

Media relations neziskových organizací

Oldřich Ohryzek

Bakalářská práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací
akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Oldřich OHRYZEK**
Osobní číslo: **K10275**
Studijní program: **B7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Media relations neziskových organizací**

Zásady pro vypracování:

1. Zpracujte rešerši literatury pojednávající o Public Relations a Media Relations neziskových organizací. Na základě teoretického vymezení studovaného problému formulujte pracovní hypotézy a cíle práce.
2. Zpracujte rešerši článků v tisku, které se zabývají činností neziskových organizací s akcentem na neziskové organizace působící na Vsetínsku a ve Zlínském kraji. Na základě obsahové analýzy článků se pokuste specifikovat, která témata jsou pro média zajímavá pro zveřejnění. Kontaktujte několik zástupců médií, kteří se zabývají neziskovými organizacemi a na základě rozhovorů s nimi zpracujte kvalitativní průzkum, který se pokusí odpovědět na stejnou otázku. Konfrontujte výsledky obou průzkumů.
3. Na základě výsledků představte stručný nástin možností změn v komunikační strategii neziskových organizací. Naznačte, jaká témata by měly neziskové organizace akcentovat, případně další návrhy pro zkvalitnění Media relation organizace.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

BAČUVČÍK, Radim. Marketing neziskových organizací. Zlín: VeRBuM, 2011, 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

BEDNÁŘ, Vojtěch. Mediální komunikace pro management. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 153 s. ISBN 978-80-247-3629-7.

FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění. Praha: Grada Publishing a.ás., 2009. Sv. 2. vydání, 200 s. ISBN 978-80-247-3926-7.

HANNAGAN, Tim J. Marketing pro neziskový sektor. Vyd. 1. Praha: Management Press, 1996, 205 s. ISBN 80-859-4307-7.

REKTOŘÍK, Jaroslav. Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2002, 264 s. ISBN 80-861-1960-2.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.

Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce:

1. října 2012

Termín odevzdání bakalářské práce:

26. dubna 2013

Ve Zlíně dne 3. února 2013

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.

děkanka



Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.

ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 19. 4. 2013

OLDŘICH OHRÝZEK 
.....
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídnou k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cílem bakalářské práce je zhodnocení komunikační strategie nestátních neziskových organizací působících v sociálních službách ve Zlínském kraji a zejména na Vsetínsku. Nalezení možnosti pozitivních změn v oblasti media relations neziskových organizací. Důraz je kladen především na zlepšení a zkvalitnění způsobu komunikace s médii a nalezení vhodných témat pro prezentaci jejich činnosti jak směrem k hlavním cílovým skupinám, které se snaží oslovit, tak k široké veřejnosti. Práce je rozdělena na část teoreticko-metodologickou, v níž jsou zpracovány literární prameny v oblasti public relations a media relations se zaměřením na oblast neziskových organizací a část prakticko-analytickou, která je zaměřena na průzkumy, založené jednak na rozhovorech s novináři a dále pak na rešerších v médiích.

Klíčová slova: Public relations, Media relations, nezisková organizace, novinář, komunikace, sociální služby.

ABSTRACT

The objective of the thesis is to evaluate the communication strategy of Non profit organizations working in social services area in Zlin region, particularly in the district of Vsetin. To find some possibilities of positive changes in the Media relations area. The emphasis has been put on the improving the way of a communication with mass media and finding suitable topics for the presentation of their activities towards main target groups, as well as towards the public. The thesis has been divided into two parts. In the first, theoretical and methodological part, literary sources in the area of public relations and media relations have been presented. In the second, practical and analytical part the research based on interviews with journalists, as well as on newspapers articles search, have been presented.

Keywords: Public relations, Media relations, Non-profit organization, Journalist, Communication, Social services.

Poděkování:

Rád bych zde poděkoval Mgr. Ing. Radimu Bačuvčíkovi, Ph.D., vedoucímu mé bakalářské práce za jeho odborné vedení a cenné rady. Druhé díky patří rodině za trpělivost během mého studia.

Motto:

„Tak se zdá, že jsme více ovládáni slovy, než jimi vládneme sami.“

Karel Čapek

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně, dne

OBSAH

ÚVOD.....	10
I TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1 KLASIFIKACE NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ.....	13
1.1 ROZDĚLENÍ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ.....	13
1.2 NESTÁTNÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE.....	14
1.3 LEGISLATIVNÍ ZMĚNY V NEZISKOVÉM SEKTORU V R. 2014.....	16
1.4 FINANCOVÁNÍ NESTÁTNÍCH NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ.....	16
2 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE NNO.....	18
2.1 MARKETINGOVÉ AKTIVITY NNO.....	18
2.2 PUBLIC RELATIONS NNO.....	18
2.3 NÁSTUP NOVÝCH MÉDIÍ.....	20
2.4 MEDIA RELATIONS NNO PŮSOBÍCÍCH V SOCIÁLNÍ OBLASTI.....	20
2.4.1 Zásady media relations.....	21
2.4.2 Zpravodajské hodnoty článků neziskových organizací.....	22
2.4.3 Témata zpráv a vnímání zprávy příjemcem.....	25
2.4.4 Vnímání událostí čtenářem a utváření názoru.....	26
3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A METODIKA PRŮZKUMŮ.....	29
3.1 CÍL PRŮZKUMU A VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	29
3.2 METODIKA PRŮZKUMU.....	29
3.2.1 Analýza obsahu mediálních sdělení.....	29
3.2.2 Rozhovory se zástupci médií.....	31
3.2.3 Komparace obou průzkumů.....	31
3.3 SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....	32
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	33
4 KVANTITATIVNÍ PRŮZKUM OBSAHU MÉDIÍ.....	34
4.1 SPECIFIKACE VÝBĚRU ZKOUMANÉHO SOUBORU.....	34
4.1.1 Charakteristiky médií zastoupených v kvantitativním průzkumu.....	34
4.2 SPECIFIKACE OBSAHU.....	35
4.2.1 Vyhledávání a výběr příspěvků.....	35
4.2.2 Specifikace sledovaného období.....	35
4.3 ANALÝZA KVANTITATIVNÍCH DAT A JEJICH INTERPRETACE.....	36
4.3.1 Oblasti zájmu periodik.....	36
4.3.2 Analýza skupin.....	37
4.3.3 Závěry kvantitativního průzkumu.....	40
5 KVALITATIVNÍ ŠETŘENÍ NÁZORŮ PŘEDSTAVITŮ NNO.....	42
5.1 SPECIFIKACE KVALITATIVNÍHO ŠETŘENÍ.....	42

5.1.1	Výběr respondentů z řad novinářů.....	42
5.1.2	Výběr způsobu dotazování.....	43
5.2	ANALÝZA ROZHOVORŮ S NOVINÁŘI.....	43
5.2.1	Rozhovory s respondenty.....	43
5.2.2	Interpretace výsledků kvalitativního šetření.....	46
5.3	ZÁVĚR KVALITATIVNÍHO ŠETŘENÍ.....	47
6	POROVNÁNÍ VÝSLEDKŮ KVALITATIVNÍHO A KVANTITATIVNÍHO PRŮZKUMU.....	48
6.1	KOMPARACE KVALITATIVNÍHO A KVANTITATIVNÍHO PRŮZKUMU.....	48
6.1.1	Srovnání zájmu tisku o jednotlivé oblasti působení NNO.....	48
6.1.2	Srovnání zastoupení témat.....	49
6.1.3	Výsledky komparace obou průzkumů.....	50
6.2	DOPORUČENÍ PRO NNO V OBLASTI MEDIA RELATIONS.....	50
	ZÁVĚR.....	52
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	54
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	56
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	57
	SEZNAM TABULEK.....	58
	SEZNAM PŘÍLOH	
	59

ÚVOD

Nestátní neziskové organizace pomáhají každý den spoluobčanům, přírodě, kultuře, snaží se prosazovat sociální zájmy. Vyplňují prostor mezi jednotlivcem a státem v oblasti veřejných služeb. Společenskou důležitost dokládá i růst jejich počtu. Za posledních deset let se zdvojnásobil. Některé organizace jsou známy v celé republice, zaštiťují je zpravidla známé osobnosti a získávají prostředky pomocí velkých propagačních akcí. Těch je však jen pár. Ostatní neziskovky musí bojovat o finance, postavení na trhu i zviditelnění. Zvláště v poslední době, kdy dochází ke snižování podpory z fondů EU a škrtům ve státním rozpočtu. Nestátní neziskové organizace by se měly přestat spoléhat na stát a obec a začít vyhledávat nové možnosti financování. Vícezdrojové financování, tedy kombinace financování z veřejných rozpočtů, peněz od individuálních a firemních dárců a sponzorů, nadací a zisku z vedlejší hospodářské činnosti, je nemožné bez znalostí marketingu a dovedností prezentovat organizaci na veřejnosti.

Tato bakalářská práce se zabývá komunikací nestátních neziskových organizací s médii.

Práce je rozdělena do dvou částí. V teoretické části jsou klasifikovány neziskové organizace, jejich postavení ve společnosti (resp. legislativní rámec) a způsoby financování. Dále jsou uvedeny možnosti jejich komunikace s veřejností především prostřednictvím médií. Zabývám se rovněž vhodností jednotlivých typů médií pro neziskovou sféru, využitím různých funkcí médií a vztahem neziskových organizací k novinářům. Při zpracování vycházím zejména z dostupné literatury a internetových zdrojů.

Nejprve zpracuji rešerše článků v novinách, které se zabývají činností neziskových organizací s akcentem na neziskové organizace působící na Vsetínsku a ve Zlínském kraji. Na základě obsahové analýzy článků vytipuji, která témata jsou pro média zajímavá. Oslovím několik novinářů, kteří se zabývají neziskovými organizacemi a na základě rozhovoru s nimi provedu kvalitativní šetření. Výsledky by měly potvrdit nebo vyvrátit pracovní hypotézy. Výsledky kvalitativního šetření a výzkumu provedeného na základě rešerší v médiích budou mezi sebou konfrontovány a na jejich základě nastíním možnosti změn v komunikační strategii neziskových organizací včetně témat, která by měly neziskové organizace akcentovat. Pokusím se rovněž naznačit další potenciální, dosud nevyužívané možnosti pro zkvalitnění media relations neziskových organizací.

Cílem mé práce je na základě teoretických poznatků, rešerše v médiích a rozhovorů s novináři a zástupci neziskových organizací zhodnotit jejich komunikační strategii, najít možnosti změn ve způsobu komunikace, resp. propagace neziskovek, odhalit dosud nevyužívané možnosti pro zkvalitnění Media relations neziskových organizací.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KLASIFIKACE NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ

1.1 Rozdělení neziskových organizací

Neziskové organizace lze dělit podle způsobu financování, předmětu zájmu, podle poslání, podle toho, zda do činnosti zasahuje stát (jako vlastník, kontrolní orgán). Jednotlivé kategorie nejsou přesně vymezeny, zpravidla se prolínají.

Ve světě existuje několik způsobů klasifikace neziskových organizací podle jejich zaměření. Pro účely této práce bude použita mezinárodní klasifikace ve standardu ICNPO (International Classification of Non-Profit Organizations – mezinárodní klasifikace neziskových prganizací) dle Salomona a Anheiera, jak jej uvádí Škarabelová, (2002, s. 8) která neziskovky dělí do 12 kategorií:

Tab. 1. Mezinárodní klasifikace neziskových organizací. (Zdroj: Škarabelová, 2002, s. 8.)

Mezinárodní klasifikace neziskových organizací (ICNPO)	Systém klasifikace netržních činností OSN (COPNI)	Odvětvová klasifikace ekonomických činností (OKEČ – ČR)
1. Kultura a volný čas	03. Kultura, rekreace a sport	92. Rekreční, kulturní a sportovní činnost
2. Vzdělávání a výzkum	04. Vzdělávání	80. Školství 73. Výzkum
3. Zdravotnictví	02. Služby zdravotnické	85.1 Zdravotnictví
4. Sociální služby	05. Sociální péče	85.3 Sociální služby 75. Kolektivní a individuální sociální služby a soc. politiky
5. Přírodní a životní prostředí	08. Ochrana přírodního prostředí	91. Činnost společenských organizací (odborné, politické strany, církve a profesní spolky)
6. Komunitní rozvoj a bytové hospodářství	01. Bydlení	
7. Občanskoprávní osvěta a politické organizace	07. Profesní a odborové organizace a politické strany – část politické strany	
8. Filantropie		
9. Nadace mezinárodní		
10. Náboženství a církve	06. Náboženství	
11. Odbory a profesní spolky	07. Profesní a odborové organizace a politické strany – část profesní a odborové organizace	
12. Nespecifikované činnosti	09. Ostatní služby, smíšené a nespecifikované	93. Ostatní osobní služby

V řadě případů je problematické neziskovou organizaci zařadit do jedné, konkrétní kategorie. Oblasti, ve kterých některé organizace působí, se překrývají, nehledě na to, že již samotná povaha zřizovatele implikuje určitá zařazení; např. organizace charitativní povahy jsou často zřizovány náboženskými organizacemi. Jejich záběr navíc může být velmi

široký, působí např. v oblastech sociálních, zdravotnických, kulturních a dalších. Ve Vsetíně je takovou „multidisciplinární“ organizací např. Diakonie ČCE, nebo Charita Vsetín.

1.2 Nestátní neziskové organizace

Nestátní neziskové organizace jsou svou povahou soukromé organizace, které mohou zakládat občané ze svého svobodného rozhodnutí. Základním impulsem pro založení je snaha řešit konkrétní problémy nebo jim předcházet, a to bez ohledu na ziskovost činnosti. Na rozdíl od soukromých komerčních firem totiž není hlavním měřítkem finanční zisk, ale schopnost naplňovat poslání organizace. Ve formální rovině však musí řešit podobné problémy, jako organizace ziskové.

Samotný pojem nestátní nezisková organizace (dále jen NNO) není z hlediska legislativy přesně vymezen. Je ale již ustálený ve společensko-ekonomických textech. Neziskové organizace tak samy sebe označují a termín je zcela běžný i v praxi veřejné správy. Pro označení neziskového sektoru se někdy používá termín třetí sektor, význam tohoto pojmu je zcela totožný. Autoři publikací o neziskovém sektoru se nicméně tento termín snaží vymežit. Např. Škarabelová (2002, s. 6) uvádí pět základních vlastností, které nestátní neziskové organizace charakterizují: Podle této autorky jsou NNO:

1. **institucionalizované** (bez ohledu na právní nebo formální podklad),
2. **soukromé**, bez vlivu státu,
3. **neziskové**, (případný zisk musí být použit na cíle dané posláním organizace),
4. **samosprávné a nezávislé** – nejsou ovládány zvenčí, řídí samy sebe, nekontroluje je stát ani jiné organizace,
5. **dobrovolné** – využívají dobrovolnou účast na svých činnostech.

Nestátními neziskovými organizacemi v České republice jsou ty organizace, v nichž nemá účast stát a samy na něm nejsou závislé.

Dle právní formy patří do NNO například občanská sdružení, nadace, církve. Podle předmětu podnikání jsou často zastoupeny oblasti kultury, sportu a volného času, sociálních služeb, dobročinnosti atd. V České republice působí velké množství neziskových organizací a jejich počet se navíc neustále zvětšuje. Jak ukazuje tabulka 2, za posledních pět let se více než zdvojnásobil. To má, kromě jiného, za následek také mnohem vyšší úroveň konkurence a to jak v „boji“ o finanční prostředky, tak o klienty,

a v neposlední řadě také o pozornost médií.

Tab. 2. Vývoj počtu neziskových organizací během pětiletého období 2007 – 2011*.

(Zdroj: www.czso.cz, 2012)

Název právní formy Name of legal form	Počet zpravodajských jednotek v roce Number of reporting units in year				
	2007	2008	2009	2010	2011
Nadace Foundation	302	379	413	434	435
Nadační fond Endowment fund	697	966	1 061	1 129	1 195
Obecně prospěšná společnost Generally beneficial company	879	1 035	1 508	1 671	1 848
Školská právnická osoba School legal person	120	130	140	159	172
Sdružení (svaz, spolek, společnost, klub aj.) Association (club, union, etc)	43 717	45 690	61 919	66 259	70 292
Politická strana, politické hnutí Political party, political movement	65	78	137	134	142
Církevní organizace Church organization	3 323	4 015	4 216	4 251	4 277
Organizační jednotka sdružení Organizational unit of association	21 914	26 594	29 130	29 586	30 166
Stavovská organizace - profesní komora Professional organization - chamber	20	20	20	20	20
Zájmové sdružení právnických osob Association of legal entities	433	613	588	783	836
Honební společenstvo Hunting community	3 133	3 952	4 014	4 014	4 029
Celkem Total	74 603	83 472	103 146	108 440	113 412

* Údaje za rok 2012 nebyly v době zpracování této práce k dispozici.

Největší část nestátních neziskových organizací se angažuje v oblasti sociálních služeb. Jsou zřizovány k obecně prospěšnému účelu v sociální oblasti, jejich činnost má jasně definované cíle. Podle Bačuvčíka směřují služby organizací pracujících v sociálních službách většinou k překonání akutního nebo krizového stavu, neintervenční pomoci, zvýšení sociálně kulturní úrovně uživatelů, usnadnění života v přirozeném prostředí, nabídce možností společenského uplatnění a dalším cílům. Jsou vesměs určeny osobám ekonomicky slabým, trpícím, nebo ohroženým sociálním vyloučením (exkluzí). (Bačuvčík, 2011, str. 151).

Pokud jde o charitativní organizace, jádro jejich činnosti spočívá v právě v systematickém poskytování sociálních služeb, zaměřených na potřeby zdravotně nebo sociálně znevýhodněných osob, ať již jde např. o ošetrovatelské a zdravotnické služby, asistenční služby, provozování stacionářů, azylových domů a nízkoprahových zařízení a podobně. Výjimkou, kdy se o sociální služby nejedná, může být např. poskytnutí jednorázové humanitární pomoci v případě živelných katastrof, nebo realizace vzdělávacích programů. Pokud je tedy poskytování sociálních služeb hlavní náplní neziskové organizace, bude pro účely této práce považována za organizaci působící v sociálních službách, ať již jde o organizaci církevní, nebo sekulární.

Přirozenou součástí práce neziskových organizací působících v sociálních službách je upozorňovat na svou činnost při řešení konkrétních sociálních problémů, a to jak své potenciální klienty, tak sponzory a širokou veřejnost.

1.3 Legislativní změny v neziskovém sektoru v r. 2014

S příchodem nového občanského zákoníku čekají nestátní neziskové organizace zásadní změny v oblasti legislativy, především pak v samotném právním zakotvení organizací.

Občanský zákoník, který vstoupí v platnost 1. 1. 2014 nově upravuje právní poměry právnických osob soukromého práva, mezi které patří i nestátní neziskové organizace. Zákon je nově dělí na korporace (založené na lidech, patří sem zejména občanská sdružení, která budou nadále nazývána spolky), fundace (základem je majetek, jedná se především o nadace a nadační fondy) a ústavy (kombinovaný princip, budou mít zaměstnance a poskytovat obecně prospěšné služby nebo realizovat obecně prospěšné činnosti). (Spiralis, 2013) Celá problematika je ovšem podstatně složitější a přesahuje rámec této práce. Důležité ovšem je, že zmíněné změny budou mít vliv na fungování a financování neziskových organizací s nepříliš předvídatelnými důsledky.

1.4 Financování nestátních neziskových organizací

Drtivá většina nestátních neziskových organizací není schopna ufinancovat svůj provoz přímo ze své činnosti. Financování NNO bývá proto většinou realizováno z více zdrojů. Využívá se především státních dotací a dotací obcí. Ze státního rozpočtu jde téměř polovina dotací do sociální oblasti. Význam PR pro získávání prostředků na provoz neziskové organizace bude popsán dále v kapitole 2.2.

V případě některých typů NNO lze použít částečné spolufinancování samotnými klienty (dle novější terminologie „uživatelé služeb“). Existuje však řada aktivit, kde to možné není, např. v případě podpory sociálně a ekonomicky slabých skupin obyvatel a v oblastech pracujících s asociálními jedinci (azylové domy, práce s narkomany, bezdomovci aj.).

Další z možných forem financování NNO je sponzoring, dárcovství, výnosy z vlastní činnosti, zahraniční zdroje (např. EU). Na tomto místě je třeba zmínit využitelné daňové úlevy. Pro dárcy jde o možnost odečtu hodnoty darů ze základu daně dle § 15 (u fyzických osob) a § 20 (u právnických osob) zákona č. 586/1992 Sb. o dani z příjmu a rovněž u samotných neziskových organizací osvobození od daně z příjmu „*poplatníků, kteří nejsou zřízeni nebo založeni za účelem podnikání*“ (§ 18), což je právě případ NNO. Vzhledem k tomu, že z hlediska tohoto zákona NNO nepodnikají, netýká se jich ani povinnost být plátcem daně z přidané hodnoty. Výše uvedené daňové úlevy představují rovněž určitou formu podpory NNO ze strany státu.

Zajímavou možností je spolupráce s komerčními firmami, kde firma poskytne NNO buď finanční prostředky, nebo zajistí určité projekty personálně. Taková spolupráce může být velmi výhodná oboustranně, protože komerční firma přijímá společensky odpovědnou roli a buduje si dobrou image. V současné době firmy kladou stále větší důraz na oblast společenské odpovědnosti (Corporate Social Responsibility – CSR), neboť si uvědomují, že společensky odpovědné firmy jsou pozitivně vnímány veřejností. Oblast společenské odpovědnosti se proto začíná stávat součástí strategie firem a jedním z významných prostředků k naplňování jejich cílů a vizí. Nezisková organizace naopak získává díky spolupráci na společných projektech cenné znalosti a praktiky běžné v komerčním sektoru. Předpokladem pro takovou, oboustranně výhodnou spolupráci je důkladné pochopení potřeb druhé strany a dobrá vzájemná komunikace.

Přes řadu možností financování se drtivá většina neziskových organizací se neustále potýká s nedostatkem finančních prostředků. Podle zprávy o neziskovém sektoru NNO příliš nepočítají s dary a pomocí neanonymních individuálních dárců, spoléhají především na státní rozpočet, veřejné rozpočty a firmy. (ZSNS, 2011)

2 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE NNO

Jednou z klíčových činností NNO je získávání finančních prostředků. Při vícezdrojovém financování musí organizace najít způsob, jak oslovit případné sponzory a dárce, jak informovat veřejnost o své činnosti a získat důvěru. K tomu slouží soubor nástrojů označovaný jako marketingová komunikace.

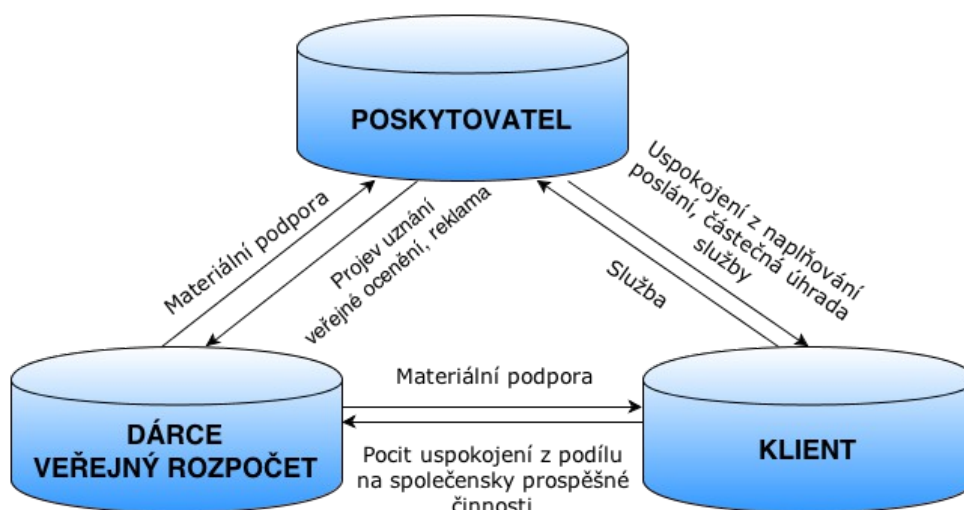
2.1 Marketingové aktivity NNO

Na rozdíl od komerčních firem si marketing neziskových organizací neklade za cíl získat zákazníky a maximalizovat zisk, ale kromě nezbytného přísunu finančních prostředků oslovit určitou skupinu lidí a přimět je ke změně postojů a chování. Snaží se ovlivnit chování jednotlivce ve prospěch skupiny obyvatel. Hannagan říká, že *„marketing a schopnost přesvědčit vlivné osoby jsou v neziskové sféře zvláště důležité, protože přímé placení za služby a motiv zisku zde nahrazuje odpovědnost vůči zákazníkům nebo skupinám poskytujícím granty“* a uvádí, že je nezbytné neustále se prosazovat, protože *„čím více jsou lidé vzdáleni od jednotlivých veřejných služeb, tím je méně pravděpodobné, že se budou chovat jako spotřebitelé a zákazníci“* (Hannagan, 1996, str. 34). Nutnost odlišného pojetí marketingových aktivit NNO konstatuje také Bačuvčík: *„Když si uvědomíme, že množství prostředků pro neziskový sektor je omezené, musíme chápat marketing jako snahu prosadit se v konkurenci na jedné straně a fungovat s okolím v přirozeném souladu na straně druhé, popř. můžeme vnímat marketing jako sociální komunikaci.“* (Bačuvčík, 2011, s. 9)

2.2 Public relations NNO

V oblastech veřejného života, v nichž se neziskové organizace angažují, a také jejich poslání a činnost, jsou mnohdy ve většinové společnosti nedostatečně známé, a kvůli tomu neprávem opomíjené. O to větší je potřeba budování „povědomí o značce“ neziskovky. Jak je uvedeno v příručce pro neziskové organizace (Centrum pro komunitní práci Střední Morava, 2000, s. 4) *„Chce-li jakákoliv nezisková organizace získat podporu veřejnosti, neobejde se bez spolupráce s hromadnými sdělovacími prostředky. Pouze organizace, o níž je neustále slyšet a jejíž činnost je všeobecně známá, se těší zájmu ze strany sponzorů“*.

Proces komunikace s veřejností je nezbytným předpokladem budování vztahů s relevantními cílovými skupinami. Vzájemný vztah neziskových organizací, jako poskytovatelů služeb, klientů a skupiny sponzorů a dárců názorně uvádí Svatoš v publikaci Řízení neziskových organizací. (Řízení neziskových organizací, 1996, str. 156)



Obr. 1. Schéma směn na neziskovém trhu. (Podle: Svatoš, V. in Řízení neziskových organizací, 1996, s. 156., vlastní zpracování)

Podobně Šedivý a Medlíková (2009) označují za základ pro kvalitní strategii NNO určení cílových skupin a podporovatelů. Cílovými skupinami pak mohou být jak přímí, tak nepřímí klienti (např. rodinní příslušníci), zaměstnanci, dobrovolníci a členové statutárních orgánů. Mezi možné podporovatele pak řadí (opět) členy statutárních orgánů, management organizace a další zaměstnance, dobrovolníky, dárcce, sponzory, zakladatele a média. (s. 35) Public relations je tedy u neziskových organizací třeba zaměřit na všechny zmíněné skupiny, přičemž je třeba vzít v úvahu ještě další, neméně důležitou skupinu, a tou je širší veřejnost. Mediální obraz, který si neziskovka dokáže vybudovat, formuje veřejné mínění, kterým je pak ovlivňována jak cílová skupina (skutečných i potenciálních) klientů, tak také skupina sponzorů a dárců. Stále častěji se proto v PR objevují propracované strategie, známé z komerčního sektoru. Na rozdíl od ziskových firem si však nemohou neziskovky dovolit drahou reklamu a vysoké náklady na propagaci. Každý výdaj musí být opodstatněný, aby v dárcích a sponzorech nevyvolával pocit nevhodného využití svěřených peněz. Vhodně zvolená PR strategie ve značné míře posiluje důvěryhodnost a image, a přitom může být pro NNO téměř zdarma, nepočítáme-li čas, který této činnosti pracovníci NNO věnují.

Jednou z účinných a přitom bezplatných forem marketingových komunikací jsou media relations, neboli vztahy s médii. Tato součást public relations má značný přesah do jiných odvětví. Protože se jedná o vztahy s médii, je tímto odvětvím především žurnalistika. Právě žurnalisté jsou osobami, se kterými lidé zodpovědní za media relations spolupracují. Styčné body lze najít také především u tiskových zpráv, které se svou povahou přibližují

autorským článkům v médiích, mnohdy od nich bývají téměř nerozeznatelné. Využití médií se tak stává velmi účinnou metodou ovlivňování mínění zejména těch cílových skupin, na nichž neziskovým organizacím nejvíce záleží. Jejich síla spočívá především v masovém charakteru komunikace, a také v nástrojích, které mají k dispozici pro interpretaci reality. Sílu médií komentuje Bačuvčík slovy: „*Média... mají obrovskou moc, poněvadž svým pojetím publicistiky, komentářů i zpravodajství vytvářejí vlastní virtuální mediální realitu, která veřejné mínění značně ovlivňuje*“ (Bačuvčík, 2011, s. 90).

2.3 Nástup nových médií

Struktura médií se v posledních letech značně změnila. Přispěl k tomu zejména rozvoj elektronických médií, která již nejsou pouze jednosměrným prostředkem komunikace. To se týká jednak rostoucí interaktivity v tradičních médiích (např. možnost diváků, nebo posluchačů vstupovat do vysílání prostřednictvím telefonních hovorů, SMS zpráv, či internetu), ale také rozvoje samotného internetu a v poslední době zejména sociálních sítí. Tato „nová média“ stále častěji doplňují média klasická v roli zdrojů zpravodajských informací. Tím neustále roste množství lidí, kteří se podílejí na tvorbě obsahu. Jak píše Tomandl: „*Internet dává publiku šanci podílet se stále více na obsahu zpravodajství. Novináři tak ztrácejí svůj monopol i pořádný kus své profesní aury.*“ (Tomandl, 2012, str. 8) Pokud tedy neziskové organizace chtějí zůstat v oblasti media relations efektivní, musejí vzít skutečnost neustálé proměny médií v úvahu a reagovat na ni. Především sociální síť Facebook, jejíž komunitní zaměření je vhodné pro cílené oslovování lidí, je velmi vhodným médiem. Důvodem je „přirozený“ způsob šíření informací a sdílení obsahu s jinými lidmi. Aktivita neziskovek na tomto poli je ale zatím poměrně slabá.

2.4 Media relations NNO působících v sociální oblasti

Vztah konkrétní organizace a médií je běh na dlouhou trať. Situace se ale postupně lepší. O snaze sblížit media s neziskovkami svědčí řada seminářů, na nichž známí novináři nabízejí své zkušenosti a postřehy zájemcům z neziskových organizací. Existují také tištěné manuály a doporučení (Tomáš Feřtek s Markem Šálkem vydali v roce 2001 knihu *Novináři nejsou zlí – Mediální rukověť pro neziskové organizace*). Jak uvedla v rozhovoru pro Svět neziskovek redaktorka Rádia Česko Magdaléna Trusinová: „*My chceme vysílat o neziskovém sektoru a neziskový sektor chce do médií, takže zájem je na obou stranách a teď jde jen o to, jak naši komunikaci nastavit tak, aby se protnula.*“ (Trusinová in Vaníček, 2012, s. 10)

Ačkoliv na první pohled si neziskovky nekonkurují, prostor v médiích je omezený. Do oblasti vztahu neziskovek k médiím se proto začínají dostávat praktiky známé spíše z komerčního sektoru. Novináři si již zvykli, že zprávy a informace o neziskovkách dostávají přímo z organizací v otisknutelné formě, televize a rádia dostávají pozvání na nejrůznější akce. Z těchto důvodů by každá organizace měla mít vypracovanou strategii pro komunikaci s médii, včetně postupů pro případ krizové komunikace, nejlépe ve formě písemného dokumentu, a té se držet. Taktéž je nutné, aby organizace neustále vyvíjela snahu o posilování partnerství s médii, která o ní, případně o celém neziskovém sektoru píší.

2.4.1 Zásady media relations

Důležitým pravidlem nejen pro neziskovky je rozhodnout, které osoby a v jakých situacích smějí poskytovat novinářům informace. Komunikace s médii musí být konzistentní a je třeba, aby s novináři komunikovali pouze k tomu určení lidé. Pro neziskovky je vhodné, aby byl někdo ve funkci tiskového mluvčího. Sice se očekává, že se k závažným tématům občas vyjádří i nejvyšší představitel organizace, ale těžko se bude na něj obracet novinář s obyčejnými aktualitami. Tiskový mluvčí musí být důvěryhodný a pokud možno odborník v dané oblasti, měl by být příjemný, mít důstojné vystupování. V odborných člancích a literatuře se objevuje často výtka, že lidé z neziskovek neumí svou práci prodat. Trusinová opakuje to, co dobře zná každý novinář, který se věnuje neziskovému sektoru: „*Spousta neziskovek neřeší mediální trénink a s médii to neumí. To je velká škoda. Média jsou v tomto směru neúprosná a člověk musí vědět, jakým způsobem si má svoje téma komunikovat*“ (Trusinová in Vaniček, 2012, s. 11)

Další zásadou je včasnost. Už Karel Čapek řekl, že není nic staršího, než včerejší noviny. Řada organizací dělá tu chybu, že informuje tisk o pořádaných akcích až dlouho poté, co proběhly. Pravidlem je dát vědět o akci už před zahájením, popř. těsně po jejím skončení. Zvláštní pozornost si zasluhují zprávy o událostech typických pro určitá období, například vánoční jarmarky, tříkrálové sbírky apod. Z opomenutí důkladného naplánování vhodného času pro zveřejnění informace vyplývá problém, že se u novinářů v některých obdobích kumulují zprávy podobného charakteru a přestávají být proto zajímavé. Podstatná je pro média rovněž pravdivost a ověřitelnost poskytnutých informací.

K běžným praktikám MR patří pravidelné zasílání tiskových zpráv, příprava redakčních materiálů, komentáře k tématům, tiskové konference a neformální akce pro novináře. Oblibě mezi novináři se těší tzv. press tripy, kdy jsou novináři zváni na výlet do

organizace, nebo na nějaké jiné, zajímavé místo k neformálnímu setkání, aby pak o organizaci napsali reportáž. K tomu je potřeba mít aktualizovaný adresář novinářů, přehled uzávěrek jednotlivých periodik, mít přehled o rubrikách a tématech zpracovávaných jednotlivými médii.

Samozřejmostí je i příprava zprávy pro každý typ média samostatně. Jinak má vypadat zpráva pro printová, jinak pro elektronická média. Většina NNO však stále neumí s médii pracovat. Podle Feřtka některé neziskovky komunikují se všemi médii stejně, bez ohledu na to, zda se jedná o tisk, televizi nebo rozhlas (Šálek a Feřtek, 2001, s. 6). Zprávu je samozřejmě nutné připravovat nejen podle typu média, ale rovněž s ohledem na jeho zaměření.

Práce s médii znamená také mít dobré vztahy s novináři samotnými. Důležité je být vůči nim vstřícný, mít přichystané materiály, fotografie. Tiskový mluvčí by měl být schopen dát novináři tipy i na jiné události, než jsou z jejich neziskovky a tím dokázat, že je kvalitním zdrojem informací a že prospěšnost vztahu je oboustranná.

Do médií přichází denně řada tiskových zpráv. Novinář se musí rychle rozhodnout, jestli konkrétní zprávu zveřejní, nebo ne. To klade velké nároky na schopnosti autora zprávy, který musí novináře přesvědčit nejlépe již v předmětu e-mailu, aby se jí vůbec zabýval. Jak píše Fitch: „*Primárním cílem tiskové zprávy je přesvědčit novináře, aby udělali reportáž.*“¹ (Fitch, 2004, s. 25, vlastní překlad). Pokud novinář zprávu z dalšího zpracování vyřadí, nebo ji ignoruje, chyba je zpravidla na straně organizace. Téma není zajímavé, událost není zpracována dostatečně poutavě, forma nebo obsah neodpovídal oslovenému médiu, nebo byl kontaktován novinář, který se již danou problematikou nezabývá.

2.4.2 Zpravodajské hodnoty článků neziskových organizací

S výběrem zpráv pro zveřejnění je úzce spjat dnes již klasický koncept zpravodajských hodnot (news values). Tento termín jako první použil Walter Lippmann ve své knize *Public Opinion* z roku 1922. Samotnou teorií zpravodajských hodnot se pak zabývá práce norských sociálních vědců Johana Galtunga a Mari Holmboe Ruge z roku 1965. Ti ve své práci *The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers* zmíněnou teorii poprvé představili. Později ji přejali toretikové médií na celém světě a s malými obměnami je používána dodnes. (Pavelka a Galvasová, 2008)

Zpravodajskými hodnotami se označují vlastnosti, které musí událost mít, aby se mohla

1 „*The primary goal of the press release is to convince reporters to do a story.*“

stát zprávou. Jedná se o soubor kritérií, podle nichž média posuzují zpravodajskou přijatelnost události a vhodnost pro její další zpracování. Tyto faktory pak určují, zda událost novináře zaujme a zda ji začne zpracovávat. Novinář zde zaujímá roli tzv. *gatekeepera*, tedy jakéhosi „hlídače u brány“, na němž záleží, zda bude daná zpráva zveřejněna nebo ne.

Výčtů zpravodajských hodnot existuje dnes celá řada a neustále se mění s vývojem žurnalistiky. Jeden z ucelených výčtů, které kopírují dnešní stav uvádí např. Tomandl (2012, s. 81 – 85) Mezi současné zpravodajské hodnoty podle něj patří zejména:

Dopad, aktuálnost, jednoznačnost a srozumitelnost, souznění, kontinuita, novost a překvapení, odchylka, vztah k elitním národům, vztah k elitním osobám, personalizace, negativita, konflikt a kontroverze, utajení, souvislost, blízkost, logistika, náročnost zpracování (přijatelná), intenzita, emocionální náboj, užitečnost, lidský příběh, vizuální atraktivita.

Ne všechny uvedené hodnoty lze samozřejmě využít při tvorbě zprávy pro média v případě neziskových organizací. Za dobře využitelné lze považovat zejména tyto:

Dopad – chceme, aby se zpráva týkala co největšího počtu příjemců.

Aktuálnost – týká se všech zpráv, jak již bylo zmíněno, neaktuální zpráva nikoho nezajímá.

Jednoznačnost a srozumitelnost – zpráva musí být jednoznačná, srozumitelná a kulturně blízká novinářům i publiku.

Souznění – spojení s něčím, co si publikum přeje nebo co očekává

Kontinuita – sledování dalšího vývoje události a jejích důsledků

Novost a překvapení – média mají v oblibě události, jež se dějí poprvé, nebo výjimečně

Vztah k elitním osobám – dobře využitelné zejména pro fundraisingové akce – záštita akce známou osobností, její vyjádření v médiích, nadace nesoucí jméno osobnosti, názorový vůdce (*opinion leader*), dar věnovaný celebritou apod.

Personalizace – vztah konkrétních lidí k události

Konflikt a kontroverze – často využívaná hodnota ve zprávách o financování, resp. nedostatku financí pro NNO

Blízkost – jedna z nejdůležitějších hodnot pro NNO, zejména těch s regionální působností

Intenzita – zpráva musí překročit takzvaný práh pozornosti, aby byla zveřejněna

Emocionální náboj, lidský příběh – činnost NNO, fundraising – konkrétní příběh, např. o tom, jak se podařilo pomoci člověku v obtížné životní situaci, vyvolává sympatie u příjemců zprávy

Užitečnost – prezentace činnosti, nabídky služeb

Využití některých hodnot je naopak velmi problematické, nebo nemožné. Např. negativismus, jinak jedna z nejsilnějších zpravodajských hodnot, se v souvislosti s neziskovkami objevuje většinou pouze ve zprávách např. o neštěstí, živelné katastrofě, nebo kriminálním činu a následné humanitární, či jiné pomoci. Zde se ale nedá mluvit o „využití“ této zpravodajské hodnoty.

Dá se říci, že některé hodnoty musí mít každá zpráva, má-li být zveřejněna, využití jiných se řídí tématy konkrétních zpráv. V úvahu je při tom nutné vzít i vztah samotných příjemců k mediované zprávě, respektive ke kontextu, ve kterém je příjemci předkládána. V souvislosti se zpravodajskými hodnotami se také často mluví o teorii nastolování agendy (*agenda setting*). Tato teorie je založena na předpokladu, že pokud média danému tématu přiřkládají důležitost, stane se téma důležitým i pro veřejnost. A naopak, pokud se v médiích nějaké téma neobjevuje, je zapomenuto i veřejností. Právě v souvislosti s teorií agenda settings jsou nejvíce zmiňovány tyto účinky médií:

- zpětný účinek: účinek na samotný fakt
- lavinový účinek: dojmy ze zpravodajství (falešná představa o realitě)
- mainstreaming: spojení s hlavním proudem
- knowledge gaps (hypotéza, podle níž propast ve vědění mezi sociálními vrstvami zvyšuje i rostoucí produkce médií)
- rezonance: v realitě rezonuje potvrzení, že určitý mediální produkt je touto realitou podepřen
- kultivační teorie: média oslabují smysl příjemců pro realitu a nahrazují vnímání skutečnosti zvnitřněním mediálních konstruktů a obrazů

(Škodová a Červenka, 2009, s. 13)

Právě účinky médií by neměly být opomíjeny při výběru témat, která chce NNO prezentovat a akcentovat v médiích.

Neméně důležitá je informační kvalita zprávy. K základním kritériím informační kvality patří podle Hageny relevance, pravdivost a srozumitelnost. (Hagen in Shultz et al., 2008, s. 52 – 53) Relevancí Hagen rozumí to, jestli je zpráva pro příjemce důležitá, či užitečná. Je-li zpráva nepravdivá, pak neobsahuje informaci, ale dezinformaci. Pokud je nesrozumitelná, nelze z ní informaci čerpat. Vzhledem k tomu, že různí příjemci mohou ke stejnému mediálnímu obsahu přistupovat různě, představují pro novináře požadavky všeobecné informační kvality nutnost vyhovět několika profesionálním kritériím. Důležitá je zejména „objektivita“, čímž se rozumí především minimalizace vlastního názoru

novináře a nestranné pojetí zprávy.

Je třeba si ale uvědomit, že skutečně objektivní, přesná a úplná zpráva prakticky neexistuje, neboť je vždy zatížena určitými nepřesnostmi, ať již způsobenými nezáměrně, nebo záměrně (od zjednodušení pro lepší pochopení laikem až po záměrné dezinformace, nebo tzv. spin, tedy účelové překroucení skutečnosti tak, aby si příjemce interpretoval zprávu v souladu se záměrem autora).

2.4.3 Témata zpráv a vnímání zprávy příjemcem

Neustálé oslovování médií ani vynikající vztahy s novináři však stále ještě nestačí. Neméně důležitá jsou i vhodná témata příspěvků. Rozhodnutí novináře o zveřejnění zprávy vychází ze zpravodajských hodnot a z funkce médií ve společnosti. Na to je potřeba pamatovat již při volbě témat příspěvků. V knize Úvod do teorie masové komunikace uvádí Denis McQuail doplněný výčet hlavních společenských funkcí médií podle Lasswella a Wrighta:

1. Informační funkce

- poskytování informací o událostech a podmínkách ve světě a společnosti
- naznačování mocenských vztahů
- podpora inovací a pokroku, usnadňování a adaptace

2. Korelace

- vysvětlování, vykládání, komentování významů událostí a informací
- socializace
- koordinace izolovaných činností
- vytváření konsenzu
- nastolování priorit a statusu

3. Kontinuita

- přenášení dominantní kultury
- objevování subkultur a nových trendů
- prosazování a udržování všeobecné přijatelnosti hodnot

4. Zábava

- zdroj pobavení, rozptýlení, uvolnění
- oslabování sociálního napětí

5. Získávání

- agitace pro společenské cíle ve sféře politiky, války, ekonomického vývoje, práce, náboženství.

(McQuail 2009, s. 110)

Každé médium, v závislosti na svém zaměření upřednostňuje některou z výše uvedených funkcí, nebo jejich kombinace. Některá média jsou orientována především na zpravodajství, jiná na publicistiku, další na zábavu a podobně. Každé médium má své publikum, které určitý typ zpráv očekává, a tak vlastně každá publikovaná zpráva některou z výše uvedených funkcí médií odráží. Vzhledem k tomu, že různé je i zaměření samotných neziskových organizací, je vhodné, aby se organizace pokoušely své zprávy publikovat v takových médiích, jejichž zaměření nejlépe odpovídá jejich vlastnímu. To samozřejmě není v praxi vždy možné. Je ale možné zprávu pro dané médium napsat „na míru“, případně jednu zprávu přizpůsobit pro zveřejnění v různých médiích.

2.4.4 Vnímání událostí čtenářem a utváření názoru

Jakým způsobem média informují o různých událostech nebo lidech v médiích se zabývá koncept rámování (*framing*). *Znamená to, že způsob, jakým je popisovaná událost nebo osoba prezentována v médiích, tedy jaké vlastnosti jsou zdůrazněny, v jakém kontextu jsou prezentovány, se může odrazit také v uvažování lidí, kteří se zaměří právě na vybrané vlastnosti a nahlízejí na věc z nabídnutého úhlu pohledu... Rámce jsou jakési „mantinely“, v nichž se média nebo čtenáři pohybují, když uvažují o nastoleném tématu.* (Tabery, 2009)

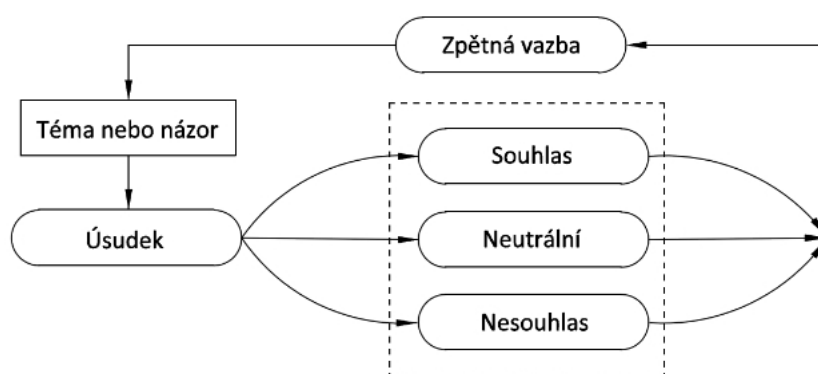
Právě výběr vhodného kontextu je důležitý při psaní zprávy pro dané médium. Stejná událost bude interpretována různými médii různě. Jako příklad lze uvést zprávu o otevření nového stacionáře pro hendikepované osoby. Zatímco v regionálním médiu budou akcentovány regionální dopady (počet nových lůžek, spádová oblast, atd.), ekonomicky zaměřené médium více vyzdvihne ekonomické aspekty této události, například kolik stálo vybudování zařízení, kdo se podílel na financování, atd. Naproti tomu odborný časopis se zdravotnickým zaměřením zdůrazní nové, moderní zdravotnické vybavení stacionáře.

Vhodně zvolené téma má vliv nejen na to, jestli novinář zprávu vůbec otiskne (zveřejní), ale také na samotné přijetí recipientem. I on, stejně jako novinář, má své vlastní, osobní rámce, v nichž se pohybuje a mediovanou zprávu vyhodnocuje. Pokud se tyto rámce protnou, je velmi pravděpodobné, že příjemce bude zprávou v pozitivním smyslu ovlivněn, bude se jí hlouběji zabývat a případně ji dále šířit. Vzhledem k tomu, že názory a postoje lidí se neustále vyvíjejí a doplňují, je formování mínění příjemců zpráv nikoliv jednorázová akce, ale kontinuální činnost, kterou je třeba vyvíjet proto, aby si příjemce žádoucí názor nejen vytvořil, ale také aby jej v negativním smyslu nezměnil. Lei Deng uvádí tři možné typy reakcí příjemce na vytvořenou a zveřejněnou zprávu při utváření

mínění, nebo názoru (viz obr. 2):

- 1) příjemce přijme zprávu a akceptuje názor
 - 2) příjemce přijme zprávu a názor odmítne
 - 3) příjemce zprávu přehlédne, nebo ignoruje, což má za následek neutrální (žádnou) reakci
- Reakce závisí na takových vlastnostech jedince, zejména jeho vnímavost, predispozice, momentální názory a další, nepředvidatelné faktory.

(L. Deng et al., 2012, vlastní překlad) ²



Obr. 2: Proces utváření názoru se zpětnou vazbou (podle L. Deng et al., 2012, vlastní zpracování)

Do procesu formování mínění jednotlivce vstupují také další vlivy, zejména se jedná o ovlivňování názoru člověka během komunikace o tématu s jinými lidmi, kterými je obklopen. Jsou to zejména přátelé, rodina, kolegové a dnes již také lidé, se kterými je příjemce zprávy ve spojení prostřednictvím elektronických forem komunikace, zvláště pak sociálních sítí. Tito lidé si rovněž utvářejí své vlastní názory na téma a jsou schopni ovlivnit mínění ostatních. To způsobuje, že člověk svůj prvotní názor neustále přehodnocuje a upravuje; dochází zde k vytváření zpětné vazby, která mínění koriguje. Je proto žádoucí, aby i lidé z příjemcovy „komunity“ měli ve vztahu k tématu a obsahu zprávy pokud možno stejný, nebo podobný postoj. Okruh osob, jež chceme pomocí médií ovlivnit, se tímto značně rozšiřuje.

Prvotním cílem, již při volbě tématu, by tedy mělo být především uvědomit si, jakých reakcí chceme u příjemců zprávy dosáhnout. To samé platí pro obsah zprávy. U neziskových organizací je podle Bačuvčíka cílem především „...dosáhnout u relevantních částí

² When a new message/information is generated and posted, there will be three basic reactions from each individual:

- (1) An individual receives the message and accepts the opinion;
- (2) An individual receives the message but is against the opinion; or
- (3) An individual misses or ignores the message, which also means neutral.

The reaction depends on the current state of the individual such as awareness, predisposition, current opinion state and some unpredictable factors.

veřejnosti přesvědčení, že daná nezisková organizace chrání vhodným způsobem určité zájmy, a tudíž si zaslouží obecnou podporu, která bude v konečném důsledku vyjádřena důvěrou v její produkty (služby a myšlenky) jejich finanční a nefinanční podporou.“

Konstatuje, že veřejnost lze chápat také jako určitou „nátlakovou skupinu“, schopnou ovlivňovat ty, kteří o podpoře rozhodují. (Bačuvčík, 2009, str. 95)

Z výše uvedeného vyplývá, že neziskové organizace musí věnovat náležitou pozornost jak volbě vhodných témat, tak obsahu zpráv. Neméně důležitá je pak jejich forma a zpracování. Jen tak mohou ovlivnit příjemce žádoucím způsobem.

3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A METODIKA PRŮZKUMŮ

3.1 Cíl průzkumu a výzkumné otázky

Cílem průzkumu je vytipovat, jaká témata jsou pro novináře zajímavá a jak mají NNO přistupovat k novinářům. K tomu je potřeba provést rešerši vybraných periodik, analyzovat obsah mediálních sdělení a provést kvalitativní šetření mezi novináři. Dalším cílem je nalézt odpovědi na následující výzkumné otázky:

- 1) *Je téma financování, resp. nedostatku financí nejfrekventovanějším tématem článků o neziskových organizacích?*
- 2) *Je množství uveřejňovaných článků o NNO úměrné regionalitě novin, resp. uveřejňují regionální periodika více článků o NNO, než celostátní?*

3.2 Metodika průzkumu

3.2.1 Analýza obsahu mediálních sdělení

Cílem obsahové analýzy je konverze textových dat (článků) do měřitelné podoby, již je soubor proměnných (kódovaných dat) shrnující zastoupení jednotlivých témat v člancích o neziskových organizacích. Získaná data budou poté podrobena kvantitativní analýze a vhodným způsobem interpretována.

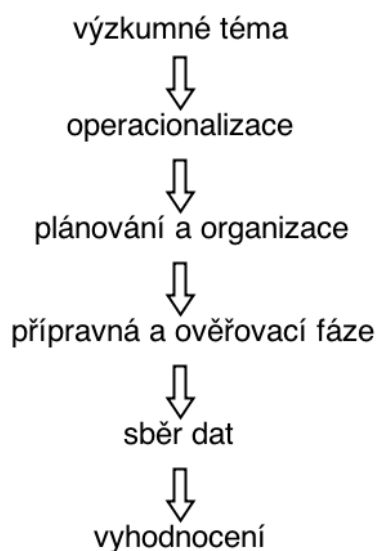
Existují dva metodické přístupy k analýze obsahu mediálních sdělení:

- 1) hermeneutická analýza – textová a obrazová analýza, která odhaluje pod povrchem textu hlubší struktury. Charakteristiká pro tuto metodu je vysoká míra otevřenosti a důkladný rozbor jednotlivých mediálních obsahů. Výhodou je možnost analýzy textu podle různých aspektů. Slabinou je to, že tímto způsobem je možné analyzovat pouze několik málo textů. Pro zpracování většího množství textů je tato metoda nevhodná. Další nevýhodou je subjektivita rozboru.
- 2) kvantitativní analýza je vysoce strukturovaný a selektivní proces. Text se zkoumá na základě několika vybraných znaků. Typická je vysoká míra strukturovanosti, a tím pádem vysoký stupeň ověřitelnosti. Výhodou je také možnost zpracovat velké množství textů. (Sherer in Shultz et al., 2004, s. 29)

S ohledem na vytyčené cíle je vhodnější kvantitativní analýza, zejména z důvodu poměrně velkého množství zpracovávaných článků. Předpokladem využití této metody jsou otázky,

kteří mají alespoň nepřímou vazbu na mediální obsahy. Tento předpoklad je v našem případě splněn.

Postup kvalitativní obsahové analýzy je patrný z diagramu na obr. 3.



*Obr. 3: Analýza obsahu mediálních sdělení,
Zdroj: Schulz et al., 2004, str. 31, vlastní zpracování*

Výzkumné téma zní: jaké články, o kterých oblastech nestátního neziskového sektoru noviny nejčastěji uveřejňují v novinách? Jaký je rozdíl v přístupu regionálních a celonárodních periodik při zpracování témat týkajících se neziskových organizací?

Operacionalizace spočívá ve vymezení výběrového souboru šetření. Musíme zvolit jaká periodika, jaké obsahy a v jakém časovém horizontu budeme analyzovat.

Výběr se provádí ve čtyřech rovinách:

- specifikace analyzovaných médií
- specifikace analyzovaných obsahů
- specifikace sledovaných období
- specifikace mediovaných obsahových jednotek

(Scherer in Schulz et al., 2004, str. 35)

Zároveň je třeba určit znaky, které budou sledovány a najít způsob, jak tyto znaky ohodnotit (kódovat). Podle Scherera se termínem kódování označuje takový postup, při němž „mediované obsahy, které chceme analyzovat, identifikujeme a zaznamenáváme formou číselných hodnot – kódů.“ V první fázi se segmentují mediované obsahy na

jednotlivé kódovací jednotky a v druhé fázi jsou tyto jednotky popisovány dle stanovených kategorií. V případě, že médiem jsou noviny, je prakticky vždy kódovací jednotkou článek (příspěvek). Dle obsahu pak každý článek, vztahující se ke zkoumanému tématu obdrží příslušný číselný atribut, je zařazen do předem stanovených kategorií.

Další dvě fáze – plánování a organizace, resp. přípravná a ověřovací fáze se týká především výzkumů, na nichž se podílí větší množství spolupracovníků, tzv. kódovačů, v situaci, kdy výzkum je natolik rozsáhlý, že analytik nevládne práci sám. Následuje sběr dat. Nejprve bylo nutné provést rešerše zvolených médií. Na základě vyhodnocení jednotlivých článků podle zvolených kritérií byla vytipována témata, která jsou pro tisk zajímavá. Závěry kvantitativního průzkumu mají pomoci nalézt odpovědi na stanovené výzkumné otázky.

3.2.2 Rozhovory se zástupci médií

Závěry z analýzy obsahů článků by měly být ověřeny, případně doplněny zkušenostmi zástupců médií, kteří se oblastí NNO zabývají. Obsahová analýza (kvantitativní průzkum) bude provedena na základě rešerše článků v tisku. Naproti tomu pro druhou, kvalitativní část budou osloveni zástupci více *typů* médií. Šetření bude rozděleno do tří fází. V první (přípravné) fázi bude zvolen způsob dotazování a výběr vhodných respondentů. V druhé fázi (realizační) proběhne vlastní dotazování oslovených novinářů. Ve třetí fázi budou analyzována a interpretována sebraná data. Šetření bude mít kvalitativní charakter. Ten je vhodný v situacích, kdy je potřeba proniknout do problému a získat přehled o zkoumaných jevech. Slouží k pochopení procesů, vztahů, systémů, popř. k verifikaci předpokladů, k zobecnění kvantifikovaných závěrů a pod. Bude použit semistrukturovaný telefonický rozhovor v délce asi 10 minut. Z tohoto telefonického rozhovoru bude pořízen záznam, ten bude následně přepsán do textové podoby a poté analyzován. Výsledky kvalitativního průzkumu budou srovnány s výsledky kvantitativního průzkumu (obsahovou analýzou článků).

3.2.3 Komparace obou průzkumů

Závěry obou průzkumů budou porovnány a zároveň nastíněna témata vhodná pro zveřejňování v médiích.

3.3 Shrnutí teoretické části

Neziskový sektor tvoří nedílnou součást naší ekonomiky. Pro existenci nestátních neziskových organizací je nezbytná vhodná marketingová strategie, která pomáhá budovat a udržovat image NNO, posilovat důvěru mezi organizací a partnery. Součástí marketingové strategie je propagace, public relations a její součástí media relations.

Neziskovým organizacím již dnes nestačí dělat svou práci dobře, ale je potřeba, aby o ní stejně kvalitně informovaly. Protože prostor v médiích je omezený a jejich moc velká, je třeba zajistit takovou spolupráci s novináři, aby o organizaci informovali pozitivně. Málomocný zástupce NNO si uvědomuje, že spolupráce s novináři musí být oboustranně prospěšná.

Nejen při vlastní činnosti, ale také při informování o ní, musí zaměstnanci neziskovky působit profesionálně. Vhodná propagace může posílit image firmy, přilákat nové sponzory a dárce a celkově přispívat k rozvoji vztahů s veřejností. Je potřeba si zajistit přístup k médiím, stejně jako poskytovat novinářům relevantní informace, které jsou přizpůsobeny konkrétnímu médiu a volit taková témata, která jsou zajímavá pro cílové skupiny, které chce NNO oslovit a jejichž mínění potřebuje ovlivnit. Navíc je nutné věnovat náležitou pozornost kvalitnímu zpracování mediovaných zpráv.

Velká část neziskovek ovšem nechápe nutnost změny přístupu k veřejnosti a médiím a nemá potřebu rozvíjet spolupráci s novináři, ani rozvoji svých mediálních dovedností. Protože očekávají automaticky pomoc státních a municipálních organizací, zůstávají často ve vztahu k médiím pasivní. Jak je však uvedeno ve Zprávě o neziskovém sektoru, prostředky státu, obcí i fondů EU se ztenčují a nestátní neziskové organizace musí začít hledat nové strategie a zdroje financování a tím i nový způsob komunikace s veřejností. V roce 2014 navíc dojde v neziskovém sektoru k legislativním změnám, jejichž dopad ještě nelze odhadnout. Zajistit si financování z více zdrojů tak může být pro některé NNO otázkou přežití. To dále prohlubuje význam propagace a práce s médii.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 KVANTITATIVNÍ PRŮZKUM OBSAHU MÉDIÍ

4.1 Specifikace výběru zkoumaného souboru

4.1.1 Charakteristiky médií zastoupených v kvantitativním průzkumu

Výběrový soubor pro průzkum obsahu médií vychází z požadavku strukturální stejnorodosti. Kvůli možnostem zpracování dat jsem zvolil tisk. V případě analýzy příspěvků o NNO v televizi, resp. v rozhlasu, by bylo šetření časově i organizačně velmi náročné. Dalším požadavkem bylo, aby soubor obsahoval celonárodní i regionální noviny. Kvůli rozsahu a aktuálnosti periodik bylo rozhodnuto analyzovat deníky, výjimku tvoří pouze Vsetínské noviny. V roce 2012 byly nejčtenějšími „seriózními“ deníky v České republice Mladá fronta Dnes (789 tisíc čtenářů) a Právo (391 tisíc čtenářů), proto byla tato periodika vybrána za zástupce celonárodních novin. Deník Blesk, tabloidní médium, které čte denně v průměru 1,29 milionu lidí, nepovažuji za relevantní periodikum pro analýzu. (Mediář.cz, 2012) Za zástupce regionálních periodik byly zvoleny deníky – Zlínský a Valašský deník, především kvůli srovnatelnosti frekvence distribuce. Přímo ve Vsetíně nevychází deník, ale pouze čtrnáctideník Vsetínské noviny. Zařazen do výzkumu byl pro svou regionální příslušnost k nejmenšímu území – je šířen pouze na území města Vsetín. Týdeník Jalovec je svým obsahem opět bulvární médium, další týdeník 5 + 2 dny Zlín, resp. 5 + 2 dny Vsetínsko, je v distribuci velmi krátkou dobu (přibližně jeden rok), a proto je pro účely mediální analýzy nevhodný, jeho obsah ještě není ustálený.

Výsledným souborem pro výzkum jsou následující média:

- **Právo** (celostátní deník, vydavatel: Borgis, a.s.)
- **MF DNES** (celostátní deník, vydavatel: Mladá fronta a.s.)
- **Valašský deník** (oblastní deník, oblast Vsetínsko, vydavatel: VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.)
- **Zlínský deník** (oblastní deník, oblast Zlínsko, vydavatel: VLTAVA-LABE-PRESS, a.s.)
- **Vsetínské noviny** (místní čtrnáctideník, vydavatel: Město Vsetín)

4.2 Specifikace obsahu

4.2.1 Vyhledávání a výběr příspěvků

Výběr příspěvků pro výzkum je vybrán formou rešerší z jednotlivých médií. Rešerše ve čtrnáctideníku Vsetínské noviny byla provedena ručně. Na webu města Vsetín jsou dostupné elektronické verze všech vydaných čísel posleních pěti ročníků, na druhé straně není k dispozici žádný nástroj pro elektronické vyhledávání.

Základní vyhledávání příspěvků v ostatních novinových titulech bylo provedeno rešeršním systémem Newton Media® na základě klíčových slov. Výstupem jsou seznamy článků s jejich titulky a prvními odstavci (zpravidla perexy). Následovalo ruční dotřídění a poté již samotné kódování témat. Pokud bylo téma zřejmé již z nadpisu a perexu článků, bylo kódováno provedeno hned, v opačném případě byl celý článek vyhledán na webu a téma kódováno dle obsahu. Pokud téma nebylo možné jednoznačně identifikovat, nebo by bylo možné přiřadit více témat (kódů), byl článku přiřazen kód převažujícího, nebo nejbližšího tématu. Pokud článek svým obsahem nevyhovoval žádnému definovanému tématu, byl mu přiřazen kód „ostatní“. V případě, kdy nalezený článek neměl přímou souvislost s NNO, byl z dalšího zpracování vyřazen.

Získaná data byla ve strukturované podobě uložena do tabulek, ve kterých jeden řádek odpovídá jedné jednotce (článku) a v jednotlivých sloupcích se pak nacházejí jeho atributy, zejména datum zveřejnění, název článku a číselné hodnoty příslušných nominálních proměnných, které budou analyzovány. Čísla sama o sobě nemají žádný význam, zastupují pouze slovní vyjádření příslušných hodnot. Takto připravená data umožňují další zpracování v podobě tabulek a grafů.

4.2.2 Specifikace sledovaného období

Ideální by pro analýzu bylo sledovat vybraná periodika ve stejném časovém úseku. Dostupnost rešerší je však u každého periodika jiná, proto byly analyzovány všechny dostupné články. Počet článků a jejich frekvence uveden v tabulce 3.

Tab. 3. Počty článků a průměrné měsíční frekvence ve vybraných novinách

Název periodika	Počet článků	Počet měsíců	Průměrná frekvence za měsíc
Právo	102	7	14,57
MF Dnes	366	13	28,15
Valašský deník	76	72	1,06
Zlínský deník	65	72	0,9
Vsetínské noviny	269	60	4,48

4.3 Analýza kvantitativních dat a jejich interpretace

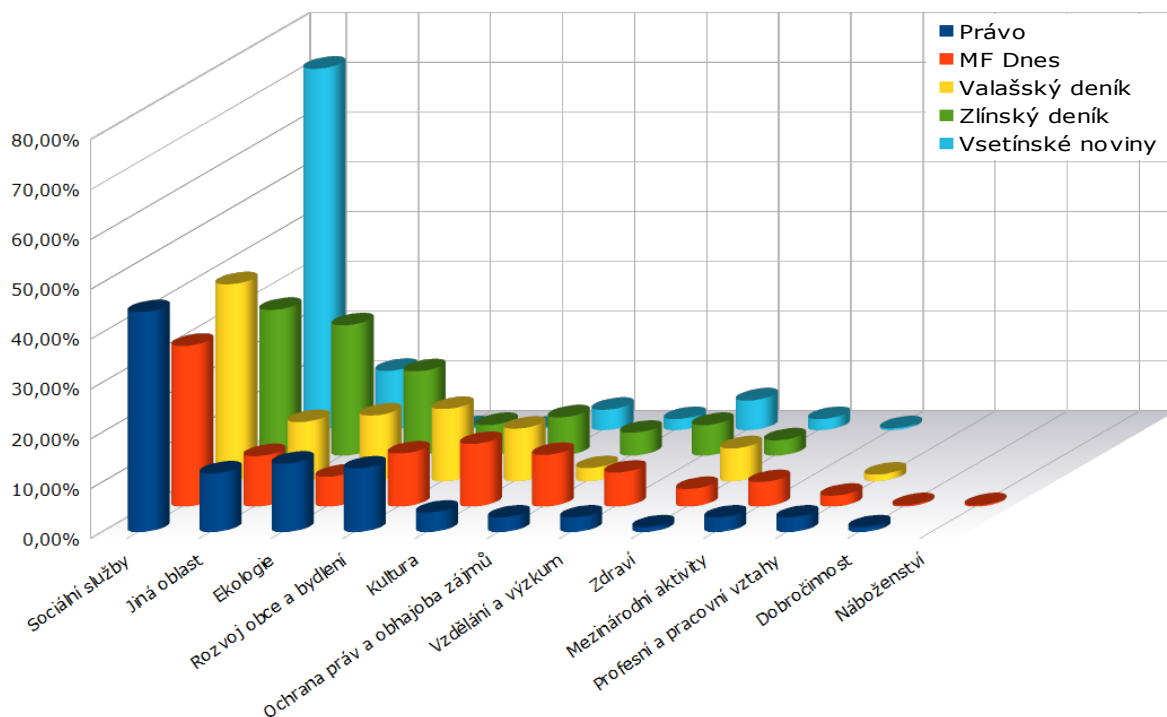
4.3.1 Oblasti zájmu periodik

Největší množství článků o neziskovém sektoru je z oblasti sociálních služeb, a to bez ohledu na typ periodika. Procentuálně tvoří přibližně 40 % všech článků o neziskových organizacích. Výjimkou jsou Vsetínské noviny, tam tvoří tato oblast 72,5 % všech článků o NO. Dalšími oblastmi, které jsou sledovány v novinách, jsou ekologie a rozvoj obce a bydlení. Články týkající se dobročinnosti se většinou týkají sociálních služeb, resp. získávání finančních a jiných prostředků na jejich provoz, čemuž odpovídá jejich zařazení. Články s náboženskou tematikou se téměř nikde nevyskytují. Styčným bodem je zde pouze uvedení církevních organizací jako poskytovatele služeb, samotná témata článků ale náboženský charakter nemají.

Tab. 4. Zastoupení NNO ve vybraných novinách dle oblastí činnosti

	Oblast	Právo	MF Dnes	Valašský deník	Zlínský deník	Vsetínské noviny	Průměr
1	Kultura	3,92%	12,57%	10,53%	7,69%	4,09%	7,76%
2	Vzdělání a výzkum	2,94%	6,83%	0,00%	6,15%	5,95%	4,37%
3	Zdraví	0,98%	3,55%	6,58%	3,08%	2,23%	3,28%
4	Sociální služby	44,12%	32,24%	39,47%	29,23%	72,49%	43,51%
5	Ekologie	13,73%	6,01%	13,16%	16,92%	0,37%	10,04%
6	Rozvoj obce a bydlení	12,75%	10,66%	14,47%	6,15%	0,37%	8,88%
7	Ochrana práv a obhajoba zájmů	2,94%	10,38%	2,63%	4,62%	2,23%	4,56%
8	Dobročinnost	0,98%	0,27%	0,00%	0,00%	0,00%	0,25%
9	Náboženství	0,00%	0,27%	0,00%	0,00%	0,00%	0,05%
10	Mezinárodní aktivity	2,94%	4,92%	0,00%	0,00%	0,37%	1,65%
11	Profesní a pracovní vztahy	2,94%	2,19%	1,32%	0,00%	0,00%	1,29%
12	Jiná oblast	11,76%	10,11%	11,84%	26,15%	11,90%	14,35%

Nelze říct, že by některá oblast činnosti neziskových organizací zajímala více regionální nebo naopak celostátní noviny. Od průměru se neliší jednotlivá periodika o více než 5 % (výjimku tvoří pouze Vsetínské noviny v sociální oblasti).



Obr. 4: Graf zastoupení NNO ve vybraných novinách podle oblasti činnosti. (Vlastní zpracování)

4.3.2 Analýza skupin

Ve sloupci nazvaném skupina se nachází hodnoty proměnných vyjadřujících typ činnosti neziskové organizace, ke které se článek vztahuje, tedy ne o samotné činnosti, která je v dané organizaci převažující. Je to z toho důvodu, že v průzkumu jsou sledovány okruhy činnosti, ke kterým se vztahují témata článků, nikoli převažující činnost organizace, která se od nich může lišit. Samotné okruhy však vycházejí z typů činností neziskových organizací dle ICNPO, jak jsou popsány v teoretické části této práce.

Dlaší sloupec již obsahuje samotná témata článků. Témata byla rozdělena do celkem osmi skupin následovně:

- 1 **Neziskovky obecně** – téma zahrnuje obecné informace o NNO zejména organizační záležitosti, různá oznámení a novinky.
- 2 **Propagace NNO** – zejména se jedná o oblast PR, prezentace NNO, nabídky služeb
- 3 **Financování NNO** – témata týkající se zdrojů financování a nedostatku financí pro činnost
- 4 **Fundraising** – druhá část témat o financování NNO. Toto téma se týká především různých fundraisingových akcí, ať již budoucích, aktuálních, nebo již proběhlých
- 5 **Akce jiné než fundraisingové, práce NNO** – Informace o aktuální činnosti neziskovek, realizované i budoucí projekty
- 6 **Vzdělávání, školení, osvětová činnost**
- 7 **Autorské a PR články jiných subjektů** – články nadací, dárcovských, sponzorských a municipálních organizací
- 8 **Ostatní, nezařazené**

Cílem bylo nalézt odpověď na otázku, jestli je financování nejfrekventovanějším zveřejňovaným tématem článků o neziskových organizacích.

U této výzkumné otázky je nezávisle proměnnou téma článků a závisle proměnnou poměr počtu článků o financování NNO k celkovému počtu zveřejněných článků o neziskových organizacích. Nezávislá proměnná, kterou jsou témata článků, je vymezena poměrně široce. Lze ji proto dekomponovat na témata týkající se financování a zdrojů financí, témata zabývající se nedostatkem financí v neziskových organizacích a témata věnující se získávání financí, především fundraisingu. První dvě kategorie se obvykle v člancích vyskytují společně, proto při kódování budou spojeny do kategorie jedné. Fundraising, naproti tomu, obvykle tvoří samostatné téma. Bude mu proto při kódování přiřazena vlastní kategorie. Nicméně, pro získání odpovědi na základní výzkumnou otázku bude i tato kategorie vyhodnocena společně s předchozími.

Podle druhé pracovní hypotézy množství uveřejňovaných článků o NNO působících v sociální oblasti závisí na regionalitě novin. Regionalitou novin je chápáno území, na kterém jsou příslušné noviny šířeny. Rozlišeny budou noviny celostátní, oblastní a místní. V této výzkumné otázce představuje nezávisle proměnnou regionalita novin a závisle

proměnnou množství zveřejněných článků v poměru k počtu čísel novin, které vyšly ve sledovaném období. Lepších výsledků by bylo patrně možné dosáhnout, pokud by byl měřen poměr počtu článků o NNO v sociální oblasti k celkovému počtu článků ve všech číslech v daném období. Údaj o celkovém počtu článků však nebylo možné dostupnými prostředky získat.

Rovněž počet zastoupených titulů je příliš malý pro jednoznačný závěr, pro nějž by bylo vhodné provést samostatný, rozsáhlejší výzkum.

V průměru největší množství článků se týká autorských a PR článků jiných subjektů. Tvoří téměř čtvrtinu všech témat u všech deníků. Shodný zájem, téměř 19 % všech článků, vykazují informace o práci NNO a o jejich financování. Nejmenší podíl tvoří oblast vzdělávání a osvětové činnosti. Z následující tabulky je patrné procentuální zastoupení témat ve zkoumaných periodických.

Tab. 5. Zastoupení témat v jednotlivých periodických

Téma	Právo	MF Dnes	Valašský deník	Zlínský deník	Vsetínské noviny	Průměr
Neziskovky obecně	12,75%	7,38%	9,21%	3,08%	2,23%	6,93%
Propagace NNO	0,98%	5,74%	5,26%	3,08%	20,07%	7,03%
Financování NNO	19,61%	20,49%	15,79%	21,54%	15,24%	18,53%
Fundraising	5,88%	11,48%	6,58%	7,69%	26,39%	11,60%
Akce jiné než fundraisingové, práce NNO	20,59%	17,76%	18,42%	18,46%	19,33%	18,91%
Vzdělávání, školení, osvětová činnost	4,90%	2,73%	0,00%	4,62%	5,20%	3,49%
Autorské a PR články jiných subjektů	27,45%	23,22%	32,89%	24,62%	9,29%	23,50%
Ostatní, nezařazené	7,84%	11,20%	11,84%	16,92%	2,23%	10,01%

Ani v tomto případě nelze odlišit celostátní a regionální tiskoviny. Většinou je rozdíl od průměru, resp. rozdíl mezi jednotlivými tituly, menší než 5 %. Výjimku opět představují Vsetínské noviny, které věnují velký prostor propagaci neziskových organizací (20 % oproti průměru 7 %) a fundraisingu (čtvrtina všech článků, v denících se fundraisingem zabývají v mnohem menší míře). Je to zřejmě dáno tím, že se neziskové organizace pomocí fundraisingových aktivit snaží získat prostředky především v oblasti své regionální působnosti. To je pochopitelné, vezmeme-li v úvahu zpravodajské hodnoty blízkosti a užitečnosti, případně emocionálního náboje a lidského příběhu.

4.3.3 Závěry kvantitativního průzkumu

Cílem kvantitativního průzkumu bylo určit základní charakteristiky tematické agendy sledovaných médií v článcích týkajících se činnosti nestátních neziskových organizací. Co se týče první výzkumné otázky, ze souhrnných výsledků vyplývá, že financování, respektive nedostatek financí není nejfrekventovanějším zveřejňovaným tématem článků o neziskových organizacích. Společně s fundraisingovými aktivitami, což je příbuzná oblast, však již tato témata zaujímají nejvyšší umístění. Jednoznačně kladnou odpověď na první výzkumnou otázku tedy kvantitativní průzkum nedal, nedá se však ani říci, že by odpověď byla vyloženě záporná.

Porovnáním výsledků mezi jednotlivými médii měla být získána odpověď na druhou výzkumnou otázku, která se týká teoretické závislosti množství uveřejňovaných článků o NNO působících na regionalitě novin. Tato možná závislost se opírá o předpoklad, že blízkost je jednou z nejlépe využitelných zpravodajských hodnot pro neziskové organizace, a to právě proto, že jejich působnost mívá silně regionální charakter.

Druhá výzkumná otázka, týkající se vztahu mezi regionalitou periodika a množstvím zveřejněných článků rovněž jednoznačně zodpovězena nebyla, nicméně, i zde lze nalézt určité souvislosti. Zajímavý je především rozdíl v míře výskytu článků zabývajících se sociálními službami a sociální oblastí vůbec, a to mezi čtrnáctidenníkem Vsetínských novin a ostatními periodiky. Zde se patrně projevuje odlišný charakter periodika. Vsetínské noviny nejsou typickým „komerčním“ periodikem, ale vzhledem k tomu, že jde o bezplatně šířené noviny vydávané radnicí, jsou zde určité tendence vycházet těmto neziskovým organizacím vstříc a jejich příspěvky otiskovat.

Zajímavý by mohl být na první pohled poměrně nízký zájem o oblast propagace, v přehledu opět vyčnívají Vsetínské noviny. Důvodem je zejména to, že v uvedené kategorii jsou zařazeny příspěvky, které mají převažující charakter strohých oznámení o existenci a činnosti organizací, bez výraznějšího kontextu s jiným, zajímavějším obsahem. Při detailnější obsahové analýze by se patrně dala vypořádat určitá souvislost s ochotou redakce uveřejňovat tyto jinak nezajímavé příspěvky. Příspěvky propagačního charakteru, ve kterých zajímavý obsah převládá, jsou obvykle řazeny v jiných kategoriích, například jiné než fundraisingové akce. Pokud by uvedené oblasti byly hodnoceny společně, dalo by se říci, že neziskové organizace vlastní propagaci příliš nezanedbávají. Rovněž fundraisingové akce nepochybně zvyšují povědomí recipientů o práci NNO a je tedy možné je považovat za jistou formu propagace.

Vyrovnaná je oblast vzdělávání a osvětové činnosti. Typickým obsahem článků jsou oznámení organizací působících v této oblasti o připravovaných, nebo již proběhlých kurzech a školeních.

Již zmíněné, poměrně silné zastoupení autorských a PR článků jiných organizací je možné interpretovat i tak, že redaktoři mnohdy sice píší články z podnětu samotných neziskových organizací, nicméně je píší sami. Při zpracovávání obsahové analýzy bylo mnohdy jen velmi obtížné rozeznat, jestli se jedná o článek autorský, nebo například tiskovou zprávu organizace, případně města. Počet článků zařazených do této kategorie tak může být zatížen určitou nepřesností.

Poslední kategorií jsou nezařazené články. Do této skupiny se dostaly především příspěvky, které lze těžko zařadit, například mají souvislost s některou z neziskových organizací, ale organizace v nich vystupuje jen jako třetí osoba. Příkladem by mohly být články, v nichž se pracovník oslovené neziskové organizace vyjadřuje k obecnějšímu tématu. Nejvyšší poměr tohoto typu článků byl zaznamenán ve Zlínském deníku, naopak nejnižší byl ve Vsetínských novinách.

5 KVALITATIVNÍ ŠETŘENÍ NÁZORŮ PŘEDSTAVITŮ NNO

5.1 Specifikace kvalitativního šetření

5.1.1 Výběr respondentů z řad novinářů

Při výběru vhodných respondentů pro kvalitativní šetření bylo potřeba rozhodnout, zda budou osloveni zástupci všech analyzovaných novin, a tím ověřena relevance kvantitativních výsledků, nebo budou vybráni novináři z různých médií. Průzkum však má být jen prostředkem pro získání přehledu o situaci v NNO, je pouze nástrojem ke splnění cíle práce, navíc rozhovory pouze s redaktory novin by neumožnily postihnout specifika jiných typů médií. Proto byli nakonec osloveni nejen zástupci novinářů z tištěných periodik, ale také redaktoři rozhlasu a televize.

Kritérii pro výběr vhodných respondentů bylo několik:

1. alespoň jeden novinář by měl být z novin, které jsou vybrány v kvantitativním šetření,
2. dotazovaný by se měl zabývat přímo problematikou NNO,
3. novináři musí být zástupci více typů médií,
4. měl by být zastoupen novinář z média s celostátní, oblastní i místní působností.

Bylo osloveno několik novinářů, pokud se oslovený novinář přípravou příspěvků nezabýval, byl požádán o doporučení jiného. Je třeba poznamenat, že spolupráce s novináři byla téměř bezproblémová, s jedinou výjimkou nebyl problém získat jejich souhlas jak s rozhovorem samotným, tak s pořízením zvukového záznamu rozhovoru.

Ve výběru jsou zastoupena následující média:

- rozhlas: Rádio Česko, redaktorka Magdaléna Trusinová, celostátní působnost
- televize: TV Beskyd, redaktor Libor Čada, oblastní působnost
- noviny: Vsetínské noviny, redaktor Jiří Žůrek, místní působnost
- MF Dnes, redaktorka Petra Procházková, celostátní působnost

Vybraní představitelé byli požádáni o rozhovor a možnost jeho nahrávání, a pokud souhlasili, byl domluven konkrétní termín rozhovoru a e-mailem zaslán předběžný okruh otázek. Důvodem bylo to, aby se respondenti mohli na rozhovor připravit.

5.1.2 Výběr způsobu dotazování

Vzhledem k povaze zjišťovaných dat byla zvolena varianta semistrukturovaného rozhovoru. Výhodou tohoto typu rozhovoru je možnost využití znalostí respondentů, jejich odborného náhledu a vlastních empirických zkušeností. Dá se předpokládat, že díky otevřeným otázkám bude možno získat takové informace, které by například z dotazníku nebyly zřejmé (postoje, názory aj.), a navíc lze v případě potřeby otázky doplnit. Základní okruh otázek navíc dovoluje srovnat odpovědi různých respondentů na tutéž otázku. Nevýhodou této metody je časová náročnost, složité zaznamenávání, nebezpečí podsouvání odpovědi a někdy problematické zpracování získaných informací.

Dotazování probíhalo podle následujícího okruhu otázek:

- Jaká témata si pro zveřejnění vybíráte, jaká jsou nejčastěji publikovaná, a která naopak nejsou atraktivní a nezveřejňují se?
- V jaké oblasti působí NNO, o kterých nejčastěji informujete?
- Jakým způsobem se rozhodujete o zveřejnění příspěvku a jaký je postup zveřejnění?
- Jaká je spolupráce s NNO, jak se dozvídáte o aktivitách NNO?
- Jaké chyby dělají NNO v oblasti MR, co by měli zlepšit?

Doplňující otázky byly kladeny podle aktuální potřeby a vývoje rozhovoru.

Rozhovor byl kvůli časovému zaneprázdnění a dosažitelnosti oslovených osob telefonický. Vhodnější je rovněž kvůli časové i finanční úspoře (respondenti mají sídla v různých městech Zlínského kraje). Nevýhodou je chybějící osobní kontakt.

Po technické stránce byl rozhovor zaznamenán pomocí aplikace v mobilním telefonu, záznam zkopírován do počítače a následně ručně přepsán do textové podoby. Předpokládaná délka dotazování byla přibližně 10 minut.

5.2 Analýza rozhovorů s novináři

5.2.1 Rozhovory s respondenty

Rozhovor s Magdalénou Trusinovou, redaktorkou Rádia Česko

Magdaléna Trusinová byla interní redaktorkou Rádia Česko. Do konce února 2013, kdy rádio ukončilo svou činnost, připravovala pořad o neziskových organizacích nazvaný Jak

jinak. Pokud jde o neziskový sektor, jde patrně o jednu z nejzkušenějších žurnalistek v ČR. S NNO dlouhodobě spolupracuje a v minulosti pro ně pořádala různá mediální školení a konference.

Trusinová se snažila svůj rozhlasový pořad koncipovat tak, aby zastoupení různých typů neziskových organizací i témat bylo pokud možno rovnoměrné: *„Takže se snažíme, aby se nám tam střídali třeba děti, senioři, závislí, lidé s nějakým hendikepem a do toho potom vstupují jednotlivé činnosti typu, jestli se jedná o prevenci, o boj právě třeba se závislostmi, takže tam jsou jakoby dva klíče, které kombinujeme.“*

Patrně nikdy nepřipravovala reportáže se zaměřením na neziskové organizace působící v oblasti ekologie, náboženství, ochrany práv a obhajoby zájmů. Neziskovky se do pořadu většinou samy hlásily, konečný výběr ale provedla sama redakce, právě v souladu s požadavkem na vyváženost zastoupení různých témat. Na začátku pořadu byla zařazena vždy minuta tzv. upoutávek, kde měly neziskovky možnost prezentace svých akcí. Spolupráci s NNO hodnotí Trusinová hodnotí poměrně kladně, organizacím však „vyčítá“, že se více neprosazují a že to s médii neumí. *„Další věc je potom prostě to, že neprocházejí většinou mediálním tréninkem a občas je to trochu poznat...“*

Rozhovor s Jiřím Žůrkem, šéfredaktorem Vsetínských novin

Jiří Žůrek jako šéfredaktor čtrnáctideníku města s neziskovými organizacemi dlouhodobě spolupracuje. Protože prostoru pro NNO je v tomto periodiku poměrně hodně, snaží se jim vyjít vstříc a zveřejnit maximum jejich zpráv s jakýmkoli tématem. *„My jsme spíše takové médium, které nemá problém se zveřejňováním pozitivních zpráv. Některá média třeba tady toto vůbec nezajímá.“* Pokud jde o téma financování, říká, že se v tomto směru snaží uveřejňovat zprávy spíše město nebo kraj. Neziskové organizace se snaží prezentovat služby, na kterých třeba mohou něco vydělat, případně projekty Evropské unie. Aktivitu nechává spíše na neziskovkách samotných, někdy pro ně ale články píše redakce. *„Samozřejmě, posílají mi pozvánky. Když mají nějakou akci, tak tam zajdeme, uděláme si sami nějaký článek, ale spíš to bereme tak, že ta aktivita je na jejich straně.“*

Rozhovor s Petrou Procházkovou, redaktorkou MF DNES

Petra Procházková, redaktorka zlínské redakce MF DNES, se rovněž při zveřejňování příspěvků snaží o vyváženost zastoupení typů neziskových organizací. Tiskové zprávy, které přicházejí mailem, ihned třídí a zjišťuje, které by mohly být pro čtenáře zajímavé. Ostatní okamžitě maže. *„...podíváte se na akci a první řešíte, jestli to bude zajímat lidi,*

jestli je to akce pro veřejnost a co z toho ta veřejnost může mít. To znamená, jestli tam bude nějaký kulturní program, jestli má smysl tam jít v sobotu s dětma a zabavit se. A pokud ne, pokud je to prostě, že žádáme o nějaké granty, tak se to rovnou maže. A dál to člověk ani nečte.“ Jako potenciálně nejzajímavější uvádí kulturní, nebo volnočasové akce. Tiskové zprávy redakce v žádném případě neotiskuje v původní podobě. Pokud je zpráva zajímavá, zpracují redaktori vlastní reportáž.

Procházková uvádí rovněž příklady vhodných témat a následné zpracování vlastní reportáže redakcí: *„...konkrétní škola v Kroměříži nasbírala nejvíc baterek, vyhráli stolní fotbálek. Nebo ty děcka za to dostávají nějaké body a za body si pak vyberou v katalogu nějakou cenu. Tak jedeme do školy, uděláme reportáž ze školy, jak děcka sbírají baterky.“*

Velmi zdůrazňuje důležitost správného sestavení tiskové zprávy a hodnoty poskytovaných informací pro to, aby zpráva vůbec měla šanci na zveřejnění: *„dostaneme od nich čísla, dostaneme od nich statistiku: Tahle škola vybrala tři tuny baterek, další v pořadí je škola, která vybrala jenom tunu baterek, takže tahle je tím pádem podstatně lepší, než všechny ostatní. Je to podložené čísla, je to nějak zdůvodnitelné.“*

Tato data musí však být v přímém vztahu ke zveřejňované zprávě. Opět uvádí příklad: *„Vždycky je potřeba, aby to bylo vztažené k Zlínskému kraji, protože jsme regionální příloha a počet nemocných celorepublikově je nám k ničemu.“*

Práci neziskových organizací však v tomto směru nehodnotí příliš dobře, a zároveň se snaží naznačit neziskovkám zprávný způsob: *„Pokud ty zprávy postaví na někom, nebo na něčem konkrétním, případně je podpoří nějakou statistikou, tak mají daleko větší šanci, že s nimi uspějí. Většinou to jsou bohužel zprávy typu „žádáme o grant.““*

Rozhovor s Liborem Čadou, redaktorem televize Beskyd

Televize Beskyd, jako s. r. o., jejímiž společníky jsou města Valašské Meziříčí, Vsetín, Nový Jičín, Rožnov p. R, s neziskovými organizacemi již tradičně spolupracuje a vysílá reportáže o jejich činnosti. Mediálně podporuje různé nadace a humanitární činnost, zveřejňuje rovněž informace o nich na svém webovém portálu.

Libor Čada hodnotí spolupráci s neziskovými organizacemi velmi podobně, jako Jiří Žůrek. Také se jim snaží vyjít vstříc a kladně hodnotí, že se naopak neziskovky snaží vyjít vstříc redakci. *„...že třeba uzpůsobí program v tom smyslu, že na nás počkají, protože kamera může přijet později, nebo dají nám třeba informace, tak, aby my jsme mohli tu reportáž udělat takovou jakoby zajímavější a atraktivnější pro toho diváka.“*

Jako užitečné vidí rovněž propojení akce neziskovky s některou ze známých osobností, ať již osobnost na regionální úrovni, nebo jinak známou. Stejně jako ostatní respondenti vidí možnost zlepšení public relations a media relations neziskových organizací především ve ztraktivnění zasílaných tiskových zpráv. Důležité je podle něj především to, aby byla zpráva zajímavá, „...aby to nebyla jenom nějaká strohá informace, určitě moc dělá doplnit to třeba fotkama.“ Také zdůrazňuje vlastní prezentaci, udržování osobních kontaktů a „připomínání se“ novinářům. Zpráva pak musí mít „přidanou hodnotu“, něco, co může redaktor divákovi zprostředkovat. „To, že se setkají a něco řeší a chtějí o tom dát vědět, tak to my prostě tu reportáž nenatočíme. Když tam přijedeme a máme tam mít dvacet lidí kolem stolu, kteří o něčem diskutují – oni ze svého pohledu samozřejmě ten problém vyřeší, nebo se poposunou někam dál. Ale my z toho, nebudeme mít zajímavé obrázky pro diváka. V momentě, kdy nám budou představovat nějaký projekt, nějaký výstup, budou to prostě věci, které se dají ukázat na tu kameru, tak už to samozřejmě má úplně jinou hodnotu.“

5.2.2 Interpretace výsledků kvalitativního šetření

Bez ohledu na typ média se všichni oslovení redaktoři shodují na tom, že spolupráce s NNO je dobrá, představitelé neziskovek jsou velmi vstřícní, mnohdy aktivně zasílají tiskové zprávy. Problémem je však nedostatek znalostí z oblasti MR. Zástupci neziskovek se snaží být vidět a slyšet, ale nezaměřují se na posluchače, resp. čtenáře. Respondenti potvrzují slova Vanička, který tvrdí, že neziskovky neumí svou práci prodat.

Informace od redaktorů potvrzují i další teoretické poznatky. Z rozhovorů je zřejmé, že novináři nevyhledávají informace o NNO, očekávají podněty ze strany jednotlivých organizací. Liší se jen ve způsobu „filtrování“ zpráv. MF Dnes nekompromisně maže pro ně nezajímavé tiskové zprávy, naopak Vsetínské noviny zveřejní vše, jen někdy s časovým zpožděním. Z rozhovorů vyplynulo, že zvláště během Vánoc mívají neziskovky problém s načasováním článků. Na druhou stranu si redaktoři nestěžovali na neaktuálnost, nebo problém s rozlišením zpráv podle typu média.

Ze zpravodajských hodnot zřejmě zprávy zasílané z NNO postrádají nejvíce souznění. Chybí vymezení cílové skupiny a její oslovení. Představitelé neziskovek se nenaučili vhodným způsobem využívat emocionální náboj, ani personalizaci. Tyto nástroje téměř nevyužívají.

Co se týče oblasti činnosti neziskových organizací, všichni respondenti deklarují snahu o vyvážený přístup. Také se všichni shodli na tom, že nespolupracují s organizacemi ryze náboženského charakteru,.

Pokud jde o témata zpráv, oslovení novináři upřednostňují především ta, u nichž očekávají zájem čtenářů (diváků, posluchačů). Organizace se snaží uveřejňovat zprávy, které souvisí s jejich financováním, nicméně, nejde většinou o „stěžování si“ na nedostatek financí. Mnohem častěji se však neziskovky snaží o zveřejnění zpráv typu žádostí o poskytnutí finančních prostředků; takové zprávy jsou však ochotna uveřejnit jen některá média (Vsetínské noviny, TV Beskyd). Jejich redaktoři během rozhovorů vyjádřili v tomto směru větší toleranci a v rámci svých možností zmíněné informace zveřejňují. A to i přes to, že prostor mají omezený. Slovy Jiřího Žůrka (Vsetínské noviny): „...*kdybych ty jejich zprávy neměl, tak ty noviny zaplním stejně, něčím jiným.*“ Podobně se Libor Čada (TV Beskyd) snaží umožnit zveřejnění maxima zaslaných tiskových zpráv. Pokud na jejich základě není natočena reportáž, pak alespoň na webovém portálu televize.

5.3 Závěr kvalitativního šetření

Všichni novináři se shodli v tom, že představitelům NNO chybí větší aktivita a znalosti z oblasti marketingu. U všech oslovených byla patrná vstřícnost vůči neziskovým organizacím a kladné hodnocení spolupráce s nimi. Problémem je nepochopení ze strany neziskovek, jak mají zprávy připravit. V přístupu k NNO existují rozdíly v obsahu zveřejněných příspěvků a ve strategii zpracování tiskových zpráv. Většina chyb v media relations a doporučení pro neziskové organizace je shodná, bez ohledu na typ média.

6 POROVNÁNÍ VÝSLEDKŮ KVALITATIVNÍHO A KVANTITATIVNÍHO PRŮZKUMU

6.1 Komparace kvalitativního a kvantitativního průzkumu

6.1.1 Srovnání zájmu tisku o jednotlivé oblasti působení NNO

Z kvantitativní analýzy obsahu mediálních sdělení vyplynulo, že téměř polovinu článků tvoří zprávy s tématy z oblasti sociálních služeb. Následuje jiná oblast (témata nezařazená v ostatních kategoriích). Ekologie, rozvoj obcí a kultura představují přibližně desetiprocentní zastoupení. Na konci žebříčku atraktivnosti jsou oblasti týkající se financování (dobročinnost) a náboženství (viz tab. 6).

Tab. 6. Priorita jednotlivých oblastí podle procentuálního zastoupení v tisku

Téma článků	Zastoupení v tisku
Sociální služby	43,51%
Jiná oblast	14,35%
Ekologie	10,04%
Rozvoj obce a bydlení	8,88%
Kultura	7,76%
Ochrana práv a obhajoba zájmů	4,56%
Vzdělání a výzkum	4,37%
Zdraví	3,28%
Mezinárodní aktivity	1,65%
Profesní a pracovní vztahy	1,29%
Dobročinnost	0,25%
Náboženství	0,05%

Novináři tento žebříček potvrzují především v nejvíce a nejméně frekventovaných oblastech. Nejčastěji zmiňují právě akce pro seniory, děti, nákup přístrojů apod. Na druhém místě kvantitativní analýzy je téma ekologie (10 %), ale ani jeden novinář se během rozhovoru o ekologii, resp. ekologických projektech NNO nezmiňoval. Může to být ale tím, že při rozhovoru o neziskových organizacích skutečně vnímají i novináři jako nejzávažnější témata sociální služby (téměř polovina zveřejněných článků).

Méně je zastoupena kultura a rozvoj obce (přibližně v osmi procentech). Je zajímavé, že dotazovaní zmiňují kulturu a kulturní akce. Zřejmě to souvisí s vnímáním atraktivity těchto aktivit ze strany veřejnosti. MF Dnes má trojnásobné zastoupení článků o kultuře, než Vsetínské noviny, také redaktorka Procházková kulturu zmiňuje, kdežto Žůrek o ní nemluví.

Rozvoj obce nezmínil žádný z respondentů. Taktéž ochrana práv a obhajoba zájmů není pro novináře zajímavá.

Analýza obsahu ukazuje naprostý nezájem o náboženská témata a dobročinnost (méně než 1 % zveřejněných zpráv). Toto zjištění potvrzují také dotázaní novináři. Zvláště žádosti o financování, zahrnuté do tématu dobročinnost, je pro novináře nezajímavá. Nebo spíše chybně prezentovaná ze strany NNO. Přestože náboženství představuje nejméně atraktivní téma pro novináře i čtenáře (posluchače), za samozřejmé považují novináři zveřejňování informací o jinak (sociálně, kulturně...) zaměřených aktivitách, které tyto organizace zabezpečují. Například o projektech Charity, Diakonie a Adry.

Oslovení novináři jsou toho názoru, že se snaží o vyvážené zastoupení všech oblastí a témat. Avšak podle kvantitativního výzkumu toto dodržují spíše celostátní deníky (Právo a MF Dnes), čím menší oblast působení novin, tím menšímu počtu oblastí se noviny věnují. Např. V případě celostátních novin jsou dvě, resp. tři oblasti, v nich je zastoupení oblastí nižší než 1 %, kdežto u oblastních deníků se jedná o čtyři oblasti. V případě Vsetínských novin dokonce o 6 oblastí (viz tab. 4).

6.1.2 Srovnání zastoupení témat

Nejvíce jsou v tisku zastoupeny témata týkající se autorských článků a článků PR jiných subjektů. Práce a financování neziskových organizací, podobně jako fundraising tvoří téměř polovinu témat. Následují témata nezařazené v jednotlivých kategoriích. Propagace neziskovek, obecné informace o neziskovkách a osvětová činnost představují přibližně šestinu témat (viz tab. 7).

Tab. 7 Pořadí průměrného zastoupení témat v článcích o NNO (vlastní zpracování)

Téma	Průměr
Autorské a PR články jiných subjektů	23,50%
Akce jiné než fundraisingové, práce NNO	18,91%
Financování NNO	18,53%
Fundraising	11,60%
Ostatní, nezařazené	10,01%
Propagace NNO	7,03%
Neziskovky obecně	6,93%
Vzdělávání, školení, osvětová činnost	3,49%

Podle rozhovorů s novináři by se mohlo zdát, že většina článků, které otiskují v novinách, jsou autorské články. Podle kvantitativní analýzy by jim měla být jen čtvrtina. Samozřejmě je, že v rádiu a televizi se autorské články nevyskytují.

Naopak podle analýzy médií se noviny zabývají financováním NNO v pětině případů. Ale například Procházková z MF Dnes říká, že příspěvky o financování v elektronické poště mažou, aniž by je dál četli. Přitom v případě těchto novin tvoří financování 20 % článků (viz tab. 6). Možné důvody těchto rozdílů jsou uvedeny v následující podkapitole.

Nízké zastoupení obecných témat o NNO vysvětlují novináři tím, že obecné informace nikoho nezajímají. Důvodem pro zařazení článku do novin, nebo do vysílání, je nutný konkrétní příběh, konkrétní pomoc.

6.1.3 Výsledky komparace obou průzkumů

Komparace závěrů obou šetření ukazuje, že řada informací z obsahové analýzy odpovídá zkušenostem redaktorů. V některých případech je však situace respondenty vnímána odlišně od výzkumu. Například v rovnoměrnosti zastoupení témat a oblastí jsou kvantitativní závěry odlišné od názorů respondentů. Může to však být tím, že při kódování a zařazení je nutná redukce obsahu a dochází k nepřesnostem, navíc představa o obsahu témat je ovlivněna subjektivním vnímáním.

Ukázalo se, že je rozdíl mezi regionálním a celostátním typem média. Zastoupení oblastí u celonárodních médií je mnohem vyváženější. Také se více snaží uspokojit širší veřejnost, důležitá je pro ně sledovanost média, tady oblasti volí především podle atraktivity informace. Dá se také říci, že média s regionální působností se více snaží vyhovět neziskovkám, než média šířená na větším území (MF DNES, Rádio Česko). Příčinou může být to, že nejsou zahlcena tak velkým množstvím zpráv. V případě Vsetínských novin může být důvodem i nekomerční charakter periodika, u TV Beskyd zase vazba televize na neziskový sektor a tradiční mediální partnerství neziskových organizací. V případě témat rozdíl mezi regionálním zpravodajstvím a celonárodním není. Výrazné odlišnosti vykazují pouze Vsetínské noviny, ale je to dáno i tím, že kromě působnosti a periodicity zde hraje roli úzká vazba s městským úřadem.

6.2 Doporučení pro NNO v oblasti media relations

Oslovení novináři potvrdili informace obsažené v literatuře. Shodují se na důležitosti správného zpracování tiskových zpráv a zejména na tom, že zpráva nemá být pouze

strohou informací, na jejímž zveřejnění má autor zájem. Větší šance na úspěch mají takové zprávy, které mají „přidanou hodnotu“ spočívající v zajímavosti pro recipienta. Ta může vycházet jak ze spojení akce pořádané neziskovou organizací s některou ze známých osobností, tak z možné osobní účasti příjemce zprávy na akci. Proto je vhodné, aby akce pořádané NNO svým programem zaujaly veřejnost. Pokud se jedná o jiný typ zprávy, než o oznámení o připravované akci, měla by obsahovat zajímavé informace, které se oslovovaných cílových skupin týkají a o které může novinář opřít svůj příspěvek.

Zajímavé musí být jak samotné téma, tak jeho zpracování. Toho lze dosáhnout například osobním příběhem, nebo rozšiřujícími informacemi v podobě dat a fotografií, které může novinář použít při přípravě článku, nebo reportáže. Důvodem je i to, že novináři nemají čas sami zjišťovat informace, které jim mohla a měla poskytnout sama nezisková organizace. Jak říká Petra Procházková: *„Z naší strany není prostor na to, abychom za každou takovou zprávou, za každým grantem hledali, na co to půjde, kdo si s těma hračkama bude hrát, nebo kdo na tom vozíku bude jezdit. Na to absolutně není prostor! To znamená, že tohle by měli poskytovat oni.“*

Poslední radou novinářů je doplnit zprávu o kontaktní informace autora a být s redaktory pravidelně ve styku, aby, slovy Libora Čady *„...to prostě nezapadlo mezi vším ostatním“*.

Výše uvedená doporučení respondentů jsou plně v souladu s postupy pro MR uváděnými v literatuře a popsány v teoretické části této práce a lze je shrnout do následujících bodů:

- naučit se lépe prosazovat své zájmy, získat sebevědomí v souvislosti s aktivitami, témata volit s ohledem na atraktivnost pro širokou veřejnost, uvědomit si, čím jsou zajímaví,
- spojovat propagaci a získávání financí s kulturními a společenskými akcemi zaměřenými na širokou veřejnost,
- posílat tiskové zprávy s konkrétními situacemi, lidmi, příběhy, doplněné podklady, např. statistikami, fotografiemi, grafy,
- nepodceňovat mediální trénink.

ZÁVĚR

Svou bakalářskou práci jsem věnoval tématu vztahu mezi nestátními neziskovými organizacemi a médii. Cílem práce bylo zmapovat způsob komunikace neziskových organizací z pohledu novinářů a najít možnosti změn ve způsobu komunikace, resp. propagace neziskovek.

V teoretické části nejprve popisují neziskový sektor. V další části se věnují teoretickým poznatkům marketingové komunikace neziskových orgnaizací, především oblasti public relation a media relation. Vymezuji zde zpravodajské hodnoty a společenské funkce zpravodajství. Teoretickou část zakončuji popisem metod, vhodných pro výzkum médií. Jde o obsahovou analýzu mediálních sdělení a kvalitativní šetření. Součástí této části je také stanovení cíle průzkumu a výzkumných otázek.

Na začátku praktické části charakterizují zkoumaná média a specifikují způsob získávání dat. Následuje šetření mezi novináři, kteří mají doplnit informace získané kvantitativním průzkumem. Oporou rozhovoru byl připravený základní okruh otázek. Dotazy směřovaly k nalezení témat, která jsou preferována novináři, jakož i k zmapování vztahu novinářů a pracovníků nestátních neziskových organizací s přihlédnutím ke specifikům různých typů médií. Součástí práce je analýza a interpretace získaných dat.

Výsledky šetření potvrdily nedostatky v komunikaci ze strany NNO uváděné v literatuře. Jako hlavní nedostatek je novináři vnímán chybějící mediální trénink osob, odpovědných za PR neziskových organizací. Zástupci NNO netuší, jak média fungují, neumí se prosadit, prezentovat. Příмым důsledkem toho je, že řada zpráv zasílaných médiím není zveřejněna a řada připravených akcí se musí obejít bez přítomnosti novin nebo televize. Současná aktivita v oblasti PR je podle většiny oslovených novinářů dostatečná, chybí však cílené zaměření na veřejnost, vhodná volba témat a oblastí. Z mediálních funkcí se zaměřují NNO hlavně na informační funkce. Z vyjádření novinářů i z kvantitativního výzkumu je zřejmá snaha informovat o neziskovém sektoru. Spolupráci s neziskovými organizacemi hodnotí novináři jako velmi dobrou. Doporučení jsou shrnuty do čtyř bodů v závěru praktické části.

Průzkumy naprosto jednoznačnou odpověď na první výzkumnou otázku nedaly. Přesto je patrné, že financování není převažujícím tématem článků, častější jsou autorské a PR články, financování je zastoupeno zhruba stejně jako informace o aktivitách NNO. Ani závěry týkající se druhé výzkumné otázky nejsou jednoznačné. U celostátních a oblastních médií není žádný výrazný rozdíl. Z průměru vybočují pouze místní noviny. Zřejmě víc než

působnost je obsah ovlivněn charakterem konkrétního média, resp. jeho zřizovatele. Vzhledem k poměrně malému počtu zkoumaných periodik a objemu zpracovávaných dat, nejsou výsledky kvantitativního průzkumu zobecnitelné. Stejně tak by bylo zapotřebí většího množství respondentů v kvalitativním šetření pro získání přesnější představy o situaci v MR neziskových organizací. Přesto považuji výsledky za zajímavé a podnětné pro případný další výzkum.

Při zpracování praktické části jsem si uvědomil, jak nesnadné je hodnotit média. Při kvantitativním výzkumu mohou být výsledky zkresleny již v průběhu samotné operacionalizace a vyhodnocování obsahů, roli hraje i subjektivní pohled hodnotícího. U rozhovorů je zase nezbytné najít rovnováhu mezi rozsahem a hloubkou sdělení. Kvůli objektivnosti by bylo vhodné oslovit i zástupce neziskovek, ale takové šetření by přesahovalo rámec bakalářské práce. I přes uvedené nesnáze jsem stanovený cíl bakalářské práce splnil.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM, 2011, 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

FITCH, Bradford. *Media relations handbook for agencies, associations, nonprofits, and Congress*. 1. vyd. Alexandria, VA: TheCapitol.Net, 2004, 345 p. Communication series (TheCapitol.Net). ISBN 15-873-3003-2

HANNAGAN, Tim J. *Marketing pro neziskový sektor*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 1996, 205 s. ISBN 80-859-4307-7.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745.

PLAMÍNEK, Jiří. *Řízení neziskových organizací: první český rádce pro pracovníky v občanských sdruženích, nadacích, obecně prospěšných společnostech, školách, církvích a zdravotnických zařízeních*. 1. vyd. Praha: Nadace Lotos, 1996, 186 s. ISBN 80-238-0442-1.

SCHULZ, Winfried et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Překlad Barbara Köpplová. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2004, 149 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze, 2. ISBN 80-246-0827-8.

ŠÁLEK, Marek a Tomáš FEŘTEK. *Novináři nejsou zlí: mediální rukověť pro neziskové organizace*. V Praze: Nadace Via, 2001, 94 s. ISBN 80-239-0261-X.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 154 s. Management (Grada). ISBN 978-80-247-2707-3

ŠKARABELOVÁ, Simona. *Když se řekne nezisková organizace: Příručka pro zastupitele krajů, měst a obcí*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2002, 130 s. ISBN 80-210-3031-3.

ŠKODOVÁ, Markéta a Jan ČERVENKA. *Veřejná a mediální agenda: komparativní analýza tematizace veřejné sféry*. 1. vyd. Editor Vlastimil Nečas. Praha: Professional Publishing, 2009, 148 s. ISBN 978-807-4310-096.

TOMANDL, Jan. *Public relations a zpravodajství: vliv hluboké proměny žurnalistiky na teorii a praxi vztahů s médii*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 2012, 152 s. ISBN 978-80-87500-28-6.

VANÍČEK, Lukáš. *Neziskovky se musejí umět novinářům naservírovat. Svět neziskovek*. 4. vydání, 2012, Sv. 1, Dostupné z http://www.neziskovky.cz/sdata/SN_1-12_233.pdf

INTERNETOVÉ ZDROJE

Blesk zůstává nejčtenějším deníkem v Česku, následují MF Dnes a Právo. *Mediář.cz: Denně o médiích, reklamě a marketingu* [online]. Praha, 2012, 9.8.2012 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/blesk-zustava-nejctenejsim-denikem-v-cesku-nasleduji-mf-dnes-a-pravo/>

Česko. Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů. In: *Sbírka zákonů 1992, ve znění pozdějších předpisů, 2010*. Dostupné z <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/dprij/>

EFEKTIVNÍ SPOLUPRÁCE S MÉDII NA MORAVĚ: Příručka pro nevládní neziskové organizace Ostravského kraje. [online]. Přerov: Centrum pro komunitní práci Střední Morava, 2000. Dostupné z: [http://www.mzp.cz/envdn.nsf/788925f20e7931c7852563e6006a0707/f43b2d3f809792bac1256b6c00296027/\\$FILE/dokument_3.pdf](http://www.mzp.cz/envdn.nsf/788925f20e7931c7852563e6006a0707/f43b2d3f809792bac1256b6c00296027/$FILE/dokument_3.pdf)

Ekonomické výsledky neziskových institucí 2011. *Český statistický úřad* [online]. 2012 [cit. 2013-02-15]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/p/9504-12>

LEI, Deng, Yun LIU a Qing-An ZENGB. How information influences an individual opinion evolution. In: *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*. [online]. 2012, 15 December 2012 [cit. 2013-03-27]. Volume 391: Issue 24. ISSN 0378-4371. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378437112007066>

Problémy medializace společenských témat v masových médiích. In: PAVELKA, Jiří a Iva GALVASOVÁ. *Gender up* [online]. 2008 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: http://projekt-gender.upol.cz/soubory/VZ_006_Problemy_medializace.pdf

TABERY, Paulína. Nastolování agendy a proces rámování. *SOCIOweb: Sociologický webzín* [online]. 2009 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://www.socioweb.cz/index.php?disp=teorie&shw=385&lst=112>

Televize Beskyd [online]. 2013, 2013-04-03 [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: <http://www.tvbeskyd.cz/cz/>

Vsetínské noviny. *Vsetín: Oficiální web města* [online]. 2013 [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: <http://mestovsetin.cz/vsetinske-noviny/ds-1027/p1=6731>

Změny v legislativě pro NNO. *Spiralis: Překážka je příležitost* [online]. 2013 [cit. 2013-03-24]. Dostupné z: <http://www.spiralis-os.cz/index.php/zmeny-v-legislative-pro-nno>

ZSNS. 2011. Zpráva o stavu neziskového sektoru v České republice za rok 2010. *Neziskovky.cz*. [Online] 2011. [cit. 2013-03-24]. Dostupné z http://www.neziskovky.cz/data/Zprava_o_stavu_NS_2010txt11805.pdf

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CSR	Corporate social responsibility (Společenská odpovědnost firem)
EU	Evropská unie
MR	Media relations
NNO	Nestátní nezisková organizace
PR	Public relations
TZ	Tisková zpráva

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Schéma směn na neziskovém trhu.....	17
Obr. 2. Proces utváření názoru se zpětnou vazbou.....	27
Obr. 3. Analýza obsahu mediálních sdělení.....	30
Obr. 4. Graf zastoupení NNO ve vybraných novinách podle oblasti činnosti.....	37

SEZNAM TABULEK

Tab. 1. Mezinárodní klasifikace neziskových organizací	13
Tab. 2. Vývoj počtu neziskových organizací během pětileteho období 2007 – 2011	15
Tab. 3. Počty článků a průměrné měsíční frekvence ve vybraných novinách	36
Tab. 4. Zastoupení oblastí činnosti NNO ve vybraných novinách	36
Tab. 5. Zastoupení témat v jednotlivých periodících.....	39

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P 1: Rešerše z deníku Právo

Příloha P 2: Rešerše z deníku Valašský deník

Příloha P 3: Rešerše z deníku Zlínský deník

Příloha P 4: Rešerše ze čtrnáctideníku Vsetínské noviny

Příloha P 5: Rešerše z deníku MF Dnes

Příloha P 6: Rozhovor s Magdalénou Trusinovou, rádio Česko

Příloha P 7: Rozhovor s Jiřím Žůrkem, Vsetínské noviny

Příloha P 8: Rozhovor s Petrou Procházkovou, MF Dnes

Příloha P 9: Rozhovor s Liborem Čadou, Televize Beskyd

PŘÍLOHA P 1: REŠERŠE Z DENÍKU PRÁVO

por	Datum	Titulek	Skupina	Téma
1	9.8.2012	Uchazečům o práci natočí videoprezentaci	4	2
2	10.8.2012	Cizinci dostali integrační centrum	4	1
3	11.8.2012	Regiony mají v Evropské unii velké uplatnění	6	1
4	16.8.2012	Nadace dělila Srdcovky	4	7
5	16.8.2012	Milióny z Evropy míří do Zlínského kraje	6	3
6	17.8.2012	Část peněz ze vstupenek půjde na charitu	4	4
7	17.8.2012	Čunkovi Romové chtějí zpátky do Vsetína	4	8
8	18.8.2012	Kdo se nebere za svá práva, má smůlu	7	8
9	22.8.2012	Nejchudší školáky letos v Plzni oblékne charita	4	5
10	23.8.2012	Chybějí školky. Ulevit mají neziskové dětské skupiny	4	1
11	27.8.2012	Projekty mají dát šanci nezaměstnaným	4	6
12	30.8.2012	Brno nechce bezdomovce a chudé v centru města	4	1
13	31.8.2012	Peníze z Oranžového kola seniorům a dětem	4	3
14	7.9.2012	Kaprálův mlýn se z ruiny změnil na ekologické středisko	5	1
15	7.9.2012	Třebíčští hledají cesty k práci doma	4	5
16	8.9.2012	V Dobromilicích střeží klid domobrana	6	8
17	11.9.2012	Rovná práva v krajské knihovně	4	5
18	12.9.2012	Past na vysokoškoláky. Neuniknou	2	6
19	14.9.2012	Přerov rozdělí milionové příjmy z loterií	4	7
20	14.9.2012	Teplice: o hazardu by se mohlo hlasovat	4	7
21	17.9.2012	Neziskovky mají druhou šanci	4	7
22	18.9.2012	Opozice kraj více kritizuje, než chválí	12	8
23	19.9.2012	Dostanou tašky na tříděný odpad	5	5
24	21.9.2012	Švýcarsko nám poskytne podporu více než dvě miliardy korun	12	3
25	21.9.2012	Za klobouky na Žlutý kopec	4	5
26	21.9.2012	Ústecký kraj chce zákon o sociálním bydlení	4	7
27	22.9.2012	Sociálně vyloučené rodiny dostávají šanci	4	7
28	27.9.2012	Vágnér zachraňuje pstruhy	5	5
29	5.10.2012	Aukce přispěje lidem postiženým katastrofami	4	5
30	6.10.2012	Šumava vychází vstříc i lidem na vozíčkách	6	7
31	12.10.2012	Krajský soud vyhlásil konkurz na majetek Hand for Help	4	3
32	19.10.2012	Agentura Dolní Poohří poslouží cestovnímu ruchu	6	5
33	20.10.2012	Projekty soutěží o podporu	12	5
34	20.10.2012	Východočeští vrtaři budují na Haiti zdroje pitné vody	10	5
35	25.10.2012	Zelená úsporám končí. A přijdou kontroly	5	7
36	27.10.2012	Sdružení Dobré místo pro život pokřtilo svůj kalendář	6	5
37	31.10.2012	Veletrh práce JobChallenge pomůže nastartovat kariéru	11	5
38	1.11.2012	Asekol sbírá staré spotřebiče	5	7

39	3.11.2012	Hladovějící stařence poslali čtenáři Práva 1,5 miliónu	4	5
40	5.11.2012	Litoměřice hostily fairtradovou konferenci	10	5
41	7.11.2012	Bohnická prádelna vás naučí směřovat umění	2	5
42	12.11.2012	Krátce (Nadace OKD)	12	7
43	20.11.2012	Loprais s Uhrem sázeli stromy v Beskydech	5	5
44	24.11.2012	V prevenci je velký dluh, tvrdí zubaři	3	8
45	26.11.2012	Nadace OKD: osobností roku se stal Bruno Heider	12	7
46	30.11.2012	V Rožnově chystají adventní koncerty ZUŠ	1	7
47	30.11.2012	Pod Špilberkem je Otevřená zahrada	12	7
48	30.11.2012	Adventní koncerty	4	7
49	3.12.2012	Sladká práce pro zaměstnance sociální firmy	4	5
50	4.12.2012	Benešov se odvolal proti zrušení dotace na odbahnění rybníka	5	3
51	6.12.2012	Frenštát: Komu dá peníze OKD, tomu nedáme nic	12	3
52	7.12.2012	Tréninkové byty se v Ostravě osvědčily	4	8
53	7.12.2012	Nejlépe třídí v Hradci nad Moravicí a Karlově Studánce	5	7
54	12.12.2012	Milión pro zaměstnance těžební společnosti OKD, kteří nezištně pomáhají	4	7
55	12.12.2012	Víc lůžek pro bezdomovce	4	7
56	13.12.2012	Poslanci chtějí přidat stamilióny sportovcům	7	3
57	14.12.2012	Peníze potřebným	4	3
58	18.12.2012	Lidé v Táboře protestovali, nechťejí prodej kulturního domu	6	1
59	19.12.2012	V Proseči vzniklo vzdělávací centrum pro sociální podnikání	4	6
60	20.12.2012	Analýza: bezdomovců bude v Praze 13 tisíc	4	1
61	22.12.2012	I při darování lze snadno udělat chybu	12	4
62	27.12.2012	Naše třída není jen o nejkrvavějším pogromu	12	5
63	2.1.2013	Letošní rok bude náročný, měli bychom držet při sobě	12	1
64	3.1.2013	Budou dobíjecí baterie využívat mořskou vodu?	5	8
65	3.1.2013	Město Jičín se připojí k akční skupině Otevřené zahrady	6	3
66	4.1.2013	Evropské peníze podpoří rozvoj venkova	6	7
67	4.1.2013	Muzeum letectví se staví, peníze ale nejsou	1	7
68	5.1.2013	Muzeum letectví se staví, peníze ale nejsou	1	7
69	8.1.2013	Ústí nechá rychle zbourat zničený dům v Předlicích	4	8
70	8.1.2013	V Chebu chtějí vybudovat spalovnu odpadu	5	7
71	9.1.2013	Firmy mohou žádat o dotace na hlídání dětí	11	3
72	10.1.2013	Otrokovice chtějí dotace	5	3
73	11.1.2013	Pro neziskovky 44 miliónů	12	3
74	11.1.2013	Při aukci dresů vybrali dražitelé šedesát tisíc korun	8	4
75	12.1.2013	Mráz otevře loď Hermes zdarma	4	5
76	17.1.2013	Chomutov připravuje sbírku	4	4
77	18.1.2013	Nadace OKD pomáhá nejen hendikepovaným	4	7
78	18.1.2013	Hlubina bude po rekonstrukci centrem vzdělávání a kultury	2	6

79	18.1.2013	Centra zvyšují počty lůžek pro bezdomovce	4	5
80	18.1.2013	Odbory kritizují vládu kvůli rozpočtu	11	3
81	22.1.2013	Obce mají šanci získat peníze EU na projekty v cestovním ruchu	6	1
82	22.1.2013	Stánek s punčem vydělal 400 tisíc	6	4
83	23.1.2013	Dvě Česká centra mají nová vedení	10	1
84	29.1.2013	Komise jsou kompletní	12	3
85	29.1.2013	Poradna se musí stěhovat. Je to trest za Přednádraží?	4	1
86	30.1.2013	Ústí nad Labem: Se sociálním bydlením musí pomoci vláda a ministerstva	4	7
87	31.1.2013	Kraj dá na akční plán desítky milionů	6	3
88	31.1.2013	Slovany hledají nájemce Šeříkovky	1	7
89	1.2.2013	Litvínov kvůli úsporám vystoupil z řady sdružení	4	3
90	1.2.2013	Začátek roku je v Arkadii finančně značně kritický	4	3
91	2.2.2013	Firemní dobrovolnictví těší nejen obdarované, ale i dárce	4	4
92	2.2.2013	Ve Vršovicích se bojuje o proluku	7	5
93	2.2.2013	Koaliční zastupitelé nepřišli na jednání o Vítězném náměstí	6	7
94	2.2.2013	Lidé ústeckou ubytovnu odmítají opustit	4	1
95	6.2.2013	Sociální služby obdrží dotace	4	3
96	7.2.2013	Asekol dá milióny na sběr a recyklaci	5	7
97	8.2.2013	Soud po třech letech bude řešit žalobu na stát	5	1
98	11.2.2013	Sociálně slabé rodiny dostaly klíče od bytů	4	7
99	12.2.2013	Na jihu vyzkoušelo drogy přes 135 tisíc lidí	4	7
100	13.2.2013	Muzeum ukáže vznik ptačích preparátů	5	6
101	15.2.2013	Méně peněz na bezdomovce	4	3
102	15.2.2013	Pardubický kraj vyčlenil finance pro část sociálních služeb	4	3

PŘÍLOHA P 2: REŠERŠE Z DENÍKU VALAŠKÝ DENÍK

por	Datum	Titulek	Skupina	Téma
1	19.5.2007	Ivan Sekanina: zákazníci se k nám vracejí	12	7
2	24.5.2007	Ve Vsetíně vzniknou další pracovní místa	11	7
3	21.9.2007	Dům s chráněným bydlením ve Vsetíně přejde pod město	4	7
4	22.9.2007	Do rozvoje Vsetína poputují stamiliony	6	7
5	22.9.2007	Alcedo nabízí kroužky dětem i dospělým	1	2
6	8.11.2007	Rok 2050: třetina lidí budou senioři	4	7
7	25.11.2007	Neziskovky se zapojí do hry o 124 miliard korun	12	3
8	6.1.2008	Oslavy 700 let ve Vsetíně: folklor i pláž před radnicí	1	5
9	1.2.2008	Neziskové organizace také poskytují ošetřovatelskou službu...	4	1
10	13.2.2008	Neziskovkám v kraji slouží speciální portál	12	1
11	15.2.2008	Lidák: už příští rok oprava?	6	7
12	14.5.2008	Lidový dům čeká na zázrak	6	7
13	30.6.2008	Na sociální služby chybí ve Vsetíně miliony korun	4	3
14	7.11.2008	ČSSD má jasno, s kým do koalice	3	7
15	10.11.2008	Rozhodnuto: ČSSD se spojila s ODS a lidovci	3	7
16	12.11.2008	Rozhodnuto: Zlínský kraj řídí Stanislav Mišák	12	7
17	1.1.2009	Region Zlínsko pomůže členským obcím	6	3
18	29.1.2009	Lidé mohou opět navrhnout ocenění hrdinů	12	8
19	9.2.2009	O seniory s poruchami paměti bude příští rok lépe postaráno	4	2
20	15.5.2009	Segregace romských dětí je nejhorší řešení	4	7
21	3.6.2009	Neziskovky získají dotace na nové pracovníky	4	3
22	5.11.2009	Neziskovkám v Rožnově hrozí propouštění	4	3
23	1.12.2009	Nemocnice a odbory se zatím nedohodly	3	7
24	1.12.2009	Soláň: beseda se protáhla do noci	6	5
25	10.12.2009	Zájem o veřejné práce stoupá, někde už nejsou	4	7
26	2.2.2010	Děti se rodí více, mateřské školy mají nedostatek míst	3	7
27	5.2.2010	Pavla Fojtíková: Má práce je pro mě koníček	1	2
28	6.2.2010	Letitý soudní spor o majetek Vsetína možná už brzy skončí	6	7
29	10.2.2010	Hazard: nastupují terminály	4	5
30	10.2.2010	Dobrý den, Valašsko	4	5
31	25.2.2010	AIDS hrozí nejvíce gayům a narkomanům	3	7
32	8.3.2010	Opilá Olina ze Zlína: šlágr Facebooku	12	8
33	10.3.2010	Hospic Citadela nemá peníze	4	3
34	13.3.2010	Vsetínské budovy chátrají, oprava je v nedohlednu	6	7
35	16.3.2010	Podporu dostal i romský folklorní kroužek	1	3
36	22.3.2010	Rožnov dostal peníze od nadace	6	3
37	2.4.2010	Češi jsou šetřiví, i když je trápí dopady krize	4	3
38	21.4.2010	Znásilnění je desetkrát více, než tvrdí statistiky	7	8

39	21.4.2010	Den Země: oslavy i čištění řeky	5	5
40	12.5.2010	Ženy a muži si promluví o rovnoprávnosti	7	5
41	26.11.2010	V rožnovském kostele zazní hudba adventních koncertů	4	4
42	20.12.2010	Vsetín si vezme stomilionový úvěr	6	7
43	22.12.2010	Lidé darovali při vánočních koncertech destíky tisíc	4	4
44	7.1.2011	Letokruhy jsou pro mne srdeční záležitostí	4	5
45	8.1.2011	Ve Vsetíně je otevřena poradna pro závislosti	4	2
46	20.1.2011	Mým vzorem byla snad jenom babička	12	8
47	15.2.2011	Staré fény a holicí strojky nosí lidé na obecní úřad	5	5
48	3.3.2011	Eva Románková z Rožnova je zmocněncem pro spolupráci	6	1
49	4.4.2011	Školy v kraji sbíraly elektroodpad	5	7
50	19.5.2011	Moje Valašsko (strana 94)	5	7
51	19.5.2011	Rožnované ušetřili recyklací tisíce tun surovin	5	7
52	20.5.2011	Kulturní centrum nebude. Pro Rožnov je drahé	1	7
53	21.5.2011	Moje Valašsko	5	5
54	3.6.2011	Neziskové organizace vymění ředitele, klienti to nepocítí	4	1
55	8.7.2011	Úředníci prodávají své výrobky, pro dobrou věc	4	4
56	4.8.2011	Vsetínu chybí v kase milion	4	7
57	6.8.2011	Obecně prospěšné práce: není to jen sekání trávy	4	1
58	17.9.2011	Modrý kříž poskytl poradenství už stovce klientů	4	5
59	19.9.2011	Hoďte si mobilem a pak si poslechněte Kryštof	5	7
60	19.10.2011	Kocourek má našlápnuto na titul Starosta roku	12	8
61	4.11.2011	Stacionář nabízí adventní věnce	4	4
62	19.12.2011	Sní Obecné, co má na talíři. Tak kraj vnímal Havla	1	8
63	29.12.2011	Organizátoři adventních koncertů vybrali 70 tisíc	4	4
64	16.1.2012	Spolky žádají o miliony korun	12	3
65	17.1.2012	Pomůže stávka nebo přijdou o práci?	4	3
66	23.2.2012	Film Festival: méně peněz i filmů	1	8
67	16.3.2012	Projekt na ochranu vzácných šelem je ve finále mezinár. soutěže	5	5
68	16.3.2012	Centrum Rožnova ožilo jarmarečným veselím	4	5
69	29.3.2012	Korunka Luhačovice ukázala nového maskota	4	5
70	29.3.2012	Fotografové zachytili Rožnovské slavnosti, snímky vystaví	1	1
71	4.4.2012	Myslela že je konec Obecného, když se jí se utopil syn	4	8
72	10.4.2012	ROZHOVOR: Valenta: Diskusi vystřídal hon na čarodějnice ...	4	3
73	8.5.2012	U Čertových skal v Lidečku požehnali pohádkové knize	6	5
74	20.8.2012	Valašsko zarůstá a motýli mizí	5	8
75	29.8.2012	Lidé v Beskydech slaví, uhlí se těžit nebude	5	7
76	8.9.2012	Míst pro seniory o polovinu ubude	4	1

PŘÍLOHA P 3: REŠERŠE Z DENÍKU ZLÍNSKÝ DENÍK

por	Datum	Titulek	Skupina	Téma
1	12.4.2007	Kraj podpořil prevenci šikany a násilí na školách	2	7
2	19.5.2007	Ivan Sekanina: zákazníci se k nám vracejí	12	7
3	24.5.2007	Ve Vsetíně vzniknou další pracovní místa	4	8
4	27.6.2007	Do rozvoje Vsetína poputují stamiliony	6	3
5	1.9.2007	Město Zlín musí zaplatit rekordní třímilionovou pokutu	12	7
6	3.9.2007	Badatelé na Lukově měli na hradě letos chudý rok	1	1
7	4.9.2007	Charitám hrozí, že zaniknou	4	3
8	25.9.2007	Seminář má naučit, jak žádat o evropské peníze	12	6
9	10.10.2007	Ekologická sdružení nemají na Zlínsku své pobočky	5	1
10	6.11.2007	Neziskovky si vydělávají sečením luk i prodejem CD	12	3
11	6.11.2007	Firmy modernizují, životnímu prostředí však škodí stále	5	5
12	8.11.2007	Rok 2050: třetina lidí budou senioři	4	7
13	10.6.2008	Postižené děti poznají, co znamená domov	4	7
14	25.9.2008	Má handicap, přesto hledá práci ostatním	4	5
15	12.11.2008	Zlínský kraj řídí Stanislav Mišák	12	8
16	7.1.2009	OBRAZEM: Divadlo se proměnilo ve výstavní síň	4	5
17	13.1.2009	Ekologové jsou blízko ke splnění letitého lesního snu	5	5
18	17.1.2009	Domovy důchodců nemají peníze. Musí se uskomnit	4	3
19	29.1.2009	Nasadili svůj život k záchraně jiných. Nominujte je!	12	8
20	11.2.2009	Velké střechy mohou sloužit také k výrobě elektřiny	5	7
21	11.2.2009	Sliby rady: Dálnice i budova galerie	6	7
22	12.2.2009	Sběr vysloužilých elektrozařízení podpoří grant	5	7
23	18.2.2009	Pro neziskové organizace budou semináře o získávání dotací ...	12	6
24	10.6.2009	Dítě na tábor? Nejlépe bez mobilního telefonu	12	8
25	3.8.2009	Na obnovu krajiny půjde milion korun	5	3
26	7.8.2009	Festival KLEČFEST chce hudbou spojit všechny generace	1	5
27	21.8.2009	Gazdík stále neukázal důkazy o nepravostech v KNTB	7	8
28	21.9.2009	VIDEO: Ve Zlíně přistál Šrotonátor, chce zachránit lidstvo	5	7
29	14.10.2009	Aktivisté podají žalobu na zlínskou nemocnici	12	5
30	20.10.2009	Černá kronika (strana 124)	12	7
31	20.10.2009	OBRAZEM: Večer lidí dobré vůle na Velehradě	4	4
32	1.12.2009	Nemocnice a odbory se zatím nedohodly	3	3
33	1.12.2009	Na podporu ekologických aktivit, zpětná odběr a recyklaci ...	5	7
34	6.12.2009	VIDEO: Kloboucký jarmark přilákal tisíce lidí	1	5
35	8.12.2009	Dostanou kabát i polévku	4	5
36	5.2.2010	Díky klecovým lůžkům vznikla cenná spolupráce	3	7

37	3.3.2010	Diakonie sbírá ošacení	4	4
38	8.3.2010	Opilá Olina ze Zlína: šlágr Facebooku	12	8
39	16.3.2010	Podporu dostal i romský folklorní kroužek	1	3
40	5.7.2010	Koncert lidí dobré vůle podal pomocnou ruku potřebným	4	4
41	27.8.2010	UH park: jsou další pochyby	7	8
42	29.8.2010	Festival pomůže lidem se zrakovým handicapem	4	4
43	20.10.2010	Moravské neziskovky mohou žádat o švýcarský grant	6	3
44	19.11.2010	Opozice už "zkoušela" koalici	12	8
45	9.3.2011	Univerzita nabízí nový obor v oblasti sociální péče	2	6
46	20.4.2011	Na Festivalu Skládanka se podíleli i postižení	4	5
47	29.4.2011	Drábek: kraje rozdělily peníze nespravedlivě	12	3
48	14.5.2011	Dejte nám 8,7 milionu, žádá kraj po ministerstvu	12	3
49	16.6.2011	Usnadňují život druhým. Pro radost	7	2
50	22.6.2011	Studentky mají zlato z kreativního festivalu v Cannes	2	5
51	1.7.2011	Práce na moderní fryštácké zbrojnici finišují	6	7
52	8.9.2011	Neziskovky: Bojíme se zániku	12	3
53	19.9.2011	Hodte si mobilem a pak si poslechněte Kryštof	5	7
54	10.10.2011	Zlín – K petici, kterou organizují zástupci neziskových organizací z celé České republiky, se nově připojí i představitelé zlínského filmového festivalu.	4	5
55	3.11.2011	Práci Charity představuje výstava	4	2
56	23.2.2012	Film Festival: méně peněz i filmů	5	3
57	4.3.2012	Jitka Zelenková osobně podpoří charitativní projekt zlínských studentů	4	4
58	16.3.2012	Za zlínský kulturák se postavila ministryně	1	3
59	24.3.2012	Aleš Chudárek: O co nižší dotace, o to víc musí být jiného úsilí ...	4	3
60	29.3.2012	Korunka Luhačovice ukázala nového maskota	4	5
61	2.4.2012	Ústecký kraj – Nezisková organizace vyhlásila pátý ročník grantového řízení Fondu ASEKOL.	5	7
62	4.4.2012	Myslela že je konec všeho, když se jí se utopil syn.	4	8
63	10.4.2012	ROZHOVOR: Valenta: Diskusi vystřídal hon na čarodějnice	12	8
64	26.4.2012	Sonja Baťová získala čestný doktorát zlínské univerzity	12	7
65	29.6.2012	Nominujte dobrovolníky, kteří pracují v regionu s mládeží	2	8

PŘÍLOHA P 4: REŠERŠE ZE ČTRNÁCTIDENÍKU VSETÍNSKÉ NOVINY

por	Datum	Titulek	Skupina	Téma
1	11.1.2008	Zdražilová a Kupka vsetínskými dobrovolníky roku	12	7
2	25.1.2008	Krása pomůže lidem s poruchami mozku	4	4
3	25.1.2008	Vsetiňané otevřeli Třem králům srdce i peněženky	4	4
4	8.2.2008	Živý Betlém pomohl azylovému domu ke koberci	4	4
5	8.2.2008	Statisíce pro neziskovky jsou připraveny	12	3
6	22.2.2008	Další dva miliony pro neziskové organizace	12	3
7	22.2.2008	Agarta pomáhá narkomanům i městu	4	2
8	22.2.2008	Finanční řízení Diakonie Vsetín	4	3
9	7.3.2008	Lidovému domu se blýská na lepší časy	12	7
10	7.3.2008	Část sociálních služeb je ohrožena	4	3
11	7.3.2008	Projekt „Jdeme do práce“ končí	4	5
12	21.3.2008	Projekty na podporu zaměstnanosti končí	4	5
13	21.3.2008	Komunitní plán sociálních služeb je dokončen	4	5
14	21.3.2008	Diakonie vybrala dva vagony šatstva	4	4
15	4.4.2008	VKCI úspěšně ukončilo další dva kurzy	2	5
16	4.4.2008	Konference ukončila projekty	12	5
17	18.4.2008	Na sport a kulturu opět putují statisíce	12	3
18	18.4.2008	Vsetín zřejmě končí s romskou terénní prací	4	7
19	2.5.2008	Starostka píše ministryni Stehlíkové kvůli Romům	4	7
20	16.5.2008	Ministryně Džamila Stehlíková: Peníze na terénní práci budu hledat.	4	7
21	30.5.2008	Domov pro děti a mládež s postižením se přejmenoval na DOMOV JITKA	4	2
22	13.6.2008	Zaměstnávání Romů – problémy přetrvávají	4	7
23	13.6.2008	Projekt skončil, služby nezaniknou	4	5
24	13.6.2008	Chceme vědět víc, abychom lépe pomáhali druhým	4	6
25	27.6.2008	Radnice zachraňuje sociální služby	4	3
26	27.6.2008	Stimulační místnost pomáhá	4	5
27	27.6.2008	Integra získala moderní výukové pomůcky	2	4
28	11.7.2008	Sociální služby v ohrožení – město opět pomáhá	4	3
29	11.7.2008	VKC Integra: Projekt pro poskytovatele sociálních služeb končí	4	5
30	8.8.2008	„Evropské“ miliony pro postižené děti	4	3
31	3.10.2008	Den bariér upozornil na problémy lidí s postižením	4	5
32	3.10.2008	Žijeme na jedné planetě	4	5

33	17.10.2008	Dny pro rodinu skončily karnevalem	4	5
34	17.10.2008	Vsetín vydal nový katalog sociálních služeb	4	7
35	31.10.2008	KIC ve znamení frgálů a výšivek	1	5
36	14.11.2008	Rokytnickou školu ocenil Člověk v tísni	3	7
37	14.11.2008	Projekt Prostor pro rodinu začal fungovat	1	5
38	28.11.2008	Zastupitelé znovu pomohli sociálním službám	4	3
39	12.12.2008	Diakonie pořádala festival	4	5
40	16.1.2009	Nová služba ELIMu se osvědčila	4	2
41	16.1.2009	Na Vsetíně vznikne domov pro seniory trpící poruchami paměti a orientace	4	5
42	16.1.2009	Diakonie Vsetín pořádala festival místních videodokumentů	2	5
43	30.1.2009	Tři králové vykoledovali přes 600 tisíc korun	4	4
44	30.1.2009	Dárek z Betléma pro Auxilium	4	4
45	30.1.2009	Tříkrálový karneval posedmnácté	4	5
46	13.2.2009	Vsetínské neziskové organizace mohou žádat o další statisíce	12	3
47	13.2.2009	Město opět bojuje o zachování sociálních služeb	4	3
48	27.2.2009	Agarta pomáhá mnoha drogově závislým	4	2
49	27.2.2009	Diakonie pořádá sběr šatstva	4	4
50	27.2.2009	Vsetínská radnice dodržela svůj slib: Zaplatí Diakonii projektovou dokumentaci	4	4
51	13.3.2009	Nový grant pro sportovce	7	3
52	13.3.2009	Co na to říká...	4	1
53	13.3.2009	Další dva miliony pro neziskové organizace	12	3
54	13.3.2009	Domovům pro seniory hrozí zánik	4	3
55	13.3.2009	Významná výročí organizace nevidomých a slabozrakých	4	2
56	27.3.2009	Nadace chce podporovat sociálně slabé studenty	4	3
57	10.4.2009	Radní schválili peníze pro neziskovky	12	3
58	24.4.2009	Pomozte Sluníčku vybavit porodnici	3	4
59	24.4.2009	Učni pomohli Domovu Jitka	4	4
60	24.4.2009	Prevenčí kriminality se Vsetín zabývá již 15 let	4	7
61	24.4.2009	Nejpalčivější problémy města Vsetína	6	7
62	7.5.2009	Diakonie připravuje dobročinnou aukci	4	4
63	22.5.2009	Norské fondy pomohou s místní Agendou 21	12	3
64	5.6.2009	Nová třída v Rokytnici, Sluníčko míří do Alceda	1	1
65	5.6.2009	Azylový dům slavil desáté narozeniny	4	2
66	5.6.2009	Vsetín se nejlépe stará o své seniory	4	5
67	19.6.2009	Neziskovky mohou žádat o dotace na nové pracovníky	12	3
68	19.6.2009	Díky dražbě získala Diakonie 150 tisíc	4	4

69	3.7.2009	Radní schválili finanční příspěvky	12	3
70	3.7.2009	Občané přispívali nemocným Alzheimerovou chorobou	4	4
71	3.7.2009	Poskytovatelé sociálních služeb se otevřeli veřejnosti	4	1
72	3.7.2009	Vážka pomůže ohroženým dětem	4	2
73	3.7.2009	Evropské miliony pro neziskový sektor	12	3
74	31.7.2009	Stavba domova na Strmé už začala	4	5
75	31.7.2009	Co se děje na Integře nejen ve školním roce	2	5
76	31.7.2009	Charita děkuje dobrovolníkům	4	8
77	21.8.2009	Úředníci pomáhali potřebným	4	3
78	21.8.2009	Adorea – dobrovolnické centrum Vsetín	4	2
79	10.9.2009	Sluníčko na nové adrese a v novém kabátě	2	2
80	25.9.2009	Nejlepší dobrovolníci dostanou Křesadlo	12	1
81	25.9.2009	Volná kapacita Domova Jitka	4	2
82	25.9.2009	Lidé si mohli vyzkoušet, jak se žije s hendikepem	4	5
83	9.10.2009	Sociální služby mají podporu města i pro příští rok	4	3
84	9.10.2009	V Podlesí rozšířili služby pro důchodce	4	2
85	23.10.2009	Rádi zveřejňujeme	4	8
86	6.11.2009	Sportovci a neziskovky, žádejte o dotace	12	3
87	6.11.2009	Agarta je připravena pomoci	4	2
88	6.11.2009	Pochod proti diabetu 2009	3	5
89	20.11.2009	NADACE TÁTA A MÁMA pomáhá dětem	4	2
90	4.12.2009	Radnice opět zachraňuje sociální služby	4	3
91	4.12.2009	S Diakonií Společně při hudbě	1	5
92	4.12.2009	Švédové na ZŠ Integra	2	6
93	4.12.2009	U šikovných oveček	4	2
94	18.12.2009	Buďte k tříkrálovým koledníkům štedří	4	4
95	15.1.2010	Zastupitelé podpořili vznik nových pracovních míst	4	7
96	15.1.2010	Vsetínská porodnice získala moderní postýlky	3	4
97	15.1.2010	Ceny Křesadlo znají své nové držitele	12	8
98	15.1.2010	Mobilní poradna pomáhá v domácnostech	4	2
99	15.1.2010	Poděkování za podporu	4	7
100	15.1.2010	Předvánoční pohoda v Zrnku (TZ)	4	5
101	29.1.2010	Tři králové vykoledovali téměř 700 tisíc	4	4
102	29.1.2010	Dětské pacienty rozveselovali klauni	3	5
103	12.2.2010	Díky Živému Betlému dostala Charita dar	4	4
104	12.2.2010	Seznam „neziskovek“ vyjde v čísle 5	12	7
105	12.2.2010	Radnice opět rozdělí granty	12	3
106	12.3.2010	Adorea chce pomáhat dětem, můžete se přidat	1	2
107	26.3.2010	Austin pomůže neziskovkám stovkami tisíc	4	7

108	26.3.2010	Plesejme s Diakoníí a Divokými husami	4	4
109	26.3.2010	Ředitel Diakonie Žárský: Domov chceme stavět i my	4	2
110	26.3.2010	Rada města přijala rodiny z Auxilia	4	7
111	9.4.2010	Dražba pomůže Diakonii dostavět domov pro seniory	4	4
112	7.5.2010	Nadace Divoké husy přinese Diakonii Vsetín 60 tisíc korun	4	4
113	7.5.2010	Radní rozdělávali malé granty	12	3
114	4.6.2010	Pomozte dovybavit Domov Jabloňová	4	4
115	4.6.2010	Charita pomáhá	4	2
116	4.6.2010	Diakonie buduje pracovní partu	4	2
117	18.6.2010	Manažeři „neziskovek“ vyrazili správným směrem	12	1
118	18.6.2010	ELIM nabízí příležitost pro zdravotně postižené	4	2
119	18.6.2010	Kvalitnější vzdělávací i výchovné prostředí pro žáky ZŠ Integra Vsetín	2	6
120	18.6.2010	Bertíci pomohou dětem z Naděje	4	4
121	18.6.2010	Klub Auxilium a Norské fondy	4	3
122	2.7.2010	Město společně s úřadem práce podpoří nová pracovní místa	4	3
123	2.7.2010	Výstava Dobrá věc pomůže charitě	4	4
124	14.7.2010	Postižení uspořádali konferenci	4	5
125	30.7.2010	Dům na půl cesty v Rokytnici už slouží	4	5
126	30.7.2010	Domov Jabloňová je po roce prací dokončen	4	5
127	30.7.2010	Azylový dům odstartoval „Čas návratu“	4	2
128	30.7.2010	Bezdomovci se mají kde umýt, vyprat si a uvařit	4	2
129	27.8.2010	Salesiánské sdružení Vsetín	4	2
130	9.9.2010	Dobrá věc vynesla přes dvacet tisíc	4	4
131	30.7.2010	Dům na půl cesty: Poděkování firmám i občanům	4	8
132	30.7.2010	Enter zve do svých kroužků a klubů	1	2
133	30.7.2010	Valašský den Domova Jitka	4	5
134	30.7.2010	Příspěvky Domovu Jitka	4	3
135	24.9.2010	Staré šaty ještě mohou posloužit	4	4
136	8.10.2010	Vsetín má nový komunitní plán sociálních služeb	4	7
137	8.10.2010	Být spolu jako rodina	1	2
138	8.10.2010	Naděje slavila dvacet let i vlastní výstavou	4	2
139	5.11.2010	Azylový dům převzal „sociální automobil“	4	4
140	5.11.2010	Pět P hledá dobrovolníky	1	4
141	19.11.2010	Diakonie pořádá zajímavý seminář	4	6
142	19.11.2010	Kraj i město podporují pečující osoby	4	3
143	19.11.2010	Zázemí pro syna jsme našli v Domově Jitka	4	7
144	3.12.2010	Besedy přináší vzdělání i rady	2	6

145	3.12.2010	„Azylák“ radí, jak s financemi	4	6
146	17.12.2010	Děti dostaly na Mikuláše speciální automobil	4	4
147	17.12.2010	Tříkrálová koleda poputuje na dobrou věc	4	4
148	14.1.2011	Upozornění „neziskovkám“	12	8
149	28.1.2011	Tři králové vykoledovali přes 700 tisíc	4	4
150	28.1.2011	Modrý kříž chce ve Vsetíně pomáhat závislým	4	2
151	28.1.2011	Hospicová a paliativní péče v domácím prostředí	4	2
152	11.2.2011	Radnice poděkovala neziskovkám za práci	12	7
153	11.2.2011	Neziskovky mohou opět žádat o dotace	12	3
154	11.2.2011	Díky celníkům vyrostou na Integře noví řezbáři	2	6
155	11.2.2011	Azylový dům pořádá Retro ples	1	5
156	11.2.2011	Dílna U Šikovných oveček	4	2
157	11.2.2011	Nestátní neziskové organizace ve Vsetíně	12	7
158	25.2.2011	Darujte dílo, pomůžete dobré věci	4	4
159	25.2.2011	Podáváme pomocnou ruku	3	2
160	25.2.2011	Roska pomáhá lidem s roztroušenou sklerózou	4	2
161	11.3.2011	Na dobročinné aukci zazpívá Laďa Kerndl	4	4
162	25.3.2011	Hendikepovaným pomohou na úřadech asistenti	4	7
163	25.3.2011	Zastupitelé rozdělili mezi neziskovky další téměř dva miliony	12	3
164	25.3.2011	Zpěv Ladi Kerndla pomůže Domovu Jabloňová	4	4
165	25.3.2011	Austin Detonator pomohl Naději	4	4
166	25.3.2011	Azylový dům pro ženy a matky s dětmi o. p. s. od února letošního roku realizuje projekt "Máma v práci"	2	6
167	8.4.2011	Dobročinná aukce Domov se blíží. Díla do ní věnují i známí umělci	4	4
168	8.4.2011	Rumuni sbírali zkušenosti ve Vsetíně a Praze	10	6
169	22.4.2011	Karel Gott věnoval obraz do aukce	4	4
170	22.4.2011	Společně 7. Plesání s Diakonií	4	5
171	6.5.2011	Projekt „Pracovní parta“ po roce trvání	4	5
172	6.5.2011	VSETÍN SI UŽÍVAL AKCÍ V RÁMCI TÝDNE PRO ZEMI 2011	5	7
173	6.5.2011	Poděkování Domovu Jabloňová	4	7
174	20.5.2011	Dobročinná aukce vynesla Diakonii téměř 150 tisíc	4	4
175	17.6.2011	Vzdělávání pro pracovníky v sociálních službách je zdarma	2	6
176	1.7.2011	Žít naplno	7	2
177	29.7.2011	Naděje už funguje v novém	4	5
178	29.7.2011	TM Stav pomáhá vsetínské Ovečce	4	4
179	29.7.2011	Díky Climaxu mají naši senioři stín	4	4
180	29.7.2011	Pomerančový týden vynesl téměř 15 tisíc	4	4
181	26.8.2011	Slabozraká Adélka dostala nový speciální stůl	4	4

182	26.8.2011	Staňte se kamarádem v programu 5 P	7	2
183	9.9.2011	Dary pomohou Ester překonávat zdravotní problémy	4	4
184	9.9.2011	Azylový dům pomáhá i vzdělává	4	2
185	23.9.2011	Některým organizacím hrozí finanční kolaps	4	3
186	7.10.2011	Nepotřebné šatstvo pomůže diakonii a potřebným	4	4
187	7.10.2011	Naděje představila nové prostory veřejnosti	4	5
188	7.10.2011	Evropský týden mobility přinesl bohatý program	12	1
189	7.10.2011	Diakonie Vsetín zkvalitňuje poskytované služby	4	2
190	7.10.2011	Enter – centrum pro rodinu a volný čas	7	2
191	7.10.2011	Letokruhy zvou na Dny otevřených dveří	4	2
192	7.10.2011	Alcedo středisko volného času	1	2
193	7.10.2011	Sbírkový projekt „Kuře“ pomáhá dětem se zdravotním postižením na Vsetínsku	4	4
194	21.10.2011	Vzdělání – cesta k úspěchu	2	6
195	21.10.2011	Vážka má nové prostory, azylový dům fasádu a okna	4	5
196	21.10.2011	Společně při hudbě s Diakonií	4	5
197	4.11.2011	Radnice finančně pomůže sociálním službám	4	2
198	4.11.2011	Oceňte obyčejné lidi za neobyčejné věci	12	8
199	4.11.2011	200. kulturní středa v KIC	1	5
200	18.11.2011	Diakonie pomáhá seniorům, pomoci můžete i vy	4	4
201	2.12.2011	Město poskytne dotaci sociálním službám	4	3
202	16.12.2011	Radnice mění systém podpory neziskovek	12	3
203	16.12.2011	Kraj bojuje o sociální služby	4	3
204	16.12.2011	Azylový dům pro ženy a matky s dětmi pomáhá	4	2
205	16.12.2011	Pomozte potřebným příspěvkem -Tříkrálová sbírka se uskuteční počátkem ledna	4	4
206	13.1.2012	Veřejná služba ve Vsetíně bez prodlev a výpadků	4	7
207	13.1.2012	Plesejte s Diakonií	4	5
208	13.1.2012	CLIMAX daroval Naději žaluzie	4	4
209	13.1.2012	Domov Jitka, o.p.s. poskytuje odlehčovací služby	4	2
210	27.1.2012	Tři králové letos opět vykoledovali přes 700 tisíc	4	4
211	27.1.2012	Sociální služby v ohrožení	4	3
212	27.1.2012	Neziskovky mohou žádat o dotace	12	3
213	10.2.2012	Sociální granty rozděleny	12	3
214	10.2.2012	Sociální rehabilitace Elim	4	2
215	24.2.2012	Díky TESu má Naděje nový vozík	4	4
216	24.2.2012	Charita pomohla Azylovému domu	4	4
217	9.3.2012	Husqvarna pomohla Diakonii	4	4
218	9.3.2012	Sociální firma dostala na Hrbové zelenou	4	7

219	9.3.2012	Nemáte hlídání? Jáa to zařídí	7	2
220	23.3.2012	Pozvánka na charitativní velikonoční koncert	4	4
221	6.4.2012	Policisté v Naději	4	5
222	6.4.2012	Azylový dům hodnotil projekt Čas návratu	4	5
223	6.4.2012	Krajští radní rozdělili peníze ze sociálního fondu	12	3
224	6.4.2012	Pěvecký sbor Sonet pořádá charitativní velikonoční koncert	4	4
225	6.4.2012	Diakonie – Společnost přátelská Obecném generacím	4	2
226	20.4.2012	Poradna pomůže bezplatně	4	2
227	20.4.2012	Diakonie Vsetín děkuje	4	4
228	20.4.2012	Poděkování firmě Austin Detonator, s.r.o.	4	4
229	4.5.2012	„Azylák“ děkuje dárcům za DMS	4	4
230	4.5.2012	Poděkování Domova Jitka o.p.s.	4	4
231	18.5.2012	Diakonie zlepší služby pro seniory	4	2
232	18.5.2012	Nepotřebné věci potřebným lidem	4	4
233	18.5.2012	Azylový dům na Hrbové spolupracuje se zahraničím	4	5
234	18.5.2012	Benefiční taneční večer	4	5
235	18.5.2012	Den otevřených dveří v Rosce	4	5
236	18.5.2012	Naděje zve do divadla	4	5
237	1.6.2012	Chcete být kamarádem? Zkuste 5 P	7	2
238	1.6.2012	Skřivánek zazpíval pacientům LDN	4	5
239	15.6.2012	Pomozte Diakonii – darujte umělecké dílo	4	4
240	29.6.2012	Všichni dohromady – integrace do důsledku,	2	6
241	27.7.2012	Azylový dům pro ženy a matky s dětmi, o. p. s. realizuje projekt „Najít směr“	2	5
242	27.7.2012	Vzdělávání pro pracovníky v sociálních službách Zlínského kraje zdarma	2	6
243	27.7.2012	Návštěvou koncertu pomůžete Diakonii	4	4
244	24.8.2012	Veřejná služba startem k zaměstnání	2	7
245	24.8.2012	„Azylák“ nově provozuje schránku důvěry	4	2
246	24.8.2012	Poděkování Charitě Vsetín	4	2
247	7.9.2012	Lidé přispěli na zahradu Domova Jabloňová	4	4
248	7.9.2012	Sbírka Pomerančový den ve prospěch nemocných Alzheimerovou chorobou	4	4
249	21.9.2012	Naděje si připomíná deset let výstavou ve Staré radnici	4	2
250	21.9.2012	Charita pomáhá i na Horním Vsacku	4	5
251	5.10.2012	Pracovníci „azyláku“ se vzdělávali na Slovensku	4	6
252	5.10.2012	Broučci a berušky rozsvítí Vsetín	4	5
253	19.10.2012	Auxiliu pomůže hudba i Divoké husy	4	4

254	2.11.2012	Vánoční večer pro Charitu ozdobí koncert The Tap Tap	4	4
255	2.11.2012	Stovky broučků a berušek rozsvítily potmělý park	4	5
256	2.11.2012	Blíží se Den D v Centru Archa	4	5
257	2.11.2012	Benefiční koncert pro Auxilium	4	4
258	2.11.2012	Šest let terénní asistenční služby	4	2
259	2.11.2012	Zrnko se otevřelo veřejnosti	4	2
260	2.11.2012	Charita zve na jubilejní ples	4	5
261	16.11.2012	The Tap Tap rozezní vsetínskou kalírnu	4	4
262	16.11.2012	Dobročinná aukce Domov i letos	4	4
263	16.11.2012	ELIM rozšiřuje služby, chystá i noclehárnu pro ženy	4	2
264	30.11.2012	The Tap Tap míří na Vsetín	4	4
265	30.11.2012	Azylový dům pomáhá	4	2
266	30.11.2012	Organizace mohou žádat o dotace na rok 2013	12	3
267	30.11.2012	Charita Vsetín oslavila jubileum plesem	4	5
268	14.12.2012	Diakonii a její aukci podpořila i „Saxana“ Černocká	4	4
269	14.12.2012	Tři králové opět vyrazí za koledou	4	4

PŘÍLOHA P 5: REŠERŠE Z DENÍKU MF DNES

por	Datum	Titulek	Skupina	Téma
1	17.1.2012	Stát si zahrává s naší dobrou vůlí, zlobí se pěstouni	4	3
2	18.1.2012	Musíme vysvětlit, že i přes potíže má projekt smysl	2	5
3	18.1.2012	Martin může do školy i díky sbírce spolužáků	4	4
4	19.1.2012	Exprimátor se pojede školit do USA o korupci	10	6
5	19.1.2012	Kdyby nás stát nechal dýchat, charitu neomezíme	4	3
6	20.1.2012	Bitva o 540 milionů. Získá je divadlo, sportovci, či muzeum?	12	3
7	20.1.2012	Z ruiny chtějí udělat opět zámek. Oživují historii a pořádají festivaly	1	5
8	21.1.2012	Dáváme méně, ale má to důvod	4	4
9	23.1.2012	Lidé mění auta za vlaky	5	8
10	24.1.2012	Litoměřice rozdělí v grantech na sport či kulturu milion	12	3
11	24.1.2012	Začněme u kuchařů, bojoval Pohlreich za kvalitu jídel v Brně	2	5
12	24.1.2012	Kdo chce městskou dotaci, musí si pospíšit	12	3
13	24.1.2012	Začněme u kuchařů, bojoval Pohlreich za kvalitu jídel	2	5
14	24.1.2012	Ministryně: Opera a divadlo nebudou válčit	1	3
15	24.1.2012	Na kulturu, sport a akce pro děti jde téměř milion	1	3
16	24.1.2012	Město neziskovým organizacím přidá	12	3
17	25.1.2012	Týrání dítěte může ukončit i všímavý soused	4	7
18	25.1.2012	Káva, svařák, anebo čaj. Přijďte se občerstvit do iglů	12	1
19	26.1.2012	Úředníci vs. nezávislí umělci. První kolo bitvy	1	3
20	26.1.2012	Kritici rozcupovali vizi úředníků i radních, co s kulturou v Brně	1	3
21	27.1.2012	Starostové Šluknovska: Agentura na pomoc sociálně slabým je k ničemu	4	3
22	27.1.2012	Fórum čtenářů	1	7
23	27.1.2012	Informační služba zůstane městu	6	7
24	28.1.2012	Průvodce olomouckou pevností nahradí GPS a chytrý telefon	1	5
25	28.1.2012	Postavili jsme si motokáru, nebo vyřezali pušku. To už děti neumí	7	8
26	28.1.2012	Biopaliva ničí svět víc než benzin, uniklo z Bruselu	5	8
27	28.1.2012	Sdružení prosazuje zájmy svých členů v cestovním ruchu	6	2
28	28.1.2012	Hazard má městům v kraji přinést 300 milionů	4	3
29	30.1.2012	Fond Albert nadělil dětem v kraji 175 tisíc	4	4
30	30.1.2012	Vyhrají úředníci, nebo rozum?	5	3
31	31.1.2012	Nezávislí umělci a město už spolupracují. Opatrně	1	3
32	31.1.2012	Expetrka: Nezávislá scéna se má v Brně nejhůř	1	3
33	31.1.2012	Novoměstský hospic může mít Sestru roku	4	5
34	1.2.2012	Halu město nechce. Postaví několik stanů po celé Praze	6	7

35	1.2.2012	Děti z pěstounských rodin získaly v Turnově lepší péči	4	3
36	1.2.2012	Vládní agentura opouští chudé ve dvou městech	4	3
37	2.2.2012	Ostrava se chce časem zbavit ghett	4	7
38	3.2.2012	Plakáty zdarma? S tím je v Jičíně konec	1	3
39	3.2.2012	Nech mou babičku na pokoji! A vezmi ji dnes na muziku	1	5
40	3.2.2012	Neziskovky už získaly miliony, čekají další	12	3
41	4.2.2012	Rozrušeným cizincům pomáhali i policisté	7	8
42	4.2.2012	Zamrzla stavba největší AZ věže, tuhne doprava	4	5
43	4.2.2012	Mrzne, až praskají koleje	4	5
44	6.2.2012	Libereckému kraji chybí na sociální služby 50 milionů	4	3
45	8.2.2012	Neziskovka zabodovala	7	5
46	8.2.2012	Kraj rozdělí rodinám 3,7 milionu korun	7	3
47	8.2.2012	Vznikl další fond proti korupci. Nese jméno Otakara Motejla	7	4
48	9.2.2012	Mohli by třeba zametat, avšak lelkují. Veřejná služba nefunguje	4	1
49	9.2.2012	Díky „akční skupině“ bezdomovci mají teplé jídlo i kde spát	4	2
50	9.2.2012	Lidí bez práce na jihu Moravy dál přibývá. Hlavně mužů	4	7
51	10.2.2012	V Liberci vyrostla další atrakce – ledový bar	6	5
52	11.2.2012	Mnohá srdce nezamrzla a lidé bez domova se tak dočkali pomoci	4	4
53	13.2.2012	Dluh sto korun už nevyžene poplatky do desítek tisíc	4	7
54	13.2.2012	Žádná terapie. Lidé s postižením budou brát léky a sedět u televize	4	3
55	13.2.2012	První liga v Hradišti je pro nás velká reklama	7	7
56	14.2.2012	Na halu nemusel dát Liberec ani korunu, přesto ji nechce	6	3
57	15.2.2012	Kraj znovu rozdělí miliony na dotacích	12	3
58	15.2.2012	Radnice rozdělí granty na kulturu a sport	12	3
59	15.2.2012	Teď nic neřeknou. Zeptejte se pana...	7	8
60	16.2.2012	Lidé od nás	2	6
61	17.2.2012	Prosek vypadá mnohem lépe, než před čtyřiceti lety	6	7
62	18.2.2012	Věnují se lidem v nouzi, teď se v ní sami ocitli	4	3
63	18.2.2012	Operátoři v Chrudimi zůstanou. Ale call centrum Vodafonu opustí desítky lidí	11	7
64	20.2.2012	Asekol podpoří sběr elektroodpadu	5	7
65	21.2.2012	Státu šetří miliony a stará se o děti. Fondu ale chybí peníze	4	3
66	21.2.2012	I konšelé jsou závislí na hazardu	7	3
67	21.2.2012	Komise všechny výrobky prohlédla i ochutnala	7	8
68	23.2.2012	Advokáti někdy poskytují své služby i zadarmo, nebo se slevou	4	1
69	23.2.2012	Kopáč, nebo inženýr? Oba ke koštěti	4	7
70	24.2.2012	Plzeň přidává chudým na jídlo i na školní potřeby	4	3
71	24.2.2012	Kupte si plyšáka, přispějete do kapsy naší společnosti	4	4
72	24.2.2012	Štve mě akutní nedostatek míst k parkování	2	6

73	27.2.2012	Lidé na okraji? Je třeba myslet hodně dopředu	4	1
74	27.2.2012	Jak pomoci Romům, aby si rychle pomáhali sami	4	1
75	27.2.2012	2017 – konec povodní na Bečvě? Čeká se od roku 1997	6	3
76	28.2.2012	Centra měst by měla sloužit lidem, ne autům	5	7
77	28.2.2012	„Neziskovky“ mohou žádat o peníze	12	3
78	29.2.2012	IQ Roma servis opraví své nové sídlo	4	2
79	29.2.2012	Pokud jsou lidé schopni žít mimo domov, zaslouží si tu šanci dostat	4	1
80	29.2.2012	Lidé odevzdali tři stovky telefonů	5	5
81	1.3.2012	Na vašem starém kole mohou jezdit africké děti do školy	10	4
82	1.3.2012	Sbírají kola pro děti z Afriky	10	4
83	1.3.2012	Dobrovolníci se mohou zapojit do jarního úklidu	5	5
84	1.3.2012	Každý desátý požár v Praze zavíní bezdomovci	4	7
85	1.3.2012	Kam se starým kolem? Do Gambie	10	4
86	2.3.2012	Krátce	12	7
87	2.3.2012	Mám radost z úspěchů našich klientů	4	5
88	6.3.2012	Štědrost dárců napraví hloupost žháře. Dům pro mladé z ústavů ožije	4	7
89	8.3.2012	Pomozte postiženým. Sdružení Tulipán vyhlašuje tříletou sbírku	4	4
90	10.3.2012	Světovar letos otevře výstava soch i kulturní dílny	1	5
91	13.3.2012	Ve Slavii se hraje divadlo, ale můžete si tu i zacvičit jógu	1	2
92	15.3.2012	Ministryně Hanáková hájí Dům kultury	6	7
93	16.3.2012	Vláda škrtá. Ocitnou se postižení bez pomoci?	4	3
94	17.3.2012	Nejdříve Schodies, pak silné myšlenky	1	5
95	17.3.2012	Sřet zájmů. V Liberci ho máme plná ústa, ale >skutek utek<	7	7
96	20.3.2012	Obce na Žďársku se sdružily, aby dosáhly na evropské peníze	6	3
97	21.3.2012	Vaším objektivem	1	1
98	22.3.2012	Práce pro humanitně vzdělané není v Česku dost, Evropa je však na tom ještě hůře	11	7
99	22.3.2012	Na vítězku čeká zájezd k moři	3	5
100	22.3.2012	Senioři otevřeli svůj klub ve Velehradské ulici	4	2
101	23.3.2012	Nádraží: místo skleníku objekt s trávou na střeše	6	7
102	26.3.2012	Na startu byl rekordní počet mužů	3	5
103	27.3.2012	V Balinách se bude léčit zahradní terapií	3	2
104	27.3.2012	Krátce	7	8
105	28.3.2012	Smetana odsouzený za tykadla v tom není sám, má fanclub	7	8
106	29.3.2012	Péče o nemocné a umírající? Tam si svou pracovní dobu neurčíte	4	1
107	29.3.2012	Neziskovky se představí na jarmarku	1	5
108	29.3.2012	Fórum čtenářů	12	8

109	29.3.2012	Sociální služby využívá na Vysočině zhruba sto tisíc lidí. Přibývají další	4	1
110	31.3.2012	Konec terapiím. Lidé s postižením už nemají kam jít	4	3
111	31.3.2012	Vedení kraje začíná zkoumat život v ghettech na severu Čech	4	7
112	31.3.2012	Jedna dobrá a jedna docela špatná zpráva	4	3
113	2.4.2012	Zbaví se Beroun konečně prázdné ubytovny Hobex?	12	7
114	2.4.2012	V Brně osvětlujeme dokonce i neexistující sochu Jošta	5	1
115	3.4.2012	Narkomany čeká placení testů. Prevent musí šetřit	4	3
116	4.4.2012	Sportovní kluby se vrhly na radnice: dejte peníze z hazardu	7	3
117	6.4.2012	Máme radost i z malého úspěchu	3	5
118	6.4.2012	AlcelorMittal rozdělí mezi neziskové organizace jeden milion korun	8	4
119	6.4.2012	Školáci z Březové vyhráli kraj. Vědí, jak se má zdravě žít	5	5
120	7.4.2012	Fórum čtenářů	7	8
121	10.4.2012	Spor o dotace. Veletrh dětské knihy byl narychlo zrušen	2	3
122	11.4.2012	Krátce	4	8
123	11.4.2012	Je to kampaň zavřených očí	10	7
124	12.4.2012	Neziskovky chtějí od nadace v Ústí získat víc než 1,3 milionu	4	3
125	14.4.2012	Trable domovů důchodců- Dětem se nechce platit za rodiče	4	3
126	14.4.2012	My děti neučíme. Jen nesmyslně testujeme	2	6
127	14.4.2012	Odborníci svěřili neúspěšné děti středoškolákům. Vyplatilo se to	2	5
128	16.4.2012	Euroregion získá desítky milionů	6	3
129	16.4.2012	O peníze prosí celý rok. Aby mohli lidé důstojně odejít	4	3
130	17.4.2012	Roky byli považováni za vyhynulé, Hulmany znovuobjevil zoolog z Ústí	2	8
131	17.4.2012	Evropské peníze vyženou z kostela drogy i bezdomovce	4	3
132	17.4.2012	Takoví to bývali kamarádi. Dnes se kněz a politik soudí	12	8
133	18.4.2012	Kdysi se v nich věřící modlili, teď tady prodávají burčák	6	1
134	19.4.2012	Vlajku pro Tibet Kroměříž nechce, raději hodlá pomoci sbírkou	10	4
135	20.4.2012	Boskovice slaví 790 let od první zmínky. Sportem i výstavami	1	2
136	21.4.2012	ArtBuffé servíruje umění mladých i Markýze de Sade	1	2
137	21.4.2012	Kulturní obec se díky Plzni 2015 propojí	1	2
138	24.4.2012	Stínový ministr práce a sociálních věcí	4	7
139	26.4.2012	Na Zlínské jaro přijede Šiklová nebo Kocáb	1	4
140	27.4.2012	Vybírejte si podle kvality, Do nejbližšího zařízení nemusíte	4	7
141	27.4.2012	Všechny dívky jsou krásné a šikovné. Porotci soutěže to budou mít těžké	2	5
142	28.4.2012	Papírování i kvůli výletu	2	8
143	30.4.2012	V Krumlově se můžete v květnu políbit na náměstí Lásky	1	5

144	30.4.2012	Šéf hospodářské komory Prchal: Zóny čekají na nové investory	6	7
145	3.5.2012	Krajské volby a stále stejná témata	12	7
146	3.5.2012	Litoměřice se chlubí nejdelším řetězem z rukavic v Česku	1	5
147	4.5.2012	Pamětníci mluví z telefonu: i o lynčování a popravě rodičů	2	6
148	7.5.2012	Nabídce brigád pro studenty dominují pouliční prodeje	4	8
149	9.5.2012	Sběr elektroodpadu: kraji patří druhá příčka	5	5
150	9.5.2012	Školáci uspěli v soutěži o zdravé výživě	3	5
151	11.5.2012	Nezaměstnanost srazily práce na stavbách, farmách či v lesích	4	7
152	11.5.2012	Exodus cizinců. Z Pardubicka už jich odešlo přes sedm tisíc	11	8
153	14.5.2012	Břeclav narychlo svolala krizový štáb. Opět kvůli napadení chlapce	7	7
154	14.5.2012	Dobrovolník, vzácný druh	12	1
155	15.5.2012	Vyzvedne děti ze školy i přečte pohádku. Adoptivní babička	4	2
156	16.5.2012	Fórum čtenářů	7	7
157	16.5.2012	Příznivci hor, přidejte se, uklidíme sjezdovku na Neklidu	5	5
158	16.5.2012	Břeclav by uklidnilo, kdyby policie promluvila	7	7
159	17.5.2012	Čeští manažeři jsou málo doma a necítí radost z práce	11	8
160	17.5.2012	Nadace Euronisa připravuje benefiční fotbalový turnaj	4	4
161	21.5.2012	Města čekají na peníze z hazardu. Zatím marně	4	3
162	21.5.2012	Jihočeská ratolest startuje už podruhé	1	5
163	21.5.2012	Vila, kde točil Havel: odchody jsou její osud	12	8
164	23.5.2012	Magistrát rozdělí evropské peníze	12	3
165	23.5.2012	V Břeclavi jednali o bezpečnosti	7	7
166	24.5.2012	Na začátku bylo nadšení, dnes už máme pobočky	7	2
167	24.5.2012	Nadace Euronisa rozděljuje statisíce	12	3
168	25.5.2012	Muzikanti si festival pochvalují	1	1
169	25.5.2012	Kalousskovo škrcení povolilo, hrozba nouze v Plzni ustupuje	7	3
170	25.5.2012	Bohnická léčebna do zítřka patří festivalu Mezi ploty	3	5
171	25.5.2012	Léčebna pomáhá snazšímu návratu do života	3	2
172	25.5.2012	První návštěvníci mohou poznat GeoLocí – nový národní geopark	6	2
173	25.5.2012	Kašpárek nabídne Ten Halywůd i hovínkovou dílnu	1	2
174	28.5.2012	Mezi ploty byl největší zájem o Milostný trojúhelník	3	5
175	29.5.2012	Chrudim chce koupit od armády areál bývalého radaru	6	7
176	31.5.2012	Snažím se zabránit izolaci seniorů	4	8
177	31.5.2012	Zjistěte, jak jste silní. Zašplhejte si	7	5
178	1.6.2012	Krátce	2	8
179	2.6.2012	Před radnicí se představí neziskové organizace	4	1
180	4.6.2012	Dopisy podporují pěstitele konopí. Zahltily ministerstvo	7	8
181	5.6.2012	Petice na Máji: za sílící napětí může i romský koordinátor	4	7
182	8.6.2012	Jde to i ekologicky, vyzývají pořadatelé festivalu na Letné	5	5
183	8.6.2012	Lucie Bílá zazpívá pro Handicap (?)	4	4

184	11.6.2012	Dobročinný obchod BUŤI jen na internetu	4	4
185	11.6.2012	Při Létu nad Lužnicí spojí síly Peshata a Swing Band	1	4
186	11.6.2012	Dobročinný obchod Českého západu končí	4	4
187	11.6.2012	Kraj rozdělí miliony do vyloučených lokalit	6	3
188	12.6.2012	Hnutí PRO kraj povede do voleb exposlanec Přemysl Rabas	7	7
189	12.6.2012	Oblečení je za babku, plyšák někdy dokonce zdarma	4	4
190	14.6.2012	Litoměřice získaly titu Rekord roku. Za vláček, který uctí sira Wintona	1	7
191	14.6.2012	Lidé podporují pěstitele konopí. Píší žalobcům	7	8
192	19.6.2012	Galerie ukáže, jak pracuje designér	12	5
193	19.6.2012	Další bruselské miliony podpoří cestovní ruch	6	3
194	21.6.2012	Den Meliny Mercouri uzavře v sobotu Americkou třídu	12	5
195	22.6.2012	Domovy důchodců a další zařízení dostanou 140 milionů	4	3
196	26.6.2012	Rok 2002 povodeň, 2012 titul	4	7
197	27.6.2012	Handicap založili kamarádi	4	2
198	29.6.2012	Chobotnice, erby, trůn pro krále. Z plastových víček	5	4
199	29.6.2012	V Řecku se objevila malárie. U lidí, kteří nikdy necestovali	10	8
200	2.7.2012	Která památka přežije. Mlýn, kostel, či zámek	1	3
201	3.7.2012	Fotbalisté dali Bazalce šek na 42500 korun	3	7
202	3.7.2012	Spravedlnost podle Hirsta není slepá, ale těhotná	6	7
203	4.7.2012	Centrum pomoci funguje už 20 let	4	2
204	4.7.2012	Lidé mohou darovat oblečení diakonii	4	4
205	7.7.2012	Vyprahlý Velehrad připomněl věrozvěsty a těší se na papeže	9	5
206	9.7.2012	Festival v ulicích se vrací do Ostravy. Všechno je zdarma	1	5
207	10.7.2012	Volební trumf? „Občanka“ na levnější plyn či telefonování	12	7
208	17.7.2012	Dívka spíše porodí, než získá základní vzdělání	10	1
209	17.7.2012	Dívku někdy prodá i vlastní přítel	10	1
210	18.7.2012	Obce i organizace chtějí společně rozvíjet region	6	5
211	19.7.2012	Střední obce plánují rozvoj. V Prášílech čekají bídné časy	6	5
212	20.7.2012	Fotbalisté odehrají poslední zápas před ligou doma	4	8
213	20.7.2012	Pomáhají lidem po zemětřesení i ničivých záplavách. Nyní končí	4	3
214	20.7.2012	Moc nezmůžeme, říkají všichni, kdo řeší bezdomovce	4	3
215	21.7.2012	Hotel chystá pro Albrightovou jelena a zapečené hrušky	2	8
216	25.7.2012	Krátce	4	7
217	28.7.2012	Lidé z Dřevnovic chtějí mít vlastní domobranu	7	8
218	30.7.2012	Neziskovka získala auto pro nemocné	4	4
219	31.7.2012	Studenti pomáhají s obnovou venkova a památek	6	5
220	2.8.2012	Zoufalí Romové chtěli demonstrovat	4	7
221	3.8.2012	Krátce	1	7
222	6.8.2012	Je náš, není náš?	4	7
223	6.8.2012	Děti u přechodu budou hlídat dlouhodobě nezaměstnaní	4	7
224	9.8.2012	Úředníci sociálních věcí přesídlili za divadlo	4	7

225	10.8.2012	Vadná kanalizace z ghetta smrdí až na magistrát	4	3
226	13.8.2012	Jak předejít osudu domů z Přednádraží	6	3
227	14.8.2012	Tepličtí budou pro Keňu vybírat staré kopačky	10	4
228	14.8.2012	Na Roudné padaly domy a mezi lidmi zavládla vlna solidarity	4	4
229	16.8.2012	Mecenáš Čerych, jenž daroval vilu nadaci, odešel v 86 letech	2	4
230	16.8.2012	Koncert v parku nad klubem Cesta podpoří postižené lidi z Tulipánu	4	4
231	17.8.2012	Povodeň smazala rozdíly, pomáhali všichni všem...	4	4
232	17.8.2012	Pořadatel litoměřického koncertu Kabátu pošle za hlučnou noc desátek na charitu	4	4
233	20.8.2012	Lidé se neobejdou bez technických vymožeností	5	8
234	21.8.2012	Jak trávíte volný čas? Bazalka sbírá náměty pro nové pexeso	1	5
235	23.8.2012	Fórum čtenářů	7	7
236	23.8.2012	Poskytovatelům predátorských půjček hrozí až 20 milionů pokuty	4	8
237	27.8.2012	Žije se tady moc dobře, ale ta zima!	1	1
238	28.8.2012	Miliony z hazardu navíc vylepší městům rozpočet	4	3
239	30.8.2012	Česka zpívá v Malawi, aby pomohla rozvoji tamních škol	10	4
240	31.8.2012	Během voleb asi bude i referendum o hernách	4	3
241	31.8.2012	Hornické slavnosti jsou opět zdarma	1	5
242	3.9.2012	Zchátralý mlýn přestavěli skauti na ekocentrum	5	5
243	3.9.2012	Mezi horníky létal anděl. Slavnosti předznamenal důlní otřes	12	5
244	4.9.2012	Nová škola má hřiště na střeše tělocvičny	6	7
245	4.9.2012	Studentské volby berou politici v zahraničí vážně, mladí ukazují na trendy ve vývoji	10	8
246	6.9.2012	Farna na benefici podpoří neziskovky	4	4
247	8.9.2012	Mám plán, se kterým jsem šel už ze zoo	12	8
248	8.9.2012	Zakažte herny, žádá petice v Teplicích. Bude referendum?	4	3
249	10.9.2012	Pomáhá hazardu, řekli o vsetínském aktivistovi	4	7
250	12.9.2012	Anketa	1	1
251	12.9.2012	Přijde vám žádost Rock for People oprávněná?	1	7
252	13.9.2012	Pes pátrač vylepšoval kondici. Čekají ho akce	7	7
253	13.9.2012	Na dětskou skupinu dostanou firmy evropské peníze	7	3
254	14.9.2012	Víkendové tipy	1	7
255	18.9.2012	Firmy nechtějí přijít o lidi, začínají stavět školky	11	1
256	19.9.2012	Pan Dušek opět v MF Dnes	6	5
257	20.9.2012	Oprava kostela v potížích. Nedostane ani korunu dotací	1	3
258	20.9.2012	Pan Dušek opět v MF Dnes	6	5
259	20.9.2012	Byt za práci. Sociální inkluze se rozjíždí	4	1
260	21.9.2012	V sobotu bude >sousedská< slavnost	10	5
261	21.9.2012	Pan Dušek opět v MF Dnes	6	5
262	21.9.2012	Padesátka neziskovek nabídne pomoc i zábavu	12	1

263	21.9.2012	Turisté dostanou informace on-line	6	8
264	22.9.2012	Město chce zpátky miliony. Dá sto tisíc za soud s Matýskem	4	3
265	22.9.2012	Korupce je mnohem horší, než lidé vůbec tuší	7	7
266	24.9.2012	Chaos v jízdních řádech? Zodpovědný radní by skončil, slibuje lídr ČSSD	12	8
267	24.9.2012	Do konce měsíce bude jasné, kdo v kraji třídí nejlépe	5	5
268	25.9.2012	Dobročinný obchod otevřou v areálu Svitů	4	4
269	25.9.2012	Tři čtvrtiny lidí jsou nespokojeny se svou mzdou	11	8
270	26.9.2012	Plzeňské ikony potřetí. Novátoři, průkopníci, ale také dobrodruzi	1	7
271	29.9.2012	Portréty významných lidí lze vidět v Mlýnské strouze	1	7
272	1.10.2012	Krásná do čtyřiceti? Sedmdesátileté Češky pózovaly coby modelky	4	5
273	1.10.2012	Mattoniho pravnuke se v Kyselce zděsil	6	7
274	1.10.2012	Stáří? No a co, i v pětasedmdesáti pózují	4	5
275	1.10.2012	Nehádejte se, klidní šternberk znesvářené romské skupiny	7	7
276	2.10.2012	České podniky s lidmi nad 50 let moc nepočítají	11	8
277	3.10.2012	Sedlčany vedou ve sběru elektroodpadu	5	7
278	4.10.2012	Lidé by se měli o kvalitním jídle víc dozvědět, shodují se místní výrobci	2	7
279	5.10.2012	Do Škodovky zítra vyrazí i vlak s parní lokomotivou	1	5
280	5.10.2012	Láká mě práce v sociálních službách. Těžká, hůř placená	4	1
281	6.10.2012	Máme rychle rušit zvláštní školy?	2	6
282	8.10.2012	Šéf exekutorů: O žádném spolčení s advokáty nevím	4	7
283	8.10.2012	Výchova k ekologii: Ve školách se třídí, sbírá a taky soutěží	5	5
284	11.10.2012	Volí se i na Brodsku. Politici chtějí třeba nové obchvaty měst	6	7
285	11.10.2012	Soldán: Sdružení dokázalo změnit výuku i oživit praxi	2	6
286	12.10.2012	Hand for help pomáhala po celém světě. Teď je v konkurzu	4	3
287	16.10.2012	Uspěli lékaři i další osobnosti. Lidé od nich čekají pomoc	4	7
288	18.10.2012	Svázali se černou, aby varovali	10	5
289	18.10.2012	Radnice chtějí dostat sexbyznys pod kontrolu	3	7
290	18.10.2012	Krátce	6	7
291	18.10.2012	Unikátní projekt nabízí zdarma mediální semináře	2	6
292	18.10.2012	Nadace Euronisa nabídne v benefici díla za více než milion	4	4
293	18.10.2012	Bývalé kino nově využijí herci a také malíři	1	7
294	19.10.2012	Fórum čtenářů	12	8
295	19.10.2012	Přijede muž z Panamy. Zná dobře trh s banány	10	5
296	19.10.2012	Telegraficky	12	8
297	22.10.2012	Pražané odevzdávají elektrické spotřebiče	5	5
298	23.10.2012	Strany pošlou do výboru dotačního úřadu nové lidi	12	7
299	24.10.2012	Centrum Ostravy skomírá, život se přesouvá na Karolinu	6	7
300	26.10.2012	Tři města, jedno teplo. Proč Hradečáci doplácí?	12	5
301	27.10.2012	Zlomenou nohu lidé vnímají lépe než duševní onemocnění	3	5

302	30.10.2012	Přečtěte si	2	7
303	31.10.2012	Bývalé sídlo LVT čeká dražba, Liberec chce 16,5 milionu	6	7
304	1.11.2012	Ani v zimě nespíme, zní z hradů a zámků	1	1
305	2.11.2012	Romové z Předlic píší městu: Pomozte nám	4	7
306	5.11.2012	Centrum pro děti z ghetta bude, ale budí rozpaky	4	3
307	5.11.2012	V Praze nastane konec rozvoje cyklodopravy, obávají se odborníci	7	7
308	6.11.2012	I Hradecký kraj má svoje mouchy: kulturu a školy	1	7
309	6.11.2012	Za pět starých elektrospotřebičů můžete vyhrát nový tablet	5	5
310	6.11.2012	Šperky pomohou mladým v Africe	10	4
311	7.11.2012	Jednu ruinu opustili, kvůli další teď bydlí v tělocvičně	4	3
312	8.11.2012	Dvoudenní seminář poradí, jak lépe proniknout do médií	2	6
313	8.11.2012	Personálie Noví lidé v IAF, PwC, Slavia pojišťovně	2	6
314	8.11.2012	Romové žádali rovná práva ve školství, prošli od magistrátu k budově školní inspekce	7	7
315	9.11.2012	Krátce	6	7
316	10.11.2012	Lidé z ústeckých Předlic půjdou z tělocvičny na ubytovnu	4	3
317	10.11.2012	Šíření úplavice se nedaří zastavit	3	5
318	13.11.2012	Města dají statisíce poradcům. Je to lepší, než platit pokuty	7	7
319	13.11.2012	Padal jim dům, ale ubytovnu nechtěli. Včera už ji přijali	4	7
320	15.11.2012	Skvělé bude, když přilákáme i místní bouchače	4	4
321	15.11.2012	Nápadití studenti se mohou hlásit o evropské peníze	2	3
322	16.11.2012	Radnice pomáhá sportovcům, dá jim peníze z hazardu	7	3
323	19.11.2012	Euronisa chystá další dražbu: 180 děl za více než milion	12	4
324	19.11.2012	Za méně odpadků dají ve Vyskytné méně peněz	5	7
325	19.11.2012	Co se zdražováním odpadu? Udělat pár kroků navíc	5	5
326	19.11.2012	Kadaň začne pomáhat chudým rodinám z Prunéřova	4	3
327	20.11.2012	Ženu vystrašil ruční granát. Ležel na zemi	12	8
328	21.11.2012	Aukce vynesla milion	4	4
329	21.11.2012	Lidé s nemocnou duší najdou pomoc Ledovce na nové adrese	4	2
330	22.11.2012	Krátce	2	7
331	23.11.2012	Peníze z aukce uměleckých děl půjdou na charitu	4	4
332	23.11.2012	Pomoc potřebným, to je ta nejkrásnější práce	4	2
333	23.11.2012	Dobrovolníci směřují na transfúzní stanice či třeba pomáhat s úklidem	12	1
334	27.11.2012	Amalthea hledá nové pěstouny: Se vším poradíme	4	5
335	29.11.2012	O kvalitní techniky se firmy přetahují, shodli se v debatě	11	1
336	30.11.2012	Telegraficky	6	7
337	30.11.2012	Romové: Pomozte nám Město: Starejte se sami	4	7
338	30.11.2012	V aukci si jde koupit umělecká díla	4	4
339	30.11.2012	Aktivisté z obou stran hranice spojí síly	10	5
340	4.12.2012	Ve Zlínském kraji je bezpečněji než jinde	7	7

341	4.12.2012	Kraj, kde scházejí policisté. I tak je nejbezpečnější v zemi	7	7
342	4.12.2012	Na rallye statisíce. Na část projektů pro postižené nic	7	3
343	5.12.2012	Dostali ocenění. Ve svém volnu těšili nemocné děti nebo seniory	4	1
344	7.12.2012	Skazzen si můžete stavět u počítače	1	8
345	10.12.2012	Andělská aukce pomůže Arpidě. Obrazy se draží dnes	4	4
346	11.12.2012	Politici v Sokolově nabídnou pohoštění u vánočního stromu	4	5
347	12.12.2012	Hazard v Plzni vítězí	4	3
348	13.12.2012	Pomáháte potřebným také vy? Jak?	4	4
349	14.12.2012	Doba zmatků	12	8
350	15.12.2012	Plzeňské školy čeká bídný rok. Město šetří, tak jim bere peníze	2	3
351	18.12.2012	Opozice chtěla zrušit fond hejtmana. Uspěla zčásti	12	3
352	19.12.2012	Vodní kapky pro Afriku: 240 tisíc na obnovu studní	10	4
353	28.12.2012	Život v kraji bude v příštím roce o něco příjemnější	6	7
354	29.12.2012	Šéf konzumu Hlavsa: Jsme družstvo. Proto máme úspěch	12	8
355	31.12.2012	Soudy mají kontrolovat, zda konají blaho	7	7
356	31.12.2012	Na co se můžete těšit příští rok	6	2
357	3.1.2013	Nechtěla bych být tam, kde jsem díky nějaké kvótě	12	8
358	3.1.2013	Dům, ve kterém v Ústí umřela žena, půjde k zemi. A možná i další	6	7
359	7.1.2013	Stánek s punčem vydělal rekord, peníze dostanou i matky s dětmi	4	4
360	11.1.2013	Jihočeši pečují o 16 památek z dalších krajů	6	5
361	11.1.2013	Za liberecký Uran musí město platit miliony. Žádá o prominutí	1	3
362	11.1.2013	Památky z Vysočiny musí přežít vedle stálic z Krumlova a Hluboké	1	3
363	11.1.2013	Teplárna >půjčí< své lidi jako dobrovolníky	4	1
364	12.1.2013	Pod Bláníkem vznikne nová akční skupina	6	2
365	12.1.2013	Dotační úřad plánuje rozdělit 4 miliardy	12	3
366	12.1.2013	Pomáhám lidem poznávat své tělo a chránit zdraví	3	2

PŘÍLOHA P 6: ROZHOVOR S MAGDALÉNOU TRUSINOVOU, RÁDIO ČESKO

0:00:03.1 *Trusinová, Česko...*

0:00:06.3 Ohryzek, dobrý den.

0:00:07.5 *Dobry den*

0:00:08.4 Paní Trusinová, my jsme se bavili dopoledne ohledně toho rozhovoru, měla byste čas chvilku?

0:00:15.0 *Jo jo jo, určitě...*

0:00:16.7 Takže, já jsem se Vás chtěl zeptat na pár věcí ohledně PR a media relations neziskových organizací, tam by mě zajímala ta témata, o kterých se asi nejvíc mluví a v jakých oblastech působí ty neziskovky nejvíc, které přes rádio ty informace zveřejňují.

0:00:43.9 *Jo, já se ještě jenom zeptám, vy tu bakalářskou práci máte zaměřenou jak?*

0:00:50.2 Ta je zaměřená na media relations neziskových organizací.

0:00:54.6 *Jo, dobře... Jo, tak já jakoby úplně nedokážu odhadnout, jak je to se zastoupením neziskového sektoru v celém vysílání Rádia Česko, to úplně nevím, protože do toho proudového vysílání se mohou dostat poměrně snadno tím, že třeba dělají zrovna ten den nějakou akci, nebo se zrovna mluví o tématu, který se neziskovek týká. Nicméně, v magazínu, který připravuji s kolegyní Marií Řezáčovou a který se jmenuje „Jak jinak“, tak my tam ty neziskovky třídíme, nebo představujeme spíš podle činnosti a taky podle toho, pro jakou cílovou skupinu jsou zaměřené. Takže se snažíme, aby se nám tam střídali jakoby třeba děti, senioři, závislí, lidé s nějakým hendikepem a do toho potom vstupují jakoby jednotlivé činnosti typu, jestli se jedná o prevenci, o boj právě třeba se závislostmi, takže tam jsou jakoby dva klíče, které kombinujeme. A v podstatě, z toho seznamu, který vy jste poslal, tak já mám dojem, že jsme tam neměli nikoho za ekologii a potom taky na ochranu práv a obhajobu zájmů, třeba ochrana spotřebitelů, nebo vyloženě lobbying neziskovek jsme nedělali. A potom jsme taky nedělali náboženství, to jsme dělali jenom přes ty neziskové organizace, že samozřejmě jsme tam měli Diakonii, Adru, Charitu, ale náboženství jako takové jsme tam taky neměli. Ale jinak, jinak vlastně, ty*

ostatní oblasti jsme tam všechny nějakým způsobem měli.

- 0:02:42.2 A dá se říct, že spíše rovnoměrně zastoupené, nebo třeba ta sociální oblast, která je u těch neziskovech taková častější, tak že byla zastoupená více?
- 0:02:51.4 *No, my se to právě snažíme hodně střídat, ale já to samozřejmě úplně...jsme si na to nikdy žádný výzkum nezádávali...*
- 0:03:00.9 No, já nechci čísla, to je spíš o nějakých Vašich pocitech...
- 0:03:07.9 *No, my jsme se snažili, aby se to hodně střídalo, právě jakoby přes ta témata a i přes tu skupinu příjemců těch služeb. A jinak, co se týče toho... no, no, takže asi takhle.*
- 0:03:25.1 Dobře, a Vy říkáte, že se snažíte, aby se ty neziskovky tam střídaly, to znamená, že je vybíráte především vy, není to tak, že oni by se snažili do toho vysílání dostat...
- 0:03:39.6 *Oni se samozřejmě snaží, ty neziskovky, když se jako o nás dozvěděly, což bylo třeba i tím, že jsem dělala v rámci dobrovolnické činnosti mediální školení na konferenci, kterou pořádaly Neziskovky.cz, tam prostě bylo třeba dvacet zástupců neziskových organizací. Samozřejmě, že když se dozvěděli, že je tady tenhle magazín, že je tady možnost se někde prosadit, tak oni se nabízejí. A my, samozřejmě si vybíráme i z těch jejich nabídek, ale tím, že máme právě ty dvě kritéria, příjemci a činnost, tak si to prostěurčujeme do velké míry sami. A ještě na začátku toho magazínu jsou vždycky upoutávky na to, třeba co se stalo, anebo na to, co neziskovky třeba chystají. Takže tam mají možnost se prosadit. Což je teda jako asi minuta, vždycky tam jsou tři až pět zpráviček. Ale tam jim jakoby promujeme to, co oni zrovna chystají. A jinak, celkově ten magazín je vlastně koncipovaný jako promo, jo, že jsou tam vždycky zástupci buď dvou organizací, které dělají něco podobného, nebo naopak velmi odlišného, ale se stejnou skupinou příjemců, proto se to jmenuje "jak jinak", nebo to taky může být jakoby státní zpráva versus neziskový sektor, a vlastně oni tam dostanou prostor celkem dobře se dobře představit veřejnosti, jaké mají vlastně aktivity a je to hlavně zaměřené na jejich aktivity. S tím, že samozřejmě, když se zrovna řeší financování sociálních služeb, tak jsme měli... nebo když se to jakoby ještě měnilo, jak se to tehdy řešilo ted'ka v tomhle roce, takhle vlastně loni a předloni měli jakoby zástupce ministerstva, MPSV, plus charity a pak tam*

byl ještě někdo, už si to nevybavuju, kteří nám vlastně jako popisovali v čem spočívá konkrétně financování sociálních služeb a jak jsou do toho zapojeny třeba i kraje a takhle.

- 0:05:48.8 No, já jsem si, přiznám se, ten magazín ze záznamu pouštěl několik těch dílů, hlavně ty které se vztahovaly nějakým způsobem k píárku těch neziskových organizací. Vy jste se zmínila před tím, že ten magazín končí?
- 0:06:06.4 *Jo, protože končí celé Rádio Česko. My vlastně vysíláme jenom do konce února.*
- 0:06:12.1 Aha, takže...
- 0:06:13.6 *A potom, no, takže jako by z tohohle toho důvodu. Není to jako, že o to téma by nebyl zájem, ale je to prostě z důvodu ukončení vysílání, no...*
- 0:06:25.1 Dobře, a ještě můžete mi teda říct jak se vám s těma neziskovkama spolupracuje, obecně, jestli je to dobré, nebo jestli spíš si s nimi... jestli je těžké najít někoho s kým je možné se o něčem bavit?
- 0:06:44.4 *Ne, ne to ne, tam já, jako co jim vyčítám je, že se neumí prosazovat víc sami, že, oni podle mě v těch neziskových organizacích, na to vlastně chybí kapacita, že tam není nikdo, kdo by přemýšlel, čím jsme zajímaví. Ne pro klienty, ale pro lidi z venku. A vlastně to souvisí velmi úzce i potom i s fundraisingem, že jo, to jsou jakoby dvě propojené nádoby, samozřejmě. Ale mně přijde, že by mohli být i jakoby mnohem aktivnější. Ale na druhou stranu, když už se na ně člověk obrátí, tak jsou vždycky strašně vstřícní, snaží se maximálně vyjít vstříc, ti pracovníci, a prostě nikdy není problém sehnat hosty. My se prostě tady jako od toho stolu vzpomeneme, které dvě neziskovky oslovíme a třeba dneska jsme měli nadační fondy a zakladatel nadačního fondu Dobrý anděl, což vlastně jako na slovensku je to rozjetý projekt, tady v Česku se to teprve spíš jakoby rozjíždí, oni teď mají velkou informační kampaň, taky proto jsme je chtěli mít v tom magazínu, protože se o nich prostě hodně mluví, tak jako pan Sýkora byl zrovna na dovolené na Novém Zélandu a nebyl problém se s ním domluvit, on prostě, z dovolené jsme po telefonu ten rozhovor předtočili. Takže jenom tím chci říct, že ta vstřícnost je opravdu, opravdu jako velká vůči médiím. Další věc je potom prostě to, že oni jako neprocházejí většinou mediálním tréninkem a občas je to trochu poznat, ale na druhou stranu tím, že dělají zajímavou*

práci a jako člověk když dobře klade otázky, tak je prostě rozmluví. Jako co jim vyčítám je to, že se sami víc neprosazují a to že jim člověk musí občas trochu radit, co o sobě mají říct co je na nich vlastně zajímavého.

0:08:47.5 Tak ale nakonec jim to prospěje, třeba takové setkání s váma, i v této oblasti, že se dozvědí, jak by to měli dělat.

0:08:51.6 *Jo určitě jo,*

0:08:55.7 Dobře a ještě teda...

0:08:56.7 *Jako, je to taková jakoby hodně mírná... vlastně v podstatě mírný způsob jak si zažít to, jak fungují média, protože tím, že ten magazín je vlastně nastavený jako vstřícně v tom smyslu, že my tam do nich nijak netepeme. Ale protože prostě český rozhlas má ze zákona povinnost se věnovat mimo jiné i neziskovému sektoru. Tak tohleto je jako způsob, jakým Český rozhlas plní svoji zákonnou povinnost.*

0:09:24.5 Dobře, já myslím, že už vás dál nebudu obtěžovat, jestli je něco co byste mi chtěla říct na závěr, nějaký postřeh třeba, tak...

0:09:34.9 *Ne, ne, já myslím, že jestli vám to takhle stačí, tak je to úplně v pořádku.*

0:09:38.2 Určitě, určitě. Já vám strašně moc děkuji za rozhovor.

0:09:44.0 *Nemáte vůbec zač. A ať se vám to dobře píše.*

0:09:45.1 Díky, mějte se, na shledanou.

0:09:47.5 *Na shledanou*

PŘÍLOHA P 7: ROZHOVOR S JIŘÍM ŽŮRKEM, VSETÍNSKÉ NOVINY

0:00:08.6 Ohryzek, dobrý den

0:00:09.8 *Žůrek, dobrý den*

0:00:11.4 Pane, Žůrku, já volám kvůli těm neziskovkám, jestli si vzpomínáte...

0:00:16.7 *Jo, jo, ano*

0:00:18.8 No, mě by letos zajímal právě spíš ten pohled z těch médií a hlavně ta témata, která ta média zajímají nejvíce, která jsou nejvíce otiskována a které si myslíte, že by ty neziskovky měly akcentovat více, jestli můžeme na toto téma...

0:00:40.0 *No, tak můžeme, můžeme...*

0:00:42.8 Takže tam byla témata, která jsou třeba otiskována nejvíce, tam se to vztahovalo hlavně ke kultuře, vzdělávání, výzkumu, zdraví, sociálních službách... Já vím tedy ze Vsetínských novin, že tam jsou hodně akcentované ty sociální služby, že ty neziskovky zveřejňují hlavně v této oblasti, potom teda, jaké z těch aktivit tam třeba nejsou zastoupené vůbec.

0:01:13.3 *Já si myslím, že my vycházíme vstříc tem neziskovkám v podstatě ve všech oblastech, které chtějí, protože otázka je, jestli ony toho využívají a chtějí o své práci informovat, anebo některé nevyužívají. Ted' záleží na tom, jak které jsou v tomhle aktivní. Dáváme jim prostor pro zveřejňování svých programů, které mají, třeba různé stacionáře, pro ty, pro seniory, veškeré ty služby mohou u nás zveřejnit. Potom, dáváme jim prostor, když dostanou od někoho nějaký peníz, nebo nějaký přístroj, nebo, nějaké vybavení, tak mohou poděkovat prostřednictvím novin. My to nebereme v podstatě jako jinačí, kteří to berou jako inzerci, jo. My jsme spíš takové médium, které nemá problém se zveřejňováním pozitivních zpráv. Některá média třeba tady toto vůbec nezajímá.*

0:02:25.2 My jsme se loni bavili o to, že těch neziskovek je tolik, a těch zpráv, které se oni snaží zveřejnit, tolik, že už je musíte nějakým způsobem omezovat, že už nemáte tolik místa, abyste jim mohli zveřejnit všechno co chtějí. Je ta situace stejná, anebo se to za ten rok nějak změnilo?

- 0:02:47.7 *No, my jsme našli nějaký takový společný rozsah, kdy je to oboustranně vyhovující, že jim to stačí teda a my jsme schopni jim vyjít vstříc, jo, všem, takže nestává se teď poslední dobou, že bychom museli někoho vyloženě odmítnout, nebo domluvíme se, že třeba to odsuneme o jedny noviny, když máme plné stránky. To jsou většinou takové nadčasové věci, pokud to vyloženě není nějaký program jejich. Ale teď se to tak nějak ustálilo, funguje to, myslím si, že k oboustranné spokojenosti.*
- 0:03:34.1 A když si vezmu ty neziskovky z té sociální oblasti, tam vlastně oni píší nejčastěji o čem? Jsou to ty peníze, kterých se jim nedostává, nebo fundraisingové akce například, případně nějaké vzdělávací, osvětové?
- 0:03:53.3 *Samozřejmě, jako že jim chybí peníze, to je problém každé té neziskovky, ale spíš se na tohle téma píše z pohledu města, které uvolňuje peníze na, vlastně, fungování sociálních služeb, nebo z pohledu kraje, přes který protékají ty státní peníze do těch neziskovek. Ony ty neziskovky samy si nestěžují, vyloženě, že by přes noviny chtěly brečet, to nedělají. Ale spíš se snaží prezentovat ty služby, na kterých třeba mohou něco vydělat, na ty pečovatelské služby a takové. Anybo potom projekty, které mají z Evropské unie, kde v rámci publicity vlastně zveřejňují ty informace o průběhu těch projektů.*
- 0:04:54.0 A jak teda osobně hodnotíte tu spolupráci s nimi? Vy jste loni říkal, že ta spolupráce je víceméně dobrá, ale spíš by mě třeba zajímalo, jestli většina těch neziskovek je spíš aktivních, nebo pasivních, a třeba jestli ta témata pro zveřejňování těch zpráv vyhledáváte spíš vy, anebo s tím chodí ono sami?
- 0:05:22.3 *No většinou oni se ozývají sami, když cítí potřebu něco těm lidem říct. Protože, já kdybych ty jejich zprávy neměl, tak ty noviny zaplním stejně, jo, něčím jiným. Oni prostě vždycky, když cítí tu potřebu, že mají něco nového, mají nějakou novou službu, nebo něco se stalo u nich zajímavého. Samozřejmě posílají mi pozvánky, když mají nějakou akci, tak tam zajdeme, uděláme si sami nějaký článek, ale spíš to bereme tak, že ta aktivita je na jejich straně.*
- 0:06:07.2 Dobře, tak já myslím, že mi to asi stačí, tak Vám poděkuju za rozhovor a mějte se hezky. Díky.
- 0:06:15.4 *Dobře, není zač, na shledanou.*
- 0:06:17.3 Na shledanou

PŘÍLOHA P 8: ROZHOVOR S PETROU PROCHÁZKOVOU, MF DNES

Paní Procházková, já bych na Vás měl několik otázek, které se týkají spolupráce vašich novin s neziskovými organizacemi.

To jste si vybral, teda... (smích)

Jasně...

Mě by zajímalo hlavně, o jakém typu neziskových organizací nejčastěji píšete, v jaké oblasti ty neziskovky pracují. Jestli je to třeba oblast kultury, sociálních služeb, ekologie, rozvoj regionu třeba...

Já si myslím, že je to zastoupeno tak nějak rovnoměrně, protože ty témata i v novinách jako takových se musí střídat, takže nemůžeme se zaměřit na jedno. A je fakt, že neziskovky jako ze všech oblastí posílají neustále zprávy... těžko říct, já si myslím, že nepřevažuje žádná.

Dobře, to byla jedna z těch otázek potom, na které jsem se chtěl zeptat, ale kdybychom se zaměřili... vraťme se zpátky ještě, pokud bychom se zaměřili na neziskovky, které působí v sociálních službách: já bych chtěl vědět třeba, jaká témata těch článků považujete za nejčastější, jaká se tam nejčastěji objevují, jestli je to třeba nedostatek financí, nebo financování vůbec, nebo oznámení o nějakých akcích, buď třeba na získání finančních prostředků, jako nějakých fundraisingových akcí, nebo jakýchkoliv jiných, třeba i kulturního charakteru, nebo charitativních, cokoliv.

Asi to získávání peněz, to bude asi nejčastější. A charita se soustředí obvykle kolem Vánoc.

Potom ty tříkrálové sbírky a podobné věci asi, že?

Tam je toho daleko víc. Kolem Vánoc, jako opravdu, o charitě, v podstatě nic jiného neexistuje, než charita. No, to Tříkrálová sbírka je možná jedna, já nevím, ze tří set akcí.

Aha, dobře, takže spíš ta charita a spíš se to soustřeďuje na tu dobu okolo těch Vánoc. Během toho roku toho není tolik, dá se to tak říct?

Během roku posílají... co tak chodí... Problém je v tom, že ono se to většinou maže. V té záplavě mailů se tyto věci většinou mažou. Abych Vám to přiblížila z praxe, ono se to projíždí, ten mail, otevřete zprávu, kde je... která je od nějaké neziskovky, podíváte se na akci a první jako řešíte, jestli to bude zajímat lidi, jestli je to pro veřejnost akce a co z toho ta veřejnost může mít. To znamená, jestli tam bude nějaký kulturní program, jestli má

smysl tam jít v sobotu s dětma a zabavit se, jo? A pokud ne, pokud je to prostě, že žádáme o nějaké granty, tak se to rovnou maže. A v podstate, dál to člověk ani nečte. Takže jako těžko Vám řeknu, co tam píšou. Málo kdy je to tak konkrétní právě, aby to bylo vůbec možné použít.

A co je třeba tady z těch věcí nejzajímavější, nebo, co si myslíte, že pro ty čtenáře, jak jsme se bavili o té atraktivitě, co je nejzajímavější, takové nejděčnější téma, nebo třeba i pro Vás, jako novináře? Jako, jsou to ty akce s těma dětma, nebo, co to může být?

Asi jo, vzhledem k tomu, k té skladbě lidí, kteří nás čtou, tak asi opravdu akce, jako kulturní akce, anebo volnočasové akce.

Dobře, a Vy jste říkala, že oni vám vlastně posílají ty tiskové zprávy, takže je to spíš tak, že ta témata jdou přímo od nich, že, nebo ty zprávy jdou přímo od nich. Vy je nijak aktivně sami nevyhledáváte, že byste...

Ne

Ne, prostě nepíšete autorské články, spíš jsou to tiskovky těch neziskových organizací.

Ne, to je ještě jinak, oni pošlou tiskovku, která pro nás je pouze tip. Potom to zpracování v žádném případě neotiskujeme, tiskové zprávy v té podobě, v které poslali. Ale pokud pošlou tiskovou zprávu o tom, že, já nevím, budou skládat vršky od PET flašek na náměstí, aby tím podpořili něco, nebo získali něco, tak je vyhodnotíme, jestli je nějaká podobná akce, jestli se to hodí zrovna do skladby novin a případně tam zajedeme a uděláme vlastní fotky, uděláme vlastní reportáž. Pak teda to ale není až tak o té neziskovce, nebavíme se až tak s těma lidma z té neziskovky, ale s těma děckama, které tam skládají na tom náměstí ty vršky. A zajímá nás jako, co to je za děcka, proč tam přišly, proč radši nehrajou na počítači, co o tom vědí, o té akci, čemu tím pomůžou, jestli je to baví, jo? A pak je tam teda zmínka, že akci pořádal ten a ten chtěl tím dokázat to a to. Takže určitě to není tak, že pošlou tiskovku a tu my otisknem.

Hm, takhle to neděláte nikdy.

Ne, ne

Dobře...

Vlastně, vždycky je to jako naše zpracování a v podstatě, ta tiskovka je pro nás tip.

Dobře, rozumím. A celkově jak hodnotíte tu spolupráci s těma neziskovkami? Je dobrá, nebo spíš horší? Jestli tam je vůbec nějaká, jestli se dá o nějaké spolupráci mluvit?

Tak dá, určitě dá. Jako jsou neziskovky, ale já teď, kdybyste mě zabil, tak Vám neřeknu jaké... Asekol tuším, třeba je neziskovka

sbírají ten elektroodpad...

Tak, sběr odpadu. Ti jsou třeba schopní poslat: konkrétní škola v Kroměříži nasbírala nejvíc baterek, vyhráli, já nevím, stolní fotbálek. Nebo ty děcka za to dostávají nějaké body a za body si pak vyberou v katalogu nějakou cenu. Tak jedeme do školy, uděláme reportáž ze školy, jak děcka sbírají baterky.

Nebo třeba je dobrý příklad: Máme, dostanem od nich čísla, dostanem od nich statistiku: Tahle škola vybrala, já nevím, tři tuny baterek, další v pořadí je škola, která vybrala jenom tunu baterek, takže tahle je tím pádem podstatně lepší, než všechny ostatní. Jo, je to podložené čísla, je to nějak zdůvodnitelné.

A když bych se ještě teda zaměřil na tu spolupráci, nebo vůbec na tu komunikaci těch neziskovek s médii, co myslíte, že by mohly změnit, zlepšit, aby se jim třeba dařilo víc článků uveřejňovat? Jestli tedy vůbec můžou něco.

Stavět ty tiskové zprávy tady tímhle způsobem. Na něčem konkrétním. Jo, pokud je to o..., jak jsme se bavili o těch sociálních službách, sbírka pro nějakého konkrétního člověka, nebo pro, já nevím, zaměřená na lidi s konkrétní nemocí, tak přidat nějaký příběh toho člověka. Nebo napsat, přidat statistiku, kolik těch lidí ve Zlínském kraji je. Vždycky je potřeba, aby to bylo vztažené k Zlínskému kraji, protože jsme regionální příloha a počet nemocných celorepublikově je nám k ničemu. Pokud ty zprávy prostě postaví na někom, nebo na něčem konkrétním, případně je podpoří nějakou statistikou, tak mají daleko větší šanci, že s nimi uspějí. Většinou to jsou bohužel zprávy jako, opravdu, „žádáme o grant“.

Těch peněz mají teď čím dál méně, takže je to docela pochopitelné, ale asi to není správná cesta...

Jo, jo, je to pochopitelné, ale kdyby se to prostě postavilo..., z naší strany není prostě prostor na to, abysme za každou takovou zprávou, za každým grantem hledali, na co to půjde, kdo si, já nevím, s těma hračkama bude hrát, nebo kdo na tom vozíku bude jezdit, jo, na to absolutně není prostor! To znamená, že tohle by měli poskytovat oni.

Dobře, takže já už Vás asi nebudu déle zdržovat, mně to určitě stačí a moc Vám děkuju

Za málo, tak jo, mějte se...

Mějte se taky...

Na shledanou

Na shledanou

PŘÍLOHA P 9: ROZHOVOR S LIBOREM ČADOU, TELEVIZE BESKYD

Libor Čada, dobrý den.

Ohryzek, dobrý den.

Takže já mám na Vás jenom několik otázek, které se týkají spolupráce vaší televize s neziskovými organizacemi. Mě by hlavně zajímalo, jaký typ neziskových organizací se vyskytuje ve vysílání, a tím myslím oblast, ve kterých ty neziskovky působí. Jestli je to třeba kultura, sociální služby, ekologie, rozvoj regionu, nebo něco podobného.

Když bychom to měli vzít obecně, tak to bude asi v pořadí: kultura, sport a potom ta sociální oblast.

Dobře, a když bychom se zaměřili čistě na tu sociální oblast, na ty neziskovky, které působí v sociálních službách, tak jaká témata těch příspěvků považujete za nejčastější? Jestli je to financování, nebo nějaké akce na získání třeba těch finančních prostředků, fundraisingové akce, nebo akce kulturního charakteru, případně charita...

Jsou to charita, akce kulturního charakteru a potom v podstatě, prezentace té činnosti za účelem získání těch financí, jak jsem říkal.

Rozumím, a které z těch témat je pro diváky, nebo i pro vás jako novináře nejzajímavější, nejatraktivnější, nebo jaké je takové nejděčnější téma?

V podstatě, oni se to snaží nějakým způsobem navázat a spojit s tím, aby tam měli nějakou významnou osobnost. To znamená, pokud by to byla jenom prezentace nějaké činnosti, tak je to samozřejmě reportáž o tom, že někdo něco dělá. Ale v momentě, kdy je to prostě nějaká charita, nebo něco, kde už mají třeba pozvaného nějakého významnějšího hosta, tak samozřejmě to potom zvyšuje atraktivitu té reportáže. Jako že tam je nějaký mediálně známý obličej...

Třeba starostku, když tam pozvou, nebo někoho takového, tak mají zájem to odprezentovat v té televizi.

Ano, ano. Byla tady třeba akce, ale to třeba jako dělala diakonie, ale jsou tady prostě, kdy opravdu mají pozvané známé umělce, kteří třeba předvedou nad něčím záštitu, nebo jsou to potom třeba i osobnosti z regionu. Že to není potom jenom v podstatě ta neziskovka jako

taková, ale vždycky se snaží o někoho opřít. A určitě to té reportáži pomůže.

A vy si vybíráte častěji sami, o čem budete vysílat, anebo je to spíš tak, že oni vás třeba osloví, pozvou na nějakou akci, nebo pošlou nějakou tiskovku a vy potom na základě toho třeba přijedete a uděláte reportáž?

Je to tak, že u nás se sbíhají ty pozvánky, tipy na ty reportáže. Pro každé město máme jednoho redaktora, který, v podstatě, má přehled o tom, co se tady děje, a samozřejmě, pokud té neziskovce opravdu záleží na tom, abychom tu reportáž udělali, tak mimo to, že něco pošlou, tak se i kontaktují a domlouvají na tom, abychom tu reportáž udělali. A pak už třeba záleží na počtu, protože jsme omezeni počtem reportáží za týden, které jsme schopni natočit, tak už to záleží na tom, jak je postavený vysílací plán a nakolik nám reportáž zapadá do kontextu celého toho vysílání.

Rozumím, a tu spolupráci s těma neziskovkami, jak hodnotíte celkově? Je dobrá, nebo spíš horší, nebo, jak ji hodnotíte z Vašeho hlediska?

Z našeho hlediska ta spolupráce je v postatě dobrá, protože je jasné, že oni se bez té spolupráce s médii neobejdou, a to je to, čím my můžeme jakoby pomoci. Prostě natočíme tu reportáž, nebo odvysíláme to, a oni jsou si vědomi tady tohoto, takže někdy nám vyjdou vstříc v tom, že třeba uzpůsobí ten program v tom smyslu, že, já nevím, na nás počkají, protože kamera třeba může přijet později, nebo dají nám třeba informace, tak, aby my jsme mohli tu reportáž udělat takovou jakoby zajímavější a atraktivnější pro toho diváka.

Takže celkově je ta spolupráce spíš dobrá.

Já bych to hodnotil kladně, dobře.

Výborně. A jestli třeba Vás napadá, co by ty neziskovky ještě mohly změnit, nebo zlepšit, pokud jde o tu komunikaci s médii, jak to udělat, aby třeba těch příspěvků dostali víc, nebo aby byly zajímavější? Co pro to můžou udělat?

Zatraktivnit to PR, které oni dělají. Kdy prostě, těch médií tady není moc, pracovat, aby ta tisková zpráva, třeba kterou oni vydají, nebo, aby prostě byla zajímavá, aby to nebyla jenom nějaká strohá informace, určitě moc dělá doplnit to třeba fotkami, které tam jsou, protože my máme třeba docela silný net, takže dáváme tyhle informace i na náš webový portál, a pokud máme jenom tiskovou zprávu a nic víc k tomu, tak je to jenom strohý text. Takže prostě víc prezentovat to co oni mají a nespolehat se jenom na to, že si to někdo přečte, ale je tam důležitý ten osobní kontakt. Třeba telefon, nebo připomenutí se, protože

nemůžeme být jako všude, ale aby to prostě nezapadlo mezi vším ostatním.

No a když bych to vzal podle témat. O jaká témata by se oni měli snažit spíš víc, a když vám posílají něco takového, tak jestli za tím má být nějaký příběh třeba, nebo jaké téma upřednostnit, aby to bylo i pro vás zajímavé, abyste měli vůbec zájem přijet a něco natočit?

Určitě, jak jste říkal, je tam nějaký příběh, nebo nějaká ta osobnost a prostě přidaná hodnota, něco, co my můžeme ukázat, nebo zprostředkovat, jo? Aby prostě... Jako to, že se setkají a něco řeší a chtějí o tom dát vědět, tak to my prostě tu reportáž nenatočíme. Když tam přijedeme a máme tam mít dvacet lidí kolem stolu, kteří o něčem diskutují – oni ze svého pohledu samozřejmě ten problém vyřeší, nebo se poposunou někam dál. Ale my z toho, v podstatě, nebudeme mít zajímavé obrázky pro diváka. V momentě, kdy nám budou představovat nějaký projekt, nějaký výstup, budou to prostě věci, které se dají ukázat na tu kameru, tak už to samozřejmě má úplně jinou hodnotu... Tak nevím, jestli jsem Vám odpověděl na to, co jste chtěl...

Já myslím, že jste mi odpověděl úplně přesně na to, co jsem chtěl a myslím, že mi to i stačí, že už Vás nebudu dál zdržovat. Takže Vám poděkuju za rozhovor a mějte se hezky.

Kdybyste cokoliv potřeboval, tak se ozvěte, nabo napište, nebo něco a není problém potom. Nevím, jestli jste se díval na naše stránky, (ano), tam je toho dost, takže je možné potom z toho čerpat. Najdete tam i tiskovky a to je právě to, o čem já jsem mluvil. Prostě, některé ty tiskovky nemají třeba ani nějakou průvodní fotku, nebo něco takového, nebo... My to tam přesto dáváme, aby to tam bylo. Takže asi tak.

Tak jo, tak Vám moc děkuju. Mějte se...

Na shledanou.

Na shledanou.