

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Geografický obsah v online prostoru:
analýza vybraných tvůrců na platformě Youtube**

**Geographic content in the online space:
analysis of selected creators on the Youtube
platform**

Tomáš Zeman

Plzeň 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Geografický obsah v online prostoru: analýza vybraných tvůrců na platformě Youtube“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 19. 4. 2024

v. r. *Tomáš Zeman*

Zásady pro vypracování práce

1. Na základě literatury teoreticky zarámujte problematiku geografického obsahu v online prostoru.
2. Vymezte cíle práce a zpracujte metodiku.
3. Vyberte a analyzujte tvůrce geografického obsahu na platformě Youtube.
4. Vybrané tvůrce kategorizujte a vytvořte přehled jejich obsahu s využitím geografických metod.
5. Diskutujte zjištěné informace a formulujte závěr.

Studijní program

Ekonomická a regionální geografie

Poděkování

Děkuji Mgr. Davidu Klikovi za odborné a přátelské vedení práce, za všechny cenné rady a podněty při zpracovávání práce.

Také děkuji RNDr. Davidu Vogtovi, Ph.D. za odborné rady při vytváření mapové vizualizace.

Obsah

Úvod	7
1 Cíle.....	8
2 Teoretické vymezení a rozdělení geografie.....	9
2.1 Geografické disciplíny	10
2.1.1 Geografie sídel.....	13
2.1.2 Urbanismus	13
2.1.3 Územní plánování a regionální rozvoj.....	14
2.2 Spojení geografie s online prostorem.....	15
3 Platforma Youtube	16
3.1 Edukační potenciál Youtube	17
4 Problematika online obsahu	20
4.1 Kredibilita	20
4.2 Dezinformace a fake news	21
4.3 Misinformace	22
4.4 Transparentnost.....	23
4.5 Ostatní druhy problematiky.....	24
4.5.1 Zneužití a záměna identity.....	24
4.5.2 Clickbait.....	24
4.5.3 Plagiátorství	25
5 Metodika.....	26
6 Vybraný obsah na platformě Youtube.....	28
6.1 Přehled vybraných tvůrců	28
6.2 Představení vybraných tvůrců.....	33
6.3 Ukázky obsahu na základě sledovaného tématu	40

6.4	Mapová vizualizace	44
7	Diskuze	48
Závěr.....	52
Seznam použitých zdrojů.....	53
Seznam tabulek.....	60
Seznam grafů	61
Seznam obrázků	62
Seznam příloh	63
Přílohy		
Abstrakt		
Abstract		

Úvod

V dnešní době je možné konstatovat, že skoro každý z nás používá internet. Do jisté míry je jeho používání téměř samozřejmostí pro naprostou většinu z nás bez ohledu na věk či generaci. Ať již pracovně, pro psaní s přáteli a rodinou, nebo jen tak ve volném čase, všichni mohou na internetu nalézt informace či zábavu odpovídající svým zájmům.

Pro specifické informace na dané téma dnes už zdaleka není nutné chodit do knihoven, jelikož jsou kompletní knihovny, knihy i časopisy často dostupné jedním kliknutím v online prostoru (Vedder & Wachbroit, 2004).

Vnímání internetu se ovšem rapidně změnilo. Od generace ke generaci se mění míra jeho používání, schopnost orientovat se v tomto prostoru a umět na něm nalézt, co člověk hledá. Generace Z, tedy jedinci narození mezi roky 2001 a 2010, vyrůstali společně s jeho rozvojem. Následující generace Alfa je již plně propojena s tímto virtuálním světem (Brdička, 2018). Z toho vyplývá, že jsou s tímto prostředím mnohem více propojeni, obeznámeni, a především ho intenzivněji využívají.

Pro dnešní mladé lidi je audiovizuální tvorba nedílnou součástí jejich každodenních životů. Raději procházejí internet, sledují videa a obsah na sociálních sítích. Mnoho současných mladých lidí by mohlo potvrdit, že nikdy v životě nečetlo odbornou literaturu. Podle Černé a Borkovcové (2020) mladí jedinci dnes upřednostňují vizuální informace před textovými, což činí video vhodným a zajímavým nástrojem ke vzdělávání. Z toho důvodu je důležité získat přehled o obsahu, se kterým se mohou setkat a prozkoumat, jak těchto videí využít.

Jednou z nejnavštěvovanějších internetových platforem je Youtube. Zde lze nalézt videa všeho druhu, od hudebních klipů a sportovních záznamů, až po videa, která by zaujala pouze specifické skupiny lidí. Ale Youtube se dnes již zdaleka nevyužívá jen pro zábavu. Stále větší počet uživatelů využívá Youtube, jako zdroj zpravodajského a vzdělávacího obsahu, přestože k tomuto účelu nebyl primárně vyvinut. Diverzita kanálů, obsahu a tvůrců je velmi vysoká (Černá & Borkovcová, 2020). Tento obsah se týká celé řady témat, najdeme zde i geografický obsah, který může nové generace zaujmout, nebo je možné jej využít jako doplňující vzdělávací nástroj.

1 Cíle

Tato bakalářská práce má následující cíle:

- Představit a analyzovat vybrané tvůrce geografického obsahu na platformě Youtube. Specificky představit tvůrce zabývající se urbanismem, regionálním rozvojem, územním plánováním, městským rozvojem, dopravní infrastrukturou a veřejnou dopravou a dalšími příbuznými tématy.
- Popsat možné využití Youtube tvorby při výuce a vysvětlit problematiku, která se může vyskytnout v online obsahu.
- Vytvořit přehled tvůrců ve formě katalogu na základě jednotlivých témat.
- Vytvořit mapovou vizualizaci na základě vybraných videí.

2 Teoretické vymezení a rozdělení geografie

Geografie je považována za komplexní vědu. Stojí na rozmezí přírodních, společenských a technických věd a kombinuje jejich prvky. Jednoduše tak může dojít k prolnutí geografie do jiných vědních oborů. Například součástí oboru ekonomie je ekonomická geografie, součástí historie je historická geografie (Novotná, 2014).

Za významný znak současné geografie tak můžeme považovat interdisciplinaritu. Dochází k prolínání nejen v rámci jednotlivých geografických disciplín, které spolu vzájemně úzce souvisí, ale vztah ve smyslu kooperace najdeme i mezi dalšími vědeckými obory (Čerba, 2004).

Obecně se geografie zabývá krajinnou sférou a vztahy mezi lidmi, přírodou a jejími složkami v čase a prostoru. Je to věda, která se snaží zjistit, kde se určité věci nachází a proč zrovna tam a jaký je další význam (Novotná, 2014).

Geografie je věda, která patří do skupiny věd o Zemi jako o vesmírném tělesu a zabývá se částí naší planety. Věnuje se prostorovému rozšíření a fungování mnoha jevů a jejich vývoji v čase, včetně pochopení jejich vzájemných vztahů. Díky zkoumání vztahu prostoru a času, je možné říci, že geografie je věda prostorová s vazbou na historii (Demek, 1977).

Specifická témata, kterými se geografie zabývá vycházejí z její základní definice. Jedná se o vědu, která byla vždy velmi důležitá pro základní pochopení zemských procesů. Geografie vysvětluje také dopady interakcí mezi lidmi a jejich životním prostředím. Podnebí, reliéf nebo dostupnost surovin jsou geografické faktory, které byly velmi podstatné pro plánování lokalizace zemědělství, průmyslu a dalších aktivit lidské společnosti. Díky vysvětlování a hodnocení dopadů působení lidských činností na životní prostředí, hraje významnou roli v udržitelném rozvoji. Je možné například identifikovat neobnovitelné přírodní zdroje, které jsou ohroženy vyčerpáním a navrhnout různé možnosti opatření pro jejich ochranu.

V posledních letech se geografie intenzivně věnuje globálním problémům, jako jsou změny klimatu, úbytek biodiverzity, nedostatek vody, chudoba, mezinárodní hrozby a udržení míru, migrační krize a dalším. Geografie napomáhá objasňovat příčiny těchto problémů a navrhnout možná řešení.

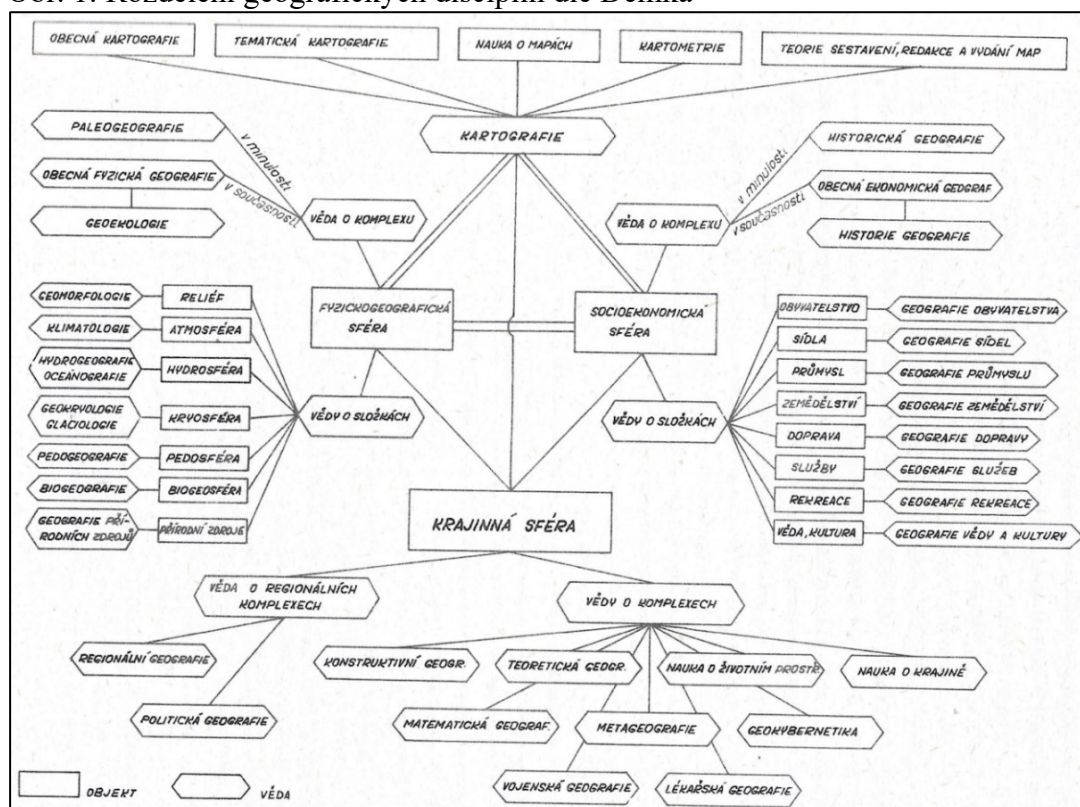
2.1 Geografické disciplíny

Geografie je obsáhlá komplexní věda, proto ji rozdělujeme do dílčích disciplín, které jsou provázané, ale zároveň i velmi tematicky odlišné, podle toho, kterou částí geografie se zabývají (Demek, 1977).

Demek (1977) geografii rozděluje do čtyř základních skupin disciplín, a to na:

- skupinu zabývající se fyzickogeografickou sférou,
- skupinu zabývající se socioekonomickou sférou,
- skupinu zabývající se kartografií,
- skupinu zabývající se krajinnou sférou.

Obr. 1: Rozdělení geografických disciplín dle Demka



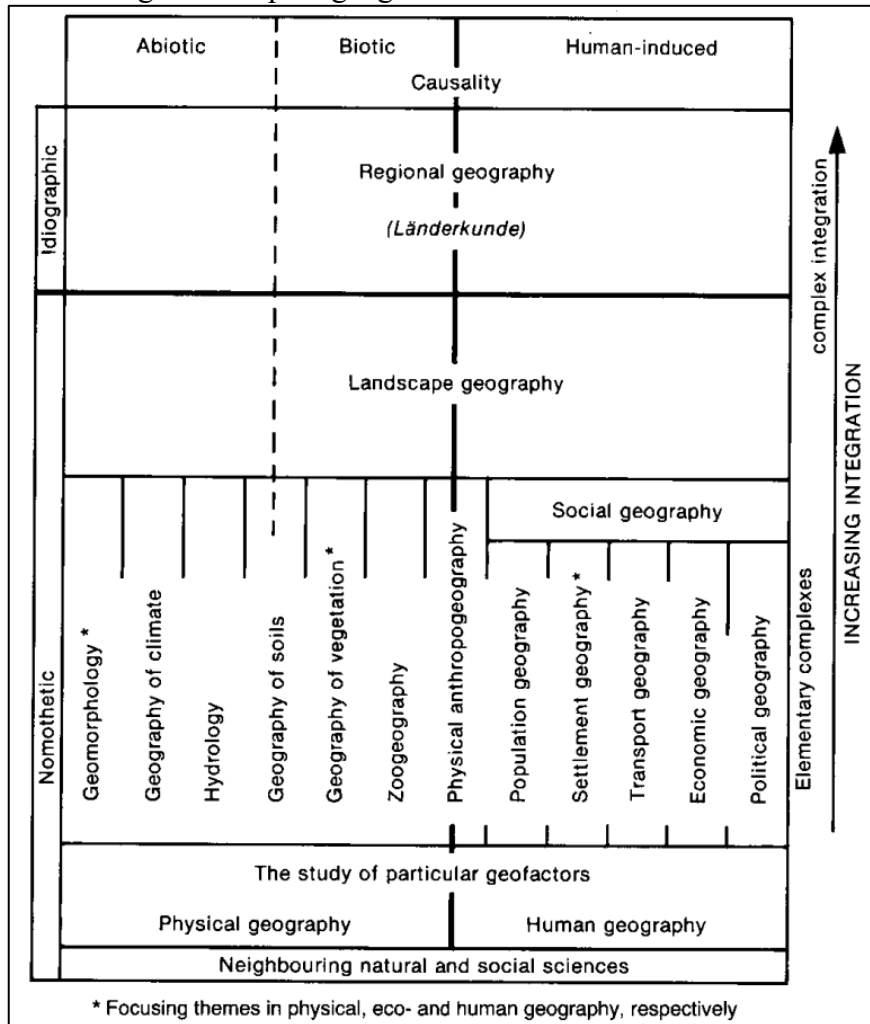
Zdroj: Demek (1977)

Demek (1977) rozděluje první dvě skupiny na vědy o složkách a vědy o komplexu. Vědy o složkách představují jednotlivé geografické disciplíny definované na základě objektu studia. Vědy o komplexu se věnují obecně celkovému pochopení fungování fyzickogeografické a socioekonomické sféry. Kartografie je vyčleněna jako samostatná věda, ke které se řadí konkrétnější objekty studia. Poslední skupina, která se zabývá krajinnou sférou je rozdělena na vědy o regionálních komplexech a vědy o komplexech.

Holt-Jensen (1999) rozděluje geografii do následujících disciplín:

- fyzická geografie (physical geography),
- humánní geografie (human geography),
- krajinná geografie (landscape geography),
- regionální geografie (regional geography).

Obr. 2: Organizační plán geografie dle Holt-Jensena



Zdroj: Holt-Jensen (1999)

Toto dělení je založeno na přičinnosti (kauzalitě), tedy vztahu mezi příčinou a následkem. Fyzická geografie je na základě kauzalit rozdělena na abiotickou a biotickou, u humánní geografie se objevuje kauzalita člověkem vyvolaná. Zároveň jsou disciplíny rozděleny podle přístupu. Nomotetický přístup se uplatňuje u fyzické, humánní a krajinné geografie, idiografický přístup u regionální geografie.

„Idiografické poznání zdůrazňuje unikátní stránky jevů, událostí či procesů v realitě. V geografii je idiografické spojováno s unikátním charakterem komplexních

geografických celků – regionů. Nomotetické poznání naopak akcentuje význam těch jevů, událostí a procesů a jejich charakteristik, jež je možné považovat za univerzální.“ (Sýkora, 2008, s. 312).

Novotná (2014) rozděluje geografii do čtyř hlavních disciplín:

- teoretická geografie,
- systematická geografie,
- regionální geografie,
- geografické metodologické disciplíny.

Tab. 1: Systém geografických věd dle Novotné

Fyzicko-geografické disciplíny		Socioekonomicko-geografické disciplíny	
klimatologie	krasologie	geografie obyvatelstva	geografie přírodních zdrojů
agroklimatologie	biogeografie	geodemografie	geografie zemědělství
hydrologie	fyto geografie	geografie sídel	geografie průmyslu
hydrogeologie	zoologie	behaviorální geografie	geografie služeb
oceánologie	pedogeografie	politická geografie	geografie rekreace a cestovního ruchu
limnologie	krajinná ekologie a geologie	ekonomická geografie	geografie města
glaciologie	nauka o krajině	kulturní geografie	rurální geografie
orografie	planetární geografie	historická geografie	lékařská geografie
		vojenská geografie	
Regionální geografie		Geografické metodologické disciplíny	
geografie oceánů		kartografie	tématická kartografie
geografie ostrovů		kartometrie	dálkový průzkum Země
geografie pouští		topografie	

Zdroj: Novotná (2014), vlastní zpracování

Teoretická geografie slouží k definování objektu a předmětu geografie a k vymezení pojmů. Jednoduše se zabývá souhrnně geografickou teorií. Systematickou geografii rozděluje na dvě další disciplíny - fyzickou a sociální (socioekonomickou, humánní) geografii. Fyzická geografie považuje za objekt svého studia přírodní část krajinné sféry a jejím předmětem je zkoumání fyzickogeografických zákonitostí. Pro sociální geografii je objektem studia antroposféra a předmětem je studium sociálněgeografických vztahů. Pro regionální geografii je objektem zájmu, jak už z názvu vyplývá, region, případně regiony. Předmět regionální geografie se liší podle zaměření. S její pomocí lze popisovat složky a objekty krajiny, jejich vazby v daném regionu, analyzovat vztahy a problémy mezi složkami krajiny v regionech nebo analyzovat území jako celek na různých úrovních. Regionální geografii můžeme chápat i jako geografii

typů krajiny. V neposlední řadě geografické metodologické disciplíny se zabývají naukou, tvorbou, mapováním a modelováním území (Novotná, 2014).

V návaznosti na dělení geografie na disciplíny lze říci, že se jedná o značně obsáhlý obor. Přístupů k rozdělení je mnoho. Souvisí to i s vývojem geografie jako vědní disciplíny, s uplatňováním nových poznatků nebo technologií. Vždy se objevuje dělení geografie na fyzickou a sociální, socioekonomickou či humánní. Mnoho současných geografických osobností, tvůrců i akademických pracovníků se zaměřuje na jednu nebo několik konkrétních disciplín nebo subdisciplín, kterým se dopodrobna věnují.

Na platformě Youtube se nachází obrovské množství obsahu, pokud se budeme zabývat pouze geografickým obsahem, stále se jedná o tisíce hodin materiálu. Z tohoto důvodu bylo pro účely této bakalářské práce nezbytně nutné zúžit okruhy, kterými se bude zabývat. Tato práce bude věnována geografické disciplíně geografie sídel, kterou řadíme do socioekonomické sféry geografie. S geografii sídel je úzce spjat regionální rozvoj, územní plánování a urbanismus.

2.1.1 Geografie sídel

Geografie sídel je jednou z tradičních disciplín oboru geografie, a je součástí sociální geografie. Jak již z názvu vyplývá objektem zájmu jsou sídla. Nezkoumá pouze jejich rozmístění ve světě, ale také zjišťuje, jak se sídla vzájemně ovlivňují, jakou mají funkci, jak se mění v čase, jakou mají vnitřní strukturu a jak jsou organizována. Souhrnně se snaží zjistit, zda existují nějaké zákonitosti v rozložení sídel. Zpravidla se geografie sídel dělí na dílčí subdisciplíny. Konkrétně na geografii osídlení, geografii města a geografii venkova (Halás a kol., 2013).

2.1.2 Urbanismus

Urbanismus je vědní a technický obor, který se zabývá teorií uspořádání sídel a osídlení. Tvoří zásadní východisko pro územní plánování, které se komplexně zabývá plánováním a řízením urbanistického rozvoje sídel a osídlení s ohledem na využití daného území (Šilhánková, 2018). Ovšem definic urbanismu existuje více, Kuta (2012) v publikaci *Urbanismus a teorie stavby měst* uvádí následující:

„Urbanismus jako vědní disciplína je:

- chápaná jako nauka o městě a jeho tvorbě, tedy městě s jeho minulostí, přítomností a budoucností,
- obor zabývající se výstavbou obcí a měst, který klade hlavní váhu na uměleckou syntézu, na výtvarné dovršení plánem se tvořícího životního prostředí,
- obor spojující v případě výstavby měst vědu, techniku a umění, tedy svého druhu umělecké dílo, ale současně zboží, které musí být realizováno a tedy prodáno (viz architektura, film, výtvarné umění atd.)“ (Kuta, 2012, s. 2).

Zjednodušeně lze říci, že urbanismus je věda o městě, respektive věda o uspořádání obydlené krajiny. Pomocí urbanismu je možné postihnout, objasnit a formulovat obecné zákonitosti prostorových jevů (Šilhánková, 2018).

Jedním z aktuálně probíraných směrů je nový urbanismus, který představuje hnutí v oblasti městského designu. Hlavním cílem je navrhovat udržitelné městské prostředí. Propaguje především chůzi a města méně závislá na automobilové dopravě. Nový urbanismus je stále dominantnější v územním plánování, a to nejen v Severní Americe, kde vznikl (Anderson, 2017).

2.1.3 Územní plánování a regionální rozvoj

Územní plánování je obor, který se zabývá řešením funkčního využití území. Jako základní nástroj pro vytváření předpokladů pro možnou výstavbu, stanovuje zásady pro organizaci území. Jedním z hlavních cílů územního plánování při změnách je, zajištění ochrany a podmínek pro další udržitelný rozvoj území (Ústav regionálního rozvoje, 2022).

Regionální rozvoj spočívá ve využití a zvyšování potenciálu vymezeného prostoru v důsledku optimalizace socioekonomických aktivit s použitím dostupných místních přírodních zdrojů. Jeho součástí je i charakteristika regionů a jejich rozvojového potenciálu, případně nedostatků v rozvoji a snaha o vyvažování regionálních disparit (Pavlík a kol., 2016). Regiony jsou rozdílné, proto i předpoklady pro rozvoj se mohou značně lišit. Nejsilněji ovlivňuje potenciál rozvoje regionů geografická poloha, stav životního prostředí, přírodní zdroje a podmínky a další okolnosti, jako jsou dopravní dostupnost, infrastruktura a socioekonomická situace (Bartoněk, 2015).

2.2 Spojení geografie s online prostorem

Informační technologie jsou dnes tradičně využívány v geografii. Například v oblasti vytváření mapových vizualizací pomocí softwaru GIS, nebo mapování území pomocí satelitních snímků. Internet zároveň poskytuje prostor pro vzdělávání se v tomto oboru díky snadnému sdílení dat.

Nedílnou součástí geografie jako vědecké disciplíny je terénní výzkum. Praktické poznávání je v geografii možné formou cestování a poznávání různých míst světa. Tuto možnost, ale nemají zdaleka všichni, a to z mnoha rozdílných důvodů. Spojením geografie a informatiky, například v podobě videí, je to však možné. Prostřednictvím videí jsme všemu blíží. Videá s geografickou tematikou mnohdy, poskytují pohled do míst, kam se lidé za normálních okolností nedostanou. Správně natočená videa také dokáží přiblížit odlišné kultury, zvyklosti, klimatické podmínky, flóru a faunu a další.

V 21. století již existuje nespočetné množství způsobů, jak se geograficky vzdělávat. Například webové aplikace jako Geoguessr, která je určena k testování zeměpisných znalostí. V této aplikaci je uživatel pomocí panoramatických snímků Google Street View umístěn na náhodné místo někde na světě, a musí se zorientovat a uhodnout, kde se nachází pomocí hledání různých nápověd, jako například názvů ulic, místního terénu či flóry nebo jiných indicií (Geoguessr, n.d.).

Další možností, jak se geograficky vzdělávat je sledování cestopisů nebo dokumentárních pořadů. Například Cestománie z produkce České televize je dokumentární pořad, který ve formě komentovaných cestopisů přibližuje nejruznější známá i neznámá zákoutí světa (Česká televize, n.d.). Na podobném principu fungují také videa. Na platformě Youtube najdeme velké množství autorů, kteří tvoří obdobný obsah s tematikou geografie. Krátká videa v několika minutách poskytují náhled na nějakou konkrétní problematiku. Například kanál s názvem Geography Now, který byl vytvořen v srpnu 2014, je jedním z prominentních geograficky orientovaných kanálů na Youtube. Ve formě videí shrnuje základní informace a různá fakta o každém jednotlivém státě na světě, a to v abecedním pořadí. Dále také obsahuje i videa týkající se kartografie nebo cestování, a nabízí i zajímavosti z “neznámých” koutů světa. V listopadu 2023 měl kanál Geography Now přes 3 miliony odběratelů a přes 435 milionů zhlédnutí celkově na vydaných videích (Geography Now, n.d.).

3 Platforma Youtube

Youtube je sociální platforma, kterou dnes zná celý svět. V oblasti streamování videí na internetu je Youtube jednou z nejpobulárnějších platform (McFadden, 2023). Všem registrovaným uživatelům umožňuje nahrávat, sledovat, hodnotit a sdílet videa. Uživatelé si mohou tvořit vlastní seznamy videí, komentovat videa ostatních tvůrců a odebírat obsah svých oblíbených tvůrců. Neregistrovaní uživatelé mohou videa pouze sledovat (Sahu & Malik, 2019). Youtube dal základ zcela nové pracovní profesi - tvůrce obsahu na Youtube (Youtuber), která dnes může být pro některé úspěšné tvůrce velmi výnosná (McFadden, 2023). Na platformě je navíc možné začít tvorbu monetizovat, pokud tvůrce zažádá o vstup do Partnerského programu. Pro zpeněžení vydávaného obsahu je nutné splňovat v programu definované zásady. Vydělávat na Youtube je možné prostřednictvím několika funkcí například výnosů z reklam, nákupů nebo členství v kanálu a další, přičemž každá funkce má definované požadavky na minimální limit počtu odběratelů a sledovanosti. Možnost monetizace může být motivací pro tvůrce pravidelně nahrávat obsah (Google, 2024a).

Historie sociální platformy Youtube se začala psát 14. února 2005, kdy ji založili čtyři bývalí zaměstnanci firmy Paypal (Sahu & Malik, 2019). Rok po svém vzniku v roce 2006 byl Youtube odkoupen společností Google a dodnes funguje jako jedna z jejich dceřiných společností (Google LLC, 2023; Sharma & Sharma, 2021).

Zakladatelé Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim podle svých slov, dostali nápad na založení platformy v roce 2004, kvůli jejich frustraci tím, jak těžké bylo v té době najít videa online a sdílet je (McFadden, 2023). Původní účel Youtube byl umožnit přístup k videoobsahu pro kohokoliv, a zároveň dát veřejnosti možnost zveřejnění vlastního obsahu (Sahu & Malik, 2019). To, že byl Youtube od počátku zdarma a pro všechny, mu umožnilo stát se jedním z předních webů pro sledování a celkově distribuci videa na světě (McFadden, 2023).

Nabídka videí na Youtube je velmi rozmanitá. Dostupný obsah zahrnuje videa všeho druhu, videoklipy, hudební videa, nahrávky, trailery filmů i celé filmy, živé přenosy, dokumenty, krátká originální videa, vzdělávací videa, video blogy a další. Většina obsahu je na Youtube nahrávána jednotlivci, kteří tvoří vlastní obsah. Najdeme, ale i tvorbu korporátních organizací jako například BBC nebo Vevo (Sahu & Malik, 2019). Platforma Youtube je dnes druhou nejpoužívanější sociální platformou po Googlu.

Je používán různými věkovými skupinami a je lokalizován do 80 různých světových jazyků (Černá & Borkovcová, 2020).

Tvůrce, který vytváří obsah, si přirozeně najde své sledovatele mezi lidmi, kteří mají stejný okruh zájmů, a chtějí se dozvědět více. Dnes již mnoho profesionálů, akademických institucí, ale i pouze nadšenců do oboru sdílí svoje poznatky, názory a fakta formou audiovizuální tvorby. Mají tak možnost, dostat se k většímu počtu lidí zainteresovaných do tématu (Lee, et al., 2022).

3.1 Edukační potenciál Youtube

V důsledku rozvoje nových technologií, použitelných při vzdělávání, dochází k rozvoji v oblasti pedagogiky. Youtube se ukázal jako dobrý digitalizovaný nástroj pro výuku, a navíc splňuje požadavky tzv. generace Z (Brdička, 2018).

Z tohoto důvodu dostala audiovizuální média svého potenciálu v oblasti vzdělávání. Učitelé i studenti dnes často vyhledávají kreativnější formy učení. Nejlepší způsob, jak udržet pozornost studentů je aktivní učení, při kterém je pravděpodobná jejich vysoká angažovanost. Audiovizuální materiály jsou důležitou součástí výuky, neboť jsou považovány za efektivní a účinný nástroj pro komunikaci probíraného obsahu výuky (Kohler & Dietrich, 2021).

Někdy žáci a studenti nejsou schopni nebo mají obtíže pochopit vyučovanou látku od učitele ve třídě. V takovém případě poskytuje Youtube celou škálu tvůrců, kteří mohou probíranou problematiku popisovat lépe. Neomezuje se totiž na znalosti a způsob výuky jednoho učitele. Video jsou koncepčně snadný způsob, jak se učit inovativním způsobem vizuálního učení. V dnešní době má již kromě veřejnosti, své vlastní kanály i mnoho pedagogů a akademiků, kam nahrávají videa týkající se témat, která souvisejí se studiem (Sharma & Sharma, 2021).

Kohler & Dietrich (2021) uvádějí, že, vzdělávací videa jsou využívána především k rozšíření znalostí a vysvětlování komplexních informací. Dnes mnoho lidí využívá Youtube jako zdroj informací, a proto jsou vzdělávací videa mocným nástrojem pro rozšíření znalostí. Tím, že jsou dostupná komukoliv podporují dobrovolné vzdělávání. Lze konstatovat, že Youtube je jednou z nejvyužívanějších platform 21. století pro účely vzdělávání.

Kromě toho mohou být videa dostupná na Youtube dobrým zdrojem doplňujícího obsahu pro výukové materiály. Navíc je možné videa velmi snadným způsobem sdílet. Využití nové technologie také obohacuje digitální gramotnost žáků a studentů (Maziriri et al., 2019).

Překážky pro používání Youtube jsou velmi malé. Sledování obsahu na Youtube je nezávislé na čase a prostoru, dokud má uživatel internetové připojení, nebo video stažené. Video je možné sledovat kdykoliv, kdekoliv a kolikrát uživatelé chtějí. Video často nebývá moc dlouhá (i když délka se odvíjí od probíraného tématu) a jednoduše, srozumitelně a navíc kreativně, vysvětlují složitější témata a informace. Pokud je video v cizím jazyce nebo špatně srozumitelné, lze na videu mnohdy zapnout poskytnuté titulky v jiných jazycích, využít automatického překladu, nebo automatického generování titulků, tedy vytvořených v reálném čase na základě obsahu sledovaného videa.

Video je možné integrovat do naprosté většiny vyučovaných předmětů. Použití Youtube jako vzdělávacího nástroje přináší výhody studentům i učitelům. Mezi tyto výhody patří upoutání pozornosti studentů, zlepšení soustředění, možné zlepšení postoje ke sledovanému obsahu, podpora kreativity, zvýšení porozumění i spolupráce, a celkový přínos z kreativního učení (Maziriri et al., 2019).

Efektivita využití videí závisí na tom, jak studenti zvládají udržet koncentraci a pozornost, jak jsou do videa sami studenti zapojeni, a jestli je ze strany pedagoga podporováno aktivní učení. Udržení koncentrace a pozornosti je podmíněno kognitivní zátěží videa. Pokud jsou před sledováním videa ve výuce určena klíčová slova, na které se mají studenti zaměřit, pomůže to s jejich koncentrací a s udržením pozornosti. Zároveň je student cíleně nasměrován na to, co je ve videu důležité. Vhodné je případně také stručně vysvětlit účel a kontext videa pro studium. Bývá přínosné pouštět delší videa po kratších segmentech, pro snazší udržení pozornosti studentů. V mezechase je žádoucí například poukazovat na doplňující informace. Obecně se doporučuje, aby videa byla stručná a relevantní pro probíranou problematiku. Aktivní učení a zapojení studentů může podpořit například interaktivita ze strany vyučujícího pokládáním náhodných otázek, na které se dá odpovědět pomocí informací zmíněných ve videu a podobně (Brame, 2016).

Kohler & Dietrich (2021) uvedli, že multimediální prezentace nebo e-learningové kurzy ve srovnání s tradičními metodami výuky zlepšují výsledky učení studentů a jsou

vhodné zejména v rámci distančních výukových programů nebo samovzdělávání. Dále uvádí, že vzdělávací videa jsou obecně zdrojem učení, který je dobře vnímatelný. Poukazují na fakt, že vzdělávací videa mohou mít větší dopad na studenty s povědomím o konkrétním tématu, u kterých tak pomocí videí dochází k prohlubování předchozích znalostí, než na ty, kteří se problematikou zabývají poprvé. Je proto důležité si uvědomit, že zhlédnutí jednoho videa nemusí nutně znamenat získání trvalých a dostatečných znalostí.

Příkladem situace, kdy bylo potřeba využití online prostředí je pandemie onemocnění Covid-19. Ta přinesla zásah do vzdělávání a školství po celém světě. Bylo potřeba jednat a reagovat rychle a nastala změna v organizaci vzdělávání. Studium bylo přesunuto buď částečně nebo úplně do online prostředí. Distanční výuka přispěla k digitalizaci ve školství. Ukázalo se, že je možné přednášky nebo konzultace realizovat online přes různé video komunikační služby (např. Google Meet, Zoom, Microsoft Teams) nebo přednášky předem nahrávat a zveřejňovat na různých platformách (např. Google Classroom, Google Disk, Youtube, e-learning). Online obsah se v tu chvíli stal mnohem více využívaným, a začaly se objevovat otázky dalšího využití online prostoru (Černý, 2020; Janderková, 2021; Tarkar, 2020).

4 Problematika online obsahu

S rozvojem internetu a informací na něm dostupných, došlo k výraznému vzestupu problematiky určování pravdivosti a spolehlivosti či faktičnosti informací. Na platformě Youtube se jedná především o následující problematiku.

4.1 Kredibilita

Kredibilita neboli důvěryhodnost obsahu se stala od období největšího rozmachu internetu diskutovaným tématem. V online prostoru je dostupné obrovské množství informací, přičemž některé pravdivé jsou a jiné ne. Nepravdivým obsahem dostupným na internetu jsou například dezinformace, manipulovaný obsah nebo různé fámy. Proces rozhodování o tom, jestli je informace pravdivá nebo ne, závisí na posouzení čtenářem či uživatelem a je známý jako proces vnímání důvěryhodnosti, tedy kredibility (Shariff, 2020).

Na základě toho, jak uživatelé vnímají důvěryhodnost obsahu lze kredibilitu rozdělit na čtyři typy. Předpokládaná kredibilita odráží obecné předpoklady čtenáře, o tom, že obsah je důvěryhodný. Získaná kredibilita se týká toho, jaké má uživatel předchozí zkušenosti s platformou. Pověstná kredibilita souvisí s všeobecnou dobrou pověstí platformy a často k tomu přispívají i uváděné odkazy na jiné důvěryhodné zdroje. Posledním typem je povrchní kredibilita, která se týká vzhledu platformy, designu a použitelnosti (Shariff, 2020).

V případě měření kredibility obsahu hraje důležitou roli i odbornost. Informace, které pocházejí od expertů, jsou všeobecně vnímány jako důvěryhodnější než informace z anonymních nebo pochybných zdrojů. Lépe je také z hlediska kredibility vnímán příspěvek napsaný formálním jazykem než pomocí slangu a zkratek. Při online komunikaci na sociálních sítích mají lidé tendence více věřit informacím, které zveřejňuje jejich skupina přátel nebo lidé, které přímo sledují. Z toho vyplývá, že rozhodnutí o tom, jestli je obsah důvěryhodný, nezávisí pouze na sdílené informaci, ale vliv má i vztah k jejímu autorovi. Roli hrají navíc i osobnostní rysy jednotlivce a postoj k online obsahu (Shariff, 2020).

Kredibilitu obsahu na Youtube lze zlepšit například pomocí zavedení standardizovaného procesu citování sdílených informací. Zatímco jinde jsou citace při

přebírání obsahu standardní, na webu neexistuje žádný současný standard citování pro sociální platformy (Hughes et al., 2021).

4.2 Dezinformace a fake news

Internet značně přispěl k šíření tzv. fake news. To jsou rozšířeným fenoménem, který je problematický a nebezpečný pro společnost. Jde o šíření nepravdivých informací (tj. dezinformací), takovým způsobem, aby vyvolaly dojem skutečných zpráv (Shariff, 2020).

Dezinformaci tedy lze definovat jako falešnou nebo nepřesnou informaci, která byla vytvořena s úmyslem cíleně klamat čtenáře/uživatele (Wu, et al., 2019).

Vznikají z mnoha důvodů, jak z politického nebo sociálního přesvědčení, tak i k prosazování názoru, který je preferován některými lidmi nebo skupinami. Jejich snahou je přesvědčit ostatní o tom, že obsah je pravdivý, i když to tak být nemusí.

Existuje několik druhů dezinformací. Vymyšlený obsah podává informace, které jsou zcela nové a jejich obsah je záměrně nepravdivý. Manipulovaný obsah se týká informací, které se mohou týkat autentického obsahu, který je pozměněn, nebo takových informací, kde je uveden důvěryhodný zdroj, ale jejich obsah je pozměněn tak, aby dezinformoval. Dezinformace převráceného nepravdivého kontextu jsou takové informace, které jsou skutečné, avšak uvedeny ve falešném kontextu. Na internetu mohou vznikat také tzv. falešná spojení, která spočívají v tom, že obsah textu na webové stránce není relevantně spojen s nadpisem a nemusí se ho ani vůbec týkat. Posledním druhem dezinformací jsou satirické, parodické stránky. Přestože jejich hlavním účelem je parodovat, obsah, který se na nich objevuje, může být uživateli vnímán a následně pochopen jako pravdivý (Majerczak & Strzelecki, 2022).

Díky rozvoji technologií a komunikačních kanálů čelí lidé záplavě informací, ve kterých je někdy problémové fake news rozeznat. Lidé jsou mnohdy fascinováni něčím, co je nové, dříve neslychané, což je hlavní podstatou toho, co fake news představují. Bojovat proti zveřejňování, a hlavně důvěřování fake news se dá různými způsoby. Nabízí se technická řešení, ale také uživatelská (Majerczak & Strzelecki, 2022).

V případě technických řešení je poměrně běžnou metodou boje proti šíření dezinformací zaměstnávání moderátorů obsahu a kontrolorů faktických informací. Ti mají za úkol odhalit a odstranit dezinformace ze sociálních médií, aby nedošlo

k ovlivnění uživatele. Vyvinuté jsou programy, které slouží specificky k poukazování na dezinformace (Hughes et al., 2021; Majerczak & Strzelecki, 2022).

Hlavní odpovědnost za zlepšení situace s distribucí fake news mají zejména tvůrci sociálních médií a platform, na kterých se takové zprávy vyskytují. Z hlediska uživatelských řešení je nejdůležitější mediální gramotnost. Vzdělávání v oblasti digitálních médií poskytuje současné, ale i budoucí generaci možnost, jak se naučit odolávat falešným zprávám. Mediálně gramotní uživatelé internetu jsou si více vědomí existence fake news a mají nějaké základní znalosti k jejich rozpoznávání. Se zvyšujícím se objemem zveřejňovaných informací v online prostoru také vzrostla potřeba uživatelů si informace zjištěné online ověřovat. Ve výsledku by se díky vyšší mediální gramotnosti méně dezinformací stávalo populárními a sdílenými, což by bylo v rozporu se zamýšleným cílem jejich autorů (Majerczak & Strzelecki, 2022).

4.3 Misinformace

Misinformace je falešná nebo nepřesná informace vytvořená neúmyslně. To znamená, že autor misinformace je přesvědčen o tom, že šířená informace je pravdivá, i když tomu tak reálně není. Naproti tomu dezinformace je falešná nebo nepřesná informace vytvořená úmyslně s cílem klamat čtenáře/uživatele (Wu et al., 2019).

K šíření misinformací zásadně přispívají sociální platformy. Algoritmy těchto platform fungují na základě předchozích vyhledávání uživatele, jeho preferencích a přesvědčení. Platformy poskytují uživatelům podobný obsah, který již někdy vyhledávali, nebo na něj nějakým způsobem reagovali, přičemž mnohdy stačí jen kliknutí na reklamu (Muhammed & Mathew, 2022).

Důležitou roli také hrají také samotní uživatelé. Lidé mají tendenci sdílet informace na základě svého subjektivního pocitu, a přesvědčení, že jsou důležité nebo pravdivé a že by o nich mělo vědět více lidí. Misinformace představují nebezpečí, protože mají moc ovlivnit rozhodování koncových uživatelů. Příkladem může být epidemie spalniček v Kalifornii v roce 2015, kdy vznikaly konspirační teorie vzbuzující nedůvěru ve stát a vakcínu. To vedlo k vyššímu počtu lidí, kteří odmítali podání vakcíny proti této vysoce přenosné nemoci (Muhammed & Mathew, 2022). Před misinformacemi i dezinformacemi bylo varováno také v souvislosti s globální pandemií nemoci covid-19 v roce 2020. I v tomto případě vznikaly nejrůznější teorie a vývoj epidemie byl navíc

velmi intenzivně sledován médii po celém světě. To dávalo prostor vzniku mylných informací a jejich dalšímu šíření. Z toho vyplývá, že je velmi důležité si informace ověřovat z více důvěryhodných zdrojů. Na platformě Youtube dnes již mnoho tvůrců zmiňuje své zdroje přímo ve videích nebo vkládá do popisu svých videí seznam zdrojů, ze kterých byly informace řečené ve videu čerpány, případně nabízí i další možné zdroje ke zkoumané problematice. Pokud video spočívá ve sdělení subjektivního názoru nebo pohledu tvůrce na danou problematiku, je důležité k tomuto faktu ze strany sledujícího přistupovat s určitým odstupem.

4.4 Transparentnost

V posledních letech je v online prostoru stále větší tlak na zapojování do transparentní komunikace. Pro tvůrce obsahu v online prostoru je důležitá jejich důvěryhodnost. Tu dokazují svou transparentností. Zaručují tak otevřenost a upřímnost při působení na online platformách (Goldfield, 2012; Lee et al., 2022).


Obecně, je transparentnost v médiích a online prostoru chápána jako stav, kdy tvůrce poskytuje svým sledujícím obsahu náhled na zákulisní procesy, toho, jak byl obsah vytvořen. To může dokazovat například pravdivé uvedení faktu, jestli byl vytvořený obsah sponzorován nebo vytvořen ve spolupráci s nějakou značkou. Pokud ano, tvůrce dostane velmi často buď zapláceno za zmínění ve videu, nebo pokud se jedná například o propagování produktů, může je formou barterové spolupráce získat zcela zdarma (Lee, et al., 2022). Dalším příkladem transparentního chování na Youtube je přiznávání chyb například ve formě dezinformačních sdělení, veřejné reakce na stížnosti nebo obavy uživatelů například ve formě odpovědí na komentáře pod zveřejněnými příspěvky a upřímnost obsahu. Každý chybí, ale důležité je, a v online prostoru obzvlášť, se k omylu přiznat a případné nejasnosti vysvětlit. Upřímná komunikace ze strany tvůrce v komentářích nebo i soukromých zprávách na různých sociálních médiích utváří vztah mezi odběratelem a tvůrcem (Goldfield, 2012).

Komunita tvůrců na platformě Youtube je směs amatérů a profesionálních tvůrců obsahu. Profesionální tvůrci na Youtube kladou důraz především na svoji autentickou osobnost. Také jsou otevřenější k využívání svých Youtube kanálů pro obchodní účely (Lee et al., 2022).

4.5 Ostatní druhy problematiky

4.5.1 Zneužití a záměna identity

Za další formu problematiky můžeme považovat i předstírání nebo zneužívání identity jiných. Předstírání identity na Youtube může mít různé podoby. Od vytváření profilů, které působí na první dojem stejně jako profil tvůrců, po šíření obsahu, který je pozměněn natolik, že změní význam videa. Důvody k výskytu tohoto jevu nejsou nikdy stejné, ale slouží zejména k šíření nepravd, falešného obsahu, zneužití sledujících daného tvůrce pro osobní zisk nebo například očernění jména. Tento jev se samozřejmě nevyskytuje pouze na Youtube, ale i na jiných platformách, zejména sociálních sítích (například vydáváním se za celebrity, tvůrce obsahu nebo jinou osobu) (Page, 2014; Irshad & Soomro, 2018).

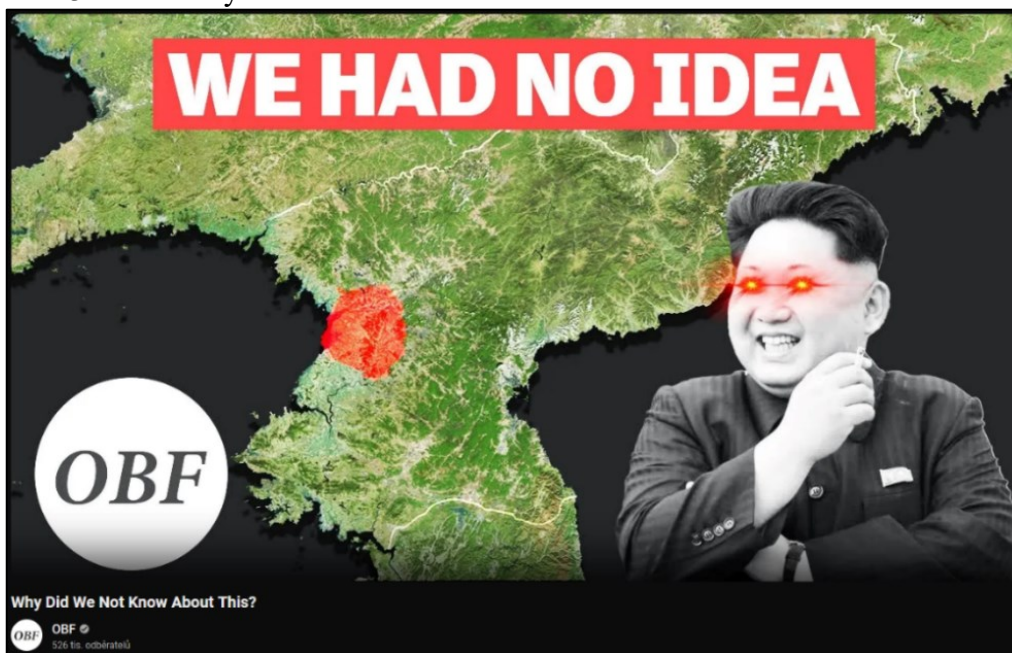
Přestože platforma Youtube má ve svých pravidlech přísný zákaz vydáváním se a zneužívání obsahu jiných, algoritmus, který tyto účty může smazat, není dokonalý a stále nemusí být vše zachyceno. Uživatelé mají samozřejmě možnost takového účty nahlásit. Přinejmenším Youtube poskytuje tvůrcům možnost ověření identity, kdy po ověření získají za svými jmény odznak „“. Toto řešení naznačuje, který profil je pravý a který ne, v případě, že existuje více účtů pod stejným jménem (Google, 2024b).

4.5.2 Clickbait

Clickbait lze chápat jako návnadu na (pro někoho nezajímavý) obsah. Jeho cílem je nalákat uživatele kliknout na odkaz, případně zhlédnout obsah, který má sice lákavý titulek, ale přehání nebo zkresluje skutečnost samotného obsahu. Jako koncept byl původně použit ve zpravodajských médiích, kde titulky lákaly na zprávy, které ale nebyly v souladu se skutečným obsahem.

Na Youtube uživatel jako první vidí název videa a náhledovou miniaturu. Jde tedy o klíčové parametry pro rozhodnutí koncového uživatele, jestli video zhlédne nebo ne. Proto mnoho tvůrců obsahu na Youtube používá clickbait název nebo miniatury, které se ale ve finále liší od skutečného obsahu videa. Hlavním cílem tohoto jevu na platformě je zvýšit sledovanost videa a tím i generovat více příjmů (Gothankar, 2021). Jak je patrné z obrázku 3, na první dojem není zcela jasné, jaký bude obsah videa.

Obr. 3: Ukázka využití clickbaitu



Zdroj: OBF (2022a)

4.5.3 Plagiátorství

Plagiátorství je jednání, kdy jedinec kopíruje nebo jinak využívá obsah vytvořený někým jiným, a to bez souhlasu nebo odkazu na původní zdroj, a obsah vydává za svůj. Na platformě Youtube existuje mnoho forem plagiátorství. Nejčastějším příkladem je kopírování obsahu videa. Je možné převzít myšlenky jiného tvůrce a původního tvůrce citovat, ale je nutností ve videu nebo v popisku videa uvést původního autora a odkaz tak, aby nedocházelo ke klamání sledujících. Pokud se tak nestane, je jednání považováno za plagiátorství. Existují i situace, kdy je vytvořen Youtube kanál, na který jedinec nahrává videa jiného autora a vydává je za své. Plagiátorství je problémem nejen v online prostoru, ale je mu věnována velká pozornost i v akademické sféře (University of Oxford, 2024).

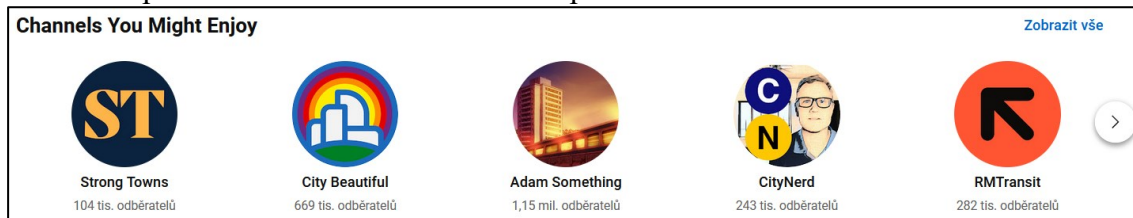
5 Metodika

Youtube je platforma, která shromažďuje obrovské a stále rostoucí množství online obsahu. V teoretickém zarámování bylo představeno základní dělení geografie jako vědní disciplíny. Vzhledem k mému odbornému zaměření byla pro analýzu vybraných tvůrců na platformě Youtube zvolena socioekonomická geografie, která se dělí na další subdisciplíny. Z těchto subdisciplín byla vybrána geografie sídel, která úzce souvisí s urbanismem, regionálním rozvojem a územním plánováním.

V první řadě byl vytvořen nový účet, tedy účet doposud neovlivněný Youtube referenčním algoritmem, aby se předešlo dřívějším preferencím při vyhledávání. Po průzkumu dostupného obsahu na platformě Youtube bylo zjištěno, že není mnoho česky mluvících tvůrců, kteří by se tématy zabývali. Z tohoto důvodu byli vybráni anglicky mluvící tvůrci, neboť angličtina je nejrozšířenějším světovým jazykem a zároveň primární cizí jazyk vyučovaný na českých školách.

Tvůrci na Youtube byli vyhledáváni na základě klíčových slov, kterými byly: *urban geography, urbanism, city planning, city infrastructure, spacial planning, urban mobility, city design* (v českém jazyce *geografie sídel, urbanismus, městské plánování, městská infrastruktura, územní plánování, urbánní mobilita, městský design*). Klíčová slova byla zadávána v anglickém jazyce, aby se upřesnilo hledání na anglicky mluvící tvůrce. Tím bylo zajištěno, že nalezené kanály se budou zabývat vybranými tématy. Zároveň byli tvůrci vybíráni na základě referencí/doporučení jiných, větších, či pro tuto práci významných tvůrců, viz obrázek 4 na Youtubovém profilu Not Just Bikes.

Obr. 4: Doporučení další tvůrci na Youtube profilu Not Just Bikes



Zdroj: Not Just Bikes (n.d.)

Nejprve byli shromážděni tvůrci na základě vyhledávaných klíčových slov a referencí. Poté byla definována kritéria, která museli tvůrci pro výběr splnit. Tvůrce ve svých videích sleduje primárně urbanistická témata, na svém obsahu má alespoň 250 tisíc zhlédnutí, má více než 5000 odběratelů a aktivně natáčí. Pro tuto práci bylo vybráno 15

tvůrců, kteří v tomto užším výběru slouží jako ukázka toho, jaký obsah je na Youtube dostupný.

Po selektování konkrétních tvůrců byla definována témata, kterých se publikovaná videa na vybraných kanálech nejčastěji týkají. Sledovanými tématy jsou rezidenční bydlení, městské prostředí, vizáž a design, dopravní infrastruktura a veřejná doprava, suburbanizace a rozrůstání měst, regionální rozvoj a plánování.

Vzhledem k tomu, že vybraná geografická témata spolu velmi úzce souvisí, je pravděpodobné, že konkrétní vybrané video může tematicky spadat do více definovaných kategorií témat. Přiřazeno bude k takovému, které je dominantní a je mu zde věnována největší pozornost. Ukázky videí byly vybrány na základě nejsledovanějších a pro tuto práci nejrelevantnějších videí tvůrců, což znamenalo, že pokud se video nevěnovalo tematicky sledovanému obsahu, bylo přeskočeno. Vybrané ukázky obsahu jsou více představeny (viz kapitola 6.3 Ukázky obsahu na základě sledovaného tématu) a prezentují rozhodovací proces na základě kterého byla videa přiřazena ke konkrétnímu tématu, či oblasti. Větší množství videí je prezentováno ve formě mapové vizualizace.

Vizualizace byla vytvořena ve formě mapového výstupu za pomoci programu ArcGIS Pro a ArcGIS Online. Pro tvorbu mapy byl využit zásadně program ArcGIS Pro. Pro jednoduchou dostupnost, byl tento výstup překlopen do ArcGIS Online a následně vygenerován jako Instant App. V praxi to vypadá tak, že součástí mapy je interaktivní legenda zahrnující jednotlivá témata a možnost je filtrovat. Zároveň po kliknutí na konkrétní bod se zobrazí název videa, název kanálu, respektive tvůrce, hypertextový odkaz na video na platformě Youtube a základní informace o obsahu videa (viz kapitola 6.4 Mapová vizualizace).

6 Vybraný obsah na platformě Youtube

Na platformě Youtube je dostupné velké množství různého obsahu, který se týká urbanismu a příbuzných témat. Můžeme najít například TED talk videa, debaty nebo záznamy z přednášek. Tento obsah je, ale zpravidla nekonzistentní a nepravidelný, neboť takovéto kanály se věnují a poskytují prostor i jiným tématům nebo oborům.

Tato práce sleduje především aktivní tvůrce s vlastními kanály, kteří vytvářejí pravidelný a konzistentní obsah. Tvůrci interagují se svou komunitou diváků, například doplňováním, debatováním a diskutováním informací v sekci komentářů pod videi nebo na jiných sociálních sítích. Divák nebo odběratel těchto kanálů má jistotu, že další nahrané video bude opět k tématu, které ho zajímá.

6.1 Přehled vybraných tvůrců

Tab. 2: Přehled vybraných tvůrců

Tvůrce	Odkaz na Youtube kanál
About Here	https://www.youtube.com/@AboutHere
Adam Something	https://www.youtube.com/@AdamSomething
Alan Fisher	https://www.youtube.com/@alanthefisher
Building Beautifully	https://www.youtube.com/@BuildingBeautifully
City Beautiful	https://www.youtube.com/@CityBeautiful
City Nerd	https://www.youtube.com/@CityNerd
Not Just Bikes	https://www.youtube.com/@NotJustBikes
OBF	https://www.youtube.com/@OBFYT
Oh The Urbanity!	https://www.youtube.com/@OhTheUrbanity
RMTransit	https://www.youtube.com/@rmtransit
Strong Towns	https://www.youtube.com/@strongtowns
The Aesthetic City	https://www.youtube.com/@the_aesthetic_city
The Life-Sized City	https://www.youtube.com/@LifeSizedCity
Urban Jersey Guy	https://www.youtube.com/@UrbanJerseyGuy
Yet Another Urbanist	https://www.youtube.com/@YetAnotherUrbanist

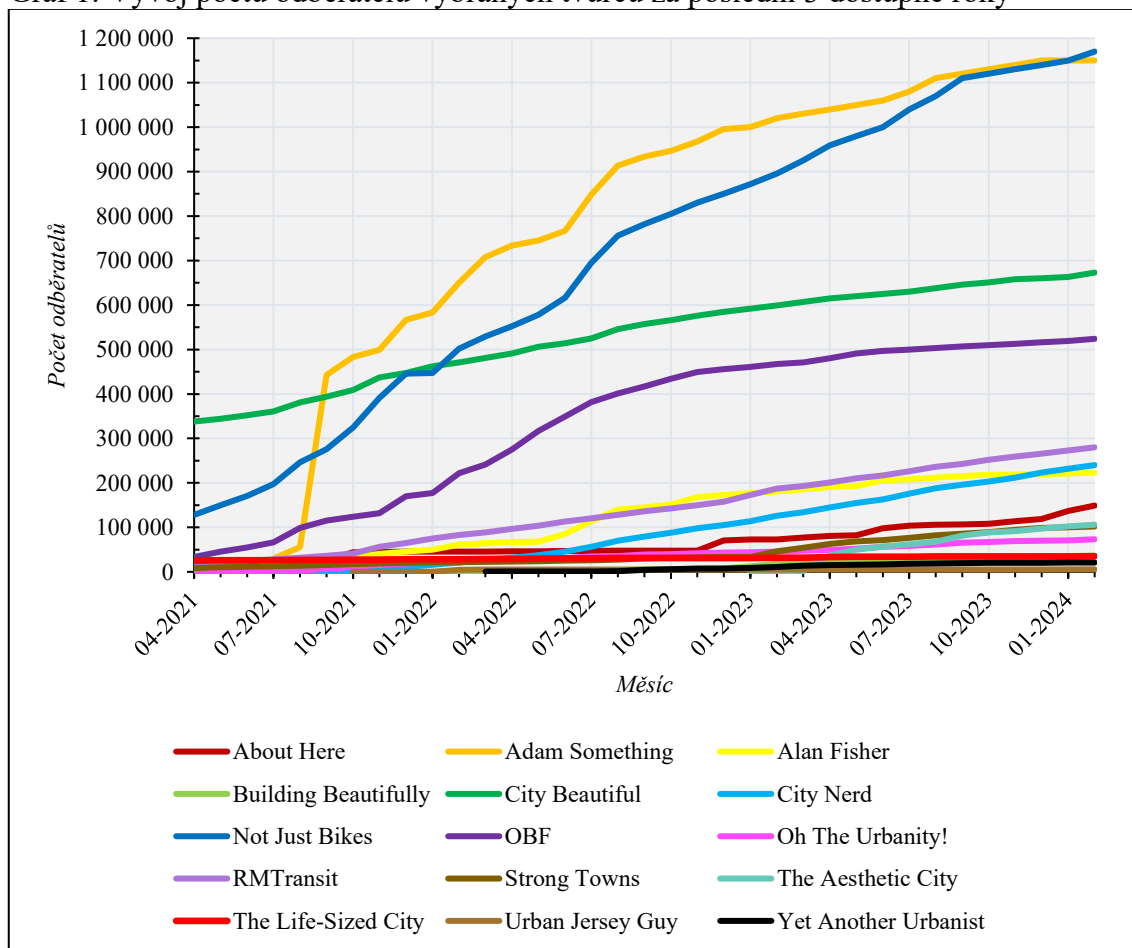
Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 2 obsahuje jméno či název kanálu tvůrce a odkaz na něj. Je řazena pro přehlednost abecedně, stejně tak v následující kapitole, kde jsou tvůrci a jejich obsah představen.

Základními ukazateli popularity a oblíbenosti kanálů na platformě Youtube je počet odběratelů a celkový počet zhlédnutí. Statistická data k těmto ukazatelům poskytuje například organizace Social Blade LLC (osobní komunikace, 15.02.2024), která uvedla, že Youtube povoluje zveřejňování dat pouze za poslední 3 kalendářní roky.

Grafy 1 a 2 na ose Y zobrazují počet odběratelů, v grafech 3 a 4 je na ose Y počet zhlédnutí. Osa X u všech grafů zobrazuje časové období v měsíčních intervalech od dubna 2021 do února 2024. Konkrétní data jsou dostupná v přílohách A a B této práce.

Graf 1: Vývoj počtu odběratelů vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky



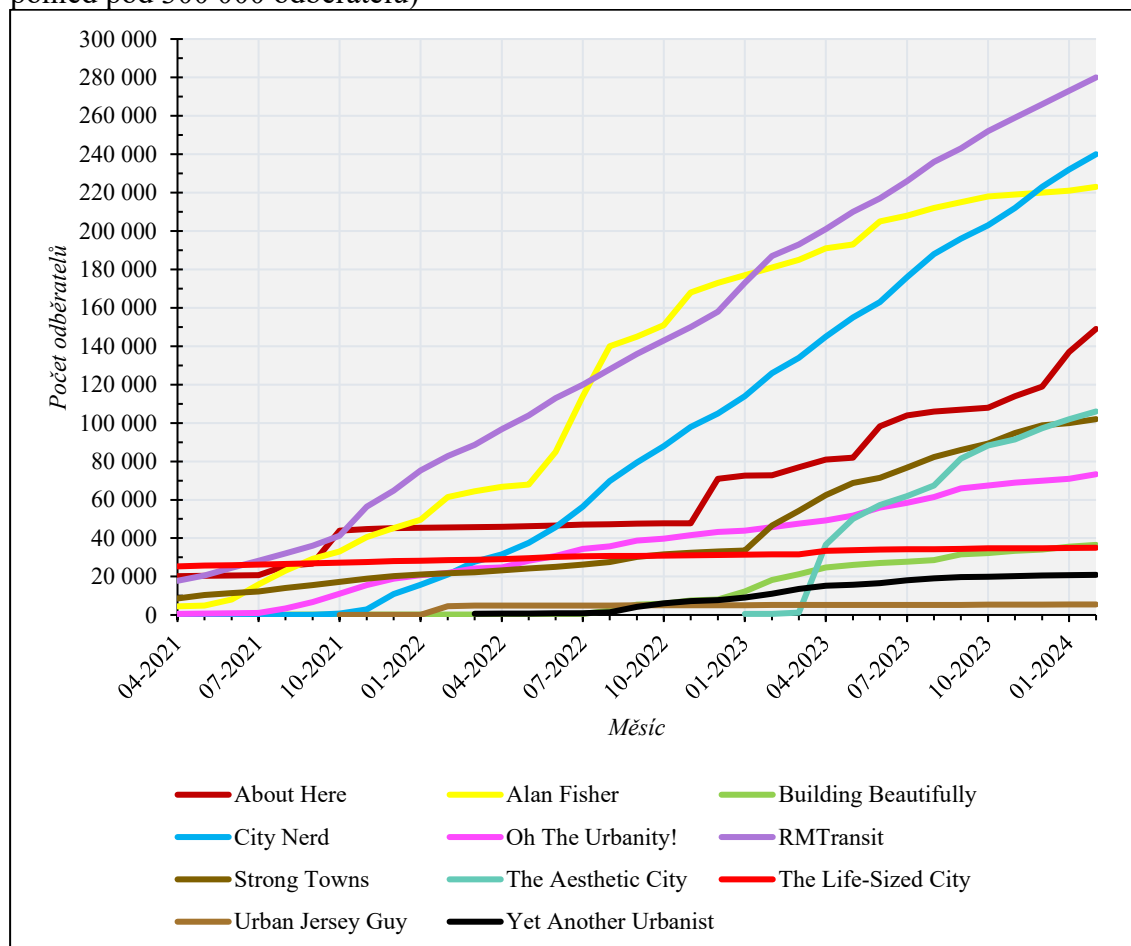
Zdroj: Social Blade LLC (2024), vlastní zpracování

Graf 1 zobrazuje vývoj počtu odběratelů 15 vybraných kanálů na YouTube za poslední 3 dostupné roky. Graf 1 je v nižším počtu odběratelů špatně čitelný, je tedy pro přehlednost vytvořen graf 2, který zobrazuje kanály s méně než 300 000 odběrateli.

Největšími tvůrci, co se týče počtu odběratelů k únoru 2024 jsou Not Just Bikes (1 170 000) a Adam Something (1 150 000), jediní, co mají nad milion odběratelů. Za nimi City Beautiful (673 000) a OBF (524 000).

Největší zisk odběratelů v krátkém čase, v tomto sledovaném období měl Adam Something v září 2021, neboť měl v tomto měsíci virální video o Dubaji (Adam Something, 2021). Virální video je takové, které se stane rychle velmi populárním prostřednictvím sdílení a zhlédnutí na internetu. Na Youtube funguje algoritmus, který lidem doporučuje další obsah, dokáže zachytit, že video získává mnoho dalších sdílení a zhlédnutí v krátkém čase a začne ho doporučovat i lidem, kteří taková videa běžně nesledují anebo nejsou odběrateli kanálu (Vařáková, 2022).

Graf 2: Vývoj počtu odběratelů vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky (zmenšený pohled pod 300 000 odběratelů)

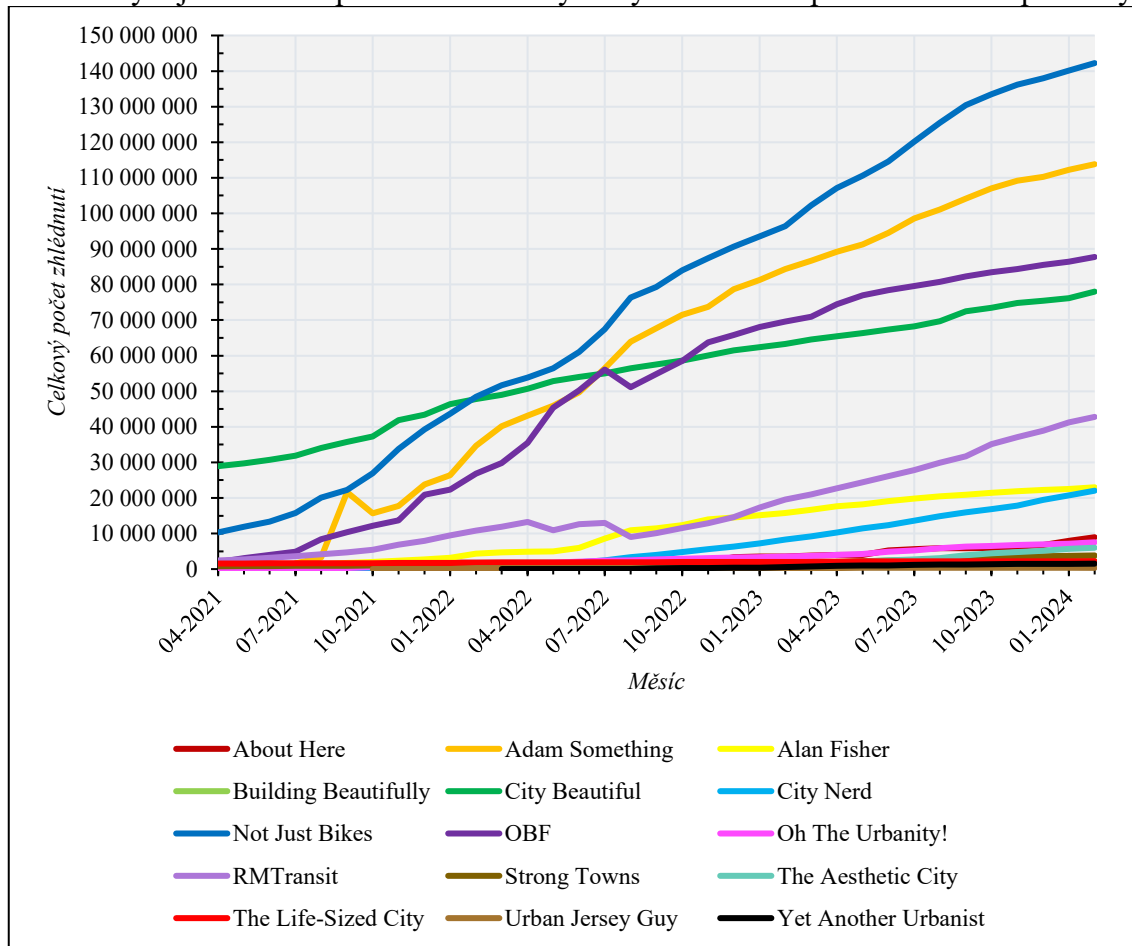


Zdroj: Social Blade LLC (2024), vlastní zpracování

Z grafu 2 je zřetelnější, že někteří tvůrci působí na platformě kratší dobu. Například City Nerd začal publikovat videa v září 2021, Urban Jersey Guy v říjnu 2021,

Yet Another Urbanist v březnu 2022 a The Aesthetic City až v lednu 2023. Toto může být zásadním důvodem nižšího počtu odběratelů.

Graf 3: Vývoj celkového počtu zhlédnutí vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky



Zdroj: Social Blade LLC (2024), vlastní zpracování

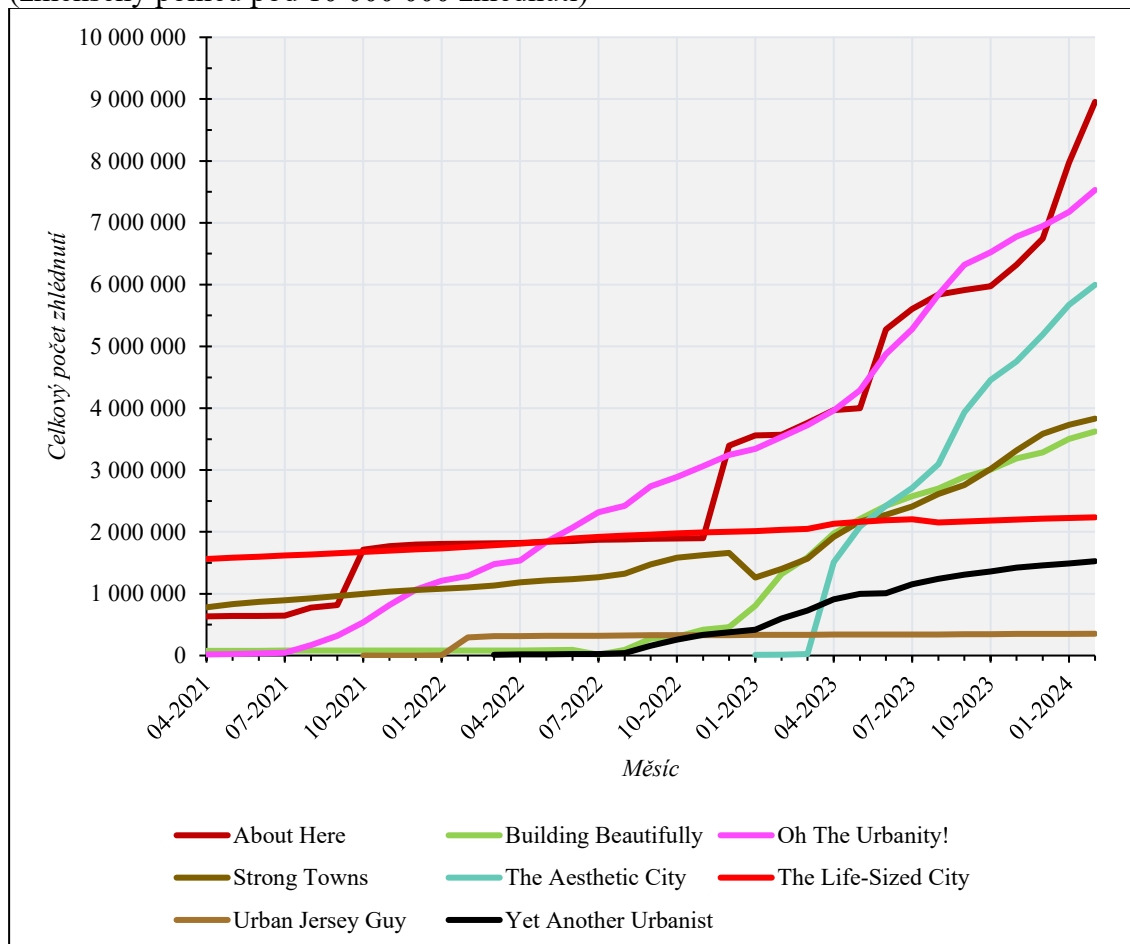
Nejvyšší počet zhlédnutí má kanál Not Just Bikes (142 237 758), poté Adam Something (113 815 833), OBF (87 740 643) a City Beautiful (77 999 758).

Důvodem, proč kanály mají mnohdy mnohonásobně vyšší počet zhlédnutí vůči počtu odběratelů je, že na Youtube není nutné pro zhlédnutí videa mít odběr na kanále. Tedy počet odběratelů bývá zpravidla značně nižší, ale počet zhlédnutí mnohonásobně vyšší.

Graf 3 a 4 ukazují, že počet zhlédnutí u vybraných tvůrců se v posledních 3 letech vyvíjel různě. Někteří tvůrci zaznamenali nárůst, zatímco jiní pokles. Trend růstu se u některých tvůrců v roce 2023 zpomalil, ale počet zhlédnutí stále stoupá.

Graf 3 je v nižším počtu zhlédnutí špatně čitelný, je tedy pro přehlednost vytvořen graf 4, který zobrazuje kanály s počtem zhlédnutí pod 10 000 000.

Graf 4: Vývoj celkového počtu zhlédnutí vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky (zmenšený pohled pod 10 000 000 zhlédnutí)



Zdroj: Social Blade LLC (2024), vlastní zpracování

Na grafu 4 lze vidět růst kanálu The Aesthetic City. Ten má pouze pár videí, neboť se jedná o nový kanál, přesto získal značně vyšší sledovanost než jiní tvůrci s menším nebo obdobným počtem odběratelů, jako například Strong Towns. Důvodem může být atraktivita videí a opět aspekt virálních videí.

Jedním z hlavních aspektů zisku sledovanosti a tím i odběratelů je na platformě Youtube inovace a konzistence. Pokud se tvůrce bude věnovat stejnému tématu stále dokola, divácky zevšední a lidé přestanou tento obsah sledovat. Stejně tak nemůže tvůrce nahrát jedno video za rok a očekávat, že si ho lidé budou stále pamatovat.

6.2 Představení vybraných tvůrců

Tvůrci jsou představeni na základě jejich akademického či pracovní pozadí, zkoumaných témat a geografického zaměření.

About Here

Za kanálem About Here stojí Uytae Lee a spoluautorka Alanna Smith. Lee získal bakalářský titul na kanadské Dalhousieově univerzitě v oboru komunitního designu, městského plánování a udržitelnosti (Lee, 2024). Smith se podílí zejména na psaní a úpravě scénářů použitých ve videích. About Here produkuje videa hlavně o problematice spojené s městským plánováním. Zpočátku se kanál zaměřoval primárně na město Vancouver v Britské Kolumbii v Kanadě, o kterém měli i minisérii na televizní stanici CBS a samotná série je také dostupná jako playlist na kanále. Nyní však zahrnují i další města. Tvůrci zkoumají výzvy, kterým města čelí a hledají řešení. Prostřednictvím svých videí chtějí zapojit veřejnost do otázek a diskuzí o městském plánování, podněcují sledující k zamyšlení o jejich okolním prostoru. Videia jsou zaměřená na témata jako dostupnost bydlení, dopravu (analýza veřejné dopravy, cyklistické infrastruktury a problém dominující automobilové dopravy ve městech) nebo historii a politiku regionálního plánování (About Here, n.d.; CBC/Radio-Canada, 2022).

Adam Something

Adam Kovacs je maďarský tvůrce vytvářející obsah v anglickém jazyce. Ve svém obsahu se zaměřuje na urbanistické koncepce, design, městské plánování a infrastrukturu. Videia jsou důkladně prozkoumána a citována, a jeho rozborů komplexních urbanistických konceptů nabízí veřejnosti objasnění a porozumění sledovaným tématům. Provádí kritické analýzy rozmanitých témat týkajících se městského designu nebo samotných měst, a přidává k nim svůj pohotový, mnohdy sarkastický a satirický komentář, který je pro mnoho jeho sledujících poutavý. Kritizuje urbanistický design a plánovací rozhodnutí a často zdůrazňuje jejich sociální a environmentální důsledky. Mimo to se aktivně věnuje politice, sociálním tématům a technologickým inovacím. Kovacs zaujímá progresivní levicové postoje a řeší i témata jako je nerovnost příjmů, udržitelný rozvoj a podporuje urbanistická řešení prosazující komunitní blahobyt. Také natáčí vlastní komentáře či reakce na události a politické novinky (Adam Something, n.d.; Wikitubia, n.d.a).

Alan Fisher

Youtube kanál, před přejmenováním pod názvem The Armchair Urbanist, je zaměřený na územní plánování, infrastrukturu, dopravu a historii v kontextu Severní Ameriky. Za jeho vznikem stojí Alan Fisher, který vystudoval strojní inženýrství na Rutgers státní univerzitě v New Jersey a momentálně se věnuje svému Youtube kanálu na plný úvazek (Fisher, 2024). Ve svých videích se zaměřuje na městskou infrastrukturu. Pravidelně zdůrazňuje nutnost vytvoření pěších dostupných měst a minimalizaci závislosti na autech, kriticky analyzuje koncepce městského plánování a jejich dopady, diskutuje o historických událostech souvisejících s rozvojem a utváření měst. Jeho obsah je zaměřen na Severní Ameriku a často využívá příklady ze Spojených států a Kanady. Fisher vyjadřuje silné názory na městský design a kritizuje minulé i současná rozhodnutí týkající se územního plánování. Přestože někdy diskutuje o velmi technických tématech, využívá humor a satiru, aby téma bylo pro jeho sledující poutavé. Aktivně spolupracuje s dalšími tvůrci, kteří se zabývají podobnými tématy, například City Nerd, RMTransit, Adam Something nebo Strong Towns (Fisher, n.d.).

Building Beautifully

Kanál Building Beautifully byl založen studentem stavebního inženýrství Sharathem Mahendranem. Původně studoval medicínu, ale jeho zájmy se přeměrovaly k urbanismu. Zaměřuje se především na urbanismus v Sydney v Austrálii. Jeho videa analyzují minulé a současná územně plánovací rozhodnutí v Sydney, která město za poslední léta formovala. Kromě toho sdílí své poznatky a kritiku vývoje urbanismu v Sydney. Uvádí dobré i špatné příklady z urbanistické praxe v Sydney. Chválí například městské části jako Chatswood a Rhodes, zejména za vytvoření fungující veřejné dopravy, naopak kritizuje vývoj v oblastech jako Carlingford a Denistone, kde infrastruktura veřejné dopravy takřka chybí. Mahendran také řeší otázky městského plánování a infrastruktury, prosazuje udržitelnější rozvoj zejména v dopravní infrastruktuře. Je toho názoru, že Sydney by mělo věnovat větší pozornost veřejné dopravě, aby se ve městě zmírnila dopravní situace, a tím se vytvořilo příjemnější město k bydlení. Propaguje koncept tranzitně orientovaného rozvoje, tedy výstavby hustě osídlených smíšených komunit kolem veřejných dopravních uzlů. Do budoucna navrhuje rozšíření veřejné dopravy, zejména implementaci obvodových železnic vedoucí k lepšímu propojení předměstských oblastí s městem (Building Beautifully, n.d.; Mahendran, 2024; Segaert, 2023).

City Beautiful

City Beautiful je projektem Davida Amose, doktoranda na Kalifornské univerzitě v Berkeley a v současnosti asistenta na katedře Urbanismu a regionálního plánování na Kalifornské polytechnické státní univerzitě. Využívá své praktické zkušenosti a akademické pozadí k objasňování urbanistických témat jako například městského plánování, udržitelného rozvoje, využití půd anebo dopravních systémů a infrastruktur. Prosazuje inovativní přístupy pro vytvoření udržitelných a životaschopných městských prostředí. Ve svých videích kombinuje formáty, jako je tradiční vysvětlování, rozhovory s odborníky, kritické analýzy a studie konkrétních měst, aby tak nabídl komplexní porozumění problematice širokému publiku (California Polytechnic State University, 2024; City Beautiful, n.d.; Stromberg, 2023).

City Nerd

Ray Delahanty působil více než desetiletí jako urbanista, dopravní plánovač a projektový manažer v různých amerických firmách. Lze o něm říci, že je zkušeným odborníkem v oblasti dopravy a urbanismu. V roce 2020 se rozhodl vytvořit YouTube kanál, na kterém se zaměřuje na témata, týkající se jeho dosavadní kariéry. Zaměřuje se primárně na výhody a nevýhody automobilové dopravy a význam mikromobility, důležitost, udržitelnost a efektivitu veřejných prostor, budoucnost měst a kritiku městského designu. Delahantého odráží jeho vášeň a zájem o udržitelný rozvoj měst a dopravy. Ve svém obsahu provádí hloubkové analýzy, kombinuje své znalosti s kvalitním vizuálním zpracováním a pokouší se srozumitelně vysvětlit mnohdy komplexní odborná témata tak, aby jim rozuměl i laik. Zároveň se snaží vyvolat diskuze o urbanistických tématech. Tvorba představuje hodnotný zdroj informací a inspiraci pro všechny nadšence budování a plánování měst, dopravy a urbanismu, stejně tak i pro profesní odborníky. Jeho práce byla oceněna řadou organizací, včetně organizace Strong Towns nebo The Urbanist (City Nerd, n.d.; Delahanty, 2024; Trumm, 2023).

Not Just Bikes

Kanadský tvůrce Jason Slaughter, dlouhodobě žijící v Amsterdamu v Nizozemsku, se ve svých videích zajímá o městské prostředí a infrastrukturu, městský design a udržitelnou dopravu. Zkoumá mikromobilní způsoby dopravy, zejména její cyklistickou formu, a výhody, které mohou představovat pro životní prostředí a kvalitu života. Ve videích provádí hloubkové analýzy městského prostředí, představuje vzorové,

úspěšné a funkční strategie městského plánování, a prostřednictvím video prohlídek ukazuje různá řešení problematiky z různých částí světa, a zkoumá i oblasti potřebující zlepšení. Často ve svých videích komparuje města s různými přístupy. Ve videích kriticky nahlíží na infrastrukturu vytvořenou pro automobilovou dopravu a obhajuje koncepce jasně preferující lidi před auty. Zároveň mnohdy i navrhuje a představuje řešení problémů nebo změny, ať už svá nebo jiných. Prostřednictvím svého kanálu se snaží zvýšit povědomí o výhodách cyklistiky a propaguje městské prostředí, více zaměřené na lidi. Ačkoli je jeho obsah oslavován pro srozumitelnost a humor, Slaughter často čelí kritice za své eurocentrické názory a nenávisť k automobilům. Přestože se nejedná o odborníka z praxe, ale o nadšence, jeho videa jsou velmi informativní, dobře prozkoumaná a podložená (Not Just Bikes, n.d.).

OBF

OBF je kanál dánského tvůrce Olivera Frankeho, který se zaměřuje na vytváření obsahu, týkající se městského designu, geopolitických a ekonomických témat. Z urbanistických témat se zabývá městským designem, dopravními sítěmi, veřejnou dopravou a udržitelností. Ve svých analýzách se snaží vysvětlit komplexitu městské infrastruktury a objasnit vztah mezi urbanistickým designem a funkcionalitou na každodenním životě obyvatel. Ve svých videích o městském designu porovnává různé země či přímo města, a jejich přístupy ke stejnému problému. To sledujícím umožňuje pochopit různé perspektivy a pohledy na problém. Představuje, dle jeho slov, úspěšné příklady, jako například Tokio a Amsterdam, a komparuje je s méně úspěšnými. V oblasti geopolitiky zkoumá mezinárodní vztahy a rozebírá současná politická témata jako například Rusko-ukrajinskou válku a snaží se objasnit situaci a předvídat možné výsledky či scénáře (OBF, n.d.; Wikipédia, n.d.b).

Oh The Urbanity!

Kanál Oh The Urbanity byl založen v roce 2020 Jasmine Stefflerovou a Patrickem Murphym, kteří pocházejí z Ottawy v Kanadě. Murphy je vystudovaný urbanista a na této pozici pracoval i pro město Ottawa. Věnují se širokému spektru témat spojených s urbanismem, dopravou a designem měst. Ve svých videích se zaměřují na kanadská města jako je Toronto, Montreal a Ottawa, tedy města, se kterými mají vlastní zkušenost a znají jejich nedostatky. Cílem jejich kanálu je kritické hodnocení současné infrastruktury zaměřené na automobily a prezentování alternativních přístupů ke

kvalitnějšímu městskému designu. Zároveň chtějí informovat a inspirovat své sledující k zapojení se do diskuzí o problémech, které jsou spojené s městským prostředím. Konkrétně je obsah zaměřen na analýzu městské dopravy a plánování, diskutován je také problém cenově dostupného bydlení nebo další sociální a ekonomické aspekty. Propagují udržitelné formy dopravy, například cyklistiku, a podporují budování komunitně inkluzivních měst. Videá obsahují jednak příklady konkrétního městského prostředí, ale také demografická data a animace, která kombinují s informativními prvky, aby tak poskytl komplexní a srozumitelné informace. Nabízí jednak informační videa, ale také rozhovory s odborníky, reportáže z akcí a videa z cest. Se svou komunitou aktivně komunikují odpovídáním na komentáře videí a zapojováním do diskuzí. Také spolupracují s dalšími tvůrci na Youtube a odborníky z urbanistické praxe, aby mohli poskytnout různorodé perspektivy na problematiku (Active Towns, 2022; Oh The Urbanity!, n.d.).

RMTransit

Kanadský tvůrce Reece Martin, žijící v Torontu, je vystudovaný programátor a nadšenec do veřejné dopravy, který zároveň i pracoval jako dopravní plánovač na několika projektech v různých městech. Na svém kanále se zaměřuje na analýzu a zkoumání různých systémů a druhů veřejné dopravy ve městech a jiných místech po celém světě. Ve videích popisuje historii, design a celkovou funkčnost veřejné dopravy v různých zemích. Diskutuje o tom, proč některé systémy dopravy fungují lépe než jiné v jistých místech a situacích, a porovnává dopravní systémy vůči sobě. Představuje dobře navržené a fungující systémy veřejné dopravy a také místa, která potřebují zlepšení nebo změny. Mnohdy sám navrhuje způsoby, jak dopravní systémy zlepšit a udělat z nich lákavější a preferovanou možnost pro přepravu lidí (Martin, 2024; RMTransit, n.d.).

Strong Towns

Strong Towns bylo založené v roce 2008 zkušeným urbanistou a městským inženýrem Charlesem Marohnem. Marohn je také známý tím, že v roce 2011 vytvořil slovo "stroad", které je hybridem ulice a cesty. To se stalo populárním mezi urbanisty a plánovači. Zatímco organizace původně vznikla ve Spojených státech, se sídlem v Brainerdu v Minnesotě, jejich principy rezonují globálně. Tento fakt vedl k vytvoření sítě podporovatelů a spolupracovníků po celém světě. Například spolupracují s tvůrcem Not Just Bikes. Snaží se změnit dosavadní urbanistické praktiky prosazováním modelů,

kteřé kladou důraz na dlouhodobou udržitelnost, finančně silné a odolné komunity, smíšené využití ploch a investice s dlouhodobými výnosy. Mají za cíl vytvořit živější a ekonomicky silnější městské prostředí. Prostřednictvím různých platform, včetně svého YouTube kanálu, Strong Towns šíří informace, analýzy a názory, které rozvíjí jejich principy a myšlenky. Videá, na kterých vystupuje buď samotný Marohn, další členové jeho týmu, nebo hostující řečníci, pokrývají různá témata související s budováním měst. Jedním z typů videí je rozbor studií úspěšných projektů, ve kterém vedou rozhovory s odborníky, urbanisty, komunitními vedoucími a ekonomy pro objasnění jejich úspěchu. Také diskutují o dopravě, zónování, bydlení a infrastruktuře. Celkově YouTube kanál Strong Towns slouží jako komplexní zdroj pro jednotlivce a profesionály zajímající se o rozvoj komunit. Nabízí mnoho poznatků, inspirace a praktických rad (Strong Towns, n.d.a; Strong Towns, n.d.b).

The Aesthetic City

The Aesthetic City založil vystudovaný urbanista Ruben Hanssen, který žije v Amsterdamu v Nizozemsku. Studoval urbanismus na Amsterdamské univerzitě a následně na Technické univerzitě v Delftu a od roku 2021 se plně věnuje tomuto projektu. Kanál na Youtube se věnuje zlepšování městského plánování a prostředí, pomocí klasické i tradiční architektury a infrastruktury zaměřené na cyklisty. Pokládá za důležitou celkovou estetiku města. Filozofie kanálu je v souladu s principy nového urbanismu. Hodnotí design a způsoby plánování měst, uvádí dobré i špatné příklady a zkoumá, jak města fungují. Důraz klade především na místní historii a kulturu, a prosazuje tradiční a klasickou architekturu v městském prostředí. Naopak kritizuje moderní architekturu a plánování. Věřící, že tradiční design vede k městům více esteticky příjemným. Nové stavby by měly vytvářet pocit kontinuity a být v souladu se stávající či původní městskou strukturou (The Aesthetic City, 2024; The Aesthetic City, n.d.).

The Life-Sized City

Za tímto kanálem stojí Dánsko-kanadský urbanista a designér Mikael Colville-Andersen. Během svého života žil ve městech po celém světě, a nakonec se usadil v Kodani, kde později založil projekt Copenhagenize Design Company. Ten se věnuje propagaci alternativních způsobů dopravy, zejména cyklistiky, a vytváření městských prostředí jim přizpůsobeným. Colville-Andersen je aktivní moderátor a řečník, přispívající do diskuzí o urbanismu a cyklistice. V současnosti pracuje na televizním

pořadu *The Life-Sized City*, kde se v každém díle zaměřuje na jiné město a zkoumá v něm jeho urbanismus a kvalitu života. Propojuje teoretické koncepty s konkrétními příklady a příběhy, které ilustrují vliv městského designu na každodenní život lidí. Debatuje o veřejném prostoru, dopravě, rozrůstání měst, cykloturistice a ekologických iniciativách. Důraz klade na důležitost navrhování měst tak, aby prioritou byla lidská pohodlnost, ne auta. Tvrdí, že města dnes upřednostňují auta před lidmi. Následkem čehož jsou široké silnice, rozlehlá parkoviště a obecný nedostatek veřejného prostoru. Věří, že města mají být navržena tak, aby byla obyvatelnější a přívětivější pro pěší. Zároveň tvrdí, že občané mají nejlepší nápady, jak navrhnout svá města, protože v nich žijí a měli bychom jim dát tuto odpovědnost. Youtube kanál obsahuje dodatečný obsah, klipy a jiný rozšiřující urbanistický obsah mimo sérii (Colville-Andersen, n.d.a; Colville-Andersen n.d.b; *The Life-Sized City*, n.d.; The Ontario Educational Communications Authority, 2023).

Urban Jersey Guy

Urban Jersey Guy je Youtube kanál zaměřený na územní plánování a infrastrukturu. Tvůrce zůstává v anonymitě a vystupuje pod přezdívkou Jersey Guy. Videá se týkají územního plánování měst a jejich rozvoje, systémů veřejné dopravy, jejich účinnosti, dostupnosti a dopadu na města. Přestože, jak název napovídá, ve videích se zajímá o město New Jersey ve Spojených státech amerických, hodnotí i jiná města, jejich specifické problémy, uspořádání a realizované rozvojové projekty. Ve videích tvůrce často prosazuje svůj subjektivní názor a kritiku urbanistických rozhodnutí, dokládá však také fakta, která jeho argumenty podporují (Urban Jersey Guy, n.d.).

Yet Another Urbanist

Yet Another Urbanist se primárně zaměřuje na dopravní situaci v Renu ve Spojených státech amerických a komparuje ji s jinými severoamerickými městy. Cílí pozornost na problémy při navrhování měst, které se týkají automobilové infrastruktury a snaží se najít způsoby, jak tyto problémy napravit. Kritizuje a představuje problémy, které způsobují města a jejich předměstí, postavená takovým způsobem, že jeho obyvatelé jsou závislí na automobilech. Kanál poskytuje příklady dobré praxe z oblasti městského designu z celého světa, vyzdvihuje zejména Nizozemsko, Dánsko a další evropské země v kontrastu s městy severoamerickými. Často zmiňuje myšlenku, že města by měla být primárně navržena pro lidi místo automobilů (Yet Another Urbanist, n.d.).

6.3 Ukázky obsahu na základě sledovaného tématu

Tato kapitola představuje ukázky obsahu tvůrců. Vzhledem k tomu, že vybraná geografická témata spolu velmi úzce souvisí, je pravděpodobné, že konkrétní vybrané video může tematicky spadat do více definovaných kategorií témat. Ukázky jsou zařazeny podle dominantního tématu ve videu a prezentují rozhodovací proces na základě kterého byla videa přiřazena ke konkrétnímu tématu, či oblasti. V seznamu zdrojů jsou dostupné konkrétní odkazy na jednotlivá videa na Youtube.

Rezidenční bydlení

[About Here - Why North America Can't Build Nice Apartments \(because of one rule\)](#)
(*Proč Severní Amerika nemůže postavit pěkné apartmány (kvůli jednomu pravidlu)*)

Video pojednává o obtížnosti výstavby menších bytových domů (obdobným těm, které můžeme najít například na Evropských náměstích) v Severní Americe, kvůli stavebním předpisům. Rozebírá především pravidlo, že bytové domy nad určitou výšku musejí mít dvě samostatná schodiště (ta zabírají mnoho prostoru, což vede k tomu, že domy jsou větší a byty jsou menší, než by mohli být) (About Here, 2023).

[Oh The Urbanity! - Montreal's Medium-Density Multiplex Neighbourhoods](#)
(*Montrealské multiplexní sousedství se střední hustotou*)

Toto video se zabývá dostupností bydlení v Montrealu, kde je mnoho duplexů, triplexů a dalších nízkopodlažních/vícepatrových budov typickým stylem bydlení. Montreal je relativně staré město a byl historicky plánován stejně tak, jako tehdejší francouzská města, neboť se jedná o součást „francouzské Kanady“. V anglicky mluvící části Kanady najdeme většinou samostatné rodinné domy. Diskutují nad tím, jak toto bydlení ve městě vznikalo a jaký prospěch vytváří pro město (Oh The Urbanity!, 2020).

Městské prostředí, vizáž a design

[Alan Fisher - Why Philadelphia's Streets are better than other North American Cities](#)
(*Proč jsou ulice Filadelfie lepší než v jiných severoamerických městech*)

Video se věnuje problematice bezpečnosti cyklistů, porovnává ulice města Filadelfie s jinými severoamerickými městy. Tvrdí, že široké ulice umožňují rychlou jízdu automobilů, a tím ohrožení cyklistů. Naopak úzké uličky nutí řidiče zpomalit a více vnímat své okolí. Tvrdí, že pokud by se investovalo do cyklostezek a další infrastruktury, mohlo by se stát z Filadelfie skvělé cyklistické město (Alan Fisher, 2022a).

The Aesthetic City - This Town Did The Impossible
(*Toto město udělalo nemožné*)

Video představuje obnovu francouzského města Le Plessis-Robinson poblíž Paříže. Seznamuje s historií a s důvody chátrání města, vysvětluje, jak, proč a čím se dokázalo proměnit v prosperující komunitu. Ve videu nejen oslavuje proměnu, ale i upozorňuje na gentifikaci, která je zde místy přítomna. Uvádí, že případ Le Plessis-Robinson je ukázkou toho, že i zdánlivě beznadějná místa je možné proměnit v atraktivní místa k životu (The Aesthetic City, 2023).

Urban Jersey Guy - The many faces of infill housing development
(*Různé podoby prolukové zástavby*)

Ve videu se věnuje různým formám a podobám zástavby proluk, tedy výstavbě nových budov na volných pozemcích mezi již existujícími budovami. Na ukázce z města New Jersey prezentuje, jak takové výstavby vypadají, jak vypadaly v minulosti a s jakými zákony územního plánování se musí vypořádat. Rozebírá pro a proti této praktiky (Urban Jersey Guy, 2022).

Dopravní infrastruktura a veřejná doprava

City Nerd - Why Americans Live So Far Away From Everything
(*Proč Američané žijí tak daleko od všeho*)

Ve videu tvůrce diskutuje o super dojíždějících, lidech, kteří cestují za prací dlouhé vzdálenosti. Zkoumá důvody, příčiny a důsledky. Uvádí, že téměř půl milionu lidí dojíždí za prací do Los Angeles. Z videa vyplývá, že super dojíždění je strategie, kterou lidé používají k řešení vysokých nákladů na bydlení ve městech, a protože lidé se stěhují z drahých měst, počet dojíždějících bude stále stoupat (City Nerd, 2023).

Building Beautifully - The Struggle of Stroads in Sydney
(*Potíže Stroads v Sydney*)

Tvůrce se zaměřuje problém stroads. Na ulici Victoria Road ve West Ryde v Sydney, představuje, proč jsou špatným designem. Tvrdí, že přestože stroads jsou navrženy jako hybrid ulice a silnice, selhávají v obou funkcích. Jako silnice nejsou účinné pro pohybující se dopravu, a jako ulice jsou pro chodce nebezpečné. Victoria Road je šestiproudá silnice s rychlostním limitem 60 kilometrů za hodinu lemována podniky. Široké pruhy a rychlý provoz chodcům ztěžuje a ohrožuje přechod silnice (Building Beautifully, 2022).

Yet Another Urbanist - How Carson City's Main Stroad Became a Street (*Jak se z hlavního tahu Carson City stala ulice*)

V tomto videu se věnuje stroads, stejně jako Building Beautifully. Pouze s tím rozdílem, že zde prezentuje ulici již po transformaci. Diskutuje nad kontroverzemi, výhodami a nevýhodami transformace ulice, historií a současným stavem hlavního tahu ve městě Carson City v Nevadě. Uvádí, že katalyzátorem změny bylo postavení městského obchvatu, neboť doposud byla ulice pouze dálničního charakteru. Tvrdí, že paradoxně odvedením dopravy z města, a tím tedy počtu lidí, co městem projíždějí, došlo k tomu, že centrum je nyní atraktivnější, živější a přístupnější (Yet Another Urbanist, 2022).

OBF - Why Europe Is Insanely Well Designed (*Proč je Evropa šíleně dobře navržena*)

Ve videu porovnává a hodnotí železniční hromadnou dopravu v Evropě a ve Spojených Státech. Uvádí, že zatímco evropská železniční pokrývá téměř celý kontinent, v kontrastu toho Spojené státy americké železnice ruší a demolují. Uvádí, že i vysokorychlostní železniční síť v USA je ve srovnání s Evropou málo rozvinutá (OBF, 2022b).

Strong Towns - We Keep Losing The Battle Against Traffic. Is This Inevitable? (*Stále prohráváme boj s dopravou. Je to nevyhnutelné?*)

Ve videu diskutuje nad dopravními zácpami. Vznáší poznatek, že nejsou způsobeny počtem aut na silnicích, ale tím, jak jsou města navržena. Tvrdí, že se musí dát lidem více možností pro krátké výlety bez automobilů. To znamená vytvořit nebo transformovat infrastruktury a čtvrti tak, aby lidé nemuseli jezdit na dlouhé vzdálenosti. Navrhuje, aby města vytvářela různé typy ulic, včetně takových, které jsou navrženy pro nižší rychlosti a zároveň příjemné pro chůzi nebo jízdu na kole (Strong Towns, 2023).

Suburbanizace a rozrůstání měst

RMTransit - The Worst type of Urban Sprawl (*Nejhorší typ rozrůstání měst*)

Ve videu diskutuje o různých typech rozrůstání měst, a jak toto ovlivňuje veřejnou dopravu. Přestože je rozrůstání bráno jako špatná věc, některé formy lze zmírnit plánováním veřejné dopravy. Uvádí, že nejdůležitější je hustota zalidnění, je totiž snazší a levnější plánovat pro hustě osídlené oblasti. Tvrdí, že soustředění zaměstnání

v centrálních čtvrtích je pro veřejnou dopravu lepší, protože umožňuje efektivnější síť linek veřejné dopravy, která dokáže spojit lidi s jejich zaměstnáním (RMTransit, 2023).

Not Just Bikes - Why We Won't Raise Our Kids in Suburbia
(Proč nebudeme vychovávat naše děti na předměstí)

Video je věnováno diskuzi o rozdílech mezi tradičními severoamerickými a evropskými předměstími, jejich funkčnosti, dostupnosti a bezpečnosti. Uvádí, že severoamerická předměstí jsou postavena tak, že lidé v nich žijících jsou mnohdy závislí na automobilech, a tím zároveň nejsou vhodná pro výchovu dětí. Kontrastuje tím, že děti v Amsterdamu mohou být více odpovědnější a nezávislé na svých rodičích. Oproti odlehlým či nedostupným americkým předměstím zde mají, co potřebují, v blízké vzdálenosti, protože Amsterdam navrhl své ulice tak, aby byly bezpečné pro chodce a cyklisty, zatímco severoamerická města upřednostnila auta (Not Just Bikes, 2022).

Regionální rozvoj a plánování

Adam Something - Dubai Is A Parody Of The 21st Century
(Dubaj je parodií 21. století)

Ve videu kriticky hodnotí městské plánování Dubaje. Tvrdí, že město je špatně navrženo a upřednostňuje automobilní dopravu místo veřejné dopravy. Kritizuje také výstavbu dubajských umělých ostrovů, které podle něj poškozují životní prostředí a nebyly postaveny se žádným praktickým účelem. Zpochybňuje logiku stavění na moři, když je k dispozici obrovský pouštní prostor. Tvrdí a prezentuje, že za fasádou peněz a luxusu se skrývá nehezká realita něčeho, co lze nazvat novodobým otroctvím. Naznačuje, že Dubaj je symbolem nesprávně umístěných priorit a neudržitelného rozvoje v 21. století (Adam Something, 2021).

City Beautiful - The Reason Our Streets Switched to Cul-De-Sacs
(Důvod, proč se naše ulice změnilly na Cul-De-Sacs)

Video je o historickém vývoji designu ulic předměstí ve Spojených Státech, o tom, jak se proměnily ve slepé uličky. Vysvětluje důvody a okolnosti této historické proměny. Diskutuje o negativních aspektech slepých ulic a dopadech na okolní prostředí a zejména infrastrukturu. Tvrdí, že tento design je přizpůsoben především automobilové dopravě a je tedy obtížné poskytnout těmto místům veřejnou dopravu (City Beautiful, 2019).

The Life-Sized City - 15 Minute Cities! Exploring Transferability and the Life-Sized City (15minutová města! Zkoumání přenosnosti měst ve skutečné velikosti)

Tvůrce vysvětluje koncept 15minutových měst, tedy konceptu, kde se většina věcí, které člověk potřebuje, jako například potraviny nebo zastávky veřejné dopravy, nachází do 15 minut chůze nebo jízdy na kole od místa bydliště. Koncept demonstruje na Kodani, hlavním městě Dánska. Diskutuje nad tím, jaká je jeho použitelnost a aplikovatelnost v jiných městech (The Life-Sized City, 2020).

6.4 Mapová vizualizace

Vizualizace je dostupná na tomto hypertextovém odkaze anebo po naskenování QR kódu: <https://uwb.maps.arcgis.com/apps/instant/interactivelegend/index.html?appid=e95a489089aa4c23869b02daefb98f8c>

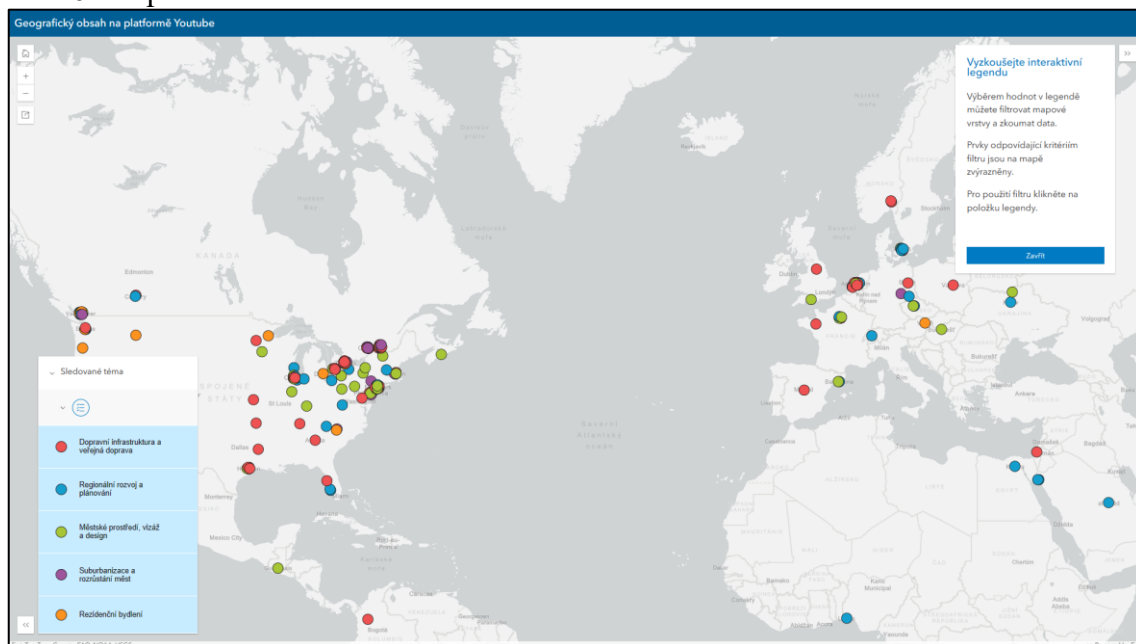
Obr. 5: QR kód k mapové vizualizaci



Zdroj: QRgenerator.cz (2024), vlastní zpracování

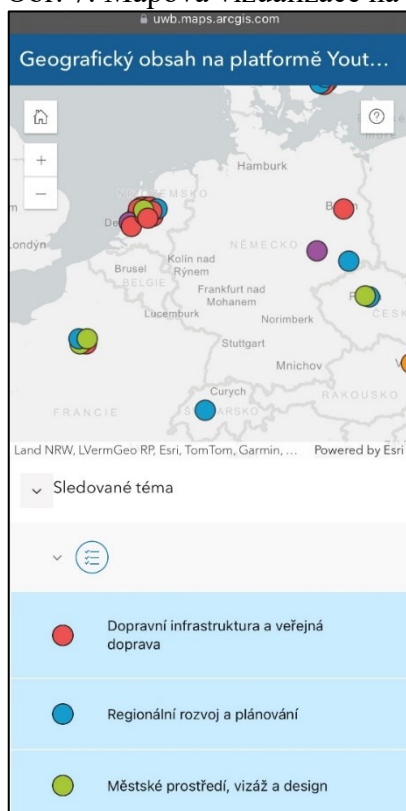
Mapovou vizualizaci je možné zobrazit a interagovat s ní na více zařízeních (například PC nebo mobilním telefonu) vzhledem k jejímu zpracování jako webové aplikace (viz obrázky 6 a 7).

Obr. 6: Mapová vizualizace na PC



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 7: Mapová vizualizace na mobilním telefonu

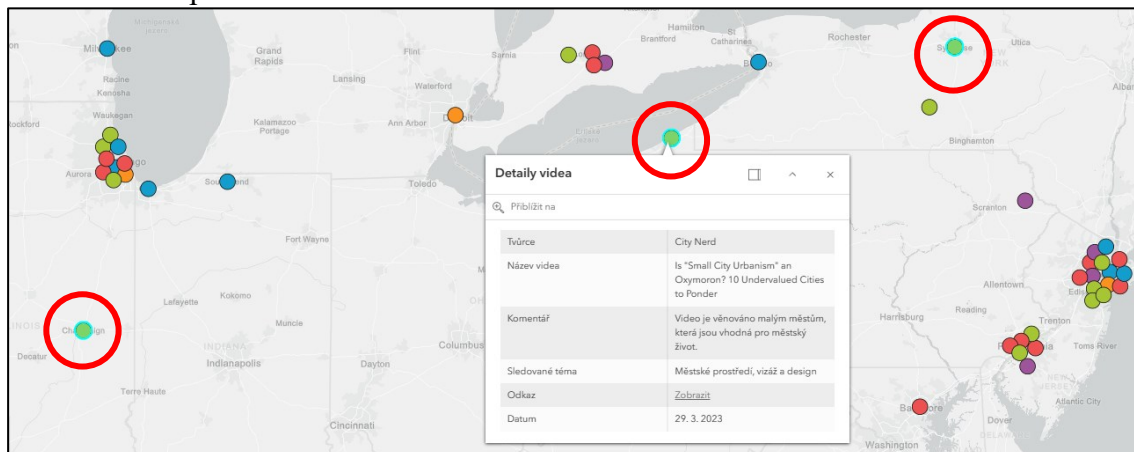


Zdroj: vlastní zpracování

V mapové vizualizaci je prostorově vyobrazeno 10 nejsledovanějších nebo pro tuto práci relevantních videí jednotlivých tvůrců, tedy dohromady přibližně 150 videí. U některých tvůrců případně méně videí, neboť mají v současnosti malý video katalog, jako například The Aesthetic City.

Videa jsou prostorově přiřazena na místo, o kterém se diskutuje. Pokud je ve videu zmíněno více míst či měst, je video prostorově přiřazeno ke všem. V případě videí typu top 10, je video přiřazeno k top 3 místům (viz obrázek 8).

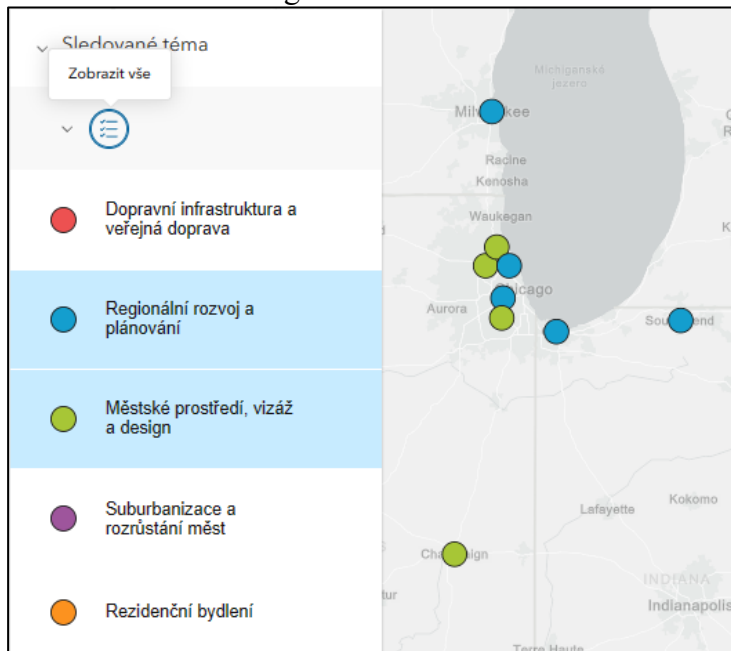
Obr. 8: Video přiřazené k více místům



Zdroj: vlastní zpracování

Vizualizace je založena na sledovaných tématech. Jednotlivá témata je možné po kliknutí v legendě filtrovat pro přehlednost (viz obrázek 9).

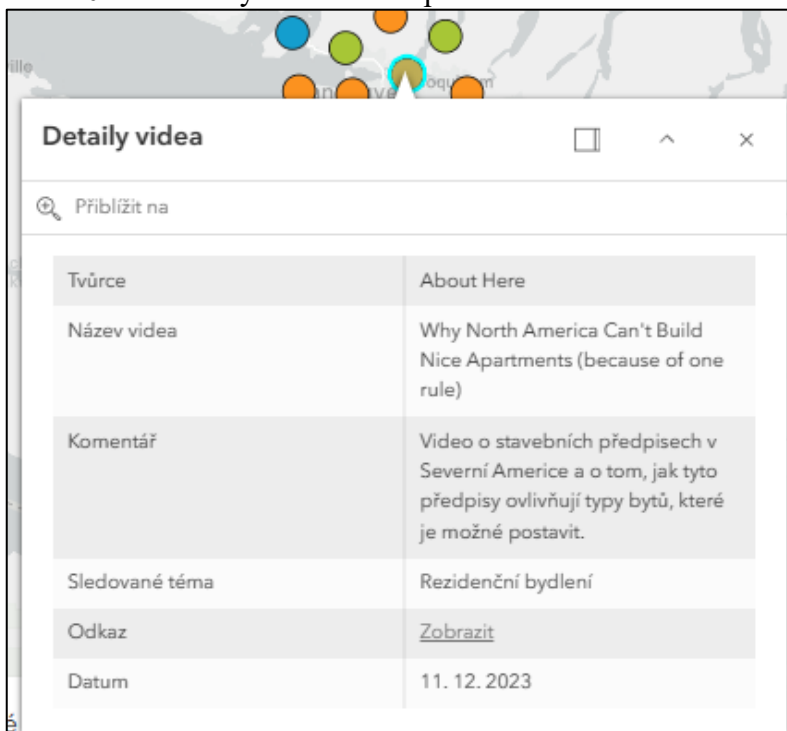
Obr. 9: Interaktivní legenda



Zdroj: vlastní zpracování

Po kliknutí na konkrétní bod či video, se zobrazí podokno obsahující klíčové informace, tedy název tvůrce a videa, datum zveřejnění, sledované téma, hypertextový odkaz na samotné video a stručný komentář o tom, co se rozebírá (viz obrázek 10).

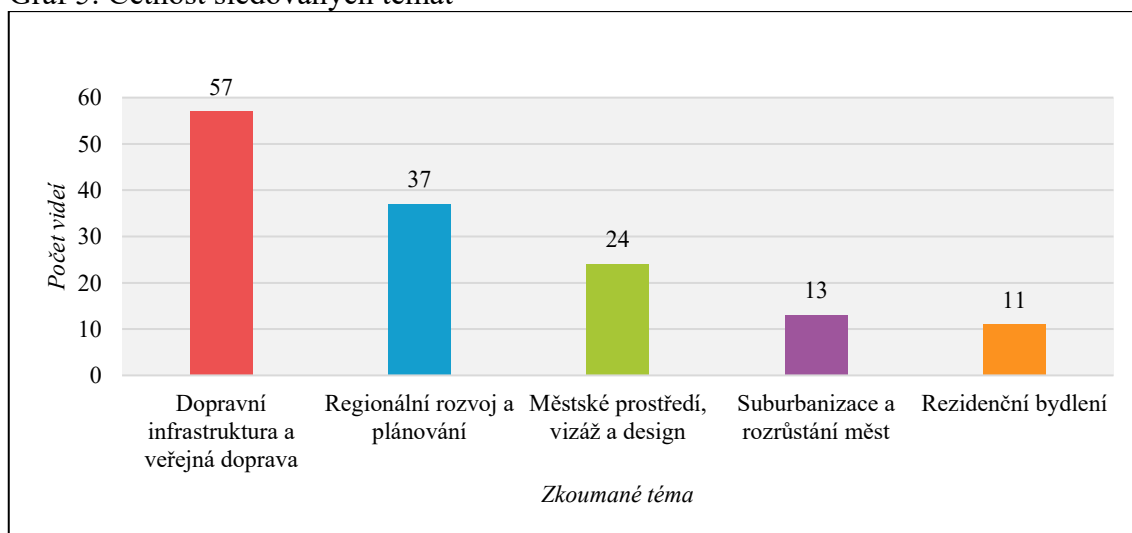
Obr. 10: Ukázka vyskakovacího podokna videa



Zdroj: vlastní zpracování

Po zpracování všech vybraných ukázek obsahu bylo zjištěno, že mezi vybranými tvůrci na platformě Youtube je nejsledovanějším tématem dopravní infrastruktura a veřejná doprava (viz graf 5).

Graf 5: Četnost sledovaných témat



Zdroj: vlastní zpracování

7 Diskuze

Jedním z cílů této bakalářské práce bylo představit a analyzovat vybrané tvůrce na platformě Youtube. Největšími sledovanými tvůrci jsou Not Just Bikes a Adam Something. Jejich úspěch je založen na konzistentním vydávání obsahu, kvalitním zpracováním videí a jednoduchosti pro diváka pochopit zkoumané téma. Také v jejich úspěchu hrají roli mnohé kolaborace na videích s jinými tvůrci a počty virálních videí. Oba tyto faktory dokáží poskytnout tvůrcům významný počet nových sledujících a odběratelů. Někteří vybraní tvůrce působí na platformě kratší dobu, což může být důvodem menšího počtu odběratelů. Výjimkou se zdá být kanál The Aesthetic City, který v současnosti výrazně roste, za nějakou dobu může být jedním z velkých kanálů.

Mezi vybranými tvůrci lze najít odborníky na problematiku, které se věnují (ať po stránce vzdělání nebo praxe), jako například City Nerd nebo City Beautiful. Najdeme však i tvůrce, kteří toto mají pouze jako koníček, například Alan Fisher nebo Not Just Bikes. Oba typy tvůrců ale stále vytvářejí zajímavá videa, která jsou kvalitní a dobře prozkoumaná.

Na Youtube existuje mnoho správních nebo soukromých organizací, na kterých je možné nalézt dokumentace různých projektů. Zároveň mnoho dalších kanálů, na kterých lze najít záznamy konferencí, projevů a přednášek odborníků na danou problematiku, kteří sami nepůsobí v online prostoru. Jedním z takovýchto kanálů je například CAMP Praha (Center for Architecture and Metropolitan Planning, n.d.). Také je možné dohledat nahrané záznamy z přednášek univerzitních profesorů a jiných pedagogů, jako je například David Harvey, uznávaný profesor geografie. Přestože nemá svůj vlastní kanál a aktivně nevytváří obsah, je možné na Youtube najít mnoho videí, kde vystupuje.

Samořejmě existují i další tvůrce, kteří se zabývají tematikou urbanismu a regionálního rozvoje, nicméně pro tuto práci nesplnili stanovená kritéria. Například humane cities (n.d.) nebo Nigerian Urbanism (n.d.). Jiné kanály zaměřené na geografii, jako například Geography Now (n.d.) nebo Geographics (n.d.) se zabývají obecnějším pojetím různých témat nebo událostí. Tyto kanály byly z důvodu zaměření práce vynechány. Po průzkumu dostupného obsahu na platformě Youtube bylo zjištěno, že není mnoho česky mluvících tvůrců, kteří by se tématy zabývali. Jediným větším kanálem tohoto typu je Adam Gebrian (Gebrian, n.d.), který se zabývá architekturou, urbanismem

a plánováním. Byli proto vybráni anglicky mluvící tvůrci. U těchto tvůrců je však dobrá přístupnost pro českého diváka neovládajícího anglický jazyk, díky nabízeným titulům u všech videí, v mnoha různých světových jazycích, občas včetně samotné češtiny nebo automatického překladu do češtiny.

Nejvíce probírané jsou bohaté státy či regiony a rychle rozvíjející se země. Tedy země s vysokou mírou urbanizace, což je však vzhledem ke zvoleným tématům pochopitelné. Zejména se věnují Severní Americe a Evropě, částečně Asii a Austrálii, nedostatečně se zkoumá Jižní Amerika a Afrika. Vliv na zastoupené regiony má také jazyk. S ohledem na to, že tato práce se zaměřuje na anglicky mluvící tvůrce, je očekávané, že tvůrci se budou nejvíce soustředit a rozebírat problematiku v zemích, které znají. Nicméně existující i tvůrci prezentující obsah v jiných jazycích, zaměřující se na jiné regiony a problematiku v nich. Například kdybychom se zaměřili na španělsky anebo portugalsky mluvící tvůrce, pravděpodobně najdeme více videí zaměřených na Jižní Ameriku.

Nejčastěji probíraným tématem je dopravní infrastruktura a veřejná doprava. Toto téma je nejvíce sledováno na místech, kde jsou lidé kvůli současnému urbanismu a územnímu plánování mnohdy odkázáni na své automobily, pokud se někam chtějí dopravit. Tedy především v Severní Americe a Austrálii. V návaznosti tvůrci upozorňují na problém závislosti na automobilové dopravě, snaží se představit řešení a diskutují o alternativních možnostech dopravy. Většina tvůrců vytváří videa v souladu s principy a myšlenkami nového urbanismu.

Co se týče jednotlivých problematik online prostoru, žádný z vybraných tvůrců nešíří desinformace. Dojde-li k omylu, tvůrce retrospektivně buď video přímo upravuje, nebo v komentářích informaci opravuje. Tvůrci jsou transparentní ohledně jejich postavení k tématu. Ve videích například mnohdy uvádějí, zda jsou nebo nejsou kvalifikovanými experty. Transparentnost lze vnímat i z hlediska poskytování zákulisního nebo bonusového obsahu. Vybraní tvůrci, ať už přímo na Youtube, nebo na jiných sociálních platformách, často zveřejňují pohledy do své práce na videích. Do jisté míry tvůrci využívají clickbait, ale jejich videa jsou stále poutavá a velmi informační. Problémem, který si zaslouží větší pozornost, je plagiátorství. Některá videa často působí, jakoby byla okopírovaná. Jedním z těchto je kanál OBF. Na plagiátorství kanálu OBF upozornil ve svém videu „*Grid Cities are Fine, and OBF is a Copycat*“ Alan Fisher

(2022b) a kanál Faultline (2022) ve videu „*Why All Educational Videos Are the Same*“, ve kterém dokonce vystupuje tvůrce kanálu Not Just Bikes.

Za další problém lze považovat subjektivitu tvůrců. Pro příklad, Adam Something otevřeně prezentuje svoji nenávisť vůči Elonu Muskovi. Natočil několik videí, ve kterých rozebírá jeho projekty. Z videí je zjevné, že primárním účelem je Muska zesměšnit, a ne seriózně rozebrat, zda jeho projekt může skutečně zlepšit stav.

Tvůrci obsahu, avšak nejsou imunní vůči kritice, ta přichází nejčastěji od diváků ve formě komentářů, anebo také ze strany jiných Youtube tvůrců. Příkladem je video „*Urban planning YouTube has a HUGE problem*“ od kanálu The Nth Review (n.d.). Jak už název napovídá, autor videa rozebírá Youtube kanály zaměřené na urbanistické plánování. Hlavní myšlenkou je, že tvůrci nepředstavují realitu procesů a výzev plánování. Tvrdí, že mnoho tvůrců nejsou odborníci, a nerozumí nebo nemají zkušenost s byrokratickými procesy spojenými s prováděním změn a nehovoří s reálnými zástupci měst. Tyto procesy jsou mnohdy velmi náročné, pomalé a zdlouhavé, není možné něco změnit ze dne na den. Také tvrdí, že tvůrci nedávají nebo neposkytují sledujícím pokyny, jak procesy mohou sami ovlivnit, například zapojováním se do diskuzí. Sám autor videa popisuje vlastní občanskou angažovanost, jak se zapojuje do diskuzí a uvádí, že jeho snaha o proměnění jeho města není vždy vyslyšena. Video uzavírá tím, že tvůrci, přestože zvyšují povědomí o problémech a mají potenciál skutečně něco změnit, musí se začít soustředit na praktické aspekty provádění změn, tedy na motivování svých diváků k zapojení do občanského angažovanosti.

Podle mého názoru argument, že tvůrci nevedou své diváky k občanské angažovanosti je částečně nepravdivý. Většina vybraných tvůrců mnohokrát ve svých videích zdůrazňuje fakt, že oni sami nic změnit nemohou, že změna musí přijít s divákem. Tvůrci navíc do jisté míry nemohou navrhnout obdobná řešení pro všechna místa, protože každé místo či město má jiné předpoklady, procesy a geografické podmínky, ve kterých mohou být jistá řešení nerealizovatelná. Někteří tvůrci jako City Nerd nebo The Life-Sized City se již profesně podíleli na transformacích prostředí a jsou si tedy vědomi úskalí těchto procesů. Hlavním přínosem videí je však prvotní otevření dveří sledujícím do problematiky, představení problémů a řešení, poskytnutí informací a příkladů, které lze aplikovat. Diváci získávají těmito videi podvědomí o problémech, dokáží identifikovat, co je dobrá a špatná praxe. Tím podněcují občanskou angažovanost a diskuzi.

Stejný argument lze aplikovat i v edukaci. Videá mohou být kvalitním, rozšiřujícím a doplňujícím obsahem výuky. Studenti sledováním těchto videí získají vědomosti, které by například v tradiční výuce nedostali, nebo na které není ve výuce dostatek prostoru. Audiovizuální prvky, jako právě videa mohou být způsobem, jak oživit klasickou výkladovou formu výuky. Základem úspěchu je výběr správného videa, které souvisí s probíraným tématem, vysvětluje základní problematiku a nabízí širší pohled. Pro efektivní zapojení studentů, je dobré si předem připravit otázky k obsahu videa, které mohou rozvinout další diskusi nad tématem. Pedagog zároveň může výběrem zajímavého videa podnítit zájem studentů o problematiku, tak, že sami budou vyhledávat další videa na dané téma a rozšiřovat tím své znalosti. Vybraná videa je také nutné obsahově přizpůsobit stupni vzdělávání. Na základních školách, v hodinách zeměpisu, je vhodné využít videa zabývající se obecnějším pojetím geografických témat, například kanál Geography Now a jejich sérii shrnující informace a zajímavosti o jednotlivých státech světa. Na vysokých školách, v oboru geografie, je poté možné využít specifický obsah týkající se například urbanismu, regionálního rozvoje, politické nebo historické geografie.

Účelem vytvoření mapové vizualizace je poskytnutí a usnadnění prostorové a tematické orientace ve vybraném obsahu, což může ušetřit čas vyhledávání. V praxi by se mohla využít například jako pomůcka pro sebevzdělávání, ale i ve standardní výuce. Když se například diskutuje nad tím, proč jsou Američané natolik odkázáni na automobilovou dopravu, lze si na mapě najít Ameriku a vyfiltrovat si videa k tématu. Tímto způsobem je možné získat další povědomí o této problematice a dostat se k další diskusi. Vizualizaci je možné v budoucnu jednoduše rozšířit o další tvůrce, témata, geografické disciplíny nebo doplnit úplně jiný obsah, a tak by mohla do budoucna představovat větší projekt.

Závěr

Tato práce se zabývala analýzou geografického obsahu na platformě Youtube. S ohledem na velikost oboru geografie, která je blíže rozebrána v úvodní části práce, byla pro užší zaměření práce zvolena dílčí subdisciplína - geografie sídel, se kterou úzce souvisí regionální rozvoj, urbanismus a územní plánování. Poté byla představena platforma Youtube. Byly vysvětleny a popsány problémové aspekty platformy Youtube a možnosti, jak obsah na této platformě využít při edukaci.

Podařilo se naplnit všechny stanovené cíle práce. Byla vysvětlena problematika, která se může u online obsahu vyskytnout, a navrženy možnosti využití při výuce. Byl představen a analyzován obsah na platformě Youtube zabývající se urbanismem, regionálním rozvojem, územním plánováním, městským rozvojem, dopravní infrastrukturou a dalšími příbuznými tématy. Poté byl vytvořen přehled tvůrců, kteří byli spolu se svým obsahem představeni. Mapová vizualizace shromažďuje nejsledovanější videa vybraných tvůrců.

Bylo zjištěno, že nejzkoumanějším tématem je dopravní infrastruktura a veřejná doprava. Toto téma je často probíráno v kontextu závislosti na automobilové přepravě, tvůrci upozorňují na tento problém a představují alternativní možnosti dopravy.

Obsah v online prostoru je čím dál rozšířenější, a může přinášet mnoho výhod. Videá mohou podněcovat zájem o probíranou problematiku. Obsah lze využít také při edukaci k rozšíření náhledu do problematiky nebo zkoumaného tématu audiovizuální formou. V geografii může být obsah přínosný z hlediska poznávání reálných geografických procesů jinou formou než terénním výzkumem.

Mimo geografická témata, na která se práce zaměřovala, existuje mnoho dalších geografických témat a disciplín a obsah na platformě Youtube je velmi rozmanitý. To je podnětem pro realizaci dalšího výzkumu v jiné subdisciplíně.

Seznam použitých zdrojů

- About Here (2023, 11. prosince). *Why North America Can't Build Nice Apartments (because of one rule)* [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/iRdwXQb7CfM?si=dZc7u2D4aqmMgOBr>
- About Here (n.d.). *Domovská stránka* [Youtube kanál]. YouTube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@AboutHere>
- Active Towns (2022). *EPISODE 135, SEASON 3: In this episode, I connect with Jasmine and Patrick, the Ottawa-based content creators behind the amazing YouTube channel Oh The Urbanity!* <https://www.activetowns.org/2022/06/25/oh-the-urbanity/>
- Adam Something (2021, 3. září). *Dubai Is A Parody Of The 21st Century* [Video]. YouTube. https://youtu.be/tJuqe6sre2I?si=lg_GBkMHTZh2ODAu
- Adam Something (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@AdamSomething>
- Alan Fisher (2022a, 12. května). *Why Philadelphia's Streets are better than other North American Cities* [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/JbqNUqdZlwM?si=EYbiqvjYm3Z1XUjk>
- Alan Fisher (2022b, 2. července). *Grid Cities are Fine, and OBF is a Copycat* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/4QlZx1sjg4Y?si=qnjghPRY3AxfBCKF>
- Anderson, M. B. (2017). *New Urbanism. International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment and Technology, 1–3*. doi:10.1002/9781118786352.wbieg0016
- Bartoněk, J. (2015). *21. Regionální rozvoj. Rok v obci SMS ČR*.
<https://www.rokvobci.cz/zpravy-redaktoru/detail/769-21-regionalni-rozvoj/>
- Brame, C. J. (2016). Effective Educational Videos: Principles and Guidelines for Maximizing Student Learning from Video Content. *CBE - Life Sciences Education* 15(4), 1-6. doi:10.1187/cbe.16-03-0125
- Brdička, B. (2018). *Generace Z. Metodický portál RVP.CZ*.
<https://spomocnik.rvp.cz/clanek/21848>
- Building Beautifully (2022, 20. prosince). *The Struggle of Stroads in Sydney* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/o4dSgVhkEeE?si=3E35kq1T1Z1e2NDe>
- Building Beautifully (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@BuildingBeautifully>

- California Polytechnic State University (2024). *New Faculty Spotlight: Dr. Dave Amos*. <https://planning.calpoly.edu/new-faculty-spotlight-dr-dave-amos>
- CBC/Radio-Canada (2022). *Stories About Here*. <https://gem.cbc.ca/u/tae-lees-stories-about-here/s01>
- Center for Architecture and Metropolitan Planning (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube channel]. YouTube. Dostupné 24.03.2024 z <https://www.youtube.com/@CAMPPRAHA>
- City Beautiful (2019, 8. srpna). *The Reason Our Streets Switched to Cul-De-Sacs* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/d9vDcfH03gs?si=ICbpFUs9CM6BRhQa>
- City Beautiful (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@CityBeautiful>
- City Nerd (2023, 20. prosince). *Why Americans Live So Far Away From Everything* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/ixrgVWY3wxE?si=dThpqmZW5OV27A9I>
- City Nerd (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@CityNerd>
- Colville-Andersen, M. (n.d.a). *Mikael Colville-Andersen*. <https://www.colville-andersen.com/>
- Colville-Andersen, M. (n.d.b). *The Life-Sized City*. <https://www.colville-andersen.com/lifesizedcity>
- Čerba, O. (2004). *Databázové systémy GIS*. Dostupné 28.10.2023 z <http://old.gis.zcu.cz/studium/dbg2/Materialy/html/index.html>
- Černá, M., & Borkovcová A. (2020). Youtube Dominance in Sustainability of Gaining Knowledge via Social Media in University Setting - Case Study. *Sustainability* 12(21), doi.org/10.3390/su12219126
- Černý, M. (2020). Univerzitní vzdělávání a jeho reakce na pandemii COVID-19. *e-Pedagogium* 20(3), 32-45. doi:10.5507/epd.2020.016
- Česká televize (n.d.). *Cestomanie*. Dostupné 21.11.2023 z <https://www.ceskatelevize.cz/porady/1095875447-cestomanie/>
- Delahanty, R. (2024). *Ray Delahanty*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/in/raydelahanty/>
- Demek, J. (1977). *Úvod do studia geografie, 1. část, Teoretické základy geografie*. Geografický ústav ČSAV
- Faultline (2022, 20. října). *Why All Educational Videos Are the Same* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/94Df7DbuKsA?si=KURPZ1SylklOpOQf>

- Fisher, A. (2024). *Alan Fisher*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/in/alan-fisher-833967194/>
- Fisher, A. (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@alanthefisher>
- Gebrian, A. (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. YouTube. Dostupné 24.03.2024 z <https://www.youtube.com/@agebrian>
- Geographics (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 29.11.2023 z <https://www.youtube.com/@geographicstravel>
- Geography Now (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 29.11.2023 z <https://www.youtube.com/@GeographyNow>
- Geoguessr (n.d.). <https://www.geoguessr.com/>
- Goldfield, A. (2012). *Transparency and Authenticity in Social Media*. SocialMediaToday. <https://www.socialmediatoday.com/content/transparency-and-authenticity-social-media>
- Google (2024a). *Možnosti vydělávání na YouTube*. <https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=cs>
- Google (2024b). Verification badges on channels. Youtube Help. Dostupné 19.02.2024 z <https://support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=en>
- Google LLC (2023). *Youtube*. Dostupné 26.09.2023 z <https://www.youtube.com/>
- Gothankar, R. (2021). *Clickbait Detection in Youtube Videos*. [Master's Project, San José State University]. San José State University ScholarWorks. doi:10.31979/etd.8d6m-cdgk
- Halás, M., Brychtová, Š. & Fňukal M. (2013). *Základy humánní geografie 1: Geografie obyvatelstva a sídel*. Univerzita Palackého v Olomouci.
- Holt-Jensen, A. (1999). *Geography: History and Concepts: A Student's Guide*. 3rd ed. University of Bergen
- Hughes, E., Wang, R., Juneja, P., Mitra, T., & Zhang, A. (2021). *Introducing Credibility Signals and Citations to Video-Sharing Platforms*. <https://zivepstein.github.io/info-credibility-workshop/papers/IntroducingCredibilitySignalsYouTube.pdf>
- humane cities (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube channel]. YouTube. Dostupné 24.03.2024 z <https://www.youtube.com/@humanecities>

- Irshad, S., & Soomro, T. R. (2018). Identity Theft and Social Media. *International Journal of Computer Science and Network Security* 18(1), 43-55.
http://paper.ijcsns.org/07_book/201801/20180106.pdf
- Janderková, D. (2021). Pandemie COVID-19 jako fenomén dnešní doby a její odraz v oblasti vzdělávání. *Diagnostika a poradenství v pomáhajících profesích*, 5(1), 6-23.
 doi:10.58743/dap2021vol5no1.256
- Kohler, S. & Dietrich, T.C. (2021). Potentials and Limitations of Educational Videos on Youtube for Science Communication. *Front. Commun.* (6).
 doi:10.3389/f.comm.2021.581302
- Kuta, V. (2012). *Urbanismus a teorie stavby měst. Vybrané kapitoly z urbanismu*. Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava.
- Lee, S. S., Shin, J., & Won, J. (2022). Transparency management of content creators on social media: motivation, tenure, and status. *Journal of Media Business Studies* 20(3), 264-283. doi: 10.1080/16522354.2022.2141531
- Lee, U. (2024). *Uytae Lee*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/in/uytae-lee-91430363/?originalSubdomain=ca>
- Mahendran, S. (2024). *Sharath Mahendran*. LinkedIn.
<https://www.linkedin.com/in/sharath-mahendran-a534a71aa/?originalSubdomain=au>
- Majerczak, P., & Strzelecki, A. (2022). Trust, Media Credibility, Social Ties, and the Intention to Share towards Information Verification in an Age of Fake News. *Behavioral Sciences* 12(2), 51. doi: 10.3390/bs12020051
- Martin, R. (2024). *About*. <https://reecemartin.ca/about/>
- Maziriri, E., T., Gapa, P., & Chuchu, T. (2019). Student Perceptions Towards the use of YouTube as An Educational Tool for Learning and Tutorials. *International Journal of Instruction* 13(2), 119-138. <https://doi.org/10.29333/iji.2020.1329a>
- McFadden, C. (2023). *A brief timeline of Youtube's history and its impact on the internet*. Interesting Engineering. Dostupné 14.10.2023
 z <https://interestingengineering.com/culture/youtubes-history-and-its-impact-on-the-internet>
- Muhammed T, S., Mathew, S.K. (2022). The disaster of misinformation: a review of research in social media. *International Journal of Data Science and Analytics* 13, 271–285. <https://doi.org/10.1007/s41060-022-00311-6>
- Nigerian Urbanism (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube channel]. YouTube. Dostupné 24.03.2024 z <https://www.youtube.com/@nigerianurbanism>

- Not Just Bikes (2022, 6. června). *Why We Won't Raise Our Kids in Suburbia* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/oHlpmxLTxpw?si=nSupSyBYJXVsYkuy>
- Not Just Bikes (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@NotJustBikes>
- Novotná, M. (2014). *Teoretická geografie*. Západočeská univerzita
- OBF (2022a, 25. června). *Why Did We Not Know About This?* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=KcolL_W8tyA
- OBF (2022b, 6. června). *Why Europe Is Insanely Well Designed* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/0u4f52w4qgQ?si=2O825XtvLOl0qbZb>
- OBF (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@OBFYT>
- Oh The Urbanity! (2020, 26. října). *Montreal's Medium-Density Multiplex Neighbourhoods* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/Vsn0ahdfQ9k?si=rJM1bTKXeDe3ieYG>
- Oh The Urbanity! (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@OhTheUrbanity>
- Page, R. (2014). Hoaxes, hacking and humour: analysing impersonated identity on social network sites. *The Language of Social Media*, 46–64. doi:10.1057/9781137029317_3
- Pavlík, M., Zelený, M., Wokoun, R., Brabec, J., Zeman, J., Břečková, P., Ručinská, S., Putnokiová, V., Krejčová, N., Šiser, R., Šulák, T., Steklý, P., Fialová, K., Mrázek, A., Příbyl, S., Vácha, M., Királ'ová, A., Trantina, P., Trejbal, J., Horecký, J., Jásek, V., Školník, J., Opatrná, M., Fronk, K., Vosoba, P., Matocha, J., & Martínek, J. (2016). *Podpora lokální ekonomiky*. Wolters Kluwer.
- QRgenerator.cz (2024). *Generátor QR kódů*. <https://qrgenerator.cz/>
- RMTransit (2023, 14. prosince). *The Worst type of Urban Sprawl* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/hrifjkEXvnY?si=Le7vlQ3ZjB3o4FDh>
- RMTransit (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@rmtransit>
- Sahu, A. & Malik, S. (2019). *The Youtube. A Full History*. Independently Published.
- Segaert, A. (2023). *Meet the 21-year-old YouTuber taking on Sydney's bad planning*. *The Sydney Morning Herald*. <https://www.smh.com.au/national/nsw/meet-the-21-year-old-youtuber-taking-on-sydney-s-bad-planning-20230731-p5dsmm.html>

- Shariff, S. M. (2020). A Review on Credibility Perception of Online Information. *Conference: 2020 14th International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication (IMCOM)*. doi: 10.1109/IMCOM48794.2020.9001724
- Sharma, T., & Sharma, S. (2021). A study of Youtube as an effective educational tool. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government* 27(1). <https://www.scribd.com/document/619789386/A-Study-of-YouTube-as-an-Effective-Educational-Tool>
- Social Blade LLC (2024). *Analytics made easy*. <https://socialblade.com/>
- Stromberg, M. (2023). *YouTube Influencer Dave Amos Brings Urban Planning to the People*. American Planning Association. <https://www.planning.org/planning/2023/summer/youtube-influencer-dave-amos-brings-urban-planning-to-the-people/>
- Strong Towns (2023, 9. června). *We Keep Losing The Battle Against Traffic. Is This Inevitable?* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/uwJeOQVxVZY?si=9NZeaAyRYCitcinf>
- Strong Towns (n.d.a). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@strongtowns>
- Strong Towns (n.d.b). *About us*. <https://www.strongtowns.org/about>
- Sýkora, L. (2008). Idiografická nebo nomotetická koncepce v geografii: kontraproduktivní spor o povahu a podstatu poznání. *Geografický časopis* 60(3), 299-315.
- Šilhánková, V. (2018). *Urbanistická typologie. Úvod do urbanismu a základní typologie sídel*. Civitas per Populi o.p.s.
- Tarkar, P. (2020). Impact of Covid-19 Pandemic on Education System. *International Journal of Advanced Science and Technology* 29(9), 3812-3814.
- The Aesthetic City (2023, 3. února). *This Town Did The Impossible* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/XfonhLM6I7w?si=f6zUZWzPEFnzU5dt>
- The Aesthetic City (2024). *About The Aesthetic City*. <https://theaestheticcity.com/start-here/>
- The Aesthetic City (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z https://www.youtube.com/@the_aesthetic_city
- The Life-Sized City (2020, 16. září). *15 Minute Cities! Exploring Transferability and the Life-Sized City* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/7giDlF3QFY?si=7z88DrzpUq2Gn3ds>

- The Life-Sized City (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@LifeSizedCity>
- The Nth Review (2024, 7. února). *Urban planning YouTube has a HUGE problem*. [Video]. YouTube. <https://youtu.be/bUs0ecnbOdo?si=YdD3yHypnkhHFnr4>
- The Ontario Educational Communications Authority (2023). *The Life-Sized City*. <https://www.tvo.org/programs/the-life-sized-city>
- Trumm, D. (2023). Meet Ray Delahanty, the Guy Behind CityNerd. *The Urbanist*. <https://www.theurbanist.org/2023/09/12/meet-ray-delahanty-the-guy-behind-citynerd/>
- University of Oxford (2024). *Plagiarism. Information about what plagiarism is, and how you can avoid it*. <https://www.ox.ac.uk/students/academic/guidance/skills/plagiarism>
- Urban Jersey Guy (2022, 1. ledna). *The many faces of infill housing development* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/n3oaK2xERC4?si=oP8smteqDinnIAHT>
- Urban Jersey Guy (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@UrbanJerseyGuy>
- Ústav regionálního rozvoje (2022). *Vybrané pojmy územního plánování*. Informační web územního plánování. <https://portal.uur.cz/teorie-metodiky-publikace/vybrane-pojmy-uzemniho-planovani.asp>
- Vařáková, H. (2022). *Virální video neboli virál*. RESPEKT. <https://www.respekt.cz/tydenik/2022/20/viralni-video-neboli-viral>
- Vedder, A., & Wachbroit, R. (2004). Reliability of Information on the Internet: Some Distinctions. *Ethics and Information Technology* 5, 211-215. doi: 10.1023/B:ETIN.0000017738.60896.77
- Wikitubia (n.d.a). Adam Something. https://youtube.fandom.com/wiki/Adam_Something
- Wikitubia (n.d.b). OBF. <https://youtube.fandom.com/wiki/OBF>
- Wu, L., Morstatter, F., Carley, K. M., & Liu, H. (2019). *Misinformation in Social Media*. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 21(2), 80–90. doi:10.1145/3373464.3373475
- Yet Another Urbanist (2022, 21. října). *How Carson City's Main Stroad Became a Street* [Video]. YouTube. https://youtu.be/VMiB9Men2TY?si=7w71_LmQ5-AIsJnz
- Yet Another Urbanist (n.d.). *Domovská stránka* [YouTube kanál]. Youtube. Dostupné 01.03.2024 z <https://www.youtube.com/@YetAnotherUrbanist>

Seznam tabulek

Tab. 1: Systém geografických věd dle Novotné	12
Tab. 2: Přehled vybraných tvůrců	28

Seznam grafů

Graf 1: Vývoj počtu odběratelů vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky	29
Graf 2: Vývoj počtu odběratelů vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky (zmenšený pohled pod 300 000 odběratelů)	30
Graf 3: Vývoj celkového počtu zhlédnutí vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky	31
Graf 4: Vývoj celkového počtu zhlédnutí vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky (zmenšený pohled pod 10 000 000 zhlédnutí)	32
Graf 5: Četnost sledovaných témat	47

Seznam obrázků

Obr. 1: Rozdělení geografických disciplín dle Demka	10
Obr. 2: Organizační plán geografie dle Holt-Jensena	11
Obr. 3: Ukázka využití clickbaitu	25
Obr. 4: Doporučení další tvůrci na Youtube profilu Not Just Bikes	26
Obr. 5: QR kód k mapové vizualizaci	44
Obr. 6: Mapová vizualizace na PC	45
Obr. 7: Mapová vizualizace na mobilním telefonu	45
Obr. 8: Video přiřazené k více místům	46
Obr. 9: Interaktivní legenda	46
Obr. 10: Ukázka vyskakovacího podokna videa	47

Seznam příloh

Příloha A: Tabulka - Vývoj počtu odběratelů vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky

Příloha B: Tabulka - Vývoj celkového počtu zhlédnutí vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky

Příloha A: Tabulka - Vývoj počtu odběratelů vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky

Vývoj počtu odběratelů vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky															
měsíc	About Here	Adam Something	Alan Fisher	Building Beautifully	City Beautiful	City Nerd	Not Just Bikes	OBF	Oh The Urbanity!	RMTransit	Strong Towns	The Aesthetic City	The Life-Sized City	Urban Jersey Guy	Yet Another Urbanist
04-2021	20 200	-	4 490	274	338 000	-	128 000	33 400	560	17 800	8 610	-	25 300	-	-
05-2021	20 400	-	4 870	275	344 000	-	150 000	45 800	656	20 600	10 400	-	25 700	-	-
06-2021	20 600	-	7 990	275	352 000	-	171 000	54 800	850	24 500	11 400	-	25 900	-	-
07-2021	20 800	29 700	15 900	275	361 000	-	197 000	66 200	975	28 300	12 300	-	26 200	-	-
08-2021	25 500	55 400	23 000	277	381 000	-	246 000	98 700	3 340	32 100	14 100	-	26 500	-	-
09-2021	26 800	443 000	29 200	279	394 000	104	276 000	115 000	6 730	36 100	15 500	-	26 900	-	-
10-2021	43 900	483 000	33 000	280	409 000	672	325 000	124 000	11 100	41 300	17 200	-	27 300	33	-
11-2021	44 800	499 000	40 600	282	437 000	2 870	391 000	132 000	15 600	56 400	18 900	-	27 600	36	-
12-2021	45 300	567 000	45 200	283	447 000	10 900	446 000	170 000	18 900	64 700	20 200	-	28 000	41	-
01-2022	45 400	583 000	49 600	283	462 000	15 700	447 000	177 000	20 700	75 200	21 100	-	28 200	123	-
02-2022	45 600	650 000	61 400	284	471 000	21 100	502 000	222 000	21 900	82 800	21 700	-	28 500	4 610	-
03-2022	45 700	708 000	64 400	285	481 000	27 700	529 000	241 000	24 200	88 600	22 200	-	28 800	4 820	628
04-2022	45 900	734 000	66 700	286	491 000	31 600	552 000	275 000	24 800	96 800	23 200	-	29 100	4 840	739
05-2022	46 200	745 000	68 000	354	506 000	37 500	578 000	317 000	28 200	104 000	24 200	-	29 600	4 880	803
06-2022	46 600	767 000	85 000	417	514 000	45 800	616 000	349 000	30 800	113 000	25 000	-	30 200	4 890	827
07-2022	47 000	848 000	114 000	488	525 000	56 500	695 000	382 000	34 400	120 000	26 300	-	30 500	4 920	864
08-2022	47 300	914 000	140 000	2 290	546 000	69 800	756 000	401 000	35 700	128 000	27 500	-	30 700	4 950	1 380
09-2022	47 600	934 000	145 000	5 390	557 000	79 400	782 000	417 000	38 700	136 000	30 200	-	30 800	5 050	4 170
10-2022	47 700	947 000	151 000	5 860	566 000	88 000	805 000	434 000	39 800	143 000	31 600	-	30 900	5 060	6 020
11-2022	47 800	968 000	168 000	7 550	576 000	98 000	830 000	449 000	41 500	150 000	32 400	-	31 100	5 060	7 150
12-2022	71 000	996 000	173 000	8 020	585 000	105 000	850 000	456 000	43 300	158 000	33 000	-	31 200	5 080	7 650
01-2023	72 600	1 000 000	177 000	12 200	592 000	114 000	872 000	461 000	43 900	173 000	33 500	563	31 400	5 110	9 090
02-2023	72 800	1 020 000	181 000	18 300	599 000	126 000	896 000	467 000	45 800	187 000	46 500	631	31 500	5 160	11 100
03-2023	77 000	1 030 000	185 000	21 200	607 000	134 000	925 000	471 000	47 600	193 000	54 200	1 220	31 600	5 180	13 600
04-2023	81 000	1 040 000	191 000	24 800	615 000	145 000	959 000	480 000	49 200	201 000	62 400	36 500	33 400	5 200	15 200
05-2023	81 900	1 050 000	193 000	26 100	620 000	155 000	980 000	491 000	51 700	210 000	68 800	50 100	33 700	5 200	15 800
06-2023	98 200	1 060 000	205 000	27 000	625 000	163 000	1 000 000	497 000	55 900	217 000	71 500	57 300	34 000	5 210	16 600
07-2023	104 000	1 080 000	208 000	27 800	630 000	176 000	1 040 000	500 000	58 500	226 000	76 700	61 900	34 200	5 210	18 100
08-2023	106 000	1 110 000	212 000	28 600	638 000	188 000	1 070 000	503 000	61 500	236 000	82 200	67 500	34 300	5 230	19 100
09-2023	107 000	1 120 000	215 000	31 500	646 000	196 000	1 110 000	507 000	65 900	243 000	85 900	81 500	34 400	5 230	19 700
10-2023	108 000	1 130 000	218 000	32 300	651 000	203 000	1 120 000	510 000	67 400	252 000	89 300	88 300	34 700	5 310	19 900
11-2023	114 000	1 140 000	219 000	33 400	658 000	212 000	1 130 000	513 000	69 000	259 000	94 700	91 500	34 700	5 450	20 300
12-2023	119 000	1 150 000	220 000	34 000	660 000	223 000	1 140 000	516 000	70 000	266 000	98 800	97 300	34 800	5 460	20 500
01-2024	137 000	1 150 000	221 000	35 500	663 000	232 000	1 150 000	519 000	71 000	273 000	100 000	102 000	34 900	5 480	20 700
02-2024	149 000	1 150 000	223 000	36 500	673 000	240 000	1 170 000	524 000	73 300	280 000	102 000	106 000	35 000	5 480	20 900

Zdroj: Social Blade LLC (2024), vlastní zpracování

Příloha B: Tabulka - Vývoj celkového počtu zhlédnutí vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky

Vývoj celkového počtu zhlédnutí vybraných tvůrců za poslední 3 dostupné roky															
měsíc	About Here	Adam Something	Alan Fisher	Building Beautifully	City Beautiful	City Nerd	Not Just Bikes	OBF	Oh The Urbanity!	RMTransit	Strong Towns	The Aesthetic City	The Life-Sized City	Urban Jersey Guy	Yet Another Urbanist
04-2021	633 231	-	270 197	77 490	28 938 091	-	10 308 559	1 944 735	18 273	2 422 378	780 305	-	1 561 600	-	-
05-2021	637 988	-	300 284	77 961	29 684 618	-	11 862 058	3 093 943	24 371	2 752 084	833 941	-	1 581 709	-	-
06-2021	641 919	-	492 172	78 528	30 681 338	-	13 311 164	3 964 820	35 763	3 192 878	868 553	-	1 600 278	-	-
07-2021	646 422	1 609 296	943 178	78 988	31 867 822	-	15 796 474	4 901 742	45 614	3 637 155	892 472	-	1 618 395	-	-
08-2021	773 584	3 240 376	1 348 063	79 412	34 037 660	-	20 106 207	8 386 632	168 042	4 181 432	923 650	-	1 634 138	-	-
09-2021	816 289	21 617 923	1 717 055	79 802	35 762 171	5 572	22 272 181	10 358 920	318 769	4 740 040	961 864	-	1 655 307	-	-
10-2021	1 711 790	15 669 041	1 999 615	80 115	37 291 461	20 183	26 914 806	12 169 606	537 007	5 391 427	996 526	-	1 677 987	218	-
11-2021	1 771 341	17 770 409	2 364 931	80 503	41 859 507	60 570	33 733 336	13 664 545	814 182	6 822 192	1 031 662	-	1 697 931	294	-
12-2021	1 797 115	23 768 791	2 708 605	80 910	43 410 401	306 878	39 246 181	20 882 731	1 064 794	7 904 979	1 059 631	-	1 717 017	337	-
01-2022	1 802 880	26 378 151	3 217 036	81 319	46 355 875	480 114	43 687 516	22 309 814	1 208 578	9 482 458	1 082 419	-	1 733 170	1 131	-
02-2022	1 809 837	34 658 461	4 343 412	81 706	47 770 055	640 289	48 472 988	26 856 932	1 289 042	10 849 365	1 102 866	-	1 759 897	292 490	-
03-2022	1 815 803	40 123 755	4 694 423	82 055	48 934 011	925 182	51 668 809	29 822 638	1 479 940	11 938 934	1 132 723	-	1 785 046	312 141	11 960
04-2022	1 820 758	43 152 745	4 892 499	82 483	50 655 194	1 207 352	53 865 111	35 513 046	1 534 047	13 289 734	1 183 336	-	1 808 381	315 610	18 584
05-2022	1 839 794	45 932 029	5 006 307	86 604	52 867 157	1 527 133	56 459 361	45 390 103	1 838 899	10 898 023	1 214 649	-	1 840 485	316 869	20 975
06-2022	1 852 574	49 671 421	5 934 812	91 825	53 987 430	1 913 933	61 050 546	50 278 029	2 067 708	12 649 013	1 237 501	-	1 893 020	317 767	22 060
07-2022	1 871 471	56 446 254	8 569 273	13 766	55 027 532	2 492 050	67 432 294	56 099 667	2 319 277	12 962 694	1 267 591	-	1 917 503	321 200	24 295
08-2022	1 879 232	63 954 372	10 946 360	90 691	56 417 503	3 355 559	76 365 823	51 155 088	2 423 054	8 990 792	1 324 188	-	1 938 254	323 576	42 097
09-2022	1 886 792	67 697 270	11 462 536	272 116	57 488 563	3 996 667	79 262 885	54 804 456	2 737 954	10 138 435	1 475 450	-	1 956 986	328 309	158 671
10-2022	1 891 775	71 504 627	12 308 623	305 712	58 617 317	4 752 647	84 013 206	58 490 106	2 886 181	11 499 166	1 581 053	-	1 974 620	329 484	254 826
11-2022	1 898 018	73 737 558	13 960 242	415 321	60 042 565	5 574 268	87 433 361	63 763 270	3 062 379	12 859 631	1 623 136	-	1 989 496	330 441	335 746
12-2022	3 396 252	78 686 244	14 505 149	456 907	61 448 516	6 338 246	90 678 579	65 806 757	3 242 748	14 625 022	1 660 423	-	2 000 977	332 133	373 909
01-2023	3 559 757	81 301 804	15 136 400	807 381	62 364 739	7 230 571	93 507 006	68 038 590	3 341 127	17 261 952	1 259 661	11 464	2 011 915	333 383	416 636
02-2023	3 572 640	84 330 208	15 810 394	1 317 540	63 270 120	8 309 736	96 411 340	69 564 280	3 532 489	19 535 313	1 401 803	13 407	2 031 656	335 964	599 480
03-2023	3 760 937	86 680 712	16 669 550	1 587 127	64 519 791	9 182 113	102 290 757	70 978 368	3 725 831	21 011 201	1 569 234	26 544	2 047 969	336 999	727 973
04-2023	3 969 591	89 213 162	17 685 752	1 974 609	65 489 695	10 252 231	107 081 899	74 482 981	3 962 213	22 688 790	1 921 302	1 511 632	2 133 724	337 931	907 845
05-2023	3 998 996	91 262 224	18 180 330	2 208 746	66 380 446	11 423 752	110 637 606	76 951 859	4 292 389	24 424 504	2 169 460	2 087 540	2 160 202	338 716	997 376
06-2023	5 275 648	94 513 887	19 138 932	2 419 381	67 349 448	12 395 210	114 559 631	78 431 040	4 874 953	26 075 447	2 278 542	2 421 485	2 187 993	339 431	1 007 750
07-2023	5 604 438	98 605 155	19 819 283	2 577 882	68 252 060	13 579 781	120 172 447	79 564 418	5 280 707	27 819 390	2 409 727	2 711 618	2 201 682	339 984	1 150 738
08-2023	5 837 196	8 905 094	101 079 789	20 453 483	2 700 348	69 688 098	14 826 660	125 493 529	80 743 654	5 840 037	29 859 433	2 614 167	2 151 450	342 154	1 239 462
09-2023	5 911 204	9 356 185	104 105 555	20 870 898	2 889 129	72 475 015	15 908 105	130 421 139	82 249 788	6 318 928	31 657 826	2 759 587	2 167 276	342 889	1 308 913
10-2023	5 971 211	10 334 395	106 996 661	21 476 681	3 008 577	73 493 856	16 838 854	133 450 239	83 446 838	6 519 853	35 099 062	3 015 525	2 185 302	343 805	1 362 358
11-2023	6 319 817	10 750 673	109 159 130	21 926 028	3 189 774	74 784 823	17 862 333	136 174 093	84 304 178	6 775 342	37 059 339	3 319 661	2 200 833	350 372	1 424 049
12-2023	6 746 401	10 993 557	110 260 043	22 264 059	3 284 287	75 431 100	19 440 248	137 960 867	85 543 081	6 947 682	38 937 769	3 586 619	2 213 899	351 240	1 458 505
01-2024	7 974 622	12 079 079	112 219 990	22 488 572	3 504 473	76 165 909	20 743 529	140 124 591	86 439 159	7 176 720	41 274 341	3 730 832	2 223 523	351 931	1 488 558
02-2024	8 955 105	13 047 623	113 815 833	22 991 207	3 624 144	77 999 758	22 037 332	142 237 758	87 740 643	7 530 138	42 785 797	3 832 218	2 235 680	352 490	1 526 308

Zdroj: Social Blade LLC (2024), vlastní zpracování

Abstrakt

Zeman, T. (2024). Geografický obsah v online prostoru: analýza vybraných tvůrců na platformě Youtube [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: platforma Youtube, online obsah, geografie sídel, urbanismus, územní plánování

Tato bakalářská práce se zaměřuje na geografický obsah na internetové platformě Youtube. Cílem práce je představit a analyzovat vybrané tvůrce geografického obsahu, kteří se zabývají oborem geografie sídel a příbuznými tématy, vysvětlit problematiku která se může vyskytnout v souvislosti s online prostorem, vytvořit přehled tvůrců na základě zkoumaných témat a mapovou vizualizaci vybraných ukázek prezentovaného obsahu. Nejprve je teoreticky vymezena geografie a vybrána konkrétní subdisciplína, kterou se práce dále zabývá, poté je představena platforma Youtube a základní problematika online obsahu. Následuje představení vybraných tvůrců a ukázky jejich obsahu společně s mapovou vizualizací. Následuje diskuze výsledků práce a vyhodnocení zjištěných skutečností.

Abstract

Zeman, T. (2024). Geographic content in the online space: analysis of selected creators on the Youtube platform [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: Youtube platform, online content, settlement geography, urbanism, spatial planning

This bachelor thesis focuses on geographic content on the YouTube platform. The thesis aims to introduce and analyse selected creators of geographic content who deal with the field of settlement geography and related topics, to explain the issues that may arise in connection with the online space, to create an overview of creators based on the researched topics, and to provide a map visualization of selected samples of the presented content. Firstly, geography is theoretically defined and a specific subdiscipline the thesis further addresses is selected. Then, the YouTube platform and the basic issues of online content are introduced. This is followed by the presentation of selected creators and samples of their content along with map visualization. A discussion of the thesis results and an evaluation of the findings follows.