

**Filosofická fakulta Univerzity Palackého**  
**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**

**KOMPARACE MEDIÁLNÍHO OBRAZU ORGANIZACE  
JUNÁK – ČESKÝ SKAUT A SKAUTSKÉHO Hnutí OBECNĚ  
Z LET 2000 A 2015 V DENÍKU MLADÁ FRONTA DNES**

**COMPARISON OF MEDIA IMAGE OF THE ORGANIZATION  
JUNÁK – ČESKÝ SKAUT AND SCOUT MOVEMENT IN  
GENERAL FROM THE YEARS 2000 AND 2015 IN DAILY  
NEWSPAPER MLADÁ FRONTA DNES**

*Bakalářská diplomová práce*

Anna ŘEZNÍČKOVÁ

**Vedoucí práce:** Mgr. Zdenka Burešová

Olomouc 2019

## Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně na základě uvedených pramenů a literatury. Práce má bez příloh, seznamu pramenů a zdrojů a poznámkového aparátu 90 942 znaků včetně mezer.

V Olomouci dne .....

.....  
Anna Řezníčková

## **PODĚKOVÁNÍ**

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Zdence Burešové za velkou trpělivost, se kterou mě vedla celým procesem tvorby.

Dále bych chtěla poděkovat Bc. Pavle Mrázové za věcné rady a inspiraci.

V neposlední řadě pak děkuji celé své rodině za podporu.

# **ANOTACE**

Má bakalářská práce se zaměřuje na mediální obraz skautského hnutí a organizace Junák – český skaut v nejprodávanějším českém seriózním deníku Mladá Fronta Dnes a porovnává, k jakým změnám v mediální reprezentaci tohoto hnutí došlo mezi léty 2000 a 2015. Cílem práce je zjistit, kolik je hnutí věnováno prostoru, s jakými tématy je spojováno a jak je celkově ve zpravodajství rámováno. A to vše ve dvou odlišných letech, mezi nimiž se organizace postupně proměňovala, stejně jako samotný deník. Proto byla v rámci práce provedena obsahová analýza, jejímž účelem bylo ověřit formulované hypotézy. Součástí výzkumu je kromě analýzy textu také analýza fotografií.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Seriózní tisk, MF Dnes, Skautské hnutí, Junák, Kvantitativní obsahová analýza, Neziskové organizace, Nevládní organizace, Bulvarizace, Agenda setting

## **ANNOTATION**

My thesis is focused on media image of the Scout Movement and the organization of Junák – český skaut in the Czech most sold journal Mladá fronta Dnes and compares, how the media representation has been changed between years 2000 and 2015. The goal of this work is to find out, how much space is dedicated to the movement, with which topics is Junák connected and how is in general framed in news. And that's all in two different years, between them the organization has been changed, as well as the journal. For this reason was used in the work content analyze, which should verify formulated hypothesis. The research includes except analyze of text also analyse of photographs.

## **KEYWORDS**

Quality print, MF Dnes, Scout Movement, Junák, Quantitative content analyse, Nonprofit organizations, Nongovernmental organizations, Tabloidisation, Agenda setting

# OBSAH

1 ÚVOD .....	1
2 TEORETICKÁ ČÁST.....	3
2.1 TIŠTĚNÁ MÉDIA .....	3
2.2.1. SERIÓZNÍ TISK.....	3
2.2 BULVARIZACE.....	4
2.3 TEORIE ZPRAVODAJSKÝCH HODNOT .....	5
2.4 ZMĚNY NOVINÁŘSKÝCH RUTIN .....	8
2.4.1 STEREOTYPIZACE .....	9
2.5 TEORIE AGENDA-SETTING.....	10
2.5.1 ZDROJE INFORMACÍ V MEDIÁLNÍ AGENDĚ .....	11
2.6 FRAMING .....	12
2.7 JUNÁK – ČESKÝ SKAUT JAKO ORGANIZACE .....	13
2.8 SOUVISEJÍCÍ VÝZKUMY .....	16
2.8.1 MEZINÁRODNÍ ANALÝZY .....	16
2.8.2 ČESKÉ VÝZKUMY .....	18
3 ANALYTICKÁ ČÁST .....	19
3.1 OBSAHOVÁ ANALÝZA .....	19
3.2 OBRAZOVÁ ANALÝZA .....	19
3.3 VÝZKUMNÝ CÍL, OTÁZKY A HYPOTÉZY .....	20
3.3.1 VÝZKUMNÝ CÍL .....	20
3.3.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY .....	21
3.5 KÓDOVACÍ JEDNOTKA.....	25
3.6 OPERACIONALIZACE.....	25
3.6.1 SLEDOVANÉ PROMĚNNÉ .....	25
3.7 VÝSLEDKY ANALÝZY .....	31
3.7.1 PROSTOR VĚNOVANÝ ORGANIZACI JUNÁK - ČESKÝ SKAUT A SKAUTSKÉMU Hnutí OBECNĚ .....	31
3.7.2 TÉMATA .....	37
3.7.2.1 Betlémské světlo .....	39
3.7.3 VÝSKYT SKAUTSKÝCH HODNOT .....	40
3.7.4 ELITY .....	41
3.7.5 PERSONALIZACE, NEGATIVITA, LOKALIZACE.....	42
3.7.6 LOKALIZACE.....	43
3.7.8 KONTEXTOVÉ INFORMACE .....	48
3.7.9 GRAFICKÉ PŘÍLOHY .....	51

3.7 NEDOSTATKY VÝZKUMU, MOŽNOST BUDOUCÍHO ROZŠÍŘENÍ .....	54
4. ZÁVĚR.....	55
5 SEZNAM PRAMENŮ .....	58
6 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	59
6.1 LITERATURA.....	59
6.2 ELEKTRONICKÉ ZDROJE.....	61
7 SEZNAM TABULEK.....	63
8 SEZNAM GRAFŮ .....	65

# 1 ÚVOD

Junák-český skaut je výchovnou volno-časovou organizací, která je součástí dvou významných světových hnutí. Jsou jimi WOSM (World Organization of the Scout Movement) a WAGGGS (World Association of Girl Guides and Girl Scouts). Obě tato hnutí jsou největšími svého druhu na světě a zastřešují jednotlivé skautské organizace v členských zemích. Organizace WOSM je úzce spjatá s WAGGGS, váže je společná historie i zakladatel.

Junák je svým členstvím v obou těchto hnutích součástí významného celosvětového společenství, které se specifickým způsobem věnuje neformálnímu vzdělávání mládeže a celistvému rozvíjení osobnosti na základě práce dobrovolníků. Z důvodu reprezentace tohoto světového fenoménu, ale také z důvodu nezanedbatelného vlivu Junáka přímo v České republice, se tato práce zaměří na mediální obraz daného společenství s více jak stoletou tradicí.

Hlavním výzkumným cílem je komparace dvou různých obrazů, které o této organizaci konstruoval český deník Mladá Fronta Dnes. Práce by tak měla přinést srovnání mediálního obrazu českého skautingu z dvou vybraných let, a to z roku 2000 a 2015, během nichž se toto hnutí, vybraný deník a nakonec i česká společnost poměrně transformovali.

Český skauting neměl v našich dějinách právě nejsnazší postavení. Ačkoliv nebo možná právě proto, že se charakterizuje jako apolitický, byl různými režimy posledních sta let několikrát zakázán. Přesto se jeho myšlenky a forma práce zachovaly do dalšího století. V roce 2000 má hnutí za sebou prvních deset let existence od pádu vlády komunistické strany a jeho způsob fungování je již poměrně ustálený. Nastupuje nová generace vedoucích, kteří již byli vychováni přímo v rámci skautských oddílů a ztrácí se tak improvizace prvních let. Na druhou stranu začíná Junák v této době teprve komunikovat s veřejností, což dokazuje například i fakt, že do zmíněného roku neexistují ani pozdější pravidelné výroční zprávy o činnosti. V roce 2015 má Junák za sebou různé změny. Byl přijat nový model řízení a změněny stanovy, proběhly oslavy stoletého výročí, organizace změnila název a logo, otevřela vzdělávací centrum v Praze - Skautský institut, účastnila se mnoha mezinárodních projektů. Zároveň ale také vzrostl ve velké míře počet dalších volno-časových aktivit, které se prosazují i v mediálním prostoru a Junák má za sebou nepříjemné aféry, týkající se například zneužívání dětí skautskými vedoucími.



V práci se tedy chci zaměřit především na témata a události, se kterými je Junák v člancích spojován, při jakých příležitostech jsou skauti nejčastěji zobrazováni, zda se principy, na kterých je hnutí založeno, promítají i do zpravodajství o něm, na rozsah článků a jejich umístění v novinách. Následně oba mediální obrazy porovnáám. Ze srovnání bude patrné, zda se informování o skautingu během vybraných patnácti let změnilo a pokud ano, jak moc a ve kterých kategoriích. V každém z uvedených let budu sbírat data z celého jednoho ročníku. Toto období poskytne jednak dostatek materiálu potřebného ke zvolené metodě kvantitativní analýzy, jednak může poukázat na tendence opakovat témata s Junákem spojená v závislosti na různých obdobích roku. (A s pro tu dobu typickými akcemi, např. letní tábory, vánoční betlémské světlo a podobně).

Jako zkoumané médium jsem zvolila deník Mladá Fronta Dnes z důvodu, že ještě v roce 2000 šlo o titul v ročním průměru s nejvyšším nákladem v České republice.<sup>1</sup> V roce 2015 už jej v počtu vydaných výtisků předběhl deník Blesk<sup>2</sup>, ovšem titul MF Dnes zůstal i nadále nejprodávanějším seriózním titulem.<sup>3</sup> Zároveň jsem chtěla analyzovat tištěné zpravodajství, vzhledem k tomu, že v roce 2000 ještě nebyla online média nejrozšířenějším způsobem získávání informací.

---

<sup>1</sup> Periodický tisk. In: *Abccr.cz* [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: <<http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>>

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Pozn.: Deník se k seriózním novinám sám hlásí, viz dále v podkapitole 2.2.1 Seriózní tisk.

## 2 TEORETICKÁ ČÁST

### 2.1 TIŠTĚNÁ MÉDIA

Deník Mladá Fronta Dnes, jehož příspěvky budou v rámci práce analyzovány, lze zařadit mezi tradiční tištěná média, u kterých jde o takový druh prostředku přenosu signálu, jehož obsah je vázaný na papír.<sup>4</sup> Je to specifikum, které je zásadní pro samotný výzkum. V rámci analýzy totiž zjišťuji, jak velký prostor byl tématu věnován pomocí měření celkového obsahu každé kódovací jednotky. Nesoustředím se tak pouze na počet slov (tedy na jakýsi myšlenkový rozsah článku), jak tomu bývá u analyzování online obsahů, ale na konkrétní rozsah zkoumané jednotky v poměru s danou stranou a celým vydáním. Obsahově krátký článek může totiž v tištěných novinách zaujímat zcela jiné postavení, v závislosti na tom, jak velký prostor obsáhne díky např. velkému titulku či rozměrné, nápadné fotografii.

#### 2.2.1. SERIÓZNÍ TISK

Mým cílem je zjistit, jaký obraz o skautském hnutí mezi veřejností nabízí právě MF Dnes, přihlédneme-li k faktu, že především takový druh deníku, který se hlásí k seriózní žurnalistice,<sup>5</sup> by měl vykazovat prvky informační kvality.<sup>6</sup> Informace by tedy měly být objektivní ve smyslu přesnosti, poctivosti, úplnosti a pravdivosti ve vztahu ke skutečnosti. Žurnalista by měl oddělovat fakta od názorů, zpracovávat témata vyváženě a nestranně.<sup>7</sup> Přesto, že se můj výzkum nesoustředí primárně na dodržování informační kvality, je toto vymezení důležité z hlediska již zmíněné vyváženosti a úplnosti. Ve výzkumných otázkách se mimo jiné zajímám o to, jestli jsou v analyzovaných jednotkách uváděny základní kontextové informace či alespoň oficiální název organizace. Dále zjišťuji, zda jsou články zpracovávány monotematicky, jestli se neopakují a nevrací ke stále stejným událostem.

---

<sup>4</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 137.

<sup>5</sup> Pozn.: To vyplývá přímo z webových stránek mediální skupiny MAFRA: „*Mladá fronta DNES je největší seriózní deník v České republice.*“ Mladá Fronta DNES. In: [www.mafra.cz](http://www.mafra.cz) [online]. Praha [cit. 2019-04-11]. Dostupné z: <<https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>>.

<sup>6</sup> Pozn.: Ačkoliv z hlediska mediálních studií je problematické definovat Mladou Frontu Dnes jako čistě seriózní deník. Proto například Volek používá označení poloseriózní tisk. Ve své studii totiž vysvětluje, že „*už při přeměně českých deníků v devadesátých letech na tržní instituci došlo v jejich redakcích k zavedení mnoha bulvárních editorských praktik.*“ VOLEK, Jaromír. Three professional dilemmas of czech newspaper editors: twenty years after collapse of old media system. *Communication Today* [online]. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, 2010, 1(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://www.communicationtoday.sk/three-professional-dilemmas-of-czech-newspaper-editors-twenty-years-after-collapse-of-old-media-system/>>, s. 71. Přeložila autorka.

<sup>7</sup> MCQUAIL, Denis a Barbara KÖPPOVÁ. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007, s. 175.

## 2.2 BULVARIZACE

Bulvarizace je proces, ve kterém dochází k používání praktik a prvků bulvární žurnalistiky v seriózních médiích či v médiích veřejné služby. Je tedy podstatným jevem i v rámci zpravodajství MF Dnes a předpokládám, že bude mít význam při způsobu informování o skautském hnutí. Například Trampota ve své studii pro vědecký časopis *Communication Today* uvádí jednu z definic bulvarizace (nebo také tabloidizace z anglického *tabloidisation*) podle Sparkse. „*Druhý význam (termínu tabloidisation) zahrnuje posun v prioritách uvnitř daného média pryč od zpráv a informací k důrazu na zábavu.*”<sup>8</sup> Tento jev se označuje jako infotainment, tedy „*využívání prvků zábavy ve zpravodajství.*”<sup>9</sup>

Pro česká média je bulvarizace vcelku typická. Jak už jsem uvedla výše v poznámce, dochází k ní prakticky od začátku vzniku komerčních deníků. Osvaldová soudí, že „*jedním z důvodů bulvarizace je, že se čeští žurnalisté po roce 1990 dostali pod tlak vyvolávaný soupeřením o čtenáře, posluchače, o diváka. (...) Nevzniklo a dodnes neexistuje dostatečně početné publikum seriózních médií. (...) Ekonomická ani kulturní elita není dostatečně silná, aby dokázala podporovat například hodnotné printy.*”<sup>10</sup> Jde však o jev, objevující se ve větší či menší míře prakticky ve všech zemích svobodného tisku.<sup>11</sup>

Bulvarizace mimo jiné souvisí také s komercializací a komodifikací médií. „*Tento trend (obecně formulovaný v tezi, že informace se v informační společnosti stále výrazněji stává zbožím a nabývá na významu jako směřitelná veličina) má některé velmi podstatné důsledky pro činnost samotných médií. Nutnost prosadit se na trhu vede média mimo jiné k tomu, že se snaží nabídnout svoje produkty v co nejpřitažlivější podobě. Proto se postupně stírá rozdíl mezi zpravodajstvím jako vážnou činností napomáhající k orientaci ve veřejné sféře (...) a zábavou jako prostředkem k naplnění volného času, případně relaxaci.*”<sup>12</sup> Z tohoto důvodu pak redakce volí často strategii takového druhu zpravodajství, které může konkurovat bulvárním deníkům s vyššími náklady.

---

<sup>8</sup> TRAMPOTA, Tomáš. Defining The Tabloid: Czech Perspective. *Communication Today* [online]. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, 2010, 1(2) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://www.communicationtoday.sk/defining-the-tabloid-czech-perspective/>>, s. 16. Přeložila autorka.

<sup>9</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 88.

<sup>10</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, s. 13.

<sup>11</sup> Pozn.: To potvrzuje například i Esserova analýza, zabývající se nárůstem různých projevů tabloidizace v britských, amerických a německých médiích. ESSER, Frank. 'Tabloidization' of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication* [online]. 1999, 14(3) [cit. 2019-04-12c Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323199014003001>>.

<sup>12</sup> BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal, 2001, s. 108.

Praktické důsledky bulvarizace na podobu obsahů jsou pak zejména barevnost, velké fotografie, zvětšené titulky (obecně tedy důraz na vizuálně), kratší texty a míchání irrelevantních sdělení (zábavných, avšak celospolečensky nepodstatných informací), s vážnými články. Typické je také užití personifikací problémů či událostí a subjektivní žurnalistika. Upřednostňovány jsou zprávy o katastrofách a zločinech, kuriozitách nebo soukromém životě veřejných osob či celebrit.<sup>13</sup>

Podle diplomové práce Radky Dokulilové, která zkoumala proměnu českých deníků mezi lety 1995 až 2010, došlo právě u Mladé fronty Dnes k nárůstu všech šesti jí zkoumaných prvků bulvarizace. Patří mezi ně měnící se poměr domácích a zahraničních zpráv, snižování počtu článků na jedné straně novin, měnící se struktura témat v daném zpravodajství, snižování počtu zpráv týkajících se podstatných politických témat, průměrné množství zpravodajského textu a počet fotografií na jedné straně.<sup>14</sup>

Ačkoliv se všechna kritéria Dokulilové nedají použít v případě mého výzkumu, domnívám se, že především vizuální a rozsahové změny, které dokázala i výše popsaná práce, budou patrné i z mé analýzy. U zkoumaných článků o organizaci Junák proto zjišťuji rozsah a počet fotografií v obou sledovaných letech a také celkový rozsah článků a poměry mezi texty a fotografiemi. Stejně tak vyhledávám projevy personalizace událostí a negativity, které by se měly na základě výše popsaných projevů bulvarizace v MF Dnes vyskytovat v roce 2015 v analyzovaných článcích častěji. Co se týče ostatních sledovaných jevů v práci Dokulilové, je tato problematika složitější a nelze ji v případě zpráv o jedné konkrétní organizaci porovnávat s výsledky analýzy, týkající se přístupu k celkovému obsahu novin.

## 2.3 TEORIE ZPRAVODAJSKÝCH HODNOT

V kapitole bulvarizace jsem nastínila, že součástí jejích projevů není jen vzhled článku, ale také typ informací, které jsou do zpráv vybírány nebo kladeny do popředí. Zmínila jsem například katastrofy, zločiny, kuriozity a životy známých osobností. Tato témata jsou ovšem atraktivní téměř pro jakékoliv zpravodajství, což dokládá i tzv. teorie zpravodajských hodnot, kterou jako první pomohl zformulovat výzkum Johana Galtunga a Mari Ruge. Ve své práci o zahraničním zpravodajství *The Structure of foreign News* definovali, jaký charakter mají

---

<sup>13</sup> DOKULILOVÁ, Radka. *Bulvarizace českých deníků - změny v letech 1995 - 2010*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota, s. 23 – 24.

<sup>14</sup> DOKULILOVÁ, Radka. *Bulvarizace českých deníků - změny v letech 1995 - 2010*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota, s. 86 – 87.

události, ze kterých žurnalisti, v rámci svých pracovních návyků a zvyklostí, následně vytvoří zprávu. Vznikly tzv. zpravodajské hodnoty, jimiž se při výběru informací novináři vědomě (nebo i nevědomě) řídí. K těmto hodnotám pak podle Galtunga a Ruge patří právě např. i negativita nebo účast elitních osob. „*Vzhledem k jejímu následnému vlivu je ironické, že práce Galtunga a Ruge nebyla primárně zaměřena na identifikaci zpravodajských hodnot. Článek kritizoval informování o třech hlavních zahraničních krizích v norských novinách a navrhl některé alternativní přístupy k reportování o konfliktech. V rámci tohoto procesu se pak ptali, „jak se nějaká událost stane zprávou?“ Ve snaze odpovědět na tuto otázku bylo Galtungem a Ruge představeno dvanáct faktorů, jež intuitivně identifikovali jako důležité při výběru zpráv.*“

Jelikož práce vyšla už v roce 1965, byl koncept mnohokrát kritizován nebo rozpracováván. Různým přístupům k původní teorii zpravodajských hodnot se ve své diplomové práci věnuje Dorian Gaar, který uvádí několik světových rozšíření či rozpracování konceptu J. Galtunga a M. H. Ruge. V souladu s některými přepracovanými tezemi zpravodajských hodnot i s těmi původními v práci Galtunga a Ruge se některé hypotézy mého výzkumu týkají následujících faktorů, ovlivňujících výběr události jako zprávy:

- 1) *blízkost*: „*Událost odehrávající se v blízké oblasti (stejná vesnice, město, země) má větší šanci být zařazena do zpravodajství než srovnatelná událost odehrávající se v oblasti vzdálené.*“<sup>15</sup> V závislosti na faktoru blízkosti jsem proto stanovila hypotézu, že větší počet článků se bude nalézat v regionálních přílohách (a vyjadřovat se tak k regionálním událostem), a to v obou sledovaných letech, stejně tak, jako že většinový podíl budou mít zprávy o skautském hnutí v České republice spíše než v zahraničí.
- 2) *negativita*: „*Čím negativnější je událost ve svých důsledcích, tím je pravděpodobnější, že se stane zprávou.*“<sup>16</sup> Jak jsem již popsala v kapitole bulvarizace, zapojování negativity a skandálních událostí do zpravodajství je považováno za jeden z jejích projevů. Předpokládám tedy, že počet analyzovaných článků, obsahujících témata jako smrt, mravní a morální skandály, narušování společenského řádu atd. bude v roce 2015 vyšší než v roce 2000.

---

<sup>15</sup> GAAR, Dorian. *Koncept zpravodajských hodnot a jeho vliv na výběr témat v týdeníku Respekt*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota, s. 42. Pozn.: Gaar přitom vychází z knihy Alastaira Hetheringtona *Newspapers and Television*, ve které autor známý koncept rozpracovává na základě zkušeností s dřívějším editováním listu *The Guardian*.

<sup>16</sup> GALTUNG, Johan a Mari Holmboe RUGE. *The Structure of Foreign News*. *Journal of Peace Research* [online]. London: Sage Publications, 1965, 2(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <[https://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page_scan_tab_contents)>, s. 68. Přeložila autorka.

- 3) *personalizace: Komplexní událost popisovaná a redukována přes konkrétního jedince či malou skupinu jednotlivců má větší šanci stát se zprávou. Personalizace napomáhá čtenáři k identifikaci s „hrdiny“ příběhu a snáze se s tímto formátem zachází, nežli s větší abstraktní strukturou.*<sup>17,18</sup> I ve svých hypotézách předpokládám, že budou některé články vykládány přes příběh konkrétního jedince či skautské družiny/oddílu. Navíc témata se skautingem spojená přímo vybízejí k takovému druhu zpracování informací, už z toho důvodu, že jde o hnutí založené na lidech a jejich výchově k činnorodosti v okolním světě. Jelikož i personifikace je součástí parametrů při zkoumání trendu bulvarizace, opět předpokládám, že obdobně zpracovaných článků v roce 2015 oproti roku 2000 přibude.
- 4) *elity: „Čím více událost zahrnuje elitní osoby, tím spíše se stane zprávou.“*<sup>19</sup> Z této zpravodajské hodnoty jsem vycházela při stanovení hypotézy o informování o Junáku, díky jeho propojení s některou z elitních osobností. Zkoumala jsem tak, zda se v článcích objevují známí, úspěšní či výjimeční lidé české společnosti v přímé návaznosti na skautské hnutí. (Ať už jako členové nebo výrazní podporovatelé, kritici, spolupracovníci).
- 5) *opakující se signál: „Je-li signál již zaznamenáván, tím spíše bude jeho zaznamenávání pokračovat.“*<sup>20</sup> Při sledování témat, kterým se analyzované texty věnují, jsem zjišťovala, zda se témata často opakují a které tradiční události se do zpravodajství dostanou nejčastěji. Předpokládám, že k opakování „oblíbených“ témat bude docházet v obou sledovaných letech.
- 6) *mentální obraz: „Čím více je signál sladěn s „mentálním obrazem“ toho, co je od něj obecně očekáváno, tím spíše bude zaznamenán.“*<sup>21</sup> Poslední bod souvisí také se stereotypizací. Bohužel nemohu průkazně vymezit, jak si průměrný čtenář MF Dnes představuje fungování Junáka a jeho členy. V analýze ale budu sledovat třeba to, jestli se mentální obraz skautů o nich samotných shoduje s reprezentací Junáka v MF Dnes. Za tímto účelem zkoumám, zda zpráva obsahuje některé z hodnot, vyjádřených ve stanovách Junáka. Po obrazové stránce pak zaznamenávám, zda jsou skauti na

---

<sup>17</sup> Ibid., s. 68 – 69.

<sup>18</sup> GAAR, Dorian. *Koncept zpravodajských hodnot a jeho vliv na výběr témat v týdeníku Respekt*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota, s. 29 – 30.

<sup>19</sup> GALTUNG, Johan a Mari Holmboe RUGE. The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research* [online]. London: Sage Publications, 1965, 2(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <[https://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page_scan_tab_contents)>, s. 68. Přeložila autorka.

<sup>20</sup> Ibid, s. 65. Přeložil Dorian Gaar.

<sup>21</sup> Ibid, s. 65. Přeložil Dorian Gaar.

fotografiích (pokud jsou přítomni), vyobrazení v krojích, který je asi nejvýraznější vizuální skautskou reprezentací vůbec.

## 2.4 ZMĚNY NOVINÁŘSKÝCH RUTIN

Jak je patrné z předchozích odstavců, výzkum zpravodajských hodnot souvisí s pracovními rutinami novinářů a s tím, jak z událostí vytváří zprávu a vybírají tak v podstatě za čtenáře, co je hodné zaznamenání.

Pro náš následující výzkum není nutné vypisovat vše, co ovlivňuje novináře při vytváření obsahů. Důležitým trendem posledních let, jež však chci zmínit, je konvergence. „Konvergencí rozumíme šíření totožného obsahu různými kanály (...). Může dosahovat až částečného nebo celkového propojení redakcí.“<sup>22</sup> K takové konvergenci došlo v rámci Mladé fronty Dnes a skupiny Mafra už před 20 lety. „Zpravodajský portál iDNES.cz nabízí již od 12. ledna 1998 čerstvé informace z domácího zpravodajství, ze světa i z oblasti magazinů.“<sup>23</sup> V práci novinářů má pak konvergence významné důsledky na proměnu jejich rutin při vytváření každodenního zpravodajství.

Waschková-Císařová uvádí jako jeden z jevů, který může v rámci konvergence vzniknout promyšlené dělení obsahu určeného pro tradiční a online médium jednoho vlastníka. V online médiu se tak uplatní aktuální zpravodajství a multimédia, v tradičním médiu může být (i stejné) téma zpracováno více do hloubky či v rámci publicistických žánrů.<sup>24</sup> Tento možný důsledek spojených redakcí online a printové žurnalistiky potvrzuje i případová studie Lucie Macků z roku 2010. „Od iDnes si bereme především aktuality, politiku a zákony a iDnes od nás přebírá širší analytické texty, které se objeví druhý den dopoledne“<sup>25</sup> uvádí v rámci výzkumného rozhovoru tehdejší redaktor MF Dnes Martin Vokáč.

---

<sup>22</sup> WASCHKOVÁ-CÍSAŘOVÁ, Lenka. Proměna tradiční žurnalistiky a online žurnalistika in ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s. 11 – 12.

<sup>23</sup> Zpravodajský portál iDNES.cz. In: *Mediální skupina Mafra* [online]. Praha [cit. 2018-11-26]. Dostupné z: <<https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-idnes.htm&cat=internet>>

<sup>24</sup> WASCHKOVÁ-CÍSAŘOVÁ, Lenka. Proměna tradiční žurnalistiky a online žurnalistika in ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012, 12 s. 25. ISBN 978-80-210-5825-5. Dostupné také z <<http://www.munimedia.cz/book/1/pdf.pdf>. >

<sup>25</sup> MACKŮ, Lucie. *Novinář a jeho pracovní prostředí: Na příkladu vydavatelského domu Mafra*. Praha, 2010. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Jan Jiráček, s. 43.

V souvislosti se změnami novinářských rutin a postupů mezi zkoumanými lety, které měly za důsledek nové pojmání obsahu v printovém vydání deníku, vyvstala také jedna z hypotéz pro zkoumání mediálního obrazu Junáka. Domnívám se, že v rámci konvergence budou jednotlivé výtisky z roku 2015 obsahovat méně článků, dotýkajících se skautské tematiky. Zároveň však očekávám, že jednotlivé články (pokud už v printu vyjdou) budou spíše rozsáhlejší, než tomu bylo v roce 2000. Také předpokládám, že dojde téměř k vymizení krátkých aktualit k právě chystaným nebo probíhajícím událostem, jejichž sdílení je již v roce 2015 snazší přes jiná média než tištěné noviny.

#### 2.4.1 STEREOTYPIZACE

Vlivem výše zmíněných jevů (novinářských rutin, způsobu výběru informací atd.), ale také prostým nastavením lidských kognitivních procesů, jak na straně novinářů, tak na straně publika, dochází i ve zpravodajství k různé míře stereotypizace. *„V tradici kognitivní psychologie se stereotypizací rozumí další vývoj poznávacího procesu tříděním událostí, předmětů, jevů a zkušeností a jejich zařazování do zobecňujících kategorií. V tomto procesu je pozornost soustředěna na určení rozlišujících rysů. Stereotypizace se ovšem neomezuje pouze na určení zobecněných kategorií skupin lidí, ale současně zobecněné, nediferencované charakteristiky jednotlivým příslušníkům těchto skupin přisuzuje.“*<sup>26</sup>

Skautské hnutí je založené na stejných sdílených hodnotách, zakotvených ve skautských zákonech a slibu. Specifické tradice a rituály a navíc morální závazek daný právě junáckým slibem z něj mohou dělat svým způsobem poměrně pevnou a uzavřenou skupinu (až jakousi subkulturu). Přesto nejde o žádnou homogenní sektu. Každé středisko, oddíl a skaut/skautka jsou jiní a proto i v rámci informování o Junáku může docházet k nevhodné stereotypizaci. Použijeme-li výklad podle Tindalla a Waterse ze studie o rámcování hnutí LGBT, *„zakotvena v názoru, že individua sestávají z příliš mnoha charakteristik, než aby mohla být zaškatulkována do jedné „nálepky“, queer teorie je proti definování dvou homosexuálů do jedné obecné kategorie, když mohou být jinak extrémně odlišní ve svých zvycích, životním stylu a zázemí, z kterého vychází.“*<sup>27</sup>

Ve vlastním výzkumu sleduji, s jakými tématy jsou skauti spojováni, která témata se nejčastěji opakují a jaká činnost či ideály podle deníku MF Dnes hnutí definují. Zjišťuji, jestli

<sup>26</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 144.

<sup>27</sup> CABOSKY, Joseph M. Framing an LGBT organization and a movement: A critical qualitative analysis of GLAAD'S media releases. *Public Relations Inquiry* [online]. 2014, 3(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2046147x13519638>>, s. 71. Přeložila autorka.



analyzované články nabízejí čtenáři obecná fakta o organizaci a uvádí kontextové informace. Zaměřují se i na to, s jakými dalšími skupinami a společenstvími je Junák zmiňován a chci tak podkrýt, zda je informování o skautském hnutí různorodé nebo se pohybuje v rámci pevně daného vzorce.

## 2.5 TEORIE AGENDA SETTING

Jak už bylo zmíněno, novináři vybírají v podstatě za své publikum, co by se mělo v rámci veřejného života zaznamenat. Analýz, zabývajících se nastolováním agendy, vzniklo během 20. století nespočet. Všeobjímajícím termínem se pak stal právě anglický výraz agenda setting, který souhrnně pro své teorie o propojenosti mediální a veřejné agendy použili a zvýraznili především američtí výzkumníci Maxwell McCombs a Donald Shaw ve své studii Chapel Hill.

*„Editoři a vedoucí zpravodajství každý den vybírají a zveřejňují zprávy, čímž zaměřují naši pozornost a ovlivňují, která denní témata vnímáme jako nejdůležitější. Schopnost ovlivňovat významnost témat ve veřejné agendě se označuje jako schopnost zpravodajských médií nastolovat agendu.“<sup>28</sup>* Podle této teorie tak sama média ovlivňují, která témata budou rezonovat i ve veřejné diskuzi a tím můžou určovat celkovou veřejnou agendu ve společnosti. (I když přímá úměra je samozřejmě diskutabilní).

Přesto, že reálné účinky médií na veřejnost jsou neustálým zdrojem často i opozitních názorů po celé dvacáté století, těžko tisku upřít jeho roli jakožto zdroje informací. V případě Junáka je pak zpravodajské médium (ať už online či tištěné) často také jediným způsobem pro neskautskou veřejnost, jak se o hnutí něco dozvědět, nevyhledává-li si informace aktivně sama. (A nepočítáme-li Foglarovy 40 let staré knihy). *„Novinová sdělení nám nepřebornými způsoby dokážou napovědět, jaká je relativní významnost určitého tématu v denní agendě. Hlavní zpráva na titulní straně, rozdíl mezi titulní stranou a dalšími stranami, velikost nadpisu a dokonce i délka zprávy – to vše vyjadřuje významnost témat ve zpravodajské agendě.“<sup>29</sup>* Proto také sleduji v analýze mediálního obrazu Junáka rozsah sdělení či umístění v deníku, s ambicí pokusit se vysledovat, jak podstatné se zdá být hnutí v očích seriózního

---

<sup>28</sup> MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009, s. 26.

<sup>29</sup> MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009, s. 26.

českého deníku a tím pádem i jeho čtenářů. (Ačkoliv je jasné, že názory čtenářů netvoří pouze jeden konkrétní deník, ale také ostatní média, osobní zkušenost či názory přátel a známých).

### 2.5.1 ZDROJE INFORMACÍ V MEDIÁLNÍ AGENDĚ

Kromě tradičních médií dnes zásadně určují veřejnou agendu sociální sítě. I když se tato analýza k sociálním sítím nevztahuje, ovlivňují právě ony novinářskou práci tím, že se stávají pro žurnalisty zdrojem informací. Na toto téma vznikla v roce 2013 diplomová práce, kladoucí si za cíl zjistit právě podíl informací ve zpravodajství v letech 2010 až 2012, zdrojovaných ze sociálních sítí. Autorka, která si ke zkoumání vybrala pět českých deníků a jejich internetové platformy došla k závěru, „že čeští novináři sice používají sociální sítě jako zdroj, ale v nepřilíš velké míře. Celkový objem článků po součtu činil 6985 článků, z nichž pouze 142, tedy 2 %, obsahovalo informace získané ze sociálních sítí.“<sup>30</sup>

Na druhou stranu, ze zkoumaných médií to byla právě Mladá Fronta Dnes, která, co do počtu článků, uváděla sociální sítě jako zdroj nejčastěji ze všech posuzovaných deníků.<sup>31</sup> Vezmeme-li v úvahu, že vzhledem k neustálému rychlému vývoji na poli nových médií se mohla situace do roku 2015 významně posunout a navíc fakt, že výzkum nebere v úvahu vliv sociálních sítí na výběr a zaměření témat novinářů ještě před začátkem tvorby samotných zpráv, lze předpokládat, že obraz, který, ať už vědomě či nevědomě vzniká o skautském hnutí na internetových komunikačních platformách, se částečně přenáší i do informování o organizaci Junák v tradičním médiu, jakým je MF Dnes.

Spolu se sociálními sítěmi je také sledován (a o poznání déle), nárůst zdrojových informací z PR materiálů. „Nikdo z novinářů nemůže říkat, že nebere informace od piaristů, to je hloupost. Když si vezmete dnešní noviny, ukáží vám 70 % jejich obsahu, u kterého je agenda nadiktovaná tím, co kdo chce říkat. Drtivá většina toho, co člověka napadne, je něco, co někde slyšel. Máloco už dneska novinář vymyslí úplně svobodně a z hlavy,“<sup>32</sup> uvádí český novinář Jiří Nádoba v rozhovoru pro týdeník Respekt. Stejně tak Macnamara ve svém výzkumném článku z roku 2015 uvádí mnoho studií, věnujících se tomuto jevu. Například

---

<sup>30</sup> SVOBODOVÁ, Kristina. *Sociální sítě jako zdroj pro online a tištěné zpravodajství v ČR*. Praha, 2013. Diplomová magisterská práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Jan Jirků, s. 40.

<sup>31</sup> Pozn.: Jde ovšem čistě o počet článků, neposuzováno podle rozsahu. SVOBODOVÁ, Kristina. *Sociální sítě jako zdroj pro online a tištěné zpravodajství v ČR*. Praha, 2013. Diplomová magisterská práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Jan Jirků, s. 40.

<sup>32</sup> Převzato z bakalářské práce. KOLOMAZNÍKOVÁ, Eliška. *Nahlížení českých novinářů na pracovníky PR jako na informační zdroj*. Praha, 2017. Bakalářská práce. Univerzita Karlova. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Václav Moravec, s. 35.

Sallot a Johnson analyzovali 413 rozhovorů s americkými novináři, ze kterých vznikl závěr, že „v průměru žurnalisté odhadují, že 44% obsahu zpravodajských médií vychází z PR kontaktů.“<sup>33</sup> Pracovníci Cardiffské univerzity prováděli v rámci Velké Británie ještě rozsáhlejší výzkum 2 207 novinových článků a 402 rozhlasových a televizních zpráv. „Univerzita zjistila, že 60% britských předních novin a 34% vysílaných pořadů se skládalo výhradně z kopií zpráv tiskové agentury nebo PR materiálu.“<sup>34</sup>

Pro neziskové organizace nemusí být tento jev ovšem nevýhodou. Například Aeron Davis ve své práci nastoluje otázku: „Je PR pouze jednoduchým prostředkem, díky kterému mohou korporátní společnosti a státní zdroje i nadále ovládat přístup a správu mediální agendy? Nebo umožňuje neinstytucionálním skupinám bez zdrojů získat vliv v médiích, který jim byl dříve upřen?“<sup>35</sup> K takovým zdrojům, které se snaží šířit informace o vlastní činnosti můžeme zařadit i české skautské hnutí, jež za zkoumaných patnáct let zdokonalovalo svou strategii práce s veřejností. Vytvořilo reprezentativní webové stránky, sjednocovalo společnou celorepublikovou grafiku, začalo každoročně vydávat výroční zprávy. Organizace také zaměstnala vlastního tiskového mluvčího, připravuje pravidelné tiskové zprávy a otevřela centrum setkávání se a veřejné diskuze Skautský institut.

Z těchto teoretických východisek o pronikání PR materiálů do zpravodajství vychází další hypotézy pro vlastní výzkum v této bakalářské práci. A totiž, že ve sledovaném médiu bude Junák spojován s tématy, které jsou jemu vlastní a prioritní a jež se tudíž organizace snaží prezentovat i na veřejnosti. Zároveň předpokládám, že podíl článků, obsahující hlavní témata Junáka, bude v roce 2015 vyšší, vzhledem k nárůstu PR aktivit hnutí.

## 2.6 FRAMING

Kromě základních principů teorie agenda setting zkoumá mnoho mediálních teoretiků a badatelů také jev, který se nazývá framing, případně česky rámcování. „Nastolování agendy má druhou úroveň analýzy, která zkoumá, jak jsou témata orámcována podpůrnými informacemi.“<sup>36</sup> V procesu rámcování už tedy nejde tolik o to, jaké je vlastně téma zprávy,

---

<sup>33</sup> MACNAMARA, Jim. *The Continuing Convergence of Journalism and PR*. 2016, **93**(1), [cit. 2019-04-12]18-141]. <Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1077699015605803>>, s. 122. Přeložila autorka.

<sup>34</sup> Ibid., s. 122. Přeložila autorka.

<sup>35</sup> AAERON, Davis. *Media, Culture & Society* [online]. 2000, 22(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/016344300022001003>>, s. 40. Přeložila autorka.

<sup>36</sup> CABOSKY, Joseph M. Framing an LGBT organization and a movement: A critical qualitative analysis of GLAAD'S media releases. *Public Relations Inquiry* [online]. 2014, **3**(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2046147x13519638>>, s. 71. Přeložila autorka.

ale spíše o to, jak je dané téma podáno, zpracováno a co je tzv. „vypíchnuto“ jako nejdůležitější.

*„Tradiční teorii nastolování agendy lze nazvat také prvním stupněm nastolování agendy, který se zabývá procesem přenosu významnosti objektů. Na to, jak je z mediální sféry přenášena významnost atributů do sféry veřejnosti, se zaměřuje druhý stupeň nastolování agendy. Na prvním stupni zkoumání leží otázka, jaké téma (nebo kandidát, objekt) je významné, na druhém stupni, který z atributů, vlastností má přednost,“<sup>37</sup> „Z druhého stupně nastolování agendy vyplývá závěr, že atributy přiřazené objektu ve zpravodajství si následně veřejnost přiřazuje k objektům ve své mysli.“<sup>38</sup> V praxi si lze představit, že v mém výzkumu v rámci prvního stupně nastolování agendy zkoumám, kolik prostoru se věnuje mnou sledovanému objektu, tedy skautskému hnutí. Na jakém místě a v jaké rubrice se články vyskytují atd. V rámci druhého stupně analyzuji, jaké jsou objektu přiřazeny vlastnosti, tedy například s jakými tématy je nejčastěji spojován. Výchova dětí, dobročinnost nebo Rychlé Šípy? Zjišťování těchto dat mě přiblíží k definování obrazu, jímž MF Dnes skauting reprezentuje a jež podle teorií o agenda settingu alespoň částečně přejímá její publikum.*

## 2.7 JUNÁK – ČESKÝ SKAUT JAKO ORGANIZACE

Junák – český skaut je nejpočetnější českou skautskou organizací a zároveň také největším výchovným spolkem v České republice. Je napojený na dvě světová společenství, sdružující všechny dívčí a chlapecké skautské oddíly, ve 150 zemích světa,<sup>39</sup> kterými jsou World Organisation of Girl Guides and Girl Scouts (WAGGGS) a World Organisation of Scout Movement (WOSM). *„V červnu 1990 byly skautky znovu přijaty do světové asociace WAGGGS, o měsíc později na světové konferenci v Paříži se Junák zařadil opět mezi členy WOSM. V obou organizacích patřil československý skauting k zakládajícím členům.“<sup>40</sup> Kromě těchto dvou asociací patří český Junák také do organizace ISGF. „Do světového společenství dospělých skautů (tedy tzv. oldskautů), bylo Československo přijato poprvé v září*

---

<sup>37</sup> Výklad McCombse podle Taberyové v TABERY, Paulína. 2. První a druhý stupeň nastolování agendy (agendasetting), rámcování (framing) a vypíchnutí (priming). *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008, 28 – 39, s. 29.

<sup>38</sup> HALE, Matthew. Superficial Friends: A Content Analysis of Nonprofit and Philanthropy Coverage in Nine Major Newspapers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* [online]. 2007, 36(3) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764006296849>>, str. 467.

<sup>39</sup> World Association of Girl Guides and Girl Scouts. In: *Waggs.org* [online]. London [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://www.waggs.org/en/>>. Přeložila autorka.

<sup>40</sup> ŠANTORA, Roman. Skautské století: dobrodružný příběh 100 let českého skautingu. Praha: Junák - TDC, 2012, s. 220.

1991.<sup>41</sup> Už z těchto důvodů je dle mého názoru významnou součástí českého neziskového sektor, stejně jako mimoškolní výchovy a vzdělávání.

Současným ustanovujícím dokumentem českého skautingu, tedy organizace Junák, platným taktéž pro rok 2015, jsou stanovy schválené v roce 2014 Valným sněmem. Tyto stanovy se průběžně měnily od listopadové revoluce, hlavní náplň činnosti a skautská metoda však zůstaly v základech stále stejné a společné pro skautská hnutí po celém světě. Změna stanov v roce 2014 byla nutná „nezbytně (...) kvůli novému Občanskému zákoníku, který více upravuje oblast spolků (dříve občanská sdružení).“<sup>42</sup> Podle nich je Junák nezávislým a nepolitickým spolkem, jehož účelem je podporovat rozvoj osobnosti mladých lidí; jejich duchovních, mravních, intelektuálních, sociálních a tělesných schopností tak, aby byli po celý život připraveni plnit povinnosti k nejvyšší Pravdě a Lásce; sobě samým; bližním, vlasti, celému lidskému společenství a přírodě.<sup>43</sup> Z těchto základních ustanovení jsem čerpala při definování pěti hlavních témat českého skautingu, které jsem sledovala i v analyzovaném zpravodajství.

Mediální analýza nám poskytne vhled do skautského světa optikou deníku celospolečenského zaměření. Lze tedy předpokládat, že se jedná o vhled omezený (ať už prostorem novin, neznalostí Junáka či nedostatkem atraktivity aktualit pro novináře). Proto bych ráda nastínila, jaká témata hýbala Junákem po dobu oněch vybraných patnácti let. Díky analýze se následně můžeme dozvědět, co všechno se z nastíněných událostí dostalo až ke čtenářům a posoudit, na co se deník MF Dnes při informování o hnutí rozhodl zaměřit. Bohužel, pravidelné výroční zprávy, obsahující přehledy o počtu členů a nejzásadnějších změnách onoho roku, začaly vycházet až v roce 2001. I proto jsem ale volila rok 2000, který se nachází na přelomu důležitých vývojových etap skautského hnutí. Po deseti letech obnovy a štěpení skautských spolků se organizace v tomto roce dostává do nové doby, jež vyžaduje aktualizaci výchovných metod. „V novém tisíciletí začal Junák čelit změně společenských podmínek a poklesu členské základny.“<sup>44</sup> Zároveň je však už i během roku 2000 připravována

---

<sup>41</sup> Ibid.

<sup>42</sup> MESL, Jan. Junák se bude řídit novými stanovami. In: *Skautská křižovatka* [online]. 2014 [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://krizovatka.skaut.cz/organizace/ustredi/valny-snem/valny-snem-2014-litomysl/1136-junak-se-bude-ridit-novymi-stanovami?autologin=1>>.

<sup>43</sup> *Junák – český skaut, z. s. stanovy spolku*. Litomyšl, 2014. In: <https://krizovatka.skaut.cz> [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://www.skaut.cz/wp-content/uploads/2018/05/stanovy-junaka.pdf>>, s. 1. Hlava 1, ustanovení 1.

<sup>44</sup> ŠANTORA, Roman. *Skautské století: dobrodružný příběh 100 let českého skautingu*. Praha: Junák - TDC, 2012, s. 224.

půda právě všem budoucím změnám. Mimo jiné rok 2000 představil v listopadu novou podobou skautských krojů.<sup>45</sup>

Během patnácti let mezi daty mého výzkumu se uskutečnily dvojí oslavy sta let skautingu. Nejprve v roce 2007 celosvětové skautské organizace a v roce 2012 výročí sta let i českého Junáka. Ustálily se tradiční akce, mezi něž patří například velká veřejná městská hra Praha plná strašidel, sbírka Pomozte dětem!, Den v krojích, vzpomínková událost Ivančena, projekt na benzínových stanicích Kapka a Betlémské světlo. Proběhlo několik světových jamboree<sup>46</sup> s českou účastí, ale také menší mezinárodní akce, jako střeoevropská jamboree a evropská jamboree či roverská mezinárodní setkání.

Po několika letech poklesu členské základny začíná počet dětí i dospělých v Junáku zase růst. Za rok 2015 pak celkový počet členů dosáhl 55 533 lidí. Kromě toho Junák otevřel Skautský institut na Staroměstském náměstí, uspořádal další ročník akce pro veřejnost Prahou přes tři jezy, zorganizoval pětidenní festival pro několik set roverů z celé republiky Obrok či celostátní setkání vodních skautů. Uskutečnil každoroční multi-žánrový víkend v Praze Miquik, který se koná vždy v prosinci a je zaměřený také na skautské roverstvo<sup>47</sup> a celorepublikový Svojsíkův závod, pro věkovou kategorii 11 – 15 let. Více než sedm set lidí se zapojilo do prvního ročníku veřejně prospěšné akce Skautský dobrý skutek, přes pět set českých skautů se účastnilo mezinárodního setkání Intercamp v Polsku a Junák také vyslal zástupce českého skautingu na celosvětové Jamboree v Japonsku. V létě proběhlo dohromady 1023 táborů a 52 vzdělávacích kurzů.<sup>48</sup>

Obměna stanov přinesla v roce 2015 také změnu názvu, který se z Junák – svaz skautů a skautek České republiky zkrátil na Junák – český skaut. Vzhledem k zestručnění a zjednodušení jména spolku se zajímám jednak o to, zda byla tato aktualita vůbec v MF Dnes zmiňována a také o to, jestli byl celý název organizace následně používán více než v roce 2000.

---

<sup>45</sup> ŠANTORA, Roman. Skautské století: dobrodružný příběh 100 let českého skautingu. Praha: Junák - TDC, 2012, s. 222.

<sup>46</sup> Pozn.: Jamboree jsou skautská setkání na různé mezinárodní úrovni.

<sup>47</sup> Pozn.: Roveři jsou skautskou věkovou kategorií od věku 15 – 24 let.

<sup>48</sup> Výroční zpráva 2015. In: *Skautská křižovatka* [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://kruzovatka.skaut.cz/dokumenty/category/144-25647?download=2080:144-vz-2015>.

## 2.8 SOUVISEJÍCÍ VÝZKUMY

### 2.8.1 MEZINÁRODNÍ ANALÝZY

Při rešerších k mé bakalářské práci jsem na mnoho podobných výzkumů nenarazila. Obsahových analýz samozřejmě každým rokem přibývá a to nejen v případě českého akademického prostředí. Velká část z nich je ale často vázaná na politická témata či známé osobnosti. Nejbližšími studii jsou analýzy týkající se neziskového sektoru. Většina z nich se však zaměřuje na velké humanitární organizace nebo hlouběji zkoumají odlišné mediální jevy, než můj výzkum.<sup>49</sup>

Nejinspirativnější prací se pro mě stala studie, jejímž autorem je Matthew Hale ze Seton Hall University. Jde rovněž o obsahovou analýzu, zaměřenou ovšem celkově na neziskový sektor a dobročinnost v devíti rozšířených amerických titulech. Z obsahové analýzy vyplynulo několik podstatných závěrů.

- 1) *„Média nás vedou k uvažování o neziskových organizacích jako o místních spolcích, které pořádají fundraisingové akce.“ Tedy zpravodajství o neziskových a dobročinných organizacích je především lokálního charakteru a spíše mimo celostátní či v případě USA mimo federální dosah.*<sup>50</sup> Tento bod souvisí dle mého s jednou z již zmíněných zpravodajských hodnot. I já zkoumám, zda je skauting zmiňován spíše lokálně a na regionální úrovni nebo jako celorepubliková záležitost.
- 2) *Dalším zjištěním (i přes neuspokojivé informování o neziskových organizacích, deklarované například aktivistou Robertem Eggersem), média celkem jasně říkají – „neziskovky jsou dobrá věc.“ Podle výzkumu byli i přes všeobecně skloňovaný negativistický trend v médiích neziskové organizace reflektovány s pozitivními informacemi a v kladném kontextu.*<sup>51</sup> Můj výzkum není přímo zaměřen na zkoumání pozitivních a negativních konotací, nepoužívám kvalitativní techniky analýzy textu. Přesto sleduji projevy negativity. Bude tedy zajímavé zjistit, jestli zprávy, obsahující tuto proměnnou, v celkovém objemu dat převažují či nikoliv.

---

<sup>49</sup> Pozn.: Jako například výzkum Sarah Van Leuven a Stijn Joye - Civil Society Organizations at the Gates? A Gatekeeping Study of News Making Efforts by NGOs and Government Institutions, který se zaměřuje na vliv neziskových organizací a jejich PR komunikace na vytváření zpráv v belgickém tisku. Autoři mimo jiné porovnávají vládní a neziskové instituce a jejich roli v informování skrze noviny.

<sup>50</sup> HALE, Matthew. Superficial Friends: A Content Analysis of Nonprofit and Philanthropy Coverage in Nine Major Newspapers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* [online]. 2007, **36**(3) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764006296849>>, s. 481 – 482.

<sup>51</sup> Ibid.

- 3) *Na druhou stranu v lehké opozici druhému bodu, dobročinné a neziskové spolky hrály ve zpravodajství většinou druhé housle jinému hlavnímu objektu. „V závislosti na tomto zjištění výsledky ukazují, že když „neziskovky“ hrají jen jakousi doprovodnou roli, jsou vlastně spíše negativně charakterizovány, než kdyby hrály hlavní roli primárního mediálního objektu.“*<sup>52</sup> Stejně tak i já zjišťuji, zda je skauting v textech hlavním nebo vedlejším tématem či je pouze letmo zmíněn v rámci zcela jiných informací.
- 4) *Čtvrtý výsledek se týká epizodického a tematického rámcování. Hale uvádí, že výsledek analýzy jasně naznačuje, že epizodické rámcování má přednost před tematickým rámcováním.*<sup>53</sup> Taberyová podává výklad o různých druzích rámců podle Iyengara tak, že „*tematické rámce (...) dané téma popisují zejména v sociálních nebo kolektivních intencích, naopak epizodické rámce se zaměřují na konkrétní případy (...), osobní zkušenost a příběhy.*“<sup>54</sup> Ve vlastní obsahové analýze nesleduji rámcování ve stejně nastavených intencích. Přesto některé proměnné souvisejí s výše nastíněnou definicí, jako například sledování uvádění kontextových informací (což odpovídá spíše tematickému rámcování) nebo naopak personalizace a tzv. story, (které odkazují na epizodické rámcování).
- 5) *Posledním závěrem analýzy je fakt, že prakticky mediálním nepokrytím neziskového sektoru noviny vysílají zprávu čtenářům, že toto téma není důležité.*<sup>55</sup> Haleův závěrečný bod výzkumu se týká otázky celého neziskového sektoru, nemohu s ním tedy srovnávat výsledky práce o pouhé jedné organizaci.

Další poměrně obsáhlou rámcovou analýzou je práce Rebeccy de Souza - *NGOs in India's elite newspapers: a framing analysis*. Ta si vybrala ke zkoumání dva v angličtině vydávané indické deníky, (a to nejrozšířenější a čtvrtý nejrozšířenější). Kvalitativní metodou srovnala články v období od ledna 2005 do ledna 2006, týkající se neziskového sektoru a definovala 4 nejčastější druhy použitých rámců.<sup>56</sup> Já oproti tomu postupuji kvantitativní metodou a v rámci

---

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Ibid.

<sup>54</sup> TABERY, Paulína. 2. První a druhý stupeň nastolování agendy (agendasetting), rámcování (framing) a vypíchnutí (priming). *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008, 28 – 39, s. 33.

<sup>55</sup> HALE, Matthew. Superficial Friends: A Content Analysis of Nonprofit and Philanthropy Coverage in Nine Major Newspapers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* [online]. 2007, **36**(3) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764006296849>>, s. 481 – 482.

<sup>56</sup> DE SOUZA, Rebecca. NGOs in India's elite newspapers: A framing analysis. *Asian Journal of Communication* [online]. 2010, **20**(4) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z:



framingu se soustředím především na případnou reprezentaci v rámci skautských hodnot. Kvalitativní metoda a následná kategorizace rámců R. de Souza by však mohly být vhodným startem pro další výzkum mediálního obrazu českého skautingu.

## 2.8.2 ČESKÉ VÝZKUMY

Mezi českými výzkumy jsem narazila na bakalářskou práci Lucie Kolischové, která se zabývala mediální mapou skautských časopisů. Její výzkumné otázky jsou však zaměřeny na počet vycházejících skautských titulů, organizaci redakční práce, typ publika a nikoliv na obsah či mediální obraz vlastní organizace. Proto je pro mou analýzu vcelku bezpředmětná.<sup>57</sup>

Tématicky bližším výzkumem je diplomová práce Barbory Urbišové - Mediální obraz organizace Junák – český skaut, z.s. Ta vznikla na Katedře ekonomické žurnalistiky, zabývá se tak z velké části marketingovou komunikací a PR prostředky. Nezkoumala ovšem mediální obraz, který o organizaci vytváří některé konkrétní médium, „*ale pomocí jednotlivých otázek v dotazníku se pokusila získat integrovaný pohled na to, jaké typy médií lidé nejčastěji používají pro získávání informací a jak v těchto médiích vnímají mediální obraz Junáka.*“<sup>58</sup>

Před tímto šetřením si autorka stanovila tři hypotézy. Jednou z nich je i dotazníky potvrzený předpoklad, že „*za mediálně nejvýraznější akci Junáka je považován projekt Betlémské světlo.*“<sup>59</sup> V rámci zmapování výzkumného souboru před samotným kódováním a analýzou dat předpokládám, že se tento závěr potvrdí i v rámci analýzy MF Dnes. Ostatní hypotézy nebyly pro mou práci relevantní, kromě toho se domnívám, že autorka nevyužila potenciál svého výzkumu. Data z dotazníkových šetření zpracovala jen v rámci svých tří hypotéz a další možné zajímavé výsledky bohužel v práci nevyhodnotila.

---

<[https://www.researchgate.net/publication/232993496\\_NGOs\\_in\\_India's\\_elite\\_newspapers\\_A\\_framing\\_analysis](https://www.researchgate.net/publication/232993496_NGOs_in_India's_elite_newspapers_A_framing_analysis)>

<sup>57</sup> KOLISCHOVÁ, Lucie. *Mediální mapa českých skautských časopisů od roku 1989 do současnosti*. Brno, 2011. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Jiřina Salaquardová.

<sup>58</sup> URBIŠOVÁ, Barbora. *Mediální obraz organizace Junák – český skaut, z.s.* Ostrava, 2015. Bakalářská práce. Vysoká škola báňská. Vedoucí práce Milan Sekanina, s. 55.

<sup>59</sup> URBIŠOVÁ, Barbora. *Mediální obraz organizace Junák – český skaut, z.s.* Ostrava, 2015. Bakalářská práce. Vysoká škola báňská. Vedoucí práce Milan Sekanina, s. 56.

## 3 ANALYTICKÁ ČÁST

### 3.1 OBSAHOVÁ ANALÝZA

Jako výzkumnou metodu jsem zvolila kvantitativní obsahovou analýzu. Ta je vhodná k mnoha účelům, jako například „(...)prozkoumat obsah určitého média, případně srovnávat média mezi sebou a odhalovat odlišnosti (...). Výzkum tematické agendy ve své tradiční kvantitativní podobě také umožňuje srovnávat obsah médií (...) různých historických období (...).<sup>60</sup> Vzhledem k cílu mé práce, tedy komparaci dvou rozdílných mediálních obrazů zasazených do odlišné doby, považuji tento druh analýzy za vhodný nástroj k zpracování mého výzkumu.

Zároveň má mnou zvolená metoda několik významných výhod. Je přenositelná a výsledky mohou být jasně prezentovány v přehledných tabulkách a grafech. Je vysoce strukturovaná a díky tomu taktéž vysoce ověřitelná. Přesně specifikuje postup a pravidla přístupu k textu, stejně jako měřené kategorie. Podstatným rysem této metody je navíc schopnost zpracovat velké množství textu, což bylo v případě mé komparativní analýzy potřeba.<sup>61</sup> Stejně zásadní jako pozitiva jsou ovšem i nevýhody analýzy. Patří k nim neschopnost postihnout drobné významové nuance či postupná možná ztráta kontextu, v němž zkoumaný obsah vznikl.<sup>62</sup> „Proto bývá často kombinována s kvalitativními analytickými metodami.“<sup>63</sup> Do budoucna by použití takové metodiky mohlo navazovat na tuto práci, stejně jako zkombinování mého výzkumu s výzkumem příjemců mediálních sdělení.<sup>64</sup>

### 3.2 OBRAZOVÁ ANALÝZA

Kromě textů posuzuji ve své analýze také fotografie, které budou dané články doprovázet, případně budou fungovat jako samostatné žurnalistické sdělení. Fotografie je důležitou výpovědní součástí novin, často přiláká pozornost čtenářů dřív, než samotný text a

---

<sup>60</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 100 - 103.

<sup>61</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 102 – 103. SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*, s. 295

<sup>62</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*, s. 296.

<sup>63</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*, s. 296.

<sup>64</sup> Pozn.: Trampota totiž uvádí, že obsahová analýza může být například „součástí rozsáhlejšího výzkumu dlouhodobých účinků médií, v rámci zkoumání tzv. nastolování témat (...), kdy se výzkum mediálních obsahů propojuje s výzkumem mediálních sdělení a s tím, jaká témata následně považuje za důležité publikum.“ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 100.

má velký vliv na celkové vyznění zprávy. Podle případové studie Andrewa L. Mendelsoona a Fabienne Darling-Wolfové o rozlišení vizuálních a verbálních prvků příběhů „každá ze složek funguje zvlášť (a je zpracovávána zvlášť), a jejich kombinace proto není syntézou interpretace textu a interpretace fotografií.“<sup>65</sup>

„(...)každý mediální produkt něco představuje, vykládá, zobrazuje, zachycuje, reprezentuje, ať již pomocí přirozeného jazyka, či pomocí nějakého zobrazovacího kódu, např. fotografického obrazu (...).“<sup>66</sup> Při analýze fotografií se řídím v podstatě stejným teoretickým základem jako u textových jednotek. Proto i u fotografií zkoumám rozsah, který je jim věnován, s předpokladem, že v roce 2015 budou dostávat fotografie a další vizuální prostředky jako např. infoboxy apod. větší prostor než v roce 2000 (v rámci již zmiňovaných proměn koncepce zpravodajství, bulvarizace atd.). Sleduji témata, která obrazový materiál čtenářům přináší a opět to, zda u nich dochází k opakování signálu a také způsob zobrazování skautů, především již zmíněný skautský krok.

### 3.3 VÝZKUMNÝ CÍL, OTÁZKY A HYPOTÉZY

#### 3.3.1 VÝZKUMNÝ CÍL

Hlavním cílem práce je zanalyzovat mediální obraz největší výchovné organizace v České republice Junák-český skaut a skautského hnutí obecně, reprezentovaný deníkem MF Dnes a zároveň porovnat, jak se v průběhu patnácti let mezi zkoumanými daty tento obraz proměnil. První analýza se bude zabývat články z celého roku 2000, kdy má hnutí za sebou prvních deset let svobodného fungování od skončení vlády komunistické strany. Druhá analýza pracuje s texty z celého roku 2015, kdy skauting čelí velké konkurenci dalších volnočasových aktivit pro děti a mládež a jsou za ním i negativní mediální aféry, týkající se například zneužívání dětí.<sup>67</sup><sup>68</sup> V práci se zaměřím především na témata a události, se kterými je Junák v článcích spojován, rozsah článků a jejich umístění v novinách. Při analyzování se soustředím především na text, ale částečně i na obrazový materiál článků. V závěru práce mediální obrazy porovnáám. Ze srovnání bude patrné, zda se informování o skautingu mezi

---

<sup>65</sup> SLÁDKOVÁ, Hanka. VIZUALITA V MEDIÁLNÍ KOMUNIKACI: TÉMATA, PŘÍSTUPY A SOUVISLOSTI. *Mediální studia* [online]. Praha: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, 2013, 7(1), 58 - 78 [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <<https://medialnistudia.fsv.cuni.cz/post/19>>. s. 68.

<sup>66</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.

<sup>67</sup> Jako např. aféra z roku 2013: Kauza skautů obžalovaných ze zneužití desítek dětí uzavřela část soudu. *IDnes.cz* [online]. 2013 [cit. 2019-04-09]. Dostupné z: <[https://www.idnes.cz/zpravy/cerna-kronika/soud-se-skautskymi-vedoucim-obzalovanymi-ze-zneužívání-deti.A130916\\_151319\\_usti-zpravy\\_alh](https://www.idnes.cz/zpravy/cerna-kronika/soud-se-skautskymi-vedoucim-obzalovanymi-ze-zneužívání-deti.A130916_151319_usti-zpravy_alh)>.

dvěma vybranými lety změnilo a pokud ano, jak moc a ve kterých kategoriích. V návaznosti na teoretickou část mé práce vznikly následující výzkumné otázky a z nich vycházející hypotézy.

### 3.3.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY

#### VÝZKUMNÁ OTÁZKA 01

Jaký prostor je organizaci Junák-český skaut a skautskému hnutí obecně ve vybraném médiu v jednotlivých letech věnován a jak se tento prostor ve dvou různých vybraných letech změnil?

**HYPOTÉZA 01:** Prostor věnovaný organizaci Junák-český skaut a skautskému hnutí obecně se bude ve vybraném médiu v jednotlivých letech lišit.<sup>69</sup>

**HYPOTÉZA 02:** V obou sledovaných letech bude skautské hnutí a organizace Junák-český skaut zastoupena ve zkoumaných člancích z nadpoloviční většiny jako zmínka či vedlejší téma.<sup>70</sup>

**HYPOTÉZA 03:** Články nabývající hodnoty „tipy“ v rámci proměnné „Junák jako téma“ se budou v roce 2000 vyskytovat v deníku častěji než v roce 2015.<sup>71</sup>

#### VÝZKUMNÁ OTÁZKA 2

S jakými tématy je organizace Junák-český skaut a skautské hnutí obecně ve vybraném médiu v jednotlivých letech spojováno a mění se výběr těchto témat v jednotlivých letech?

**HYPOTÉZA 4:** Témata spojená s organizací Junák-český skaut a skautským hnutím obecně se budou ve vybraném médiu v jednotlivých letech opakovat.<sup>72</sup>

**HYPOTÉZA 5:** Témata spojená s organizací Junák-český skaut a skautským hnutím obecně se budou vázat na cyklicky se opakující události spojené s ročním obdobím.<sup>73</sup>

---

<sup>69</sup> Viz kapitola 2.4.

<sup>70</sup> Viz kapitola 2.8.1, výzkum M. Halea.

<sup>71</sup> Viz kapitola 2.4.

<sup>72</sup> Viz např. kapitola 2.4.1 a 2.3.

<sup>73</sup> Ibid.

**HYPOTÉZA 6:** Témata spojená s organizací Junák-český skaut a skautským hnutím obecně se budou shodovat s hlavními tématy Junáka v roce 2015 častěji, než v roce 2000.<sup>74</sup>

**HYPOTÉZA 7:** V analyzovaných člancích se budou objevovat elitní osoby, přičemž v roce 2015 počet takových článků vzroste.<sup>75</sup>

**HYPOTÉZA 8:** V analyzovaných člancích se bude objevovat personalizace a počet článků obsahujících tento jev, bude v roce 2015 vyšší, než v roce 2000.<sup>76</sup>

**HYPOTÉZA 9:** V analyzovaných člancích z roku 2015 se bude negativita projevovat častěji, než v roce 2000.<sup>77</sup>

**HYPOTÉZA 10:** Analyzované články budou v obou letech lokalizovány v nadpoloviční většině v rámci místních událostí v regionálních vydáních.<sup>78</sup>

**HYPOTÉZA 11:** Mediálně nejvýraznější akcí organizace Junák-český skaut bude v obou letech Betlémské světlo.<sup>79</sup>

### VÝZKUMNÁ OTÁZKA 3

Budou skautské hnutí a organizace Junák-český skaut zmiňovány v analyzovaném deníku samostatně nebo spíše v kontextu s dalšími volno-časovými a výchovnými spolky? A pokud ano, s jakými?

**HYPOTÉZA 12:** Celé hnutí, jakožto i organizace, budou v roce 2015 zastoupeno v kontextu s jinými volno-časovými a výchovným spolky častěji.<sup>80</sup>

**HYPOTÉZA 13:** Nejčastěji se bude organizace Junák-český skaut a skautské hnutí v analyzovaných textech objevovat ve spojitosti s tělovýchovným spolkem Sokol.

---

<sup>74</sup> Viz kapitoly 2.5.1 a 2.7.

<sup>75</sup> K porovnání z kapitol 2.2 a 2.3.

<sup>76</sup> K porovnání z kapitol 2.2 a 2.3.

<sup>77</sup> K porovnání z kapitol 2.2 a 2.3.

<sup>78</sup> Viz kapitoly 2.3 a 2.8.1, výzkum M. Halea.

<sup>79</sup> Převzato z práce Barbory Urbišové, viz kapitola 2.8.2.

<sup>80</sup> Viz Úvod; „Zároveň ale také vzrostl ve velké míře počet dalších volno-časových aktivit, které se prosazují i v mediálním prostoru.“

### VÝZKUMNÁ OTÁZKA 3

Jsou v člancích týkajících se organizace Junák-český skaut nebo skautského hnutí obecně ve vybraném médiu v jednotlivých letech uváděny kontextové informace?

**HYPOTÉZA 14:** Uvádění kontextových informací v roce 2015 u analyzovaných článků oproti roku 2000 vzroste.<sup>81</sup>

*Metoda: Zaznamenám absenci/účast kontextu.*

### VÝZKUMNÁ OTÁZKA 4

Jakým způsobem je organizace Junák-český skaut zobrazována na obrazových materiálech, jaký prostor je věnován vizuálním sdělením, týkajících se této organizace a hnutí obecně, s jakými tématy jsou doplňující obrazové materiály spojovány ve vybraném médiu v jednotlivých letech?

**HYPOTÉZA 15:** Prostor, věnovaný obrazovým přílohám analyzovaných článků, se bude v jednotlivých letech ve zkoumaném médiu lišit.<sup>82</sup>

**HYPOTÉZA 16:** Vyobrazovaná témata na obrazových přílohách analyzovaných článků se budou ve vybraném médiu v jednotlivých letech opakovat.<sup>83</sup>

**HYPOTÉZA 17:** Skauti budou v obou letech v nadpoloviční většině případů na fotografiích zobrazováni ve skautském kroji.

## 3.4 VÝZKUMNÝ VZOREK

Výzkumný vzorek je prvním zásadním prvkem obsahové analýzy. „*V případě, že se zabýváme výzkumem určitého tématu, bude vhodnější zvolit účelový vzorek.*“<sup>84</sup> Proto jsem se v rámci své práce rozhodla zkoumat celý kalendářní rok a do analýzy zahrnout všechny články a texty se skautingem spojené, které v rámci každého jednoho roku v tištěném vydání MF Dnes vyšly.

---

<sup>81</sup> K porovnání z kapitoly 2.4.

<sup>82</sup> Viz kapitola 2.2.

<sup>83</sup> K porovnání z kapitol 2.3 a 2.4.1.

<sup>84</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 105.

K rozhodnutí zkoumat mediální obraz skautingu reprezentovaný právě deníkem Mladá Fronta Dnes jsem došla skrz několik podstatných faktů. Prvním důvodem je už jen zvolení komparativního výzkumu. Vzhledem k tomu, že chci porovnat, jak se mediální obraz Junáka v letech posunul a zvolila jsem jako počáteční rok 2000, vybrala jsem právě deník MF Dnes, jako v té době nejprodávanější titul na českém mediálním trhu. Zároveň jsem chtěla pracovat s printovým vydáním, jelikož v roce 2000 nebylo v České republice internetové zpravodajství ještě natolik rozšířené. Dalším důvodem je dlouhá tradice tohoto deníku, která by eventuálně do budoucna mohla znamenat rozšíření komparativní analýzy i hlouběji do historie a analyzovat opětovnou proměnu mediálního obrazu skautingu například v době krátce poválečné. Kromě toho jsem také vycházela z přihlášení se MF Dnes k zařazení k seriózním titulům, v rámci kterých zůstala nejprodávanějším titulem i v roce 2015.

Vybraný obsah k analýze je hned od začátku nasnadě. Budu zkoumat všechny texty, články a případně fotoreportáže, které se jakkoliv vážou ke skautskému hnutí nebo k organizaci Junák-český skaut. Jednotky budu kódovat ve dvou stupních, články o skautingu v kategorii zmínka pouze částečně, v kategorii hlavní nebo vedlejší téma pak celkově.<sup>85</sup> Články vyhledám pomocí databáze anopress, přičemž budu zadávat jako klíčové slovo skaut\* a pro kontrolu také juná\*. (Přestože předpokládám, že vyhledané články pomocí jednoho či druhého klíčového slova se budou ve většině případů krýt). Z předběžného náhledu do výzkumného souboru vyplývá, že některé z nalezených textů pomocí klíčového slova skaut\* se týkají sportu a skautů, hledajících nové talenty. Takové články z kódování samozřejmě vynechám. (Nikterak se netýkají skautského hnutí, ani junácké organizace).

Vybrané časové období odpovídá vždy jednomu kalendářnímu roku. Pomocí takto stanoveného vzorku chci jednak získat dostatek jednotek k výzkumu, jednak chci zjistit, zda se informování opakuje cyklicky navázané na stejné události, spojené s daty a roční dobou.<sup>86</sup>

---

<sup>85</sup> Podrobnému vysvětlení způsobu kódování se budu věnovat v kapitole 3.5.

<sup>86</sup> Pozn.: Postupovala jsem podle Schererova Úvodu do metody obsahové analýzy. „Výběr se provádí ve čtyřech rovinách. Nejprve musíme rozhodnout, jaká média budeme rozebírat. Za druhé si musíme rozmyslet, jaké obsahy budeme v těchto médiích analyzovat. Za třetí si musíme stanovit, za jaké časové období budeme mediální obsahy sledovat. A konečně si musíme také specifikovat mediované obsahové jednotky.“ SCHERER, Helmut. Úvod do metody obsahové analýzy. SCHULZ, Winfried, Irena REIFOVÁ, Lutz HAGEN a Jakub KONČELÍK. Analýza obsahu mediálních sdělení. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 29 – 50, s. 35.

## 3.5 KÓDOVACÍ JEDNOTKA

„Kódovací jednotka je základní celek, na který je zkoumaný materiál členěn, zpravidla článek/zpráva.“<sup>87</sup> Pro mě bude v rámci kódování a následné kategorizace takovou jednotkou měření zpráva nebo z hlediska publicistických žánrů jakýkoliv jiný článek či ucelený text věnující se skautské tematice nebo alespoň zmiňující skauting či organizaci Junák-český skaut. V průběhu předvýzkumu jsem narazila na velký počet textů uvedených povětšinou jako „kulturní tipy“ či „tipy na víkend“ apod. U takových textů, které jsou součástí většího celku (např. 20 dalších pozvánek na akce v okolí), a bývají v novinách vypsány po odstavcích či bodech, jsem měřila pouze takový celek, který se bezprostředně věnoval skautům a Junáku. (Zpravidla se jednalo o jeden odstavec nebo pár vět, které byly vždy explicitně odděleny od dalších tipů). Pokud se ve výzkumném vzorku objeví samostatná fotografie, bude pro mě plnohodnotnou kódovací jednotkou, stejně tak jako texty.

## 3.6 OPERACIONALIZACE

### 3.6.1 SLEDOVANÉ PROMĚNNÉ

V práci jsem se zaměřila celkem na 33 proměnných, které mohou nabývat různé hodnoty. Několik z nich pak slouží pouze pro identifikaci kódovací jednotky, ostatní k analýze a následnému vyhodnocení hypotéz.

#### IDENTIFIKACE KÓDOVACÍ JEDNOTKY:

- 1) **Zdroj** – zpráva vyšla v MF Dnes buď v roce 2000, nebo v roce 2015. Pro rok 2000 nabývá proměnná hodnoty 1 pro rok 2015 hodnotu 2.
- 2) **Název** – název je jedinečná proměnná, pokud se nejedná o již zmíněné tipy a pozvánky. U ostatních kódovacích jednotek je název shodný s titulkem, u kódovacích jednotek v kategorii tipů jde většinou o název celého boxu, tedy většinou „kultura dnes,“ „tipy dnes“ atd.

#### PROMĚNNÉ URČENÉ K ANALÝZE:

- 3) **Mutace** – tato proměnná nabývá hodnot podle toho, v jaké mutaci článek vyšel. V době, z níž vychází můj výzkumný vzorek, ovšem došlo k rozdělení některých regionů, které dříve měly společnou redakci a tím pádem i společné vydání. Např.

---

<sup>87</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 114.



Východní Čechy se rozdělily na Pardubické a Královéhradecké vydání atd. Hodnoty jsou tak jednotlivá regionální vydání, ve kterých se články nachází, případně celostátní vydání, jsou-li texty přímo v těch několika stranách, které jsou pro každý region společné.

- 4) **Datum vydání** – datum zaznamenám ve tvaru dd.mm.rrrr.
- 5) **Celkový počet stran vydání** – proměnná je zásadní pro výpočet prostoru, který daný text či fotografie zabrali z celkové plochy celého vydání, včetně novinových příloh. Tato proměnná nabývá číselných hodnot podle napočítaných stran a sleduji ji pouze u textů v kategorii hlavní nebo vedlejší téma a již zmíněné „tipy.“
- 6) **Strana** – zapisuji konkrétní číslo strany, na níž se daná jednotka nachází. Opět budu sledovat pouze u textů typu hlavní či vedlejší téma a tipy.
- 7) **Rubrika** – jmenovitě vypíšu název rubriky, ve které se daná kódovací jednotka nachází.
- 8) **Rozsah** – rozsah jsem neměřila počtem slov, nýbrž fyzickým rozsahem dané kódovací jednotky (tzn. textu či textu + fotografie), pomocí pravítka na cm<sup>2</sup>. Do měření je zahrnutá celá kódovací jednotka, tedy ucelený text včetně titulku a případné fotografie, jejíž rozměr bude následně měřen zvlášť v samostatné proměnné. Z měření rozsahu opět vyřadím články typu zmínka.
- 9) **Junák jako téma** – proměnná může nabývat čtyř hodnot. Skautské hnutí může být buď hlavním tématem článku, vedlejším tématem, pouhou zmínkou nebo již popisovaným „tipem,“ kde je skauting hlavním tématem jednoho z tipů, které jsou však v novinách zařazeny společně.
- 10) **Téma článku** – témat článku může být vždy několik. Proto zaznamenám všechny motivy, které se v dané kódovací jednotce objeví, jelikož jednou z mých výzkumných otázek je právě to, s jakými tématy je skauting spojován. Pro určení jednotlivých kategorií jsem zvolila postup emergent kódování, „kdy nejdříve předběžně prozkoumáme zkoumaný vzorek a poté vystavíme kategorie zkoumání.“<sup>88</sup> Pomocí tohoto postupu jsem stanovila následující hodnoty, kterých mohou kódovací jednotky dosahovat:
  - a. Akce pro veřejnost – skauti jako pořadatelé nebo spoluorganizátoři různých akcí pro veřejnost (výstavy, soutěže, závody...)

---

<sup>88</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 106.

- b.** Betlémské světlo – každoroční událost spojená s převozem světla zapáleného přímo v Betlémě. Světlo následně skauti rozváží po celé republice.
- c.** Cestování
- d.** Dobročinnost/dobrovolnictví – všechny neziskové aktivity, ale také dobrovolná práce (nejedná se tedy jen o sbírky, ale o cokoliv, co skauti dělají ve volném čase a něco tím přináší svému okolí).
- e.** Eko-ochranářské akce – především úklid přírody.<sup>89</sup>
- f.** Expozice o skautském hnutí
- g.** Hry, soutěže a závody – různé soutěže a závody pro děti a veřejnost, ale i interní skautské závody a hry v rámci popisu činnosti na výpravách a táborech.
- h.** Junák jako organizace – informace o vnitřním fungování hnutí.
- i.** Nehoda/neštěstí
- j.** Pietní nebo vlastenecké akce, významná výročí – slavení státních svátků, memoriály, připomínající významné osobnosti, atd.
- k.** Práce a renovace
- l.** Sbírka – platí i u zvlášť sledovaných sbírek Květinový den a Kapka naděje.
- m.** Skautská osobnost – skautští činovníci, jejichž příběh nebo zážitky jsou námětem článku.
- n.** Skautská vyznamenání
- o.** Skautské prostory – povětšinou klubovny, ale také jakékoliv další prostory, patřící skautům. (Např. Skautský institut v Praze).
- p.** Totalitní režimy – informace či příběhy z doby nacistické nebo komunistické vlády.
- q.** Výročí založení – vztaženo k Junáku (většinou k místním oddílům).
- r.** Ivančena – vzpomínková akce na kamenné mohyle v Beskydech, připomínající popravu pěti skautů za účast v protinacistickém odboji.
- s.** Jamboree – mezinárodní setkání národních skautských organizací.
- t.** Skautské vzdělávání – informace o skautských vzdělávacích kurzech a akcích.
- u.** Kapka naděje – celorepubliková sbírka na pomoc proti leukémii na benzínových pumpách.
- v.** Květinový den – sbírka na pomoc proti rakovině.
- w.** Jiné

---

<sup>89</sup> Ale také např. záchrana poraněného čápa, viz článek „Poraněný čáp stále uniká“.

- 11) Označení hnutí/organizace** - proměnná, v rámci níž sleduji jeden z ukazatelů užívání kontextu. Nabývá hodnot podle toho, zda je v článku zmíněn celý název organizace či je použito pouze slovo junák nebo slovo skaut nebo jsou použity v kombinaci.
- 12) Jiné organizace, hnutí a společenské skupiny** – jednou z mých ústředních tezí je, že skauting bude spíše zmiňován ve spojitosti s dalšími organizacemi, hnutími, případně až téměř subkulturami. Proměnná tak bude nabývat následujících hodnot podle toho, jaké další organizace a spolky jsou v souvislosti se skautingem zmiňovány:
- a. Sokol
  - b. Pionýr
  - c. Turisti, turistické oddíly a vodáci
  - d. Ekologové a ochránářské spolky
  - e. Sportovní spolky a kroužky
  - f. Trampové
  - g. Nadace a občanská hnutí
  - h. Státní správa
  - i. Duchovní a náboženské spolky
  - j. Kulturní a výtvarné spolky a kroužky
  - k. Dům dětí a mládeže
  - l. Jiné
- 13) Elitní osoby** – v rámci výzkumu sleduji, zda je skauting spojován s elitními osobnostmi, případně s jakými. Proměnná nabývá hodnoty ano nebo ne podle toho, zda se elitní osoba v kódovací jednotce vyskytuje či nikoliv. Za elitní osoby budu považovat celebrity, přední vědce, umělce či politiky, kteří jsou v textu buď uvedeni jako skauti, příznivci či odpůrci skautingu nebo s Junákem dle textu úzce spolupracují.
- 14) Jméno elitní osoby** - v této proměnné budu vypisovat, které konkrétní osobnosti se v článku zmiňují.
- 15) Jaroslav Foglar** – v rámci předběžného zhodnocení výzkumného souboru vyšlo najevo, že Jaroslav Foglar je velice často zmiňován ve spojitosti se skautingem, jako asi jeho nejznámější představitel. Tuto proměnnou tedy budu sledovat zvlášť a nabývá dvou hodnot, podle toho, jestli je Foglar v článku zmíněn či nikoliv. U každé kódovací jednotky, ve které figuruje jméno tohoto spisovatele, zakóduji i účast elitní osoby.

- 16) Personalizace** – v textech budu analyzovat prvky personalizace. Proměnná může nabývat hodnot ano/ne. U textů typu zmínka tuto proměnnou nesleduji.<sup>90</sup>
- 17) Negativita** – budu sledovat projevy negativity. Proměnná může nabývat hodnot ano/ne. U textů typu zmínka tuto proměnnou nesleduji.<sup>91</sup>
- 18) Lokalizace** – lokalizaci sleduji již pomocí proměnné mutace. Zde se jedná o lokalizaci informací o skautském hnutí na úrovni států. Proměnná může nabývat hodnot domácí, zahraniční, kombinace domácí i zahraniční a nelze určit.
- 19) Odkaz na skauting v zahraničí** – budu vypisovat konkrétní země, o jejichž místním skautském hnutí se text zmiňuje.
- 20) Kontext** – budu sledovat, zda novináři uvádějí kontextové informace o skautském hnutí a organizaci Junák-český skaut. Proměnná může nabývat hodnoty 0 nebo 1 podle toho, jestli je alespoň nějaká kontextová informace zmíněna. Pro větší přehlednost jsem ale každý typ kontextu ještě rozdělila do zvláštních proměnných, které vždy nabývají hodnot ano/ne/částečně:
- a. Kontext – náplň činnosti** – jedná se o informace o skautských aktivitách, způsobu výchovy a práce v oddílech a družinách, typu pořádaných akcí.
  - b. Kontext – historie** – jde o fakta týkající se skautské historie, vzniku Junáka, jeho zakladatelů a třech zázraků skautských organizací v průběhu minulého století.
  - c. Kontext – struktura organizace** – informace o struktuře Junáka, jeho vedení, financování, dělení do regionálních struktur, případně na suchozemské a vodní skauty, členění a názvy věkových kategorií.
  - d. Kontext – napojení na světové společenství** - fakta o členství českého Junáka v celosvětovém skautském hnutí pro dívky i chlapce.
- 21) Hlavní témata Junáka** – podobně jako s kontextem budu pracovat i s proměnnou, která má ukázat, zda se do médií dostávají hlavní témata skautského hnutí, která jsou obsažena v jeho stanovách. I tuto proměnnou si pro přehlednost rozdělím a budu sledovat nabývání hodnot ano x ne.

---

<sup>90</sup> Pozn.: „Obecně vychází z předpokladu, že zpravodajství má tendenci přinášet příběhy o konkrétních lidech, jednotlivcích či malých skupinách jednotlivců, kteří jsou často uvozeni svým jménem.“ GAAR, Dorian. *Koncept zpravodajských hodnot a jeho vliv na výběr témat v týdeníku Respekt*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota, s. 29. Při analyzování se budu řídit tímto popisem daného jevu. Za personalizaci budu považovat texty typu story či články převyprávěné přes příběh jedince nebo malé skupiny (např. skautské družiny, skautských kamarádů nebo skautského oddílu).

<sup>91</sup> Příklady negativity: konflikty, korupce, podvody, nehody, komplikace různého charakteru, smrt, sexuální skandály, skandály celebrit a známých osobností, zrušení/omezení služeb, zločiny atd.

- a. **Fyzická zdatnost** - informace o pořádání tělovýchovných soutěží, rozvíjení fyzické zdatnosti a kladnému vztahu k sportu.
  - b. **Kladný vztah k přírodě** – zprávy obsahující ekologické skautské projekty, vzdělávání ohledně přírody, zapojení skautů do péče o krajinu atd.
  - c. **Morální a duchovní výchova** – témata související s duchovním či morálním rozvojem, skautskými dobročinnými projekty, skauti jako dobrovolníci atd.
  - d. **Vlastenectví** – témata jako propagace vlasti v zahraničí, skautská účast na historicky významných vzpomínkových akcích, skautský odboj atd.
  - e. **Apolitičnost** – na rozdíl od ostatních stanov zkoumám, jestli nedochází právě k porušení apolitičnosti, jelikož Junák reprezentuje hnutí jako nezávislé na politice a politických stranách. Za porušení apolitičnosti budu považovat jakákoliv vyjádření skautských činitelů k politické situaci či hlášení se k některým politickým stranám či směrům.
- 22) **Grafická příloha** – proměnná bude nabývat tři hodnot, a to žádná příloha, fotografie nebo infobox. Nezakóduji u článků typu zmínka.
- 23) **Rozsah přílohy** – stejně jako celistvý text budu měřit i rozsah fotografií či jiných grafických příloh, opět na cm<sup>2</sup>. Nebude se týkat článků typu zmínka.
- 24) **Téma přílohy** – I u fotografie či jiné přílohy budu sledovat téma, které může nabývat následujících hodnot:
- a. Dobročinný prodej
  - b. Hry, dovednosti, soutěže
  - c. Portrét osobnosti
  - d. Práce a úklid
  - e. Skauti a státní symboly
  - f. Skauti na Ivančeně
  - g. Skauti v táboře
  - h. Skauti se škodovkou
  - i. Zapalování Betlémského světla
  - j. Jiné
- 25) **Zobrazování skautů** – Proměnná může nabývat tři hodnot. Skauti na fotografii zachyceni jsou, nejsou nebo nelze určit.
- 26) **Zobrazení skautského kroje** – Proměnná může nabývat tři hodnot, skaut v kroji zobrazen je, není nebo nelze určit.

### 3.7 VÝSLEDKY ANALÝZY

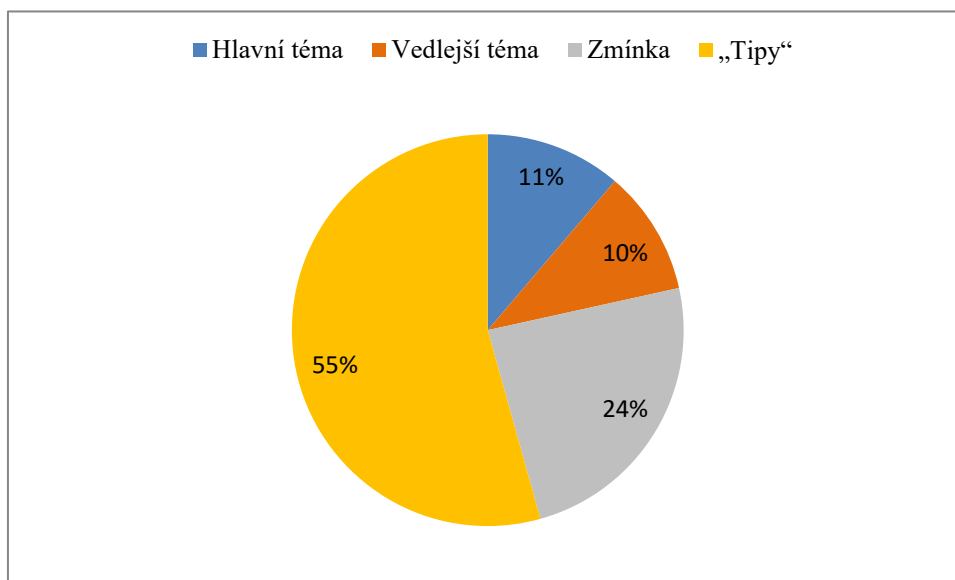
#### 3.7.1 PROSTOR VĚNOVANÝ ORGANIZACI JUNÁK - ČESKÝ SKAUT A SKAUTSKÉMU Hnutí OBECNĚ

Dohromady vyšlo v Mladé Frontě Dnes během obou let 596 článků, které alespoň reflektovaly existenci skautského hnutí a organizace Junák-český skaut. Jde tedy o všechny kategorie textů, ať už v nich skauting a Junák vystupují jako hlavní či vedlejší témata nebo jako „tipy“ či pouhé zmínky. Z celkového počtu kódovacích jednotek jich bylo 427 vydáno v roce 2000 a 169 v roce 2015.

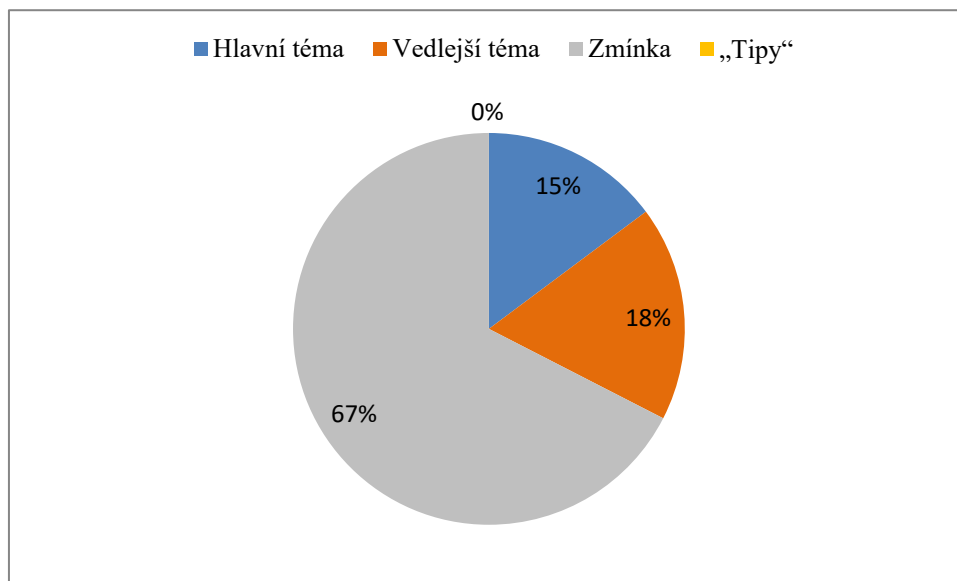
**Tabulka č. 1: Přehled počtu článků v rámci proměnné „Junák jako téma“**

ZDROJ	Hlavní téma	Vedlejší téma	Zmínka	„Tipy“	Celkem
Rok 2000	48	44	103	232	427
Rok 2015	25	30	114	0	169
<b>Celkem</b>	<b>74</b>	<b>74</b>	<b>217</b>	<b>233</b>	<b>596</b>

**Graf č. 1: Procentuální složení článků v rámci proměnné „Junák jako téma“ v roce 2000**



**Graf č. 2: Procentuální složení článků v rámci proměnné „Junák jako téma“ v roce 2015**

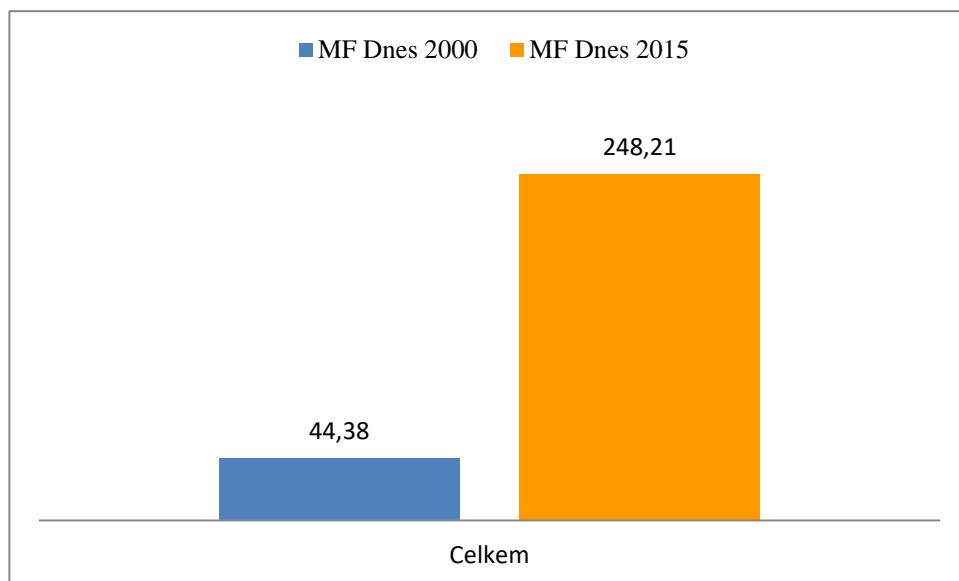


Z grafů se dá přehledně vyhodnotit hypotéza č. 2 i 3. Ty se týkaly právě složení článků podle postavení Junáka a skautingu jako tématu. Předpoklad obsažený v hypotéze č. 3, že články nabývající v rámci proměnné „Junák jako téma“ hodnotu „tipy“ se budou v roce 2015 v deníku vyskytovat méně, se potvrdil. Těto hodnoty analyzované jednotky z roku 2015 vlastně nenabývaly vůbec. Dvou až třívěté pozvánky na drobné výstavy a události ztratily v tištěném vydání zcela své místo a i díky tomu byl skauting v roce 2015 co do počtu článků reprezentován v novinách méně často.

Potvrzení hypotézy č. 2 je pak poměrně sporné. Zatímco v roce 2015 skutečně převažovaly zprávy, v nichž bylo skautské hnutí pouze zmínkou nebo vedlejším tématem, v roce 2000 víc jak polovinu analyzovaných jednotek tvořily texty kódované jako „tipy“. Přesto, že z nich čtenáři nemohli načerpat příliš informací, v rámci těchto kratičkých zpráv bylo hnutí hlavním tématem textu a dá se tedy říct, že v roce 2000 převažovaly články, v nichž mělo hnutí a organizace Junák postavení hlavního tématu. Při další analýze však tyto „tipy“ s klasickými zprávami nesrovnávám, jelikož se přece jen jedná o rozdílný formát.

Na tomto místě bych ráda porovnála, kolik faktického prostoru deník na svých listech textům poskytl.<sup>92</sup> Následující graf ukazuje, jaký byl průměrný rozsah analyzovaných článků v roce 2000 a 2015. (Na tomto místě bych ráda připomněla, že rozsah jednotek jsem měřila pouze u článků, ve kterých byl Junák hlavním nebo vedlejším tématem či se jednalo o tzv. „tip“).

**Graf č. 3 Porovnání průměrného rozsahu článků v jednotlivých letech**



Z grafu vyplývá, že v roce 2015 zabíraly kódovací jednotky v průměru více jak dvojnásobnou plochu než v prvním zkoumaném období. Tím je ověřen předpoklad nastíněný v kapitole č. 2.4, a vycházející z trendu konvergence. Tedy, že článků bude v roce 2015 méně, ale naroste jejich obsah. (Nebo přinejmenším užitá plocha). Na tomto místě bych ráda podotkla, že než jen k nárůstu textu došlo pravděpodobně také ke zvětšení rozsahu využitých vizuálních prvků a také se celkově zvětšila plocha listu.<sup>93</sup> Porovnáváním grafických příloh se ale budu zabývat důkladněji až v samostatné podkapitole.

Z první tabulky je jasné, že v roce 2000 vyšlo zhruba 3,5krát více článků než v druhém zkoumaném ročníku. Zdánlivě se tak dá soudit, že skauting dostal v deníku více prostoru v roce 2000. Porovnáme-li však součet rozsahu užitých ploch z obou let, získáme poněkud rozdílná data.

<sup>92</sup> Pozn.: Jak už jsem uváděla v rámci operacionalizace, z analýzy této proměnné jsem vynechala kódovací jednotky v kategorii zmínka. Měřila jsem tedy pouze texty, v nichž byl opravdu určitý prostor skautingu věnován. Tedy v kategorii hlavní téma, vedlejší téma, zmínka.

<sup>93</sup> Z 1113, 84 cm<sup>2</sup> potištěné plochy na 1225,5 cm<sup>2</sup>.



**Tabulka č. 2: Celkový součet rozsahů analyzovaných článků v obou zkoumaných letech**

ZDROJ	Hlavní a vedlejší téma	Hlavní téma, vedlejší téma a "tipy"
MF Dnes 2000	13182 cm <sup>2</sup>	14378 cm <sup>2</sup>
MF Dnes 2015	13652 cm <sup>2</sup>	13652 cm <sup>2</sup>

Co se týče průměrného podílu kódovací jednotky na vydání, byl v roce 2015 také vyšší než v předchozím sledovaném období. To je dáno jednak průměrně větším rozsahem článků, ale také menším počtem stran tehdejších výtisků.<sup>94</sup>

**Tabulka č. 3: Průměrný podíl článků na celkovém vydání a průměrný počet stran jednoho vydání v obou zkoumaných letech**

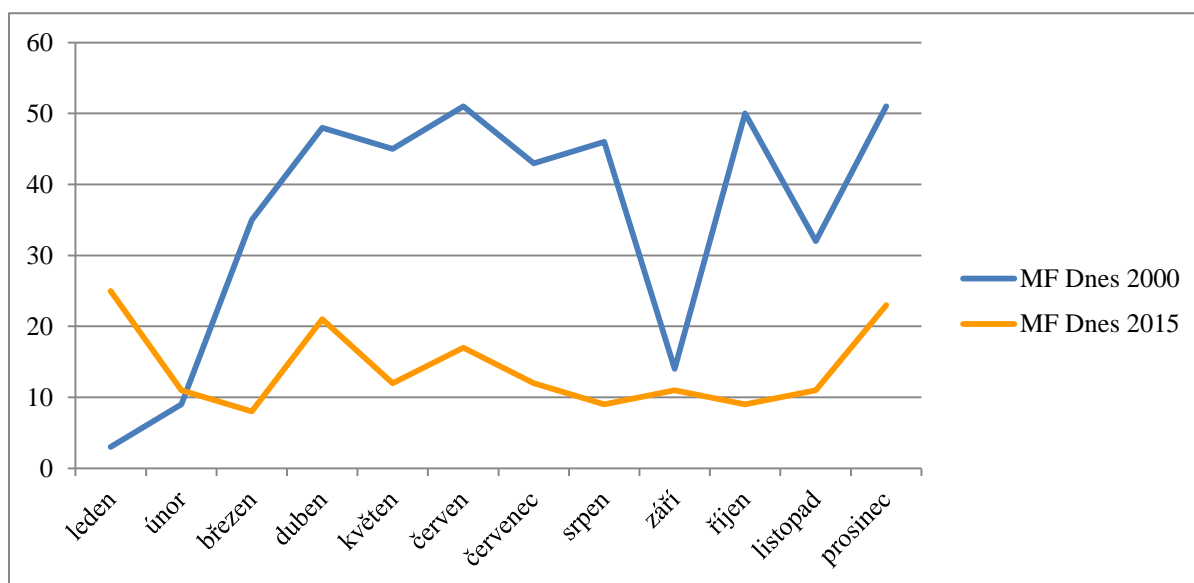
ZDROJ	Průměrný podíl	Průměrný počet stran
MF Dnes 2000	0,09%	49
MF Dnes 2015	0,89%	24

Co do rozsahu byly v roce 2000 nejrozsáhlejší články rozhovor se skautským vůdcem Karlem Líbou, s titulkem „Modré stejnokroje jsme nikdy nepotřebovali“ a reportáž ze skautské svatby s titulkem „Svatba: Indiánka a kovboj se vzali na ostrově“, přičemž v rozhovoru byl skauting hlavním tématem a v reportáži vedlejším. Oba články měřily 1114 cm<sup>2</sup>, tzn., že se rozprostíraly přes celý jeden list. Část jejich plochy tvořila u obou grafická příloha. V případě rozhovoru to byla jedna fotografie, která zaujímala 30% plochy článku. U vizuálně atraktivní události, jakou byla netradiční svatba uprostřed skautského tábora, to bylo dokonce 60% plochy reportáže, celkem ve třech fotografiích. Oba články vyšly v mutaci Moravskoslezský kraj.

<sup>94</sup> Pozn.: Ročník z roku 2000 byl obvykle dvakrát rozsáhlejší oproti ročníku 2015. Nacházelo se v něm více inzercí a různých příloh, které se v pozdějších letech postupně přesunuly do samostatných příloh časopiseckých. A tak i přesto, že jeden list ročníku 2015 je rozměrově o něco větší, vyšší počet příloh a stran v roce 2000 způsobil podstatně nižší podíl článků na vydáních v tomto ročníku.

Nejdelší článek z roku 2015 měřil 999 cm<sup>2</sup> a vázal se k akci „Uklidme Česko!“, které se na mnoha místech České republiky účastnili i místní skauti. V tomto konkrétním článku jim byla věnována celá jedna fotografie s názvem „Skauti ve službě“. Celý článek pak obsahoval 9 grafických příloh (jednalo se o nejvyšší číslo z obou dvou let), měl také největší podíl na daném vydání ze všech analyzovaných jednotek. Tvořil 3,4% obsahu středočeského vydání MF Dnes z 20. dubna 2015.

**Graf č. 4: Vývoj počtu článků na časové ose v roce 2000 a 2015**

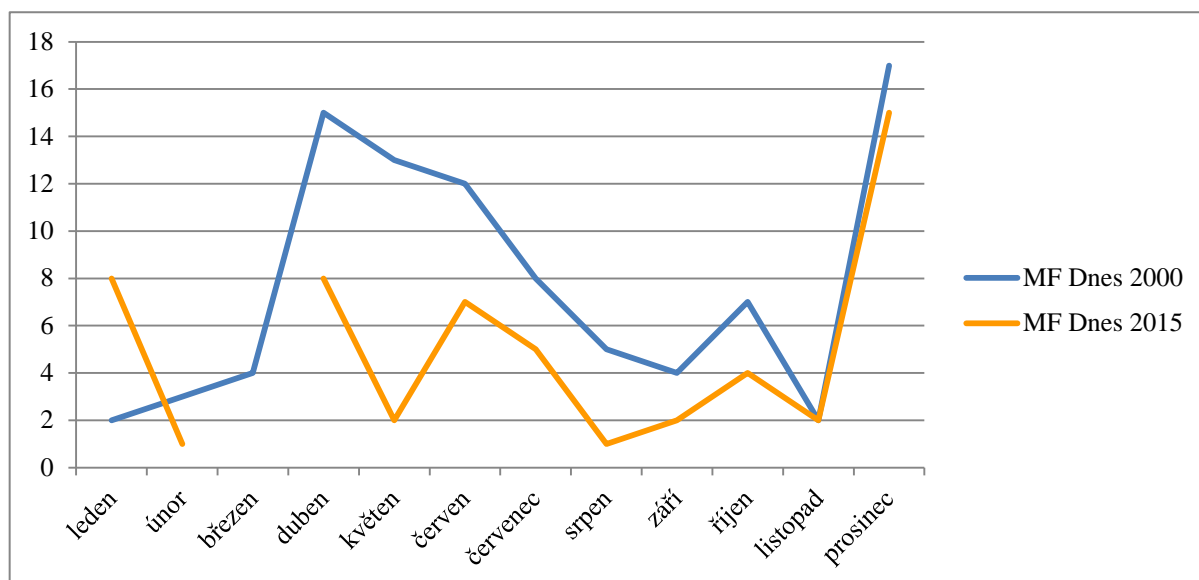


Jelikož graf zahrnuje všechny druhy kódovacích jednotek, je svým obtížné interpretovat růsty a propady jednotlivých křivek. Vysoký pokles v září a následný růst v říjnu roku 2000 je však pravděpodobně zapříčiněný tím, že v září se v ani jedné mutaci neobjevovala žádná z dlouhodobě vycházejících pozvánek či tipů na výstavu, zatímco v říjnu (jako v mnoha dalších měsících) vycházely pravidelně hned dvě takové pozvánky na „Výstavu skautských fotografií“ a „Expozici o mezinárodním skautském táboře Vivienne.“

Výraznější nárůst v dubnu roku 2015 pak souvisí s akcí „Uklidme Česko!“, které se na mnoha místech republiky účastnily i skautské družiny.<sup>95</sup> Důvod nárůstu počtu článků v prosinci v obou ročnících se vcelku nabízí; jedná se o mediální pokrytí akce Betlémské světlo v různých krajích.

<sup>95</sup> Viz nejdelší článek roku 2015.

**Graf č. 5: Vývoj počtu článků v postavení Junáka jako hlavního a vedlejšího tématu v roce 2000 a 2015**



Pokud vezmeme v úvahu pouze texty věnující se skautskému hnutí podrobněji, křivky se budou částečně odlišovat.

Fakt, že leden roku 2015 je co do článků početnější, nejspíš pomohl zapříčinit závod pořádaný pro širokou veřejnost „Praha plná strašidel“<sup>96</sup>. Ten byl i fotograficky atraktivní událostí, jelikož jeho pořadatelé měli vizuálně výrazné kostýmy.

Nárůst v obou letech v období dubna, který byl zaznamenán už v předchozím grafu, je pak jistě spojený s tzv. „jarními úklidy“ v přírodě (viz již výše zmíněná událost „Uklidme Česko!“), ale také se vzpomínkovou akcí Ivančena, která byla ovšem zmiňovanějším tématem v roce 2000.<sup>97</sup>

Červen roku 2015 zaznamenal nárůst také díky začátku cesty „Škodovkou do Japonska“ a roverskému festivalu Obrok.<sup>98</sup> V roce 2000 měl naopak červen sice drobný pokles, ale i tak byl počet zpráv vcelku vysoký, a to díky sbírce Kapka naděje<sup>99</sup>.

<sup>96</sup> Viz např. článek „Krvavá jeptiška, ohnivý muž i pirát strašili v ulicích. Děti luštily šifry, aby je mohly potkat“.

<sup>97</sup> Z toho toku pochází třeba zpráva s titulkem „Skauti uctí kamarády“.

<sup>98</sup> Viz např. text „Skauti a buzola? Kdepak. Dnes spíš GPS a internet“.

Obou-letý říjnový výkyv je spíš dílem náhody, avšak následný prosincový výrazný nárůst je ještě podtržen vynecháním článků typu „zmínka“ a „tipy“ a domnívám se, že podporuje hypotézu o silném mediálním pokrytí akce Betlémské světlo.

### 3.7.2 TÉMATA

K výzkumné otázce, zabývající se zastoupením témat, jimž se články informující o Junáku věnují, a s kterými je skauting v deníku spojován, vzniklo velké množství hypotéz. Tou primární byl předpoklad, že se daná témata budou v obou letech opakovat. Než dané ročníky porovná, ráda bych zmínila celkově nejpočetnější témata obou dvou let.

Největšího počtu výskytů dosáhla kategorie témat „Jiné.“ Tento fakt si vysvětluji především nastavenými kritérii. Ohledně tematického rámcování článků jsem totiž zkoumala všechny kódovací jednotky, včetně těch, kde byl Junák pouze letmo zmíněn. I v takových situacích mě totiž zajímalo, s čím je hnutí nejčastěji spojováno. Proto tato kategorie dosáhla nejvyšších hodnot. Druhým nejčastějším pak bylo téma „Expozice o skautském hnutí,“ následované tématem „Výročí založení,“ což ovlivnily tzv. články „tipy,“ jelikož většina z nich se týkala již zmíněných pozvánek na nějakou regionální skautskou výstavu.<sup>100</sup>

Jak jsem již nastínila, z pozdějších ročníků postupně tyto pozvánky vymizely a s nimi také téma expozic a výročí. Jinak se však hypotéza č. 4 částečně potvrdila. Většina témat se samozřejmě v obou letech opakovala. Stejných nebo podobných hodnot dosáhly např. kategorie „Totalitní režimy“, „Betlémské světlo“, „Akce pro veřejnost“ nebo „Hry, soutěže a závody“. Našly se ale i další kategorie, které se v jednom ročníku vyskytovaly mnohem častěji či se v tom druhém vlastně vůbec neobjevily. Těmi jsou například sbírky „Kapka Naděje“ a „Květinový den“, o kterých se v roce 2015 v MF Dnes vůbec neinformovalo. Naopak se v něm ale dostala do popředí témata „Cestování“ a „Jamboree“<sup>101</sup>, jež byla v ročníku 2000 náplní článku pouze jednou.

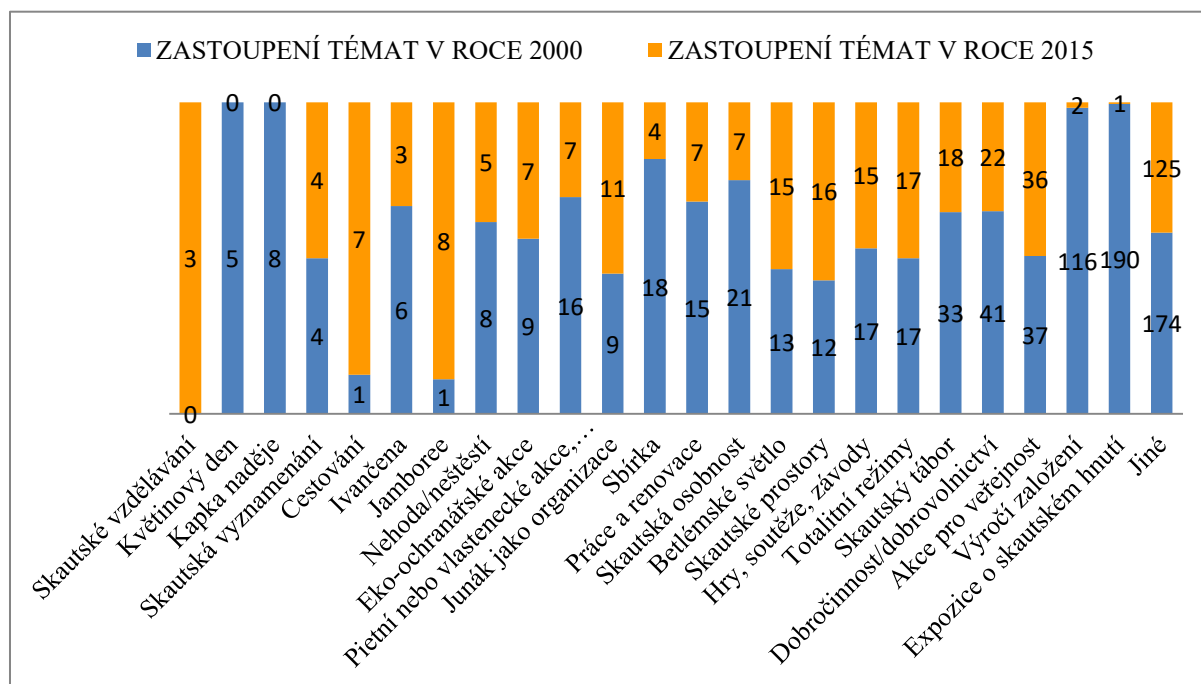
---

<sup>99</sup> Viz zpráva „Peníze za mytí aut dostane nadace“.

<sup>100</sup> A vzhledem k tomu, že většina výstav vznikla u příležitosti výročí vzniku místního skautského oddílu, dostalo se téma výročí založení do popředí.

<sup>101</sup> A to především díky dvěma skautům, kteří zamířili „starou škodovkou“ (Škodou 120L) reprezentovat Česko a místní skautské hnutí do Japonska právě na tehdejší celosvětový sraz skautů a skautek – tedy na Jamboree 2015.

**Graf č. 6: Zastoupení témat v obou ročnících Mladé Fronty Dnes<sup>102</sup>**



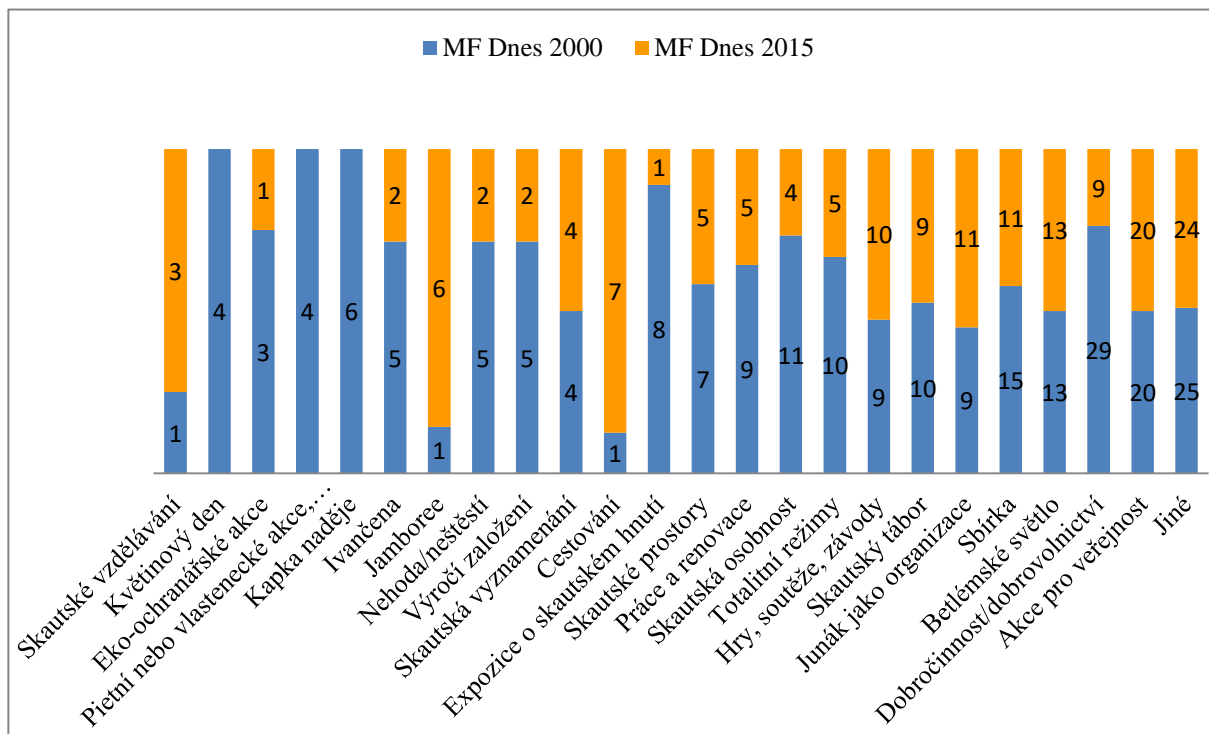
*Pozn.: Témata jsou seřazena od nejméně po nejvíce časté.*

Vzhledem k tomu, že nadpoloviční většinu článků tvořily pouhé zmínky o skautingu nebo „tipy“<sup>103</sup>, pohled na tematické rámcování Junáka a hnutí tím může být poněkud zkreslen. Následující graf tak zobrazuje proměnu skladby témat, interpretujeme-li čistě články, ve kterých je Junák hlavním nebo alespoň vedlejším tématem a čtenář se tak z nich o skautingu může dozvědět větší množství informací.

<sup>102</sup> Kvůli lepší čitelnosti plocha grafu přetahuje za stanovenou stránku.

<sup>103</sup> Tyto texty byly samozřejmě podstatnou součástí výzkumu, jelikož drobným ale častým výskytem v různých krajích minimálně připomínaly existenci skautů a probíhající činnost. Zároveň však neříkají o moc víc, než že tu hnutí je.

**Graf č. 7: Zastoupení témat pouze v rámci článků v postavení Junáka jako hlavního nebo vedlejšího tématu**



Pozn.: Témata jsou seřazena od nejméně po nejvíce časté.

Pro ověření hypotézy o cyklickém opakování témat v rámci ročních období a s nimi spojených událostí jsem se pak taktéž rozhodla interpretovat pouze kódované jednotky v postavení Junáka jakožto hlavního či vedlejšího tématu. A to z důvodu, že jak „tipy“ na výstavy, tak pouhé zmínky o hnutí, se v průběhu roku objevovaly v mnoha případech bez jakéhokoliv klíče, platného pro mnou zkoumaný objekt.<sup>104</sup>

### 3.7.2.1 Betlémské světlo

Na tomto místě bych ráda krátce zhodnotila hypotézu č. 11, týkající se předpokladu, že mediálně nejpokrytější akcí organizace Junák – český skaut bude Betlémské světlo. Událostí, které byly organizovány pouze skautským hnutím, se v obou ročnících objevilo několik. Patří k nim Kapka naděje, Jamboree, Praha plná strašidel (zařazená do tématu Hry, soutěže, závody), Ivančena, Obrok (zařazený do tématu Jiné) a Škodovkou do Japonska (zařazeno do

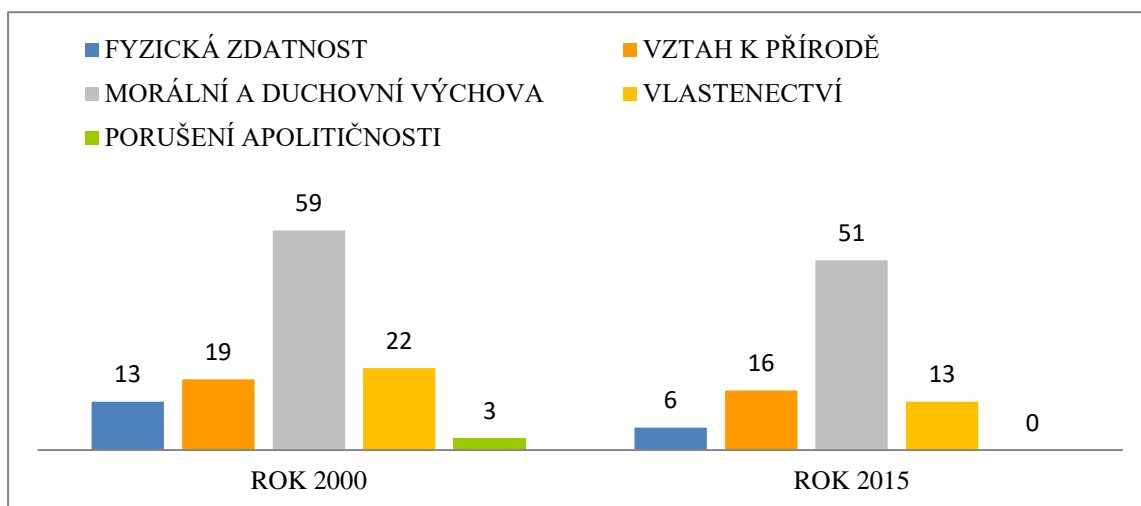
<sup>104</sup> Vzhledem k tomu, že mohlo jít o tematicky zcela odlišný článek, jako například „Zlín byl za Bati jako skautský tábor. Dnes je asi svobodnější“, kde byla narážka na skautský tábor pouhým přirovnáním k někdejší zlínské situaci. V textech „tipy“ pak skauti sice zauímají hlavní pozici, pozvánky se však také nijak nevázaly na roční dobu a výstavy vznikaly po celý rok téměř konstantně.

tématu Cestování). Z těchto témat byla skutečně v novinách nejčastěji zastoupena akce Betlémské světlo, a to celkem 28krát.

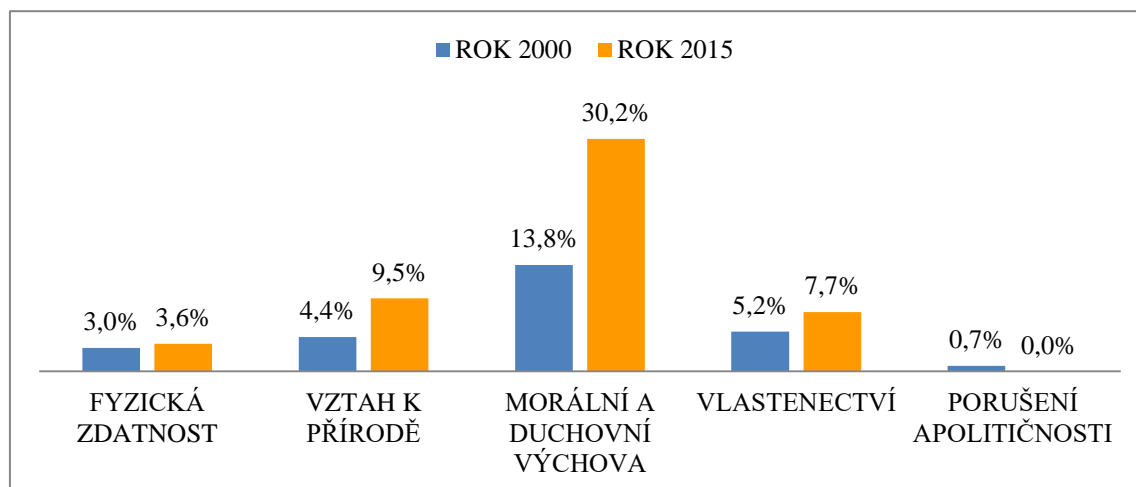
### 3.7.3 VÝSKYT SKAUTSKÝCH HODNOT

Jako součást tematické skladby článků jsem zvlášť analyzovala položky o výskytu skautských hodnot, definovaných podle junáckých stanov. Zkoumaných proměnných bylo celkem pět. Hypotéza č. 6, tedy že se skautské hodnoty budou v roce 2015 dostávat do daného média častěji, než v předchozím analyzovaném období se procentuálně potvrdila. Obecně nejčastěji se v obou letech skauting prezentoval ve zpravodajství i publicistice především spojený s hodnotou morální a duchovní výchovy, a to pravděpodobně díky informování o různých dobročinných a dobrovolnických akcích a sbírkách. Na druhém místě pak podobných hodnot dosahovalo vlastenectví a kladný vztah k přírodě. V tomto případě šlo především o články v rámci různých oslav výročí založení republiky či konce války nebo příběhy skautských odbojářů. Také samostatné téma „Ivančena“ vždy odkazovalo k hodnotě vlastenectví. Vztah k přírodě prezentovaly zejména zprávy o úklidových a ekologických projektech. Nejméně zastoupena byla hodnota fyzické zdatnosti. K porušení apolitičnosti v deníku téměř nedocházelo, což je ale pro hnutí kladná informace, jelikož se prezentuje jako nepolitické.

**Graf č. 8: Absolutní počty výskytu skautských hodnot**



**Graf č. 9: Procentuální výskyt skautských hodnot v poměru s celkovým počtem článků v daném roce**



### 3.7.4 ELITY

V obou letech se v rámci tematické skladby článků také objevovaly různé elitní osobnosti. V procentuálním poměru se opět potvrdila hypotéza č. 7, že tyto tzv. elity budou v člancích z ročníku 2015 zastoupeny častěji.

**Tabulka č. 4 a 5: Počet článků s výskytem jedné nebo více elitních osob a procentuální zastoupení takových textů v poměru s celkovým počtem článků v daném roce**

ZDROJ	Celkem
MF Dnes 2000	31
MF Dnes 2015	24

ZDROJ	Celkem
MF Dnes 2000	7,3%
MF Dnes 2015	14,2%

I v celkovém součtu konkrétních osob byl rok 2015 těmito elitami zastoupen početněji než rok 2000. Samozřejmě v některých textech bylo více osobností na jednou. V tomto směru nejobsáhlejším článkem byla zpráva o roverském festivalu Obrok, s titulkem „Ke skautům v Liberci promluví Vašut, Knížák i miliardář Janeček“, který už v názvu odkazuje na známé české celebrity. Celkem bylo v obou letech s hnutím spojeno 47 různých osobností, některé díky tomu, že sami byli skauti, jiné (jako právě třeba ve zprávě o Obroku) skrz určitou spolupráci s hnutím. Kromě herce Vašuta či miliardáře Janečka se v člancích objevili například bývalý prezident Václav Havel, ředitel Člověka v tísni Šimon Pánek, zakladatel hnutí Antonín B. Svojsík nebo jaderná fyzička Dana Drábová. Obecně se mezi těmito osobnostmi vyskytovali spíše muži. Ani jednou nebyl ve zpravodajství zaznamenán zakladatel



skautingu Robert Baden Powell, za to jméno českého skauta a spisovatele Jaroslava Foglara se objevilo v obou letech několikrát, proto jsem jeho výskyt v rámci operacionalizace nakonec stanovila samostatnou proměnnou.

**Tabulka č. 6: Výskyt osobnosti Jaroslava Foglara v obou sledovaných obdobích**

ZDROJ	2000	2015
Jaroslav Foglar	15	6
Procentuální poměr	3,5%	3,6%

Z tabulky je patrné, že Foglarův odkaz a jeho spojení s českým skautingem je v obou letech stále živé, přesto, že sám Foglar zemřel již v roce 1999.

### 3.7.5 PERSONALIZACE, NEGATIVITA, LOKALIZACE

V kapitole operacionalizace jsem uvedla, že jevy jako personalizace zpráv, ale také negativita ve zpravodajství budu posuzovat jen u článků, u nichž bylo téma Junák v hlavní či vedlejší pozici. V rámci takto nastavených kritérií jsem pak opět došla k závěru, že se potvrzuje má hypotéza č. 8, totiž že personalizace v roce 2015 v člancích přibude.

**Tabulka č. 7 a 8: Celkový počet článků s projevy personalizace a procentuální poměr**

ZDROJ	Celkem
MF Dnes 2000	14
MF Dnes 2015	17
<b>Celkový součet</b>	<b>33</b>

ZDROJ	Celkem
MF Dnes 2000	15,2%
MF Dnes 2015	30,9%

Personalizace se nejčastěji projevovala u textů, které obsahovaly prvky tzv. žánru story. V takových případech šlo většinou o různé skautské osobnosti, spojené například s protinacistickým či protikomunistickým odbojem,<sup>105</sup> přicházející s inovativním nápadem nebo zajímavou aktivitou<sup>106</sup> či kuriozitou.<sup>107</sup>

Potvrdila se i hypotéza č. 9, ovšem ne s příliš velkým rozdílem. Celkově byl počet takových typů zpráv poměrně nízký a netvořil významný faktor při reprezentaci hnutí. Část

<sup>105</sup> Např. článek „Prokurátor pro mě navrhoval trest smrti, vzpomíná po půl století vedoucí skautů“

<sup>106</sup> Viz „Zvony odletěly do Říma, a tak se v Blansku klope. Do krve“

<sup>107</sup> Jako třeba reportáž, která se do MF Dnes dostala hned dvakrát „Svatba: Indiánka a kovboj se vzali na ostrově“.

textů tvořily v roce 2000 zprávy o smrti ostravského skautského vůdce Karla Líby. Článek s asi nejtypičtějším projevem negativity pak pochází z ročníku 2015 a nese titulěk „Děti prchaly v noci z tábora před padajícími stromy“, který vcelku vystihuje celý obsah zprávy. (Formulace samotného titulku by pak mohla být zajímavým námětem pro kvalitativní výzkum mediálního obrazu).

**Tabulka č. 9 a 10: Celkový počet článků s projevy negativity a procentuální poměr**

ZDROJ	Celkem
MF Dnes 2000	10
MF Dnes 2015	7
<b>Celkový součet</b>	<b>19</b>

ZDROJ	Celkem
MF Dnes 2000	10,9%
MF Dnes 2015	12,7%

### 3.7.6 LOKALIZACE

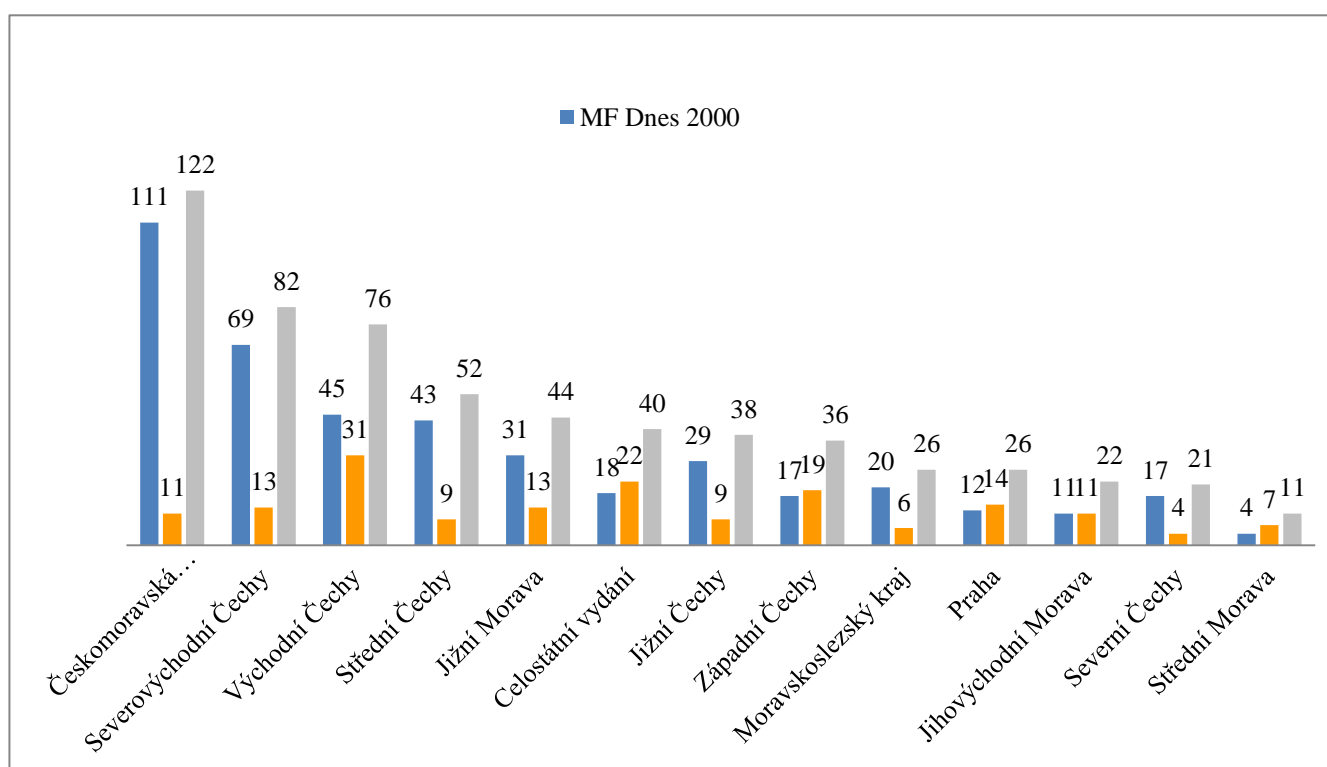
Zpravodajství MF Dnes pojímalo skautské hnutí především jako místní téma. Ani v rámci kontextových informací, které budu podrobněji porovnávat v samostatné podkapitole, nebyl skauting příliš často spojován s ostatními zahraničními organizacemi. V celostátním vydání se zprávy o Junáku objevily celkem 41krát. Početně jich vyšlo dokonce víc v roce 2015, přesto, že celkové množství textů v tomto ročníku bylo výrazně nižší. Avšak pouze v devíti z nich byl Junák a skautské hnutí v pozici hlavního nebo vedlejšího tématu. Z analýzy je patrné, že hypotéza č. 10 se potvrdila. Nadpoloviční většina článků byla otištěna pouze v regionálních mutacích, a to v obou zkoumaných ročnících. V celostátním vydání zabraly zprávy o Junáku v roce 2000 pouze 878 cm<sup>2</sup>, tedy méně než jeden tehdejší list. V roce 2015 to bylo pouhých 476 cm<sup>2</sup>. Je tedy jasné, že byl skauting v obou letech opravdu především regionálním tématem.

**Tabulka č. 11: Porovnání počtu článků v celostátním vydání a zbylých mutacích**

ZDROJ	Celostátní vydání	Zbylé mutace
MF Dnes 2000	18	409
MF Dnes 2015	22	147

Nejvíce kódovacích jednotek bylo vytištěno v mutaci Českomoravská vrchovina, s celkovým počtem 122 článků.<sup>108</sup> Z opačné strany nejmenší zastoupení z hlediska celkového počtu zpráv měl Junák v mutaci Střední Morava.<sup>109</sup> Jedná se však o celkové množství kódovacích jednotek. Pokud se zaměříme opět pouze na texty, které o skautském hnutí přináší více konkrétních informací, tedy na ty v kategorii hlavní a vedlejší téma, postavení jednotlivých mutací se výrazně promění. Do popředí se tak dostane redakce Východní Čechy,<sup>110</sup> zatímco nejmenší počet takových zpráv obsahuje mutace Severní Čechy. Srovnání ukazují následující grafy

**Graf č. 10: Celkový počet všech kódovaných článků v jednotlivých mutacích<sup>111</sup>**



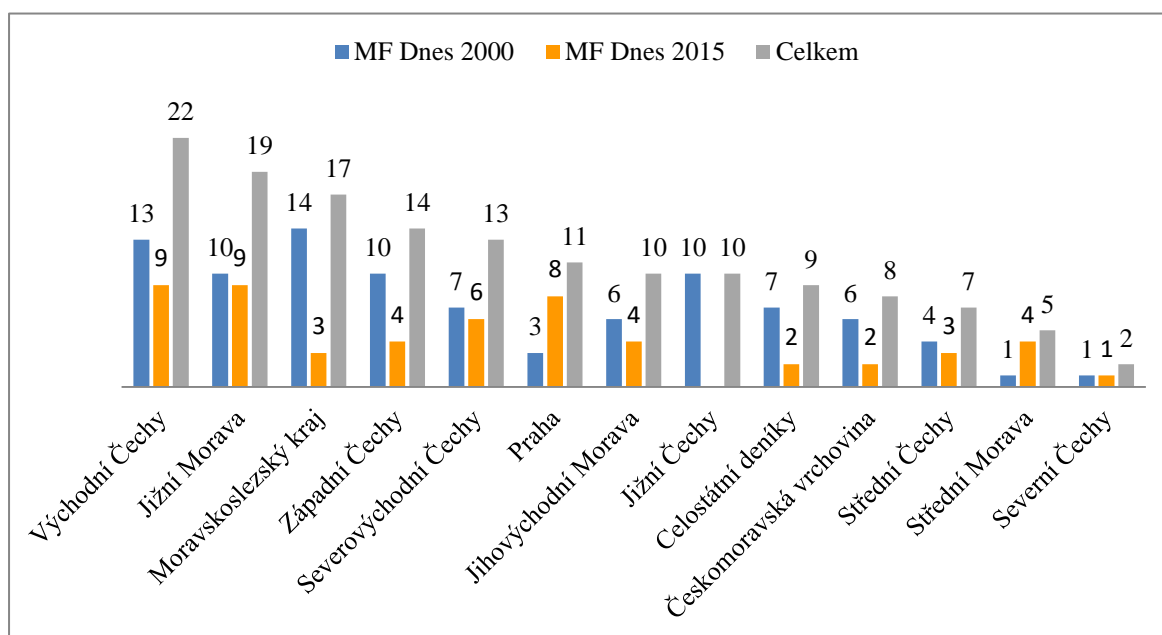
<sup>108</sup> To způsobily především tzv. “tipy” na celkem 4 různé výstavy o místním skautském hnutí v dané oblasti, takže většina textů dané mutace pochází z ročníku 2000. Pozn.: Mutace Českomoravská vrchovina se od ročníku 12 přejmenovala na mutaci Vysočina.

<sup>109</sup> Pozn.: Od roku 2010 se změnou v názvu mutace na Olomoucký kraj.

<sup>110</sup> Pozn.: Od podzimu roku 2000 rozdělená na Královéhradecké a Pardubické vydání.

<sup>111</sup> Graf přetahuje okraje z důvodu čitelnosti.

**Graf č. 11: Počet článků v postavení Junáka jako hlavního či vedlejšího tématu v jednotlivých mutacích**



Lokalizace zpráv byla proměnná, kterou jsem rovněž nezkoumala u textů typu „zmínka“. I u ní se téma skautingu ukázalo být pojímané deníkem MF Dnes jako místní záležitost. Tedy nejenže byly texty otisknuté ve většině případů v rámci místních vydání, ale také se týkaly převážně lokálních, potažmo českých zpráv.

**Tabulka č. 12: Lokalizace zpráv o Junáku a skautském hnutí**

TYP LOKALIZACE	Rok 2000	Rok 2015	Celkem
Domáci	318	51	369
Zahraniční	2	1	3
Kombinace	5	3	8

V rámci lokalizace zpráv jsem dále zařadila proměnnou, v níž jsem sledovala konkrétní země, jejichž místní skautská organizace byla zahrnuta do zpravodajství MF Dnes. Takových případů bylo celkem 19. Z toho většina zemí byla zmíněna pouze jednou. Největšího počtu výskytů dosáhla skautská organizace v Japonsku, což bylo dáno zprávami, informujícími o světovém Jamboree 2015, které se uskutečnilo právě v japonské městě Jamaguči. Jak jsem již zmiňovala výše, tuto skautskou událost v MF Dnes zvýraznila dvojice českých junáků, kteří se na Jamboree vydali přes celou Evropu a Asii Škodou 120L a mimo jiné „dopomohli“ ke zmínce o skautech také z Polska, Litvy a Ruska.

**Tabulka č. 13: Přehled zmíněných skautských organizací v zahraničí**

STÁT	Rok 2000	Rok 2015	Celkem
Rusko	0	1	1
Litva	0	1	1
Polsko	0	1	1
Irsko	1	0	1
Japonsko	0	6	6
Kanada	0	1	1
Mexiko	1	2	3
Rakousko	1	1	2
Slovensko	1	0	1
USA	1	0	1
Zahraníčí <sup>112</sup>	1	0	1
Celkový součet	6	13	19

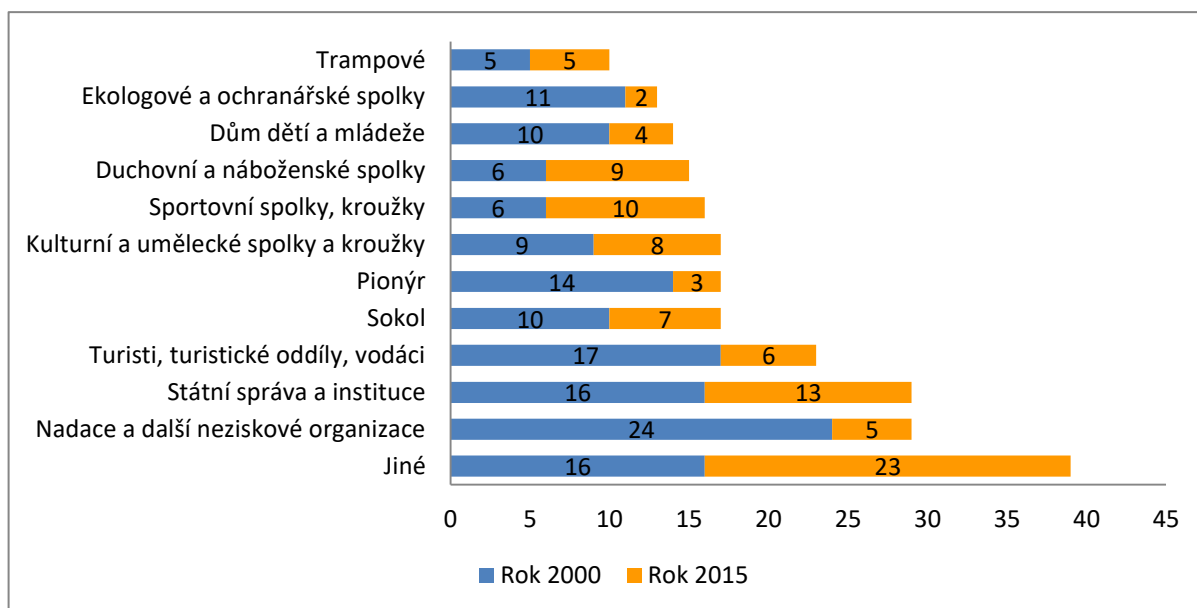
### 3.7.7 JINÉ VOLNOČASOVÉ SPOLKY, KROUŽKY, VÝCHOVNÁ Hnutí A NEZISKOVÉ ORGANIZACE

V mé třetí výzkumné otázce se zajímám o to, zda bude informování o skautingu často doplňováno o další spolky nebo hnutí. Jelikož má organizace Junák velmi široké pole působnosti, spolupracuje v rámci různých aktivit s pestrou skladbou jiných kroužků, výchovných spolků i neziskovek. V rámci veřejných sbírek byl Junák často reprezentován např. s dobročinnými nadacemi. Při pořádání dětských dnů pak spíše s turistickými oddíly nebo místní sokolskou župou. Vzhledem k tomu, že v rámci českého skautingu se oddíly navíc dělí na tzv. vodní skauty, jejichž nedílnou součástí programu a výchovy jsou vodácké aktivity, část zpravodajství pak Junák spojovala zase s vodáky. Našlo se ale také podstatné množství společenských skupin a spolků, které jsem pro přehlednost zařazovala do kategorie „Jiné“.<sup>113</sup>

<sup>112</sup> V jednom z článků bylo místo konkrétní země uvedeno pouze „skauti ze zahraničí“.

<sup>113</sup> Jako příklad může sloužit Konfederace politických vězňů, Klub kardiaků či „majitelé veteránů“

**Graf č. 12: Zastoupení jiných volno-časových aktivit, spolků, kroužků a neziskových organizací při informování o Junáku a skautském hnutí**



Graf viditelně vyvrací platnost hypotézy č. 13, tedy, že bude skauting nejčastěji spojovaný s tělovýchovným spolkem Sokol. Kromě jiných skupin, různých neziskových organizací, úřadů státní správy a veřejných institucí totiž Sokol předchází ještě turistické oddíly a již zmínění vodáci.

Naopak se ovšem potvrdila hypotéza č. 12, předpokládající, že Junák bude s jinými kroužky a spolky spojován v roce 2015 častěji než v předchozím období. Po vypočítání procentuálního zastoupení článků, v nichž se skautské hnutí neobjevuje samostatně, ale v kontextu s dalšími organizacemi, je podíl takových zpráv v roce 2015 o 15% vyšší než v roce 2000.

**Tabulka č. 14: Počet článků zmiňujících další spolky a organizace a jejich procentuální zastoupení v celkovém výzkumném souboru**

ZDROJ	Další spolky a organizace	Procentuální poměr
MF Dnes 2000	87	20,4%
MF Dnes 2015	60	35,5%

### 3.7.8 KONTEXTOVÉ INFORMACE

Posledním bodem před obrazovou analýzou je zkoumání uvádění kontextu. V rámci vyváženého a úplného zpravodajství, které by měl seriózní deník produkovat, jsem se zajímala o to, zda bude organizace Junáka a skautské hnutí představováno spíše epizodicky, přes osobní zkušenosti a vyprávění jeho členů nebo bude alespoň rámcově představováno čtenářskému publiku. Jako způsob ověření práce s fakty jsem zvolila sledování uvádění kontextových informací. Z analýzy následně vyplynulo, že se potvrdila hypotéza č. 14 a alespoň některé kontextové informace byly procentuálně uváděny v roce 2015 častěji než v roce 2000. Tento závěr však platí pouze, bereme-li v úvahu všechny typy zpráv. V rámci článků, kde byl Junák hlavním nebo vedlejším tématem, byla alespoň část kontextových informací uváděna častěji v roce 2000.

**Tabulka č. 15: Celkový počet zpráv obsahujících alespoň část kontextových informací a jejich procentuální zastoupení (v rámci celého výzkumného souboru)**

ZDROJ	Celkem	Procentuální zastoupení
MF Dnes 2000	52	12%
MF Dnes 2015	32	19%

**Tabulka č. 16: Počet zpráv obsahujících alespoň část kontextových informací a jejich procentuální zastoupení (v rámci článků v postavení Junáka jako hlavního či vedlejšího tématu)**

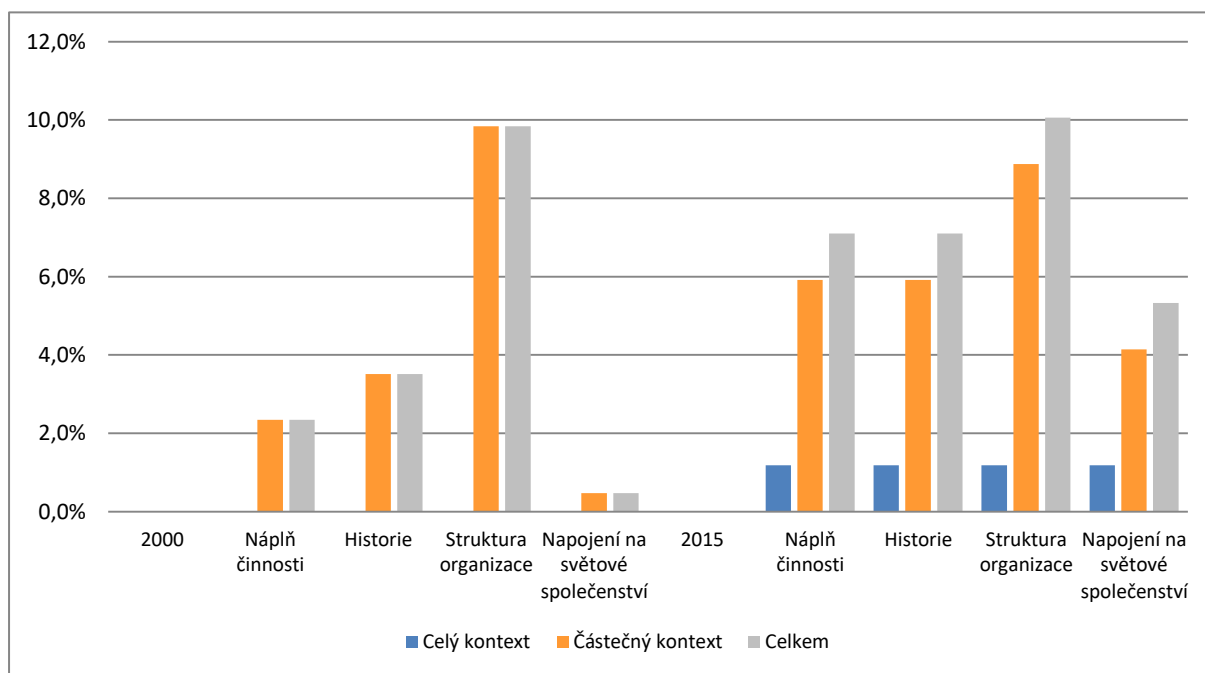
ZDROJ	Celkem	Procentuální zastoupení
MF Dnes 2000	40	43%
MF Dnes 2015	23	42%

Dále mě zajímalo, jaký typ kontextových informací byl v člancích zastoupen. Tuto proměnnou jsem se rozhodla zkoumat taktéž ve dvou rovinách:

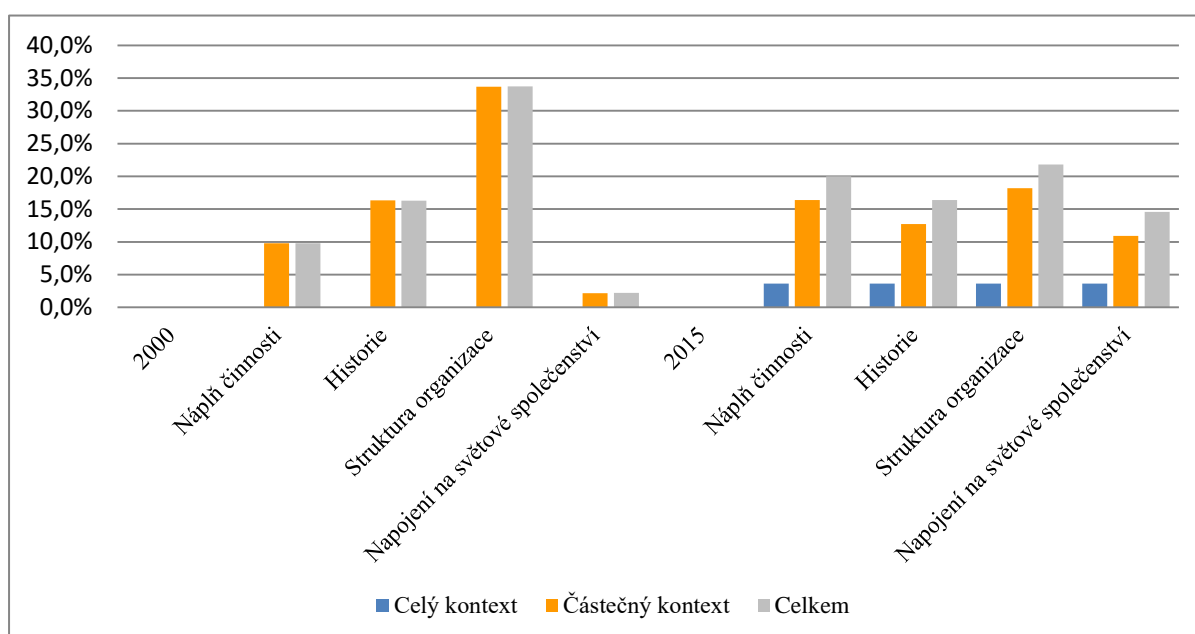
- 1) v celém výzkumném souboru (tato zjištěná data ukazují, jaký typ informací o Junáku a skautingu je obecně nejčastěji zmiňován)
- 2) v rámci článků, kde je Junák v postavení hlavního nebo vedlejšího tématu (tato data ukazují, jak moc a v jakém složení uváděli novináři kontext u zpráv, které se přímo

týkaly hnutí. V takových článcích jsou tudíž fakta o popisovaném objektu v rámci informační kvality očekávány<sup>114</sup>).

**Graf č. 13: Procentuální zastoupení kontextových informací u všech kódovaných jednotek**



**Graf č. 14: Procentuální zastoupení kontextových informací u článků v postavení Junáka jako hlavního nebo vedlejšího tématu**



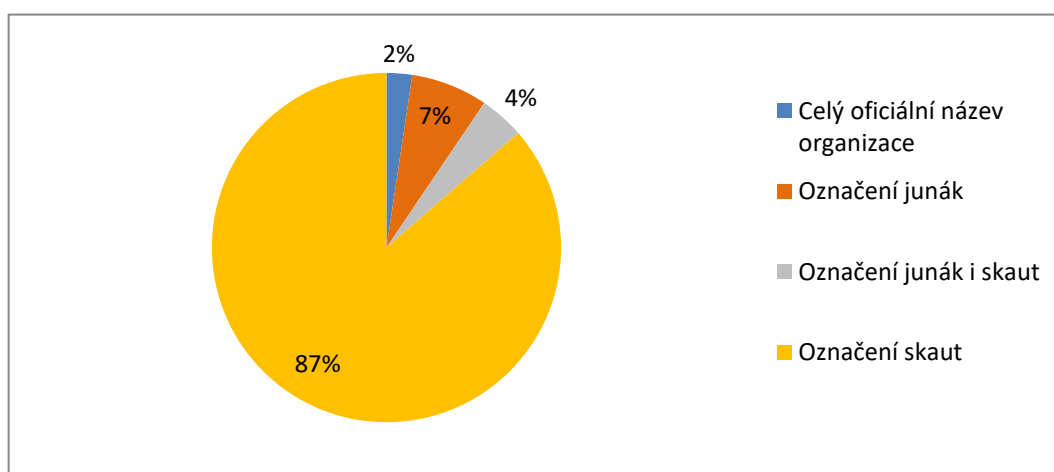
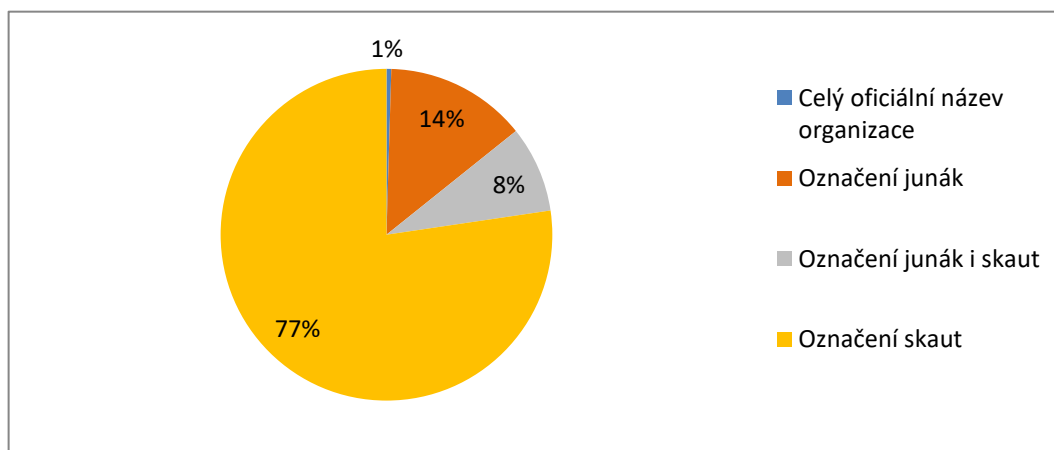
<sup>114</sup> Viz podkapitola 2.2.1 - Seriózní tisk.



V celém výzkumném souboru se vyskytly pouze dva články, ve kterých byly uvedeny všechny základní informace o pozadí Junáka a skautského hnutí a jejich uvedení do kontextu. Oba vyšly v dubnu roku 2015. Jednalo se o příběh 93leté skautky v Hlinsku a zpráva o přípravách český skautů na letní jamboree v Japonsku.<sup>115</sup>

Jako zvláštní položku jsem navíc zakódovala také způsob označování skautů v rámci zpravodajství MF Dnes. V rámci této proměnné vyšlo najevo, že celý oficiální název Junáka byl uváděn v obou letech v rozmezí pouze 1% až 2% článků.

**Graf č. 15 a 16: Procentuální zastoupení označení pro české skauty v roce 2000 a 2015**



<sup>115</sup> Viz „Skauting mi dával sílu do života, říká nejstarší členka hnutí v Hlinsku“ a „Jedeme na jamboree, těší se skauti“.

### 3.7.9 GRAFICKÉ PŘÍLOHY

Přílohy v podobě fotografií nebo infoboxů jsem zaznamenávala opět u kódovacích jednotek, v nichž mělo hnutí postavení vedlejšího nebo hlavního tématu. Jednou z hypotéz, týkajících se grafického zpracování analyzovaných článků byl fakt, že prostor věnovaný grafickým materiálům se bude v obou letech lišit. Celkový počet grafických příloh byl v roce 2015 dokonce početně vyšší, přesto, že článků v tomto roce vyšlo méně. Průměrný rozsah grafických příloh byl však větší v roce 2000. Je však důležité poznamenat, že jsem jednotlivé přílohy, které byly součástí jednoho článku, měřila dohromady. Z výsledků tak soudím, že obrazových příloh bylo u článků v roce 2015 víc, na rozdíl od roku 2000 ale byly menší.

**Tabulka 17: Celkový počet grafických příloh a jejich procentuální poměr v rámci daného počtu zpráv**

ZDROJ	Celkem	Procentuální poměr
MF Dnes 2000	46	50%
MF Dnes 2015	57	104% <sup>116</sup>

**Tabulka 18: Průměrný rozsah celkového grafického materiálu u jednoho článku a průměrný procentuální podíl fotografického materiálu na celkovém rozsahu článku**

ZDROJ	Průměrný rozsah	Průměrný podíl graf. přílohy na rozsahu článku
MF Dnes 2000	161 cm <sup>2</sup>	71%
MF Dnes 2015	160 cm <sup>2</sup>	45%

**Tabulka 19: Počet grafických příloh typu fotografie a fotografie + infobox**

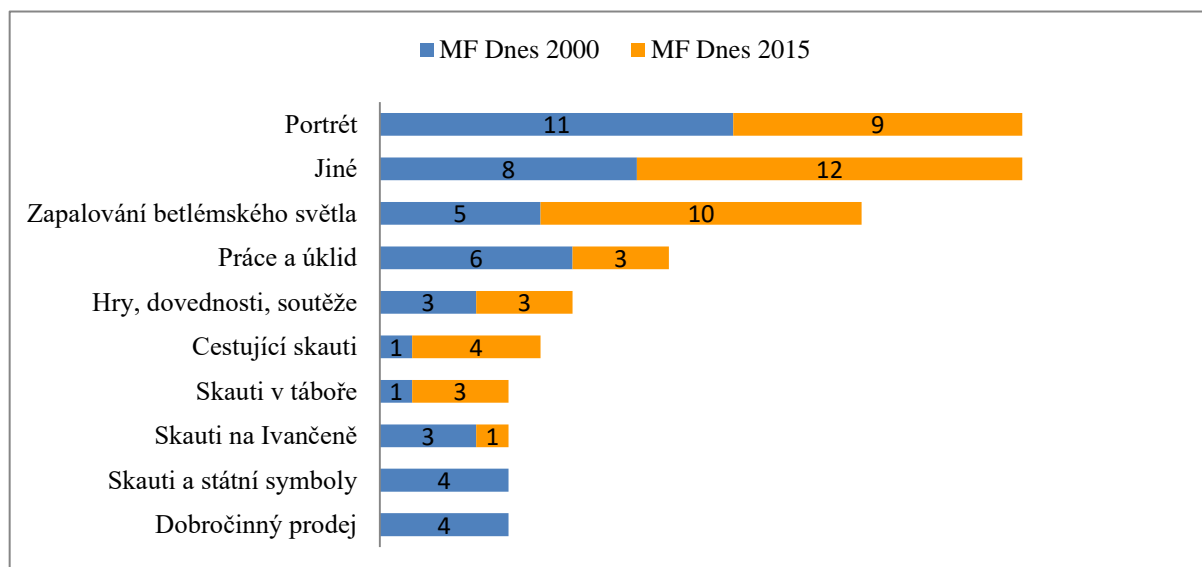
ZDROJ	Fotografie	Infobox + fotografie
MF Dnes 2000	38	1
MF Dnes 2015	1	9

---

<sup>116</sup> Pozn.: Poměr 104% v roce 2015 je způsoben faktem, že u textů se v některých případech vyskytovalo více grafických příloh najednou.

Obrazově nejrozsáhlejšími články byly již zmiňovaná reportáž o skautské svatbě a zpráva z akce „Uklidme Česko!“. Oba články byly zároveň celkově nejrozsáhlejšími jednotkami ve svém ročníku. Jejich témata byla z části v kategorii Jiné, u „svatby“ pak také v kategorii „Skauti v táboře“ a „Skauti a státní symboly“. (Zaznamenán byl např. ženich v kovbojském, nevěsta v indiánských šatech nebo tábor s jejich skautským oddílem, ve kterém se brali). Ve zprávě o „Uklidme Česko!“ fotografie spadaly především do kategorie „Práce a renovace“. (Fotky zachycovaly účastníky při úklidu či se zvláštními „úlovky“).

**Graf č. 17: Skladba témat fotografií**



Z grafu je patrné, že i z vizuálního hlediska byla událost Betlémské světlo mediálně nejvýraznější akcí Junáka.<sup>117</sup> Nejčastějším tématem grafických příloh byl ovšem portrét, který často doprovázel články týkající se některých skautských osobností.

V rámci analýzy také vyšel najevo počet zobrazení skautů. Ten byl v roce 2000 vyšší. Hypotéza č. 17 o zobrazení skautů v kroji se potvrdila pouze v roce 2000. V druhém zkoumaném ročníku byli zobrazení skauti vyfoceni v kroji pouze v 42 procentech.

<sup>117</sup> Pozn.: Domnívám se, že fotografie jsou atraktivní, díky jejich romantickému charakteru – světýlka v lucerničkách v rukou „roztomilých“ dětí atd.

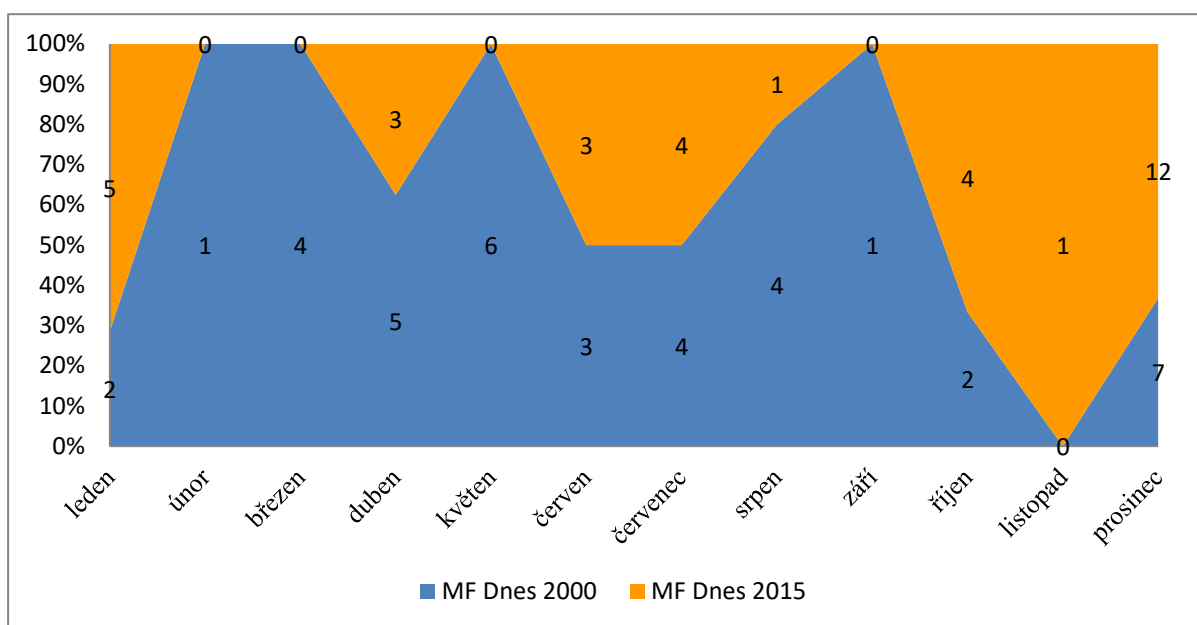
**Tabulka č. 20: Počet zobrazených skautů a jejich procentuální poměr z celkového počtu fotografických příloh**

ZDROJ	Foto skautů	Procentuální poměr
MF Dnes 2000	35	76%
MF Dnes 2015	26	46%

**Tabulka č. 21: Počet zobrazení skautů v kroji a procentuální poměr vzhledem k počtu zobrazených skautů**

ZDROJ	Foto kroj	Procentuální zastoupení
MF Dnes 2000	18	51%
MF Dnes 2015	11	42%

**Graf č. 18: Vývoj počtu článků s jednou nebo více grafickými přílohami na časové ose**



Nejvyšší počet článků s grafickými přílohami lze pozorovat v prosinci. Tento fakt si opět vysvětlují akcí Betlémské světlo. (Vzhledem k tomu, že počet témat fotografií v kategorii „Betlémské světlo“ je 20 a počet článků s grafickou přílohou v prosinci 19).

Dalšími měsíci s vyšším počtem článků s některou z vizualizací byl v obou letech červenec a duben. V červenci jde pravděpodobně o zaznamenání skautských táborů a v roce 2015 také cesty „Škodovkou do Japonska“. V dubnu jsou to především opět fotografie prezentující Ivančenu v roce 2000 či v roce 2015 úklidové akce.

### 3.7 NEDOSTATKY VÝZKUMU, MOŽNOST BUDOUCÍHO ROZŠÍŘENÍ

V průběhu analýzy dat jsem dospěla k závěru, že jsem ne zcela vhodně stanovila tři hypotézy, které se tím staly následně těžko vyhodnotitelnými. Byly to předpoklady o opakování témat v obou letech. Samozřejmě, že se jednotlivá témata v obou ročnících překrývala. Hypotéza je však příliš nejasně formulovaná na to, aby šla stoprocentně vyvrátit či stoprocentně potvrdit. Některá z témat (jak už jsem zmiňovala, např. Kapka naděje nebo Květinový den) se do tisku znovu nedostala, jiná byla zastoupena v podobné míře. Stejný problém pak nastal i u vyhodnocení témat zobrazovaných fotografiemi.

Třetí nevhodně formulovanou hypotézou byla ta o cyklickém opakování témat v návaznosti na danou roční dobu. Opět mohu říci, že některé články tuto hypotézu zcela jistě potvrdily. Na druhou stranu např. o skautských táborech se psalo alespoň ve zmínkách v různých ročních obdobích.

Výzkum tak, jak jsem jej naformulovala, podává vcelku všeobecný kvantitativní přehled o mediálním obraze Junáka v MF Dnes v obou analyzovaných letech. Díky své kvantitativní podobě i poměrně velkému množství zkoumaných dat však přináší spíše obecné informace než náhled na podrobné vyznění a vyobrazení tohoto hnutí. Do budoucna by tak dle mého názoru bylo možné a snad i zajímavé soustředit se pouze na články, ve kterých bude Junák vystupovat jako hlavní nebo alespoň vedlejší objekt a spojit kvantitativní metody s kvalitativními. Mohl by tak vzniknout ucelenější a podrobnější obraz o tomto významném českém i celosvětovém fenoménu.

## 4. ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo porovnat dva různé mediální obrazy o skautském hnutí, které je v České republice zastoupeno v nejvyšší míře organizací Junák – Český skaut. K porovnání sloužily články z celého období roku 2000 a z celého období roku 2015. Během této doby se proměnilo jak samotné hnutí a jeho komunikace s veřejností a médii tak i deník MF Dnes, který mnou analyzované zpravodajství produkoval. V práci jsem se zaměřila zejména na počet a rozsah daných článků, témata, s nimiž v nich bylo hnutí spojeno, pronikání junáckých hodnot do zpravodajství i ne/užívání faktických informací, zasazujících hnutí do určitého kontextu. Dále mě zajímala lokalizace zpráv, informujících o skautingu, další spolky, kroužky a organizace, s nimiž bylo hnutí zmiňováno a některé typické projevy bulvarizace. V neposlední řadě jsem pak analyzovala obrazový materiál, přičemž jsem se zaměřila opět na počet a velikost fotografií (případně jiných grafických příloh), jejich témata a zobrazování skautů a skautských krojů jako výrazného vizuálního prvku.

Obsahovou analýzou se podařilo ověřit v podstatě všech 17 hypotéz, přičemž však vyhodnocení 3 z nich bylo poměrně náročné. Tyto potíže jsem blíže rozebrala v předcházející podkapitole. Většina hypotéz se ovšem potvrdila. Největší rozdíl mezi mediálním obrazem z roku 2000 a z roku 2015 dle mého názoru souvisí se samotnou koncepcí novin. Ty se během patnácti let změnily v mnoha aspektech. Došlo ke zvětšení rozměrů jedné strany deníku, snížení počtu jednotlivých sešitů, jejichž náplň se z velké části přesunula do časopisových příloh, a tím i k větší přehlednosti jednotlivých novinových sešitů. Rozdíl je i v užívání grafiky, přičemž v roce 2015 se nejen objevovalo u zpráv více fotografií, ale také informativních boxů, shrnujících např. základní fakta nebo různé číselné údaje. Navíc ve vydáních z roku 2015 jsou přiložené fotografie barevné, zatímco v roce 2000 černobílé. Díky různým změnám v samotném listu byly některé rozdíly v informování o skautingu výraznější. Např. úplná absence drobných pozvánek a tipů na víkend v roce 2015, což způsobilo až 3,5krát vyšší počet článků v roce 2000. Zároveň se však oproti roku 2000 zvětšil rozsah zpráv a soudě podle průměrného procenta zabrané plochy grafickým materiálem i obsah zpráv.<sup>118</sup>

V návaznosti na výzkum M. Halea na poli mediálního zobrazování neziskového sektoru v USA se v obou letech potvrdilo, že je skauting MF Dnes vnímán spíše jako lokální téma, bez celostátního dosahu. Stejně tak rámcování zpráv probíhalo spíše v jednotlivých

---

<sup>118</sup> Viz tabulka č. 18.

událostech než v rámci hlubšího kontextu, který nebyl kompletní ani u většiny zpráv, v nichž figuroval Junák jako hlavní či vedlejší téma. Zpravodajství MF Dnes pak téměř neužívalo oficiálního názvu organizace, a pokud ano, spíše v roce 2015. (Je možné, že procentuální navýšení v tomto roce způsobilo zkrácení oficiálního názvu spolku). Z analýzy vyšlo také najevo, že obecně se v roce 2015 užívalo méně označení „junák“. Dle mého názoru to může být mimo jiné lehce archaickým nádechem tohoto slova, přesto, že se jedná o oficiální označení českých skautů.

Proměna skladby témat, s nimiž byl Junák ve zpravodajství uváděn, byla výrazná opět především díky zmizení pozvánek z vydání v roce 2015. Téměř s nimi vymizela i témata expoziční o hnutí a výročí založení. Zajímavé bylo zjištění, že sbírka Kapka naděje a Květinový den nebyly oproti roku 2000 v druhém analyzovaném vydání pokryty vůbec. Za to akce Betlémské světlo byla zjevně atraktivní událostí celých patnáct let. (Přesto, že v rámci ní nedochází k žádné sbírce či osvětě apod.). Také jarní úklidy v přírodě měly své zastoupení v obou letech, což dokazuje, že se podobné akce pořádaly i před vznikem projektu „Uklid'me Česko!“ Překvapilo mě nepříliš silné pokrytí tématu skautských táborů, které bylo sice průběžně zmiňováno v různých článcích během celého roku, ale např. v roce 2015 se skautský tábor jako širší téma dostal do MF Dnes pouze dvakrát, z toho jednou díky padajícím stromům a tím vyvolanou evakuací dětí. Čímž se dostávám k projevům negativity, které byly v průběhu obou let vcelku nízké.<sup>119</sup> Za to projevy personalizace se v roce 2015 objevovaly zhruba dvakrát častěji než v roce 2000, a to až ve 30 % zpráv, ve kterých byl skauting hlavním či vedlejším tématem. Co se týče výskytu elitních osob, zajímavým výsledkem výzkumu pro mě bylo i v roce 2015 stálé spojování skautů se spisovatelem Jaroslavem Foglarem, přesto, že v té době uplynulo již 16 let od jeho smrti.

Analýza dále ukázala, že k pronikání skautských hodnot do zpravodajství docházelo procentuálně ve větší míře v roce 2015. V obou letech však měla nejvyšší zastoupení hodnota tzv. „Morální a duchovní výchovy“, což bylo dáno především účastí na dobročinných sbírkách, dobrovolnických akcích jako bylo právě Betlémské světlo, již zmiňované jarní úklidy či různé renovace<sup>120</sup>.

---

<sup>119</sup> Ve vydání se objevil jediný článek odkazující nějakým způsobem k pedofilii, který měl ovšem vlastně vcelku pozitivní konotaci. (Navíc v něm byl skauting jen zmínkou). V rozhovoru tázaný odborník totiž tvrdí: „Z pedofilně orientovaných lidí se mnohdy stanou nejlepší učitelé a skautští vedoucí.“

<sup>120</sup> Např. obnovení velikonočního zvyku klapačů nebo rekonstrukce vzácného oblékaného Betlému.

V obou letech se tedy deník MF Dnes skautskému hnutí a organizaci Junák věnoval a poskytl tomuto spolku prostor, jež se však v jednotlivých ročnících lišil. Celkově byla organizace pojímána především jako téma lokálního, regionálního charakteru, nikoliv jako velké celosvětové společenství, se spíše epizodickým rámcováním. Skauti byli v mnoha případech dáváni do kontextu s dobročinností a dobrovolnictvím a co do událostí nejčastěji textově i graficky spojováni s vánoční akcí Betlémské světlo.



## **5 SEZNAM PRAMENŮ**

Deník *Mladá Fronta Dnes* v období od 1. ledna do 31. prosince 2000 a v období od 1. ledna do 31. prosince 2015

## 6 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### 6.1 LITERATURA

- BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal, 2001.
- DOKULILOVÁ, Radka. *Bulvarizace českých deníků - změny v letech 1995 - 2010*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota.
- GAAR, Dorian. *Koncept zpravodajských hodnot a jeho vliv na výber témat v týdeníku Respekt*. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007.
- KOLISCHOVÁ, Lucie. *Mediální mapa českých skautských časopisů od roku 1989 do současnosti*. Brno, 2011. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Jiřina Salaquardová.
- KOLOMAZNÍKOVÁ, Eliška. *Nahlížení českých novinářů na pracovníky PR jako na informační zdroj*. Praha, 2017. Bakalářská práce. Univerzita Karlova. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Václav Moravec.
- MACKŮ, Lucie. *Novinář a jeho pracovní prostředí: Na příkladu vydavatelského domu Mafra*. Praha, 2010. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Jan Jiráček.
- MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009.
- MCQUAIL, Denis a Barbara KÖPPLOVÁ. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.
- OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.
- TABERY, Paulína. 2. První a druhý stupeň nastolování agendy (agendasetting), rámcování (framing) a vypíchnutí (priming). *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008, 28 – 39 s.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 100 - 103.

URBIŠOVÁ, Barbora. *Mediální obraz organizace Junák – český skaut, z.s.* Ostrava, 2015. Bakalářská práce. Vysoká škola báňská. Vedoucí práce Milan Sekanina.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace.

SCHERER, Helmut. Úvod do metody obsahové analýzy. SCHULZ, Winfried, Irena REIFOVÁ, Lutz HAGEN a Jakub KONČELÍK. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004, 29 – 50 s.

SVOBODOVÁ, Kristina. *Sociální sítě jako zdroj pro online a tištěné zpravodajství v ČR*. Praha, 2013. Diplomová magisterská práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Jan Jirků.

ŠANTORA, Roman. *Skautské století: dobrodružný příběh 100 let českého skautingu*. Praha: Junák - TDC, 2012.

WASCHKOVÁ-CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Proměna tradiční žurnalistiky a online žurnalistika in* ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012.

## 6.2 ELEKTRONICKÉ ZDROJE

AAERON, Davis. *Media, Culture & Society* [online]. 2000, 22(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/016344300022001003>>.

CABOSKY, Joseph M. Framing an LGBT organization and a movement: A critical qualitative analysis of GLAAD'S media releases. *Public Relations Inquiry* [online]. 2014, 3(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2046147x13519638>>.

ESSER, Frank. 'Tabloidization' of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication* [online]. 1999, 14(3) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323199014003001>>.

DE SOUZA, Rebecca. NGOs in India's elite newspapers: A framing analysis. *Asian Journal of Communication* [online]. 2010, 20(4) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <[https://www.researchgate.net/publication/232993496\\_NGOs\\_in\\_India's\\_elite\\_newspapers\\_A\\_framing\\_analysis](https://www.researchgate.net/publication/232993496_NGOs_in_India's_elite_newspapers_A_framing_analysis)>.

GALTUNG, Johan a Mari Holmboe RUGE. The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research* [online]. London: Sage Publications, 1965, 2(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <[https://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/423011?seq=1#page_scan_tab_contents)>.

HALE, Matthew. Superficial Friends: A Content Analysis of Nonprofit and Philanthropy Coverage in Nine Major Newspapers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* [online]. 2007, 36(3) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764006296849>>.

*Junák – český skaut, z. s. stanovy spolku*. Litomyšl, 2014. In: <https://krizovatka.skaut.cz> [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://www.skaut.cz/wp-content/uploads/2018/05/stanovy-junaka.pdf>>, s. 1. Hlava 1, ustanovení 1.

Kauza skautů obžalovaných ze zneužití desítek dětí uzavřela část soudu. *IDnes.cz* [online]. 2013 [cit. 2019-04-09]. Dostupné z: <[https://www.idnes.cz/zpravy/cerna-kronika/soud-se-skautskymi-vedoucim-obzalovanymi-ze-zneuzivani-deti.A130916\\_151319\\_usti-zpravy\\_alh](https://www.idnes.cz/zpravy/cerna-kronika/soud-se-skautskymi-vedoucim-obzalovanymi-ze-zneuzivani-deti.A130916_151319_usti-zpravy_alh)>.

MACNAMARA, Jim. *The Continuing Convergence of Journalism and PR*. 2016, 93(1), [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1077699015605803>>.

MAFRA: „*Mladá fronta DNES je největší seriózní deník v České republice.*“ Mladá Fronta DNES. In: *www.mafra.cz* [online]. Praha [cit. 2019-04-11]. Dostupné z: <<https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>>.

MESL, Jan. Junák se bude řídit novými stanovami. In: *Skautská křižovatka* [online]. 2014 [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://krizovatka.skaut.cz/organizace/ustredi/valny-snem/valny-snem-2014-litomysl/1136-junak-se-bude-ridit-novymi-stanovami?autologin=1>>.

Periodický tisk. In: *Abccr.cz* [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>.

SLÁDKOVÁ, Hanka. VIZUALITA V MEDIÁLNÍ KOMUNIKACI: TÉMATA, PŘÍSTUPY A SOUVISLOSTI. *Mediální studia* [online]. Praha: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, 2013, 7(1), 58 - 78 [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <<https://medialnistudia.fsv.cuni.cz/post/19>>.

TRAMPOTA, Tomáš. Defining The Tabloid: Czech Perspective. *Communication Today* [online]. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, 2010, 1(2) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://www.communicationtoday.sk/defining-the-tabloid-czech-perspective/>>.

VOLEK, Jaromír. Three professional dilemmas of czech newspaper editors: twenty years after collapse of old media system. *Communication Today* [online]. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, 2010, 1(1) [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://www.communicationtoday.sk/three-professional-dilemmas-of-czech-newspaper-editors-twenty-years-after-collapse-of-old-media-system/>>.

Výroční zpráva 2015. In: *Skautská křižovatka* [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://krizovatka.skaut.cz/dokumenty/category/144-25647?download=2080:144-vz-2015>>.

World Association of Girl Guides and Girl Scouts. In: *Waggs.org* [online]. London [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <<https://www.waggs.org/en/>>.

Zpravodajský portál iDNES.cz. In: *Mediální skupina Mafra* [online]. Praha [cit. 2018-11-26]. Dostupné z: <<https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-idnes.htm&cat=internet>>.

## 7 SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Přehled počtu článků v rámci proměnné „Junák jako téma“ .....	31
Tabulka č. 2: Celkový součet rozsahů analyzovaných článků v obou zkoumaných letech ....	33
Tabulka č. 3: Průměrný podíl článků na celkovém vydání a průměrný počet stran jednoho vydání v obou zkoumaných letech .....	34
Tabulka č. 4: Počet článků s výskytem jedné nebo více elitních osob.....	41
Tabulka č. 5: Procentuální zastoupení článků s výskytem jedné nebo více elitních osob v poměru s celkovým počtem článků v daném roce .....	41
Tabulka č. 6: Výskyt osobnosti Jaroslava Foglara v obou sledovaných obdobích .....	42
Tabulka č. 7: Celkový počet článků s projevy personalizace .....	42
Tabulka č. 8: Procentuální poměr článků s projevy personalizace .....	42
Tabulka č. 9: Celkový počet článků s projevy negativity .....	43
Tabulka 10: Procentuální poměr článků s projevy negativity .....	43
Tabulka č. 11: Porovnání počtu článků v celostátním vydání a zbylých mutacích .....	43
Tabulka č. 12: Lokalizace zpráv o Junáku a skautském hnutí .....	45
Tabulka č. 13: Přehled zmíněných skautských organizací v zahraničí .....	46
Tabulka č. 14: Počet článků zmiňujících další spolky a organizace a jejich procentuální zastoupení v celkovém výzkumném souboru .....	47
Tabulka č. 15: Celkový počet zpráv obsahujících alespoň část kontextových informací a jejich procentuální zastoupení (v rámci celého výzkumného souboru) .....	48
Tabulka č. 16: Počet zpráv obsahujících alespoň část kontextových informací a jejich procentuální zastoupení (v rámci článků v postavení Junáka jako hlavního či vedlejšího tématu) .....	49
Tabulka 17: Celkový počet grafických příloh a jejich procentuální poměr v rámci daného počtu zprávy.....	51
Tabulka 18: Průměrný rozsah celkového grafického materiálu u jednoho článku	

a průměrný procentuální podíl fotografického materiálu na celkovém rozsahu článku .....	51
Tabulka 19: Počet grafických příloh typu fotografie a fotografie + infobox .....	51
Tabulka č. 20: Počet zobrazených skautů a jejich procentuální poměr z celkového počtu fotografických příloh.....	53
Tabulka č. 21: Počet zobrazení skautů v kroji a procentuální poměr vzhledem k počtu zobrazených skautů .....	53

## 8 SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Procentuální složení článků v rámci proměnné „Junák jako téma“ v roce 2000 .....	31
Graf č. 2: Procentuální složení článků v rámci proměnné „Junák jako téma“ v roce 2015 .....	31
Graf č. 3 Porovnání průměrného rozsahu článků v jednotlivých letech .....	33
Graf č. 4: Vývoj počtu článků na časové ose v roce 2000 a 2015 .....	35
Graf č. 5: Vývoj počtu článků v postavení Junáka jako hlavního a vedlejšího tématu v roce 2000 a 2015 .....	36
Graf č. 6: Zastoupení témat v obou ročnících Mladé Fronty Dnes .....	38
Graf č. 7: Zastoupení témat pouze v rámci článků v postavení Junáka jako hlavního nebo vedlejšího tématu .....	39
Graf č. 8: Absolutní počty výskytu skautských hodnot .....	40
Graf č. 9: Procentuální výskyt skautských hodnot v poměru s celkovým počtem článků v daném roce .....	41
Graf č. 10: Celkový počet všech kódovaných článků v jednotlivých mutacích.....	44
Graf č. 11: Počet článků v postavení Junáka jako hlavního či vedlejšího tématu v jednotlivých mutacích .....	45
Graf č. 12: Zastoupení jiných volno-časových aktivit, spolků, kroužků a neziskových organizací při informování o Junáku a skautském hnutí .....	47
Graf č. 13: Procentuální zastoupení kontextových informací u všech kódovaných jednotek..	49
Graf č. 14: Procentuální zastoupení kontextových informací u článků v postavení Junáka jako hlavního nebo vedlejšího tématu .....	49
Graf č. 15: Procentuální zastoupení označení pro české skauty v roce 2000.....	50
Graf č. 16: Procentuální zastoupení označení pro české skauty v roce 2015.....	50
Graf č. 17: Skladba témat fotografií.....	52
Graf č. 18: Vývoj počtu článků s jednou nebo více grafickými přílohami na časové ose .....	53