

Diplomová práce s názvem Jakým způsobem informují radnice o udržitelném rozvoji je kvantitativní obsahovou analýzou radničních listů vybraných měst a obcí za rok 2005. Vzorek 26 obcí byl vybrán systematickým výběrem a pokrývá území celé České republiky, neboť je tvořen dvojicemi měst z každého kraje (s výjimkou hlavního města Prahy), která si vždy jsou blízká nejen co do počtu obyvatel, ale také strukturou (až na dva případy se jedná o obce s rozšířenou působností, roli hraje také průmysl, turismus atp.). Jedna z obcí z každé dvojice je členem Národní sítě zdravých měst a druhá nikoliv.

Analýze samotné předchází podrobná rešerše literatury a relevantních dokumentů týkajících se udržitelného rozvoje. Následuje krátké představení Národní sítě zdravých měst a také zmapování mediální oblasti radničních listů, která doposud stála spíše na okraji zájmu odborníků a přitom mají tato média poměrně velkou moc vzhledem k tomu, že se do schránek všech obyvatel města dostávají povětšinou zdarma.

U obou skupin vzorku pak analýza popisuje, jak často a v jaké kvalitě obce ve svých radničních listech o udržitelném rozvoji informují, kdo o něm nejčastěji hovoří a v jakých souvislostech. Hodnotí také, zda je informace relevantní a zda autor příspěvku použil pojem smysluplně a vhodným způsobem. Obě skupiny vzorku jsou v analýze také vzájemně srovnávány a celý vzorek je pak porovnán s výsledky Analýzy mediální publicity, kterou na podobné téma pro Národní síť zdravých měst vytvořila společnost MediaCon.

Výsledky obsahové a následně srovnávací analýzy jsou poměrně překvapivé. Oproti očekáváním formulovaným v hypotézách se ukázalo, že „zdravá města“ nejen neinformují o udržitelném rozvoji častěji, ale ani kvalita informování není výrazně vyšší. Celková úroveň (kvalita i kvantita) informování je také velice nízká, což odpovídá zjištěním MediaConu i mým předpokladům. S pojmem udržitelný rozvoj zacházejí radniční listy velmi opatrně a je vidět, že v médiích veřejné služby (radniční listy se tak alespoň tváří) i v těch soukromých (které tvořily většinu vzorku MediaConu) kvalitní informování o tomto konceptu chybí.