

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Diplomová práce**

**2023**

**BcA. Gabriela Gálová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Role zprávařů v rozhlasovém zpravodajství,  
případová studie ČRo Radiožurnál**

**Diplomová práce**

Autor práce: BcA. Gabriela Gálová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

BcA. Gabriela Gálová

## **Bibliografický záznam**

GÁLOVÁ, Gabriela, 2023. *Role zprávařů v rozhlasovém zpravodajství, případová studie ČRo Radiožurnál*. Praha. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

**Rozsah práce:** 157 872 znaků (včetně mezer)

## **Abstrakt**

V diplomové práci se věnuji pozici zprávařů na celoplošné veřejnoprávní zpravodajské stanici Radiožurnál, která je součástí Českého rozhlasu. Cílem je zmapovat jejich roli ve vysílání a popsat faktory, které zprávaře ovlivňují při výběru událostí a sestavování jednotlivých relací. Pokusím se také definovat pozice, které se na vzniku celého zpravodajství podílejí.

Hlavním východiskem v teoretické části je koncept gatekeepingu. Představím také možné organizační struktury redakcí, definici pojmu zpravodajství nebo ukotvení Českého rozhlasu v tuzemském mediálním systému. Výzkumná část je založena na analýze dvaceti polostrukturovaných rozhovorů se zprávaři a jednotlivými pozicemi, které na výrobě zpravodajství participují. V práci odpovídám na otázku, jak vzniká zpravodajství stanice Radiožurnál. Věnuji se také roli zprávařů z pohledu profesních požadavků a míry novinářské autonomie. V neposlední řadě pak analyzuji faktory, které zprávaře ovlivňují v jejich práci, a to z pohledu mediální organizace, mediálních rutin a individuální úrovně.

## **Abstract**

In this master thesis I focus on the news presenters at the public broadcaster Radiožurnál which is part of Czech Radio. My aim is to map their role in the station's broadcasting and to describe the factors that influence them in the processes of the selection of news and the compilation of news reports. I will also try to define the positions that are involved in the creation of the entire newscast. The main theoretical concept of the whole thesis is gatekeeping. I will also present possible organizational structures of newsrooms, the definition of journalism profession or the anchoring of Czech Radio in the Czech media system. The research part is based on the analysis of twenty semi-structured interviews with news presenters and staff of the central newsroom. In the thesis I answer the question of how the news coverage of the Radiožurnál station is produced. I also look at the role of news presenters in terms of professional requirements and the degree of journalistic autonomy. Finally, I analyse the factors that influence news presenters in their work in terms of media organization, media routines and individual level.

## **Klíčová slova**

gatekeeping, rozhlasové zpravodajství, Český rozhlas, zpravodajská stanice Radiožurnál, zprávař, organizační struktura redakce

## **Keywords**

gatekeeping, broadcast journalism, Czech Radio, news station Radiožurnál, news presenter, organizational structure of newsroom

## **Title**

The agenda and role of news presenters in radio broadcast, case study of Český rozhlas Radiožurnál

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce PhDr. Vlastimilu Nečasovi, Ph.D., za trpělivost a cenné rady. Velké poděkování patří i všem zprávačkám, zprávařům a dalším kolegům z Českého rozhlasu, kteří se na diplomové práci podíleli.

# Obsah

Úvod.....	10
TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1. Gatekeeping.....	12
1.1 Úroveň mediální organizace.....	15
1.2 Mediální rutiny .....	17
1.2.1 Orientace na publikum .....	18
1.2.2 Informační zdroje .....	20
1.2.3 Produkční vlivy a organizační kontext.....	21
1.3 Individuální úroveň .....	22
1.4 Kritika gatekeepingu .....	22
1.5 Novinářská profese a autonomie .....	23
1.6 Organizační struktura redakce.....	25
2. Zpravodajství.....	31
2.1 Zpravodajství vs. publicistika.....	31
2.2 Specifika rozhlasového zpravodajství .....	31
2.3 Český rozhlas jako součást mediálního systému.....	33
2.4 Český rozhlas a jeho legislativní fungování.....	34
2.5 Dosavadní studie .....	36
VÝZKUMNÁ ČÁST .....	38
3. Metodologie.....	38
3.1 Výzkumné cíle a otázky .....	38
3.2 Metoda výzkumu a sběr dat.....	39
3.2.1 Charakteristika respondentů .....	39
3.2.2 Průběh sběru dat .....	42
3.3 Metoda analýzy dat .....	43
3.4 Limity výzkumu .....	44
4. Výsledky zkoumání.....	45
4.1 Jak vzniká zpravodajství ČRo Radiožurnál? Jakým způsobem do tvorby vstupují zprávaři? (VO1).....	45
4.2 Jak se definuje role zprávaře v rámci hierarchie ČRo Radiožurnál? (VO2).....	52
4.3 Jak zprávaře ovlivňuje organizace, ve které pracují? (VO3) .....	55
4.4 Jaké jsou postupy práce, které zprávaři při tvorbě relace používají? (VO4) .....	59
4.5 Které aspekty ovlivňují individuální gatekeeping u jednotlivých zprávařů? (VO5)....	63
5. Shrnutí a diskuse .....	65
Závěr.....	72
Summary .....	75



Zdroje .....	79
Teze diplomové práce .....	86
Seznam obrázků, tabulek a schémat .....	90
Seznam zkratek.....	90
Seznam příloh.....	90

# Úvod

V roce 2023 slaví Český rozhlas 100 let svého fungování. Zpravodajství bylo od začátku jeho důležitou součástí a hrálo klíčovou roli v několika historických momentech (například v Boji o rozhlas v roce 1968). Po změně režimu v roce 1989 se Český rozhlas transformoval na médium veřejné služby a jeho cílem je – kromě zábavní a vzdělávací složky – poskytovat nestranné a nezávislé zpravodajství. Své poslání naplňuje mimo jiné prostřednictvím zpravodajsko-publicistické stanice Radiožurnál. Ta je od roku 2020 podle pravidelných průzkumů Radioprojektu (Aust, 2022) na prvním místě v žebříčku poslechovosti českých veřejnoprávních i soukromých stanic. Zpravodajský obsah tak každý den slyší stovky tisíc lidí.

Pro rozhlasové zpravodajství je klíčová pozice zprávařů – právě oni posluchačům udávají a informace předávají. Cílem mé práce je zmapovat roli zprávařů ve vysílání stanice Radiožurnál a popsat faktory, které je při vybírání zpráv a sestavování zpravodajských relací ovlivňují. Kromě samotných zprávařů se na výrobě zpravodajství podílí řada dalších lidí. Zaměřím se proto na představení jednotlivých pozic, vymezím jejich běžnou agendu a pokusím se nabídnout komplexní pohled na vznik zpravodajství stanice Radiožurnál.

Hlavním důvodem pro zpracování tohoto tématu je fakt, že v českém prostředí zatím nevznikla práce, která by se zabývala rolí zprávařů ve veřejnoprávním médiu a detailně popisovala strukturu zpravodajství vybrané veřejnoprávní stanice. Téma jsem si zvolila také na základě dlouhodobého zájmu o rozhlasovou tvorbu. Na začátku práce musím zmínit, že jsem do září 2022 v Českém rozhlase pracovala, a to jako redaktorka zpravodajství v domácí redakci. Svou pozici jsem se ale během celého výzkumu snažila neustále reflektovat.

V teoretické části se věnuji konceptům gatekeepingu – vycházím především z definice Pamely Shoemaker a Stephana Reeseho (2014). Ta popisuje různé faktory, které mají vliv na selekci událostí pro zpravodajské zpracování. Jde například o úroveň mediální organizace, mediálních rutin nebo individuálních vlastností jedinců. V první kapitole rovněž představím možné pojetí novinářské profese a autonomie. Nabízím také různé pohledy na fungování a organizační strukturu redakcí, s přihlédnutím k trendu konvergence. Ve druhé kapitole teoretické části se budu věnovat definici zpravodajství a jeho specifík v rozhlasovém vysílání. Zabývám se také charakteristikou zkoumaného média – tedy Českého rozhlasu a jeho ukotvením v českém mediálním a legislativním systému. Předmětem výzkumné části bude zmapování role zprávařů na stanici Radiožurnál a popis faktorů, které výběr zpráv a řazení relací ovlivňují. Jako výzkumnou strategii zvolím kvalitativní přístup, konkrétně metodu

polostrukturovaných rozhovorů se zprávaři Radiožurnálu a dalšími zaměstnanci zpravodajství. Výsledky zkoumání srovnám s poznatky v teoretické části práce. Závěrečné shrnutí a diskuse přináší zhodnocení výzkumu a odpovídá na zvolené výzkumné otázky.

Předkládaná práce se v některých bodech liší od tezí schválených na začátku roku 2021. Při definici jsem o tématu uvažovala jako o případové studii. Během psaní práce se ale pro získání odpovědí na zvolené výzkumné otázky ukázala jako nejvhodnější metoda polostrukturovaných rozhovorů. Zároveň jsem musela upustit od původně plánované metody zúčastněného pozorování. Zpravodajství Českého rozhlasu téměř dva roky fungovalo v režimu určeném pandemickou situací — tedy ve dvou oddělených týmech a v mých možnostech nebylo pozorovat provoz newsroomu komplexně. Proto jsem se rozhodla výzkumnou část práce kromě rozhovorů se zprávaři doplnit o rozhovory s jednotlivými pozicemi v newsroomu Českého rozhlasu. Výsledná práce je tak založená na analýze dat dvaceti polostrukturovaných rozhovorů. Doplňkovým dokumentem je Rukověť Zpravodajství Českého rozhlasu z roku 2012, který definuje náplň práce jednotlivých pozic ve zpravodajství a vztahy mezi konkrétními stanicemi a divizí Zpravodajství. Využívám ho pouze v odpovědi na první výzkumnou otázku. Příručka je neveřejná, od vedení divize Zpravodajství mám ale povolení ji v této práci využít. Vynechala jsem také porovnání práce veřejnoprávních zprávařů s těmi v komerčním rádiu a detailně se zaměřila na fungování jedné stanice.

Ke změnám došlo také v teoretické části. V první kapitole se věnuji rovnou konceptu gatekeepingu a zároveň jsem ji rozšířila o možné definice novinářské profese a organizační struktury redakcí. Ve druhé kapitole se zaměřím na definici zpravodajství a jeho specifika v rozhlasovém vysílání. Představím také samotný Český rozhlas a jeho ukotvení v českém mediálním systému. Všechny změny jsem konzultovala s vedoucím práce.

# TEORETICKÁ ČÁST

Klíčovým konceptem celého výzkumu je gatekeeping – v první kapitole proto představím několik možných přístupů. Vycházím ale především z víceúrovňového modelu Pamelý Shoemaker a Stephana Reeseho (2014). Součástí první kapitoly budou i možné přístupy k novinářské profesi a představím různé modely fungování a struktury zpravodajských redakcí. Ve druhé kapitole teoretické části vysvětlím pojem zpravodajství a jeho specifika v rozhlasovém vysílání. Věnovat se budu také Českému rozhlasu a jeho roli v českém mediálním systému.

## 1. Gatekeeping

Novináři každý den pracují s obrovským množstvím informací, do vysílání nebo tisku se jich nakonec dostane jen omezené množství. Proces výběru, během kterého se rozhoduje o medializaci událostí, se nazývá gatekeeping (Reifová, 2004, s. 70). Podle Tomáše Trampoty (2006, s. 38) jde o „*procesy konkrétních lidí, kteří pracují v médiích a motivy, jež je k rozhodnutím vedou.*”

Za předchůdce gatekeepingu je považován americký sociolog Robert Ezra Park. Ten se zabýval podmínkami, které musí události splnit, aby se následně staly zprávami. Své poznatky zveřejnil v knize *The Immigrant Press and Its Control* (1922). Popsal, že ze všech událostí, které se daný den stanou, zveřejní editor zprávy, které jsou podle něj důležitější a zajímavější než ostatní. Velké množství informací tak zůstává nevyužito (Park, 1922, s. 328).

S pojmem gatekeeping se poprvé začalo pracovat po druhé světové válce a použil ho sociální psycholog Kurt Lewin. Ten zjišťoval, jaké rozhodovací procesy mají vliv na rodinný nákup potravin americké domácnosti. Chtěl tak ověřit, jestli reklama, která měla ovlivnit změnu stravovací zvyklostí během války, má cílit na všechny obyvatele nebo jen na některé osoby. Ze studie vyplynulo, že otec rozhoduje o potravinách ze zahrady a matka o nákupu potravin v supermarketu. Osobu, která nakonec o koupi zboží rozhodne, označujeme jako gatekeepera (dveřník nebo strážce brány) (Lewin, 1947, s. 143–150). Koncept gatekeepera považoval Lewin za podstatný pro pochopení mnoha společenských fenoménů. Jak připomíná Michael Kunczik (1995, s. 114), Lewin své zjištění dále zobecnil na tok jakýchkoliv informací uvnitř jedné skupiny.

Teorii gatekeepingu přenesl do mediálních studií americký profesor žurnalistiky David Manning White, a vytvořil tak dodnes používanou definici. Ve studii *The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News* (1950) sledoval rozhodovací procesy editora jednoho regionálního deníku na americkém středozápadě. Ten Whiteovi po dobu jednoho týdne ukazoval všechny zprávy, které v novinách nebyly zveřejněny, spolu s vysvětlením svého rozhodnutí. Studie ukázala, že se k příjemcům dostala pouze desetina materiálu, který měl editor k dispozici. Ke čtenářům se nejsnadněji dostaly politické zprávy a lidsky jímavé příběhy<sup>1</sup>. Rozhodnutí o zveřejnění zprávy je podle Whitea z velké části subjektivní a silně ovlivněné postoji a zkušenostmi konkrétního gatekeepera. Důležitá je validita tématu (přibližně sto šedesát osm krát se mezi důvody pro zamítnutí zprávy objevila poznámka „není místo“). Roli hraje jeho představa o čtenářích daného periodika (White, 1950, s. 386–388). Trampota (2006, s. 38) zdůrazňuje, že největším přínosem studie je její zaměření na proces výběru událostí. Závěry Whiteova výzkumu potvrdila i studie Caseye a Copelanda z roku 1958. Podle nich o chování gatekeeperů ve velké míře rozhoduje například příliš malá informační hodnota zprávy nebo příliš malý zájem (Kunczik, 1995, s. 116).

Whiteova studie ale našla řadu kritiků a kvůli individuálnímu zaměření byly její závěry zpochybňovány. Například Walter Gieber analyzoval práci šestnácti editorů. Na rozdíl od Whitea ale vidí jejich roli jako pasivní. Podle něj se editoři musí při výběru zpráv vyrovnávat s řadou tlaků, kam patří například pravidla mediální organizace. Osobní hodnoty konečný výběr ovlivňují jen málo (Gieber, 1960, s. 202–205).

S individuální rolí gatekeeperů nesouhlasí ani John McNelly (in Shoemaker a Vos, 2009, s. 18). Ten proces selekce a zpracování informací vnímá jako dlouhý řetězec, do kterého v rámci mediální organizace postupně jako mezičlánky vstupují jednotliví gatekeeperi. Každý z nich může zprávu různě měnit a upravovat, než se dostane ke konečnému příjemci.

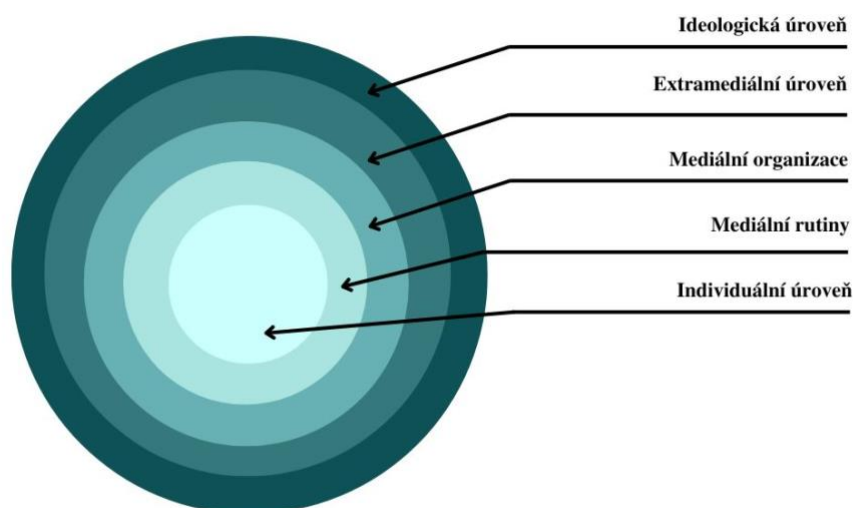
Abraham Bass (1969, s. 72) mediální pracovníky rozdělil na dvě skupiny – jednou jsou reportéři v terénu, které označuje jako *shromažďovače zpráv*. Druhou skupinou jsou editoři nebo překladatelé – ty označuje jako *zpracovatele zpráv*. Potvrzuje tak, že gatekeeping se v mediálních organizacích týká více osob. Malcom Warner (in Tunstall, 1970, s. 158) dokonce na příkladu třech největších televizních stanic ve Spojených státech amerických definoval téměř padesát lidí, kteří mají vliv na podobu televizního zpravodajství.

---

<sup>1</sup> z angl. originálu *human interest stories*

Podle Denise McQuaila (2009, s. 319) tak výzkumníci museli začít věnovat svou pozornost i dalším faktorům, jako je kontext organizace nebo ideologické vlivy. Gertruda Robinson (in Aufermann, Bohrmann a Sülzer, 1973, s. 344–350) rozděluje výzkumy gatekeepingu na tři fáze. První jsou již zmíněné **individuální** studie, kdy rozhodnutí gatekeepera závisí na jeho psychických dovednostech a osobnosti. Druhým typem jsou **institucionální** studie, které se věnují gatekeepingu v kontextu mediální organizace a inspirují se jimi v této práci. K posledním patří **kybernetické** studie, které řeší výběr zpráv v souvislosti s celým sociálním systémem.

Ucelený a detailní souhrn vlivů, které na gatekeepera působí, nabídli v roce 1996 Pamela Shoemaker a Stephen Reese (2014, s. 8–10). Jejich hierarchie vlivů je rozdělena do pěti kategorií, ze kterých v této práci vycházím:



**Obrázek 1: Hierarchický model vlivů**

Zdroj: Vlastní zpracování podle Shoemaker a Reeseho (2014).

1. **Ideologická úroveň** – vytváří rámec pro všechny další stupně vlivů. Zabývá se vlivem dominantní společenské ideologie, ve které mediální organizace fungují.
2. **Extramediální úroveň** – zahrnuje vlivy, které se nachází vně mediální organizace. Ty mohou být určeny vlastnickými vztahy, tržním prostředím nebo snahou prosadit se mezi konkurencí.

3. **Úroveň mediální organizace** – popisuje, jak gatekeepery ovlivňuje příslušnost ke konkrétní mediální organizaci. Projevuje se zde řada faktorů jako je míra vlivu a odpovědnosti novináře nebo jeho postavení v rámci celé organizace. Do této části patří i profesní normy, etika a formát média.
4. **Úroveň mediálních rutin** – jde o ustálené, opakované a do jisté míry automatizované způsoby zpracování událostí do zprávy.
5. **Individuální úroveň** – zdůrazňuje vlastnosti a osobní charakteristiky konkrétního gatekeepera, jeho hodnoty, sociální zázemí nebo vzdělání.

Z rozdělení vyplývá, že vlastnosti a osobní nastavení jedinců ovlivňuje jejich představu o náplni práce a výběru jednotlivých událostí. Ve svém rozhodnutí ale nemají gatekeepři absolutní svobodu – omezují je rutinní činnosti nebo fungování mediální organizace. Ta je formována jednak vlastními cíli, ale také sociálním systémem a ideologií, ve které funguje. Tato práce se kvůli omezenému rozsahu věnuje interním vlivům uvnitř mediální organizace a individuálním vlastnostem konkrétních gatekeeperů.

## 1.1 Úroveň mediální organizace

Mediální organizaci popisuje Peter Valček (2011, s. 199) jako organizační jednotku, díky níž můžou novináři vytvořit podmínky pro zveřejnění události (zprávy, informace). Podle Kunczika je v rámci studia konceptu gatekeepingu nutné vědět, na jakém principu mediální organizace fungují. *„Adekvátní rámec pro analýzu gatekeepingu tvoří studie na úrovni organizací, neboť hodnotové klima organizace je pro výběr témat podstatně důležitější než individuální dispozice,“* (Kunczik, 1995, s. 116). Mediální organizace jsou typické detailní hierarchií odpovědnosti, obvyklá je i vysoká míra dělby práce. Pro pochopení jejich fungování, je nutné znát vlastnickou strukturu, způsob financování a míru autonomie, kterou má médium uvnitř organizace i vůči svému okolí (Jiráček a Köpplová, 2015, s. 142–143).

V českém mediálním prostředí jsou organizace rozděleny na soukromé (komerční), jejichž hlavní účel je generování zisku a zhodnocení investic jejich majitelů, a média veřejné služby, která sledují především neekonomické zájmy (Reifová, 2014, s. 174).

Karel Hvízdala (2003, s. 267) definuje veřejnoprávní médium (nebo též médium veřejné služby) jako *„označení sdělovacího prostředku, který má příjem z veřejných peněz a právně definovaný rozsah a povinnosti. Cílem jeho provozování je zabránit zneužití médií politickými stranami a podpořit média jako čtvrtý pilíř demokracie.“*

McQuail (2009, s. 248) vysílání veřejné služby popisuje jako snahu zvýšit v zájmu veřejnosti kvalitu služeb, nabízet nepředpojaté zpravodajství a vytvářet program tak, aby byly uspokojeny zájmy všech skupin obyvatel včetně menšin. Definicí veřejné služby nabízí například Milan Šmíd (2004, s. 66–67). Podle něj jsou součástí tři základní pojmy:

- **Veřejná užitečnost** – služba, kterou získává veřejnost, většinou od státu. Je univerzálně dostupná a kvalita poskytovaných služeb je standardní.
- **Vysílání ve službách veřejné sféry** – jde o prostor, kde obyvatelé hromadně rozhodují o věcech společného zájmu. Média tak garantují přístup k informacím, které jednotlivci umožní v demokratickém systému vykonávat povinnosti a uplatňovat svá práva.
- **Vysílání ve službě posluchačů a diváků** – publikum je vnímáno jako soubor individuálních konzumentů médií. Veřejnoprávní médium dává přednost potřebám jednotlivců než kolektivu.

Irena Reifová (2004, s. 319) ale upozorňuje, že v českém prostředí pojem veřejný zájem nemá ukotvení v zákoně. Hvížd'ala (2003, s. 236) doplňuje, že před závislostí nad příjmy z reklamy nebo peněz soukromých investorů česká veřejnoprávní média chrání koncesionářské poplatky. Tyto organizace sice mohou získat finanční prostředky z reklamy nebo vlastní činnosti, jde ale o doplňkové aktivity, která jsou regulovány zákonem.

Naopak u soukromých médií je důležité jejich fungování v rámci tržního systému. Jak upozorňuje McQuail (2009, s. 291), většina mediálních organizací funguje podobně jako obchodní firmy a má také podobné vlastnosti. Stejně jako firmy prodávají soukromá média své produkty jak spotřebitelům, tak inzerentům. Jelikož je jejich největším příjmem zisk z reklamy, musí myslet na to, jak uspokojit obě skupiny (Reifová, 2004, s. 137). V případě soukromých médií jsou podle Jana Jiráka a Barbory Köpplové (2015, s. 160) důležité vztahy mezi majitelem a organizací. Zájem vlastníka se může projevit například v míře autonomie mediální organizace.

McQuail (2009, s. 293) připomíná, že v mnoha mediálních domech existují pro zaměstnance závazné dokumenty, které omezují projevy osobních názorů, tak aby nebylo narušeno směřování organizace.



Trampota (2006, s. 53) rozlišuje tři úrovně hierarchie s různou mírou vlivu. Toto rozdělení platí jak pro soukromá, tak veřejnoprávní média:

1. **Vrcholný management.**
2. **Střední management** (šéfredaktoři, editoři, manažeři inzerce).
3. **Přední linie** (redaktoři, kameramani).

Na výběr události tedy nemá vliv jen jeden pracovník. Finální rozhodnutí je výsledkem spolupráce několika složek. O tom, jaké zprávy by měly být vybírány a jak mají být produkovány, ale mohou mít zaměstnanci organizace odlišné představy. Každý gatekeeper má podle Shoemaker a Reeseho (2014, s. 5) v organizaci odlišnou pozici, rozdělují se proto na hraniční gatekeepery (vstupní a výstupní), kteří mají vliv na to, jaké informace do organizace přicházejí, a gatekeepery vnitřní, kteří se podílí na tom, jak pracovat s informacemi, které už jsou do organizace jednou vpuštěny. Rozdílné role mohou způsobovat konflikty, typickým případem je spor mezi redaktorem a editorem. Zatímco redaktor je považován za hraničního gatekeepera a je tak orientován na zdroje informací, editor je zaměřen na publikum (Trampota, 2006, s. 45).

Podle Shoemaker a Vose (2009, s. 65-67) je důležitá i velikost organizace – ty s velkým počtem zaměstnanců mohou ke zprávám přistupovat odlišně než lokální deníky nebo televizní stanice, ve kterých musí gatekeepereři pracovat jen s omezenými podklady. V případě nedostatku pracovních sil se tak zvyšuje pravděpodobnost, že gatekeeping bude mít pouze podobu přepracování již existujících zpráv.

## 1.2 Mediální rutiny

Jak již bylo řečeno, dalším důležitým prvkem v procesu gatekeepingu jsou mediální rutiny. Na ty lze pohlížet několika způsoby. Wilson Lowrey (2015, s. 407) je označuje jako „*opakující se postupy a formy, které novinářům usnadňují plnit úkoly v nejistém světě, kde pracují v rámci produkčních omezení. Zároveň jim zaručují bezprostřednost.*“ To práci novinářů výrazně urychlí a zefektivní. Trampota (2006, s. 55) připomíná, že „*novinářská práce probíhá v neustálém časovém tlaku uzávěrek, a aby ji novináři zvládli, musí být rutinizována.*“ Doplňuje, že práce novináře sice vyžaduje jistou míru kreativity, vzniká ale v přísně hierarchizovaném prostředí. Podle Graemeho Burtona a Jana Jiráka (2001, s. 110) nastavené rutiny pomáhají zvládnout práci s technologiemi nebo koordinaci většího počtu lidí.

Shoemaker a Reese (2014, s. 165–167) mediální rutiny popisují jako opakující se způsoby, jejichž prostřednictvím novináři vykonávají svoji práci, jak o ní přemýšlí, zdůrazňují pravidla, která musí v rámci mediální organizace dodržovat. Definují tak tři kategorie, ze kterých vycházím i v této práci – orientace na publikum, zdroje informací a organizační kontext a kultura mediální organizace (tamtéž s. 168). Novináři si při tvorbě zpráv musí pokládat tyto otázky:

1. Co je přijatelné pro publikum?
2. Jaký informační materiál od zdrojů mají k dispozici?
3. Jaké rutinní postupy organizace vytváří, aby mohla zpracovat předkládaný materiál?

Přílišná rutinizace však může mít i negativní důsledky v podobě neschopnosti reagovat na neočekávané události (Trampota, 2006, s. 57). Charles Bantz, Suzanne McCorkle a Roberta Baade v roce 1977 dokonce operovali s pojmem montážní linka zpravodajství, který odkazoval k tomu, že mediální produkce je příliš rutinizována. Je proto třeba najít vhodnou míru využívání rutin a zároveň umění zvládat pružně reagovat (Bantz, McCorkle a Baade, 1980, s. 64–65).

### 1.2.1 Orientace na publikum

K rutinnímu postupu patří už samotný výběr událostí. Aby novináři uspokojili publikum, pracují se zažitými představami o tom, jaké zprávy osloví cílové příjemce. K tomu jim podle Shoemaker a Vose (2009, s. 53) slouží koncept **zpravodajských hodnot**<sup>2</sup>. Jde o teorii, která pracuje s předpokladem, že pokud má událost určité specifické vlastnosti, je vyšší pravděpodobnost, že se stane zprávou a překročí práh pozornosti médií (Burton a Jiráček, 2001, s. 241). Jde tak o rutinní postupy novinářské práce a obsahuje základní aspekty, respektive vlastnosti, které musí událost mít, aby se stala zprávou. O zpravodajských hodnotách v dnešním chápání psal už Walter Lippmann v knize *Public Opinion* (1922). Termín zpravodajská hodnota spojil s jednoznačností, překvapivostí, prostorovou blízkostí, osobním zaujetím a konfliktem (Kunczik, 1995, s. 119).

Zřejmě nejčastěji používaná kategorizace zpravodajských hodnot vznikla v roce 1965. Ve studii *The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspaper* ji definovali norští výzkumníci Johan Galtung a Marie Ruge

---

<sup>2</sup> z angl. originálu *news values*

(1965, s. 68–70). Analyzovali tištěné zahraniční zpravodajství a snažili se vysvětlit to, jak se událost stane zprávou. Podle nich existuje dvanáct faktorů, které musí událost splňovat:

1. frekvence,
2. práh pozornosti,
3. jednoznačnost,
4. význam,
5. souznění,
6. neočekávanost,
7. variace,
8. spojitost s elitními národy,
9. spojitost s elitními osobami,
10. personalizace,
11. negativita,
12. kontinuita.

Čím větší množství uvedených faktorů událostí nabízí, tím bude její zpravodajská hodnota větší. Teorie zpravodajských hodnot předpokládá, že zpravodajství vychází ze stejných principů, tedy že redaktoři z různých redakcí se budou řídit stejnými hodnotami. Rozdíl ale může být v tom, jaká hodnota pro ně bude klíčová a postaví na ni sdělení zprávy (Galtung a Ruge, 1965, s. 70–72).

Mezi další autory, kteří se konceptu zpravodajských hodnot věnovali, patří Jörgen Westerthal a Folke Johansson. Ti popisují pouze pět zpravodajských hodnot: důležitost, blízkost (geografická, obchodní a kulturní), dramaticnost, přístup (technické možnosti novinářů) a ideologii (Westerstahl a Johansson, 1994, s. 73).

Koncept zpravodajských hodnot byl ale kritizovaný, a to především proto, že Galtung a Ruge se zaměřili pouze na tři celosvětové krize a vynechali každodenní události. Přístup proto aktualizovali Tony Harcup a Deirdre O'Neill (2016, s. 1482), kteří zohlednili nástup sociálních sítí a technologický vývoj médií a doplnili ho o další tři body – exkluzivita, audio-vizuální složka a potenciál sdílení. S principem zpravodajských hodnot pracují i Shoemaker a Reese (2014, s. 171). Podle nich musí být splněna důležitost a význam, konflikt a kontroverze,

neobvyklost, lidský zájem, včasnost a blízkost. Pro různá média budou důležité jiné zpravodajské hodnoty – například rozhlasové zpravodajství klade důraz na kvalitu zvukového materiálu, pro televizi je důležitá obrazová stránka (Trampota, 2006, s. 27). K dalším mediálním rutinám patří způsob, jakým novináři získávají informace.

### 1.2.2 Informační zdroje

Pro práci novináře jsou klíčové informační zdroje. Každé médium pro své fungování proto potřebuje dostatečnou zásobu zdrojového materiálu (McQuail, 2009, s. 332).

Výběru informačních zdrojů se věnoval Leon Sigal. Ten ve svém konceptu popsal tři základní typy komunikačních kanálů, díky kterým získávají novináři informace. Jde o rutinní, iniciované a neformální kanály. Nejvíce informací novináři mají z rutinních kanálů, kam patří například informace z oficiálních jednání, soudů, tiskových konferencí, tiskových zpráv, projevů nebo volebních výsledků. Dále to jsou iniciované informace, které novináři získávají v rámci vlastní činnosti – jde o rozhovory, vlastní analýzy a podobně, a neformální komunikační kanál, kam patří úniky informací nebo zákulisní jednání (Sigal, 1973, s. 225). Jak upozorňuje Jaroslav Čuřík (2014, s. 36), novináři rozlišují své zdroje podle toho, jestli je sami osloví (primární zdroje) nebo jde o zdroje z tiskových agentur či jiných médií (sekundární zdroje).

V souvislosti s konceptem mediálních rutin píše v publikaci *Making News. A Study in the Construction of Reality* (1978) socioložka Guye Tuchman o zpravodajské síti. Ta pracuje s předpokladem, že média mají velmi omezené možnosti, jak reportovat o každodenních událostech. Vytváří si proto síť, která hlídá a sleduje místa s vyšší pravděpodobností výskytu důležité události. Zpravodajské sítě jsou uspořádány na základě tří principů: *geografické teritoriality* (reportéři v zahraničí a představa média o tom, co chtějí čtenáři vědět a médium je schopno finančně zajistit), *organizační specializace* (novináři mají přiděleny organizace, které dlouhodobě sledují, například ministerstvo nebo radnice) a *tematické specializace* (jde o novináře věnující se konkrétní oblasti – kultura, věda, ekonomika). Klíčové je propojení s tiskovými agenturami nebo externími zdroji (Tuchman, 1978, s. 23–27). Využití informací ze zpravodajské sítě je důležité v rovině výběru událostí, opakovaný výběr určitých míst vnucuje příjemci představu důležitosti události. „Zpravodajská síť v podstatě podporuje sociální hierarchii a ukazuje, která místa, lidé a instituce jsou ve společnosti důležité,” (Trampota, 2006, s. 57).

Z této knihy rovněž vychází jeden ze základních konceptů dělení mediálních zpráv. Tuchman je rozděluje na několik typů. Pro účely této práce jsou důležité dvě kategorie – těžké zprávy<sup>3</sup> – události s důrazem na původní obsah, analýzu, týkají se důležitých událostí, a lehké zprávy<sup>4</sup> – jde o zvláštní reportáže, lidsky jímavé příběhy, které s postupem času neztrácí relevanci a aktuálnost (Tuchman, 1978, s. 48).

S mediálními rutinami souvisí další aspekt, a to přebírání zpráv od ostatních gatekeeperů. Podle Shoemaker a Vose (2009, s. 55) to může novináře utvrzovat o správnosti svého gatekeeperského rozhodování. Jde o takzvaný gatewatching, kterému se ve své studii *Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News* (2003) věnuje Axel Bruns. Podle něj jde o sledování zpráv z jiných médií, které umožňuje mít přehled o aktuálním dění. Díky rozšíření internetu a zpravodajských webů se totiž veřejnost často o událostech dozví dříve než novinář. Ten už tak nerozhoduje o tom, jaké informace svému publiku předá (jako tomu bylo v případě gatekeepingu), ale spíše řeší, jaké – již zveřejněné – události bude zpravodajsky pokrývat. Změnil se i samotný způsob, kterým novináři komunikují se svými zdroji, a musí si tak vytvořit nové rutiny. Zatímco dříve získávali informace po telefonu a fyzicky museli navštěvovat ministerstva nebo úřady, dnes mohou díky pokročilým technologiím získat informace okamžitě z webu (Bruns, 2011, s. 117–121).

### 1.2.3 Produkční vlivy a organizační kontext

Do poslední kategorie mediálních rutin patří podle Shoemaker a Vose (2009, s. 56) organizační kontext. Ten se týká praktických otázek, jako je prostor, který zbývá ve vysílání, nebo blízkost se deadline (tamtéž, s. 56–59). Aby novináři tyto tlaky zvládli, vytvořili si několik nástrojů, které každodenní fungování zjednodušují – jde například o pravidelné porady, uzávěrky nebo rozdělení sledovaných témat (Burton a Jiráček, 2003, s. 110–114). Shoemaker a Vos (2009, s. 57–58) upozorňují, že pokud je uzávěrka častá (například každou hodinu) nebo blízká, využívá novinář zprávy, které má aktuálně k dispozici. Pokud má více času, může vyhledávat informace, které nepřichází od obvyklých informačních zdrojů.

Redakční porady pomáhají rozdělovat úkoly, koordinovat práci a zabránit dvojitému zpracování témat. V menších mediálních organizacích se porady účastní obvykle všichni redaktori, ve větších jsou to jen vedoucí pracovníci (Ruß-Mohl a Bakičová, 2005, s. 203). Burton a Jiráček (2003, s. 114) tvrdí, že práce v médiích je týmová a všichni členové hrají při

---

<sup>3</sup> z angl. originálu *hard news*

<sup>4</sup> z angl. originálu *soft news*

výrobě zpráv předem danou úlohu. Účelem všech mediálních rutin zaměřených na organizační kontext, je snížit chybovost jednotlivců na minimum, dodržovat uzávěrky a reportovat o tématech v odpovídající kvalitě a včas (Shoemaker a Vos, 2009, s. 59–61).

### 1.3 Individuální úroveň

Podle Shoemaker a Vose (2009, s. 48–49) je přemýšlení a rozhodování gatekeeperů – stejně jako u všech lidských bytostí – v některých případech automatické. V této úrovni proto autoři pracují s mnoha pojmy z psychologie jako je asocianismus, gestaltismus, teorie zpracování informací, reinterpretace nebo heuristika. Všechny tyto teorie pomáhají lépe pochopit výběr gatekeeperů a proces vytváření zpravodajských relací. Nedílnou součástí procesu výběru zpráv jsou osobní charakteristiky gatekeeperů. Dan Berkowitz (1990, s. 66) například ve své studii *Refining the Gatekeeping Metaphor for Local Television News* (1990) tvrdí, že pokud se má gatekeeper rozhodnout podle čeho vybere zprávu, rozhoduje se podle svých instinktů, nikoliv podle toho, jestli událost splňuje například některý faktor z konceptu zpravodajských hodnot. Shoemaker a Vos (2009, s. 42–48) upozorňují, že rozhodování může ovlivnit národnost, vzdělání, profesní dráha, sociální zázemí, víra, postoje nebo přesvědčení. Podle Trampoty (2006, s. 50) se žádný novinář nemůže oprostít od svých osobních hodnot a představ, co je správné a důležité, a to i přes snahu splňovat vytyčené cíle mediální organizace, pro kterou pracuje.

### 1.4 Kritika gatekeepingu

Z dnešního pohledu je koncept gatekeepingu kritizován pro svou zastaralost, protože vznikl před více než 65 lety – tedy v době bez internetu a nových médií (Pearson a Kosicki, 2016, s. 1). Digitální technologie vytvářejí nové způsoby distribuce a produkce zpráv. Zatímco v minulosti byl gatekeeping záležitostí profesionálních mediálních organizací, s nástupem nových médií se proměnili i aktéři na zpravodajské scéně. Lidé sdílí informace prostřednictvím sociálních sítí, internet nabízí prostor pro vznik mnoha webových stránek, které mohou zprávy šířit. Roli hrají občanští novináři, kteří soupeří o pozornost s tradičními médii (Powers, 2014, s. 90–92).

Změnila se role samotných gatekeeperů, kteří musí najít různé způsoby, jak proniknout k mnohem širšímu publiku a dosáhnout požadované návštěvnosti a sdílení obsahu (Heinderyck a Vos, 2016, s. 30–31). Původní koncept gatekeepingu se snažil definovat a zohlednit lidské

vlastnosti v procesu výběru zpráv, nově ale zpravodajství pracuje s různými formami algoritmů. Ty sice nemají vliv na to, jaká zpráva se dostane do mediálního prostoru. Algoritmy ale pracují s vlastním systémem a určují, které zprávy budou mít přednost při zveřejnění. Gatekeeping se proto musí zaměřit na studium kontinuální proměny šíření a pohybu informací (tamtéž, s. 36–38).

Tématu se detailně věnovala například Jane Singer (2013), která představila koncept sekundárního gatekeepingu. Ten novým médiím<sup>5</sup> přisuzuje vyšší interaktivitu se svými uživateli než médiím tradičním. Uživatelé se chovají podobně jako editoři nebo novináři v mediálních organizacích. Při sdílení zpravodajských obsahů se tak stírá hranice mezi autorem a publikem (Singer, 2013, s. 66–69).

Na změny v procesu gatekeepingu v souvislosti s nástupem nových médií upozornili i Shoemaker s Vosem (2009, s. 131–135). Zdůrazňují, že rozšíření internetu neznamena konec pro procesy gatekeepingu. „*Výzkumníci by měli současné poznání o gatekeepingu kreativně adaptovat na stále se měnící svět,*“ (Shoemaker a Vos, 2009, s. 132). Upozorňují hlavně na neustále se proměňující povahu obsahu v prostředí internetu.

## 1.5 Novinářská profese a autonomie

Na výběr zpráv má podle Shoemaker a Vose (2009, s. 47) také vliv gatekeeperova představa o tom, co je náplní jeho práce. V této kapitole se proto věnuji pojetí novinářské profese a jejím základním pravidlům. Neexistuje jedna univerzálně platná definice náplně novinářské práce. Marina Urbániková a Jaromír Volek (2017, s. 54) popisují novináře jako „*profesionála, který je pravidelně honorovaný zpravodajským médiem za pravidelný profesní výkon, který zahrnuje sběr informací, jejich zpracování, interpretaci a distribuci v podobě komunikátů adresovaných masovému publiku, které sledují jako klíčové profesně etické kritérium službu veřejnému zájmu.*“ Kunczik využívá definice Koszyka a Pryuse, podle kterých novináři „*mají jako své hlavní zaměstnání sbírání, ověřování, výběr, zpracování a šíření zpráv, komentářů a zábavných sdělení masovými médii,*“ (Kunczik, 1995, s. 63).

---

<sup>5</sup> z angl. originálu *new media* – jde o souhrnné označení pro technologie založené na digitálním a číselném zpracování dat (Osvaldová a Halada 2007, s. 130).

Mark Deuze (2005, s. 446–447) popsal pět základních pravidel novinářské profese:

- **Veřejná služba** – definice je podrobně popsána v podkapitole 1.1.1. Tal Laor a Yair Galily (2020, s. 1) doplňují, že novináři ve společnosti plní funkci pomyslných hlídacích psů demokracie.
- **Objektivita** – novináři musí na vybranou událost nabídnout pohledy všech zainteresovaných stran (Deuze, 2005, s. 448). McQuail (2016, s. 116) doplňuje, že novináři by měli pracovat bez postranních úmyslů nebo poskytování služeb třetí straně.
- **Autonomie** – zaručuje, že novinář při své práci nebude pod vlivem cenzury, tržních tlaků, editorů nebo vysílacích organizací (Laor a Galily, 2020, s. 1). Jde tak o míru volnosti, s jakou může novinář vykonávat svou práci (Reich a Hanitzch, 2013, s. 135). Helle Sjøvaag (2013, s. 155) uvádí, že s autonomií souvisí i to, s jakými zdroji mohou novináři pracovat. Doplňuje, že vyšší míru autonomie pocítují novináři ve veřejnoprávních a nezávislých médiích, protože nejsou pod reklamním nebo korporátním tlakem.
- **Aktuálnost** – vyplývá ze samotné podstaty práce, novináři pracují v reálném čase a měli by se snažit přinášet co nejaktuálnější události (Deuze, 2005, s. 449).
- **Etika** – soubor psaných i nepsaných norem a zásad, které by novináři měli ve své profesi dodržovat. Některé mediální organizace (včetně Českého rozhlasu) dodržují vlastní etické kodexy. Pomáhají například s rozhodováním v etických nebo sporných otázkách, vnitřní kontrolou nebo vymezují míru odpovědnosti jednotlivých pozic (McQuail, 2009, s. 185).

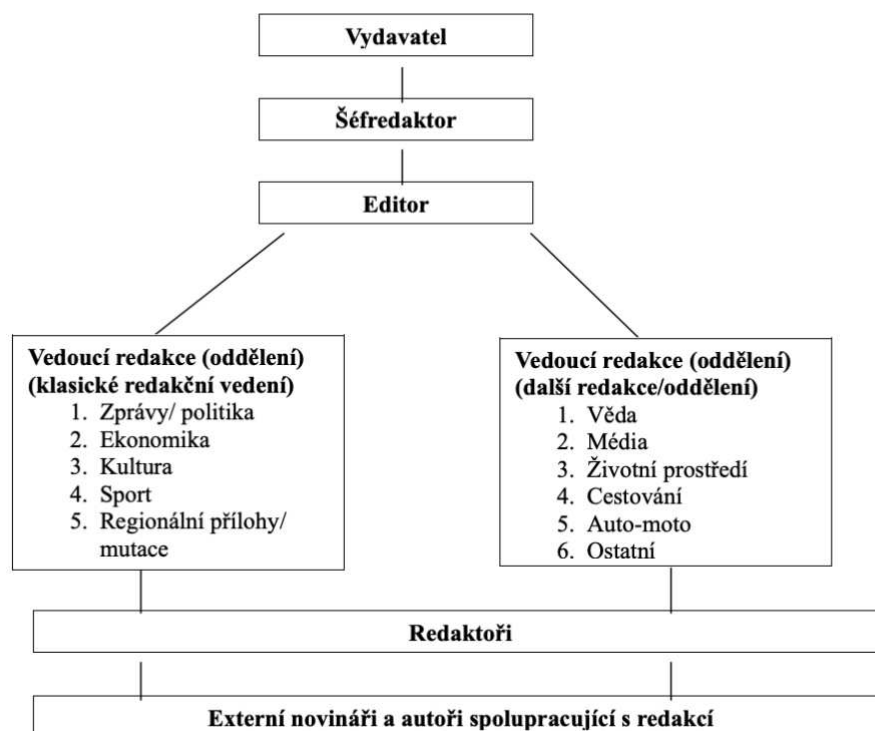
Někteří kritici žurnalistické profese uvádějí, že veškeré znalosti potřebné k práci novináře lze získat jen zkušeností. Takové tvrzení podle Burns (2004, s. 46) podporuje i fakt, že sami novináři často nedokážou pojmenovat a popsat, co dělají a jak události filtrují a zpracovávají. „Někdy dokonce tvrdí, že, prostě „vědí, co mají dělat, aniž by o tom přemýšleli“. Je to proto, že jejich myšlenkový proces, jakmile si jej jednou osvojili, probíhá takřka nevědomě.“



## 1.6 Organizační struktura redakce

S gatekeepingem, konkrétně s úrovní mediální organizace, souvisí následující kapitola, ve které se detailně věnuji možným organizačním strukturám novinářských redakcí. Teoretické přístupy mi pomůžou popsat fungování a hierarchii zpravodajství Českého rozhlasu a stanice Radiožurnál.

Pro všechny mediální organizace je typická vysoká strukturovanost. „*Média mají obdobnou byrokratickou charakteristiku jako jiné organizace: je rozdělena odpovědnost, autorita je strukturována, postupně je udělována seniorita. S dalšími organizacemi soutěží o své příjemce, což je v případě mediální organizace publikum a sponzoři,*“ (Shoemaker a Reese, 2014, s. 160). Výrazné hierarchické rozdělení práce je patrné už v historii — například americké redakce na začátku 20. století byly založené na přesném fungování jednotlivých oddělení. Klíčovou roli zastávali vedoucí pracovníci, kteří spolupracovali s ostatními jednotlivci. Redaktor byl v takové organizaci pouze zaměstnancem a šéfredaktoři a editoři zastávali výkonnou funkci na úrovni středního managementu (Koudelka, 1935, s. 95). Podle Ruše-Mohla a Bakičové (2005, s. 152) většina redakcí pro své fungování využívá jedno lineární systém fungování.



Obrázek 2: Organigram redakce

Zdroj: Vlastní zpracování podle Ruše-Mohla a Bakičové, 2005, s. 152.

Ve vedení celé redakce stojí šéfredaktor, který funguje jako spojka mezi redakcí a vydavatelstvím, zároveň ale propojuje novinářskou a ekonomickou stránku výroby (Ruß-Mohl a Bakičová, 2005, s. 198). „*Je to nejvýše postavený vedoucí pracovník redakce zodpovědný z hlediska obsahu a formy za veškerou činnost příslušného média, např. novin, časopisu, redakčního úseku agentury, zpravodajství nebo publicistiky v televizi či rozhlase; určuje směr a obsah média, přiděluje práci vedoucím vydání, vedoucím rubrik a odborným redaktorům,*” (Osvaldová a Halada, 2007, s. 207). V některých případech může být hierarchie rozšířená například o programového ředitele (Ruß-Mohl a Bakičová, 2005, s. 198). Na dalším stupni se nachází editor, který se stará o finální úpravu materiálu a má zodpovědnost za vysílání a jeho konečnou podobu (Burns, 2004, s. 133–134). Základem jsou redaktori a reportéři, kteří pracují v jednotlivých redakcích. Jde jak o reportéry, kteří zpracovávají informace přímo v redakci, tak o reportéry, kteří sbírají informace přímo v terénu. Jednotliví redaktori a reportéři se specializují na konkrétní oblasti a pracují tak pro určitou redakci (Osvaldová a Halada, 2007, s. 170).

Analýze zpravodajské redakce se věnuje Charles N. Tremayne (2008, s. 123). Na obrázku č. 3 rozděluje provoz zpravodajství na tři části. Hlavní složkou je redakce, kde se schází všechny typy na zprávy, informace o tiskových konferencích atd. O zprávy se starají tři hlavní zdroje – tiskové agentury, které do redakce za poplatek posílají informace, běžní redaktori, kteří sledují oficiální zdroje a dlouhodobě plánované akce, a publicisté a specializovaní redaktori (kultura, věda, ekonomika), kteří získávají zprávy od vlastních kontaktů. Zprávy jsou posílány vedoucímu vydání a editorovi, kteří rozhodnou o jejich zveřejnění. Samostatnou součástí jsou sportovní redaktori s vlastním editorem a autoři, kteří se věnují psaní úvodníků nebo analyticky rozpracovávají některé z redaktorských témat, rovněž s vlastním editorem (Tremayne, 2008, s. 123).



**Obrázek 3: Možné uspořádání redakce**

Zdroj: Vlastní zpracování podle Tremayne 2008, s. 123.

Je nutné připomenout, že v každé zemi však mohou být založeny na odlišných principech. Rozdílů v práci jednotlivých reportérů a organizačních struktur v redakcích v různých zemích si už v roce 1992 všimli Thomas Patterson a Wolfgang Donsbach. Ti zkoumali práci novinářů v pěti různých zemích (Velká Británie, Německo, USA, Švédsko a Itálie) a zjistili, že hlavní rozdíly jsou v dělbě práce a způsobu redakční kontroly (Patterson a Donsbach, 1996, s. 455–456). Nebyli však schopni zjistit historické kořeny rozdílů, ani rozdíly hodnotit v kontextu příslušných novinářských systémů. Pro detailnější zkoumání fungování jednotlivých redakcí se proto rozhodl Frank Esser (1998, s. 375–377), který se věnoval rozdílu mezi organizační strukturou německých a britských redakcí. Podle něj jsou britské redakce typické vysokou mírou dělby práce – fungují zde editoři, reportéři, šéfredaktoři, vedoucí redakcí – každý člen redakce se tak může věnovat dílčím úkolům, kterým rozumí. V Německu pro tyto profese existuje souhrnné označení Redaktor<sup>6</sup>, který musí zastávat všechny uvedené pozice – ukazuje se tak, že německý Redaktor musí ovládat mnohem více dovedností.

V britských redakcích je obvyklý centralizovaný newsroom. Pro vedení organizací je tak jednodušší díky jasné struktuře médium řídit. Podle Essera (tamtéž, s. 380–405) je důvod historický. Zatímco v Británii mají silnou historii celostátní média, Německo je typické svými silnými regionálními médii. Na druhou stranu připomíná, že britský způsob fungování je finančně nákladnější, samotné zprávy kontroluje několik očí a je tak nutné zaměstnávat více

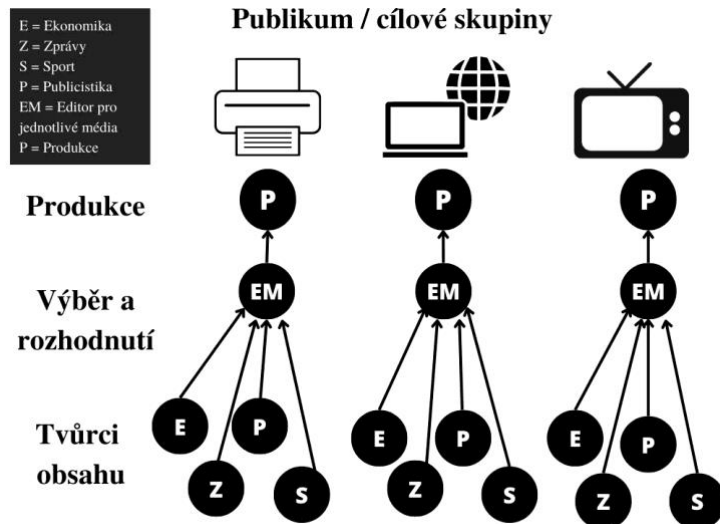
<sup>6</sup> z něm. originálu *der Redakteur*

lidí. V britském fungování redakcí podle něj mohou častěji vznikat konflikty mezi pozicí reportéra a editora, každý je totiž zaměřený na různé skupiny. Zatímco reportéři cílí na své zpravodajské zdroje, editoři na své konečné publikum. Editoři považují reportéry za příliš zaujaté svým konkrétním tématem, reportéři naopak vnímají editory jako příliš zaujaté pro vysílání.

Jak upozorňují José Aviles a Miguel Carvajal (2008, s. 225), mediální organizace ale s rozvojem nových médií musely reagovat na potřebu redakce proměnit, a to jak z pohledu prostoru a vybavení, tak jednotlivých pozic, které novináři musí obsáhnout. Stále častěji je využíván takzvaný integrovaný newsroom, který je důsledkem konvergence médií, tedy slučování a spolupráce jednotlivých typů médií, jako jsou tisk, rozhlas, televize nebo zpravodajské weby. Integrovaný newsroom pracuje s představou o multimediálním novináři. Ten by měl umět pracovat s technologiemi a jejich prostřednictvím může tvořit obsahy pro více typů médií.

V Česku toto uspořádání využívá vydavatelství Czech News Center (Hlavinka, 2019) nebo zpravodajský web iROZHLAS.cz (Kedroň, 2017). V integrovaném newsroomu je důležitá komunikace, a to jak mezi zaměstnanci, tak respondenty. Editoři musí mít přehled o novinářích, kteří danou zprávu pokryjí nejlépe (Quinn, 2004, s. 114). Vzniká společný stůl, takzvaný „super desk“, který sdílí multimediální editoři z různých platforem. Jejich úkolem je přiřazovat nejvhodnější týmy redaktorů ke konkrétní události (Dupagne a Garrison, 2006, s. 242). Ve sdíleném newsroomu se redaktoři můžou rychleji domlouvat, radit, vyměňovat si kontakty apod. Konvergence snižuje náklady na výrobu zpráv, je proto zajímavá především pro manažery. Redaktoři zároveň mají obavu o sníženou kvalitu textů na úkor zefektivnění práce (Quinn, 2004, s. 115). Možné podobě newsroomů, které reflektují potřeby tradičních a nových médií, se věnuje Dietmar Schantin (2015). Ten definoval tři typy možného fungování newsroomu:

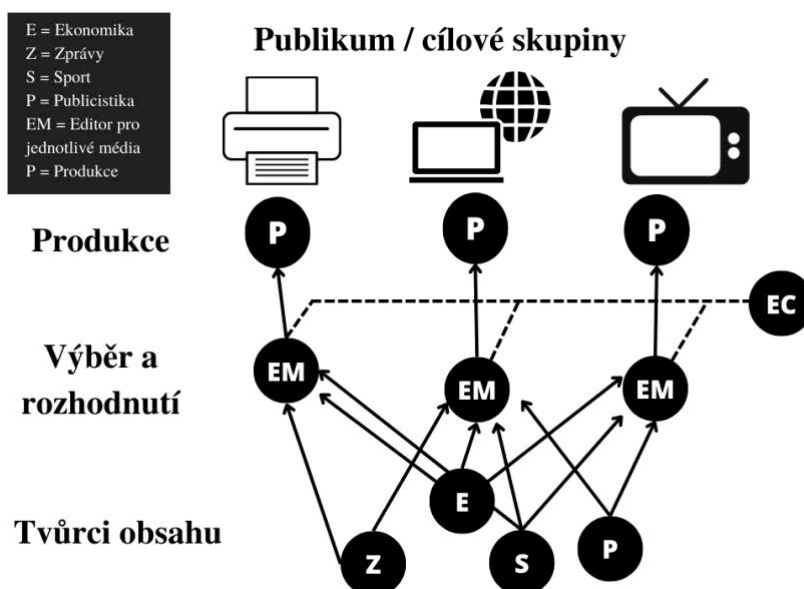
1. **Newsroom pro několik typů médií** – každá platforma (tisk, rádio, on-line) má své redakční zdroje. Výsledkem jsou samostatné redakční jednotky a odpovědnost za ně je rozdělena mezi různé lidi. Odpovídá modelům zmíněným v předchozích kapitolách.



Obrázek 4: Možné typy newsroomu

Zdroj: Vlastní zpracování podle Schantina 2015.

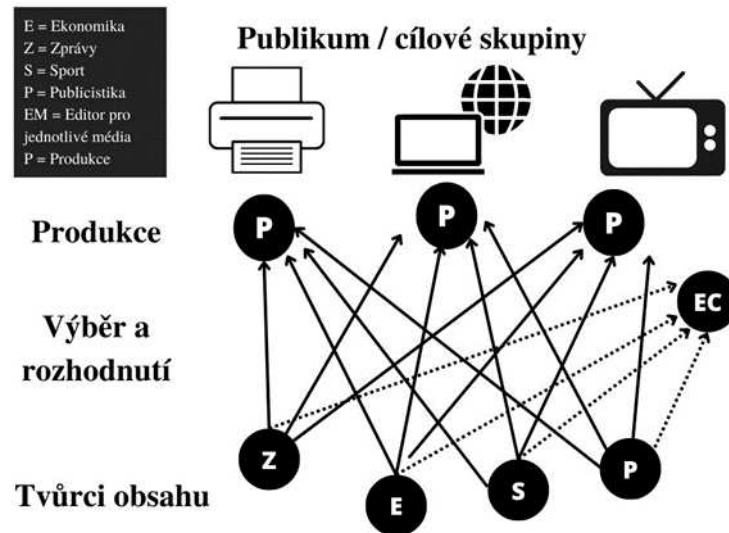
2. **Částečně integrovaný newsroom** – redaktoři tvoří obsah pro všechny platformy. Přípravují články jak na web, tak pro tištěné vydání. Zároveň zajišťují video nebo audio nahrávky a vstupují pro webovou televizi nebo rádio. Taková struktura potřebuje moderátora v podobě šéfredaktora, který je zodpovědný za celkový výstup redakce. Diskutuje s jednotlivými redaktory a stanovuje obsahové priority.



Obrázek 5: Možné typy newsroomu

Zdroj: Vlastní zpracování podle Schantina 2015.

3. **Plně integrovaný newsroom** – redaktoři dodávají obsah na více platformem, v tomto uspořádání neexistuje jedna zodpovědná osoba za každou sekci.



**Obrázek 6: Možné typy newsroomu**

Zdroj: Vlastní zpracování podle Schantina 2015.

Některé mediální organizace proto začínají od konvergence ustupovat — jde o trend takzvané dekonvergence, který ve studii *De-converging the Newsroom* (2013) popisují nizozemští vědci Marcel Broersma a Klaske Tameling. Zkoumaný deník v roce 2006 integroval všechna svá oddělení do jednoho newsroomu, ze kterého produkoval multimediální obsah. Cílem bylo vybudovat silnou značku, protože náklad tištěných novin klesal. V roce 2009 ale přišla změna strategie, a to právě kvůli rozdílným uzávěrkám, hodnotám a preferencím tištěného a multimediálního zpravodajství. Deník se tak vrátil k modelu, který sdružuje novináře do jedné místnosti podle toho, pro jakou značku pracují (Broersma a Tameling, 2013, s. 19–34). K podobnému kroku v Česku přistoupilo i vydavatelství Economia, které integrovaný newsroom v zemi zavedlo jako první. V roce 2014 do jednoho newsroomu sloučilo šest svých titulů. Novináři byli rozdělení do týmů podle témat a nebylo jasné, ve kterém médiu jejich článek vyjde. V roce 2021 se proto struktura – podobně jako u nizozemského deníku – změnila a redaktoři opět píšou pro konkrétní tituly (Marketing&Media, 2021).

## 2. Zpravodajství

Ve druhé kapitole teoretické části vymezují pojem zpravodajství a upozorňují na jeho specifika v rozhlasovém vysílání. Definují pozici Českého rozhlasu v tuzemském mediálním systému a stručně představím celkovou organizační strukturu této instituce. V neposlední řadě kapitola přináší souhrn prací a studií, které se také věnovaly tématu této diplomové práce.

### 2.1 Zpravodajství vs. publicistika

*„Zpravodajství je vědomou novinářskou činností i konkrétním, viditelným a slyšitelným výsledkem této činnosti, která se manifestuje v obsahu novin, časopisů, rozhlasu, televize i v nových médiích,“* (Osvaldová, 2020, s. 22). Ve společnosti plní několik důležitých funkcí – jde o informování, dávání událostí do kontextu, udržování kontinuity, vytváření celospolečenské dohody a identity. Kromě informací se tak zprávami šíří i základní hodnoty, které společnost sdílí (Trampota, 2006, s. 9–11). Zpravodajství lze rozdělit na dvě základní části. Jednou je publicistika, která příjemcům předkládá informace spolu s komentářem doplňujícím události. Obsahuje tak názor, hodnocení a subjektivní přístup. Jejím výsledkem je poznání a případné získání a přesvědčení příjemce (Osvaldová a Halada, 2007, s. 164).

Druhou částí je zpravodajství, které by se podle Jiráka a Burtona (2001, s. 259–260) mělo vyvarovat jakýchkoliv hodnocení. Úkolem zpravodajství je především zprostředkovat nezaujaté informace. Zároveň doplňují, že žádné zpravodajství není neutrální, a i přes všechnu snahu a prohlášení může mediální organizace více tíhnout k jednomu názorovému pohledu na svět a výkladu událostí. Z obsahu zpráv tak lze vyčíst hodnoty organizace, ale i definovat jejich ideálního příjemce.

### 2.2 Specifika rozhlasového zpravodajství

Rozhlasová zpráva – podobně jako v televizi nebo tisku – odpovídá na základní zpravodajské otázky kdo, co, kdy, kde, jak (případně proč a s jakým výsledkem) (Osvaldová a Halada, 2007, s. 240). Pro komunikaci se svým publikem ale rozhlas může využít jen jedinou cestu – sluch. Na příjemce rozhlasových relací jsou kladeny vyšší nároky na soustředění než při vnímání stejného obsahu v televizi nebo tištěných médiích. Posluchač se nemůže ke zprávě vrátit a je tak odkázán na srozumitelnost a logický sled myšlenek. Roli navíc hraje

i nesoustředěná pozornost konzumentů. Většina posluchačů totiž rádio poslouchá jen jako kulisu při dalších činnostech, nejčastěji při jízdě autem (Maršík, 2020, s. 62–64).

Podle Boyda (1995, s. 35–37) by rozhlasoví novináři měli používat především hovorovou řeč. Nežádoucí jsou složitá souvětí, zkratky, trpný rod, přímá řeč nebo časté opakování číselných údajů. Důležité je také si zprávu zkusit přečíst nahlas a ujistit se, že při její prezentaci není potřeba se příliš nadechovat a přerušovat tím tok slov. Novináři si mají představit, že zprávu říkají známému člověku – její obsah by tak měli umět spíš vyprávět než napsat.

Na podobu rozhlasové relace má vliv hlasový projev. Zprávaři, moderátoři a další lidé mluvící do éteru musí mít příjemný hlas a řečový projev bez zádrhelů nebo vad. Rozhlasové zpravodajství s posluchačem hovoří. Rozhlasový novinář proto při interpretaci dokáže využít intonace, dynamiky a rytmu svého projevu a vytvořit tak dramatické napětí nebo zdůraznit klíčové informace. *„Správně zvolený text i způsob projevu může v určitých denních hodinách vhodně zapadnout do nálady posluchače a vytvořit jí vhodný protipól. V takovém okamžiku dochází k nejucelenějšímu splynutí myšlenkových postupů rozhlasového autora a posluchače a rozhlasové slovo zaznívá nejpřesvědčivěji,“* (Maršík, 2020, s. 70). Na kultivovanost projevu ostatně klade důraz i Kodex Českého rozhlasu (Český rozhlas, nedatováno a), který připomíná, že *„slovní formulace užitá ve vysílání by se měly vyhýbat frázím, klišé nebo jinému zplošťování obsahu jazyka. Nelze uplatňovat dobově populární výrazy na úkor přesnosti a věcnosti obsahu informace.“*

Rozhlasové zpravodajství pracuje s několika typy zpráv:

### **Headline**

Jde jednoznačně o nejkratší rozhlasový žánr, který obvykle zahajuje blok zpráv. Obvykle za sebou bývá zařazeno tři až pět headlineů, jeho délka je čtyři až deset sekund. Nemá podrobně sdělit celou zprávu, formát má diváky pozvat ke sledování a navnadit je na další příspěvky (Thompson, 2010, s. 145).

### **Čtená zpráva**

Čtená zpráva je jedním z nejčastějších formátů. Je bez zvuku a její stopáž je zhruba třicet vteřin (Maršík, 2020, s. 75–76). Jde o stručnou informaci, která je důležitá, ale ještě nebyla zpracována do delšího příspěvku. Důvodů může být několik — zpráva je aktuální, ale zatím k ní není podrobnější materiál nebo už byly další verze využité a čtená zpráva se opakuje, aby ji posluchač nezapomněl (Boyd, 1995). Zdrojem čtených zpráv jsou většinou zpravodajské agentury nebo redaktor na místě nějaké události (Maršík, 2020, s. 76–77).



### **Zpráva se zvukem**

Čtená zpráva je doplněna zvukem, který poskytuje autentické svědectví přímého účastníka události, případně je posluchač o události informován prostřednictvím osoby (tiskový mluvčí, politik), která je o tuto informaci požádána (Maršík, 2020, s. 75–76).

### **Reportážní zpráva**

Jde o interpretaci důležité události, kterou doplňuje sdělení zpravodaje. Využívá se u událostí, které mají dramatický vývoj – typicky demonstrace nebo přírodní katastrofy (Maršík, 2020, s. 75–76). Jde o bezprostřednost a emoce, které doplňuje autentické zvukové prostředí. Rozhlasová reportáž má několik forem – komplexní reportáž, která pokrývá časově a dějově ohraničenou událost. Uplatňují se reportážní vstupy, kde se moderátor spojuje s reportérem přímo na místo dění (Osvaldová a Halada, 2007, s. 176). Nejčastější formou je zpravodajský rozhovor, který kombinuje reportáž a prvky dialogu. Jeho výhodou je atraktivnost (pokud jde o rozhovor s významnou osobností), dokumentární věrnost a přitažlivost pro posluchače (Maršík, 2020, s. 75–76).

### **Tečka za zprávami**

Krátký, vtipný útvar, který uzavírá a odlehčuje zpravodajskou relaci. Typický je méně formální a zajímavý námět (Maršík, 2020, s. 75–76).

### **Servisní informace**

Patří zde zprávy o počasí, přesném čase, policejní nebo dopravní zpravodajství (tamtéž, s. 75–76).

## **2.3 Český rozhlas jako součást mediálního systému**

V českém mediálním prostředí vedle sebe fungují komerční stanice a vysílatelé veřejné služby. Jde o takzvaný duální systém vysílání. Ten kombinuje státní nebo veřejnoprávní způsob vysílání, který byl praktikován převážně v Evropě, a tržní pojetí vysílání, které funguje především ve Spojených státech amerických (Šmíd, 2011, s. 3–4). V České republice k zásadním změnám došlo v roce 1989. Změnilo se postavení médií a svoboda projevu a právo na informace jsou od té doby považovány za základní lidská práva (Osvaldová a Halada, 2007, s. 183). V této době vznikla veřejnoprávní média (označována také jako média veřejné služby) – jde o Českou televizi, Českou tiskovou kancelář a Český rozhlas, kterému se podrobněji budu věnovat v následující kapitole. Veřejnoprávní i soukromé stanice se řídí

zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání (Zákon č. 468/1991 Sb.). Dohled a regulaci vykonává Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání. Kromě již zmíněné regulace je jejím úkolem například udělení licence komerčním stanicím nebo vymáhání sankcí v případě porušování norem (Moravec, 2000, s. 11–13).

## 2.4 Český rozhlas a jeho legislativní fungování

Historie Českého rozhlasu je spojená se zahájením pravidelného rozhlasového vysílání v roce 1923. „*Historie Českého rozhlasu se začala psát roku 1923 na území tehdejšího Československa v plátěném stanu v Praze-Kbelích. Od té doby prošlo vysílání dramatickým vývojem, od živého vysílání ve stanu k digitálnímu vysílání, od soukromé společnosti k nezávislému veřejnoprávnímu médiu, které je součástí Evropské vysílací unie,*“ (Český rozhlas, nedatováno c).

Jako celoplošná veřejnoprávní instituce Český rozhlas vznikl 1. ledna 1992, kdy byl zřízen zákonem o Českém rozhlasu (Zákon č. 484/1991 Sb.). Ten například definuje hlavní úkoly veřejné služby v rozhlasovém vysílání, mezi které patří „*poskytování objektivních, ověřených a ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů, přispívání k právnímu vědomí obyvatel České republiky a vytváření a šíření programů a poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel, rozvíjení kulturní identity obyvatel včetně příslušníků národnostních nebo etnických menšin a výroba a vysílání zejména zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, dramatických, sportovních, zábavných a vzdělávacích pořadů a pořadů pro děti a mládež,*“ (Zákon č. 484/1991 Sb.). Působení a činnost Českého rozhlasu dále ovlivňuje především autorský zákon (Zákon č. 121/2000 Sb.), zákon o svobodném přístupu k informacím (Zákon č. 106/1999 Sb.), zákon o regulaci reklamy (Zákon č. 40/1995 Sb.) a také zákon o elektronických komunikacích (Zákon č. 127/2005 Sb.).

Český rozhlas má aktuálně čtyři celoplošné stanice — Radiožurnál, Plus, Vltava a Dvojka. Digitálně vysílají Rádio Wave, Radiožurnál Sport, Pohoda, D-dur, Jazz a Rádio Junior. Český rozhlas zajišťuje vysílání v regionech, a to prostřednictvím čtrnácti studií. Jde o stanice České Budějovice, Brno, Karlovy Vary, Hradec Králové, Liberec, Pardubice, Plzeň, Olomouc, Ostrava, Rádio DAB Praha, Region (pro střední Čechy), Vysočina, Sever a Zlín. Stanice Radio Prague International vysílá do zahraničí v šesti různých jazycích (češtině, angličtině, němčině, ruštině, francouzštině a španělštině), a to především po internetu (Český rozhlas, nedatováno b). Český rozhlas má po celém světě síť zahraničních zpravodajů. Ve Varšavě působí Martin

Dorazín, ve Washingtonu Jan Kaliba, v Berlíně Václav Jabůrek, ve Francii je Martin Balucha, z Bruselu reportuje Viktor Daněk, dění na Slovensku a v Rakousku sleduje Ladislav Novák a zpravodajem na Blízkém východě je Štěpán Macháček (Český rozhlas, 2022).

Ve vedení rozhlasového veřejnoprávního média je generální ředitel, v současné době své druhé funkční období vykonává René Zavoral. Kontrolním orgánem organizace je devítičlenná Rada Českého rozhlasu, jejíž fungování definuje rovněž zákon o Českém rozhlase (Zákon č. 484/1991 Sb.). Členy rady volí a odvolává Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky, aby zastupovala různé politické nebo názorové myšlenky. Zákon upravuje úkoly a pravomoci rady, mezi které mimo jiné patří jmenování generálního ředitele Českého rozhlasu, schvalování a kontrola rozpočtu a závěrečného účtu, schválení dlouhodobých programových plánů nebo zřizování či rušení rozhlasových studií.

Peníze na svůj provoz a fungování získává Český rozhlas z takzvaných koncesionářských poplatků, tedy od fyzických nebo právnických osob vlastnících rozhlasový přijímač. Financování ustanovuje zákon o rozhlasových a televizních poplatcích (Zákon č. 348/2005 Sb.). Výše rozhlasového poplatku je od roku 2005 stejná, a to 45 korun českých za měsíc. Podnikatelé musí částku platit za každý přijímač, který používají k podnikání nebo v souvislosti s ním. Fyzické osoby platí rozhlasový poplatek pouze z jednoho přijímače, a to i v případě, že jich v domácnosti vlastní více.

Závazným dokumentem pro zaměstnance i externí spolupracovníky je Kodex Českého rozhlasu (Český rozhlas, nedatováno a). Jeho porušení kvalifikuje zákon o Českém rozhlase (Zákon č. 484/1991 Sb.) jako porušení pracovní kázně podle zákoníku práce (Zákon č. 262/2006 Sb.). Kodex definuje zásady vysílání po obsahové i formální stránce. Formuluje také pravidla a novinářské zásady, kterými se musí zaměstnanci řídit. Zdůrazňuje zákaz diskriminace, připomíná právo na ochranu soukromí a presumpci neviny. Součástí Kodexu jsou pravidla pro pořizování zvukových záznamů, ochranu zdrojů. Dokument upozorňuje na možný střet zájmů zaměstnanců nebo popisuje chování rozhlasu v krizových situacích. Zdůrazňuje princip zveřejňování zpráv – ty musí být vždy ověřeny alespoň ze dvou důvěryhodných a na sobě nezávislých zdrojů. Řazení a pořadí zpráv v relacích celoplošných stanic se „*řídí předpokládaným vlivem na život obyvatel České republiky, u regionálního vysílání vlivem na život obyvatel kraje. Při editorialem rozhodování však nelze opomíjet mezinárodní vlivy a vztahy, které působí napříč státy, kontinenty či kulturami*“ (Český rozhlas, nedatováno a). To je důležité hlavně právě pro pozici zprávaře. Rozhlas i jeho pracovníci se řídí dalšími

interními předpisy, jako jsou například pravidla předvolebního vysílání nebo Statut Českého rozhlasu (Český rozhlas, 2016).

## 2.5 Dosavadní studie

Organizační struktura rozhlasového zpravodajství a konkrétně pozice rozhlasových zprávařů, ať už na soukromých nebo veřejnoprávních médiích, není v českém nebo zahraničním prostředí věnováno příliš výzkumů.

K tématu mého výzkumu má nejbližší diplomová práce Anny Silné s názvem *Gatekeeping v prostředí kulturních redakcí vybraných zpravodajských médií*, kterou v roce 2019 obhájila na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity. Cílem práce byla identifikace faktorů, které ovlivňují proces gatekeepingu v prostředí kulturních redakcí vybraných soukromých i veřejnoprávních zpravodajských médií. Autorka chtěla zároveň zjistit, jaká kritéria by měla splňovat událost z oblasti kultury, aby měla potenciál dostat se do celostátního zpravodajského média. Autorka použila metodu polostrukturovaných rozhovorů. Z práce vyplývá, že rozhodování o medializovaném obsahu v prostředí kulturních redakcí sledovaných médií je komplexní proces. Vstupuje do něj řada faktorů, které je problematické vnímat odděleně. Jako pravděpodobně nejvlivnější aspekt na proces gatekeepingu označila autorka práce úroveň mediální organizace, konkrétně faktor vlastnické struktury média. Ten formuje jak úroveň mediálních rutin, tak úroveň individuální (Silná, 2019). Ve své práci se budu inspirovat především technikou pro sběr dat, tedy polostrukturovanými rozhovory a následnou analýzou dat, která vychází ze zakotvené teorie.

Bakalářskou práci na téma *Funkce editora v televizním zpravodajství* obhájil v roce 2018 na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy Marek Cieslar. Cílem bylo přinést ucelenou představu o práci editora na soukromé a veřejnoprávní televizní stanici a její možné proměny v budoucnu, a to prostřednictvím hloubkových rozhovorů, pozorování a srovnáním práce editorů s týdenním vzorkem hlavních zpravodajských relací obou stanic. Z práce vyplývá, že zatímco aktuálně se na vytváření zpravodajských relací podílí poměrně velký tým pracovníků, včetně několika editorů, v budoucnu bude potřeba editorů méně. Funkci hlavní zpravodajské platformy totiž přebírají nová síťová média a vzhledem k tomu, že zpravodajství je jednou z nejdražších aktivit, které se televizní stanice může věnovat, při poklesu jeho sledovanosti nebudou početné redakce a speciální editoři ekonomicky udržitelní (Cieslar, 2018).

Studie Jamese Buckalewa s názvem *The Local Radio News Editor as Gatekeeper* z roku 1974 se věnuje americkým rozhlasovým editorům. Výzkumník vedl rozhovory s celkem třiceti třemi gatekeepery různých stanic a rozhlasových formátů. Každého z nich pozoroval při přípravě vysílání a zaznamenával vybrané události. Ty později analyzoval tak, aby vyloučil (ne)přítomnost některých aspektů. Ukázalo se, že zprávy, které branou média prošly, byly ty, o kterých si editoři mysleli, že zaujmou jejich publikum a zároveň budou odpovídat standardům jejich kolegů. Během rozhovorů Buckalew zjistil, že existuje propojení mezi velikostí trhu, na kterém stanice působí, a redakčním rozhodováním. Studie se účastnili editoři různého věku i délky praxe, nepotvrdilo se však, že by věk, vzdělání, délka praxe nebo náboženství či zasahování obchodních nebo generálních manažerů hrály dominantní roli v rozhodování zkoumaných editorů. Z této studie tak vyplývá, že si respondenti zprávy vybírají spíš pomocí zpravodajských hodnot než na základě svých individuálních charakteristik (Buckalew, 1974).

# VÝZKUMNÁ ČÁST

## 3. Metodologie

V metodologické části se věnuji definici výzkumných otázek a metodě sběru a analýzy dat. Popisuji i limity výzkumu.

### 3.1 Výzkumné cíle a otázky

Cílem mé práce je zmapovat roli zprávařů ve vysílání veřejnoprávní stanice Radiožurnál a popsat faktory, které ovlivňují výběr zpráv a skládání zpravodajských relací. Při stanovení výzkumných otázek jsem vycházela především z hierarchického modelu vlivů, který představili Shoemaker a Reese (2014, s. 8–10). Roli zprávařů se pokusím zasadit do kontextu celé hierarchie stanice Radiožurnál a zpravodajství Českého rozhlasu. Definovala jsem proto následující výzkumné otázky:

**Výzkumná otázka č. 1 (VO1):** Jak vzniká zpravodajství ČRo Radiožurnál, jakým způsobem do tvorby vstupují zprávaři?

**Výzkumná otázka č. 2 (VO2):** Jak se definuje role zprávaře v rámci hierarchie ČRo Radiožurnál?

**Výzkumná otázka č. 3 (VO3):** Jak zprávaře ovlivňuje organizace, ve které pracují?

**Výzkumná otázka č. 4 (VO4):** Jaké jsou postupy práce, které zprávaři při tvorbě relace používají?

**Výzkumná otázka č. 5 (VO5):** Které aspekty ovlivňují individuální gatekeeping u jednotlivých zprávařů?

Abych odpověděla na výše uvedené otázky, zvolila jsem jako výzkumnou strategii kvalitativní přístup. Ten umožní hloubkové pochopení zkoumaného problému. Podle Strausse a Corbin (1999, s. 10–11) jde o výzkum, jehož výsledky nemůže být podloženy prostřednictvím statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace. Kvalitativní přístup pomáhá lépe pochopit a poznat chod organizací, společenských hnutí, vzájemných vztahů nebo chování jedinců. Umožňuje tak lépe porozumět podstatě jevů, které nejsou příliš prozkoumané, nebo naopak získat nové pohledy na jevy, které už známé jsou. Jiří Reichel (2009, s. 40–42) doplňuje, že kvalitativní přístup vysvětluje, proč respondenti jednají konkrétním způsobem nebo jak si

organizují své každodenní aktivity. Z uvedené definice vyplývá, že kvalitativní přístup se pro zodpovězení výzkumných otázek jeví jako vhodná metoda.

Jan Hendl (2016, s. 48) zároveň upozorňuje na některé nevýhody kvalitativního přístupu. Patří mezi ně především fakt, že získané informace není možné zobecnit na celou populaci nebo přenést do jiného prostředí. Dále zmiňuje časovou náročnost, kterou musíme věnovat při analýze a sběru dat, nebo vliv výzkumníka a jeho osobních preferencí (tamtéž, s. 49). Na začátku kvalitativního výzkumu jsou stanoveny základní výzkumné otázky, které ale výzkumník může upravovat nebo doplňovat, případně se v průběhu výzkumu odchýlit od původního záměru a změnit zkoumané jevy nebo způsob získávání informací. Důležitá je průběžná analýza dat. Jejich sběr končí poté, co dojde k teoretickému nasycení, tedy stavu, kdy už nová data nepřispívají k dalšímu vývoji teorie (Miovský, 2006, s. 129).

## **3.2 Metoda výzkumu a sběr dat**

Jako konkrétní techniku pro sběr dat jsem zvolila polostrukturovaný rozhovor. Ten má předem danou osnovu s minimem témat, která během rozhovoru musí zaznít. Zároveň ale zůstává prostor pro určitou flexibilitu, přizpůsobení formulací. Pořadí otázek si každý výzkumník vybírá sám (Schmidt in Flick, von Kardorff, Steinke, 2004, s. 253–255). Jak upozorňuje Miovský (2006, s. 160), zařazení doplňujících otázek může být užitečné, protože pomohou získat lepší představu o kontextu zkoumaného jevu. Jak už jsem zmínila, cílem kvalitativního výzkumu není vytvořit závěry u malého vzorku a zobecnit je pro celou společnost. Zkoumané jevy a osoby jsou zvoleny záměrně pro své vlastnosti. Jelikož byly mé požadavky na charakteristiku respondentů jasné, postupovala jsem metodou záměrného výběru. Podmínkou výběru je předem daná vlastnost nebo stav – například příslušnost k určité sociální skupině (tamtéž, s. 135).

### **3.2.1 Charakteristika respondentů**

Do rozhovorů se zapojilo celkem dvacet respondentů. Nejprve jsem vedla rozhovory s respondenty, kteří pracují v centrálním zpravodajském newsroomu. Vybrala jsem vždy jednoho respondenta za každou pozici, ve třech případech respondent vykonával více pozic. Rozhovory jsem vedla s pěti ženami a šesti muži. Respondent s nejkratší praxí pracoval v Českém rozhlase tři roky, respondent s nejdelsí praxí víc než dvacet pět let. Průměrná délka rozhovoru byla dvacet dva minut. Tyto rozhovory mi pomohou odpovědět na jednu z pěti

otázek, nejsou proto tak detailní a rozsáhlé jako ty se zprávaři. Otázky polostrukturovaného rozhovoru jsou součástí přílohy (viz Příloha č. 1).

Pro druhou část výzkumu jsem oslovila všechny zprávaře působící na stanici Radiožurnál – ať už jako zaměstnanci nebo externisté. Šlo celkem o deset lidí, do rozhovorů se nakonec zapojilo devět z nich – jeden zprávař účast ze zdravotních důvodů odmítl. V tomto případě jsem mluvila se sedmi ženami a dvěma muži. Celkem šest zprávařů pracuje na hlavní pracovní poměr, zbylí tři jsou externisté, a kromě Radiožurnálu pracují i na jiných stanicích Českého rozhlasu. Respondent s nejkratší praxí pracuje v médiích šest let, nejděší praxe je třicet jedna let. Průměrná délka rozhovoru byla čtyřicet sedm minut. Otázky pro zprávaře jsou součástí přílohy této práce (viz Příloha č. 2). Z důvodu anonymizace jsem všem dotazovaným udělila přezdívkou Respondent/Respondentka a čísla od 1 do 20. Jejich další charakteristiku představuji v následující tabulce.

**Tabulka 1: Charakteristika respondentů**

Pořadí rozhovoru	Označení respondenta	Název pozice	Délka praxe v médiích	Vzdělání	Délka rozhovoru
1	Respondent 1	vedoucí pozice Radiožurnál	17 let	středoškolské	00:45:00
2	Respondent 2	vedoucí pozice Radiožurnál	15 let	vysokoškolské	00:42:00
3	Respondent 3	šéfreditor	25 let	středoškolské	00:16:00
4	Respondentka 4	koordinátor newsroomu	6 let	vysokoškolské	00:14:00
5	Respondentka 5	zahraniční směna a příložník	7 let	vysokoškolské	00:09:00



6	Respondent 6	koordinátor domácí redakce a regionů	24 let	vysokoškolské	00:31:00
7	Respondentka 7	koordinátor zahraniční směny	8 let	vysokoškolské	00:26:00
8	Respondent 8	editor Radiožurnálu	15 let	středoškolské	00:24:00
9	Respondentka 9	domácí směna a příložík	3 roky	vysokoškolské	00:10:00
10	Respondentka 10	produkční	23 let	středoškolské	00:12:00
11	Respondent 11	sportovní redaktor	15 let	vysokoškolské	00:16:00
12	Respondentka 12	zprávař	30 let	středoškolské	00:35:00
13	Respondentka 13	zprávař	25 let	středoškolské	01:02:00
14	Respondent 14	zprávař	20 let	vysokoškolské	00:45:00
15	Respondentka 15	zprávař	31 let	vysokoškolské	00:39:00
16	Respondentka 16	zprávař	30 let	středoškolské	00:42:00

17	Respondent 17	zprávař	10 let	vysokoškolské	00:55:00
18	Respondentka 18	zprávař	8 let	vysokoškolské	00:49:00
19	Respondentka 19	zprávař	6 let	vysokoškolské	00:53:00
20	Respondentka 20	zprávař	26 let	vysokoškolské	00:47:00

Zdroj: Vlastní zpracování.

### 3.2.2 Průběh sběru dat

Respondenty jsem nejdřív kontaktovala prostřednictvím e-mailu, ve kterém jsem krátce představila výzkumný záměr. Rozhovory probíhaly v pražských kavárnách v říjnu a listopadu 2022. Jak připomíná Reichel (2009, s. 67), je pravděpodobné, že v prostředí, které si respondenti nespojují se svou prací, budou méně nervózní a otevřenější. Před začátkem každého rozhovoru jsem respondentům vysvětlila svůj výzkumný záměr. Zároveň jsem k podpisu předložila souhlas se zpracováním osobních údajů a informovaný souhlas (viz Příloha č. 3). Ten zajišťuje anonymitu, součástí je možnost autorizace nebo odvolání účasti ve výzkumu. Při tvorbě výzkumných otázek jsem vycházela z odborné literatury, která se věnuje konceptu gatekeepingu a organizačním strukturám redakcí, jak doporučují Strauss a Corbin (1995, s. 35). Všechny odpovědi jsem zaznamenala na diktafon a během několika dnů přepsala. Díky tomu jsem mohla průběžně analyzovat získané údaje a lépe se připravit na další rozhovory. Přepisy všech uskutečněných rozhovorů jsou k dispozici jako elektronická příloha práce (viz Příloha č. 5–24).

Kromě rozhovorů jsem pracovala s interním dokumentem Českého rozhlasu s názvem *Rukověť Zpravodajství Českého rozhlasu* z roku 2012. Příručka definuje náplň práce jednotlivých pozic ve zpravodajství a vztahy mezi konkrétními stanicemi a divizí Zpravodajství. K dispozici ji mají všichni zaměstnanci zpravodajství. Dokument jsem využila pouze v kapitole 4.1., která se věnuje fungování zpravodajství Českého rozhlasu. Rukověť není veřejně přístupná, mám ale povolení citovat z ní pro účely této práce.

### 3.3 Metoda analýzy dat

V analýze dat budu vycházet ze zakotvené teorie. Její základy v 60. letech minulého století popsali Barney Glaser a Anselm Strauss v knize *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. V některých oblastech metodologického procesu se ale výzkumníci neshodli, zakotvenou teorii Strauss později upravil společně s Juliet Corbin. V této práci se budu inspirovat jejich přístupem. Zakotvenou teorii definují jako „*induktivně odvozenou ze zkoumaných jevů, který reprezentuje. To znamená, že je odhalena, vytvořena a prozatímně ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těchto údajů,*” (Strauss, Corbin, 1995, s. 14). Základním principem analýzy je kódování dat. To jsou podle Strausse a Corbin (1995, s. 39) „*operace, pomocí nichž jsou údaje rozebrány, konceptualizovány a opět složeny novými způsoby.*” Samotná analýza se skládá ze tří typů kódování – otevřeného, axiálního a selektivního. Není nutné postupovat přesně v tomto pořadí, mezi jednotlivými typy je možné volně přecházet a vracet se zpět (tamtéž, s. 39–40). Uvedené postupy vedou k formulaci nové teorie, což není cílem této práce. První dva stupně zakotvené teorie ale využívám k analýze a kategorizaci získaných dat.

Při prvním čtení a procházení dat probíhá otevřené kódování. Dochází k označování a pojmenování podstatných jevů. Podobným jevům jsou přiřazeny stejné pojmy, většinou jde o podstatná jména (Schmidt in Flick, von Kardorff, Steinke, 2004, s. 255–256). V následující tabulce uvádím příklad označování jevů v získaných rozhovorech.

**Tabulka 2: Příklad označování jevů**

Výrok respondenta — jev	Pojem
<i>Jak přemýšlíte nad výběrem zpráv?</i>	
Hodně dám na to, kolik lidí to může ovlivnit a jak důležité to pro ně může být. Jestli je to hrozba. Když vyjdou v ČTK červeně výsledky hospodaření ČEZu, tak naše posluchače to ovlivní až v nějakém Xtém kroku. Když tam bude červeně, že bouchnul Temelín, tak se to týká tisíce lidí v okolí a nejenom v okolí. Takže se snažím si co nejrychleji říct, jak velký důsledek to může mít pro našeho posluchače a podle toho se rozmyslet. Samozřejmě respektuji a dbám na to, co si myslí ten editor. Když řekne, že to, co já bych	dopad na publikum výběr obsahu důsledek pro publikum hierarchie – spolupráce

dala na první místo, to podle něj patří na druhé, tak s ním můžu vést debatu, ale většinou se nehádám a respektuji to.	odpovědnost
<i>Co ovlivní zařazení zprávy do vysílání?</i>	
Závažnost té informace, její dopad, blízkost pro ty lidi. A na konci stojí i to, jak byla zpracována. Vlastně pokud je to špatně udělaný, tak radši počkám – opravíme tu informaci, líp zpracujeme, i když je to zásadní informace, nemůže jít ven něco, co není vlastně dobrý.	výběr obsahu  dopad na publikum  odpovědnost

Zdroj: Vlastní zpracování.

Dalším krokem je podle Strausse a Corbin (1999, s. 45) kategorizace – tedy uspořádání pojmů podle podobnosti a souvislostí do větších a abstraktnějších kategorií.

**Tabulka 3: Kategorizace jevů**

publikum	představa o cílovém posluchači, očekávání posluchačů, dopad a důsledek zprávy na posluchače, srozumitelnost, atraktivita, ověřené informace (...)
zdroje	agenturní zpravodajství, tiskové konference, redaktoři v terénu, zpravodajská směna, ČTK, Reuters, vlastní témata, sledování konkurenčních médií (...)
veřejná služba	nezávislost, kodex, vyváženost, nezájatost, veřejnoprávnost, očekávání publika, autocenzura (...)

Zdroj: Vlastní zpracování.

Přehled a seskupení všech kategorií a subkategorií je k dispozici v přílohách této práce (viz Příloha č. 4).

### 3.4 Limity výzkumu

Jak už jsem uvedla na začátku práce, ve zpravodajství Českého rozhlasu jsem pracovala a respondenti a respondentky jsou mí bývalí kolegové. To na jednu stranu zvyšuje teoretickou citlivost – tedy schopnost výzkumníka rozlišovat jemné detaily ve významu údajů. Teoretickou

citlivost je možné zvýšit několika způsoby, jedním z nich jsou právě profesní zkušenosti. Během dlouholeté práce v daném oboru výzkumník pochopí, jak odvětví funguje, a může rozklíčovat jednání zkoumaných jevů rychleji (Strauss a Corbin, 1999, s. 27–28). Díky tomu jsem mohla lépe sestavit strukturu rozhovorů. Zároveň jsem si vědoma faktu, že jsem byla součástí zkoumaného pracoviště a svou pozici jsem se během výzkumu snažila neustále reflektovat (např. Cassel a Symon, 2012, s. 72–89).

## 4. Výsledky zkoumání

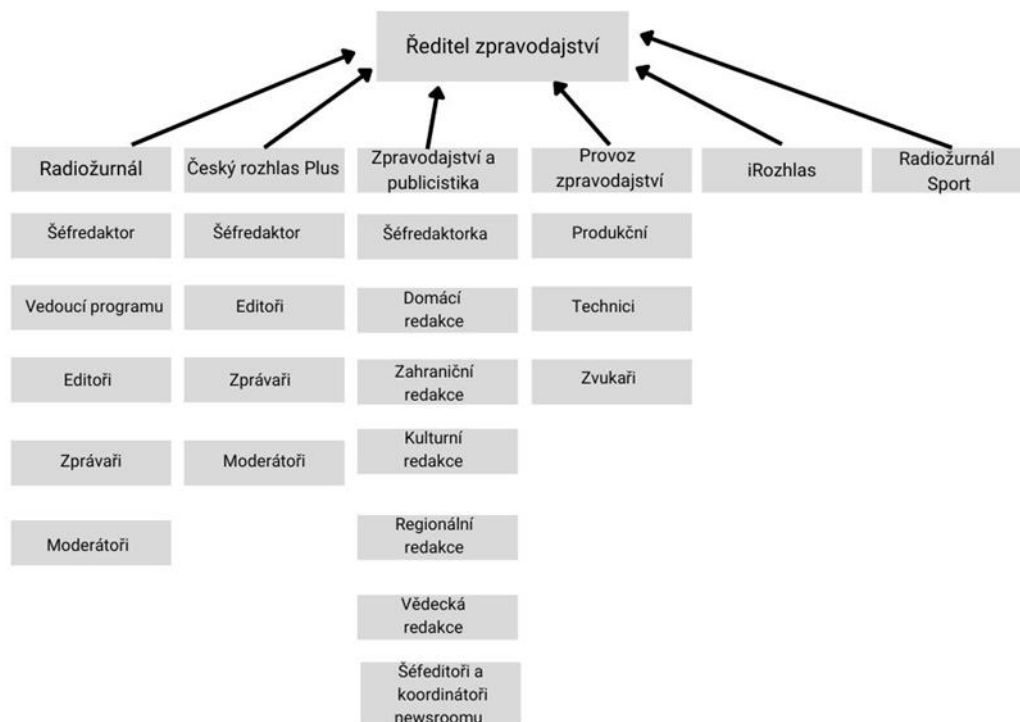
V této části představím výsledky rozhovorů, které jsou strukturovány podle výzkumných otázek.

### 4.1 Jak vzniká zpravodajství ČRo Radiožurnál? Jakým způsobem do tvorby vstupují zprávaři? (VO1)

Radiožurnál je celoplošná stanice, která se zaměřuje na zpravodajství a publicistiku. S heslem *Víme, co se děje* nabízí jako jediná v České republice nepřetržitý zpravodajský servis. Podíl mluveného slova je 50 %, zbylý čas vyplňuje hudba českých i zahraničních interpretů. Vysílání je rozdělené na zprávy – tedy čistě zpravodajské relace, a proudové vysílání (dále jen proud) – to zahrnuje vstupy moderátorů, reportáže, hudbu nebo pravidelné pořady.

*„Náš prime time, tedy to, kde se nabírá nejvíc posluchačů, je u nás mezi pátou a devátou hodinou ráno. To máme informacemi nabitě ráno. Zprávy jsou každých patnáct minut, po deváté hodině zprávy zařazujeme každou půlhodinu. Potom dáváme jeden z našich nejposlouchanějších pořadů Host Lucie Výborné. Následuje dopolední blok mezi desátou a třináctou, kde se zaměřujeme na reportážní vstupy, chceme prodat, že máme reportéry v regionech a v zahraničí”* (Respondent 2). Zásadní součástí dopoledního bloku jsou Hlavní zprávy ve 12 hodin, které jsou doplněny publicistickou částí. Následuje odpolední vysílání, které kromě pravidelných zpráv zahrnuje vstupy moderátorů, reportérů nebo například publicistický pořad Dvacet minut Radiožurnálu. Předělem mezi odpoledním a večerním vysíláním jsou Hlavní zprávy v 18 hodin doprovázené publicistikou. O půlnoci začíná noční Radiožurnál, který vysílá do páté hodiny ranní. Samotná stanice má jen několik zaměstnanců. *„Nás je paradoxně málo. Je to šéfredaktor stanice, vedoucí programu, zprávaři a editoři. Moderátoři jsou externisté,”* (Respondent 1).

V rámci organizační struktury Českého rozhlasu patří stanice Radiožurnál do divize Zpravodajství, a to společně se stanicemi Českým rozhlas Plus (dále jen Plus), Radiožurnál Sport, webem iROZHLAS.cz, provozem Zpravodajství a Zpravodajstvím a publicistikou. Hierarchii jsem znázornila v následujícím schématu.

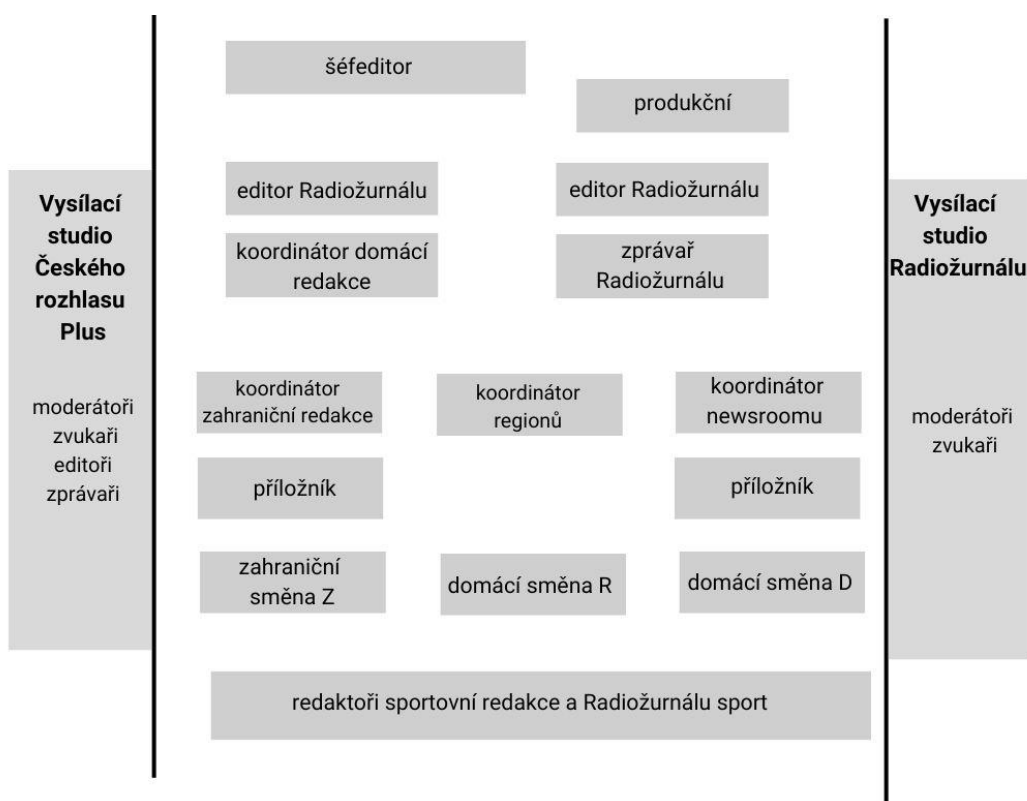


### Schéma 1: Hierarchie divize Zpravodajství

Zdroj: Vlastní zpracování.

Obsah zpravodajství nevytváří přímo zaměstnanci stanice Radiožurnál, ale dodává jim ho sekce Zpravodajství a publicistika. Spadají pod ni jednotlivé redakce, koordinátoři a část redaktorů pracujících v centrálním newsroomu. Kromě Radiožurnálu vyrábí sekce Zpravodajství a publicistika zprávy i pro další stanice – Plus, Český rozhlas Dvojka nebo regionální stanice. Rukověť Zpravodajství Českého rozhlasu, tedy manuál, který definuje jednotlivé pozice a fungování celé divize Zpravodajství, popisuje vztahy mezi Zpravodajstvím a publicistikou a stanicí na úrovni vysílatel a zpracovatel. „Zpravodajství nabízí své služby zákazníkovi (stanici), argumentuje, stanice se rozhoduje, zda příspěvek nebo téma „koupí“ nebo ne. Stanice přichází se svými požadavky, Zpravodajství nabídku přijme, nebo navrhuje alternativy či vylepšení. V principu se Zpravodajství snaží vyjít maximálně vstříc, nevyhoví jenom v případě, že je objednávka v rozporu s právním řádem ČR, Kodexem ČRo nebo žurnalistickými zásadami,“ (Český rozhlas, 2012).

Platí ale, že stanice je v konečném důsledku vysílatelem programu a je tedy na ní, zda se nakonec příspěvek rozhodne odvysílat nebo ne. „*O tom, co se zařadí do zpráv nebo proudového vysílání rozhoduje jednoduše řečeno editoriaální politika Českého rozhlasu, těch lidí, kteří jsou profesionálové a musí rozhodnout, co je důležité podle Kodexu pro největší část posluchačů a podle toho řadíme vysílání jak zprávové, tak proudové. Ve zprávách se tradičně musí začínat tím, co je nejaktuálnější a zasahuje největší část obyvatel,*“ (Respondent 2). Na vzniku zpráv se podílí reportéři a redaktoři (ať už z domácí nebo regionálních redakcí, případně zahraniční zpravodajové přímo z místa svého působení), kteří příspěvky posílají do centrálního zpravodajského newsroomu v budově Českého rozhlasu na pražských Vinohradech. Jeho strukturu představuje následující schéma.



**Schéma 2: Organizační struktura newsroomu**

Zdroj: Vlastní zpracování.

Schéma jsem znázornila z pohledu rozmístění a zasedacího pořádku při vstupu do místnosti. S newsroomem sousedí vysílací studia Radiožurnálu a Českého rozhlasu Plus, ve kterých pracují moderátoři a zvukaři. Pro komplexní představu o tom, kdo všechno konečnou podobu zpravodajství ovlivní, představím jednotlivé pozice – za každou jsem vybrala jednoho zástupce. Některé funkce mají odlišnou náplň práce v pracovní den a o víkendu, případně během noční směny. Za obsah vysílání a zpráv Radiožurnálu je podle Kodexu Českého rozhlasu vždy

zodpovědný **editor** a jdou za ním i případné chyby ve vysílání. V běžném každodenním provozu jsou přítomní dva editoři, v noci jeden. „*Vždy tam musí být někdo, kdo bude hlídat obě ty složky – proudové vysílání a zprávy. My to máme pokaždé jinak – někdy jeden dělá proudy a druhý zprávy. Jindy to máme po úsecích – já dělám celé dopolední vysílání včetně zpráv a proudy. Kolega si vezme hlavní relaci ve 12 a celé první odpoledne do 15:00*” (Respondent 8). Noční editor pracuje na zprávách i proudovém vysílání zároveň. Editor je klíčovou pozicí pro zprávaře – společně debatují o podobě jednotlivých relací, výběru a řazení zpráv. Kromě zprávařů editoři komunikují v podstatě se všemi dalšími pozicemi v newsroomu – právě na editorech totiž záleží podoba celého vysílání a zařazení jednotlivých příspěvků redaktorů do proudového vysílání.

Garantem fungování newsroomu je **šéfeditor**, který zodpovídá za propojení vysílacího obsahu stanic Radiožurnál, Plus a Radiožurnál Sport. „*Starám se o denní chod toho zpravodajství v tom smyslu, že ho koriguji, vedu denní porady, hlídám zdroje a propojenost mezi těma stanicemi. Když se na jedné natočí nějaký rozhovor, který je použitelný i pro druhou stanici, tak jim dám vědět, aby tam prostě byla synergie,*” (Respondent 3). O víkendovém provozu šéfeditor plní kromě své role také roli domácího koordinátora a koordinátora newsroomu.

Další pozicí je **koordinátor newsroomu**, který se stará především o domácí směnu. Ve spolupráci s editory Radiožurnálu a Plusu koordinuje vznik zpravodajských příspěvků. „*Rozhoduji o tom, komu ze směny práci zadám, zodpovídám za výsledný produkt, kontroluji, jestli je obsahově a stylisticky v pořádku a odevzdaný včas. Ulehčuji tak práci editorům stanice, kteří mohou příspěvek vzít a zařadit do vysílání. Mám rozhodovací pravomoc v případě, že nastane nesoulad v představě redaktora a editorů stanice, která si příspěvek objednala,*” (Respondentka 4). Se zprávaři se koordinátor domlouvá na stopáži příspěvků a upozorňuje, pokud dojde v příspěvku k nějaké změně a zabraňuje odvysílání chybné informace. Na nočních směnách koordinátor newsroomu schvaluje příspěvky na další den. V tento čas je zodpovědný i za zahraniční a regionální redakce.

S koordinátorem newsroomu je nejčastěji v kontaktu **domácí směna a příložík**. Svou náplň práce vnímá domácí směna takto: „*Mám vlastně takovou pohotovost, sleduji to, co se děje převážně v Praze a okolí. Sleduji Českou tiskovou kancelář, Twitter a další on-line média. Z místa od počítače se snažím zjistit co nejvíc informací, ať už telefonicky nebo přes e-mail. Píšu čtené zprávy a stříhám zvuky do vysílání,*” (Respondentka 9). Pozici domácího příložíka zastávají zkušenější redaktori, kteří chodí prezentovat témata do vysílání, většinou formou



krátkého rozhovoru s moderátorem. „*Pokud je nějaké obsáhlé téma, zpracuji ho do proudu a podrobněji rozeberu ve vysílání. Chystám montáže do hlavních zpráv ve 12 a 18. Jsem častěji ve vysílání a tím pádem víc slyšet. Náplň směny a příložníka je ale někdy stejná, hlavně v klidných dnech,*” (Respondentka 9). Domácí směna i příložníci jsou se zprávaři v kontaktu v případě, že ho informují o vývoji událostí nebo chystají zprávu do konkrétní časové relace.

O reportéry v terénu se stará **koordinátor domácí redakce**: „*Pokud chce některá ze stanic příspěvek z terénu, tak mi řekne představu a já to komunikuji s reportérem. On to po konzultaci se mnou připraví, já to schválím podle všech pravidel, kodexů a postupů Českého rozhlasu. Zadávání práce se řídí plánem redakce, který vychází z předem domluvených požadavků stanic. Pokud jde o nečekané akce, tak se domlouváme, jestli tam pošleme reportéra nebo to vyřešíme prostřednictvím směny z newsroomu. Zprávařům píšeme příspěvky na klíč tak, aby je mohli vzít do vysílání a neudělali chybu,*” (Respondent 6).

**Regionální koordinátor** „*komunikuje se všemi redaktory v regionálních redakcích a řeší zařazení jejich příspěvků na celoplošné stanice Radiožurnál a Český rozhlas Plus,*“ (Respondent 6). V noci jeho práci přebírá koordinátor newsroomu. Zprávaři se na regionálního koordinátora obrátí v případě, že je potřeba zjistit podrobnější informace od krajských redaktorů.

Zahraněční sekce je velmi podobná té domácí. Má pozici **směnaře**, přezdívané Zetko: „*Hlídám agenturní zpravodajství, hlavně Českou tiskovou kancelář, Reuters a další zahraniční média. Sleduji e-mail a do vysílacích systémů Dalet a Open Media dávám příspěvky, které vytvoří zahraniční zpravodajové. Píšu krátké čtené zprávy, edituji zvuky, řeším dabing, pokud je potřeba. Rozdíl oproti domácí směně je ten, že my kvůli časového posunu hodně pracujeme i v noci a jsme v kontaktu se zahraničními zpravodaji,*” (Respondentka 5). I zde funguje **příložník**, který zpracovává a prezentuje vstupy v proudovém vysílání. Připravuje montáže do hlavních zpráv a pomáhá celému týmu zahraniční redakce. Zřízená je rovněž pozice **koordinátora**: „*Je to člověk, který má na starosti Zetko, příložníka, lidi v terénu, zahraniční zpravodaje a lidi v redakci. S editory řeší časy jednotlivých příspěvků, ty taky schvaluje a zodpovídá za jejich správnost po faktické i technické stránce – aby například ve vysílacím systému nechybělo telefonní číslo na respondenta. Komunikuje se zprávaři, který si můžou říct, co chtějí do vysílání,*” (Respondentka 7).

O hladký průběh vysílání Radiožurnálu se starají **produkční**: „*Zprostředkovávám komunikaci mezi studiem, moderátorem, zvukařem a editorem. Oznamuji, pokud se chystá nějaká změna ve vysílání, musím ho neustále sledovat. Když má být ve vysílání host, musí zjistit,*

*jestli ten člověk bude fyzicky ve studiu nebo třeba živě ze Senátu. Případně toho hosta vyzvednout na vrátnici, zařídít parkování. Taky řeším technické věci, jako je třeba nefungující tiskárna,*” (Respondentka 10).

Součástí newsroomu jsou i **sportovní redaktoři**. Jejich komunikace s dalšími členy (editoři, zprávaři) je od vzniku stanice Radiožurnál Sport v roce 2021 omezená. Sportovní redaktor ji popsal takto: *„Ve chvíli, kdy já dělám svoji práci, tedy přípravu zpráv, tak jsem se zprávaři a editory Radiožurnálu v kontaktu v podstatě minimálně. Naše komunikace je většinou založena na tom, že jim pošlu zprávy a oni je přečtou, případně jim je pošlu a oni zařadí do relace. U sportu to je totiž trochu jiné v tom, že mezi šestou hodinou ráno a desátou hodinou večer si sportovní redaktoři čtou zprávy sami,*” (Respondent 11). Do vysílání pravidelně vstupuje také redakce Zelené vlny, která přináší aktuální dopravní zpravodajství. Redakce sídlí mimo newsroom a s editory a zprávaři Radiožurnálu komunikuje na dálku. Zelená vlna je součástí všech zpráv, v případě mimořádné události může po dohodě s editory vstoupit do vysílání i mimo svůj vyhrazený čas.

Poté, co jsou zprávy vytvořeny a schváleny, dostávají se k poslední pozici, kterou je **zprávař**. Ten stojí na konci pomyslného řetězce a práci celého newsroomu a redakcí prezentuje posluchačům. Hlavním úkolem zprávaře je – ve spolupráci s editorem – výběr a řazení zpráv do jednotlivých relací. O náplni své práce mluvila v rozhovoru například Respondentka 19: *„Snažím se sestavovat zpravodajství, kombinace domácího, zahraničního a regionálního dění v různých sférách a to nejdůležitější, co se děje doma i ve světě, srozumitelně říkat lidem,*” (Respondentka 19). Doplnila ji Respondentka 12: *„Skládáme ty relace ve spolupráci s editorem, od redakcí shromažďujeme věci, ze kterých my si vybíráme, co je a co není důležité,*” (Respondentka 12).

Roli zprávařů podrobněji rozebírám v následující podkapitole 4.2. Z rozhovorů vyplynulo, že podobu zpravodajských relací ovlivňuje řada pozic. Potvrdil to Respondent 6: *„Jedna zpráva je kolektivní dílo. Někdo ji zadá, jde to přes koordinátory, někdo ji napíše, koordinátor ji schválí, pak si to vezme zprávař. Ten třeba řekne, že ji takto nechce, jde to zpátky ke koordinátorovi, začne to řešit editor a v tuto chvíli se do toho může zapojit ještě šéfreditor. Do jedné 25sekundové zprávy tak může oprávněně zasáhnout třeba pět lidí,*” (Respondent 6). Ve výše uvedené organizační struktuře newsroomu jsem záměrně neznázornila hierarchii. Její definice je poměrně složitá, jak vysvětlil Respondent 2: *„V newsroomu není přesně daná hierarchie a komplikuje to ten běžný provoz. Ve všední den mají některé pozice jiné pravomoci než o víkendu. Není to lineární fungování, že bychom si řekli – šéfreditor, editor, jde to spíš*

*paralelně. Jsou to trochu dva světy, dvě roviny – newsroomová a pak je manažerská, a tam to lineární je,” (Respondent 2).*

Pro bezproblémové fungování divize Zpravodajství a celý chod vysílání jsou klíčové porady a plánování. Jejich důležitost zmínil Respondent 2: *„Je to nekonečný koloběh toho, že člověk musí plánovat jak krátkodobě na denní bázi, tak na střednědobé týdenní bázi a k tomu máme delší, měsíční, celoroční projekty. Nelze najít začátek toho procesu, člověk do toho musí nějak naskočit a od prostředka to nabalovat – musíme vědět, co budeme vysílat další den, týden, za měsíc,” (Respondent 2).* Pro denní vysílání jsou stěžejní dvě porady – ranní v 8:45 a odpolední v 15:30. Obě vede šéfredaktor, vysvětlil Respondent 3: *„Ranní se účastní koordinátoři a vedoucí domácí, zahraničí, regionů, vedoucí vědy, kultury a sportu, editor Radiožurnálu a Plusu a zástupce iRozhlasu, aby věděli, co je naplánované z předešlého dne. Řešíme hlavně obsah Hlavních zpráv ve 12 a rozdělujeme práci mezi jednotlivé pozice,” (Respondent 3).*

Respondent 6 doplnil: *„Na té ranní poradě si obvykle dostane jako první slovo domácí zpravodajství, co má připravený. A pokračují další, řešíme jednotlivé záležitosti, události, o kterých víme a sami připravujeme, nebo chceme zmapovat. Editoři si vybírají a určují časy. Vyjdou z toho 2-3 hlavní body, které jsou ten den priority pro vysílání. O zbytku témat se rozhoduje až podle toho, jak důležitá jsou – příkladem může být tisková konference ministerstva zdravotnictví. My víme, že předem bude, ale není jasné, co tam oznámí, takže se rozhodneme až podle skutečného výsledku,” (Respondent 6).*

Odpolední porady se záměrně neúčastní koordinátoři, popsal Respondent 3: *„Starají se totiž o ten den, který běží. Odpoledne se tak znovu potkáme se šéfy redakcí a plánujeme vysílání na den dopředu. Většinou se toho účastní i někdo z vedení zpravodajství, ale v podstatě jen poslouchají, občas do toho vstoupí,” (Respondent 3).* Každé úterý se konají týdenní porady, doplňuje: *„Společně s vedoucím programem, jednotlivých redakcí a šéfredaktorem Radiožurnálu a Plusu hrubě plánujeme jednotlivé dny. Máme ale aspoň nějaký přehled, jestli máme vlastní témata, je tam nějaká velká věc – třeba summit, kterou chceme pokrývat. Řešíme kolik lidí a techniky budeme potřebovat,” (Respondent 3).* První týden v měsíci se konají porady, kde se řeší největší projekty daného měsíce – typově například to, jak se bude zpravodajsky pokrývat předávání státních vyznamenání nebo tradiční rekonstrukce událostí 17. listopadu. Proces plánování a rozdělení sledovaných témat je tedy v celém zpravodajství detailní a má několik fází.

## 4.2 Jak se definuje role zprávaře v rámci hierarchie ČRo Radiožurnál? (VO2)

Z rozhovorů vyplynulo, že role zprávařů je stanovena dvěma hlavními aspekty. Prvním jsou **profesní požadavky** na pozici zprávaře ze strany vedení stanice Radiožurnál. Důležitou roli hraje i to, jak svou pozici definují sami zprávaři, a to prostřednictvím **míry novinářské autonomie**, kterou v rámci stanice a newsroomu pocítují.

Základní zprávařský tým (zaměstnanci pracující na plný úvazek) je stabilní a za posledních deset let se nezměnil. V období koronavirové pandemie ho ale doplnili externisté, kteří pracují jako zprávaři na jiných stanicích Českého rozhlasu. Vedení stanice si uvědomuje, že tým bude potřeba obměnit, uvedl Respondent 2: *„My společně stárneme a víme, že nás výhledově čeká nějaká obměna, abychom ty hlasy trochu omladili,“* (Respondent 2). Jak vyplývá z předchozí výzkumné otázky, zprávaři jsou ti, kteří výslednou práci celého zpravodajství prezentují posluchačům. Potvrdila to Respondentka 16: *„My jsme ti, kteří jdou s kůží na trh. Ti posluchači si zpravodajství často spojují jenom s našim hlasem a nevidí, kolik lidí se na přípravě podílí,“* (Respondentka 16). Jedním z nejdůležitějších profesních požadavků je proto hlasový projev, vysvětlil Respondent 2: *„Ten je na prvním místě. Když mají uvěřitelný, seriózní a profesionální projev, tak je z půlky vyhráno. Kromě toho ale zprávaři musí umět relaci prodat, musí se dobře poslouchat, mít vzdělání a přehled, nesmí dělat chyby a musí umět pracovat v kolektivu,“* (Respondent 2). Důležitost hlasového projevu potvrdil i Respondent 1: *„My je spoustu věcí dokážeme naučit, jak skládat tu relaci a vybírat témata. Je dobré, když zprávař dokáže vycházet s kolegy, má nějaký přehled a chuť na sobě pracovat. Ale ten projev je nejdůležitější, ten člověk se musí dobře poslouchat a nesmí mít třeba vadu řeči,“* (Respondent 1).

Dobrý hlasový projev je důležitý i podle odpovědí samotných zprávařů. *„Musíme si neustále hlídat projev, soustředit se a nedělat chyby v podobě přeřeků. Důležitá je i intonace – ani lehkým zaváháním nesmíme dát vědět, co si o daném tématu myslíme,“* (Respondentka 15). Souhlasila i Respondentka 16: *„Z mého projevu nemůže být poznat, co si o nějakém tématu myslím. Musíme se taky vyvarovat cizích slov, strašných souvětí, která ani nejdou učíst a jsou k nepochopení a lidi to přestane zajímat. V novinách si to přečtete, když něčemu nerozumíte, ale v tom rádiu to zazní, a pokud to nezaujme, lidi to nepochopí,“* (Respondentka 16). Za podstatné předpoklady pro svou práci zprávaři považují také zvědavost, vzdělání a přehled o společenském dění. Podle Respondentek 16 a 19 je důležitý talent. *„Je to takový ten faktor X, který neumím popsat. Samozřejmě, že se to dá naučit, o tom žádná, ale já sama si myslím,*

že člověk k tomu určitě musí mít nějaký opravdu lehký talent," (Respondentka 16). „Já myslím, že je to kombinace několika věcí – člověk musí neustále sledovat dění kolem sebe, i když není v práci, zajímat se. A pak je to o nějakém talentu, někdo pro to má větší předpoklady," (Respondentka 19).

Sami zprávaři svou roli vnímají především prostřednictvím míry novinářské autonomie, kterou v rámci stanice a zpravodajského newsroomu mají. Všichni respondenti se shodli na tom, že je velmi velká. Potvrzují to následující odpovědi:

„Já mám pocit opravdu velké autonomie. Až jsem při příchodu ze soukromé stanice byla překvapená, že je tak velká, i když jde o Český rozhlas," (Respondentka 20).

„Můj pocit svobody a autonomie je opravdu velký. I přesto, že máme řadu pravidel, která musíme dodržovat," (Respondentka 15).

„Ta míra autonomie je poměrně velká, nikdo mi do toho nezasahuje, ale vždycky je to o nějaké domluvě s kolegy," (Respondent 14).

Respondentka 13 dokonce uvedla, že „moje pozice je tam nejsvobodnější. Všechny další pozice mají víceméně pevně daný, co můžou dělat. Ty zprávy ale reagují na aktuální dění, v tom vnímám tu svobodu, že ovlivním to podobu té relace," (Respondentka 13).

S autonomií souvisí i míra kontroly, kterou zprávaři vnímají při výběru zpráv a sestavování zpravodajských relací. Kontrola závisí na dvou aspektech – jedním je **osobnost konkrétního editora**. Ten je zodpovědný za obsah a konečnou podobu relací. Každý z editorů má ale ke své práci odlišný přístup, vysvětlil Respondent 17: „Je to jak kdo – někdo je pečlivý a čte tu relaci slovo od slova, někdo to jede tak na půl plynu," (Respondent 17). Potvrdila to i Respondentka 12: „Předem vím, že když tam bude sedět někdo konkrétní, tak to bude úplně jedno a nechá to sestavování relace na mě," (Respondentka 12). Respondentka 15 doplnila: „Ono totiž záleží, který tam je editor. Někdo si tu relaci projíždí slovo po slově, je schopný zaseknout se na slovním spojení. A někdo to nechává volněji," (Respondentka 15). Respondentka 20 zdůraznila vzájemnou debatu s editory: „Já si tu relaci postavím podle svého uvážení. Když si ale chce editor něco upřednostnit, tak se domluvíme, že něco vyměním. Někdy si stojím za svým a snažím se to odůvodnit, ale nakonec se většinou dohodneme. Jsou editoři, kteří na to jen tak kouknou a nechají vás pracovat úplně samostatně. Někdo do toho zasahuje víc, ale je to spíš vychytání chybiček, což je dobře i pro toho zprávaře, že má za sebou nějakou kontrolu," (Respondentka 20).

Druhým aspektem je **zkušenost a délka praxe** na stanici Radiožurnál. S tím souvisí **důvěra** mezi konkrétním zprávařem a editorem. Zprávaři, kteří na Radiožurnálu pracují kratší dobu – tedy Respondenti 14, 17, 18 a 19 – potvrdili, že míra kontroly byla na začátku jejich působení vysoká, postupem času si ale s editory vybuodovali vzájemnou důvěru. „*Kolegům, kteří tam jsou dlouho, do toho spíš nemluví a mě do toho mluví víc. Já jsem ráda, ty zkušenosti nemám takové a ráda si nechám poradit,*” (Respondentka 19). Souhlasil i Respondent 14: „*Když je tam někdo nováček, tak ta kontrola je větší, ale postupem času narůstá nějaká důvěra a je to spíš taková namátková kontrola. I když i tady je to editor od editora a každý má ten styl práce trošičku jiný,*” (Respondent 14). Uvedla to i Respondentka 18: „*Ze začátku mě určitě víc hlídali. Prostě nová tvář, která má prezentovat to, co dělá redakce. Ted' mám pocit větší svobody. Asi jsem se jim nějak osvědčila,*” (Respondentka 18).

Naopak Respondentka 15, která má nejdější novinářskou praxi řekla: „*To, že se na relaci předem podívá editor, se děje tak ve 40 % případů. Myslím, že to souvisí s tím, že to dělám dlouho a oni ví, co ode mě můžou čekat,*” (Respondentka 15). Respondentka 13 dokonce během své směny s editory komunikuje minimálně: „*Já si ty zprávy fakt skládám sama, kromě Hlavních zpráv ve 12 a 18, které obsahově dělají editoři. Někdy mi editor řekne, že mi objednal nějaký příspěvek do zpráv, ale že bychom se přeli o pořadí, tak to je minimálně. Mnohem častěji komunikuji s koordinátory a směnaři, abych věděla, co mi dodají do relace,*” (Respondentka 13).

Míra novinářské autonomie se také projevuje v případech, kdy si zprávaři potřebují zprávy napsat sami, reflektovala Respondentka 13: „*Když vidím, že je newsroom zahlcený jinou prací, tak jim ji nechci přidělovat. Nebo v případě toho, že chci něco do druhé části relace, něco odlehčeného a vím, že to jiné stranice hrát nebudou, tak mi přijde nesmysl, aby na tom pracovala směna, když si to můžu napsat sama. Dělán to hodně a neměla bych,*” (Respondentka 13). Stejně postupovala i Respondentka 15: „*Když vidím, že jsou lidi zasekaný, tak to udělám sama. Je to navíc obrovská výhoda, že si to člověk píše do pusy, má tam slovní spojení, formulace, které se mu budou dobře číst,*” (Respondentka 15). Souhlasil i Respondent 17: „*Někdy mi přijde rychlejší, když si tu zprávu napíšu sám. Hlavně v případech, kdy se stane nečekaná událost a já s tím můžu jít rychle do vysílání,*” (Respondent 17).

V takových případech kontrola ze strany editora nesouvisela s délkou praxe a zkušeností, ale projevila se **individuální povaha** každého zprávaře. „*Já si to ráda napíšu pro sebe, ten editor se na to po mě koukne, aby se něco nezanedbalo. Jsem ráda, když tam mám další kontrolu a neudělám chybu,*” (Respondentka 12). Stejně k psaní vlastních zpráv přistupovala

i Respondentka 20: „Chci tam mít někoho, kdo to posvětit. Někdy stačí slovíčko a zpráva se znepřesní. A to si myslím, že na Radiožurnál nepatří a nemůžu si to dovolit. Za ty léta jsem si řekla, že bez schválení ve vysílání nic nepřečtu, za chybu to nestojí,” (Respondentka 20). Respondentky 13, 15 a 16 zprávy, které si samy napíší, s editory nekonzultují a jdou s nimi rovnou do vysílání. Všechny tři se shodly na tom, že pro stanici Radiožurnál pracují dostatečně dlouho a ví, jak má zpráva pro tuto stanici vypadat po formální i obsahové stránce.

### 4.3 Jak zprávaře ovlivňuje organizace, ve které pracují? (VO3)

Zprávaře zásadně ovlivňuje typ mediální organizace pro kterou pracují – v tomto případě veřejnoprávní médium. Jeho hlavním úkolem je naplnit zásady **veřejné služby**. Jednou z nich je **očekávání** a zájem publika. Jak popsala Respondentka 19: „Jsme médium veřejné služby a je tam veřejný zájem. Já si představím, jestli těm lidem, posluchačům to bude užitečné. Ve chvíli, kdy si myslím, že ano, ať už jde o sraženou srnu, zdražení, nebo je to naopak něco, co jim usnadní život, tak to v tom vysílání má smysl,” (Respondentka 19). Doplnil ji Respondent 14: „Říkám si, co je důležité s ohledem na to, kdo to rádio poslouchá, co by ti lidi potřebovali slyšet, co od nás vlastně očekávají,” (Respondent 14). S očekáváním publika pracovala i Respondentka 18: „Pořád musíme myslet na ty lidi za mikrofonem, kteří to poslouchají,” (Respondentka 18).

Dalším vlivem je **nezávislost** na majiteli média, kterou zmiňovali především zprávaři s delší praxí a zkušeností ze soukromých médií. Potvrzují to následující citace:

„V tom privátním rádiu třeba když bylo před volbami, tak šéf měl nějaký kontakty s nějakým uskupením, tak my jsme s nimi prostě dělali primárně třeba rozhovory. Pochopitelně dělali jsme i jiný rozhovory, ale vůbec to nebylo vyvážený. Byly tam takový tlaky, který jsme vnímali. V tomto jsou veřejnoprávní média lepší, že člověk má to zázemí. Nikdo ho k ničemu takovému nenutí,” (Respondentka 12).

„Je to obří rozdíl. Každý soukromý médium ze své podstaty má nějakého vlastníka, tak se velmi jednoduše může stát, že se zájmy toho vlastníka nějakým způsobem promítají do toho zpravodajství. Například soukromé rádio, ve kterém jsem pracovala, koupila jedna velká firma a ukázalo se, že ta firma má velký problémy s financováním. No a my jsme to samozřejmě nehráli,” (Respondentka 13). Respondentka 13 zároveň jako jediná uvedla,

že před několika lety ve dvou případech zaznamenala politickou snahu ovlivnit zpravodajství Radiožurnálu.

Respondentka 20 v soukromých médiích pozorovala **orientaci na zisk**, která podle ní ovlivnila podobu zpravodajských relací. *„Soukromému rádiu jde o to, aby si udrželo posluchače. Žije z reklamy, potřebuje jich velký počet, to znamená, že jim podle toho servíruje taky ty informace. Já bych to ani nenazývala zpravodajskou relací, ale spíš magazínem. Myslím si, že se řídí tím, co je zajímavé a co ty lidi chtějí slyšet. Naopak na Radiožurnálu si ty lidi zprávy pustí, protože chtějí vědět, co se děje,“* (Respondentka 20). Stejnou zkušenost potvrdila i Respondentka 15: *„Já jsem pracovala v soukromé televizi, a tak určitě v tom velkou roli hrají sponzoři. A pokud má sponzor zájem na nějaký věci, ať už kladné nebo záporný, tak samozřejmě se to odráží v tom zpravodajství,“* (Respondentka 15).

Respondenti 14 a 16 si všímali rozdílu v počtu zaměstnanců, kteří se na výrobě zpravodajství podílí. *„Já jsem pracoval v malém komerčním rádiu. Jsou asi stanice, třeba Impuls nebo Frekvence 1, kde asi na tom zpravodajství dělá trošičku víc lidí. Ale přesto si myslím, že to není srovnatelné, protože v tom Českém rozhlasu je ta síla v tom, že tam je fakt jako hodně lidí, který to připravuje a který mají čas na to něco obvolávat, vytvářet vlastní věci. V tom malém rádiu byl člověk na to úplně sám, bez editora, byl jsem si vlastně sám svým editorem, takže ten rozdíl je obrovský,“* (Respondent 14). Doplnila ho Respondentka 16: *„Soukromé médium nemá tolik zahraničních zpravodajů nebo reportérů jako třeba u nás. Je to víc o práci zprávaře přímo v newsroomu, který má k sobě poměrně dost lidí,“* (Respondentka 16).

Pro zprávaře byly důležité i **hodnoty** mediální organizace. Ty jsou vyjádřeny v Kodexu Českého rozhlasu – jde například o požadavek na vyváženost, objektivitu, zájem posluchače nebo pluralitu názorů. Zprávaři rovněž považovali za důležité, že tyto hodnoty sdílejí se svými kolegy, kteří pracují v centrálním newsroomu. Vzniká tak kolektivní představa o tom, jak má zpravodajství vypadat. Potvrdily to následující výpovědi:

*„Myslím, že v tom newsroomu je tam ale nějaká ta komunitní duše. Myslím si, že to tam člověk jakoby nacítí a vlastně instinktivně ví, jak to tam jako má být. Ten newsroom je vlastně neskutečně živý organismus. A když tam jste, tak ono vás to jako tvoří. Takže myslím, že by tam asi ani nebyl nikdo, kdo by s tím nesouhlasil. Když tam nikdo není spokojený, jde pryč. V okamžiku, kdy vám to sedí, tak si tam tím vlastně posilujeme nějaký to společný vědomí,“* (Respondentka 20).



*„Ta týmová práce v tom newsroomu, tak jako člověk nějak tak prostě pozná, co je ten den důležitý. Je to jako podle citu samozřejmě, ale nasáváte nějaký informace z okolí, od kolegů a podle toho jakoby usoudíte, že to je asi jako fakt ono,“* (Respondent 14).

*„Myslím, že to všichni vnímáme stejně, co je pro to vysílání a posluchače důležitý. Ty hodnoty jsou nějak nastavený – je to hlavně ta veřejnoprávnost, tedy důraz na posluchače, nezávislost a objektivita,“* (Respondentka 15).

*„Mám pocit, že ta společná práce má smysl, protože tam nikdo nemůže být individualista, hvězda jasná na nebi. Tohle je největší smysl té práce, že všichni dohromady, každý tam děláme nějaký kus a na konci z toho vypadne něco úžasného, co baví ty lidi poslouchat a oceňují to docela dlouhou dobu,“* (Respondentka 13).

*„Všichni dodržujeme pravidla Kodexu a máme stejnou představu o vysílání – vždycky jednáme s ohledem na zájem na posluchače. Zároveň ty informace musí být ověřené a dostupné pro každou vrstvu obyvatel,“* (Respondentka 19).

Spolupráce a sdílení hodnot organizace mají vliv na zaučení nových zprávařů. Respondenti s kratší praxí uvedli, že při nástupu nedostali žádný manuál, ale sestavování relací se učili od zkušenějších kolegů. Zároveň zmínili, že před nástupem na Radiožurnál pracovali jako zprávaři na jiné stanici Českého rozhlasu. *„Myslím si, že záleží a je důležitý, aby toho člověka proškolil někdo, kdo tam už pracuje na té pozici. A zároveň by bylo ideální, aby se ten člověk školil u více lidí, respektive aby se šel kouknout pod ruce více lidem. Já jsem měla výhodu v tom, že jsem pracovala zároveň i na té směně a ty zprávy jsem dřív vyráběla. Takže to pro mě byla velká výhoda, protože jsem vlastně zpovzdálí sledovala, jak ten zprávař pracuje X let,“* (Respondentka 19). Potvrdil to i Respondent 17: *„Já jsem zhruba věděl, jak mám postupovat, protože zároveň pracuji pro Plus, ale na začátku jsem chodil na směny a díval se, jak pracují zkušenější kolegové,“* (Respondent 17). Stejně na tom byla Respondentka 18: *„Já jsem se prostě dívala párkrát, jak to dělají ostatní kolegové a pak už jsem si ty noční zprávy začala sama skládat, ale je pravda, že já pracuji jinde, takže pro mě bylo jednodušší zjistit, co a jak,“* (Respondentka 18).

Práci s novými kolegy popsala Respondentka 12: *„To zaučení vlastně funguje tak, že někdo přijde, sedne si tam a dívá se. Musí jako nasát tu atmosféru. Tím, že tam bude ten člověk sedět, tak vlastně asi pozná, jak to zpravodajství funguje, a ví, že nedá na začátek zpráv, že je někde výstava květin. A to, co tam jako dávat, to vypozeruje třeba od těch svých starších kolegů,“* (Respondentka 12). Doplnila ji Respondentka 13: *„Já jsem zaučovala několik kolegů a vždycky*

*to fungovalo tak, že přišli a začali se dívat, jaké zprávy vybírám a jak je řadím do relací. Ale to se nedá úplně vysvětlit, opravdu se to musí nakoukat a člověk časem pochopí, co patří na první místo a co by tam třeba být nemělo,*” (Respondentka 13).

Pravidla stanovená Kodexem Českého rozhlasu ale zprávaře ovlivňují i v osobním životě a vytváří určitou **autocenzuru** – například při účasti na veřejných akcích nebo fungování na sociálních sítích. *„Nešla bych třeba na demonstrace. Já se spíš snažím vůbec jako nevyjadřovat na téma politika někde veřejně,*“ (Respondentka 18). Stejně odpověděla Respondentka 20: *„Téměř nikdy neprezentuji své politické názory ani sympatie na sociální sítě. A když už, tak hodně o tom přemýšlím, jestli to je v pořádku nebo ne,*” (Respondentka 20). Jejich pohled sdílí všichni zprávaři, zároveň shodně uvádí, že autocenzuru nevnímají jako nějaké omezení nebo problém, protože nemají potřebu se k událostem vyjadřovat veřejně. Důležitá společenská témata případně řeší se svým okolím osobně.

Ačkoliv jsou důležitou součástí celého procesu výroby zpravodajství, nedostávají téměř žádnou **zpětnou vazbu**, a to ani od editorů, ani od vedení stanice. *„Když je ticho, tak je vlastně asi tak nějak všechno v pohodě. Když by byl problém, tak se ozvou,*” (Respondentka 18). Stejně k tomu přistupuje i Respondentka 13: *„Beru to tak, že pokud nezaznívá kritika, tak to, co děláme, děláme dobře,*” (Respondentka 13). Zprávaři přiznávají, že před začátkem pandemie koronaviru snahy o školení a zpětnou vazbu byly – konaly se ale zhruba dvakrát za rok a byly velmi obecné. Po skončení protiepidemických opatření se navíc neobnovily. Z rozhovorů vyplynulo, že nějakou formu zpětné vazby by ocenili všichni respondenti. V ideálním případě by s nimi měl někdo projít jejich konkrétní relace a upozornit je například na chyby v hlasovém projevu. Respondentky 13 a 19 uvedly, že si zpětnou vazbu dávají samy sobě, a to zpětným posloucháním jak svých zpráv, tak relací svých kolegů. Snaží se tak zlepšit svou intonaci, výslovnost a odhalit případné chyby. Zprávaři zmínili absenci porad – účastní se jich pouze výjimečně, v případě mimořádných událostí jako například volby. To je v kontrastu například s pozicemi editora, šéfredaktora nebo vedoucího redakce, kteří se porad účastní i několikrát denně. Podobně jako více zpětné vazby by všichni zprávaři ocenili i pravidelnější porady.

## 4.4 Jaké jsou postupy práce, které zprávaři při tvorbě relace používají? (VO4)

Zprávaři mají vytvořené automatizované postupy práce neboli mediální rutiny. Z rozhovorů vplynuly dva hlavní pojmy, které podobu rutin ovlivňují. Jsou to **organizační vlivy**, které zprávaře ovlivňují při každé směně. Druhý aspekt jsem souhrnně nazvala **výběr tématu**. Kromě samotného řazení zpráv a skládání relací tam patří vnější vlivy jako je publikum, časový tlak, zdroje nebo sledování konkurence.

Samotná práce zprávaře v řadě případů začíná už doma. Respondentky 13, 15, 16 a 19 zprávy sledují už před příchodem do práce, aby měly přehled o tom, jaká témata a kauzy jsou zrovna aktuální. Po přihlášení do vysílacího systému Dalet a Open Media je důležitým momentem **předání směny** dalšímu zprávaři, vysvětlil Respondent 14: „*Jsme nonstop provoz, takže je tam vždycky někdo před vámi. Od kolegy si teda poslechnu nějaký výběr toho, co asi je nejdůležitější ten den, popřípadě co bude následovat. Řekne mi třeba, jestli bude nějaká důležitá tisková konference. A já začnu,*” (Respondent 14).

Respondentka 18 doplnila: „*Tím, že jdu po někom, tak to už mám předeslané, co vysílali. Když nějakou zprávu nepoužili a měli pro to nějaký důvod, tak si vyhodnotím, jestli mi ta zpráva stojí za odvysílání. Někdy s nimi držím basu, někdy ne.*” O tom, že je předání směny důležité mluvila v rozhovoru i Respondentka 20: „*Kolega přede mnou mi nachystá první relaci. Upozorní mě na nějaký pro něj zajímavý věci, který buď odehrál nebo neodehrál,*” (Respondentka 18).

Kromě toho musí zprávaři **sledovat proudové vysílání**. Pomáhá jim s orientací ve vysílání celé stanice. Zamezuje ale například využití stejných zpráv nebo příspěvků krátce po sobě. „*Tu relaci dost klíčují na proud. Jednak zjistím, jak oni mají to řazení důležitých událostí. A musím to složit tak, abychom se nedublovali. Když jde v 06:08 zpravodaj ze Spojených států, tak já nemůžu použít jeho zprávu a hlas do své relace v 06:00, aby posluchač neslyšel stejnou věc dvakrát. Nebo naopak si dám jenom krátkou čtenou zprávu a upozorním posluchače, že v 06:08 k danému tématu řekneme podrobnosti,*“ (Respondent 14). „*Díky proudu mám v podstatě nějaký scénář dne, a tak vím, jak mám ty jednotlivé relace dál řadit,*” (Respondentka 12).

Na výběr témat mají respondenti vliv jen částečně. Jak upozornila Respondentka 20, zprávaři nerozhodují o tom, jaká témata bude stanice Radiožurnál a centrální newsroom zpravodajsky pokrývat. „*Ta agenda se nastavuje jinde, na těch každodenních a týdenních*

poradách. Rozhodují o tom, šéfové redakcí, editoři. My jako zprávaři už vlastně vybíráme z předem vybraného,” (Respondentka 18). Doplila ji Respondentka 12: „Témata jdou mimo nás, my se vlastně z těch porad editorů dozvíme, co je pro nás prioritou ten den, co budeme hrát,” (Respondentka 12).

Při konkrétním výběru zpráv a řazení relace se respondenti částečně rozhodují podle konceptu **zpravodajských hodnot**. Nejčastěji zmíněnou hodnotou byla prostorová blízkost a dopad na posluchače. „Bývalo to tak, že domácí témata byly na prvním místě – to jsou třeba informace z politiky, ekonomiky, předtím covid, teď je to často energetika. Ale je pravda, že po začátku války na Ukrajině se to změnilo a někdy začínáme i zahraničím, protože to má obrovský vliv i na lidi v Česku,” (Respondent 14). Stejně se rozhodovala také Respondentka 18: „Pokud se něco děje v Německu, tak to zařadím spíš než třeba volby v Indonésii, protože Německo je sousední stát, takže nás to logicky ovlivní víc,” (Respondentka 18). Dopad na posluchače byl důležitý i pro Respondentku 15: „Jsme na konci roku 2022 a lidi u nás trápí zdražování, peníze. Takže si myslím, že třeba to, jaké je HDP na Srí Lance je moc nezajímavé,” (Respondentka 15). Souhlasila i Respondentka 19: „Dám hodně na to, kolik lidí to může ovlivnit. Jestli je to hrozba. Když třeba vyjdou výsledky hospodaření ČEZu, tak naše posluchače to zasáhne až v několikátém kroku. Ale když vybuchne Temelín, tak to bude sakra průšvih a týká se to tisíce lidí v okolí, a nejen v něm,” (Respondentka 19). „Kromě politických záležitostí, bychom měli posluchačům pomáhat, měli bychom jim do určité míry usnadnit život a případně i nějaký rozhodování prostřednictvím servisních informací,” (Respondentka 13).

Dalšími hodnotami jsou závažnost: „Je jasné, že když jsou třeba přírodní katastrofy, jako povodně nebo požár v Českém Švýcarsku, tak tomu podřídíme vysílání a jedeme třeba jenom to. Nebo taky když zemřou významné osobnosti, to tu relaci ovlivní,” (Respondentka 15), aktuálnost: „Něco se stane a my tomu musíme přizpůsobit celou relaci, protože za hodinu, dvě už to buď nebude aktuální nebo to budou mít i další média. Už to třeba nebude mít takovou informační hodnotu,” (Respondentka 18), negativita: „Je to bohužel i v té negativní stránce, třeba počet obětí nějaké nehody,” (Respondentka 20), důležitost určité osoby nebo relevance dané zprávy: „Ve srovnání se soukromými médii v Českém rozhlase neplatí, že každá relace musí být domácí, zahraniční, sport a počasí. Ne, relevanci může tematicky získat naprosto cokoliv, ve chvíli, kdy to má dosah na ty lidi,” (Respondentka 13).

Když se zprávaři snažili popsat způsob, jakým vytváří jednotlivé relace, téměř v každém rozhovoru zaznělo slovní spojení **vnitřní pocit**. Zároveň pro ně bylo velmi těžké tento stav blíže popsat nebo vysvětlit, nakolik je v jejich práci ovlivňuje. Z rozhovorů vyplývá, že vnitřní

pocit má vliv jak na výběr témat, tak na celkové řazení a sestavení relace. „Když nezařadím nějaké téma, tak důvodem je právě takový vnitřní přesvědčení, ten pocit, že tato zpráva těm lidem jako vůbec nic neřekne a že to bude opravdu kulisový poslech, který jde jedním uchem tam a druhým ven,” (Respondentka 15). Stejně nad řazením zpráv přemýšlel i Respondent 14: „Řídím se nějak jako citem, taky tím, jak to dělali kolegové, jak se to prostě to téma zpracovávalo celý ten den předtím. Tak nějak jako nasaji atmosféru asi, co je nejdůležitější a podle toho prostě tak nějak zařazují ty zprávy. Nedám tam prostě informaci o tom, že deficit bude takový a takový, když prostě někdo někoho tady srazí, třeba 20 lidí na zastávce. Prostě je to takový podle citu, jak ta agenda se vede už od rána,” (Respondent 14). Intuici zmínila i Respondentka 19: „Já v tomto dost dám na svůj pocit, na nějaké svoje nastavení. V tomhle je to stejné, jako když je v ČTK něco červeného, to je nejdůležitější zpráva, tak se na to podívám a svým úsudkem si řeknu, jestli je to tak důležité nebo ne,” (Respondentka 19). Vnitřní pocit byl důležitý i pro Respondentku 12: „Já nevím, jak to popsat, je to prostě nějaká důležitost a za tu dobu víte, jak ty zprávy řadit, co je zajímavý pro ty lidi a co ne,” (Respondentka 12) a Respondentku 16: „Kdyby hořelo Národní divadlo, tak o tom nikdo nepochybuje, že to bude jako zpráva číslo jedna. Ale někdy jsou ty zprávy na plus minus stejné úrovni. A tak někdy vznikne spor, protože pocitově to může vidět zprávař nebo editor jinak, to řazení,” (Respondentka 16).

Jako další kritéria pro tvorbu a skládání relací zprávaři zmínili pestrost, vyváženost a přívětivost pro lidi. Odkazovali k takzvané **sendvičové metodě**, kterou popsal Respondent 2: „Jde o střídání lehkých a těžkých zpráv. Nesmí to celé být jenom tvrdé zprávy, musíme to naředit ideálně nějakou oddychovější, lehčí zprávou. Nebo to nesmí být jenom telefonáty. Po živém vstupu je někdy dobré dát čtenou zprávu, musí to mít trochu rytmus. Tou sendvičovou metodou chceme udržet pozornost posluchače. Ta je ostatně pro stanici typická,” (Respondent 2). Sendvičový způsob řazení sami od sebe v rozhovorech zmínili Respondenti 14 a 15. „Na začátku by mělo být něco těžšího, samozřejmě záleží na tom, co se děje. Po tom těžším tématu by mělo být něco, co to zjemní a co pro lidi bude užitečný. Snažím se, aby těžší téma bylo z domova, nějaký lehčí nebo spotřební téma z domova, předěl, nějaký těžší téma ze zahraničí a buď nějaký lehčí téma za zahraničí nebo tečka na závěr. Ta sendvičová metoda je typická a myslím, že ji děláme všichni a dlouho,” (Respondent 14). Pokračovala Respondentka 15: „Ty zprávy by vlastně měly mít jakoby sendvičový charakter – to znamená důležitý na začátek, pak to něčím odlehčit, potom tam dáme zase nějakou vážnější zprávu. A nakonec zajímavost. Aby to nebylo furt, tak jako těžký a smutný, protože život není jenom

*těžký smutný,*” (Respondentka 15). Další respondenti způsob svého řazení zpráv neoznačili přímo jako sendvičovou metodu, ale uvedli již zmíněnou pestrost: *„I když jsme na Radiožurnálu, nelze postavit relaci pouze na faktech a rozhodnutích. Je tam nutný vložit i něco lidského. Takže se snažím ty těžké, zásadní informace pro všechny zněznit tím, že tam dám něco regionálního s nějakým širším dopadem,*” (Respondentka 20) a vyváženost: *„Snažím se, aby fakt to nebyly jenom hrůzy po sobě. Kolikrát zvolím i něco vyloženě šíleného, a to nemyslím v negativním slova smyslu, abych rozbila ty těžkosti, který v těch zprávách jsou,*” (Respondentka 13). Respondentka 19 jako jediná uvedla, že se sendvičovou metodou moc neřídí a zprávy řadí od nejdůležitějších po odlehčenějších. Zároveň dodala, že ji to nikdy nebylo vytknuto.

Ačkoliv zprávaři v rozhovorech zdůrazňovali, že se při tvorbě relací řídí očekáváním a dopadem na publikum, je pro většinu těžké představit si **konkrétního posluchače**. *„Podle mě to není možný, vzhledem k tomu širokému záběru, který máme. Nejde se zaměřit na jednu skupinu. Právě proto, že jsme veřejnoprávní, musíme vysílat úplně pro všechny. Snažím se to variovat tak, abych věděla, že jednou je to pro dobře situovaného člověka, třeba zpráva o konci burzy s kryptoměny, a pak zase pro lidi, kteří žijí na vesnici,*” (Respondentka 13). Podobně odpověděli i Respondenti 12, 14, 15, 16 a 17. Naopak Respondentka 18 si představuje *„člověka z většího města. Většinou si myslím, že vesničani a maloměšťáci nás neposlouchají. Představuji si posluchače, který je vzdělanější, má střední školu a dál. Představuji si taky řidiče, úředníky,*” (Respondentka 18). Zároveň dodává, že ji to neovlivňuje v tvorbě zpravodajské relace: *„Že bych to škatulkovala na toho vzdělaného, třeba nějakého doktora, to ne,*” (Respondentka 18).

Při tvorbě relací je nutné myslet na rozdílné stopáže – ve zprávách o půl se nezařazují zvuky, jsou to krátké, čtené zprávy, jde o většinou čtyři informace a jednu sportovní zprávu, celkem to jsou tři až čtyři minuty ve vysílání. V celou hodinu jsou zpravodajské relace delší, součástí jsou i zvukové zprávy, celkem jde o zhruba šest minut. Na to, jestli bude konkrétní zpráva zařazená do vysílání, rozhoduje **časový tlak** a uzávěrky. *„Když nějakou zprávu nezahrají, tak jsou to většinou časové důvody, protože zprávy nejsou nafukovací, a když je nějaká zásadní událost, tak se na některé třeba regionální zprávy s menším dopadem prostě nedostane,*” (Respondentka 15). Časový tlak vnímala stejně i Respondentka 20: *„S tou stopáží bojuji často, potřebovala bych ji delší. Někdy prostě některé zprávy nezahrají, protože se tam časově nevejdou,*” (Respondentka 20). Respondentka 19 zaznamenala časový tlak především v ranním vysílání: *„Tam pro mě hraje roli každá minuta. Při denních nebo nočních zprávách se mi stane,*

že se můžu víc začíst do nějakých článků nebo se věnovat nějakému tématu. My jsme pořád v časové smyčce a tlačíme před sebou tu relaci. Odjedu jednu a už přemýšlím nad další. Ten čas prostě utíká a ten nezastavíte,” (Respondentka 19). Respondentka 16 se v časovém tlaku snaží vyvarovat chyb: „Ale zase si dávám pozor, abych neodehrála nějakou chybnou informaci. Radši počkám na ověření, než abych řekla něco špatně. To se nám stalo s nějakým hercem, řekli jsme, že zemřel, ale nebyla to pravda,“ (Respondentka 16).

Dalším vnějším vlivem jsou **zdroje**. V případě zprávařů jsou poměrně jasně definované – jsou to agenturní zprávy, především z České tiskové kanceláře a Reuters. „Odhaduji, že při běžném provozu tak 80 % tvoří to agenturní zpravodajství,” (Respondentka 19). Dalším zdrojem jsou vlastní témata a zjištění, na kterých pracují jednotliví redaktoři v terénu a redakcích, a také zprávy, které zveřejní **konkurence**. Sledování dalších zpravodajských webů a médií je tak pevnou součástí práce zprávaře. Uvedla to například Respondentka 14: „V newsroomu je asi deset televizí, kde běží různé české i zahraniční kanály. Už to člověka donutí sledovat, co se děje,” (Respondentka 14). Témata na zpravodajských webech sledovala i Respondentka 20: „Během směny sleduji základní zpravodajské servery – Novinky, iDnes, iRozhlas samozřejmě. Když je během směny nějaká tisková konference, tak si to pouštím,” (Respondentka 20). Respondentka 19 zmínila také sociální síť: „Já kromě zpravodajských webů sleduji i Twitter a další sociální síť,” (Respondentka 19). Pokud je informace z jiného zpravodajského webu pro zprávaře zajímavá, je to pro ně zdroj inspirace a navrhnou její zpracování editorovi. Podobu relace ovlivní i nečekané události – jde například o výbuch nebo dopravní nehodu.

#### 4.5 Které aspekty ovlivňují individuální gatekeeping u jednotlivých zprávařů? (VO5)

Přestože se zprávaři snaží při vykonávání své profese osobní vliv minimalizovat, z rozhovorů přesto vyplynuly tři oblasti, které s individuálním gatekeepingem souvisí – **osobní zájem, téma zprávy a forma zpracování**. Tyto vlivy se projeví hlavně ve výběru takzvaných teček na konci relace nebo v klidných dnech, kdy není jasně definovaná hlavní událost (například požár v Českém Švýcarsku), která by předznamenala podobu relace. Ve výběru zpráv se odráží zájem o určitou oblast v osobním životě, případně místo odkud zpráva pochází. „Já mám velmi blízko k přírodním vědám, takže pokud to vyjde v ČTK a já to nemám v nabídce, napíšu si to sama. Další věc je kultura, jako i starý filmy. Teď prostě je strašně moc herců, o kterých ani nevíte, jak se jmenují. Pokud se stane, že takový ty herci, který už bohužel umírají, ale zasáhli nějak

*do filmové sféry, tak to tam ráda dám. Ted' vím, že spoustě mladých to třeba nic neřekne. Ale dle mého názoru si ten člověk zaslouží nějaký prostor. Kdysi jsme na něj chodili a prostě padala nám čelist, jak je úžasný,*” (Respondentka 15).

Pro Respondenta 17 byl zajímavý sport: *„Pár let zpátky byl závod Formule 1 a v podružný soutěži Formuli 2 se zabil mladý kluk, byla to velká bouračka. Bylo to sotva ve sportovních zprávách, ale byla sobota nebo neděle ráno a neměl jsem tam, co dát, tak jsem šel za sportákem, aby mi to napsal. Takže zazněla konkrétní, vyžádaná věc z mého osobního zájmu,*” (Respondent 17). Respondentka 20 považovala za důležitou oblast kultury: *„Když je to třeba výstava, a já mám malíře ráda, tak si to tam ráda dám,*” (Respondentka 20). Kromě zájmu o oblast sport Respondent 17 uvedl, že si z regionální nabídky zpráv vybíral ty, které jsou mu územně bližší. Pokud je zpráva z kraje, odkud Respondent 17 pochází, je vyšší pravděpodobnost, že ji do vysílání zařadí. Představil si totiž dopad zprávy na konkrétní posluchače.

Zprávaři si nevybavili konkrétní situaci, kdy by cíleně odmítli zařadit informace do vysílání, protože byly proti jejich osobním hodnotám a přesvědčení. Objevilo se ale několik tematických oblastí, které vyvolávaly minimálně debatu s editory a mohly ovlivnit, zda se zpráva odsunula na méně atraktivní čas nebo se během směny konkrétního zprávaře nezahrála vůbec. Potvrdily to následující citace:

*„Nepatří k nám bulvární věci, typu – jako se stalo ted' nedávno – Jiří Ovčáček se oženil. To bych po kolezích asi nechtěla zpracovat. Taky by mi vadilo, kdyby mi od nějakého reportéra přišla zpráva, kde má respondenty, a přišlo by mi, že z těch lidí děláme hlupáky, což si myslím, že dokážeme posoudit. Tak bych to asi nepustila. To ať si nechá komerční rádio na nějakou výplň nebo klidně do proudového vysílání na nějakou srandičku, ale přijde mi, že do těch zpráv vedle vážných věcí to nepatří,*” (Respondentka 19).

*„V okamžiku, kdy se stane nějaká vražda, tak ne vždycky o ní informujeme, protože prostě je to vražda prostá, nemá nějaký další přesah a myslím si, že to je správně. To jsou třeba informace, který bych tam já dávat nechtěla – nějaký mordy a takový věci, které třeba ty bulvárnější média jsou schopný mít v otevírácích. Nemá to přesah pro toho daného posluchače kromě té hrůzy, která se tam třeba stane,*” (Respondentka 20).

*„Přiznám se třeba nějaký průzkumy, co zpracováváme. Jsem přesvědčená, že nemají ve zprávách moc svoje místo. Jde spíš o takový lehce ekonomikou líznutý témata, kterým rozumím naprosto přesně v proudu, ale myslím si, že to nemá příliš být ve zprávách,*” (Respondentka 13).



Průzkumy a ankety nerada zařazuje i Respondentka 18. Ta zároveň dodala: „Třeba koronavirus, počty v nemocnicích, nakažených, počty udělaných testů a tak dál. Fakt jsem měla problém to vysílat a už i zprávaři to začali docela ignorovat. Nebo se to odvysílalo jednou a dost, protože nám přišlo, že už ty nemocnice plný nejsou. Ta situace se docela uklidnila a nebyly v tu chvíli žádný opatření. Myslím si, že v určitou chvíli už to bylo za hranicí únosnosti pro posluchače. Já jsem měla pocit, že už bych je odrazovala, kdybych jim tam zase cpala, kolik je nemocných. Ignorovala jsem to, ale nebylo to po konzultaci s nikým, ale zároveň mi jako editoři neřekli, že to musím odvysílat,“ (Respondentka 18).

Ukázalo se, že pro zprávaře je důležitá i forma zpracování. Příspěvek musí být atraktivní pro zprávaře. Zároveň by měl splnit představu zprávaře o tom, co bude zajímavé pro posluchače. „Může to být zpráva z karlovarského festivalu, který je v našich měřítkách důležitý, ale může být udělaný neatraktivně pro toho posluchače a vlastně i pro mě jako gatekeepera. Ve chvíli, kdy v nabídce bude udělaná zpráva, která bude třeba o otevření rozhledny v Horní Dolní, ale bude udělaná hrozně hezky a bude za tím vidět ta práce, a to že je to zajímavá věc, tak to dám klidně raději než Vary,“ (Respondentka 19). Forma zpracování byla důležitá i pro Respondentku 20: „Asi nejzásadnější je forma zpracování. V okamžiku, kdy i člověk může opravdu informovat o výlovu ryb a může to udělat tak hezky, že si řeknu, jo, to tam musím dát, protože prostě to má kulisy, má to lidi, má to tu živost, vtáhne vás to na místo,“ (Respondentka 20) a Respondentku 15: „To téma je zajímavý, ale ta zpráva nebo ten příspěvek je postavený tak, že je to na úplný přestřihání nebo na úplný předělání, takže ta forma,“ (Respondentka 15).

## 5. Shrnutí a diskuse

V této části porovnáám poznatky z teoretické části práce a získané údaje z polostrukturovaných rozhovorů. Struktura kapitoly odpovídá stanoveným výzkumným otázkám.

V první výzkumné otázce jsem se věnovala vzniku zpravodajství stanice Radiožurnál a způsobu, jakým do tvorby vstupují zprávaři. Jako nejdůležitější se pro vznik a fungování celého zpravodajství ukázalo plánování. Za klíčové ho označují i Burton a Jiráček (2003, s. 114) nebo Shoemaker a Vos (2009, s. 59–61). Stanice Radiožurnál je součástí divize Zpravodajství (viz Schéma č.1), kde plánování probíhá formou pravidelných měsíčních, týdenních a dvou denních porad. Těch se účastní převážně pozice na úrovni středního managementu (vedoucí redakcí, editoři, koordinátoři, šéfredaktoři, šéfeditoři), kterou popisuje Trampota (2006, s. 53). Vedoucí redakcí tam představí plány a práci svých redaktorů, debatuje se také o chystaných

projektech Českého rozhlasu nebo aktuální agendě. O tematickém obsahu zpravodajství se rozhoduje právě na těchto poradách.

Na výrobě zpravodajství pro stanici Radiožurnál se podílejí dvě složky – jednotlivé redakce a centrální newsroom. Každá redakce (domácí, zahraniční, vědecká, kulturní, sportovní) má svého odpovědného vedoucího a reportéry, kteří zpracovávají informace v terénu. S principem specializovaných redakcí ve svém modelu pracují například Ruß-Mohl a Bakičová (2015, s. 152). Na výrobě zpravodajství participuje také řada pozic v centrálním newsroomu (viz Schéma č. 2), které ale nemají přesně stanovenou hierarchii. Z rozhovorů ale přesto vyplynulo, že určité způsoby rozdělení práce a odpovědnosti existují.

Výběr konkrétních témat vychází z výše zmíněných porad. Požadavky na konkrétní příspěvky předávají editoři Radiožurnálu jednotlivým koordinátorům newsroomu, domácí redakce a zahraniční redakce. Ti práci dál dle vlastního uvážení rozdělují mezi příložníky, směnu, případně reportéry v terénu, regionech nebo zahraničí. Hotové příspěvky koordinátoři poté znovu kontrolují a schválí. Do podoby příspěvků může zasáhnout editor – má totiž zodpovědnost za konečnou podobu proudového i zpravodajského vysílání Radiožurnálu. Odpovědnost mu přiřazuje Kodex Českého rozhlasu (Český rozhlas, nedatováno a), v literatuře práci editora stejným způsobem vymezuje například Burns (2004, s. 133–134). Po schválení se příspěvek dostane ke zprávaři. Ten do tvorby zpravodajství vstupuje jako poslední článek celého procesu a posluchačům zprostředkovává aktuální události.

Podobný způsob organizace práce v redakci nabízí Charles Tremayne (2008, s. 123). Ve svém modelu pracuje jak s oddělenými redakcemi, tak s přítomností redaktorů a editorů v centrálním newsroomu. Vzhledem k velkému počtu samostatných redakcí (domácí, zahraniční, vědecká, kulturní, sportovní) a zaměstnanců v newsroomu, je v divizi Zpravodajství patrná vysoká míra specializace a dělba práce. V odborné literatuře ji popisuje například Trampota (2006, s. 45). Vysoká míra dělby práce a centralizovaný newsroom odpovídají modelu anglosaských redakcí (například britská BBC), o kterém píše Frank Esser (1998, s. 375–377).

Divize Zpravodajství Českého rozhlasu se částečně dotknul i trend konvergence médií, kterému se věnují Aviles a Carvajal (2008, s. 225). Důsledkem je právě centrální zpravodajský newsroom. Někteří jeho zaměstnanci (koordinátoři, směnaři, příložníci) totiž pracují pro útvar Zpravodajství a publicistika a vyrábí zpravodajský obsah pro další stanice – nejčastěji Český rozhlas Plus nebo DAB Praha. Tento typ fungování popisuje například Dietmar Schantin (2015) a označuje ho jako **částečně integrovaný newsroom**. V případě newsroomu Českého rozhlasu

redaktoři netvoří obsah pro různé platformy (tisk, rádio, televize), ale pro více stanic jednoho média. Schantin zdůrazňuje, že taková struktura potřebuje moderátora, který stanoví priority. Tuto roli naplňuje pozice šéfreditora, který zodpovídá za celkové propojení vysílání stanic Radiožurnál, Český rozhlas Plus a Radiožurnál Sport. Pokud dojde ke sporu mezi editorem Radiožurnálu a šéfreditorem, musí o dalším postupu rozhodnout ředitel divize Zpravodajství nebo vedoucí programu Radiožurnálu.

Ve druhé výzkumné otázce jsem se zaměřila na roli zprávařů v rámci stanice Radiožurnál. Z předchozího odstavce vyplývá, že zprávaři stojí na pomyslném konci celého procesu tvorby zpravodajství. V případě Radiožurnálu není role zprávařů omezená jen na funkci „mluvící hlavy“ a čtení relací, které předem připraví editoři. Zprávaři se na vysílání aktivně podílí – zprávy si ve spolupráci s editory skládají do relací a rozhodují o jejich pořadí. Konkrétní zprávy ale vybírají už z předem filtrované nabídky. Ta vzniká na základě představ editorů, vedoucích redakcí a šéfreditorů na výše zmíněných každodenních poradách. Gatekeeping se tak ve zpravodajství Radiožurnálu týká několika pozic – s tímto předpokladem pracovali například Malcom Warner (in Tunstall, 1970, s. 158) nebo John McNelly (in Shoemaker a Vos, 2009, s. 18).

Pro výkon své role museli zprávaři splnit několik **profesních požadavků**. Z rozhovorů vyplynulo, že pro vedení stanice je nejdůležitější bezchybný hlasový projev, na který v literatuře upozorňuje Maršík (2020, s. 70) nebo Boyd (1995, s. 35–37), a schopnost formulovat zprávu jednoduše a srozumitelně směrem k posluchačům. Mezi další předpoklady patřila zvědavost, vzdělání a přehled o společenském dění. Dvě respondentky označily jako důležitý faktor talent.

Sami zprávaři svou pozici v rámci stanice Radiožurnál vnímali prostřednictvím **míry novinářské autonomie**. Ta se podle odpovědí projevuje především v možnosti ovlivnit řazení zpráv a tematickou skladbu relací. Všichni respondenti obecně považovali svou autonomii za velmi velkou. To odpovídá tvrzení Sjøvaag (2013, s. 155), která u veřejnoprávních novinářů předpokládá vyšší míru autonomie, protože nečelí tlaku reklamy nebo majitelů. Při detailní analýze rozhovorů jsem zjistila, že míra autonomie byla u každého zprávaře **odlišná** a závisela na několika **osobních faktorech**. Prvním byla osobnost konkrétního editora – některý editor každou relaci ještě před odvysíláním detailně prošel, jiný nechával její sestavení na zprávařích. Jelikož je základní tým zprávařů poměrně stálý (poslední zaměstnanec na hlavní pracovní poměr by přijat před 10 lety), vybuďovala se mezi editory a stálými zprávaři vzájemná důvěra, která se s délkou praxe prohlubuje. Rozdíl popisovali externí zprávaři, kteří pro stanici začali

pracovat během koronavirové pandemie. Přestože všichni dřív působili jako zprávaři na jiných stanicích Českého rozhlasu, byla kontrola ze strany editorů častější než u služebně starších kolegů.

Míra autonomie závisela i na **individuální povaze** a vlastnostech každého zprávaře – příkladem byla situace, kdy si z časových důvodů museli zprávaři napsat příspěvek do vysílání sami. Někteří uvedli, že v takových případech trvají na kontrole ze strany editora, aby ve vysílání nedošlo k chybě. Další část respondentů zprávy s editory nekonzultovala a rovnou je prezentovala ve vysílání. Důvodem bylo přesvědčení, že svou pozici vykonávají tak dlouho, že znají požadavky Radiožurnálu a formální i obsahovou podobu relací.

Ve třetí výzkumné otázce jsem řešila vliv mediální organizace na práci zprávařů. Stanice Radiožurnál je součástí veřejnoprávního média, rozhodování o obsahu proto podřizuje svému zákonem vymezenému poslání – službě veřejnosti. Podle Šmída (2004, s. 66–67) musí média veřejné služby zajistit přístup k informacím za předpokladu nezávislosti a objektivitu. Jejich služby jsou univerzálně dostupné a jednají vždy v zájmu příjemců-koncesionářů. Potvrdily to i odpovědi zprávařů – při své práci všichni kladou důraz na naplnění **zájmu a očekávání posluchačů**. Vliv mediální organizace vnímali především respondenti se zkušeností v soukromých médiích. Jako hlavní rozdíl označovali způsob financování – zpravodajství komerčních stanic bylo zaměřeno především na zisk, zásah publika a zájem sponzorů. Tlak na zajištění financování v případě veřejnoprávních médií odpadá – jejich příjem je garantován zákonem v podobě koncesionářských poplatků (Zákon č. 348/2005 Sb.). U soukromých stanic také respondenti zaznamenali zájem vlastníků médií nebo politiků ovlivnit podobu zpravodajství. V případě Radiožurnálu politické snahy o ovlivnění podoby zpravodajství uvedla jen jedna respondentka.

Pro všechny zprávaře byly důležité **hodnoty** a novinářské zásady, které Český rozhlas vyznává. Jde například o požadavek na vyváženost, objektivitu, zájem posluchače nebo pluralitu názorů, jak definuje Kodex Českého rozhlasu (Český rozhlas, nedatováno a). Pro respondenty bylo zároveň podstatné, že stejné hodnoty sdíleli jejich kolegové, kteří v divizi Zpravodajství (a především newsroomu) pracují. Vznikla **společná představa** o tom, jak má zpravodajské vysílání stanice Radiožurnál vypadat a co by posluchači chtěli slyšet. U zprávařů se představa částečně projevila při výběru témat do zpráv a řazení relací. Posilovala také vnitřní pocit zprávařů, kterému se blíže věnuji v následujícím odstavci. Společná představa ovlivnila také nové zprávaře. Ti při nástupu do práce nedostali oficiální manuál, který by obsahoval například informace o tom, jaký poměr zpráv z domova nebo zahraničí by do vysílání měli

zařadit. Práci zprávaře se učili pozorováním svých služebně starších kolegů, a vytvořili si tak stejnou představu o vysílání jako zbytek týmu. Ve sdílené představě zprávaře utvrzoval fakt, že nedostávali ze strany vedení stanice zpětnou vazbu na svou práci – ať už negativní nebo pozitivní. Všichni respondenti se totiž shodli na tom, že když zpětná vazba nezazní, odvádí svou práci dobře. Absence zpětné vazby může vést k profesní stagnaci zprávařů – všichni respondenti by ji proto v nějaké formě ocenili.

Práce pro veřejnoprávní médium ovlivnila zprávaře i v osobním životě. Všichni respondenti se shodli na tom, že by veřejně neměli vyjadřovat své názory a udržet si tak svou novinářskou objektivitu, kterou v literatuře zdůrazňuje například Deuze (2005, s. 448) nebo McQuail (2016, s. 116). Zprávaři zvažovali svou účast na jakýchkoliv demonstracích, veřejný projev politických názorů nebo působení na sociálních sítích. Vznikla určitá **autocenzura**, kterou ale respondenti vnímali jako součást práce pro veřejnoprávní médium a neoznačili ji za problém.

Ve čtvrté výzkumné otázce jsem se věnovala postupům práce, které zprávaři používají při tvorbě zpravodajských relací. Respondenti si vytvořili řadu opakujících se rutin, které jim pomáhají jejich práci zrychlit a zjednodušit. Vycházela jsem z kategorizace mediálních rutin podle Shoemaker a Reeseho (2014, s. 168). Ti pracují se třemi úrovněmi – orientace na publikum, zdroje informací a organizační kontext (tamtéž s. 168). Novináři si při tvorbě zpráv musí pokládat tyto otázky:

1. Co je přijatelné pro publikum?
2. Jaký informační materiál od zdrojů mají k dispozici?
3. Jaké rutinní postupy organizace vytváří, aby mohla zpracovat předkládaný materiál?

Jak vyplývá z předchozí výzkumné otázky, pro zprávaře bylo důležité naplnit hlavní poslání veřejnoprávního média, kterým je **zájem posluchačů**. Konkrétního posluchače (zprávaři je popsali jako osoby se středním nebo vysokoškolským vzděláním žijící spíše ve městech) si při sestavování relace představovali jen dva respondenti. Pro zbytek byla představa cílového posluchače – vzhledem k vysoké poslechovosti stanice – příliš abstraktní. Relace se tak snažili sestavit podle toho, aby byly přijatelné pro co nejširší skupinu posluchačů. V tom jim pomáhal koncept **zpravodajských hodnot**. Při rozhodování o tom, jestli zpráva bude zařazena do vysílání, v odpovědích jednoznačně převládala prostorová blízkost a dopad na posluchače. Upřednostnění právě těchto hodnot vyplývá také z Kodexu Českého rozhlasu (Český rozhlas, nedatováno a). Na výběr témat měly vliv také další kategorie, mezi které patřila závažnost, aktuálnost, negativita, důležitost určité osoby nebo relevance. Šlo o kombinaci toho,

jak zpravodajské hodnoty definovali Johan Galtung a Mari Ruge (1965, s. 68–72) a Jörgen Westerstahl a Folke Johansson (1994, s. 73). Všichni respondenti se zároveň shodli na tom, že se při sestavování relace řídili svým **vnitřním pocitem**. Tento motiv nedokázali zprávaři blíže popsat a vysvětlit, co pro ně v každodenní praxi znamená. Na tento problém upozorňuje Burns (2004, s. 46): „*Někdy dokonce tvrdí, že „prostě vědí, co mají dělat, aniž by o tom přemýšleli“.* Je to proto, že jejich myšlenkový proces, jakmile si jej jednou osvojili, probíhá *takřka nevědomě.*“ Odpovědi ukázaly, že si zprávaři internalizovali koncept vnitřních hodnot, které popisují právě prostřednictvím vnitřního pocitu. Důležitou událost (například požár v Českém Švýcarsku) by „pocitově“ zařadili ve vysílání na první místo, protože by měla velký dopad na posluchače. Vnitřní pocit se u zprávařů prohlubuje s délkou praxe a také výše zmíněnou společnou představou o zpravodajském vysílání stanice, kterou jsem popsala v předchozí výzkumné otázce. Zpravodajské hodnoty a zájem posluchače tedy hrály při výběru témat důležitou roli, podobně jako ve studii Buckalewa (1974), který tvrdil, že rozhlasoví editoři se rozhodují dle konceptu zpravodajských hodnot, a nikoliv podle svých individuálních charakteristik.

Se zájmem posluchače pracuje i **sendvičová metoda**, která je typická právě pro stanici Radiožurnál. Jde o způsob řazení jednotlivých příspěvků tak, aby došlo ke střídání těžších (politika, ekonomika) a lehčích (kultura, regionální událost) zpráv (Tuchman 1978, s. 48). Celá relace by tak pro posluchače měla být pestrá a vyvážená. Jen jedna respondentka uvedla, že se při skládání relací řídí pouze konceptem zpravodajských hodnot a svým vnitřním pocitem. Další zprávaři využívají – pokud je to možné a podobu relace neovlivní zásadní událost, například začátek války na Ukrajině – sendvičovou metodu automaticky.

Jako důležitý prvek se v rozhovorech ukázal **časový tlak**. Respondenti se během své práce řídí patnáctiminutovými, půlhodinovými nebo hodinovými deadliny. Shoemaker a Vos (2009, s. 56–57) upozorňují, že pokud je uzávěrka blízká, je gatekeeper limitován na ty zprávy, které jsou aktuálně k dispozici. Zprávaři ale uvedli, že je pro ně důležitější zprávu nejdříve ověřit (dle pravidel Kodexu Českého rozhlasu nejméně ze dvou zdrojů), než ji pod časovým tlakem zařadit do vysílání a riskovat tak odvysílání nepravdivé informace (nejčastěji jde o úmrtí veřejně známých osobností). Při výběru témat a řazení relací mají zprávaři k dispozici několik typů zdrojů. Jde o agenturní servis, především ČTK a Reuters. Dalším zdrojem jsou reportéři v terénu a zahraničních postech, zpravodajská směna a vlastní témata, která zpracovávají redaktoři jednotlivých redakcí – tedy **zpravodajská síť**, kterou v odborné literatuře popisuje Gaye Tuchman (1978, s. 23–27).

Ačkoliv se podle některých autorů (např. Pearson a Kosicki, 2016; Heinderyck a Vos, 2016; Singer, 2013) koncept gatekeepingu s nástupem nových médiích proměnil a výrazně ho například ovlivnila možnost komunikovat s publikem v reálném čase, u zprávařů jsem vliv internetu a sociálních sítí pozorovala pouze u sledování konkurence. Součástí newsroomu jsou televize, na kterých běží vysílání jak zpravodajské ČT24, tak zahraničních médií – například CNN. Zprávaři uvedli, že při práci sledují jiné zpravodajské weby a účty institucí nebo politiků na síti Twitter. Pokud je zpráva jiného média zaujme, navrhnou její zpracování editorům. Tento postup popisuje Bruns (2011, s. 117–121) jako *gatewatching*.

K **organizačním vlivům** patřilo předání směny a informací předchozím kolegou, kdy se zprávaři navzájem informovali o důležitých událostech a způsobu, jakým o nich ve vysílání referují. Důležité bylo sledování proudového vysílání, které by mělo zamezit použití stejných zvukových příspěvků krátce po sobě.

V páté výzkumné otázce jsem se zaměřila na aspekty, které ovlivňují individuální gatekeeping u jednotlivých zprávařů. Ty se projevovaly především v klidných dnech, kdy nebyla jasně definovaná hlavní událost, případně ve výběru regionálních zpráv nebo teček na konci relace.

Z rozhovorů vyplynuly tři okruhy, které ovlivňují, jestli zpráva bude zařazena do vysílání, případně odehraná v atraktivním čase. Šlo o **osobní vztah** k určitému tématu – například přírodní vědy, kultura, konkrétní sport. Pokud se některé z nich objevilo v nabídce, byla vyšší pravděpodobnost, že ho jednotliví zprávaři, které konkrétní téma zajímá, zařadí do vysílání. V jednom případě bylo důležité i to, že zpráva pochází z rodného kraje respondenta. Uměl si lépe představit posluchače, kterých se událost týká.

Roli hrálo **téma zprávy**. Všichni zprávaři uvedli, že nemuseli řešit situace, kdy by do vysílání nezařadili příspěvek, protože byl proti jejich osobním hodnotám. Některá témata ale nebyla u zprávařů příliš oblíbená – šlo o bulvární informace, některé průzkumy a ankety, prosté vraždy nebo třeba zprávy, které by si z posluchačů dělaly legraci.

Posledním aspektem byla **forma zpracování**. Pokud byl příspěvek například o otevření rozhledny na malé vesnici, ale byl zpracovaný zajímavě pro zprávaře (kvalita zvuku, příběh, zvukové kulisy) a tím pádem i posluchače, existovala vyšší pravděpodobnost, že takovou zprávu respondenti do své relace zařadí. Přestože se tato otázka věnovala individuálním faktorům v rámci gatekeepingu, byl zde patrný důraz na posluchače a naplnění jeho zájmu a očekávání.

## Závěr

V diplomové práci jsem se věnovala zprávařům na celoplošné veřejnoprávní stanici Radiožurnál. Mým cílem bylo zmapovat jejich roli ve vysílání této stanice a popsat faktory, které je při vybírání zpráv a sestavování zpravodajských relací ovlivňují. Tématu jsem se věnovala také v kontextu organizační struktury Radiožurnálu a zpravodajského newsroomu Českého rozhlasu. Hlavním teoretickým konceptem celé práce byl gatekeeping.

V první kapitole jsem představila několik přístupů, včetně proměn gatekeepingu ve 21. století. Při formulaci výzkumných otázek jsem vycházela především z hierarchického modelu vlivů podle Shoemaker a Reeseho (2014). V první kapitole jsem se také věnovala možnému pojetí novinářské profese a jejím zásadám a nabídla jsem různé pohledy na fungování a organizační strukturu redakcí, včetně srovnání britského a německého přístupu k organizaci novinářské práce. Ve druhé kapitole teoretické části jsem se zaměřila na definici pojmu zpravodajství a jeho specifickým v rozhlasovém vysílání. Věnovala jsem se také Českému rozhlasu a jeho ukotvení v českém mediálním a legislativním systému.

Pro zodpovězení stanovených cílů jsem zvolila kvalitativní přístup, konkrétně metodu polostrukturovaných rozhovorů. Těch se zúčastnilo celkem dvacet respondentů. Nejprve jsem mluvila s pracovníky centrálního zpravodajského newsroomu – za každou pozici jsem vybrala jednoho zástupce. Celkem se jednalo o jedenáct zaměstnanců, tyto rozhovory mi pomohly popsat organizační strukturu newsroomu a stanice Radiožurnál. Druhou skupinu tvořili zprávaři stanice Radiožurnál včetně externích spolupracovníků. Celkem šlo o devět respondentů.

V první výzkumné otázce jsem popsala vznik zpravodajství stanice Radiožurnál, včetně způsobu, kterým do tvorby vstupují zprávaři. Zaměřila jsem se především na pozice v centrálním zpravodajském newsroomu, protože je to místo, odkud zprávaři pracují. Stanice Radiožurnál funguje pod divizí Zpravodajství. Ta prostřednictvím tematických redakcí (domácí, zahraniční, kulturní atd.) a newsroomu zajišťuje výrobu zpravodajského a publicistického obsahu především pro stanice Český rozhlas Plus, Radiožurnál a částečně také pro další rozhlasové stanice. Základem pro fungování zpravodajství byly v Českém rozhlasu porady a plánování, které se konaly v pravidelném denním, týdenním a měsíčním rytmu. Porad se zpravidla účastnili editoři, vedoucí redakcí, šéfeditoři, kteří rozhodovali o výběru témat a způsobu zpravodajského pokrytí konkrétních událostí. Zadaná témata zpracovávali reportéři v terénu, jednotlivých redakcích nebo newsroomu (směna, příložník). Hotové příspěvky se scházely u koordinátorů v newsroomu, kde procházely několikanásobnou kontrolou (kromě



koordinátorů se do kontroly zapojili také editoři, kteří mají odpovědnost za celé vysílání) a po schválení se dostaly ke zprávařům. Ti do procesu výroby zpravodajství vstoupili jako poslední a jejich úkolem bylo výslednou práci prezentovat posluchačům. Detailní popis fungování newsroomu ve veřejnoprávním rozhlasovém zpravodajství považuji za jeden z přínosů této diplomové práce.

Ve druhé výzkumné otázce jsem se věnovala pozici zprávařů v rámci stanice Radiožurnál. Kromě prezentace zpráv posluchačům mají zprávaři jako gatekeeperi vliv na výběr témat a ve spolupráci s editory rozhodují o řazení jednotlivých zpráv do relací. Rozhovory ukázaly dva aspekty – prvním byly profesní požadavky na roli zprávařů ze strany vedení stanice. Patřil k nim bezvadný hlasový projev, kolegialita, vzdělání nebo přehled o společenském dění. Druhým aspektem byl pohled samotných zprávařů na svou roli, a to prostřednictvím míry novinářské autonomie. Všichni respondenti ji shodně označili za velmi velkou, u každého zprávaře byla ale míra autonomie odlišná. Záleželo na vztazích a osobnosti konkrétního editora a vzájemné důvěře mezi zprávařem a editorem, která se prohlubuje s délkou praxe zprávaře. Čím déle tedy zprávař pro stanici pracuje, tím větší míru autonomie pocítuje.

Ve třetí výzkumné otázce jsem zkoumala vliv organizace na práci zprávařů. Všichni respondenti se shodli, že při výběru témat i skládání relace pro ně byl důležitý zájem posluchače – jde o jedno z hlavních poslání veřejnoprávního média. Zprávaři se při práci museli řídit několika dokumenty, mimo jiné Kodexem Českého rozhlasu (Český rozhlas, nedatováno a). Ten v organizaci stanovuje zásady novinářské práce – patří mezi ně například požadavek na objektivitu, vyváženost, pestrost nebo dvojí kontrolu. Sdílením a dodržováním těchto hodnot vznikla u zprávařů a celého newsroomu kolektivní představa o podobě vysílání a toho, co chtějí posluchači slyšet. Do vysílání tak například nezařazovali některá témata (prosté vraždy nebo bulvár). Tuto představu získávali nově příchozí zprávaři, kteří se způsobu výběru témat a řazení relací učili pozorováním služebně starších kolegů.

Ve čtvrté výzkumné otázce jsem se věnovala postupům práce v podobě mediálních rutin, které si zprávaři vytvořili, aby se lépe vyrovnali s časovým tlakem v podobě pravidelných deadlinů. Šlo například o sledování proudového vysílání nebo předání směny a aktuálního dění s odcházejícím kolegou. V této části práce se ale znovu projevil fakt, že zprávaři považovali za důležitý zájem posluchače. Při sestavování relací se řídili kombinací zpravodajských hodnot (jako nejdůležitější respondenti označili prostorovou blízkost a předpokládaný dopad události na posluchače) a vnitřního pocitu – tedy zkušenosti a intuice, kterou při své práci používali všichni zprávaři, sami ale nedokázali pojem „vnitřní pocit“ konkrétně definovat. Z analýzy

rozhovorů vyplynulo, že šlo o spojení internalizovaných vnitřních hodnot, délky praxe na pozici zprávaře, vytvoření společné představy o vysílání s kolegy a kolektivní představy o tom, co by posluchač chtěl slyšet. Se zájmem posluchače pracovala také sendvičová metoda – způsob řazení relací, kdy se střídaly těžké (politika, ekonomika) zprávy s lehčími (kultura), aby výsledná relace byla pro posluchače pestrá a zajímavá.

V páté výzkumné otázce jsem se věnovala individuálním faktorům, které ovlivňovaly práci zprávařů. Ty se projeví nejčastěji v situacích, kdy nebyla jasně stanovená hlavní zpravodajská událost (například o víkendu) nebo při výběru poslední, odlehčené zprávy na závěr relace. Zprávaři v takových případech inklinovali k tématům, která jim byla blízká v osobním životě (kultura, věda, sport). V této části se opět projevila zájem posluchače – existovala témata, která se do vysílání nezařadila (bulvár, prosté vraždy, některé průzkumy), protože z pohledu zprávařů neměly na posluchače žádný dopad. S tím souvisela i forma zpracování – respondenti do vysílání raději zařadili příspěvek z menšího města, který sice měl dopad jen na omezený počet obyvatel, ale splňoval zprávařovu představu o tom, jak by měla vypadat atraktivní zpráva pro posluchače (kvalitní zvuk, kulisy, zajímavý příběh).

Výzkumné téma by bylo možné dál rozpracovat a doplnit například o zúčastněné pozorování, které by ověřilo výpovědi jednotlivých respondentů a četnost a intenzitu zmíněných jevů. Rozhovory ukázaly, že roli zprávařů kromě profesních požadavků formuje také míra jejich autonomie. Ta byla u každého respondenta odlišná a závisí na vztahu s editory a jejich vzájemné důvěře, která se prohlubuje délkou působení zprávařů na stanici Radiožurnál. Téma by bylo možné rozšířit o rozhovory se všemi editory stanice a jejich pohled na výběr témat a řazení relací. Takový výzkum by mohl blíže definovat, do jaké míry osobní vztahy podobu zpravodajství ovlivňují. Pro respondenty byly rovněž důležité hodnoty a novinářské zásady, které veřejnoprávní organizace vyjadřuje prostřednictvím několika legislativních dokumentů. Požadavky například na vyváženost, objektivitu a naplnění veřejného zájmu jsou tedy definovány zákonem. Má práce ukázala, že pro zprávaře byl důležitý především zájem posluchače, který se projevoval v řazení a výběru témat. Dosavadní znalosti o fungování veřejnoprávních médií by rozšířila práce, které by se věnovala aplikaci legislativních požadavků do každodenního vysílání například z pohledu jednotlivých pozic v centrálním newsroomu. Vhodným nástrojem by mohla být kombinace hloubkových rozhovorů, zúčastněného pozorování a obsahové analýzy.

## Summary

In my thesis I focused on the news presenters at the public broadcaster Radiožurnál which is part of Czech Radio. My aim was to map their role in the station's broadcasting and to describe the factors that influence them in the processes of the selection of news and the compilation of news reports. I also mentioned the topic in the context of the organizational structure of Radiožurnál and the newsroom of Czech Radio. The main theoretical concept of the whole thesis was gatekeeping. In the first chapter I presented several approaches, including the transformations of gatekeeping in the 21st century. In formulating the research questions, I drew primarily on Shoemaker and Reese's (2014) hierarchical model of influence. In the first chapter I also explored possible conceptions of the journalism profession and its principles and offered different perspectives on the functioning and organizational structure of newsrooms, including a comparison of British and German approaches to the organization of journalistic work. In the second chapter of the theoretical part, I focused on the definition of the concept of news and its specificities in radio broadcasting. I also focused on Czech Radio and its anchoring in the Czech media and legislative system.

I chose a qualitative approach, specifically the method of semi-structured interviews, to answer the set objectives. A total of twenty respondents took part in these interviews. First, I interviewed the staff of the central newsroom – I selected one representative for each position. There were eleven employees. These interviews helped me to describe the organizational structure of the newsroom and the Radiožurnál station. The second group consisted of the Radiožurnál newsroom staff, including external collaborators. In total, there were nine interviewees.

In the first research question, I described the organizational structure of the Radiožurnál newsroom, including the way in which the news presenters enter the production process. I focused primarily on positions in the central newsroom, as this is where the reporters work from. The Radiožurnál station operates under the Newsroom division. It produces news and journalistic content mainly for Czech Radio Plus, Radiožurnál and partly for other radio stations through thematic editorial offices (domestic, foreign, cultural etc.) and the newsroom. The basis for the functioning of the newsroom at Czech Radio was meetings and planning, which took place on a regular daily, weekly, and monthly basis. As a rule, the meetings were attended by editors, heads of editorial offices, and chief editors, who decided on the choice of topics and the manner of news coverage of specific events. The assigned topics were handled by reporters

in the field, in individual newsrooms or in the central newsroom. The coordinators brought the finished news into the newsroom, where they thoroughly checked them (editors, who have responsibility for the entire broadcast, were also involved in the checks) and once approved, reached the news presenters. They were the last to enter the news production process and their task was to present the final work to the audience. I consider the detailed description of the newsroom organizational structure in public radio news broadcast to be one of the main contributions of this thesis.

In the second research question, I focused on the position of new presenters within the Radiožurnál station. In addition to presenting the news to the listeners, the news presenters as gatekeepers have an influence on the selection of topics and in cooperation with the editors, decide on the order of individual news items in the sessions. The interviews revealed two aspects – the first was the professional requirement for the role of news presenters by the station management. These included having an impeccable voice, being friendly, being educated, and having an overview of the current events. The other aspect I was interested in was the view the news presenters hold about their roles when it comes to their own journalistic autonomy. All respondents consistently described it as very high, but the degree of autonomy varied from one reporter to another. It depends on the relationships and personality of the editors as well as the mutual trust between news presenters and editors, which deepens with the length of experience of the news presenters. Thus, the longer a news presenter works for a station, the greater the degree of autonomy he or she feels.

In the third research question, I investigated the effect of the organization on the work of the reporters. All respondents agreed that the interest of the listener was important to them when it comes to selecting topics and composing the session. This is one of the main missions of public service media. In their work, news reporters must follow several documents, including the Code of the Czech Radio. This sets out the principles of journalistic work within the organization – these include, for example, the requirement for objectivity, balance, diversity, and double-checking. By sharing and adhering to these values, the reporters and the entire newsroom have developed a collective idea of the shape of the broadcast and what listeners want to hear. Thus, for example, some topics (murders or tabloid stories) are not included in the broadcast. The newsroom newcomers take this process up from the senior colleagues by way of observing.

In the fourth research question, I looked at the workflows in the form of media routines that reporters have developed to better cope with the time pressure of regular deadlines,

for examples a stream of news or handing over a shift to a colleague. This part has shown that the news presenters are guided primarily by the interests of their listeners. In constructing sessions, they are guided by a combination of news values (respondents identified geographical proximity and the anticipated impact of the event on the listener as the most important) and their gut feeling (that is, combination of acquired experience and intuition, which all news presenters use but were not able to define specifically). Analysis of the interviews revealed it as a combination of internalized news values, length of experience as a reporter, the creation of a shared idea of the broadcast with colleagues, and an idea of what the listener would like to hear. The “sandwich method” also captures the listeners’ interest well. This is a specific way of sequencing sessions, alternating hard news (for example politics or economy) with soft news (for example cultural news).

In the fifth research question, I looked at the individual factors that influence the work of news presenters. These were shown most often in the situations where the main news event was not clearly identified (for example, during weekends) or in the selection of the last, lighter news item at the end of a session. In such cases, newscasters tend to focus on topics that are close to their personal lives (culture, science, sports). Again, this part reflects the listener's interests – there are some topics that are not included in the broadcast (tabloids, simple murders, some polls) because from the reporters' point of view they have no impact on the listeners. This is also related to the format – respondents prefer to include a story from a smaller town that has an impact on a limited number of inhabitants but meets the reporter's idea of what an attractive news story should look like to the audience (good sound or interesting story).

The research topic could be further developed and supplemented, for example, by participant observation in order to verify the statements of individual respondents and the frequency and intensity of the phenomena mentioned. The interviews revealed that the role of news reporters is shaped by the degree of their autonomy in addition to their professional requirements. This varies among respondents and depends on the relationship with the editors and their mutual trust, which is deepened by the length of time the reporters have worked at Radiožurnál. The topic could be expanded to include interviews with all the station's editors and their views on the selection of topics and the ordering of sessions. Such research could further define the extent to which personal relationships influence the shape of news coverage. Also important for the respondents were the values and journalistic principles expressed by the public service organization through several legislative documents. The requirements of balance, objectivity and fulfilment of the public interest are therefore defined by law. My work shows

that the listener's interest is of primary importance to the reporter, which is reflected in the order and selection of topics. The issue of public service media would be expanded by work that looks at the application of legislative requirements to everyday broadcasting, for example from the perspective of individual positions in the central newsroom. A combination of semi-structured interviews, participant observation and content analysis could be an appropriate tool.

# Zdroje

## Použitá literatura

AVILÉS, José A. G. a Miguel CARVAJAL, 2008. Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence: Two Models of Multimedia News Production — The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. **14**(2), 221–239. Dostupné z: doi:10.1177/1354856507087945.

BANTZ, Charles R., Suzanne MCCORKLE a Roberta C. BAADE, 1980. The News Factory. *Communication Research*. **7**(1), 45–68. Dostupné z: doi:10.1177/009365028000700103.

BASS, Abraham Z., 1969. Refining the “Gatekeeper” Concept: a UN Radio Case Study. *Journalism Quarterly*. **46**(1), 69–72. Dostupné z: doi:10.1177/107769906904600110.

BERKOWITZ, Dan, 1990. Refining the gatekeeping metaphor for local television news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, **34**(1), 55–68. ISSN 0883-8151. Dostupné z: doi:10.1080/08838159009386725.

BOYD, Andrew, 1995. *Příručka pro novináře: zpravodajství v rozhlase a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky.

BROERSMA, Marcel a Klaske TAMELING, 2013. De-converging the newsroom Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. *International Communication Gazette*. **75**(1), 19–34. Dostupné z: doi:10.1177/1748048512461760.

BRUNS, Axel, 2011. Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for Journalism. *Brazilian Journalism Research*. **7**(2), 117–136. Dostupné z: doi:10.25200/BJR.v7n2.2011.355.

BUCKALEW, James K., 1974. The Local Radio News Editor as a Gatekeeper. *Journal of Broadcasting*. **18**(2), 211–222. Dostupné z: doi:10.1080/08838157409363736.

BURNS, Lynette S, 2004. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-871-6.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK, 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal. ISBN 80-85947-67-6.

CIESLAR, Marek, 2018. *Funkce editora v televizním zpravodajství*. Praha. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce PhDr. Martin Lokšík.

ČUŘÍK, Jaroslav, 2014. *Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-7589-4.

DEUZE, Mark, 2005. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: SAGE Publications, **6**(4), 442–464. ISSN 1464-8849.

DUPAGNE, Michel a Bruce GARRISON, 2006. The Meaning and Influence of Convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*. 7(2), 237-255. Dostupné z: doi:10.1080/14616700500533569.

ESSER, Frank, 1998. Editorial Structures and Work Principles in British and German Newsrooms. *Journal of Communication*. 13(3), 375-405. Dostupné z: doi:10.1177/0267323198013003004.

GALTUNG, Johan a Mari H. RUGE, 1965. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*. 2(1), 64–90. Dostupné z: doi:10.1177/002234336500200104.

GIEBER, Walter, 1956. Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors. *Journalism Quarterly*. 33(4), 423–432. Dostupné z: doi:10.1177/107769905603300401.

HARCUP, Tony a Deirdre O'NEILL, 2016. What is News? News values revisited (again). *Journalism Studies*. 18(12), 1470-1488. ISSN 1469-9699. Dostupné z: doi:10.1080/1461670X.2016.1150193.

HAYNES, Kathryn, 2014. Reflexivity in Qualitative Research. In: SYMON, Gillian a Catherine CASSELL. *Qualitative Organizational Research: Core Methods and Current Challenges*. London: SAGE Publications, s. 72-89. ISBN 978-0-85702-410-7.

HENDL, Jan, 2016. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Vydání čtvrté, přepracované a rozšířené. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0982-9.

HVÍŽĎALA, Karel, 2003. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000–2003*. Praha: Máj. ISBN 80-86643-07.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ, 2015. *Masová média: základní teorie, metody a aplikace*. Vydání druhé, přepracované. Praha: Portál, Psyché (Grada). ISBN 978-80-262-0743-6.

KOUDELKA, Jaroslav, 1935. *Anglosaský tisk: Redakční, technické a komerční poměry novin britských i amerických*. Praha: Masarykova akademie.

KUNCZIK, Michael, 1995. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-134-x.

LAOR, Tal a Yair GALILY, 2020. Offline VS online: Attitude and behavior of journalists in social media era. *Technology in Society*. 61, 1-9. Dostupné z: doi:10.1016/j.techsoc.2020.101239.

LEWIN, Kurt, 1947. Frontiers in Group Dynamics: II. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research. *Human Relations*. 1(2), 143–153. Dostupné z: doi:10.1177/001872674700100201.

LIPPMANN, Walter, 1922. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company.

LOWERY, Wilson, 2015. *News Routines*. In: DONSBACH, Wolfgang. *The Concise Encyclopedia of Communication*. Chichester: Wiley Blackwell. ISBN 978-1-118-78930-8.



MARŠÍK, Josef, 2020. Rozhlasová zpráva a rozhlasové zpravodajství. In: OSVALDOVÁ, Barbora, ed. a KOLEKTIV. *Zpravodajství v médiích*. Vydání třetí, revidované. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, s. 65-79. ISBN 978-80-246-4612.

MCQUAIL, Denis, 2009. *Úvod do teorie masové komunikace: základní teorie, metody a aplikace*. Vydání čtvrté, přepracované a rozšířené. Praha: Portál, Psyché (Grada). ISBN 978-80-7367-574-5.

MIOVSKÝ, Michal, 2006. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu: základní teorie, metody a aplikace*. Vydání čtvrté, přepracované a rozšířené. Praha: Grada, Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-1362-5.

OSVALDOVÁ, Barbora, 2020. Zpravodajství. In: OSVALDOVÁ, Barbora, ed. a KOLEKTIV. *Zpravodajství v médiích*. Vydání třetí, revidované. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, s. 22-25. ISBN 978-80-246-4612-1.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA, 2007. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace: základní teorie, metody a aplikace*. Vydání třetí, rozšířené. Praha: Libri, Psyché (Grada). ISBN 978-80-7277-266-7.

PARK, Robert E, 1922. *The immigrant press and its control*. New York, London: Harper & brothers. ISBN 0837128870.

PATTERSON, Thomas E. a Wolfgang DONSBAGH, 1996. News decisions: Journalists as partisan actors. *Political Communication*. **13**(4), 455-468. Dostupné z: doi:10.1080/10584609.1996.9963131.

PEARSON, George D. H. a Gerald M. KOSICKI, 2016. How Way-Finding is Challenging Gatekeeping in the Digital Age. *Journalism Studies*. **18**(9), 1-19. ISSN 1469-9699. Dostupné z: doi:10.1080/1461670X.2015.1123112.

POWERS, Matthew, 2014. The Structural Organization of NGO Publicity Work: Explaining Divergent Publicity Strategies at Humanitarian and Human Rights Organizations. *International Journal of Communication*. **8**(1), 90-107.

QUINN, Stephen, 2004. An Intersection of Ideals: Journalism, Profits, Technology and Convergence. *Convergence*. **10**(4), 109-123. Dostupné z: doi:10.1177/135485650401000409.

REIFOVÁ, Irena, 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-926-7.

REICH, Zvi a Thomas HANITZSCH, 2013. Determinants of Journalists' Professional Autonomy: Individual and National Level Factors Matter More Than Organizational Ones. *Mass Communication and Society*. **16**(1), 133-156. Dostupné z: doi:10.1080/15205436.2012.669002.

REICHEL, Jiří, 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada. Sociologie. ISBN 978-80-247-3006-6.

ROBINSON, Gertrude J, 1973. *25 Jahre »Gatekeeper« -Forschung: Eine kritische Rückschau und Bewertung*. In: AUFERMANN, Jörg, BOHRMANN, Hans a SÜTZER, Rolf. *Gesellschaftliche Kommunikation und Information: Forschungsrichtungen und Problemstellungen Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation*. Frankfurt am Main: Athenäum Verlag, s. 344-356. ISBN 3761058578.

RUSS-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ, 2005. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0158-8.

SIGAL, Leon V., 1973. *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington: Houghton Mifflin Harcourt. ISBN 0669892769.

SILNÁ, Anna, 2019. *Gatekeeping v prostředí kulturních redakcí vybraných zpravodajských médií*. Brno. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Viktor Pantůček, Ph.D.

SINGER, Jane, 2013. User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New media & society*. **16**(1), 55-73. Dostupné z: doi:10.1177/1461444813477833.

SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE, 2014. *Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-0-41598914-5.

SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS, 2009. *Gatekeeping theory*. London: Routledge. ISBN 978-0-415-98138-5.

SCHMIDT, Christiane, 2004. The Analysis of Semi-structured Interviews. In: FLICK, Uwe, Ernst VON KARDOFF a Ines STEINKE, ed. *A Companion to Qualitative Research*. London: SAGE Publications, s. 253-259. ISBN 0 7619 7375 3.

SJØVAAG, Helle, 2020. Journalistic Autonomy: Between Structure, Agency and Institution. *Nordicom Review*. **34**(1), 155–166. Dostupné z: doi:10.2478/nor-2013-0111.

STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN, 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce. ISBN 80-85834-60-x.

ŠMÍD, Milan, 2004. Diskuse o vysílání veřejné služby v evropském kontextu. In: *Rozvoj české společnosti v Evropské Unii III (Média, Teritoriální studia)*. Praha: Matfyzpres, ISBN 80-86732-35-5.

THOMPSON, Rick, 2010. *Writing for Broadcast Journalists*. 2nd edition. Routledge. ISBN 9780415581684.

TRAMPOTA, Tomáš, 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-096-8.

TREMAYNE, Charles N., 1981. The Social Organisation of Newspaper Houses. *The Sociological Review*. **29**(1), 121-140. Dostupné z: doi:10.1111/j.1467954X.1981.tb03273.x.

TUCHMAN, Gaye, 1978. *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press. ISBN 0029329302.

VALČEK, Peter, 2011. *Slovník teórie médií A-Ž*. Bratislava: Literárne informačné centrum. ISBN 978-80-8119-042-1.

VOLEK, Jaromír a Marina URBÁNIKOVÁ, 2017. *Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi*. Praha: Academia. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6.

VOS, Tim a Francois HEINDERYCKX, 2016. Reformed Gatekeeping. *Communication and Media*. 11(36), 29-46. Dostupné z: doi:10.5937/comman11-10306.

WARNER, Malcom, 1970. Decision Making in Network News. In: TUNSTALL, Jeremy. *Media Sociology: A Reader*. London: Constable. ISBN 0-09-456001-3.

WESTERSTAHL, Jörgen a Folke JOHANSSON, 1994. Foreign News: News Values and Ideologies. *European Journal of Communication*. 9(1), 71–89. Dostupné z: doi:10.1177/0267323194009001004.

WHITE, David Manning, 1950. The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*. 27(4), 383–390. Dostupné z: doi:10.1177/107769905002700403.

## Internetové zdroje

AUST, Ondřej, 2022. Nejposlouchanější zůstává Radiožurnál, Blaník předstihla Evropa 2. In: *Mediář* [online]. Praha: News Media, 09.11.2022 [cit. 2022-09-13]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/nejposlouchanejsi-zustava-radiozurnal-blanik-predstihla-evropa-2/>.

ČESKÝ ROZHLAS, 2016. Rada Českého rozhlasu: Statut Českého rozhlasu. In: *Český rozhlas* [online]. Praha: Český rozhlas, ©2022 [cit. 2022-09-22]. Dostupné z: <https://rada.rozhlas.cz/statut-ceskeho-rozhlasu-7722273>.

ČESKÝ ROZHLAS, 2022. MujRozhlas: Lidé. In: *MujRozhlas* [online]. Praha: Český rozhlas, ©2022 [cit. 2022-09-14]. Dostupné z: <https://www.mujoyrozhlas.cz/lide>.

ČESKÝ ROZHLAS, nedatováno a. Rada Českého rozhlasu: Kodex Českého rozhlasu. In: *Český rozhlas* [online]. Praha: Český rozhlas, ©2022 [cit. 2022-09-22]. Dostupné z: <https://rada.rozhlas.cz/kodex-ceskeho-rozhlasu-7722382>.

ČESKÝ ROZHLAS, nedatováno b. Celoplošné stanice. In: *Český rozhlas* [online]. Praha: Český rozhlas, ©2022 [cit. 2022-10-20]. Dostupné z: <https://portal.rozhlas.cz/stanice>.

ČESKÝ ROZHLAS, nedatováno c. O rozhlase. In: *Český rozhlas* [online]. Praha: Český rozhlas, ©2022 [cit. 2022-09-20]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/o-rozhlase-7752675>.

HLAVINKA, Tadeáš, 2019. Rozdělené redakce, nebo jeden obří newsroom? Vydavatelství mění novinářskou praxi. In: *Česká televize: ČT24* [online]. Praha: Česká televize, 15.9.2019 [cit. 2022-09-03]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/2925104-rozdelene-redakce-nebo-jeden-obri-newsroom-vydavatelstvi-meni-novinarskou-praxi>.

KEDROŇ, Radek, 2017. IROZHLAS.cz má nový newsroom: Podívejte se, kde pro vás připravujeme zprávy. In: *IROZHLAS.cz* [online]. Praha: Český rozhlas, 6.10.2017 [cit. 2022-10-03]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/sedime-v-novem-newsroomu-podivejte-se-kde-pro-vas-irozhlas.cz-pripravuje-zpravy\\_1710061625\\_rez](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/sedime-v-novem-newsroomu-podivejte-se-kde-pro-vas-irozhlas.cz-pripravuje-zpravy_1710061625_rez).

MARKETING&MEDIA, 2021. Economia završila přeměnu newsroomu. Šéfredaktoři mají větší odpovědnost. In: *Marketing&Media* [online]. Praha: Forum Media, 02.12.2021 [cit. 2022-09-22]. Dostupné z: <https://mam.cz/zpravy/2021-12/economia-završila-premenu-newsroomu-sefredaktori-dostanou-vetsi-odpovednost/>.

MORAVEC, Václav, 2000. Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999). *Svět rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, (3), 1-153 [cit. 2022-09-18]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/02185792.pdf>.

SCHANTIN, Dietmar, 2015. Organisational types of newsrooms in a digital/print environment. In: *Institute for Media Strategies* [online]. 18.04.2015 [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://www.instituteformediastrategies.com/organisational-types-of-newsrooms-in-a-digital-print-environment/>.

ŠMÍD, Milan, 2011. Vysílání veřejné služby v zemích Evropské unie, jeho organizace a fungování. In: *Poslanecká Sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. Praha: Parlamentní institut [cit. 2022-09-26]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=70698>.

## Legislativní dokumenty

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, 1995. In: *Sbírka zákonů České republiky*. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1995-40>.

Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, 1999. In: *Sbírka zákonů České republiky*. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1999-106>.

Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), 2000. In: *Sbírka zákonů České republiky*. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>.

Zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), 2005. In: *Sbírka zákonů České republiky*. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2005-127>.

Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, 2006. In: *Sbírka zákonů České republiky*. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-262>.

Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů, 2005. In: *Sbírka zákonů České republiky*. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2005-348>.

Zákon č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, 1991. In: *Sbírka zákonů České republiky*. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-468>.

Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, 1991. In: *Sbírka zákonů České republiky*. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-484>.


## **Další zdroje**

ČESKÝ ROZHLAS, 2012. *Rukověť Zpravodajství Českého rozhlasu*. Praha. [Interní a neveřejný dokument Českého rozhlasu].

# Teze diplomové práce

SCHVÁLENO

*MF - 26.7.21*

<b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b> <b>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce</b>	
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>	
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Gálová Gabriela	<b>Razítko podatelny:</b>  
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2017/2018	
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> gabriella.galova@gmail.com	
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Mediální studia/prezenční	
<b>Předpokládaný název práce v češtině:</b> Role zprávařů v rozhlasovém zpravodajství, případová studie ČRo Radiožurnál	
<b>Předpokládaný název práce v angličtině:</b> The agenda/role of news writers in radio broadcast, case study of Český rozhlas Radiožurnál	
<b>Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)</b> (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) <b>LS 2020/2021</b>	
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):</b>  Zprávaři mají na stanici Radiožurnál Českého rozhlasu specifickou pozici - sami rozhodují o pořadí zpráv, v některých případech je i sami vytváří a vybírají si zprávy, které do vysílání zařadí. To je spojeno s procesem nastolování agendy a gatekeepingu — tedy rozhodování o tom, které zprávy budou do vysílání zařazeny. V mediálních studiích poprvé použil americký sociolog David Manning White. Ve svém výzkumu upozornil, že do vysílání se dostane jen 10 % materiálu, které zveřejní zpravodajské agentury. Mezi autory, kteří se gatekeepingem zabývali, patří například Pamela Shoemaker. V České republice se o gatekeepingu zmiňují knihy věnované mediální teorii (např. kniha Zpravodajství od Tomáše Trampoty nebo Slovník mediální komunikace od Ireny Reifové a další). Zatím nevznikla práce, která by uceleně popsala agendu zprávařů a jejich vliv na zpravodajství.	
<b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):</b>  Diplomová práce si klade za cíl identifikovat faktory, které ovlivňují práci zprávaře v ČRo Radiožurnál, popsat strukturu vysílání a spolupráci s ostatními pozicemi a zjistit, jak jejich práce ovlivňuje obsah zpravodajství tohoto veřejnoprávního média.  Nejdůležitější cíle diplomové práce jsou ukotveny v následujících výzkumných otázkách:  VO1: Jak vzniká zpravodajství ČRo Radiožurnál, jakým způsobem do tvorby vstupují zprávaři? VO2: Jak se definuje role zprávaře v rámci hierarchie ČRo Radiožurnál? VO3: Jak zprávaře ovlivňuje organizace, ve které pracují? VO4: Jaké jsou postupy práce, které zprávaři při tvorbě relace používají? VO5: Které aspekty ovlivňují individuální gatekeeping u jednotlivých zprávařů?	
<b>Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):</b>	

## Úvod

### Teoretická část

**Nastolování agendy** - sociální konstrukce reality, Chapel Hill study - McCombs, James Dearing a Everett Rogers - tři kategorie - veřejná, mediální a politická agenda, kdo nastoluje mediální agendu

1. **Gatekeeping** — vysvětlení pojmu (Kurt Lewin, interpretace studie Davida Manninga Whita), v práci budu vycházet hlavně pojetí Pamelý Shoemaker a Tima Vose, kteří vytvořili pětiúrovňový model - ten se věnuje úrovni mediální organizace, mediálních rutin, individuální úrovni, ideologii a extramediální úrovni, pro práci jsou nejdůležitější první tři úrovně
  - 1.1. **Úroveň mediální organizace** — na zveřejnění zprávy má vliv kontext organizace, Jan Jiráček a Barbara Köpplová upozorňují na financování, vlastnictví a autonomii jednotlivých organizací
  - 1.2. **Mediální rutiny** — podle Shoemaker a Vose pomáhají rozlišit, jestli je jednání gatekeepera ovlivněno jeho osobností nebo tím, že jedná v rutinách postupech
    - 1.2.1. **Publikum a zpravodajské hodnoty** — podle Shoemaker zařazují novináři do vysílání zprávy podle toho, jak osloví publikum, pomáhají jim v tom zpravodajské hodnoty — výzkum Johana Galtunga a Mari Ruge, studie Westerstahla a Johanssona,
    - 1.2.2. **Pravidla pro výběr informačních zdrojů** — studie Herberta Ganse a Leona Sigala
    - 1.2.3. **Zpracování mediálního obsahu** — vytvoření procesních rutin, slouží například k tomu, aby se včas odevzdal příspěvek, zahrnuje taky denní a týdenní plánování,
  - 1.3. **Individuální úroveň** — podle Shoemaker a Reseeho zde vstupují představy novináře o tom, jaká zpráva je nebo není vhodná, souvisí to s faktory, jako jsou pohlaví, věk, víra, vzdělání. Pracovníky pak rozděluje na participanty, kteří se aktivně snaží otevírat společenská témata a na ty, kteří mají neutrální přístup, v neposlední řadě gatekeepery ovlivňuje příslušnost k organizaci, ve které pracují.
2. **Český rozhlas jako součást mediálního systému ČR** — duální systém, stručná historie, podkladem bude web Českého rozhlasu
  - 2.1. **Legislativní fungování ČRo a současná podoba vysílání** — médium veřejné služby (zákon), představení stanic
  - 2.2. **Zpravodajství ČRo** — schéma redakcí, vysvětlení kompetencí na základě rozhovoru s ředitelem zpravodajství a informací na webu ČRo
  - 2.3. **Struktura newsroomu** — jak jsou rozdělené kompetence, Dietmar Schantin v rámci konvergence definoval 3 typy newsroomu, ČRo odpovídá Multiple Media Newsroom, britská podoba fungování redakce - Frank Esser
  - 2.4. **Proces tvorby zpráv** — jaký je proces tvorby zpráv od té doby co událost vydá např. ČTK až po vysílání, jaké pozice do toho vstupují, kdy do toho vstoupí zprávař?
    - 2.4.1. **Typy zpráv ve vysílání** — headline, čtená zpráva, zpráva se zvukem, živý vstup, reportáž
  - 2.5. **Zprávaři v komerčním a veřejnoprávním médiu** — definice pozice a předpoklady pro práci zprávaře (Tomáš Trampota, Andrew Boyd), vysvětlení rozdílů v tvorbě relací a pravomocí zprávařů, popsala bych jedno komerční médium, vysvětlení proč jsou zprávaři v ČRo specifictí
3. **Metodologie**
  - 3.1. Cíle a otázky
  - 3.2. Metodologie
  - 3.3. Participanti
  - 3.4. Analýza dat
4. **Hlavní zjištění**
5. **Diskuse**
6. **Závěr**

<b>7. Zdroje</b>
<b>Vymezení podkladového materiálu</b> (např. titul periodika a analyzované období): Autorka práce si zvolila participační kvalitativní výzkum a metodu zúčastněného pozorování a polostrukturovaných rozhovorů se zprávaři a ředitelem zpravodajství. Podkladovým materiálem tedy budou rozhovory a přepisy rozhovorů.
<b>Metody (techniky) zpracování materiálu:</b>  Autorka zvolila metodu zúčastněného pozorování a polostrukturovaných rozhovorů.
<b>Základní literatura</b> (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):  DEARING, James a Everett ROGERS. <i>Agenda-setting</i> . Londýn: SAGE Publications, 1996. ISBN 978-0761905622.  JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. <i>Masová média</i> . Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3  LIPPMANN, Walter. <i>Veřejné mínění</i> . Přeložil Ladislav KÖPPL. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0939-3.  MCCOMBS, Maxwell. <i>Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění</i> . Praha: Portál 2009. ISBN 978-80-7367-591-2  SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE, 2014. <i>Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective</i> . Third edition. New York: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-0-41598914-5.  SHOEMAKER, Pamela J. a Tim P. VOS, 2009. <i>Gatekeeping theory</i> . London: Routledge. ISBN 978-0-415-98138-5.  STRAUSS, Anselm L. a Juliet M. CORBIN, 1999. <i>Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie</i> . Boskovice: Albert. SCAN. ISBN 80-85834-60-X  TRAMPOTA, Tomáš, 2006. <i>Zpravodajství</i> . Praha: Portál. ISBN 80-7367-096-8.
<b>Diplomové a disertační práce k tématu</b> (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)  CIESLAR, Marek. <i>Funkce editora v televizním zpravodajství</i> . Praha, 2018. 30 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce PhDr. Martin Lokšík.  SILNÁ, Anna. <i>Gatekeeping v prostředí kulturních redakcí vybraných zpravodajských médií</i> . Brno, 2019. Diplomová práce. Masarykova Univerzita v Brně. Vedoucí práce Mgr. Viktor Pantůček, Ph.D.



Datum / Podpis studenta/ky

11.1.2021



**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Vlastimil Nečas

7. ledna 2021



Příjmení a jméno pedagoga

Datum / Podpis pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.**

## Seznam obrázků, tabulek a schémat

Obrázek 1: Hierarchický model vlivů .....	14
Obrázek 2: Organigram redakce.....	25
Obrázek 3: Možné uspořádání redakce .....	27
Obrázek 4: Možné typy newsroomu .....	29
Obrázek 5: Možné typy newsroomu .....	29
Obrázek 6: Možné typy newsroomu .....	30
Tabulka 1: Charakteristika respondentů .....	40
Tabulka 2: Příklad označování jevů .....	43
Tabulka 3: Kategorizace jevů .....	44
Schéma 1: Hierarchie divize Zpravodajství .....	46
Schéma 2: Organizační struktura newsroomu.....	47

## Seznam zkratk

BBC – British Broadcasting Corporation

ČTK – Česká tisková kancelář

ČRo – Český rozhlas

## Seznam příloh

Příloha č.1: Rámcová struktura rozhovoru – první skupina respondentů

Příloha č.2: Rámcová struktura rozhovoru – druhá skupina respondentů

Příloha č.3: Vzor informovaného souhlasu s rozhovorem

Příloha č.4: Tabulka kategorií a subkategorií

Přepisy rozhovorů s respondenty jsou kvůli svému rozsahu přiloženy pouze elektronicky.

Příloha č.5: Přepis rozhovoru – Respondent 1

Příloha č.6: Přepis rozhovoru – Respondent 2

Příloha č.7: Přepis rozhovoru – Respondent 3

Příloha č.8: Přepis rozhovoru – Respondentka 4

Příloha č.9: Přepis rozhovoru – Respondentka 5

Příloha č.10: Přepis rozhovoru – Respondent 6  
Příloha č.11: Přepis rozhovoru – Respondentka 7  
Příloha č.12: Přepis rozhovoru – Respondent 8  
Příloha č.13: Přepis rozhovoru – Respondentka 9  
Příloha č.14: Přepis rozhovoru – Respondentka 10  
Příloha č.15: Přepis rozhovoru – Respondent 11  
Příloha č.16: Přepis rozhovoru – Respondentka 12  
Příloha č.17: Přepis rozhovoru – Respondentka 13  
Příloha č.18: Přepis rozhovoru – Respondent 14  
Příloha č.19: Přepis rozhovoru – Respondentka 15  
Příloha č.20: Přepis rozhovoru – Respondentka 16  
Příloha č.21: Přepis rozhovoru – Respondent 17  
Příloha č.22: Přepis rozhovoru – Respondentka 18  
Příloha č.23: Přepis rozhovoru – Respondentka 19  
Příloha č.24: Přepis rozhovoru – Respondentka 20

## **Příloha č. 1: Rámcová struktura rozhovoru – první skupina respondentů**

### Obecné

- Jak dlouho pracujete v médiích?
- Jak dlouho pracujete pro Český rozhlas?
- Pracoval/a jste předtím jinde?
- Jaké je vaše vzdělání?

### Kontext organizace

- Můžete popsat, co všechno to obnáší?
- Můžete popsat hierarchii newsroomu z vašeho pohledu?
- S kým musíte spolupracovat?
- Jak spolupráce probíhá?
- Jakou roli má vaše pozice?

### Mediální rutiny

- Jak vypadá vaše běžná směna?
- Máte nějaké porady?
- Jak dlouhé jsou vaše směny?

## **Příloha č. 2: Rámcová struktura rozhovoru – druhá skupina respondentů**

### Obecné

- Jak dlouho pracujete v médiích?
- Jak dlouho pracujete pro Český rozhlas?
- Pracoval/a jste předtím jinde?
- Jaké je vaše vzdělání?

### Kontext organizace

- Zastáváte pozici zprávaře, můžete popsat, co všechno to obnáší?
- Můžete popsat hierarchii newsroomu z vašeho pohledu?
- S kým musíte spolupracovat?
- Jak spolupráce probíhá?
- Ovlivňuje vaši práci to, že pracujete pro veřejnoprávní médium?
- Jakou roli má vaše pozice?
- Máte představu o cílovém posluchači?
- Přizpůsobujete tomu pořadí zpráv?
- Jak vnímáte míru své autonomie?

### Mediální rutiny

- Jak vypadá vaše běžná směna?
- Co uděláte jako první, když přijdete do práce?
- Jak si koordinujete práci?
- Máte nějaké porady?
- Jak dlouhé jsou vaše směny?
- Jak často sloužíte?
- Co/ Kdo jsou zdroje pro vaše zprávy?
- Sledujete, co se objevuje u konkurence?
- Ovlivní to nějak vaše zařazení události do zpráv?
- Jak časté jsou deadlines?
- Kolik času máte na zpracování jedné zpravodajské relace?
- Jste pod časovým tlakem? Ovlivňuje to váš výběr událostí, které zařadíte do zpráv?

## Individuální gatekeeping

- Podle čeho si vybíráte, jakou zprávu do vysílání zařadíte?
- Co jsou rozhodující kritéria?
- Máte nějaké pro tvorbu relací interní pravidla/příručku?
- Jak má podle vás dobrá rozhlasová zpráva vypadat?
- Vybíráte si někdy některé zprávy podle toho, co vás baví v osobním životě?
- Musí být stejný počet zpráv z domácí, zahraniční sportovní, kulturní redakce?
- Řídíte se kodexem i v osobním životě?
- Je rozdíl v tvorbě jednotlivých zpravodajských relací?
- Rozhodujete o pořadí zpráv jenom vy nebo ještě někdo další?
- Píšete si někdy zprávy sám/a? V jakých případech?
- Kontrolujete faktickou správnost zpráv?
- Rozdělujete nějak zprávy podle jejich závažnosti či témat do kategorií? Proč?
- Má jejich kategorie vliv na zařazení do zpráv?
- Kdo rozhodne o tom, jestli a v jakém pořadí se zpráva odvysílá? Můžete to ovlivnit?
- Dostáváte zpětnou vazbu?
- Je nějaké téma, které byste do vysílání nezařadila, protože to není v souladu s vašimi hodnotami (přestože Kodex to přímo nezakazuje)?
- Byla někdy nějaká kauza, o které si myslíte, že se neměla vysílat? Proč?
- Jaké vlastnosti musí mít dobrý zprávař?

## Rekapitulace

- Zkuste mi znovu popsat proces vytváření relace
- Podle čeho se rozhodujete, že se zpráva zařadí do vysílání?
- Je něco, co vás během rozhovoru ke gatekeepingu napadlo a chtěl/a byste dodat?

### **Příloha č. 3: Vzor informovaného souhlasu s rozhovorem**

#### **Souhlas se zpracováním osobních údajů**

Dnes jsem poskytl/a rozhovor Gabriele Gálové, studentce oboru Mediální studia na FSV UK v rámci výzkumu pro její diplomovou práci s názvem *Role zprávařů v rozhlasovém zpravodajství, případová studie ČRo Radiožurnál* (dále jen výzkum). Rozhovor bude nahráván a informace, jež v rozhovoru sdělíte, mohou být použity pro potřeby Výzkumu.

- Pro tento účel smí být tento rozhovor zpracováván jen v **anonymizované** podobě bez souvislosti s mým jménem a kontaktem na moji osobu. V případě, že úryvky z tohoto rozhovoru budou součástí publikací nebo veřejných prezentací výsledků výzkumu smí být uvedeny jen v anonymizované podobě bez mého jména a souvislosti s mojí osobou.
- Po ukončení výzkumu a dokončení diplomové práce, tento rozhovor **smí být archivován** a tím zprostředkován pro účely jiných výzkumů a dalších badatelů, ale pouze v **anonymizované** podobě, bez spojení s mým jménem a s mojí osobou.
- Na základě tohoto souhlasu smí být mé jméno, adresa a osobní údaje obsažené v tomto rozhovoru zpracovávány **nejdéle 2 roky**. Poté smí být využívány podle zákona č. 97/1974 Sb. o archivaci.

#### **Informovaný souhlas s rozhovorem**

Byl/a jsem informován/a, že účelem diplomové práce Gabriely Gálová je výzkum o fungování zprávařů na stanici Radiožurnál. Prohlašuji, že jsem četl/a celý výše uvedený text a porozuměl/a jsem jeho smyslu. Souhlasím s mojí účastí v uvedeném výzkumném projektu a rozumím, že mohu souhlas odmítnout, případně svobodně a bez udání důvodů z účasti odstoupit. Byl/a jsem informován/a, že:

- Mám právo požadovat přístup k osobním údajům týkajícím se mé osoby, jejich opravu nebo výmaz, popřípadě omezení zpracování.
- Mám právo tento souhlas se zpracováním osobních údajů kdykoliv odvolat, aniž by mi za to hrozila jakákoliv sankce či znevýhodnění, a to oznámením na elektronickou adresu [necas@fsv.cuni.cz](mailto:necas@fsv.cuni.cz), případně jinou formou na kontaktní údaje pro zpracování osobních údajů.
- Vím, že mohu rozhovor z jakýchkoliv důvodů přerušit a svůj souhlas s rozhovorem vzít zpět. Byla mi nabídnuta možnost získat přepsaný rozhovor k autorizaci a výsledný text v elektronické podobě ke komentáři.

Kontaktní údaje na vedoucího diplomové práce/výzkumu a pro zpracování osobních údajů: PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D., Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, Smetanovo nábřeží 6, Praha 1, 110 00, 222 112 209, mail: [necas@fsv.cuni.cz](mailto:necas@fsv.cuni.cz)

Datum:

Jméno:

Podpis:

**Příloha č. 4: Tabulka kategorií a subkategorií**

<b>Zpravodajství</b>	Popis pozic		
	Spolupráce s kolegy		
	Plánování	Porady	
		Zdroje	
		Výběr témat	
<b>Role zprávaře</b>	Pozice zprávaře	Profesní požadavky	
		Talent	
	Míra autonomie	Osobnost editora	
		Zkušenost / Délka praxe	
		Důvěra	
	Individuální povaha		
<b>Mediální organizace</b>	Veřejná služba	Publikum	
		Nezávislost	
		Orientace na zisk	
		Počet zaměstnanců	
	Kodex	Společná představa o vysílání	
		Zaučení kolegů	
		Autocenzura	
Absence zpětné vazby a porad			
<b>Mediální rutiny</b>	Organizační vlivy	Zpravodajské hodnoty	
	Řazení a skladba relací	Vnitřní pocit	Délka praxe
			Internalizované zpravodajské hodnoty
			Společná představa o vysílání
		Sendvičová metoda	
	Výběr tématu	Vnější vliv	Zdroje
Publikum			
Sledování konkurence			
Časový tlak			
<b>Individuální faktory</b>	Osobní zájem		
	Téma zprávy		
	Forma zpracování		