

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie



Kristýna HAPLOVÁ

Co je geografie? Sebe prezentace českých geografických institucí

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. Jan DANIEL, Ph.D.

Olomouc 2022

Bibliografický záznam

Autor (osobní číslo):	Kristýna Haplová (R19195)
Studijní obor:	Geografie pro vzdělávání a Společenské vědy
Název práce:	Co je geografie? Sebeprezentace českých geografických institucí
Title of thesis:	What is geography? Self-presentation of Czech geographical institutions
Vedoucí práce:	Mgr. Jan Daniel, Ph.D.
Rozsah práce:	75 stran
Abstrakt:	<p>Geografie je širokou a komplexní vědou. Jejím problémem je, že se prezentuje převážně v úzkém okruhu vědců a veřejnost má tak omezené množství informací a vědomostí o tom, čím vším se geografové skutečně zabývají a jaká témata zkoumají. Proto si lidé často utvářejí svou představu o ní z hodin zeměpisu na základní a střední škole a tu pak doplňují o informace prezentované ve filmech, v médiích nebo v ne odborných časopisech. Cílem této bakalářské práce je zjistit a ukázat, jakým způsobem geografii prezentují vybrané odborné geografické instituce a jestli ve své prezentaci částečně zapojují i koncept populární geografie nebo zůstávají jen u akademického pojetí disciplíny.</p>
Klíčová slova:	geografie, populární geografie, akademická geografie, geografické instituce, obsahová analýza, sociální síť
Abstract:	<p>Geography is a broad and complex science. The problem is that it is presented mostly in a narrow circle of scientists, and the public has limited information and knowledge about what geographers actually do and what topics they research. Therefore, people often form their idea of it from geography lessons in primary and secondary school and then supplement this with information presented in films, the media or non-professional magazines. The aim of this bachelor thesis is to find out and show how geography is presented by selected professional geography institutions and whether they partially include the concept of popular geography in their presentation or whether they stick to the academic concept of the discipline.</p>
Keywords:	geography, popular geography, academic geography, geographical institutions, content analysis, social network

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem zadanou bakalářskou práci s názvem Co je geografie? Sebe prezentace českých geografických institucí zpracovala samostatně pod vedením Mgr. Jana Daniela, Ph.D. a všechny použité materiály a zdroje jsem řádně uvedla v seznamu citované literatury.

V Olomouci dne.....

.....

Kristýna Haplová

Ráda bych poděkovala Mgr. Janu Danielovi, Ph.D. za všechny užitečné rady, připomínky a ochotu při vedení mé práce. Poděkovat bych také chtěla své rodině za trpělivost a své nejlepší kamarádce za podporu a motivaci.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Kristýna HAPLOVÁ**
Osobní číslo: **R19195**
Studijní program: **B0114A330002 Geografie pro vzdělávání**
Studijní obor: **Geografie pro vzdělávání maior**
Společenské vědy se zaměřením na vzdělávání minor
Téma práce: **Co je geografie? Sebe prezentace českých geografických institucí**
Zadávací katedra: **Katedra geografie**

Zásady pro vypracování

Cílem práce je provést základní analýzu oficiálních dokumentů (např. propagační materiály, internetové stránky, sociální sítě) vybraných geografických institucí. Na základě této analýzy se studentka pokusí zodpovědět na otázku, jakým způsobem je v těchto dokumentech vytvářena reprezentace geografie jako vědního oboru. Rozsah analýzy bude upřesněn v přípravné fázi výzkumu.

Rozsah pracovní zprávy: **5 000 – 8 000 slov**
Rozsah grafických prací: **Podle potřeb zadání**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

Clifford, N. J., Shaun French, a Gill Valentine, ed. 2010. *Key methods in geography*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
Daněk, P. 2014. *Geografické myšlení: Úvod do teoretických přístupů*. Brno: MUNI Press.
Matlovič, R., Matlovičová, K. 2012. Spoločenská relevancia a budovanie značky geografie. *Geografie* 117 (1), 33-51.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Jan Daniel, Ph.D.**
Katedra geografie

Datum zadání bakalářské práce: **18. ledna 2021**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2022**

LS.

doc. RNDr. Martin Kubala, Ph.D.
děkan

prof. RNDr. Marián Halás, Ph.D.
vedoucí katedry

Obsah

Obsah.....	6
1. Úvod.....	8
2. Cíle práce.....	9
3. Akademická a populární geografie.....	11
3.1 Populární geografie	12
3.2 Představa populárních geografických časopisů.....	13
3.3 Představa o geografii prezentovaná zeměpisem.....	14
3.4 Současná akademická geografie v České republice	16
3.5 Problémy a slabé stránky geografie z pohledu českých geografů.....	17
4. Sociální sítě	19
4.1 Fungování sociálních sítí.....	19
4.2 Facebook	19
4.2.1 Tlačítkové reakce na Facebooku	20
4.3 Analýza sociálních sítí.....	20
5. Metodika práce	21
6. Definice geografie na webových stránkách geografických institucí	23
6.1 Česká geografická společnost.....	23
6.2 Katedra geografie Univerzity Palackého v Olomouci.....	24
6.3 Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity	25
6.4 Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity.....	26
7. Analýza facebookových stránek vybraných geografických institucí	28
7.1 Časové rozložení příspěvků.....	32
7.2 Kategorie Geografické akce	34
7.3 Kategorie Soutěže.....	36
7.4 Kategorie Výstupy v médiích.....	37
7.4.1 TOP 8 osobností z této kategorie.....	39
7.5 Kategorie Publikace a materiály.....	41
7.6 Kategorie Přednášky a semináře	42
7.7 Kategorie Administrativa a akademická komunita	45
7.8 Kategorie Výstavy	46
7.9 Kategorie Projekty.....	47
7.10 Kategorie Výzkumné práce a průzkumy	48
7.11 Kategorie Studentské výjezdy	49
7.12 Kategorie Propagace.....	50
8. Dosah příspěvků z hlediska uživatelských reakcí	51
8.1 Engagement rate.....	54

8.2 Příspěvky s největším počtem reakcí	56
9. Analýza Humans of Geography	59
10. Diskuse	62
11. Závěr.....	65
12. Summary	67
13. Seznam použité literatury	68
14. Seznam grafů a obrázků	74
15. Seznam tabulek.....	75

1. Úvod

Geografie je velmi širokou a komplexní vědou, která nemá jednu jasnou obecně platnou definici, která by mohla být využívána všemi, jako tomu bývá u jiných disciplín. Lidé o ni mají, co se věd týče, jeden z největších zájmů (Bonnett, 2003). Jejich zájem je ovšem vyvolán informacemi, které jim jsou předkládány zejména prostřednictvím televizního zpravodajství, internetových článků nebo populárně-geografických časopisů a televizních kanálů. Cílem těchto médií je zaujmout a získat co největší počet čtenářů a diváků. Informace, které sdělují, jsou modifikovány a zúženy jen na témata, která se budou líbit, jako je například cestování, cestovatelé, exotika a dobrodružství. Důsledkem toho jsou zkreslené a nepřesné představy veřejnosti o pravé podstatě geografie jako vědecké disciplíny. Právě zde vzniká tzv. populární geografie, která se dostává do rozporu s geografii akademickou, která je prezentována vědci, odbornými geografy a odbornými geografickými institucemi, časopisy apod.

Rozdíly nenajdeme jen mezi akademickou a populární geografii, ale taky v geografii (zeměpise) vyučované na základních a středních školách. Všechny tyto rozdíly a zjednodušení potom mají vliv na veřejné mínění a také respekt ke geografii jako profesi. S představami vzniklými spojením výuky zeměpisu a populární geografie většinou přicházejí i studenti, kteří chtějí na vysoké škole studovat geografii. Mohou tak mít nějaká očekávání, která se následně nemusí naplnit a může pak dojít ke změně chápání významu geografie. Až v průběhu studia tedy může dojít ke změně jejího chápání od předmětu, který se zabývá světem, klade důraz na mapy, terén, krajinu a základní údaje jako jsou názvy hlavních měst, řek, pohoří atd. až po vědu znamenající porozumění, ocenění a vysvětlení různých aspektů světa prostřednictvím postupů, které zároveň spojují humanitní, společenské a přírodní vědy (Johnston, 2009).

Rozostřování významu geografie má vliv také na uznání mezi ostatními disciplínami, které jsou na rozdíl od komplexní geografie více exaktní. Tyto vědy pak můžou geografii vnímat jako podřadnou vědu nebo ji za vědu dokonce ani nepovažovat (Siwek, 2010). Možností, jak mylné představy o významu geografie změnit, je aktivní snaha akademických geografů. V tomto ohledu je důležité, jakým způsobem geografové a geografické instituce vytvářejí vlastní sebe prezentaci, ať už prostřednictvím svých vlastních oficiálních stránek a dokumentů, v médiích nebo jinde.

Na to, jak a jakým způsobem geografii prezentují právě tyto odborné geografické instituce a geografové v nich působící, se zaměřím v této bakalářské práci.

2. Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce s názvem *Co je geografie? Sebe prezentace českých geografických institucí* je analýza sebe prezentace českých geografických institucí. Jako reprezentace je v této práci chápáno aktivní vytváření obrazu reality (Kobayashi, 2020), a jako sebe prezentace tedy vytváření reprezentace sebe. Mou snahou bude zjistit, jakým způsobem geografické instituce vytvářejí obraz geografie, jakým způsobem geografii definují a jaké jí připisují vlastnosti. Vzhledem k rozsahu tohoto tématu byla pozornost omezena jen na vytváření sebe prezentace geografie u vybraných institucí v online prostoru.

K naplnění hlavního cíle byly stanoveny čtyři dílčí cíle:

1. Definice geografie na oficiálních webových stránkách institucí.

Pro naplnění tohoto cíle bude provedena analýza oficiálních webových stránek čtyř vybraných geografických institucí s úkolem zjistit, jak je na těchto stránkách, případně i v propagačních videích na nich zveřejněných, definována geografie. Pozornost je zde věnována jak pozitivní definici, tak i negativní, tedy tomu, co je odmítáno a není považováno za geografii.

2. Analýza a kategorizace příspěvků na oficiálních facebookových stránkách institucí.

Pro naplnění druhého dílčího cíle bude provedena základní obsahová analýza příspěvků na oficiálních facebookových stránkách vybraných geografických institucí. Tento dílčí cíl byl zvolen z důvodu, že v rámci sebe prezentace není důležitá pouze jasná definice, ale také procesy, události a aktivity, které jsou s geografii spojovány.

3. Analýza interakcí na oficiálních facebookových stránkách institucí.

Kromě analýzy samotného obsahu příspěvků na facebookových stránkách bude pro naplnění třetího cíle provedena i analýza interakcí. Výběr tohoto cíle je spojen se skutečností, že reprezentace není jednostranný proces a veřejnost není pasivním příjemcem této reprezentace. Některé stránky mohou být příjemci akceptovány více než jiné. Proto je důležité zjistit, o jaký typ příspěvků je největší zájem.

4. Analýza propagačních komentářů absolventů.

Pro naplnění posledního dílčího cíle bude zjišťováno, jakým způsobem geografii prezentují samotní absolventi geografie, a to prostřednictvím analýzy cyklu *Humans of Geography*, který je zveřejňován Katedrou geografie Univerzity Palackého v Olomouci. Tento dílčí cíl může pomoci pochopit, jaké charakteristiky geografie jsou důležité pro absolventy geografie, a to jak z hlediska jejich vlastní zkušenosti, tak i toho, co si myslí, že může být atraktivní pro potenciální uchazeče o studium geografie.

Z těchto čtyř dílčích cílů by poté mělo vyplynout, jakým způsobem se geografické instituce prezentují veřejnosti a jaký obraz si čtenář udělá o geografii po návštěvě jejich

webových nebo facebookových stránek. Cílem je tedy také konkrétně zjistit, jestli odborné geografické instituce šíří akademickou představu geografie nebo jestli přispívají k chápání geografie jako populární, tedy jako popisné vědy zabývající se zejména cestováním a tvorbou map.

3. Akademická a populární geografie

Tato kapitola má za cíl uvedení do problematiky akademické a populární geografie, definování jejich vztahu a také současného stavu akademické geografie v České republice. Nastíněna je i problematika zeměpisu a populárních geografických časopisů a médií, které jsou pro prezentaci a šíření populární geografie důležité. Poslední částí tohoto oddílu, týkající se problematiky akademické a populární geografie, je podkapitola reflektující to, jakým způsobem vnímají prezentaci geografie čeští geografové a jaké slabé stránky na současné geografii vidí.

Jak již bylo zmíněno, akademická geografie nemá jednotnou definici a laická veřejnost si vytváří představy o geografii na základě populárních zdrojů jako jsou populární časopisy, komerční cestopisy, brožury, filmy, dokumenty atd., přičemž tyto představy mohou být zásadním způsobem odlišné od akademické geografie. Bylo by vhodné a prospěšné, kdyby se akademická a populární geografie naučily nějakým způsobem spolupracovat, protože jak říká Bonnett (2003), akademičtí geografové potřebují populární geografy a naopak.

I odborné instituce a organizace jsou do jisté míry vnitřně ovlivněné onou populární představou a asociací geografie s určitými pojmy nebo předměty. Jako příklad bych uvedla například fakt, že valná většina odborných geografických organizací ve světě má ve svém logu nějakou formu mapy světa, mapy daného státu nebo globus. Globy najdeme také ve školách, učebnách zeměpisu, ale i na katedrách geografie, kde neslouží vždy jen ke vzdělávacím účelům, ale často také jako „výzdoba“, podle které asi každý člověk, který zde vstoupí, pozná, co se zde učí. Přesně tyto asociace jsou společné pro akademickou i populární geografii a vytvářejí vizuální představy o této disciplíně (Bonnett, 2003).

3.1 Populární geografie

Ani populární geografie není vnímána jednoznačně a existují pro ni různé definice. Podle jedné z nich termín populární geografie označuje „*všechny geografické vědomosti produkované a používané mimo akademickou půdu a ostatní oficiální odborné instituce*“ (García-Álvarez, Marias-Martínez, 2013).

V České republice k této problematice neexistuje moc zdrojů, ale v britském prostředí se jí věnuje např. Bonnett, který vnímá populární geografii v širším měřítku jako: „*Všechny formy geografických znalostí, které jsou rozvíjeny mimo vysokoškolskou komunitu a jsou reprezentovány veřejností*“ (Bonnett, 2003). Populární geografie bývá nejvíce šířena populárně geografickými médii a prostřednictvím primárního a sekundárního vzdělávání. Mezi nejčastější populární média patří geografické časopisy jako např. National Geographic nebo Geographical a dále televizní programy a kanály (např. National Geographic Channel). Tato média jsou mezi širokou nevědeckou veřejností velice oblíbená a mají miliony diváků a čtenářů po celém světě. Našeho českého prostředí se tato problematika nikdy přímo nedotýkala, ale podle Bonnetta existuje přetrvávající tendence si populární geografii (a to zejména tu, kterou nám prezentují média) představovat jako návrat do tzv. „imperiální představy geografie“ z 19. století, která se skládá z cestování, kolonizování a objevování. Což je přesně postoj, kterému se snaží akademická geografie vymanit (Bonnett, 2003).

Ve 20. století došlo k expanzi cestování a počátku většího šíření zpráv ze světa, což vedlo k rozvoji různých pohledů na podobu geografie. Geografie začala být asociována také s problémy souvisejícími s klimatickou změnou, rozvojem zemí třetího světa a světovými nerovnostmi. Základem geografie se staly vztahy mezi lidmi a fyzickým světem a mezi různými společnostmi (Johnston, 2009).

Akademičtí geografové pokládají otázku, proč by populární geografové měli mít možnost definovat směr a obsah geografie. Několik otázek položil ve svém článku také Bonnett (2003): Zastává populární geografie nepřátelský postoj k zapojení té akademické do jejího fungování? Je pro akademické geografy populární geografie něčím, za co by se měli stydět? Ukazuje populární geografie špatný obraz geografie? Je populární geografie návratem k imperialistickému smýšlení, tedy zaostalým stavem, ze kterého se akademičtí geografové snaží vymanit? K těmto otázkám se Bonnett později v roce 2008 ještě vrátil ve své knize prostřednictvím krátké diskuze o National Geographic Society, ve které popisuje, co tato společnost propaguje jako geografii. Ve zkratce jde o důraz na rozvoj a životní prostředí, cestování a mezinárodní zprávy (Bonnett, 2008). Na Bonnettovy otázky se málokdo odvážil odpovědět. V roce 2003 to zkusil doktor Kevin Stannard, který se zaměřil na vazby mezi školní a akademickou geografii, ovšem vypustil roli populární geografie při vytváření geografické představy (Johnston, 2009).

Pro propagaci každé vědy je důležitá její medializace. Ta probíhá prostřednictvím mediálních prezentací jejich hlavních představitelů (Jeleček, Martínek, 2007). V televizních zpravodajstvích i v internetovém zpravodajství se můžeme setkat s komentáři akademických geografů k různým aktuálním tématům. Ti se tímto kromě obeznámení veřejnosti o samotných tématech snaží také ukázat, co všechno může mít geograf ve své kompetenci. Ani tyto mediální výstupy ovšem zatím nestačí ke změně obecného povědomí o této vědě.

Celkově je populární geografie mnohem více propagována než ta akademická. Oddělení akademické a populární geografie neovlivňuje to, jak je tato disciplína praktikována akademickými geografy, ale ovlivňuje to, jak veřejnost tuto disciplínu vidí. To nemá vliv jen na představu o ní, ale také na veřejnou podporu a financování, které je pro ni důležité (Johnston, 2009).

Zda je tento oddělený přístup správný, je diskutabilní. Každý geograf k tomuto zastává jiný postoj a mohli bychom bez pochyby najít klady i zápory. V posledních letech ovšem čelí katedry geografie na univerzitách v mnoha zemích (velmi aktuální je problém například ve Velké Británii nebo na Novém Zélandu) potížím při náborech studentů a také v minulosti velmi silná tradice výuky zeměpisu na středních školách začíná v těchto zemích oslabovat. Problém s časovou dotací zeměpisu se postupně začíná projednávat i v České republice. To může mít do budoucna vliv na přípravu a studium nových mladých geografů. Proto je v tomto případě na místě otázka, zda by se neměli akademičtí geografové pokusit o navázání spolupráce s populárními geografy za účelem oslovení potenciálních studentů geografie nebo se aspoň inspirovat co se týče způsobu šíření informací. Podle Johnstona by nepomohlo pouhé zasilání článků do redakcí populárních časopisů, ale byla by třeba kolektivní akce včetně informování těchto redakcí o skutečné náplni práce akademických geografů a jejím významu pro ostatní. Mohlo by dojít k jednání o rozšíření obsahu časopisů. Zároveň by ale akademičtí geografové museli také přinést určité oběti a přijmout, že jejich materiály budou popularizovány a přepsány jiným stylem a budou doplněny o fotografie, které pořídí jiní (Johnston, 2009).

3.2 Představa populárních geografických časopisů

Mnoho autorů, kteří se snažili nějakým způsobem popsat vznik a vývoj populární geografie, se zaměřilo ve svých člancích a knihách na populárně geografické časopisy, které jsou jedním z hlavních zdrojů populární geografie. Výzkumy týkající se tohoto tématu byly provedeny v zahraničí (Velká Británie, Nový Zéland apod.) a v českém prostředí nebyly tolik diskutovány. I přes to, že podle slova „Geographic(al)“ v názvech těchto časopisů by se dalo předpokládat, že zobrazují výsledky výzkumů a jejich postupy široké veřejnosti, editoři a vydavatelé těchto časopisů přicházejí do velmi malého nebo žádného kontaktu s akademickou

geografií, což má za následek prezentaci odlišných informací. Mezi akademickými a populárními geografy není téměř žádný kontakt ani spolupráce. Populární geografové v podstatě ignorují práci akademických geografů a akademičtí geografové nepovažují náplň populární geografie za dostačující k tomu, aby se jí přikládala pozornost. I když by se to většině akademických geografů asi nelíbilo, nejde popřít fakt, že díky populárně geografickým časopisům (jako například National Geographic, Geographical nebo New Zealand Geographic) nebo televizním pořadům a kanálům (př. National Geographic Channel) se geografie dostala do obliby milionů čtenářů a diváků a stala se jednou ze světově nejrozšířenějších disciplín (Johnston, 2009).

Všechny tyto populární časopisy, pořady, kanály atd. mají za úkol cílit na širokou veřejnost, na obyčejné lidi bez odborného geografického vzdělání a předkládat takové informace, které pro ně budou zajímavé, a ne nudné, takovou formou, která je na první pohled zaujme. Z toho důvodu je v populárních časopisech kladen velký důraz na vizuální stránku – obsahují velké množství fotografií od profesionálních fotografů. Tyto časopisy se tematicky zaměřují zejména na objevování, cestování a předávání zkušeností – kam jít, jak se tam dostat, kde zůstat, co dělat. Konkrétně mezi nejčastěji prezentovaná témata patří divočina, exotika, venkov a krajina a jasně převažuje humánní geografie nad fyzickou, i když v rámci populární geografie žádné takové rozdělení na fyzickou a humánní geografii, jako je tomu v případě akademické, není. Většinou bývají témata fyzické geografie zastoupena převážně fotografiemi. Méně bývají překvapivě zastoupeny také témata týkající se současných aktuálních problémů (Johnston, 2009).

Z výše zmíněných časopisů má k akademické geografii nejbližší Geographical, mezi jehož editory v minulosti patřilo několik akademických geografů. Sám časopis geografii prezentuje jako „*vědu o porozumění lidem, místům a prostředí našeho světa a procesům, kterými se mění a vzájemným propojením mezi těmito procesy – lokálně i globálně*“ (Johnston, 2009). Jeden z článků týkající se akademické geografie byl vydán v dubnu 2007 a týkal se výroční konference Královské geografické společnosti (The Royal Geographical Society), kde názory akademických geografů vedly k závěru, že geografie je „*disciplína, která neustále znovuobjevuje sebe sama s úmyslem pomoci nám lépe porozumět našemu stále se měnícímu světu*“ (Johnston, 2009).

3.3 Představa o geografii prezentovaná zeměpisem

Zeměpis byl vždy pro žáky atraktivním a oblíbeným předmětem, ovšem jak pojednává mnoho autorů včetně Bonnetta (2003), jeho oblíbenost v některých zemích v posledních letech klesá.

Podle českých žáků je zeměpis jako předmět často definován jako nudný, nezajímavý, neužitečný nebo nenáročný. Důvodem klesající oblíbenosti tohoto předmětu jsou zastaralé způsoby výuky, které neodpovídají požadavkům současných žáků. Není to problémem jen zeměpisu, ale i jiných předmětů. Ovšem zrovna zeměpis je zasažen tím, že je na základních a středních školách většinou vyučován příliš encyklopedicky a popisně. Zkrátka jsou žákům přednášena kvanta informací, která si můžou snadno dohledat na internetu, ale i tak se je musí učit z paměti (Svobodová a kol., 2020).

Zásadní pro zlepšení a udržení dobré pozice zeměpisu v rámci neuniverzitního vzdělání jsou tedy dvě věci. První z nich je samotná příprava budoucích učitelů zeměpisu na vysokých školách, kde by si měli osvojit jak geografické znalosti, tak i znalosti o tom, jakými způsoby by mohli učit, aby došlo k nějaké změně. Druhou věcí je změna v kurikulárních dokumentech, bez které nebude ani sebevětší snaha samotných učitelů zcela účinná (Svobodová a kol., 2020).

Výuka zeměpisu je pro geografii velice důležitá. Na základních a středních školách si totiž žáci udělají o geografii nějakou představu, která je důležitá jak pro rozhodování pro potenciální studium geografie na vysoké škole, tak i pro jejich budoucí život a případně ovlivňování budoucích generací. I tato představa je ale do jisté míry populární. (Rozsivalová, 2021). Pokud bude zeměpis pro žáky nadále méně a méně zajímavý, tak bude stále menší zájem o jeho budoucí studium a geografii jako vědě to bude stále více škodit.

3.4 Současná akademická geografie v České republice

V České republice nemáme přesné údaje o stavu všech absolventů geografických oborů. Dostačujícím ukazatelem je ale také počet vysokých škol, kde lze geografické obory studovat (Siwek, 2010). V Česku lze v současné době studovat obory související s geografii celkově na dvanácti vysokých školách. Přehled škol, fakult a konkrétních geografických pracovišť, které v současné době v České republice existují, jsou pro přehled zpracovány v tabulce č. 1 níže (Česká geografická společnost, 2022a).

Tab. 1 Přehled geografických pracovišť v České republice

Město	Počet pracovišť	Škola	Fakulta	Názvy pracovišť
Praha	7	Univerzita Karlova	Přírodovědecká	Katedra fyzické geografie a geoekologie; Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje; Katedra demografie a geodemografie; Katedra aplikované geoinformatiky a kartografie; Knihovna geografie; Mapová sbírka
		Vysoká škola ekonomická	Národohospodářská	Katedra regionálních studií
Brno	4	Masarykova univerzita	Pedagogická	Katedra geografie
			Ekonomicko-správní	Katedra regionální ekonomie a správy
			Přírodovědecká	Geografický ústav
		Univerzita obrany	Vojenských technologií	Katedra vojenské geografie a meteorologie
Ostrava	3	Ostravská univerzita	Přírodovědecká	Katedra fyzické geografie a geoekologie; Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje
		Vysoká škola báňská-Technická univerzita	Hornicko-geologická	Katedra geoinformatiky
Olomouc	2	Univerzita Palackého	Přírodovědecká	Katedra geografie; Katedra geoinformatiky
České Budějovice	1	Jihočeská univerzita	Pedagogická	Katedra geografie
Liberec	1	Technická univerzita	Přírodovědně-humanitní a pedagogická	Katedra geografie
Plzeň	3	Západočeská univerzita	Ekonomická	Katedra geografie
			Pedagogická	Oddělení geověd
			Aplikovaných věd	Katedra geomatiky
Ústí nad Labem	4	Univerzita Jana Evangelisty Purkyně	Přírodovědecká	Katedra geografie; Centrum pro virtuální realitu a modelování krajiny
			Sociálně-ekonomická	Katedra regionálního a lokálního rozvoje
			Životního prostředí	Katedra informatiky a geoinformatiky
Zlín	1	Univerzita Tomáše Bati	Managementu a ekonomiky	Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Zdroj: Česká geografická společnost (2022a), následné vlastní zpracování

3.5 Problémy a slabé stránky geografie z pohledu českých geografů

V roce 2007 byl uskutečněn dotazníkový průzkum, který byl přes Českou geografickou společnost rozeslán všem geografickým pracovištím na univerzitách v České republice a na Ústavu geoniky AV ČR v Brně. Z více než 400 geografů, kteří ho mohli vyplnit, byl vyplněn jen 40 z nich. Po srovnání s dotazníkovým průzkumem s podobnými otázkami, který byl uskutečněn mezi geografy v Polsku, a zjištění, že velká část odpovědí českých a polských geografů se buď shodovala nebo byla podobná, lze tento průzkum považovat za reprezentativní (Siwek, 2010).

Jako hlavní problémy české geografie vidí respondenti neujasněné místo geografie v systému věd a nevyjasněné vztahy mezi fyzickou a sociální geografii a dále také slabou aplikovatelnost geografických výsledků. Stejně problémy byly uvedeny také u geografie světové, kde se dále objevily ještě odpovědi spojené s problémy životního prostředí a kritikou anglosaské dominance ve vědě. Někteří, zejména starší, geografové vidí jako nevýhodu také rostoucí převahu angličtiny, která zde je již od konce 2. světové války. To dává výhodu vědcům, pro které je angličtina mateřským jazykem (Siwek, 2010).

Mezi slabé stránky české geografie respondenti uvedli roztržičnost témat i geografické komunity, nedostatečné uplatnění v praxi, chybějící instituce (jako geografický ústav Akademie věd nebo geografické fakulty), malý počet geografů, chybějící kvalitní časopis a objevily se také názory, že mezi slabinu geografie patří samotná teorie, která je brána příliš široce (Siwek, 2010).

Podle českých geografů, kteří se dotazníkového šetření zúčastnili, by se geografie v tomto tisíciletí měla zabývat zejména problematikou životního prostředí a trvalé udržitelnosti, současnými globálními problémy, migrací, změnami klimatu a regionálním rozvojem (Siwek, 2010).

Česká geografie je do značné míry, stejně jako u spousty dalších zemí světa, ovlivněna a inspirována anglosaskou geografii. K náhledu do toho, jak taková anglosaská geografie vypadá, nám může pomoci náhled do britské vysokoškolské učebnice s názvem *Introducing Human Geographies*, která dává studentům ve Velké Británii základ tohoto vědního oboru. Učebnice znázorňuje odklon od singularity a přiklání se k pluralitě humánní geografie, kterou spojuje jen koncept prostorovosti, který je v této učebnici popsán pomocí tří paradigmat. Prvním je popis Země, její fyzické složky a vztah mezi Zemí a člověkem, druhým je vysvětlování vztahů společnost-prostor a třetím představa společnosti a společenských identit konstruovaných a reprodukováných prostorovými uspořádáními (Smith, 2005). V 70. a 80. letech 20. století do anglosaské geografie pronikly nové směry a humánní geografie začala s dekonstrukcí konceptů jako místo nebo region včetně používání těchto konceptů jinými

vědami. Skrze toto začala geografie studovat společenské procesy a zabývat se například překrývajícími se prostory a meziprostory. Zmíněná pluralita geografie, nejen té humánní, umožňuje zabývat se širokou škálou problémů a jevů (Kopeček a kol., 2011).

Z pohledu profesora Newcastle University Alastaira Bonnetta má geografie trvalou krizi z důvodu její komplexnosti. Akademická geografie podle něj trpí nedostatkem definice. Geografie jako světová disciplína pak ovlivňuje další teoretické i empirické problémy jako je reprezentace, utváření regionů, ekonomika nebo sociální a environmentální procesy (globalizace, industrializace). Tyto oblasti již mají v rámci akademické geografie své místo a najdeme je i ve vysokoškolských učebnicích (Bonnett, 2003).

4. Sociální sítě

Sociální sítě jsou specifické webové stránky, které jsou založeny spíše na vztazích mezi uživateli (vzájemných komentářích, odkazech a hodnocení) než na obsahu. Jejich smyslem je vybudovat kontaktní síť s dalšími uživateli a zůstat s nimi ve spojení. Typické pro sociální sítě je to, že většina jejich obsahu je tvořena samotnými uživateli a provozovatelé serverů do jejich provozu zasahují minimálně. Uživatelé si zakládají své profily, prostřednictvím kterých se poté prezentují. Kromě komunikace poskytují sociální sítě i další služby jako je například sdílení souborů, hraní her, online nakupování atd. Mezi nejznámější sociální sítě v současnosti řadíme Facebook, Instagram, Twitter, Youtube a další (Bednář, 2011; Boyd, Ellison, 2007).

4.1 Fungování sociálních sítí

Jak jsem již zmínila v předchozí části, sociální sítě jsou založeny zejména na vztazích mezi uživateli, které jsou založeny na tom, že daní uživatelé spolu chtějí vzájemně komunikovat a sdílet spolu své informace (Bednář, 2011).

Spolu s rostoucí popularitou sociálních sítí bylo pro jejich provozovatele důležité přemýšlet nad tím, jak nalákat nové uživatele a udržet si ty stávající. Tak vznikl algoritmus, jehož hlavním cílem je „*nabídnout uživatelům tak relevantní obsah, jak jen to bude možné, aby na sociální síti trávili hodně času a rádi se vraceli*“ (Chrátová, 2020). Algoritmus se neustále mění a každému uživateli vybírá na míru to, co je pro něj nejvíc vhodné. Platí tady to, že nejvíce příspěvků se vám zobrazuje od osob nebo stránek, se kterými máte nejvíce interakcí (píšete si s nimi, komentujete nebo dáváte like na příspěvky, často hledáte jejich profil nebo třeba hledáte podobný obsah) (Chrátová, 2020).

4.2 Facebook

Ačkoliv původně tato sociální síť vznikla v roce 2004 pouze pro studenty Harvardu, hned následující rok byla zpřístupněna dalším americkým vysokým školám a velkým korporátním společnostem a v roce 2006 se nakonec otevřela celému světu. Od tohoto roku si může facebookový profil založit každý, kdo dosáhl 13 let a má emailovou adresu (Křížek a kol., 2013).

Kromě profilů jednotlivých uživatelů slouží Facebook i pro prezentaci společností, organizací, produktů nebo osobností. Uživatelé se stanou po stisknutí tlačítka To se mi líbí fanoušky dané stránky a příspěvky této stránky se jim začnou zobrazovat na hlavní stránce. Na příspěvky následně mohou různě reagovat (používat tlačítka reakcí, komentáře nebo sdílení) (Pongpaew a kol., 2017).

4.2.1 Tlačítkové reakce na Facebooku

Jednou z nejběžnějších a nejjednodušších forem aktivity na sociální síti Facebook jsou tlačítkové reakce (konkrétně To se mi líbí, Super, Haha, Paráda, To mě mrzí, To mě štve a Péče). Nejoblíbenější a také nejdéle existující z nich je To se mi líbí, označované také jako Like. Ostatní tlačítkové reakce přibýly až v roce 2016 a tlačítko emotikon Péče v roce 2020.

Denně je „lajků“ zaznamenáno několik miliard, což značí, že je opravdu stěžejní součástí online interakce na Facebooku. I když v překladu like znamená v podstatě „to se mi líbí“, tak to neznamena, že uživatel dá like pouze příspěvkům, ke kterým má kladný postoj a opravdu se mu doslova líbí. Like je využíván spíše na všechny příspěvky, které člověka nějakým způsobem zaujmou, ke kterým nemá úplně neutrální postoj nebo žádný názor. Příkladem může být „lajkování“ negativních událostí jako jsou úmrtí, pohřby, války apod. Asi bychom řekli, že v těchto případech jistě není cílem lajku říct, že se tyto události uživateli líbí. Spíše ho to nějakým způsobem zajímá, soucítí s nimi, není mu to lhostejné (Eranti, Lonkila, 2015).

Přidáním jiných možností reakcí, než je jen To se mi líbí, se sice rozšířila možnost na různé události a příspěvky reagovat různými způsoby a u těch smutných použít například právě tlačítko „To mě mrzí“, ale i tak spousta uživatelů zůstává jen u původního tlačítka Like a ostatní nevyužívá (Michl, 2020; idnes, 2016).

4.3 Analýza sociálních sítí

Analýza sociálních sítí je poměrně mladou, ale rychle se rozvíjející vědeckou disciplínou, která vnímá sociální síť jako strukturu sociálních činitelů a vztahů a zabývá se síťovými vazbami. V rámci sociální sítě jsou aktéři bráni jako vrcholy a vazby mezi nimi jako hrany. Následně jde s využitím matematického vyjádření vlastností vazeb a vrcholů uchopit jako graf a podrobit analýze. Analýza sociálních sítí má poměrně široké možnosti využití a bývá uplatněna tam, kde je třeba popsat a analyzovat vztahy mezi libovolnými aktéry. Vzhledem k interdisciplinaritě tohoto přístupu existuje také mnoho způsobů, jak tuto analýzu provést. Výše zmíněný postup s využitím vrcholů, vazeb a hran není zdaleka jediný možný. Jak již bylo zmíněno dříve, pro účely bakalářské práce využiji zjednodušenou a upravenou analýzu provedenou s pomocí statistických postupů (Nešpor, 2017; Mazák a kol., 2015; Toušek, 2014).

5. Metodika práce

K analýze byly vybrány čtyři instituce, a to Česká geografická společnost (ČGS), která všechny ostatní instituce zaštiťuje a zároveň zveřejňuje kromě svých informací i vše, co pošlou ostatní geografická pracoviště v České republice, dále Katedra geografie Univerzity Palackého v Olomouci (UP) jakožto má „domácí“ katedra a jako poslední dvě katedry Ostravské univerzity – Katedra fyzické geografie a geoekologie (Fyz. OU) a Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje (Soc. OU). Poslední dvě zmíněné katedry byly vybrány na základě provedeného předvýzkumu, ve kterém bylo sledováno, jak často jednotlivé katedry geografie zveřejňují příspěvky na své stránky na Facebooku a jaký je jejich obsah.

V případě webových stránek institucí a následně i cyklu Humans of Geography, který je na nich zveřejňován, byla provedena kvalitativní obsahová analýza.

Na facebookových stránkách institucí byla provedena zjednodušená kvantitativní obsahová analýza. Kromě tematické stránky příspěvků byly analyzovány také interakce uživatelů na jednotlivých facebookových stránkách. V základní analýze interakcí byly porovnávány jen počty tlačítkových reakcí, sdílení, komentářů a Engagement rate stránek institucí a nejoblíbenějších příspěvků. Správci stránek na Facebooku mají sice k dispozici ucelené a detailní přehledy o vývoji sledujících, návštěvách stránek, hodnoceních atd., ale nikdo jiný, než samotní správci k nim nemá přístup a tyto údaje nelze externě získat. Tyto přehledy mohly být získány pouze pro facebookové stránky Katedry geografie Univerzity Palackého, ale ne pro ostatní instituce a výsledky by tedy nemohly být srovnatelné. Z toho důvodu byla provedena jen analýza veřejně dostupných informací, která je pro potřeby bakalářské práce dostačující.

Engagement rate (ER) je ukazatel, kterým je možno měřit angažovanost publika na určitý zveřejněný obsah. Existuje více způsobů, kterými lze ER vypočítat, ovšem existuje zde i několik limitujících faktorů, jako například dostupnost počtu sledujících pouze v současné době, ale ne ve sledovaném období (Prantl, Mičík, 2019).

Pro účely této bakalářské práce byl využit ER facebookových stránek jednotlivých institucí za sledované období od 1. dubna 2021 do 31. října 2021 a také ER deseti příspěvků s největším počtem tlačítkových reakcí.

ER facebookové stránky byl vypočítán podle následujícího vzorce:

$$\text{Engagement rate} = \frac{\text{počet tlačítkových reakcí} + \text{počet sdílení} + \text{počet komentářů}}{\text{počet sledujících}}$$

ER příspěvku byl vypočítán následovně:

$$\text{Engagement rate příspěvku} = \frac{\text{počet tlačítkových reakcí} + \text{počet sdílení} + \text{počet komentářů}}{\text{počet příspěvků v kategorii}}$$

(Eger, Egerová, 2018)

V rámci analýzy obsahu facebookových stránek byl nejprve vytvořen kódovací arch v programu Excel, do kterého byly následně zapisovány následující údaje: obsah přidaného příspěvku, datum zveřejnění, zkrácený název instituce, počet reakcí (tlačítkové reakce, sdílení, komentáře). Data byla shromažďována v časovém období od 1. dubna 2021 do 31. října 2021, během kterého bylo sesbíráno celkem 361 příspěvků. Toto období plynule navazuje na měsíce, kdy probíhal předvýzkum. Následně byly příspěvky rozděleny do jedenácti kategorií a následně i podkategorií podle obsahů příspěvků. Následné analýze byly podrobeny všechny kategorie. Podkategorie byly analyzovány pouze u kategorií, které jsou tematicky stěžejní pro cíl práce a které zároveň obsahovaly také největší množství příspěvků. Jedná se o tři kategorie – Geografické akce, Výstupy v médiích a Přednášky a semináře. V kategorii Geografické akce byly určeny podkategorie České a Mezinárodní, v kategorii Výstupy v médiích podkategorie Fyzická geografie, Humánní geografie, Regionální geografie, Kartografie a geoinformatika a Další a v kategorii Přednášky a semináře podkategorie Fyzická geografie, Socioekonomická geografie, Výuka a Ostatní. Následovala samotná analýza, jejíž výstupem jsou převážně grafy a tabulky.

Vzhledem k době konání sběru dat jsou některé kategorie ovlivněny pandemií covidu-19 a trochu se liší od doby před vypuknutím. Konání některých akcí, přednášek atd. bylo omezeno a například část výstupů geografů v médiích byla tímto tématem také ovlivněna. Zároveň řazení do kategorií nemusí být vždy jednoznačné, ale odpovídá z hlediska zvoleného druhého dílčího cíle. Za dobu sběru dat bylo možné zachytit jen část témat, které byly právě během těchto měsíců prezentovány. Při dlouhodobějším zkoumání by bylo témat, která instituce na svých sociálních sítích sdílí, ještě mnohem více.

Všechny složky praktické části této práce se týkají online prostoru, který je, co se týče interakcí, v dnešní době dominantní. Jsem si vědoma, že upozadují mnoho dalších propagačních materiálů, které jsou fyzicky dostupné, ale zakomponování dalších materiálů by již bylo nad rámec rozsahu bakalářské práce. Jedná se tak o první vstup do tématu, který by mohl být dále rozvíjen v širších souvislostech.

Je důležité, jakým způsobem se instituce na sociálních sítích prezentují, jelikož tato komunikace není omezena jen na akademické pracovníky, ale je přístupná veřejnosti.

6. Definice geografie na webových stránkách geografických institucí

První složkou praktické části je analýza oficiálních webových stránek vybraných geografických institucí s cílem zjistit, jakým způsobem je na těchto stránkách reprezentována geografie jako vědní obor.

6.1 Česká geografická společnost

ČGS je zapsaným spolkem sdružujícím vědecké, pedagogické a odborné pracovníky v geografii a jí příbuzných oborech. Mezi cíle společnosti patří rozvíjení a zvyšování úrovně geografie jako vědy, rozvoj geografického vzdělávání na ZŠ a SŠ, propagace geografie a šíření výsledků geografických výzkumů směrem k veřejnosti (Česká geografická společnost, 2022b).

I oficiální webové stránky České geografické společnosti uvádí, že představa veřejnosti o tom, co je geografie a čím se geografové zabývají, je často naprosto mylná. Nenalezneme zde sice přímou definici geografie, ale pouze negativní vymezení vůči tomu, co geografie není.

„Pod pojmem geografie si totiž laik v dnešní době neumí představit téměř nic konkrétního, maximálně zakreslování řek do slepých map či memorování hlavních měst všech států světa. Toto chápání geografie, jako sumy encyklopedických znalostí o Zemi, ale zcela neodpovídá skutečnosti. Stejně tak je mylná představa geografů jako odborníků, kteří pouze vytvářejí mapy“ (Česká geografická společnost, 2022a).

ČGS také uvádí, že na zeměpis je na základních a středních školách pohlíženo jako na druhořadý předmět a jen málo žáků tak dostává motivaci k tomu studovat geografii jako obor na vysoké škole a stát se geografem. Důležité pro to, aby byly tyto mylné představy vyvráceny a aby došlo k větší motivaci žáků ke studiu geografie, je to, aby docházelo k větší informovanosti jak o samotném oboru, tak i o dalších možnostech, které jeho studium přináší. Tento úkol je primárně v rukou učitelů zeměpisu, kteří by měli případným zájemcům o studium objasnit, čím se geografie vlastně skutečně zabývá.

Na úvodní stránce webu ČGS najdeme mimo jiné také kategorie novinky a geografové v médiích, po jejichž rozkliknutí se zobrazí články s různými tématy, které souvisí s geografii a podle kterých si čtenář dokáže také udělat a ujasnit svou představu o náplni geografie. Nenajdeme zde pouze geograficky orientovaný obsah, ale také např. informace o úmrtích známých geografických představitelů a členů ČGS, informace o konferencích a dalších akcích, oceněních, publikacích atd. Tyto články bývají sdíleny také na facebookových stránkách České geografické společnosti, kde je v další části mé bakalářské práce budu podrobovat detailnější

analýze (Česká geografická společnost, 2022c). Dostupné jsou na webových stránkách i publikace, z nichž některé jsou placené (např. Geografické rozhledy – starší čísla jsou dostupná v archivu zdarma, ale pro většinu je třeba přihlášení) a některé jsou zcela zdarma (např. Edice Geographica, Atlas málo známých pražských ostrovů nebo Informace ČGS). Jsou dostupné v pdf pro každého, kdo by měl o ně zájem, ale dá se předpokládat, že zájem osob z široké veřejnosti bez jakéhokoli geografického vzdělání, které se nepohybují v geografických oblastech, bude minimální (Česká geografická společnost, 2022d). Paradoxně placený časopis Geografické rozhledy je jako jediný ze zmíněných popularizační a může tak plnit výše diskutovanou funkci popularizace vědy formou, která je přístupná i pro laickou veřejnost.

Oficiální webové stránky České geografické společnosti jsou celkově primárně určené především pro odborníky a osoby, které disponují nějakým geografickým vzděláním nebo se o geografii zajímají.

6.2 Katedra geografie Univerzity Palackého v Olomouci

Oficiální webové stránky katedry geografie Univerzity Palackého geografii explicitně nedefinují, ale cílí převážně na studenty a na potenciální zájemce o studium. Pod kategorií studium v sekci přijímací řízení najdeme seznam nabízených studijních programů, po jejichž rozkliknutí se nám zobrazí stránka, na které je vypsán obsah daného studijního programu a také doporučený studijní plán, ze kterého se může případný zájemce o studium dozvědět, jaké bude mít předměty a jaká je jejich náplň. Na stránce týkající se přijímacích řízení najdeme také dvě videa. První z nich má za úkol popsat, co je zkoumáno na olomoucké katedře geografie. Podkladem první části videa jsou krátké snímky s tematikou klimatu města, geografie energií, vnímání prostoru, geografie hazardu, historické krajiny a regionalizace, které jsou vizuálně zajímavé a jejich cílem je zaujmout a přilákat budoucí studenty. V druhé části jsou pak vypsány studijní programy, které je na katedře možné studovat (Youtube Geografie UP Olomouc, 2022). Druhé video je také cílené na potenciální uchazeče o studium, opět je vizuálně lákavé s množstvím snímků ze světa. Obsahem jsou komentáře učitelů katedry a také studentů k tomu, co je geografie, co je na ní zajímavé a co se dá v rámci jejího studia naučit. Konkrétně je ve videu zmiňováno, že je geografie „všude kolem nás“, „provází nás každodenním životem“, „je jednou z nejstarších věd v lidském poznání“, dále že geografie není oborem, kde se učí hlavní města jednotlivých států, ale studenti se naučí chápat věci v prostorových souvislostech. Kromě samotného obsahu geografie je video zaměřené i na město Olomouc, na to, proč si vybrat studium geografie právě v tomto městě, a co se zde studentům líbí jak na městě, tak na komunikaci a přístupu učitelů katedry. Lákavá pro uchazeče je i další část videa, která je věnována exkurzím, stážím a zahraničním výjezdům. Závěrem videa je, že se studenti na

katedře naučí „*pracovat s informacemi, kriticky uvažovat a informace kriticky hodnotit a aplikovat prostorový kontext do svého vlastního uvažování*“. Těmito způsoby stránky této katedry definují geografii uchazečům o studium (Youtube Geografie UP Olomouc, 2018; Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022a).

Dále na stránkách najdeme také kategorii výzkum, ve které nalezneme přehled projektů od roku 2003 do roku 2021 a také nejnovější publikace pracovníků katedry. Mezi výzkumní témata katedry patří klima města, historická krajina, geografie energií a percepce geografického prostoru. Po rozkliknutí témat se mohou čtenáři dozvědět detailnější informace o jednotlivých výzkumech (Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022b).

6.3 Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity

Kromě klasických informací pro studenty, jako jsou různé aktuality a informace o akcích, o studiu, výpisu studijních programů, přijímacích řízeních a možnosti podávání přihlášek a mnoho dalších základních informací, které najdeme na stránkách snad všech kateder, nejen těch geografických, nabízí webové stránky Katedry fyzické geografie a geoekologie po rozkliknutí každého programu jeho specifikaci. Ta obsahuje informace o tom, pro koho je daný studijní program vhodný, co se v průběhu studia dělá, co se učí a jaké je následné uplatnění studentů. Na stránkách katedry tedy sice není přímo definována geografie jako taková, ale jsou definovány její části, které se zde dají studovat. Najdeme zde 3 v bakalářském studijním programu a 2 v navazujícím magisterském. Jako příklad definování geografie různými specializacemi uvedu pár definic. Fyzická geografie je zde například definována jako:

„Moderní geografická disciplína, která systematicky řeší vztahy mezi jednotlivými složkami krajiny a zabývá se rovněž interakcí člověka s krajinnou sférou“ (Katedra fyzické geografie a geoekologie, 2022a).

Specializace Kartografie a geoinformatika se pro studium prezentuje následovně:

“V rámci studia se tedy také seznámíte se všemi složkami krajiny a jejich vzájemnými vazbami a stanete se tak odborníky na krajinu zaměřenými na metody zpracování a zobrazování dat o krajině“ (Katedra fyzické geografie a geoekologie, 2022b).

Při výběru specializace Ochrana a tvorba krajiny se zase studenti naučí „*jak funguje živá i neživá část přírody a jak do krajiny zasahuje svou činností člověk*“ (Katedra fyzické geografie a geoekologie, 2022c).

Kromě samotných definic a obsahů programů a specializací zde najdeme také zmínku o výuce zeměpisu na ZŠ a SŠ. A to tu, že oproti vyjmenovávání hlavních měst a přítoků Vltavy je moderní geografie o procesech a vazbách, což je přesně to, co se studenti naučí na této katedře.

Další kategorií, po jejíž rozkliknutí se dozvíme něco o tom, co všechno patří do geografie, je kategorie výzkum. Výzkumy jsou na katedře čtyři – geomorfologie, hydrologie, geoekologie a kartografie a geoinformatika. V rámci výzkumu geomorfologie se zabývají svahovými deformacemi, kvartérním vývojem georeliéfu a krajiny, povrchovými zdvihy a neotektonikou atd. V rámci hydrologie potom antropogenním ovlivněním hydrologického cyklu a srážkoodtokových vztahů v povodích nebo matematickým modelováním fluvialní eroze a transportu sedimentů (Katedra fyzické geografie a geoekologie, 2022d).

Na webových stránkách Přírodovědecké fakulty Ostravské univerzity najdeme video, které katedru představuje a jehož hlavním úkolem, jakož i popisku o katedře fyzické geografie a geoekologie, je nalákat uchazeče o studium právě na tento obor (Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity, 2022a).

6.4 Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity

Katedra nemá své vlastní webové stránky, ale všechny potřebné informace jsou dostupné na webových stránkách Přírodovědecké fakulty Ostravské univerzity. I tato katedra popisuje, že geografie není jen o slepých mapách a poučkách z učebnic, ale pomáhá vnímat svět v širších souvislostech. Kromě programů jako Ekonomická geografie a regionální rozvoj nebo Politická a kulturní geografie lze na této katedře studovat i učitelskou geografii (Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity, 2022b).

Ekonomickou geografii stránky definují cíleně na uchazeče takto:

„Ekonomická geografie Vás naučí porozumět zákonitostem rozmístění zemědělství, průmyslu a služeb na lokální až globální úrovni a současně zachytit a charakterizovat současné prostorové změny“ (Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity, 2022c).

Specializace Politická a kulturní geografie je definována jako:

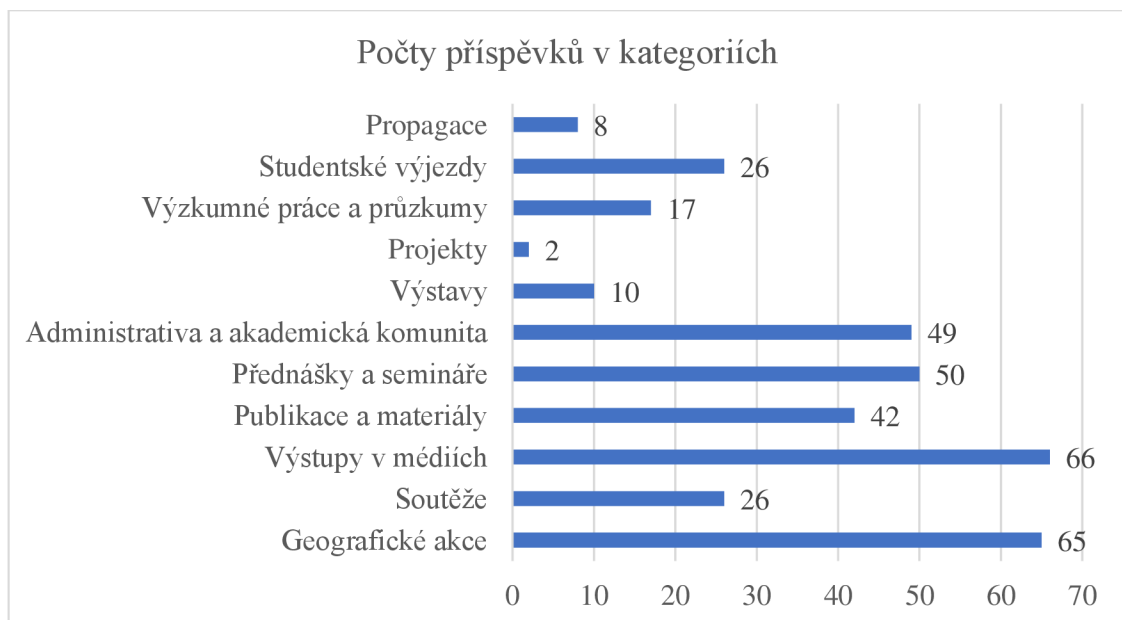
„Politická geografie se zabývá prostorovými aspekty politiky, jejími aktéry a nástroji. Kulturní geografie se zaměřuje na jazykovou a náboženskou strukturu regionů, spolu s formováním regionální a národní identity obyvatelstva“ (Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity, 2022d).

Jako poslední příklad bych uvedla definici toho, co se uchazeči naučí v samotné učitelské geografii, která je následující:

„Naučíte se porozumět jevům a procesům v přírodě a ve společnosti. Geografie Vám přiblíží příčiny a důsledky činnosti lidí. Vniknete hlouběji do tajů jednotlivých složek ve fyzické a také v politické, kulturní a ekonomické geografii“ (Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity, 2022e).

7. Analýza facebookových stránek vybraných geografických institucí

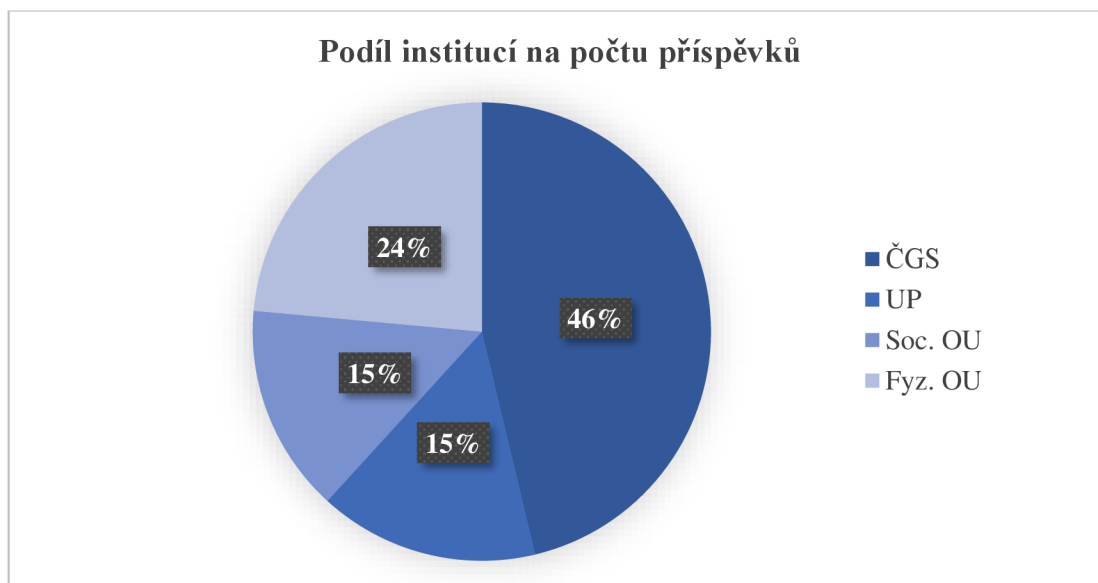
Další složkou praktické části této bakalářské práce je kvantitativní obsahová analýza čtyř oficiálních facebookových stránek geografických institucí. Příspěvky byly nejprve analyzovány souhrnně a následně i zvlášť za jednotlivé instituce a kategorie. Pro přesnější a komplexnější představu byly analyzovány všechny příspěvky, včetně těch, které nesouvisí s geografii, ale např. studiem nebo životem akademické komunity. Obsahově nejdůležitějšími kategoriemi jsou Výstupy v médiích, Geografické akce a Přednášky a semináře, které byly podrobeny také detailnější analýze než ostatní kategorie. Pro prezentaci geografie je důležitá také kategorie Propagace, kterou budu poté rozebírat také v poslední části týkající se analýzy cyklu Humans of Geography.



Obr. 1 Celkový počet příspěvků zveřejněných za sledované období v jednotlivých kategoriích

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

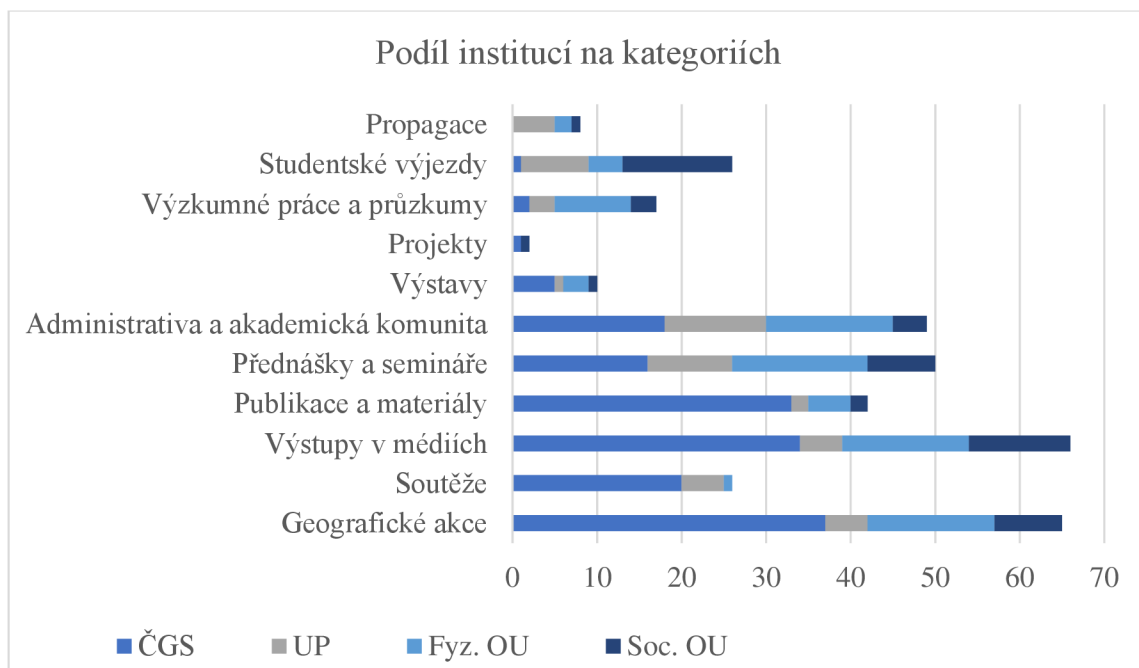
Ze souhrnného grafu počtu příspěvků v jednotlivých kategoriích vidíme, že mezi nejpočetnější kategorie s více než 50 příspěvků patří Výstupy v médiích, Geografické akce a Přednášky a semináře. Naopak nejméně početnými kategoriemi s 10 a méně příspěvků jsou Výstavy, Propagace a Projekty.



Obr. 2 Podíl vybraných geografických institucí na celkovém počtu příspěvků

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Z grafu číslo 2 je patrné, že nejvíce příspěvků (téměř 50 %) zveřejnila Česká geografická společnost, za ní následuje Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity a téměř vyrovnaně na tom s 56 a 53 příspěvků jsou Katedra geografie Univerzity Palackého a Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity. Jedním z důvodů velké převahy ČGS může být to, že na rozdíl od pracovišť na vysokoškolských katedrách geografie není ČGS limitována letními prázdninami ani zkouškovým obdobím a zároveň také sdílí jak své příspěvky, tak i příspěvky zaslané z dalších geografických pracovišť.



Obr. 3 Podíl geografických institucí na kategoriích

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

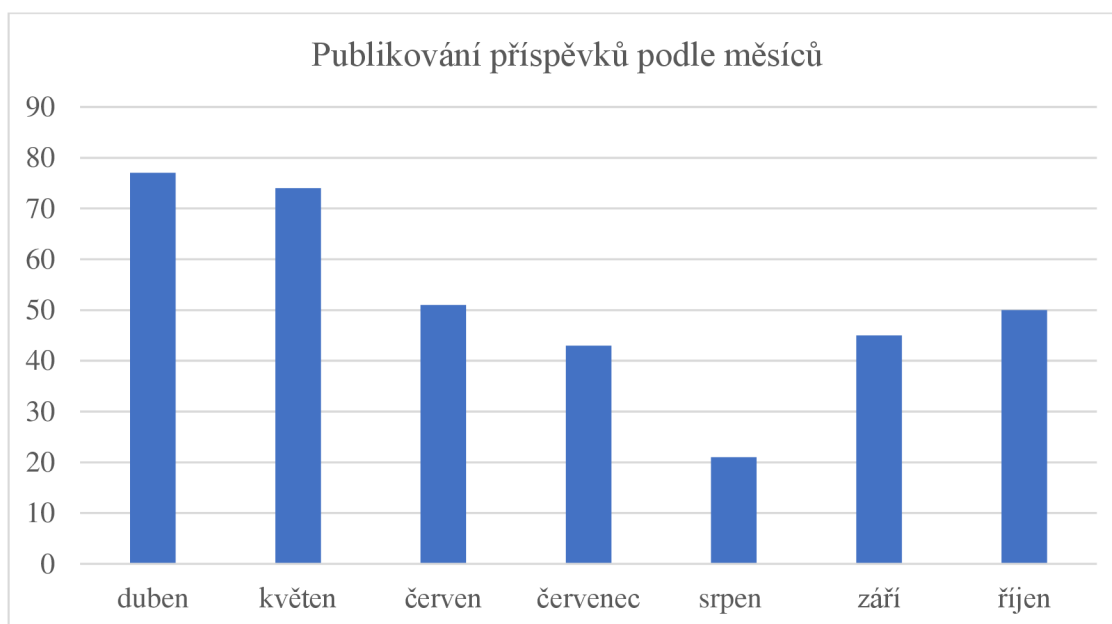
U České geografické společnosti jsou nejvíce zastoupeny příspěvky spadající do kategorií Geografické akce, Výstupy v médiích a Publikace a materiály, takže tři nejpočetnějších kategorií. Nejméně příspěvků se týkalo kategorií Projekty, Studentské výjezdy a Výzkumné práce a průzkumy, ale vzhledem k tomu, že kategorie Projekty obsahuje celkově jen dva příspěvky, tak ČGS zveřejnila 50 % této kategorie. Příspěvek z kategorie Propagace nebyl u ČGS zastoupen ani jeden.

Co se týče Katedry geografie Univerzity Palackého, tak zde již je obsahová skladba jiná než u České geografické společnosti a jde zde přesně vidět rozdíl mezi odbornou geografickou institucí, kterou je Česká geografická společnost, a mezi vysokoškolskou katedrou. Nejvíce obsahu bylo zveřejněno v kategorii Administrativa a akademická komunita týkající se zejména informací ke studiu apod. Následují kategorie Přednášky a semináře a Studentské výjezdy. Nejméně zastoupenými kategoriemi jsou Výstavy a Výzkumné práce a průzkumy, kategorie Projekty nebyla v případě facebookových stránek této instituce zastoupena vůbec.

V případě Katedry fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity byly stejně jako u olomoucké katedry nejvíce zastoupeny kategorie Přednášky a semináře a Administrativa a akademická komunita, navíc také Výstupy v médiích a Geografické akce. Nejméně byly zastoupeny kategorie Soutěže, Propagace a Výstavy a vůbec nebyla opět zastoupena kategorie Projekty.

Nejzastoupenějšími kategoriemi druhé z geografických kateder Ostravské univerzity jsou Studentské výjezdy a Výstupy v médiích. Na první ze zmíněných má tato instituce největší podíl. Nejméně příspěvků má tato katedra v kategoriích Propagace, Projekty a Výstavy a v kategorii Soutěže nemá žádný. Katedra tedy buď nepořádá a nespolupracuje na žádných soutěžích nebo tyto informace nesdílí na své facebookové stránce nebo jen žádná ze soutěží nebyla pořádána ve sledovaném období.

7.1 Časové rozložení příspěvků



Obr. 4 Rozložení počtu publikovaných příspěvků v jednotlivých měsících sledovaného období

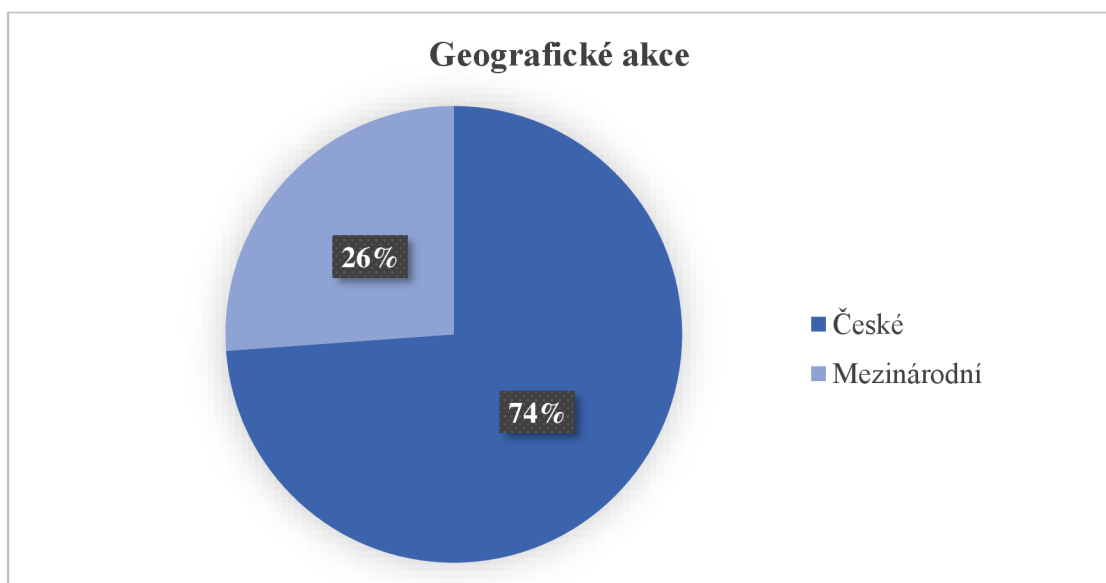
Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Co se týče množství zveřejněných příspěvků v jednotlivých měsících, můžeme vidět pokles během letních prázdnin v červenci a zejména srpnu, kdy došlo ke snížení publikovaných příspěvků o více než jednu třetinu. S koncem prázdnin a začátkem nového semestru začalo množství přispívání opět růst. Když porovnáme duben a květen s říjnem, tak se nepotvrdila domněnka, že v období, kdy přetrvávala na školách distanční výuka, bylo množství příspěvků nižší. Sledované období nezahnuje dobu před covidem-19, proto nelze porovnávat toto období s dubnem a květnem 2021, ale je možné tyto měsíce porovnat aspoň s měsíci, kdy již došlo k obnovení prezenční výuky v září a říjnu 2021.

7.2 Kategorie Geografické akce

Tato kategorie je s celkem 65 příspěvků druhou nejpočetnější kategorií mé analýzy. Do kategorie byly zařazeny příspěvky týkající se akcí konaných geografickými institucemi jak pro geography, tak pro studenty kateder, ale třeba i těch pro širokou veřejnost. Výjimku tvoří různé přednášky, semináře, workshopy nebo třeba výstavy, které mají své samostatné kategorie. Po vynechání tohoto tedy do kategorie Geografické akce řadíme Dny geografie, Den Země, Noc Geografie, Noc vědců, Mapathon (humanitární akce, při které jsou podle satelitních snímků vytvářeny mapy oblastí ohrožených krizemi), různé konference, kongresy a kolokvia, ať už konané prezenčně nebo online, vědecké festivaly, letní škola a adaptační a jiné kurzy a další (Lékaři bez hranic, 2021).

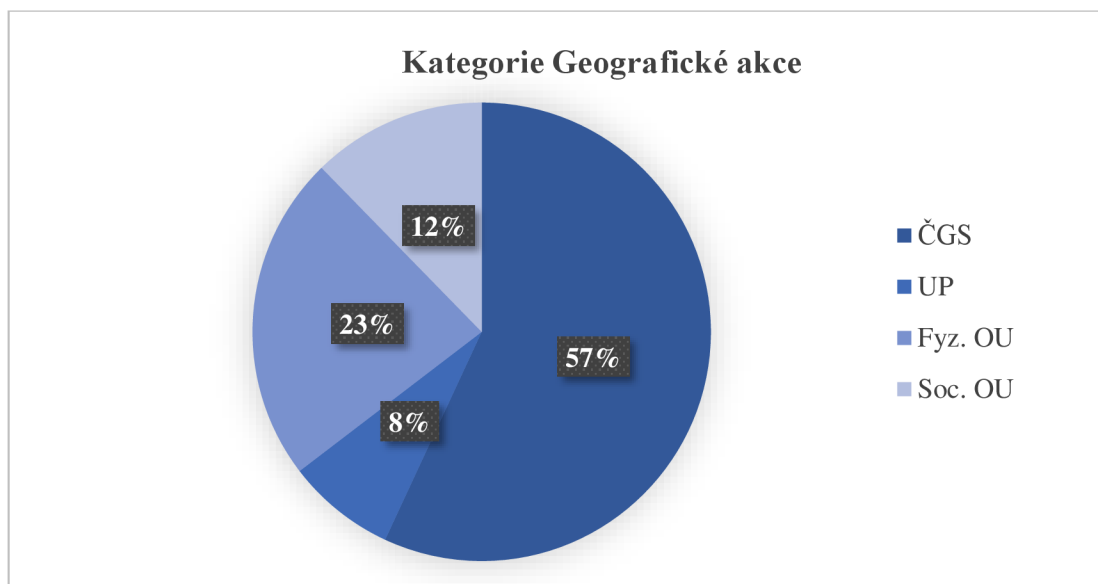
Vzhledem k početnosti kategorie a tomu, že tyto akce a jejich témata mohou veřejnosti poskytnout docela dobrou představu o velké spoustě témat, kterými se geografové zabývají, byla tato kategorie rozdělena ještě na dvě podkategorie, a to – České a Mezinárodní. Jak je již z názvů zřejmé, do podkategorie České řadíme všechny akce, které byly uskutečněny na území České republiky, byly pořádány čistě českými institucemi a proběhly v českém jazyce. Do této podkategorie patří např. i Den Země, i když se tento den slaví po celém světě. Jelikož ale nejde pouze o oznámení toho, že tento celosvětový den existuje, ale příspěvky se týkají spíše představení a pozvání na další akce, které se v rámci tohoto dne konají, tak je řazen právě do této podkategorie. Druhou podkategorií je Mezinárodní, kde jsou všechny mezinárodní akce, akce konané v zahraničí a akce týkající se mezinárodních nebo celosvětových problémů.



Obr. 6 Podíl podkategorií na kategorii Geografické akce

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Celkový počet příspěvků v kategorii Geografické akce je 65, z toho 48 v podkategorii České a 17 v podkategorii Mezinárodní. Procentuálně tedy tvoří se 74 % téměř tři čtvrtě kategorie podkategorie České, tedy geografické akce, které byly organizovány převážně českými geografickými institucemi, na území České republiky a byly určeny primárně pro české geography, studenty českých vysokých škol nebo českou veřejnost.



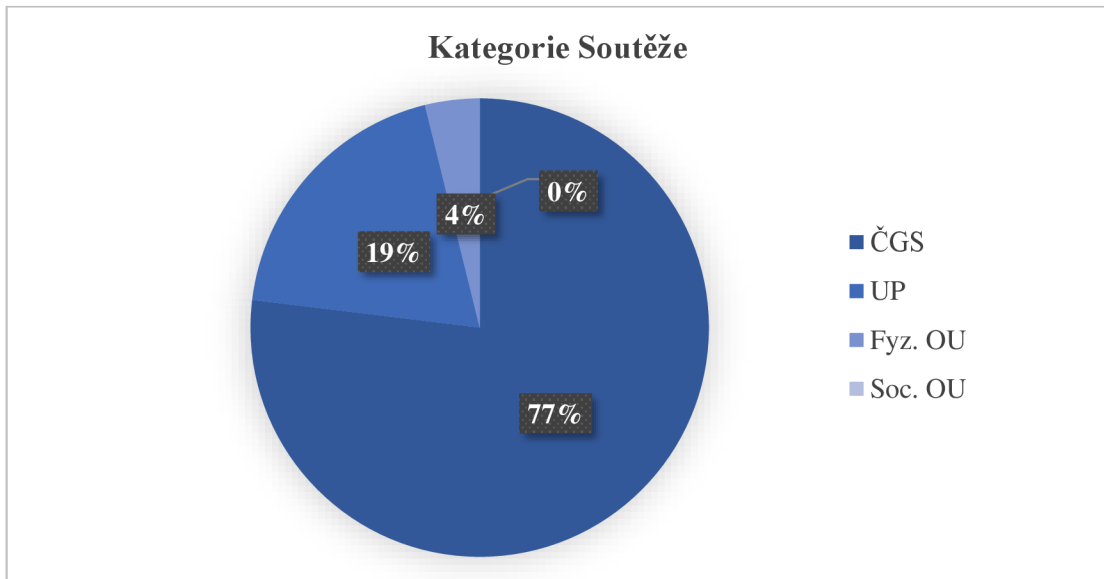
Obr. 7 Podíl geografických institucí na kategorii Geografické akce

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

V dalším grafu můžeme vidět podíl jednotlivých geografických institucí na příspěvcích v této kategorii. Největší počet příspěvků z kategorie (37) byl zveřejněn na Facebooku České geografické společnosti a tvoří 57 %, tedy větší polovinu. Následuje Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity s 23 % (15 příspěvků), Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity s 12 % (8 příspěvků) a nejméně příspěvků v této kategorii zveřejnila Katedra geografie Univerzity Palackého – 8 % (5 příspěvků).

7.3 Kategorie Soutěže

Kategorie obsahuje veškeré příspěvky týkající se různých typů soutěží jako je Zeměpisná olympiáda, Mezinárodní geografická olympiáda, soutěže o nejlepší disertační a diplomové práce, soutěž ZOANKS, která bude v této práci ještě dále představena, ale také soutěže pro širokou veřejnost např. o atlasy nebo fotosoutěž týkající se geocachingu.



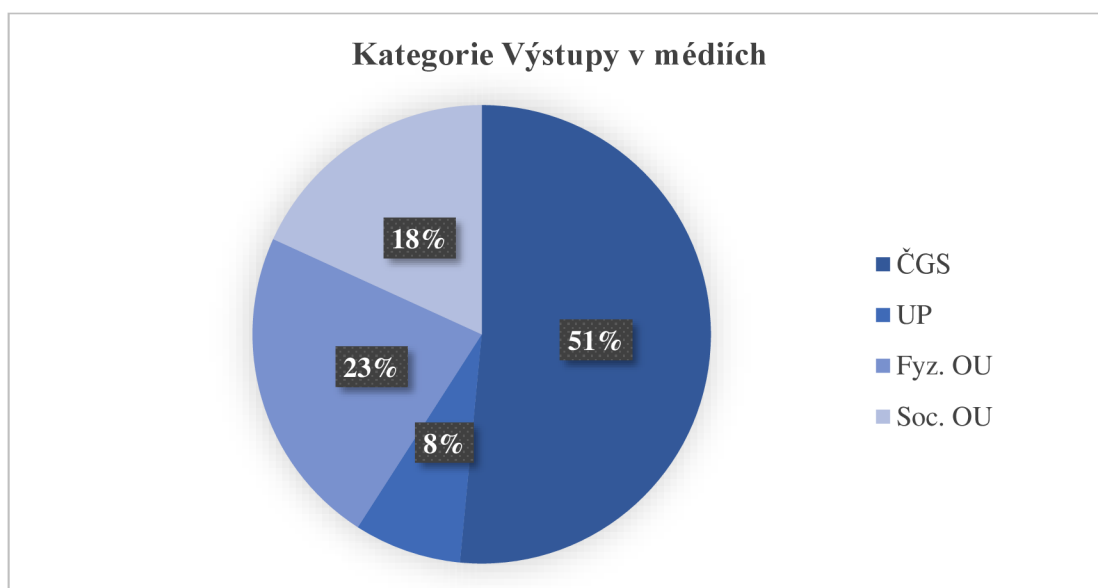
Obr. 8 Podíl geografických institucí na kategorii Soutěže

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Celkově se v kategorii Soutěže nachází 26 příspěvků. Z toho 77 % (20 příspěvků) zveřejnila Česká geografická společnost, 19 % (5 příspěvků) Katedra geografie Univerzity Palackého a 4 % (1 příspěvek) Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje v této kategorii žádný z příspěvků neměla.

7.4 Kategorie Výstupy v médiích

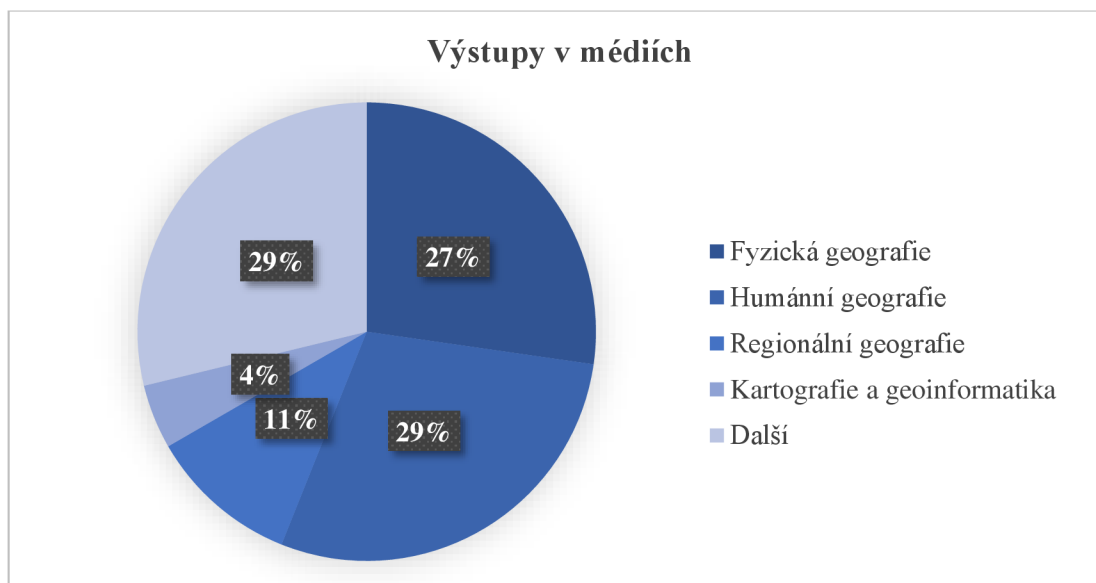
Kategorie Výstupy v médiích je pro cíl mé práce pravděpodobně stěžejnější kategorií, jelikož má největší dosah. Většina příspěvků v ostatních kategoriích se týká a je určena převážně buď pro studenty jednotlivých kateder nebo pro geografy a lidi s geografickým vzděláním. Pravděpodobnost, že stránky, ať už facebookové nebo webové, České geografické společnosti nebo kateder geografie budou navštěvovat osoby, které s geografii nic nespojuje, je velmi malá. Výstupy geografů v médiích, tedy ve zprávách v televizi, v televizních pořadech, v různých debatách, články na online zpravodajství, rozhovory a články v negeografických časopisech (např. Forum) jsou skvělým způsobem, jak zaujmout a přiblížit každému divákovi nebo čtenáři, co je geografie a jakými tématy se geografové zabývají. V médiích bývají takto často publikována zajímavá nebo aktuální témata, která ukazují, že geografie není jen o cestování a mapách, jak tvrdí některé předsudky, ale že je mnohem více témat, kterými se geografové mohou zabývat. Zároveň to ale nevyvrací ani to, že cestování a mapy do geografie patří, pouze ukazuje, že tato témata jsou jen jednou z mnoha rovnocenných součástí geografie.



Obr. 9 Podíl geografických institucí na kategorii Výstupy v médiích

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

V této nejpočetnější kategorii je celkem 66 příspěvků. Přibližně polovinu z toho tvoří příspěvky na facebookových stránkách České geografické společnosti, 15 příspěvků (23 %) tvoří Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity, 12 příspěvků (18 %) Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity a 5 příspěvků (8 %) Katedra geografie Univerzity Palackého.



Obr. 10 Podíl podkategorií na kategorii Výstupy v médiích

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

U kategorie Výstupy v médiích bylo vzhledem k její důležitosti z hlediska obsahu vytvořeno pět podkategorií – Fyzická geografie, Humánní geografie, Regionální geografie, Kartografie a geoinformatika a Další. Vyrovnané zastoupení měly podkategorie Fyzická geografie s 18 příspěvky, Humánní geografie s 19 příspěvky a podkategorie Další také s 19 příspěvky. Do podkategorie Regionální geografie spadá 7 příspěvků a do Kartografie a geoinformatiky 3 příspěvky. Do podkategorie Fyzická geografie řadíme příspěvky týkající se dendrogeomorfologie, řek a celkově hydrologických témat, meteorologie (bouřek, tornád), klimatických problémů, sesuvů, krajiny a zásahů do ní. V podkategorii Humánní geografie najdeme témata jako je geopolitika (separatismus, terorismus, Rusko, samosprávná území), sčítání lidu, cestování, energetika, migrace, průmysl, populace, volby apod. Podkategorie Regionální geografie obsahuje problematiku památek UNESCO na našem území (např. přidání Jizerskohorských bučin na seznam UNESCO), přeshraniční spolupráce a hraničních regionů, strategických plánů Ostravy nebo informace o stavbě kanálu Dunaj-Odra-Labe. V podkategorii Kartografie a geoinformatika najdeme příspěvky o GPS a družicové navigaci, mapách a vytyčování středu Prahy. Do podkategorie Další byly zařazeny všechny příspěvky, které neodpovídají žádné z předchozích podkategorií – podcast Zachraň Zeměpis, rozhovor o chataření a chalupaření, propojení zeměpisu a orientačního běhu, geografie bariér, představení výukového portálu Geoskop, zahrádkaření, covid-19, stravování, problematika bydlení a témata týkající se studia.

Problémem této kategorie může být, že ne ve všech případech v médiích vystupovali samotní geografové, ale například i demografové apod.

7.4.1 TOP 8 osobností z této kategorie

Výstupy osobností v médiích bývají většinou ovlivněny současnou situací a aktuálními problémy. Příspěvky v době výzkumu byly do značné míry ovlivněny situací okolo covidu-19, probíhajícího Sčítání lidu, domů a bytů 2021, mezinárodním terorismem, politickými vztahy a problémy mezi státy, klimatickou krizí apod.

1. prof. RNDr. Vladimír Baar, CSc.

Jedná se o geografa, který od roku 2015 působí na Katedře sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity. Zaměřuje se zejména na politickou geografii a geopolitiku, kulturní geografii a geokulturu, ekonomickou geografii a geoeconomiku, historickou geografii a regionální geografii Ruska, Asie a Oceánie. V rámci příspěvků byl zmíněn celkem sedmkrát, a to v rámci komentářů a článků týkajících se problematiky národní identity a SLDB 2021, názvu Czechia, Afghánistánu, Tálíbanu a IS nebo sporu mezi Českem a Ruskem (Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity, 2022f).

2.-3. prof. RNDr. Dagmar Džúrová, CSc. a Mgr. Michal Lehnert, Ph.D.

O druhé a třetí místo se se čtyřmi příspěvky dělí profesorka Džúrová z Katedry sociální geografie a regionálního rozvoje Univerzity Karlovy a doktor Lehnert z Katedry geografie Univerzity Palackého v Olomouci.

Profesorka Džúrová se zabývá geodemografií, konkrétně kvalitou života, zdravotního stavu obyvatel a sociálně-patologickými procesy v rámci populace. Příspěvky, ve kterých je zmíněná, se týkají zdravotního stavu české populace, života a zdraví v českých zemích a obětí covidu-19 (Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy, 2022).

Doktor Lehnert je odborným asistentem na oddělení fyzické a environmentální geografie. Zabývá se zejména fyzickou a environmentální geografii a geografii klimatu. V médiích přispívá s problematikou klimatické krize a klimatem města Olomouce (Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022c).

4.-8. RNDr. Petr Daněk, Ph.D.; Mgr. Jan Hercik, Ph.D.; doc. RNDr. Tomáš Galia, Ph.D., Mgr. Martin Jelínek a Mgr. Simona Šťastná

Na čtvrtém až osmém místě se s třemi příspěvky umístily výše uvedené osoby. Doktor Daněk je odborným asistentem na Geografickém ústavu Masarykovy univerzity v Brně. Zabývá se různými složkami geografie jako například regionální geografii a geopolitikou, geografii Středomoří, politickou geografii rozvoje nebo také vyučuje různé předměty týkající se praxe a výzkumu. Jeho příspěvky v médiích se týkají chataření, chalupaření a přínosů zahrádkaření (Masarykova univerzita, 2019).

Doktor Hercik působí na oddělení humánní geografie Katedry geografie Univerzity Palackého v Olomouci. V jeho kompetenci je výuka didaktiky geografie, geografie dopravy a terénní výuka. V médiích se objevil v souvislosti s výukovým portálem Geoskop (Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022d).

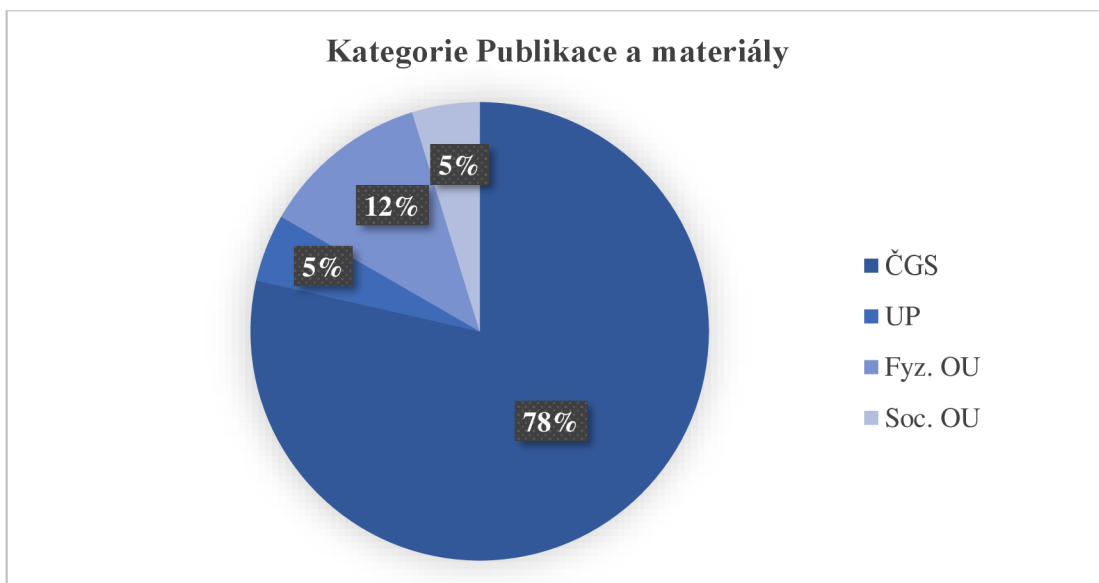
Docent Galia působí na Katedře fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity. Zaměřuje se na fluviální geomorfologii, modelování transportu sedimentů a hydrologii. V médiích přispívá různými články týkajícími se např. zásahů člověka v Beskydech a projevech v morfologii horských bystřin nebo ekosystémových služeb říčního dřeva (Katedra fyzické geografie a geoekologie, 2022e).

Magistr Jelínek je jedním z autorů podcastu Zachraň Zeměpis, který je určený pro učitele, studenty a fanoušky zeměpisu a geografie. Jeho příspěvky v médiích se týkají právě tohoto podcastu nebo také propojení zeměpisu a orientačního běhu (České podcasty, © 2020).

Poslední osobností je magistra Šťastná – doktorandka Katedry sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity. Do médií přispívá články a recenzemi sestavenými ve spolupráci s dalšími kolegy. Týkají se například vlivu průmyslových firem na rozvoj venkovských regionů (Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity, 2022g).

7.5 Kategorie Publikace a materiály

Do této kategorie byly zařazeny veškeré příspěvky obsahující oznámení a informace o vydávání nových geografických knih, učebnic, monografií, nových čísel časopisů (např. *Studia Turistica*, *European Countryside*, *Regionální rozvoj*, *Geografie*, *Geografické rozhledy*, *Science*), vydávání článků mimo média, atlasů (např. *Atlas málo známých pražských ostrovů*, *Český historický atlas* a *Atlas Moravskoslezského kraje*), map, newsletterů nebo hodnotících zpráv. Kromě publikací v tištěné podobě jsou zde zařazeny i ty, které jsou dostupné online a také například web pro metodiku online výuky a zkoušení, který vznikl v návaznosti na pandemii covidu-19, informace o využití dat z družic na platformě Google Earth Engine Timelapse, spuštění nové geodatabáze ArcČR, informace o možnosti přístupu k leteckým a družicovým snímkům skrz webovou aplikaci nebo o předmětech, které nejsou čistě geografické, ale mají s ní nějakou spojitost – příkladem je vydání nové známky České pošty, na které je vyobrazena fiktivní mapa s turistickými značkami.

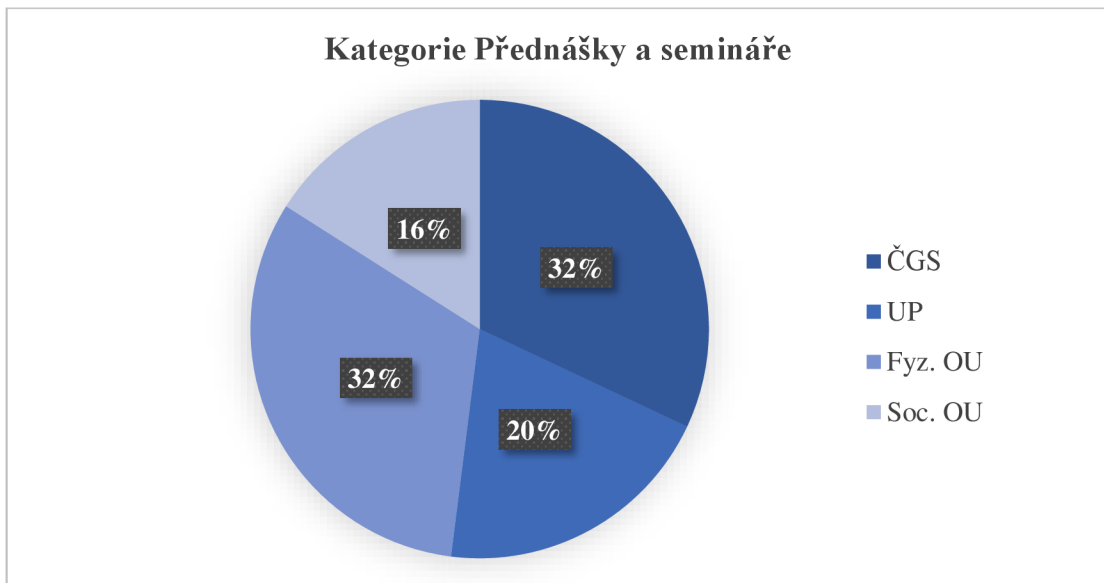


Obr. 11 Podíl geografických institucí na kategorii Publikace a materiály

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

V kategorii se nachází celkově 42 příspěvků. Více než tři čtvrtě z nich (33 příspěvků) bylo zveřejněno Českou geografickou společností, 5 příspěvků zveřejnila Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity a po dvou příspěvcích pak Katedra geografie Univerzity Palackého a Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity.

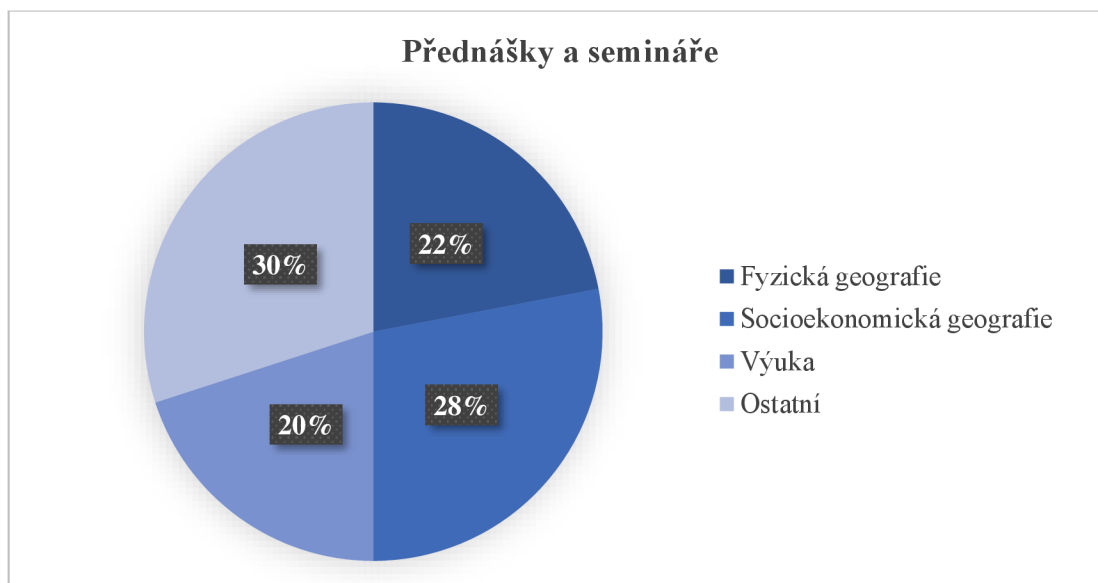
7.6 Kategorie Přednášky a semináře



Obr. 12 Podíl geografických institucí na kategorii Přednášky a semináře

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Další obsahově významnou kategorií je kategorie Přednášky a semináře, která obsahuje celkem 50 příspěvků týkajících se seminářů, přednášek, prezentací, workshopů a diskusí. Jde o první kategorii, ve které nejde vidět jasná převaha České geografické společnosti na počtu příspěvků. 16 příspěvků z kategorie zveřejnila Česká geografická společnost a stejné množství zveřejnila také Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity. Katedra geografie Univerzity Palackého zveřejnila příspěvků 10 a Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje 8.



Obr. 13 Podíl podkategorií na kategorii Přednášky a semináře

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

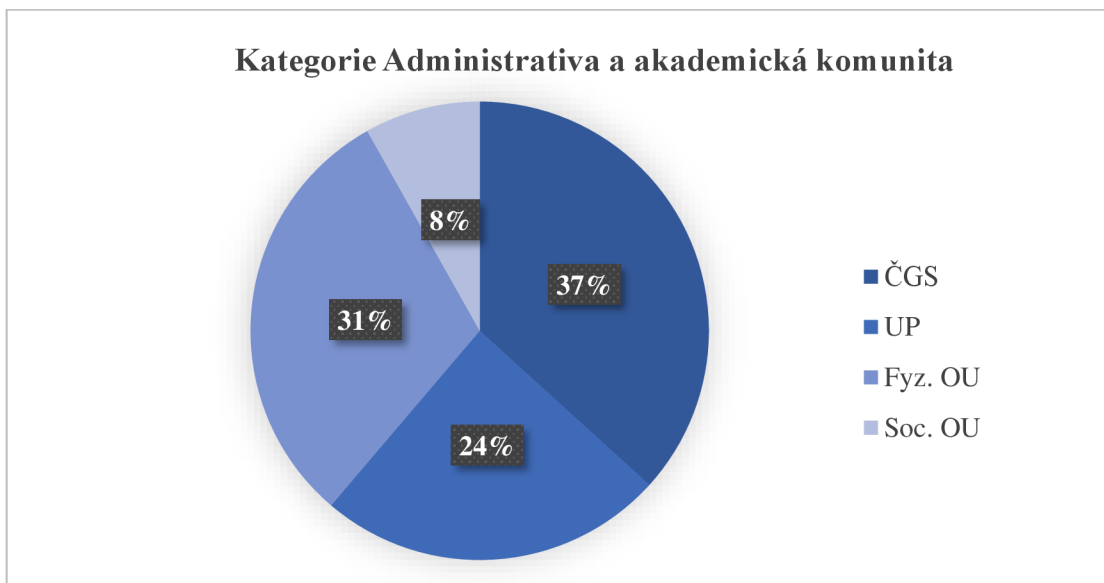
Tematicky byla kategorie Přednášky a semináře rozdělena do čtyř podkategorií – Fyzická geografie, Socioekonomická geografie, Výuka a Ostatní. Nejvíce příspěvků (15) náleží podkategorii Ostatní, do které byly zařazeny všechny příspěvky nehodící se do ostatních tří podkategorií. Jde například o semináře Kartografická výročí 2020/21 a Kvalitativní metody ve výzkumu VI., přednášku o analýze a vizualizaci dat Google Location, prezentaci studentů na konferenci Economic and Societal Challenges of the European Economy ohledně covidu-19 a dále workshopy na téma Představení metodiky inkubace jiker vybraných druhů lososovitých ryb a několik příspěvků o workshopech, jejichž cílem jsou práce na úpravách prOIUky Přírodovědecké fakulty Ostravské univerzity, což je neudržovaný prostor v areálu fakulty, který má do budoucna sloužit k rozšíření fakulty (Janalík, 2021).

Podkategorie Socioekonomická geografie obsahuje 14 příspěvků. Jedná se například o přednášky týkající se demografie, cestování (např. cestovatelské pondělky na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého. Původně se jednalo o „Cestovatelské úterky“, ale vzhledem k současnému konání v pondělí jde nyní o „Cestovatelské pondělky“. Jde o cyklus cestovatelských přednášek zajišťovaný Českou geografickou společností a Katedrou geografie Univerzity Palackého, kterých se mohou účastnit jak studenti, tak i široká veřejnost. Cílem je představit různá místa světa z geografického i cestovatelského hlediska.), přednášku o situaci v Demokratické republice Kongo, debatu o využití dat při plánování měst nebo semináře o globálním jihu, potravinách pro budoucnost nebo suburbanizaci, a to jak v prezenční, tak i online formě. Cestovatelské přednášky jsou typickým příkladem populární geografie na akademické půdě a mohou tak napomáhat splynutí akademické geografie a cestování v mínění veřejnosti (Rozsivalová, 2021).

Podkategorie Fyzická geografie obsahuje celkem 11 příspěvků, které se týkají například krajiny Hané, dostupnosti zeleně, výzkumů na Antarktidě, fragmentace krajiny, geologie, hydrologie nebo vysvětlení toho, co je rosný bod. V poslední podkategorii Výuka najdeme 10 příspěvků. Tyto příspěvky se týkají různých workshopů, webinářů nebo seminářů určených pro studenty i pro učitele s tematikou vzdělávání, výuky zeměpisu, přípravy různých terénních programů apod. Konkrétně jde o webinář k projektu GeoCapabilities, který se uskutečnil v angličtině a byl určen pro všechny zájemce o geografické vzdělávání, workshopy Vyučování zeměpisu v terénu, Geoinformační technologie ve výuce zeměpisu, mezinárodní workshop ve Slovinsku týkající se terénní výuky geografie nebo webináře s praktickými tipy do výuky zeměpisu a euro-asijsko-australského kontextu geografického vzdělávání.

7.7 Kategorie Administrativa a akademická komunita

Tato kategorie vznikla za účelem zařazení všech informativních sdělení, která nejsou z hlediska tématu důležitá pro mou bakalářskou práci. Jde především o informace o nabídkách pracovních pozic, jmenování osob do nových funkcí v rámci institucí, různá ocenění a ceny za práci a výzkum, informace o studiu, jako je podávání přihlášek, konání přijímacích řízení, zahájení studia, odevzdávání bakalářských, diplomových a disertačních prací, informace o konzultačních hodinách, úmrtích významných geografů a vydávání různých prohlášení.

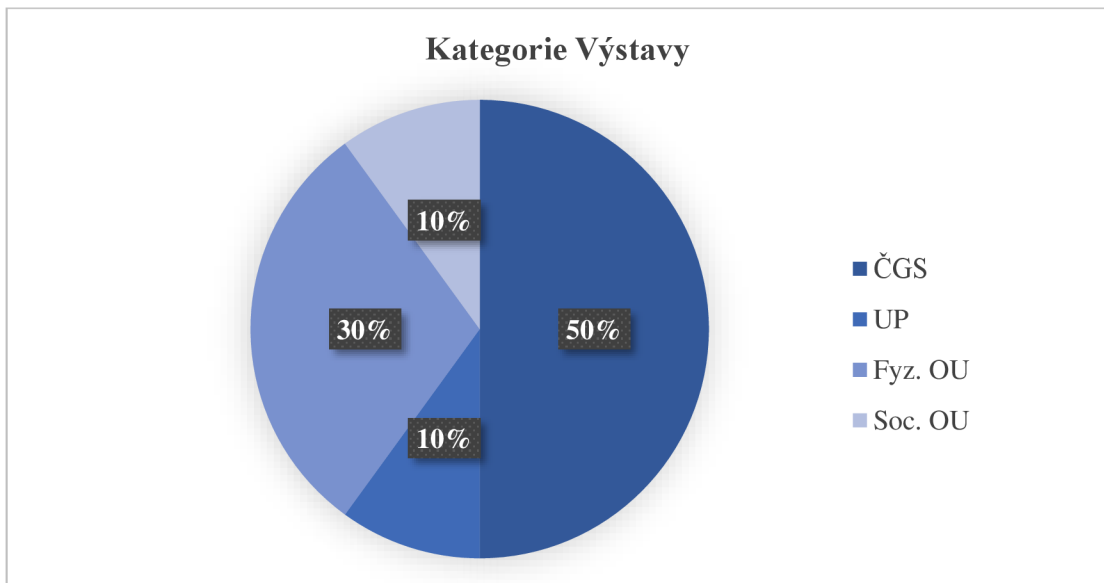


Obr. 14 Podíl geografických institucí na kategorii Administrativa a akademická komunita

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Celkově je v této kategorii 49 příspěvků. Největší podíl má opět Česká geografická společnost s 18 příspěvků, těsně za ní je s 15 příspěvků Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity a Katedra geografie Univerzity Palackého s 12 příspěvků. Nejméně příspěvků v této kategorii zveřejnila Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity (4).

7.8 Kategorie Výstavy



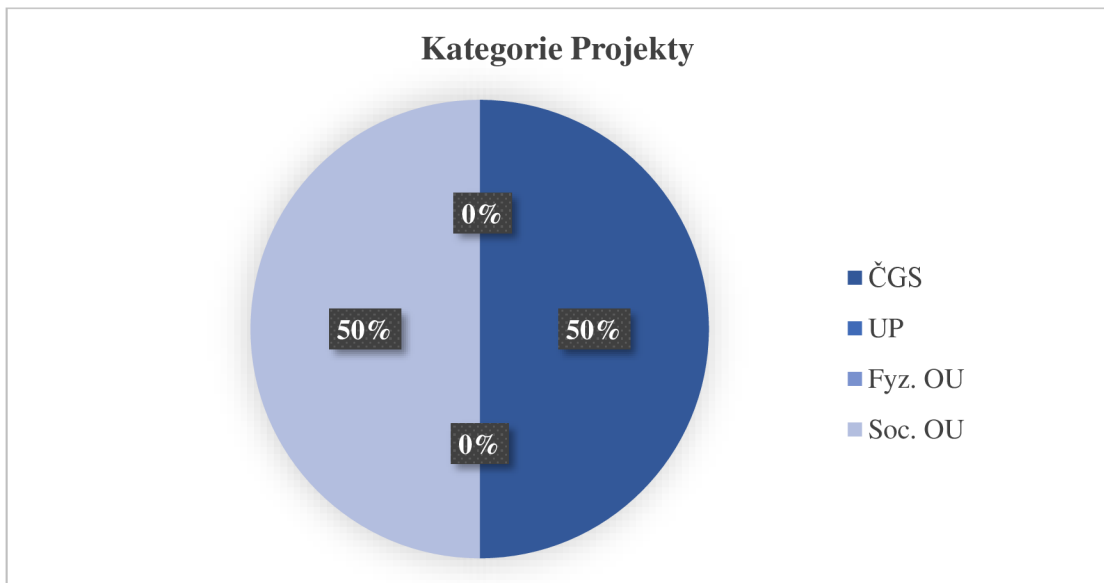
Obr. 15 Podíl geografických institucí na kategorii Výstavy

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Tato kategorie obsahuje celkově 10 příspěvků. Přesně polovinu z nich zveřejnila Česká geografická společnost, 3 zveřejnila Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity a po jednom příspěvku pak Katedra geografie Univerzity Palackého a Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity.

Najdeme zde informace o konání a pozvánky na výstavy Extrémní jevy na Jesenicku pohledem meteorologa, Amazonka, různé výstavy v MAPPÁ Ostrava (Městský ateliér prostorového plánování a architektury), komentované prohlídky Vize prostorového rozvoje Ostravy nebo výstavy fotografií Starobylé krajiny Valašska a Preindustriální krajiny severní a střední Moravy a další.

7.9 Kategorie Projekty



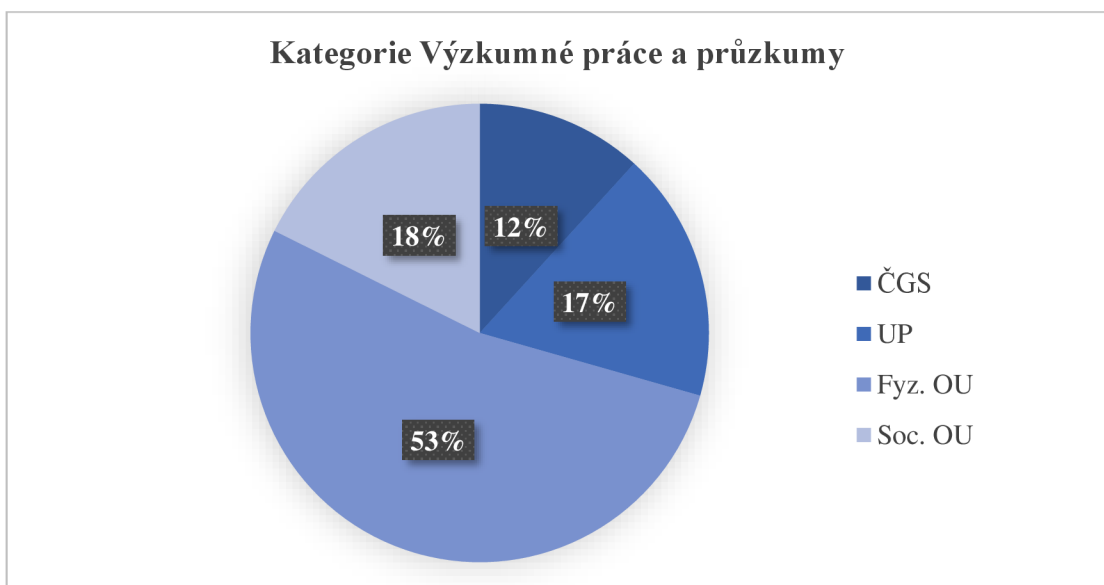
Obr. 16 Podíl geografických institucí na kategorii Projekty

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Kategorie Projekty obsahuje pouze dva příspěvky, prvním z nich je příspěvek o projektu webového portálu českého historického atlasu, který vytvořila Katedra geomatiky Fakulty stavební ČVUT v Praze a Historický ústav Akademie věd ČR zveřejněný Českou geografickou společností. Jedná se o elektronický mapový portál, který je věnován českým a československým dějinám v mezinárodních souvislostech v kontextu moderní kartografie (Český historický atlas, 2020). Druhý příspěvek prezentuje informace o podání projektů do participativního rozpočtu Ostravy zveřejněný Katedrou sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity. Ostatní dvě instituce do této kategorie nepřispěly.

7.10 Kategorie Výzkumné práce a průzkumy

Do této kategorie byly zařazeny veškeré příspěvky týkající se výzkumů, studií, testování a dotazníků. Z výzkumů jde například o míru tepelného stresu v Olomouci, výzkum vlivu tůní na nasycení půdy vodou v okolí Beskyd, studentské výzkumy zaměřené na metody hodnocení ekosystémových služeb, výzkum a analýza městské zeleně v Ostravě a výzkum řek a říčního dřeva v Řecku, dotazníky pro celostátní studii distanční výuky, test interaktivní 3D vizualizace, dotazník k výzkumu Rytmičnost a percepce míst v urbáním prostoru vedeném částečně v Olomouci a Manchesteru, dotazník k přípravě strategického plánu Ostravy, monitoring říčního dřeva na meandrující Odře nebo zahájení monitoringu náplavů na Labi.



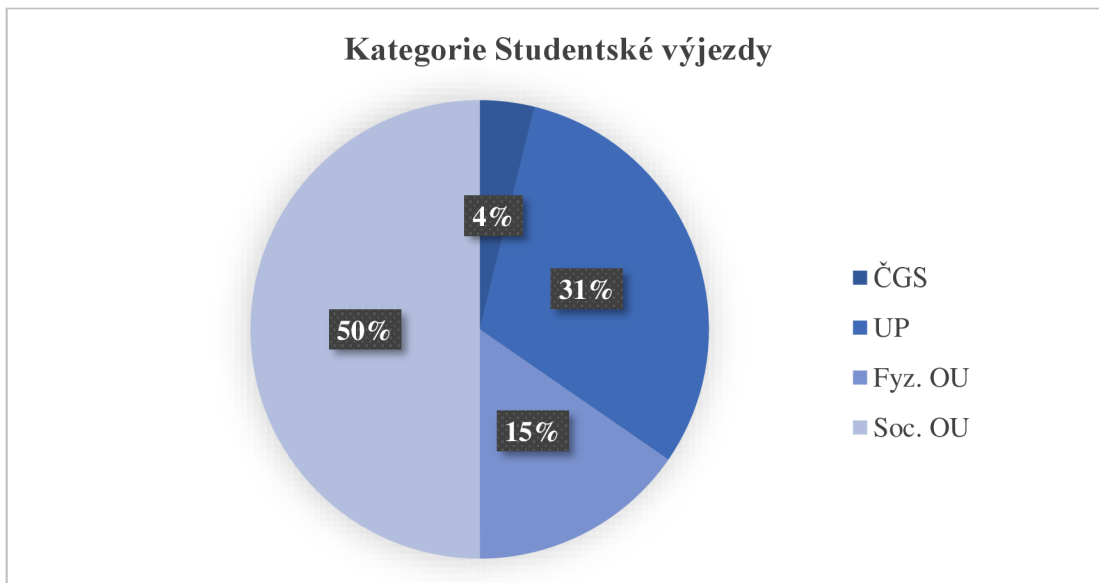
Obr. 17 Podíl geografických institucí na kategorii Výzkumné práce a průzkumy

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Kategorie Výzkumné práce a průzkumy obsahuje 17 příspěvků, z toho devět bylo zveřejněno Katedrou fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity, tři Katedrou geografie Univerzity Palackého, tři Katedrou sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity a dva Českou geografickou společností.

7.11 Kategorie Studentské výjezdy

Do této kategorie náleží všechny stáže, exkurze a také výjezdy v rámci programu Erasmus. Nejzastoupenější byly příspěvky týkající se zahraniční exkurze do Rwandy, která se konala na Katedře sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity, kde byl veden cestovatelský deník a zápisy z něho pravidelně zveřejňovány. Další exkurze se konaly například do jižních a severních Čech, do Indonésie nebo jeskyně Cyrilka na Pustevnách v rámci předmětu Speleologie a karsologie. Možnosti stáží měli studenti na Velvyslanectví v Helsinkách, ve společnosti Kofola, v Etiopii nebo v Czech Centres.

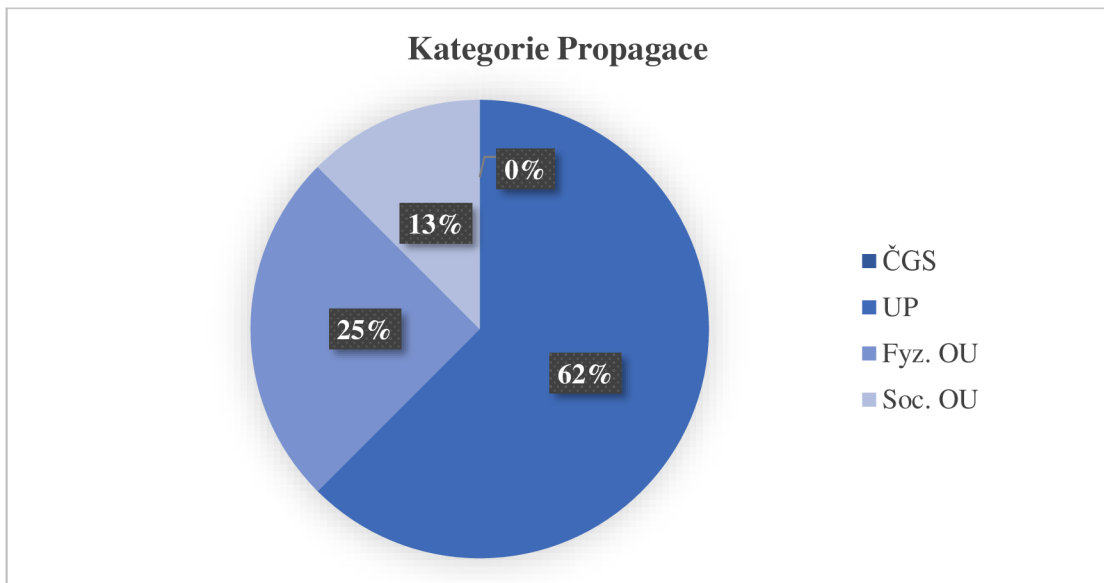


Obr. 18 Podíl geografických institucí na kategorii Studentské výjezdy

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Díky množství příspěvků týkajících se exkurze do Rwandy nejvíce v rámci této kategorie (13) zveřejňovala Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity. Osm příspěvků zveřejnila Katedra geografie Univerzity Palackého, čtyři Katedra fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity a jeden Česká geografická společnost.

7.12 Kategorie Propagace



Obr. 19 Podíl geografických institucí na kategorii Propagace

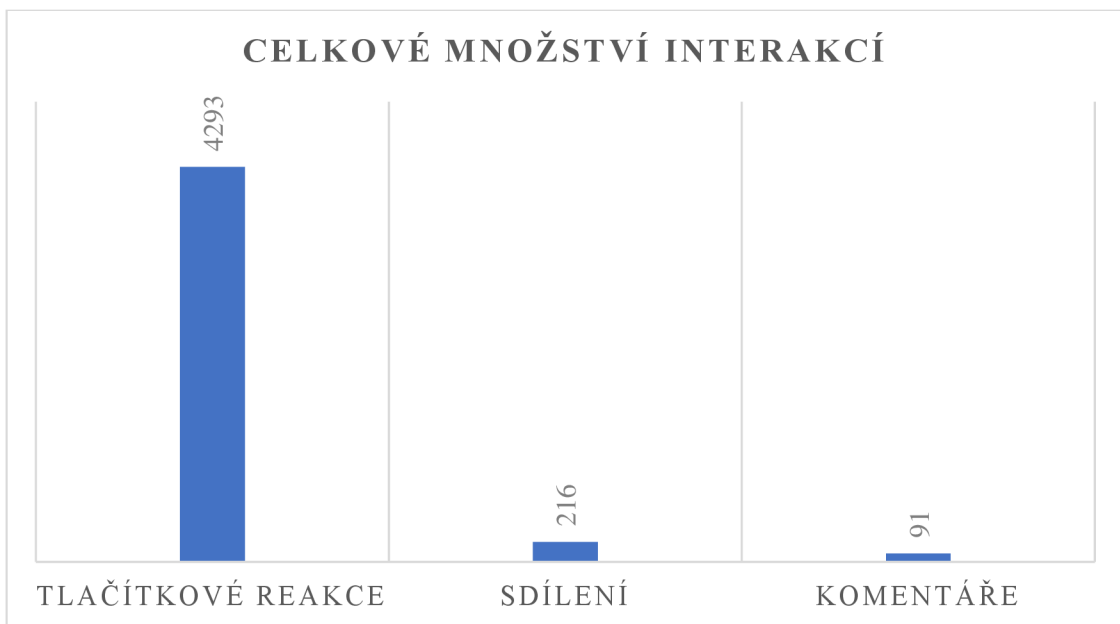
Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Kategorie obsahuje 8 příspěvků. Většina z nich (5) byla zveřejněna Katedrou geografie Univerzity Palackého a jedná se o příspěvky týkající se cyklu *Humans of Geography*, který bude v mé práci ještě dále analyzován. Zbylé 3 příspěvky (2 zveřejněné Katedrou fyzické geografie a geoekologie a 1 zveřejněný Katedrou sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity) se týkají prezentace za účelem nalákání studentů ke studiu (rozhovor s garanty studijních programů Ostravské univerzity a představení oborů, které lze studovat na Přírodovědecké fakultě Ostravské univerzity). Česká geografická společnost nemá v této kategorii žádný příspěvek.

8. Dosah příspěvků z hlediska uživatelských reakcí

Nejjednodušším ze způsobů, jakým jde měřit efektivita a dosah příspěvků na Facebooku, je sledování množství interakcí na daný obsah. Z toho můžeme určit, jaká témata jsou pro sledující nejzajímavější nebo nejoblíbenější a kterým tématům věnují největší pozornost. K určení tohoto dosahu využijeme počet tlačítkových reakcí, komentářů a sdílení.

Analyzováno bylo celkem 361 příspěvků, které dosáhly v součtu 4600 interakcí, tedy průměrně 13 interakcí na jeden příspěvek.



Obr. 20 Celkové množství uživatelských reakcí na publikovaný obsah

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Z grafu je zřejmé, že uživatelé nejvíce využívali tlačítkových reakcí (nejvíce bylo využíváno tlačítko To se mi líbí, ale objevovaly se i další tlačítkové reakce jako To mě mrzí, Super, Péče apod.), dále pak sdílení a nejméně komentářů.

Tab. 2 Počet interakcí v závislosti na kategorii

Kategorie	Počet příspěvků v kategorii	Tlačítkové reakce	Sdílení	Komentáře	Interakce celkem	Průměrný počet interakcí
Geografické akce	65	626	32	16	674	10,4
Soutěže	26	441	9	18	468	18,0
Výstupy v médiích	66	882	47	9	938	14,2
Publikace a materiály	42	532	50	15	597	14,2
Přednášky a semináře	50	254	8	12	274	5,5
Administrativa a akademická komunita	49	643	35	9	687	14,0
Výstavy	10	57	2	0	59	5,9
Projekty	2	26	5	0	31	15,5
Výzkumné práce a průzkumy	17	128	7	2	137	8,1
Studentské výjezdy	26	532	21	9	562	21,6
Propagace	8	172	0	1	173	21,6

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Z tabulky je jasně patrné, že největšího množství interakcí za příspěvek dosáhly kategorie Studentské výjezdy a Propagace, a to konkrétně 21,6 reakcí. Za nimi s 18 reakcemi je kategorie Soutěže. Z těchto výsledků je možné usuzovat, že největšího průměrného počtu interakcí dosahují typy příspěvků, které jsou cílené a zajímají především studenty. Kategorie Studentské výjezdy obsahuje jen příspěvky týkající se studentů, kategorie Propagace je tvořena z 63 % příspěvky z cyklu Humans of Geography, tedy příspěvky bývalých studentů Katedry geografie Univerzity Palackého, a zbytek tvoří příspěvky týkající se představování jednotlivých programů a oborů, které mají za cíl nalákat uchazeče o studium. Kategorie Soutěže je pak z 81 % tvořena soutěžemi určenými pro studenty základních, středních a vysokých škol.

Tab. 3 Přehled kategorií s nejvíce komentáři a sdíleními

Kategorie	Průměrný počet tlačítkových reakcí	Průměrný počet komentářů	Průměrný počet sdílení
Geografické akce	9,6	0,2	0,5
Soutěže	17,0	0,7	0,3
Výstupy v médiích	13,4	0,1	0,7
Publikace a materiály	12,7	0,4	1,2
Přednášky a semináře	5,1	0,2	0,2
Administrativa a akademická komunita	13,1	0,2	0,7
Výstavy	5,7	0,0	0,2
Projekty	13,0	0,0	2,5
Výzkumné práce a průzkumy	7,5	0,1	0,4
Studentské výjezdy	20,5	0,3	0,8
Propagace	21,5	0,1	0,0

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Z tabulky 3 je viditelné, že průměrně největší množství tlačítkových reakcí získává kategorie Propagace, následně Studentské výjezdy a Soutěže. Co se týče průměrného počtu komentářů, tak nejvíce dosáhla kategorie Soutěže, následně Publikace a materiály a Studentské výjezdy. Naopak například kategorie Přednášky a semináře, která tvoří třetí největší množství příspěvků, dosáhla pouze v průměru 5,1 tlačítkových reakcí. V počtu sdílení je na prvním místě kategorie Projekty, která obsahuje nejmenší množství příspěvků, a za ní následují kategorie Publikace a materiály a Studentské výjezdy. Kategorie Studentské výjezdy je tedy jako jediná na prvních třech místech jak v průměrném počtu tlačítkových reakcí, tak i sdílení a komentářů.

8.1 Engagement rate

Engagement rate je ukazatel, kterým je možno měřit angažovanost publika na určitý zveřejněný obsah. V této podkapitole jsem se zaměřila na výpočet ER facebookových stránek institucí a také ER deseti příspěvků s největším počtem tlačítkových reakcí.

Tab. 4 Engagement rate facebookových stránek institucí

Instituce	Tlačítkové reakce	Komentáře	Sdílení	Sledující	ER
ČGS	1405	28	108	1745	0,88
UP	1394	28	25	1213	1,19
Fyz. OU	637	10	43	724	0,95
Soc. OU	857	25	40	1086	0,85

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Tabulka číslo 4 znázorňuje ER facebookových stránek jednotlivých geografických institucí za sledované období. Uvedený počet sledujících je k 30. březnu 2022. Na základě uvedených dat vidíme, že nejvyšší míru zapojení sledujících má facebooková stránka Katedry geografie Univerzity Palackého v Olomouci a to konkrétně 1,19. Naopak nejméně se fanoušci zapojují v případě Katedry sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity. Předpokládaným důvodem tohoto rozdílu by mohl být rozdílný počet příspěvků, ovšem v případě Katedry geografie Univerzity Palackého a Katedry sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity se tento předpoklad nepotvrzuje, jelikož tyto instituce mají počet příspěvků téměř vyrovnaný – jedna instituce zveřejnila ve sledovaném období 56 příspěvků a druhá 53.

Tab. 5 Engagement rate deseti příspěvků s největším počtem tlačítkových reakcí

Příspěvek č.	Obsah	Kategorie	Tlačítkové reakce	Sdílení	Komentáře	Počet příspěvků v kategorii	ER
1	ZOANKS 2021	Soutěže	161	0	12	26	6,65
2	úspěch studentky na stáži v Manchesteru	Studentské výjezdy	160	1	2	26	6,27
3	úmrť Mgr. Daniela Seidenglanze, Ph.D.	Administrativa a akademická komunita	137	1	1	49	2,84
4	článek o výukovém portálu Geoskop zaměřeném na zeměpis	Výstupy v médiích	117	1	0	66	1,79
5	úmrť prof. Petra Dostála, M.A., Ph.D.	Administrativa a akademická komunita	99	4	2	49	2,14
6	nová publikace Konfliktní regiony světa	Publikace a materiály	88	8	3	42	2,36
7	konference v Srbsku týkající se inovativních přístupů a pohledů na aplikovanou geografii	Geografické akce	82	0	0	65	1,26
8	mezinárodní konference EUGEO	Geografické akce	62	0	0	65	0,95
9	Humans of Geography No. 18	Propagace	60	0	0	8	7,50
10	úspěchy učitelů (získání titulu Ph.D. a ocenění za nejlepší práci v oblasti udržitelného rozvoje sídel)	Administrativa a akademická komunita	57	0	1	49	1,18

Zdroj: vlastní šetření a zpracování

Tabulka 5 zaznamenává Engagement rate deseti celkově „nejoblíbenějších“ příspěvků. V porovnání s ER Katedry geografie Univerzity Palackého je zřejmý významný rozdíl s ER prvních dvou příspěvků s největším počtem tlačítkových reakcí. ER „nejoblíbenějšího“ příspěvku je přibližně 5,5x vyšší než ER Katedry geografie Univerzity Palackého.

8.2 Příspěvky s největším počtem reakcí

Pro lepší představu o příspěvcích, jejich obsahu a vzhledové stránce byly vybrány dva příspěvky z tabulky 5 s největším množstvím tlačítkových reakcí k detailnější analýze.



Obr. 21 Nejvíce „lajkovaný“ příspěvek v rámci sledovaného období

Zdroj: facebooková stránka Katedry geografie Univerzity Palackého v Olomouci

První místo zaujal se 161 tlačítkovými reakcemi a 12 komentáři příspěvek Katedry geografie Univerzity Palackého v Olomouci z 27. října 2021. Příspěvek je zařazen do kategorie Soutěže. Tématem příspěvku je fotosoutěž ZOANKS – Z Olomouce až na konec světa, pořádaná touto katedrou již několikátý rok. Podmínkou pro účast v této soutěži je vyfotit se s plackou Katedry geografie Univerzity Palackého na nějakém zajímavém místě, ať už v České republice nebo na druhé straně světa, a nahrát tuto fotografii do mapy na webových stránkách katedry. Zúčastnit soutěže se může každý, student, absolvent, učitel i široká veřejnost (Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022e).

Pro uživatele sociálních sítí a studenty je cestování důležité, důvodem vysokého počtu reakcí ale pravděpodobně nebude samotná soutěž, ale spíše fotografie, která je součástí příspěvku. Tento předpoklad potvrzuje také fakt, že většinou pomocí tlačítkových reakcí reagovali studenti katedry nebo její absolventi. Na fotografii se nachází učitel katedry RNDr. Martin Jurek, Ph.D. v Andách.



Obr. 22 Druhý nejvíce „lajkovaný“ příspěvek v rámci sledovaného období

Zdroj: facebooková stránka Katedry geografie Univerzity Palackého v Olomouci

V pořadí druhým příspěvkem se 160 tlačítkovými reakcemi, dvěma komentáři a jedním sdílením je opět příspěvek Katedry geografie Univerzity Palackého z 29. září 2021. Tento příspěvek je zařazený do kategorie Studentské výjezdy. Příspěvek se týká stáže doktorandky Mgr. Lucie Brisudové, které se účastnila v Manchesteru, kde kromě práce a vzdělávání zvládla také uběhnout půlmaraton a stát se tváří oficiální pozvánky na jeho další ročník.

studentského života a přátel. V poslední části příspěvku absolventi přichází s doporučeními a vzkazy současným studentům geografie v Olomouci.

Absolventi geografie Univerzity Palackého v Olomouci geografii nejčastěji prezentují jako interdisciplinární obor, který každému umožňuje vydat se tím směrem, který ho zajímá. S tím souvisí i komplexnost geografie a široké spektrum znalostí, které člověk při studiu geografie získá. Interdisciplinarita se objevuje již při mezipředmětových vazbách u zeměpisu na střední škole a později je zřejmá i na vysoké škole, kde geografie souvisí nejen s přírodními vědami, ale také např. se společenskými. Konkrétně mezi časté odpovědi na to, co absolventům studium geografie přineslo a co je naučilo, patří: „*Během studia geografie jsme se naučili na území a problémy v něm dívat komplexně, získali jsme cenný všeobecný přehled*“ (Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022f). Jiný z absolventů zase říká: „*Studium na univerzitě mě naučilo mnoho klíčových kompetencí, které se nyní snažím předat svým žákům. Geografie mi dala hlavně celkový přehled o světě, kritické myšlení a odborné znalosti*“ (Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022f). Kromě všeobecného přehledu a kritického myšlení je velmi často také zmiňována analýza dat, práce s GIS, tvorba map, schopnost uvažovat v souvislostech a zjištění, že je geografie všude kolem nás, že „*se vlastně vše mezi sebou prolíná a vzájemně ovlivňuje, přestože to na první pohled není mnohdy vůbec patrné*“ (Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022f). Většina absolventů tvrdí, že geografie nám přináší všeobecný přehled, ale i tak je důležité vybrat si svou specializaci a té se potom co nejdříve věnovat podrobněji. Objevuje se ale i jeden názor, který říká, že specializace tolik důležitá není, ale podstatný je právě všeobecný základ. Až na tento jeden odlišný názor je ale pohled všech těchto absolventů na to, jaká geografie je, stejný.

Čtrnáct z devatenácti příspěvků se zmiňuje o cestování v různých formách. Mnoho z absolventů doporučuje vycestovat prostřednictvím Erasmu, zahraniční stáže nebo různých exkurzí. Všichni z nich, kteří se Erasmu sami zúčastnili, zmiňují, že jim tato cesta přinesla velké množství zkušeností, které jim pomohly i v budoucím životě, zdokonalili si jazyky, poznali vzdělávací systém jiné země a jinou kulturu. Jedna z absolventek zmínila, že „*pokud studenty baví cestování a poznávání nových věcí, tak se určitě studia geografie nemusí bát*“ (Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022f). Toto tvrzení je cílené spíše na studenty, kteří geografii ještě nestudují, s cílem nalákat, ale neodpovídá podstatě akademické geografie, která je na univerzitě vyučována. Samozřejmě jsou zde možnosti dobrovolných aktivit, jako jsou právě zmiňovaný Erasmus, zahraniční stáže apod., ale těchto aktivit se většina ze studentů neúčastní a s náplní studia nemá záliba v cestování nic společného.

Patnáct absolventů také říká, že studium jim dalo „*možnost užít si dosyta studentského života v tom nejlepším studentském městě v republice. Nejcennější jsou ale stejně kamarádi, vzpomínky a zkušenosti, které mi již nikdo nemůže vzít*“ (Katedra geografie Přírodovědecké

fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, 2022f). Mnoho z nich si zde našlo kamarády na celý život, se kterými jsou v kontaktu nejen v soukromém životě. V poslední řadě často také zmiňují město Olomouc, které je pro mnohé jako druhý domov a vždy se zde rádi vrací. Ač se tento odstavec netýká geografie jako takové, tak i toto je při studiu, nejen geografie, důležité a je nedílnou součástí obsahu cyklu Humans of Geography.

10. Diskuse

Jednotlivé složky praktické části kopírují dílčí cíle, které byly určeny na začátku a nyní je možné na ně odpovědět. Prvním dílčím cílem bylo zjištění definice geografie na oficiálních webových stránkách geografických institucí. Jak webové stránky České geografické společnosti, tak i kateder geografie, se explicitně vyjadřují proti populárnímu chápání geografie a všechny analyzované instituce kladou velký důraz na vyzdvižení toho, že geografie není pouze o obrovském množství encyklopedických znalostí o Zemi, o cestování a o mapách. Toto explicitní vyjádření z hlediska odborné geografie a geografů vidíme jak na těchto stránkách, tak i v odborné literatuře. Katedry na svých webových stránkách cílí především na studenty a uchazeče o studium a geografie je zde tedy převážně definována tím způsobem, že je řečeno, co se studenti v rámci daného studijního oboru naučí a jaké vědomosti mohou získat. Přímou definovanou jsou potom některé subdisciplíny geografie, ale ne geografie jako celek. Na webových stránkách institucí najdeme také propagační videa, která z části popisují, jaká geografie je a co se v ní dá naučit (tedy akademická složka), ale část je zaměřena také na exkurze, stáže, Erasmy a různé zahraniční výjezdy, které tvoří jen minimální součást studia, ale zaujmou (popularizační složka).

Druhým dílčím cílem byla analýza a kategorizace příspěvků na oficiálních facebookových stránkách institucí. Jak webové stránky, tak i ty facebookové, jsou primárně určeny pro geografů a studentů geografie a pravděpodobnost, že na ně zavítají osoby, které s geografii nemají nic společného, je velmi malá. Pokud k tomu dojde, tak jejich pozornost přilákají spíše různé cestovatelské přednášky a soutěže pro veřejnost než faktické informace o odborných přednáškách, výzkumech nebo projektech. Představu o tom, co vše geografie obsahuje a co obnáší práce geografa, si čtenář neudělá jen z definic, ale také celkově ze všech příspěvků, které jsou sdíleny. Vzhledem k nízkému dosahu laické veřejnosti, co se týče těchto oficiálních stránek institucí, je pro informovanost veřejnosti a utváření přesné představy o geografii důležitá její medializace, jak zmínili ve svém článku také Jeleček a Martínek (2007). Medializace byla zachycena v rámci kategorie Výstupy v médiích. Člověk si utváří prvotní představu o tom, co je vlastně geografie, právě na základě různých populárně-geografických časopisů, televizních pořadů a programů, sociálních sítí, filmů, cestování a také zeměpisu na základních a poté i středních školách. Tato představa člověku, pokud se nevěnuje dalšímu studiu geografie, zůstává na celý život. I přes to, že se geografické instituce vyhrazují proti populární geografii, některými příspěvky dochází k podpoře populární představy. Zároveň je ale důležité vnímat i zbytek příspěvků, který se týká odborné geografie a doplňuje komplexnější obrázek o ní. Kategorie Výstupy v médiích podle analýzy obsahuje největší množství příspěvků a velkou měrou pomáhá informovat veřejnost, zejména o problematice související s mediálně zajímavými a aktuálními tématy. Nejvíce příspěvků z institucí měla Česká geografická

společnost (téměř 50 %), jelikož slouží jako zastřešující společnost pro všechna geografická pracoviště v České republice a sdílí jak své vlastní příspěvky, tak i informace, které jí pošlou další pracoviště v republice. I přes to, že některé kategorie nakonec nebyly tolik početné nebo se nezdály být tolik důležité, tak jsou podstatné pro reflektování toho, čím vším se geografie zabývá.

Bylo předpokládáno, že intenzita přispívání institucí na sociálních sítích bude ovlivněna pandemií covidu-19 probíhající i během analyzovaného období, kdy byly část tohoto období katedry pro studenty uzavřeny. Ve výsledku se nepotvrdilo, že by v měsících, kdy byly školy ještě zavřené, bylo zveřejňováno méně příspěvků než později v září a v říjnu, kdy už školy fungovaly. Z dlouhodobého hlediska by ale mohly být výsledky jiné a současné množství příspěvků by mohlo být jiné než v období, kdy covid-19 ještě nebyl. V rámci sledovaného období ovšem tato domněnka potvrzena nebyla.

Třetí dílčí cíl byla analýza interakcí na facebookových stránkách geografických institucí. Tento cíl byl stanoven z důvodu, že množství interakcí je nejjednodušším způsobem, jakým si můžeme udělat představu o tom, jaká témata zajímají sledující nejvíce. V průměru nejvíce reakcí dosáhly kategorie Studentské výjezdy, Propagace a Soutěže, což ukazuje, že uživatele sociálních sítí nezajímá tolik akademická geografie, ale spíše ta populární. Tyto kategorie se netýkají akademické geografie, ale zejména Erasmu, stáží, exkurzí, soutěží (i pro veřejnost a žáky středních a základních škol) a komentářů, zážitků a doporučení absolventů geografie. Interakce byly analyzovány také podle ukazatele Engagement rate ukazujícího míru angažovanosti publika na zveřejňovaném obsahu. Podle tohoto ukazatele bylo zjištěno, že se sledující nejvíce zapojují v případě Katedry geografie Univerzity Palackého a nejméně v případě Katedry sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity. Tato skutečnost se nedá vysvětlit rozdílem v počtu příspěvků, protože počty u těchto dvou kateder byly téměř vyrovnané (53 a 56 příspěvků). Důvodem může být větší míra popularizace ze strany olomoucké katedry (přednášky v rámci Cestovatelských úterků, cestovatelská soutěž ZOANKS, komentáře absolventů z cyklu Humans of Geography apod.).

Posledním dílčím cílem byla analýza propagačních komentářů absolventů v rámci cyklu Humans of Geography probíhajícího na Katedře geografie Univerzity Palackého v Olomouci. Absolventi geografických oborů reflektují geografii jako komplexní a interdisciplinární obor s mezioborovými vazbami, stejně jako zmiňuje např. Johnston (2009). Nejčastěji zazněly také odpovědi, že geograf disponuje všeobecným přehledem o světě, kritickým myšlením a zjistí také to, že se vše kolem nás prolíná a vzájemně ovlivňuje. Velmi často byla vyzdvihována také schopnost geografů pracovat s GIS a tvořit mapy. I tento cyklus je do značné míry popularizační – většina absolventů se ve svých komentářích odkazuje na cestování, Erasmus a různé zahraniční stáže a exkurze.

I když se čeští i zahraniční geografové vymezují jasně proti populárním představám a stereotypům týkajícím se geografie, tak díky provedeným analýzám vidíme, že informace a příspěvky zveřejňované na oficiálních webových a facebookových stránkách českých geografických institucí se netýkají pouze akademické geografie, ale jsou jistým průnikem mezi akademickou a populární geografii. Přestože je důležité informovat veřejnost o tom, že geografie je velice široká a netýká se jen toho, co jim předkládají média, tak je jistá popularizace geografie pro akademickou geografii, a právě pro informovanost veřejnosti o ní důležitá a může pomoci rozšiřování povědomí o pravé podstatě geografie jako vědní disciplíny.

11. Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo provést základní analýzu oficiálních webových stránek a oficiálních facebookových stránek čtyř vybraných geografických institucí v České republice – České geografické společnosti, Katedry geografie Univerzity Palackého v Olomouci, Katedry fyzické geografie a geoekologie Ostravské univerzity a Katedry sociální geografie a regionálního rozvoje Ostravské univerzity.

Práce je rozdělena do dvou částí. První z nich je teoretická a představuje odbornou literaturu, která s tématem souvisí. Za úkol má vysvětlit podstatu akademické a populární geografie, jejich vztah, rozdíly, dále také prezentaci geografie populárními geografickými časopisy a médii, zeměpisem na základních a středních školách a v poslední řadě také současný stav české geografie a pohled českých geografů na geografii a její slabé stránky. Vzhledem k tomu, že celá praktická část zachycuje online prostor a sociální sítě, tak je část teorie věnována problematice sociálních sítí, jejich analýze a sociální síti Facebook, na které analýza probíhala. Druhá, praktická, část je tvořena čtyřmi dílčími částmi, které reflektují čtyři dílčí cíle. Na základě analýzy bylo následně na tyto dílčí cíle odpovězeno v rámci diskuse.

Původním předpokladem po přečtení odborné literatury, kde se geografové vymezují jasně proti populární představě geografie, bylo, že jak na oficiálních webových stránkách, tak i na facebookových stránkách institucí bude prezentována odborná akademická geografie. Již během předvýzkumu ale bylo jasné, že dojde k určitému průniku mezi akademickou a populární geografii, a nakonec se ukázalo, že se populární prvky v prezentaci odborných geografických institucí objevují mnohem více, než bylo původně očekáváno.

Jak již bylo řečeno, geografie je velmi širokou a komplexní disciplínou, která nemá jednu oficiální a univerzální definici. Oficiální webové stránky českých geografických institucí geografii explicitně nedefinují, spíše definují, o čem geografie rozhodně není, a vymezují se tak proti oné populární představě o geografii jako disciplíně zabývající se jen cestováním, memorováním faktických informací, tvorbou map apod. Definice se objevují spíše u jednotlivých geografických oborů a programů, ve kterých je prezentováno to, co se studenti v rámci daného geografického oboru naučí a dozvědí. Definice jednotlivých oborů na webových stránkách kateder, a případně i definice v propagačních videích, jsou upraveny tak, aby zaujaly a nalákaly uchazeče o studium.

Mezi příspěvky s největším dosahem na facebookových stránkách geografických institucí nenajdeme příspěvky, které by se týkaly odborné geografie, ale největší odezvu vzbuzují právě příspěvky týkající se cestovatelských soutěží, života akademické komunity nebo propagace absolventy, kteří velmi často na místo samotné geografie vyzdvihují cestování, Erasmu a samotný studentský život.

Ač se geografové jak v literatuře, tak na oficiálních webových stránkách vymezují proti populárnímu chápání geografie, výsledná realita tomu ne zcela odpovídá. Popisy oborů, které je možno na katedrách studovat, vizuální stránka propagačních videí, příspěvky na Facebooku, ale i komentáře absolventů, se snaží nějakým způsobem veřejnost zaujmout, což je se zapojením cestování a dalších prvků populární geografie mnohem jednodušší.

12. Summary

The main objective of this bachelor thesis was to conduct a basic analysis of the official websites and official Facebook pages of four selected geographic institutions in the Czech Republic – the Czech Geographical Society, the Department of Geography of Palacký University in Olomouc, the Department of Physical Geography and Geoecology of Ostrava University and the Department of Social Geography and Regional Development of Ostrava University. Four sub-objectives were set to fulfil the main objective:

1. Definition of geography on the official websites of the institutions.
2. Analysis and categorization of posts on the official Facebook pages of the institutions.
3. Analysis of interactions on the official Facebook pages of the institutions.
4. Analysis of the graduates' promotional comments.

The theoretical part of the thesis aims to explain the nature of academic and popular geography, their relationship, differences, as well as the presentation of geography by popular geography magazines and media, geography in primary and secondary schools and last but not least the current state of Czech geography and the view of Czech geographers on geography and its weaknesses.

The practical part consists of four subparts, which correspond to the sub-objectives. It was found that the official websites of Czech geographic institutions do not explicitly define geography, but rather define what geography is definitely not about, thus defining against the popular idea of geography as a discipline dealing only with travel, memorisation of factual information, map-making, etc. Rather, the definitions appear in the individual geography courses and programmes, which present what students will learn in the geography course or programme. The definitions of each discipline on departmental websites, and where appropriate, the definitions in promotional videos, are tailored to engage and entice prospective students.

The posts with the greatest reach on geography institutions' Facebook pages are not those related to professional geography, but the most resonant posts are those related to travel competitions, the life of the academic community, or promotion by alumni, who very often highlight travel, Erasmus, and student life itself instead of geography itself.

Although geographers, both in the literature and on official websites, define themselves against the popular understanding of geography, the resulting reality does not quite match this. The descriptions of the disciplines that can be studied in departments, the visuals of promotional videos, Facebook posts, and even the comments of alumni all try to engage the public in some way, which is much easier with the involvement of travel and other elements of popular geography.

13. Seznam použité literatury

BEDNÁŘ, V. (2011). *Marketing na sociálních sítích*. Prosad'te se na Facebooku a Twitteru. Computer Press, 2011. 200 s. ISBN: 978-80-251-3320-0.

BONNETT, A. (2003): *Geography as the world discipline: connecting popular and academic geographical imaginations*. *Area*, 35(1), 55–63. ISSN 0004-0894.

BONNETT, A. (2008). *What is geography?* London: Sage, 2008. 1. vydání. 168 s. ISBN: 9781412918695.

BOYD, D., ELLISON, N. (2007). *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), s.210-230. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.

Česká geografická společnost (2022a). *Studium geografie* [online]. Česká geografická společnost: ©2009-2022 [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://geography.cz/studium-geografie/>.

Česká geografická společnost (2022b). *O nás* [online]. Česká geografická společnost: ©2009-2022 [cit. 21. 3. 2022]. Dostupné z: <https://geography.cz/o-nas/>.

Česká geografická společnost (2022c). *Úvod* [online]. Česká geografická společnost: ©2009-2022 [cit. 21. 3. 2022]. Dostupné z: <https://geography.cz/>.

Česká geografická společnost (2022d). *Publikace* [online]. Česká geografická společnost: ©2009-2022 [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://geography.cz/publikace/>.

České podcasty. *Zachraň Zeměpis* [online]. © 2020 [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://ceskepodcasty.cz/podcasty/zachran-zemepis-podcast>.

Český historický atlas (2020). *Portál Český historický atlas* [online]. © 2020 [cit. 5. 4. 2022]. Dostupné z: <https://cha.fsv.cvut.cz/>.

EGER, L., EGEROVÁ, D. (2018). *Social network Facebook and customer engagement: A pilot case study from the Czech Republic*. In Proceedings of the 12th International Scientific Conference INPROFORUM, 10(1), s. 366-373. Dostupné z <http://hdl.handle.net/11025/33790>.

ERANTI, V., LONKILA, M. (2015). *The social significance of the Facebook Like button*. First Monday [online]. 20 (6) [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v20i6.5505>.

GARCÍA-ÁLVAREZ, J., MARÍAS-MARTÍNEZ, D. (2013): Geographical magazines and popular geographies: the case of the *Revista Geográfica Española*, 1938–1977. *Journal of Historical Geography*, 39(1), 85–98.

Geografie – Co zkoumáme v Olomouci? In: Youtube [online]. 11.01.2022 [cit. 22. 3. 2022]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=gg-Kj4hL__I. Kanál uživatele Geografie UP Olomouc.

CHOVANCOVÁ, Š. (2021). *Geografové připravují výukový portál zaměřený na zeměpis*. Žurnál UPOL. Online zpravodajství z univerzity [online]. © 2022 [cit. 2. 4. 2022]. Dostupné z: <https://www.zurnal.upol.cz/nc/zprava/clanek/geografove-pripravuji-vyukovy-portal-zamereny-na-zemepis/>.

CHRÁSTOVÁ, N. (2020). *Poodhalte tajemství sociálních sítí: Jak funguje algoritmus a zobrazování?* BlueGhost [online]. © 2003 - 2022 [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.blueghost.cz/clanek/poodhalte-tajemstvi-socialnich-siti-jak-funguje-algoritmus-a-zobrazovani/>.

IDNES. *Místo prostého „like“ zavedl Facebook emoce. Jak se vám líbí?* [online]. 24. 2. 2016 [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/misto-prosteho-like-zavedl-facebook-emoce-jak-se-vam-libi.A160224_900913_mediahub_imp.

JANALÍK, S. (2021). *Hladnovská prOUka Přírodovědecké fakulty projde proměnou!* OU Alive. Živý online magazín Ostravské univerzity [online]. © 2020-2022 [cit. 3. 4. 2022]. Dostupné z: <https://alive.osu.cz/hladnovska-proluka-prirodovedecke-fakulty-projde-promenou/>.

JELEČEK, L., MARTÍNEK, J. (2007): Nástin dějin České geografické společnosti. *Klaudyán: internetový časopis pro historickou geografii a environmentální dějiny*, 4, č. 2, s. 42-48.

JOHNSTON, R. (2009): Popular geographies and geographical imaginations: contemporary English-language geographical magazines. *GeoJournal*, 74(1), 347–362.

Katedra fyzické geografie a geoekologie (2022a). Ostravská univerzita. *Studium*. Fyzická geografie [online]. [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://kfg.osu.cz/cz/bakalarske-studium/fyzicka-geografie-a-geoekologie>.

Katedra fyzické geografie a geoekologie (2022b). Ostravská univerzita. *Studium*. Kartografie a geoinformatika [online]. [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://kfg.osu.cz/cz/bakalarske-studium/kartografie-a-geoinformatika>.

Katedra fyzické geografie a geoekologie (2022c). Ostravská univerzita. *Studium*. Ochrana a tvorba krajiny [online]. [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://kfg.osu.cz/cz/bakalarske-studium/ochrana-a-tvorba-krajiny>.

Katedra fyzické geografie a geoekologie (2022d). Ostravská univerzita. *Výzkum* [online]. [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://kfg.osu.cz/cz/vyzkum>.

Katedra fyzické geografie a geoekologie (2022e). Ostravská univerzita. *Personální složení*. Doc. RNDr. Tomáš Galia, Ph.D., životopis [online]. [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://kfg.osu.cz/cz/mgr-tomas-galia-ph-d/zivotopis>.

Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci (2022a). *Přijímací řízení* [online]. [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://geography.upol.cz/prijimaci-rizeni>.

Katedra geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci (2022b). *Výzkum* [online]. [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://geography.upol.cz/vyzkum>.

Katedra geografie Univerzity Palackého v Olomouci (2022c). *Lidé*. Mgr. Michal Lehnert, Ph.D. [online]. [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://geography.upol.cz/michal-lehnert>.

Katedra geografie Univerzity Palackého v Olomouci (2022d). *Lidé*. Mgr. Jan Hercik, Ph.D. [online]. [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://geography.upol.cz/jan-hercik>.

Katedra geografie Univerzity Palackého v Olomouci (2022e). *Z Olomouce až na konec světa* [online]. [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://geography.upol.cz/soutez-foto-svet>.

Katedra geografie Univerzity Palackého v Olomouci (2022f). *Studium*. Absolventi. Humans of Geography [online]. [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://geography.upol.cz/humans-of-geography>.

KOBAYASHI, A. (2020). Representation and Re-presentation. *International Encyclopedia of Human Geography*. Elsevier, 423–425. ISBN: 9780081022955.

KOPEČEK, V., DROBÍK, T., HASALOVÁ, J. (2011): Česká geografie ve 21. století: Skutečně pro život? *Informace ČGS*, 30, č. 2, s. 25-29.

KŘÍŽEK, M., REZKOVÁ, K., KOZMOVÁ, K. (2013). *Přesně před devíti lety vznikl Facebook. Dnes má víc než miliardu uživatelů*. iRozhlas [online]. © 1997-2022 [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/veda-technologie_technologie/presne-pred-deviti-lety-vznikl-facebook-dnes-ma-vic-nez-miliardu-uzivatelu_201302040210_kpracharova.

Lékaři bez hranic (2021). *Tvořte mapy v projektu Missing maps* [online]. 28. 6. 2021 [cit. 2. 4. 2022]. Dostupné z: <https://www.lekari-bez-hranic.cz/missing-maps>.

Masarykova univerzita (2019). *RNDr. Petr Daněk, Ph.D., životopis* [online]. 25. 9. 2019 [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.muni.cz/lide/849-petr-danek/zivotopis>.

MAZÁK, J., HOMOLOVÁ, P., DIVIÁK, T. a kol. (2015). *Využití analýzy sociálních sítí ve vyšetřování* [online]. 1. vydání. Kompetenční centrum IBM při Katedře sociologie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze. Dostupné z: https://ksoc.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/76/2017/04/Studie_SNA_FINAL_s-licenc%C3%AD-CC.pdf.

MICHL, P. (2020). *Facebook přidává novou emoji Reakci hodící se do pohnutých časů*. Focus [online]. © 2004-2020 [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/facebook-testuje-stories--ktera-zustanou-aktivni-po-3-dny__s288x15157.html.

NEŠPOR, Z. (2017). Sociologický ústav AV ČR. *Analýza sociálních sítí*. Sociologická encyklopedie [online]. [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Anal%C3%BDza_soci%C3%A1ln%C3%ADch_s%C3%ADt%C3%AD.

PONGPAEW, W., SPEECE, M., TIANGSOONGNERN, L. (2017). Social Presence and Customer Brand Engagement on Facebook Brand Pages. *The Journal of Product and Brand Management* [online]. 26 (3), s. 262-281 [cit. 30. 3. 2022]. ISSN: 1061-0421. Dostupné z: <https://search-proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/1905711813>.

PRANTL, D., MIČÍK, M. (2019). *The Use of the Facebook Social Network in Selected Czech Companies*. Proceedings of International Scientific Conference of Business Economics Management and Marketing 2019, Brno, Česko: Masarykova Univerzita, s. 167-174.

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity (2022a). *O katedře fyzické geografie a geoekologie* [online]. 14. 3. 2022 [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://prf.osu.cz/kfg/>.

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity (2022b). *O katedře sociální geografie a regionálního rozvoje* [online]. 14. 2. 2022 [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://prf.osu.cz/ksg/>.

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity (2022c). Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje. *Studium a přijímací řízení*. Nabízené programy a obory. Ekonomická geografie a regionální rozvoj [online]. 14. 2. 2022 [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://prf.osu.cz/ksg/2915/nabizene-studijni-programy-a-obory-pro-prijimaci-rizeni/?specializaceid=3215>.

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity (2022d). Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje. *Studium a přijímací řízení*. Nabízené programy a obory. Politická a kulturní geografie [online]. 14. 2. 2022 [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://prf.osu.cz/ksg/2915/nabizene-studijni-programy-a-obory-pro-prijimaci-rizeni/?specializaceid=3415>.

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity (2022e). Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje. *Studium a přijímací řízení*. Nabízené programy a obory. Dvouoborová geografie [online]. 14. 2. 2022 [cit. 30.3.2022]. Dostupné z: <https://prf.osu.cz/ksg/2915/nabizene-studijni-programy-a-obory-pro-prijimaci-rizeni/?specializaceid=2788&kombinaceid=5306>.

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity (2022f). *Vladimír Baar*, životopis [online]. [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://prf.osu.cz/vladimir-baar/13315/#2-zivotopis>.

Přírodovědecká fakulta Ostravské univerzity (2022g). Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje. *Personální složení* [online]. 24. 3. 2022 [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://prf.osu.cz/ksg/personalni-slozeni/>.

Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy (2022). Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje. *Prof. RNDr. Dagmar Džurová, CSc.* [online]. [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.natur.cuni.cz/geografie/socialni-geografie-a-regionalni-rozvoj/dzurova>.

ROZSÍVALOVÁ, T. (2021). *Akademická a/nebo populární geografie? Geografie pohledem studentů prvního ročníku*. Olomouc, 2021, 63 s. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce: Mgr. Jan Daniel, Ph.D.

SIWEK, T. (2010): Současná geografie očima českých geografů. *Geografie*, 115, č. 4, s. 361-376.

SMITH, J., WIEST, D. (2005). The Uneven Geography of Global Civil Society: National and Global Influences on Transnational Association. *Social Forces*, 84(2), s. 621-652.

Studujte geografii s námi. In: Youtube [online]. 21. 12. 2018 [cit. 22. 3. 2022]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=eCAXTCvyWKQ&ab_channel=GeografieUPOlomouc. Kanál uživatele Geografie UP Olomouc.

SVOBODOVÁ, H., SPURNÁ, M., KNECHT, P. (2020): Pojetí geografie a geografického vzdělávání u studentů učitelství v Česku. *Geografie*, 124(4), 501–526.

TOUŠEK, L. (2014). *Analýza sociálních sítí* [online]. Katedra antropologie, Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni. [cit. 30. 3. 2022]. Dostupné z: <http://www.antropologie.org/cs/metodologie/analyza-socialnich-siti>.

14. Seznam grafů a obrázků

- Obr. 1** Celkový počet příspěvků zveřejněných za sledované období v jednotlivých kategoriích
- Obr. 2** Podíl vybraných geografických institucí na celkovém počtu příspěvků
- Obr. 3** Podíl geografických institucí na kategoriích
- Obr. 4** Rozložení počtu publikovaných příspěvků v jednotlivých měsících sledovaného období
- Obr. 5** Rozložení počtu příspěvků podle dne zveřejnění
- Obr. 6** Podíl podkategorií na kategorii Geografické akce
- Obr. 7** Podíl geografických institucí na kategorii Geografické akce
- Obr. 8** Podíl geografických institucí na kategorii Soutěže
- Obr. 9** Podíl geografických institucí na kategorii Výstupy v médiích
- Obr. 10** Podíl podkategorií na kategorii Výstupy v médiích
- Obr. 11** Podíl geografických institucí na kategorii Publikace a materiály
- Obr. 12** Podíl geografických institucí na kategorii Přednášky a semináře
- Obr. 13** Podíl podkategorií na kategorii Přednášky a semináře
- Obr. 14** Podíl geografických institucí na kategorii Administrativa a akademická komunita
- Obr. 15** Podíl geografických institucí na kategorii Výstavy
- Obr. 16** Podíl geografických institucí na kategorii Projekty
- Obr. 17** Podíl geografických institucí na kategorii Výzkumné práce a průzkumy
- Obr. 18** Podíl geografických institucí na kategorii Studentské výjezdy
- Obr. 19** Podíl geografických institucí na kategorii Propagace
- Obr. 20** Celkové množství uživatelských reakcí na publikovaný obsah
- Obr. 21** Nejvíce „lajkovaný“ příspěvek v rámci sledovaného období
- Obr. 22** Druhý nejvíce „lajkovaný“ příspěvek v rámci sledovaného období
- Obr. 23** Nejčastěji se vyskytující slova cyklu Humans of Geography

15. Seznam tabulek

Tab. 1 Přehled geografických pracovišť v České republice

Tab. 2 Počet interakcí v závislosti na kategorii

Tab. 3 Přehled kategorií s nejvíce komentáři a sdíleními

Tab. 4 Engagement rate facebookových stránek institucí

Tab. 5 Engagement rate deseti příspěvků s největším počtem tlačítkových reakcí