

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2024

Andrea Kloučková

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut mediálních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Novinářská autonomie jako součást profesní identity
novinářů a novinářek

Diplomová práce

Autorka práce: Andrea Kloučková

Studijní program: Mediální studia

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

Rok obhajoby: 2024

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 1. 1. 2024

Andrea Kloučková

Bibliografický záznam

KLOUČKOVÁ, Andrea. *Novinářská autonomie jako součást profesní identity novinářů a novinářek*. Praha, 2024. 101 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

Rozsah práce: 184 669 (od úvodu po závěr včetně)

Abstrakt

Magisterská diplomová práce se zabývá novinářskou autonomií jako jedním z principů svobodného tisku a jako klíčovou složkou profesní identity novinářů a novinářek. V ideologické rovině by měla autonomie novinářům a novinářkám zajistit svobodné publikování informací bez jakéhokoliv politického, ekonomického, vlastnického či jiného druhu ovlivňování. Hlavním cílem diplomové práce je zjistit, jak vnímají autonomii samotní novináři a novinářky. Kromě rozvíjení základních teoretických konceptů staví práce na již realizovaných českých i mezinárodních empirických studiích zkoumajících novinářskou autonomii. Zároveň se opírá o některá tvrzení mediálních odborníků, kteří kritizují současný stav žurnalistiky a hovoří o postupném oslabování novinářské autonomie v liberálně demokratických systémech, což má za následek štěpení novinářského pole, úpadek profese a růst nedůvěry v demokratická média. Tematická analýza polostrukturovaných rozhovorů s novináři a novinářkami pracujícími ve vydavatelství *Economia* ukázala, jakým způsobem aktuálně vnímají svoji profesní autonomii a jaké faktory je při výkonu povolání nejvíce ovlivňují. Rozhovory ukázaly, že nejde ani tak o viditelné politické vlivy nebo zřejmé tlaky ze strany vlastníka či vnějších subjektů. Novináři a novinářky poukazovali spíše na skryté ekonomické faktory a tvorbu různých zákonných regulací, které v mnoha ohledech nejsou vždy vstřícné k rozvoji demokratické, nezávislé a sebevědomé žurnalistiky.

Abstract

The master's thesis deals with journalistic autonomy as one of the principles of free press and as a key component of the professional identity of journalists. On an ideological level, the journalistic autonomy should ensure the free publication of information without political, economic, owner or any other kind of pressure. The main goal of the thesis is to verify how journalists themselves perceive their autonomy. In addition to developing basic theoretical concepts, the work builds on already implemented Czech and international empirical studies investigating journalistic autonomy. At the same time, it relies on some statements of media experts who criticize the current state of journalism and talk about the gradual weakening of journalistic autonomy in liberal-democratic systems, which results in fragmentation of the journalistic field, the profession decline and the growth of distrust in democratic media. The thematic analysis of semi-structured interviews with journalists

working at the *Economia* publishing house showed how they currently perceive their professional autonomy and what factors most influence them in the performance of their profession. The interviews revealed that it is not so much about visible political influences or obvious pressures from the owner or external organizations. Journalists rather pointed to hidden economic factors and the creation of various legal regulations, which in many ways are not always accommodating to the development of democratic, independent and self-confident journalism.

Klíčová slova

Novinářská autonomie, profesní identita, ideologie žurnalistiky, profesionalizace, mediální systém, *Economia*

Keywords

Journalistic autonomy, professional identity, journalistic ideology, professionalism, media system, *Economia*

Title

Journalistic autonomy as a part of the professional identity of journalists

Poděkování

Na tomto místě děkuji především vedoucímu práce PhDr. Vlastimilu Nečasovi, Ph.D., za jeho vzácný čas, cenné rady a velmi motivující přístup k vedení práce. Také bych ráda poděkovala za čas a názory novinářům a novinářkám z vydavatelství Economia. Bez jejich ochoty bych nebyla schopna realizovat výzkumnou část. V neposlední řadě děkuji svému muži za partnerskou podporu při psaní diplomové práce.

Obsah

Úvod	9
1. Teoretická část	15
1.1 Teoretický a výzkumný rámec.....	15
1.2 Konceptualizace pojmů.....	20
1.2.1 Žurnalistická profesní identita.....	21
1.2.2 Novinářská autonomie.....	31
1.3 Mediální systém České republiky.....	41
1.3.1 Vydavatelství Economia jako součást mediálního systému.....	44
2. Metodologie výzkumu	47
2.1 Formulace výzkumného cíle a výzkumných otázek.....	47
2.2 Výzkumná metoda	48
2.3 Analyzovaná data.....	51
2.4 Příprava a průběh výzkumu	53
2.5 Limity výzkumu.....	54
3. Výsledky výzkumu vnímání novinářské autonomie a jejich interpretace	56
3.1 Popis a interpretace výsledků.....	56
3.1.1 VO1 Jak je novinářská autonomie naplňována?.....	58
3.1.2 VO2 Kdo by měl garantovat novinářskou autonomii?.....	64
3.1.3 VO3 Jaké vnitřní a vnější faktory ovlivňují novinářskou autonomii?.....	68
Závěr.....	76
Summary.....	80
Použitá literatura.....	84
Seznam příloh.....	98
Přílohy	99

Úvod

Hlavním tématem předkládané diplomové práce je novinářská autonomie jako součást budování profesní identity novinářů a novinářek. V polostrukturovaných rozhovorech s českými novináři a novinářkami mě bude zajímat především jejich vnímání autonomie a faktory, které ji ovlivňují v podmínkách současného mediálního systému a konkrétní mediální organizace. Základním teoretickým východiskem pro práci je obecné tvrzení, že autonomie je jednou z klíčových složek novinářské profesní identity (Urbániková, Volek, 2018) a je pro západní demokratickou společnost zásadní hodnotou svobodného tisku (Deuze, 2005). Je považována za normativně žádoucí, poněvadž je podle mediálních odborníků spojena se dvěma základními demokratickými funkcemi žurnalistiky, a to objektivním poskytováním informací a funkcí hlídacního psa (Örnebring, Karlsson, 2019). V této ideologické rovině by novináři měli informovat a psát nezávisle bez ovlivňování ze strany vedoucích pracovníků, majitelů médií, zvenčí pak ze strany různých vlivových skupin, politiků, vlád či velkých korporací a média by měla „*obohacovat a osvětlovat demokratickou diskusi*“ (Ramonet, 2003: 9). Takový rozměr podporuje i kritik americké žurnalistiky McChesney svým předpokladem, „*že společnost potřebuje žurnalistiku, která je přísným hlídacím psem těch, kdo jsou a chtějí být u moci, která je schopná vypátrat, co je pravda a co lež, a která dokáže představit velkou šíři osvícených názorů na důležitá témata*“ (McChesney, 2009: 7). S určitou dávkou samozřejmosti se odrážím od silného étosu žurnalistiky jako hlídacního psa demokracie, jenž je schopen zprostředkovat všechna společensky důležitá témata. Ideologickou a normativní optikou nahlížím na novináře a novinářky jako na někoho, komu publikum důvěruje a pevně doufá, že žurnalista připravuje zprávy o událostech, které mají zásadní význam pro společnost, a vykonává jakousi veřejnou službu. V České republice je právo občanů na včasné a pravdivé informace dokonce součástí Etického kodexu novinářů. „*Občané demokratického státu bez rozdílu svého společenského postavení mají nezadatelné právo na informace, jak jim je zajišťuje čl. 17 Listiny práv a svobod, jež je součástí Ústavy České republiky. Novináři toto občanské právo realizují svou činností. Nezbytně proto přejímají plnou odpovědnost za to, že informace, které předávají veřejnosti, jsou včasné, úplné, pravdivé a nezkršené. Občan má právo na objektivní obraz skutečnosti*“ (Syndikát novinářů. Online. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/etika/eticky-kodex/>). Lze tedy tvrdit, že demokratická společnost různými prostředky usiluje o zachování nezávislé,

autonomní a vyvážené žurnalistiky a chce bránit svobodu slova a svobodu tisku. Uvědomuje si, že tyto svobody jsou důležitými pilíři demokracie a že k tomu potřebuje novináře a novinářky, kteří mohou pracovat beze strachu, ovlivňování a mají garantovanou vysokou míru profesní autonomie. Dokonce si jako demokratická společnost můžeme dovolit z těchto ideologických nároků částečně slevit. Jak tvrdí McChesney, toto vše nemusí dělat každé médium, ale „*mediální systém jako celek by měl občanům zajistit snadnou dostupnost této žurnalistické kvality*“ (McChesney, 2009: 7).

Navzdory silnému vědomí o důležitosti svobody slova a nezávislých novinářů v liberálně demokratických systémech včetně České republiky nám ale sociální vědci předkládají nelichotivé výsledky výzkumů o žurnalistice v hluboké krizi, o oslabování novinářské autonomie, o ztrátě důvěry publik v hlavní smysl médií, o poklesu vnímání prestiže žurnalistického povolání nebo naopak o novinářské poplatnosti establishmentu či velkým korporacím. Pokles důvěry veřejnosti v profesionální novináře a žurnalistiku obecně ovlivňuje reputaci profesionála a zřejmě tak ovlivní i jeho profesní identitu (de Bruin, 2000). Kritika masových médií a práce novinářů byla vnímána jako levicová tradice především v rámci politické ekonomie médií. Taková kritika byla a stále je zaměřena především na ekonomická a politická omezení novinářské svobody a autonomie. McChesney v podstatě mluví o postupné degradaci povolání, která je zapříčiněna nejrůznějšími ekonomickými a politickými vlivy. „*Jelikož mocní často chtějí informační tok ovládnout, je základním problémem svobodné společnosti, jak dokáže vytvořit mediální systém, který dá vzniknout čemusi, co se blíží demokratické žurnalistice*“ (McChesney, 2009: 7). Dnes je kritika vedena i z dalších pozic. A to hlavně s ohledem na technologický vývoj a fungování sociálních médií, jež podle některých mediálních vědců vytvářejí další komplikovanou překážku pro udržení žurnalistického pole jako autonomního silného partnera vůči ostatním polím, a to především vůči poli ekonomickému či politickému.¹ Zároveň doširoka otevřený veřejný prostor sociálních médií představuje komplikaci při formování profesní identity novinářů a novinářek v procesu profesionalizace (Volek, Urbániková, 2017). Americký profesor mediálních studií Dean Kruckeberg považuje trend klesající důvěryhodnosti tradičních médií a naopak rostoucí důvěry v sociální média

¹ Bourdieho teorie polí – dělení sociální reality na specifické prostory, kde aktéři budují a udržují svojí pozici dle daných pravidel. Lze identifikovat různá pole např. pole mocenské, dále pole sociální, politické, ekonomické, ale i pole žurnalistické. Koncept Bourdieua se používá pro pochopení role žurnalistiky ve společnosti a jejích vztahů s jinými polí (především s polem politickým a ekonomickým). Žurnalistické pole má dle Bourdieua poměrně slabou autonomii a silně heteronomní povahu, jež způsobí překrývání žurnalistického pole s ostatními poli a tím se zásadně oslabují jeho hranice (Bourdieu, 2005).

za celosvětový závažný problém. „Lidé mají pocit, že na sociálních sítích dostávají necenzurovaný obsah, že je to tedy nejsvobodnější platforma šíření informací. Nefunguje tam žádný tzv. gatekeeper neboli dveřník, který by ovlivňoval výběr zpráv. Jenže novináři používají specifická profesionální kritéria, která byla vytvořena právě z důvodu, aby zprávy byly co nejdůvěryhodnější“ (Hlídací pes. Online. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/zurnalistika-v-krizi-socialni-site-udelaly-novinare-z-kazdeho-ale-snizily-duveru-v-informace/>).

Ve své práci vycházím z výše uvedených předpokladů, tedy že koherence žurnalistického pole a novinářská autonomie mohou být silně ohrožené zmíněnými politickými, ekonomickými a technologickými faktory. Zároveň je ale nutné uvést, že ne všichni autoři vnímají probíhající změny jako negativní. Definují je jako děje, které nastávají a budou nastávat. Například americký sociolog Alexander (2015) tvrdí, že se i přes mimořádné organizační otřesy v médiích a ekonomické napětí, jež způsobují technologické změny například v souvislosti s nástupem sociálních sítí, spustily inovativní organizační formy, které i tak umožňují udržet demokratickou povahu produkce mediálních obsahů. De facto vůbec nejde o to zničit nebo nějakým jiným způsobem rozdrobit základní a zásadní žurnalistické procesy. Podle něj jsou tyto technologické změny a následné ekonomické otřesy v našem světě reprodukovány sociálními významy, a proto takový kulturní a komunikační rámec proměnil inovace a vývoj v sociální krizi nejen pro žurnalistickou profesi, ale i pro společnost jako celek. I přes radikální změny a reorganizace (velké mediální domy zažívají ekonomické propady, omezuje se počet zaměstnanců, mění se organizace práce, musejí reagovat na nové a mnohdy velmi složité výzvy apod.) má žurnalistika stále své závazky k demokratickým principům a i nové technologie lze nakonec využívat tak, aby hodnoty demokratické společnosti přetrvaly. Alexander (2015) dodává, že demokratické praktiky nezávislé žurnalistiky tak mohou být udržované v nových formách.

V českém prostředí si podle studie Maríny Urbánikové a Jaromíra Volka (2018) novináři a novinářky stěžují na oslabování novinářské autonomie. Řada z nich zažila mocenské tlaky (s mocenským nátlakem se ve zkoumaném období setkalo 27 % respondentů oproti 15 % v roce 2003), cítí se přetíženi (ve vedoucích funkcích pracují 50 hodin týdně), pracují na nestandardní smlouvy nebo se cítí nedostatečně ohodnoceni. Respondenti též zmiňují zhoršující se individuální ekonomickou situaci. Volek tvrdí, že mnoho novinářů

a novinářek rezignovalo na společenskou odpovědnost své profese a dopustilo, že se jejich primární funkcí stala pouze obrana zájmů zaměstnavatele. Výzkum zároveň ukázal, že téměř 50 % Čechů nedůvěřuje novinářům a myslí si, že svoji roli neplní dobře. V tomto ohledu považují Urbániková s Volkem za velmi důležité především to, že z necelé pětiny nedůvěřivých v nejmladší cílové skupině od 18–29 let narostl jejich podíl za dekádu 2007–2017 na více než polovinu (53 %).² Podle jiné studie Jaromíra Volka a Maríny Urbánikové (2017) je novinářská autonomie klíčovou součástí profesní identity každého novináře, a pokud je autonomie různými vlivy oslabována, dochází ke štěpení profesní identity novinářů, což v konečném důsledku štěpí novinářské pole a problematizuje celý mediální systém.³ Hovoří o hluboké krizi žurnalistiky a neustálém oslabování novinářské autonomie, o přizpůsobování se tržním mechanismům a o nutnosti čelit ekonomickým a politickým tlakům. Ve své studii prokazují, že pro české novináře je čím dál obtížnější bránit nebo hájit profesní autonomii. „*Vrženost domácích novinářů do rámce globální existenční i existenciální krize žurnalistické profese se v post-transformační fázi manifestuje zvláště narůstajícím pocitem ztráty profesní autonomie*“ (Volek, Urbániková, 2017: 76). Nevidí ovšem primární příčinu pouze ve zmíněných aktuálních ekonomických, politických a technologických změnách. To jsou podle nich pouze symptomy mnohem fatálnější krize. Tvrdí, že do toho, jakým způsobem je novinářská autonomie pojata, zasahují velmi významně historické souvislosti a že vývoj novinářské profese závisí především na dějinách naší společnosti (Volek, Urbániková, 2017).

Ověření, jak situaci a současný stav hodnotí čeští novináři a novinářky v roce 2023, bude hlavním cílem této práce. Kromě vnímání vlastní autonomie budu zkoumat i vztah k žurnalistickému povolání, představy o jeho roli, představy o vlivu vlastníků médií i o vztahu ke kolegům a jejich celkovou identifikaci s povoláním. Výzkumný problém si definuji s odkazem na již realizované výzkumy. Konkrétně navážu právě na závěry studií Volka a Urbánikové (2017, 2018) a s odstupem několika let chci zjistit, zda výsledky jejich studie platí či se situace v čase proměnila, a případně jakým způsobem. Dále se inspiroji prací dvou výzkumnic z Masarykovy univerzity Kotišové a Waschkové Císařové, jež na případu převzetí vydavatelství Mafra Andrejem Babišem v roce 2013 popsaly dvojí pojetí novinářské autonomie. Z rozhovorů s novináři a novinářkami identifikovaly rozdíl

² Urbániková, Volek, výzkum publikovaný v roce 2018 *The professional identity of Czech journalists in an international perspective*.

³ Volek, Urbániková, výzkum publikovaný v roce 2017 *Čeští novináři v komparativní perspektivě. Hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi*.

ve vnímání autonomie jako hodnoty a autonomie jako každodenní praxe přizpůsobené potřebě organizace či momentálním podmínkám. Výchozím bodem pro mě budou teoretická východiska a závěry těchto tří studií, které různými způsoby zachycují nejen objektivní skutečnosti, historický vývoj a důležité milníky ve vývoji mediálního systému České republiky, ale zároveň velmi precizně pracují s náladou a subjektivními názory samotných novinářů a novinářek. Ve studii Volka a Urbánkové mě navíc může inspirovat srovnání mezi různými zeměmi a taktéž informace plynoucí z rozhovorů se studenty a studentkami žurnalistiky, tedy budoucími novináři a novinářkami. Hlavní uvedené výchozí studie rámuje kritika českého mediálního systému poznamenaného již několik let oligarchizací a rostoucí koncentrací politické, ekonomické a mediální moci. To vše podle mediálních odborníků může vést k oslabování novinářské autonomie, štěpení profesní identity a následně celkové nedůvěře v novináře a média obecně.

Diplomová práce je rozdělena do tří základních částí. Teoretická část, metodologická část a analytická část. V teoretické části kromě představení dosavadních výzkumů a poznatků konceptualizuji důležité pojmy, které jsou základem pro teoretická východiska výzkumu. Stěžejní pozornost teoretické části je věnována výzkumům a textům Jaromíra Volka a Maríny Urbánkové. Hlavní témata budu v teoretické části rozvíjet v několika základních rovinách. Budu pracovat především s motivem formování profesní identity žurnalistů a oslabováním či posilováním novinářské autonomie, a to nejen v individuálním pojetí, ale též na úrovni kolektivního vědomí či tzv. na úrovni žurnalistického pole. Budu zjišťovat, co všechno stojí za procesem štěpení žurnalistické identity a žurnalistického pole, jakým způsobem mohou tyto procesy ovlivnit mediální systém a jeho důvěryhodnost a naopak jakým způsobem se projeví typ mediálního systému na míře novinářské autonomie. V metodologické části práce formuluji výzkumný cíl, navrhuji výzkumné otázky a popíšu zvolenou metodu výzkumu, sběru dat i jeho analýzy. V analytické části budu interpretovat získaná data z polostrukturovaných rozhovorů provedených mezi novináři a novinářkami ve vydavatelství Economia. K uspořádání diplomové práce bych ráda uvedla, že není zcela totožná se strukturou uváděnou ve schválených tezích. Hlavním důvodem je především teoretická konceptualizace, jež dala vzniknout mírně odlišné finální struktuře, respektive názvům kapitol.

Vzhledem k tomu, že diplomová práce nemá možnost postihnout celou šíři ani hloubku vnímání a postojů českých novinářů a novinářek, ráda bych zdůraznila, že půjde o jakousi

sondu nebo jednoduchý vhled do situace v konkrétním českém vydavatelství a především myšlenkové navázání na některé práce mediálních odborníků, kteří téma zpracovali ať už v podobě jednorázové studie (Kotišová, Waschková Císařová, 2023), nebo v podobě dlouhodobé srovnávací studie o postojích novinářů a novinářek z různých typů mediálních systémů (Volek, Urbániková, 2017). I přesto se ale nechci vzdát akademického cíle minimálně přispět do společenské a odborné debaty. Považuji za přínosné částečně osvětlit, co si dnes, na přelomu let 2023/2024, myslí novináři a novinářky a jak reagují na současný stav či vývoj českého mediálního systému. Jak pohlížíjí na svoji profesní autonomii a jak se jim pracuje v současné mediální krajině, která byla dle odborníků v minulosti silně poznamenána koncentrací politické, ekonomické a mediální moci a zároveň bezprecedentně ovlivněna technologickými změnami. Výzkumů na toto konkrétní téma mnoho není, a pokud existují, tak podle Kotišové a Waschkové Císařové činí z novinářů a novinářek v podstatě „*pasivní konzumenty dostupné úrovně autonomie, která je utvářena výhradně faktory mimo mysl novinářů*“ (Kotišová, Waschková Císařová, 2023). Na novináře lze nahlížet možná jako na spolutvůrce novinářského pole či jako na jeho hlavní aktéry, ale co si přesně myslí oni samotní, jak sebe sami vnímají, jak se identifikují s novinářskou profesí, jak se identifikují s původními ideály žurnalistiky, jak se dokážou nebo nedokážou vypořádat se svými problémy nebo etickými dilematy, o tom příliš mnoho známo není.

1. Teoretická část

Hlavním cílem teoretické části je stanovení relevantních konceptů a hlavních pojmů, jež budou sloužit jako teoretická východiska pro výzkumnou část. Zároveň představím několik důležitých realizovaných empirických studií, z kterých moje práce vychází a které pro mě byly tou nejdůležitější inspirací. Ústředním konceptem celé práce je novinářská autonomie, jež může být nahlížena z mnoha perspektiv. Předkládaná práce se bude věnovat především rovině týkající se individuálního sebepojetí, jež velmi úzce souvisí s profesní identitou jednotlivých novinářů a novinářek. Jako první budu konceptualizovat právě profesní identitu, a to kromě jiného z hlediska jejího utváření na pozadí historických událostí, ale také jako výsledek určitého soupeření v žurnalistickém poli. Novinářskou autonomii budu konceptualizovat nejdříve pomocí žurnalistické ideologie podle Marka Deuzeho (2005), díky které mohu načrtnout představu o autonomii v ideologické rovině tak, jak o ní hovořím hned v úvodu. Zároveň pojem novinářské autonomie zasadím do širšího kontextu mediální organizace a mediálního systému a také ji stručně uvedu v kontextu procesu profesionalizace žurnalistiky. K tomu mi pomůže práce Hallina a Manciniho (2008), kteří pracují s novinářskou autonomií právě v souvislosti s profesionální žurnalistickou prací a celým mediálním systémem. Postřehy těchto dvou autorů mohou poskytnout alespoň rychlý pohled na institucionální aspekty novinářské autonomie a její vztah k politickému systému. V teoretické části se budu též věnovat mediálnímu systému v České republice a začlenění vydavatelství *Economia*, v němž bude probíhat následný kvalitativní výzkum, do české mediální krajiny.

1.1 Teoretický a výzkumný rámeček

V práci nemůže být uveden přehled všech studií a výzkumů, jež se zabývají novinářskou identitou, autonomií či sebepojetím žurnalistů. Přesto bude přínosné zmínit alespoň ty, které mě inspirovaly k teoretickým úvahám o novinářské autonomii v dnešních společenských a politických kontextech a poskytly mi souvislosti pro vědecké uvažování o konceptu novinářské autonomie. Z hlediska diskuse o novinářské autonomii považuji za důležité představit nejdříve ty práce, které v průběhu let definovaly typologii profesních rolí uvnitř žurnalistického pole. To, jakým způsobem novináři a novinářky nahlízejí na svoji profesní roli, souvisí s tím, jak vnímají svou profesní identitu, a tedy i novinářskou autonomii nebo svobodu. To potvrzují Volek a Urbániková v tom smyslu,

že „žurnalistická identita úzce souvisí s profesním sebepojetím, tedy tím, jak se daná profesní komunita identifikuje s oborovými standardy a pravidly, etickými normami, resp. s ideálem veřejné služby“ (Volek, Urbániková, 2017: 158).

Cohenovi (1963) je připisován první návrh systematické klasifikace rolí novinářů rozlišováním na neutrální a účastnické role.⁴ O několik let později Janowitz (1975) rozdělil novináře v podobném duchu jen s jiným pojmenováním – novináře neutrála označil jako gatekeepera a novináře participanta jako advokáta, jenž zastupuje ty, kteří jinak nejsou slyšet a nemají ve společnosti žádné zastání.⁵ Již z názvů uvedené typologie je patrné, jakým způsobem na ně autoři nahlíželi a podle čeho je kategorizovali. První typ neutrála přináší zprávy bez jakéhokoliv dalšího hodnocení, které musí být za každých okolností schopné verifikace faktů. Pro druhý typ, respektive pro účastnickou roli, je „typická snaha vyhledat všechny relevantní zprávy a připravovat zpravodajství s dostatečnou péčí a dostatečně důkladně, aby všechny důležité informace byly prezentovány“ (Volek, Jiráček, 2006: 24). Dalším milníkem byla práce autorů z Illinoiské univerzity pod vedením Johna Wallace Claire Johnstona z roku 1976 *The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work*. Sociologická studie zahrnující více než 1 300 aktivních amerických novinářů je považována za první velmi rozsáhlou empirickou studii zabývající se typologií profesních rolí a sebepojetím novinářů. O několik dalších let později výše uvedenou typologii revidovali další autoři Weaver a Wilhoit (1986)⁶ a rozšířili na tři hlavní typy pojetí novinářské profese. Popsali je jako 1) neutrálního šířitele informací a zprostředkovatele společenské diskuse, 2) investigativce („hlídacího psa“) a interpreta událostí hledajícího skryvanou pravdu a přidali za 3) kritika moci. Existuje ovšem celá řada dalších prací, které různým způsobem dělí novináře, respektive jejich profesní sebepojetí, a kde variuje terminologie těchto typů (Volek, Jiráček, 2006). Typologie profesních rolí nám umožní rychle se zorientovat v tom, jak sami sebe novináři vnímají a co je pro ně při výkonu povolání důležité. Zároveň takové rozdělení volby odráží zcela elementární vnímání žurnalistiky na jedné straně jako altruistické a společensky odpovědné profese a na straně druhé jako pragmatické profese s pouhou rolí zprostředkovatele služeb klientům v závislosti na poptávce (McQuail, 2016).

⁴ Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*.

⁵ Janowitz, M. (1975). *Professional models in journalism: The gatekeeper and the advocate*.

⁶ Weaver, D. H.; Wilhoit, G. C. (1986). *The American journalist*.

Pokud přejdeme dále ve zkoumání toho, co již bylo v odborných kruzích řečeno z hlediska profesní autonomie, v evropském prostředí lze zaznamenat několik současných autorů, kteří se zabývají novinářskou autonomií. Například Gunnara Nygrena a jeho *Autonomy: A Crucial Element of Professionalization*. Nygrenův příspěvek do diskuse modeluje představu o vztahu mezi procesem profesionalizace a mírou autonomie novinářů. To je i pro mě jeden z motivů, který v kapitole o teoretických pohledech na autonomii zmíním. Autor mluví o dvou úrovních autonomie, vnější (tlaky společnosti) a vnitřní (vnitřní podmínky v konkrétním vydavatelství/redakci). Dále se zabývá autonomií jako klíčovou součástí akademické definice procesu profesionalizace a tvrdí, že míra novinářské autonomie tvoří zásadní rozdíl mezi profesionální žurnalistikou a propagandou. Kritiku objektivity využívají ve své studii Carpentier a Trioen. Článek *The Particularity of Objectivity: A Post-Structuralist and Psychoanalytical Reading of the gap Between Objectivity-as-A-Value and Objectivity-as-A-Practice in the 2003 Iraqi War Coverage* se zabývá novinářskou objektivitou zasazenou do filozofické diskuse o univerzalizmu a partikularismu Ernesta Laclaua. Autoři konstruují koncept o objektivitě jako hodnotě (*objectivity-as-a-value*) a objektivitě jako každodenní praxi (*objectivity-as-a-practice*). Vznikající propast mezi těmito dvěma pojetími je podle nich klíčovým zdrojem pro ustavování novinářské identity. Provedli kvalitativní analýzu ego-dokumentů tří novinářů, které byly publikované po válce v Iráku v roce 2003 za účelem propojení jejich teoretických úvah o objektivitě s vnímáním samotných novinářů. Posledním zahraničním příspěvkem, který zde uvedu, je práce *Between Structure, Agency and Institution* od Helle Sjøvaag, jež zkoumá autonomii v institucionálním kontextu a řeší především limity autonomie v rámci novinářské organizace. Podle autorky je autonomie omezena na politické, ekonomické a organizační úrovni, vyjednávána na redakční úrovni a vykonávaná na úrovni praxe. Autonomie je pro autorku proměnlivým konceptem, který je neustále upravován, aby novináři a novinářky mohli zvládnout každodenní úkoly, především přípravu zpravodajských informací. Pro mou práci je tato práce důležitá především z toho důvodu, že podle Sjøvaag pracuji v teoretické části se základní představou o autonomii a mohu tak definovat pomyslnou startovní čáru pro můj výzkum.

Pro potřeby diplomové práce jsem nejvíce informací o předchozích výzkumech a dosavadních znalostech o konceptu novinářské autonomie čerpala především z českého prostředí. Někteří mediální odborníci své poznatky z rozdílných prostředí srovnávají. Lze tak nahlížet na vnímání novinářské autonomie v různých mediálních systémech a různých

historických kontextech, jako tomu je například u Jaromíra Volka a Maríny Urbánikové v jejich knize *Čeští novináři v komparativní perspektivě. Hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi* (2017). Kniha, která je pro mě a pro tuto práci tou nejdůležitější inspirací, vychází ze čtyř kvantitativních a dvou kvalitativních výzkumů realizovaných mezi českými novináři a z komparativních výzkumů českých, polských a švédských studentů žurnalistiky. Jde především o studii o hodnotových a profesních postojích novinářů. Text je doplněn o výsledky a názory výzkumníků, kteří mluví o profesní krizi novinářů v poslední post-transformační fázi polistopadového vývoje mediálního systému. Volek s Urbánikovou ve své práci zasazují české novináře do novinářského pole podle teorie Bourdieua. Teorie polí silně ovlivnila studium médií a autoři ji používají jako základ pro svá teoretická východiska (Hallin, Mancini, 2008; Volek, Urbániková, 2017; Lindblom, Lindell, Gidlund, 2022). Teorie polí pomáhá holisticky vysvětlit sociální jevy, bere v úvahu vnější tlaky na pole, ale i vnitřní hierarchie, napětí a chování sociálních aktérů v různých situacích. Bourdieu dělí společnost na jednotlivé oblasti sociální reality, sociální prostory, kde sociální aktéři budují a udržují svoji pozici dle určitých a daných pravidel. V poli, ale i mimo něj mohou zároveň probíhat různé druhy mocenských bojů. „*Vnitřní dynamiku žurnalistického pole určuje permanentní boj o podobu zákonů, podle kterých se má řídit a které mají povahu nezpochybňovaných profesních konvencí a hodnot, jež aktéři v poli přijímají*“ (Urbániková, Volek, 2018: 453). Díky tomuto konceptu máme možnost vidět sociální aktéry, jejich chování a motivace mnohem zřetelněji a jasněji. Lze definovat jejich chování v rámci pole, ale i jejich střety se sociálními aktéry z jiných polí. Díky teorii polí si lze snáze představit, kde jsou novináři a jakým způsobem musejí bojovat o hodnoty ve svém poli a zároveň narážet na ostatní pole například ekonomické nebo politické.

Určitě je třeba na tomto místě zmínit projekt *Český novinář* realizovaný v letech 2003–2005, jehož řešiteli byli Jaromír Volek a Jan Jiráček. Jde o do té doby nejkomplexnější výzkum pokrývající tematiku novinářské profese v českém prostředí a v českém mediálním systému. Bylo osloveno 109 redakcí, resp. masových médií, což znamenalo více než 2 500 dotazovaných novinářů. Více než polovina oslovených novinářů a novinářek měla vysokoškolské vzdělání a přes 60 % tvořili lidé ve věku 18–39 let. Z hlediska pracovního zařazení, resp. pracovní pozice, bylo 491 osob na řídicí pozici. Při tomto výzkumu více jak polovina novinářů pracovala pro tištěná média a ostatní pracovali v audiovizuálních médiích. Z průzkumu vyplynulo, že čeští novináři a novinářky

si příliš svou profesní komunitu neidealizují a největší pochybnosti mají o dodržování etických standardů. Zajímavá je informace, která navazuje na typologii profesních rolí tak, jak svou roli sami novináři vnímají. Nejvíce dotazovaných se na základě jejich odpovědí řadilo mezi typ odpovídající Johnstonově participantovi a nejvíce se sami identifikovali s rolí obránce slabších, kterého snaha pomoci druhým motivuje k vyhledávání a popisu problémů. Plní tak podle autorů pátračsko-advokátní funkci. Naopak nejméně se novináři a novinářky identifikovali s rolí profesionálního tvůrce mínění či vychovatele (Volek, Jirák, 2006).

Další práce od mediálních odborníků z Masarykovy univerzity Volka a Urbánkové, ve které nacházím inspiraci, je *The professional identity of Czech journalists in an international perspective*. Autoři popisují, jak čeští novináři vnímají svou profesní identitu, a zároveň porovnávají novináře a novinářky se západními kolegy a kolegyněmi, kteří dlouhodobě pracují v demokraticko-korporativistických a pluralitních mediálních modelech definovaných podle Halliniho a Manciniho. Autoři se zamýšlejí nad tím, jak si museli čeští novináři a novinářky poradit se změnami probíhajícími ve společnosti za posledních 30 let a jakým způsobem to ovlivnilo jejich profesní identitu. Další studií, jež se tématem novinářské autonomie zabývá a je též velmi zásadním ideovým zdrojem mé práce, je výzkum provedený Johanou Kotišovou a Lenkou Waschkovou *I Know Which Devil I Write for: Two Types of Autonomy Among Czech Journalists Remaining in and Leaving the Prime Minister's Newspapers*. Autorky v něm popisují dvě různá chápání novinářské autonomie. Autonomie jako hodnota (*autonomy-as-a-value*) a autonomie jako každodenní konání (*autonomy-as-a-practice*). Popsaly na případu převzetí vydavatelství Mafra Andrejem Babišem, jak se liší vnímání novinářské autonomie redaktorů a redaktorek zůstávajících v Mafře proti těm, kteří z vydavatelství odešli v okamžiku, kdy Mafru převzal Andrej Babiš. Podle autorek ten, kdo po převzetí Mafry odešel, trvá na autonomii jako určité normě novinářské profese, která má být garantována konkrétní organizací. Kdo zůstal, hledá individuální autonomii ve svém každodenním životě a jednání. Snaží se nalézt smysl a zdůvodnění i přesto, že se celkově s počínáním vlastníka či vedoucích pracovníků nemůže ztotožnit. Autorky uvádějí, že ony samy pro svůj konstrukt o dvou pojetích autonomie vycházely z již zmíněné práce Carpentiera a Trioena a jejich konstruktu objektivity. Na základě představy o propasti mezi objektivitou jako hodnotou a objektivitou jako každodenní praxí výzkumnice tvrdí, že hlavní rozdíl mezi

skupinami, jež porovnávaly, spočívá v jejich odlišných představách o novinářské autonomii.

Ostatní práce z českého prostředí, jež reflektují novinářskou autonomii, se týkají především zmapování českého mediálního trhu s ohledem na různé aspekty, které do jisté míry ovlivňují míru novinářské autonomie, jako například případová studie Václava Štětky a Henrika Örnebringa *Between A Rock and A Hard Place*, ve které autoři popisují trendy ve vlastnictví médií v České republice a jejich dopady právě na novinářskou autonomii. Jako podpurné statistické informace využívám například přehledovou studii Němcové Tejkalové a Lába z roku 2016 *Czech journalists in the 21st century: who are they?* Analyzovali data z výzkumu, jenž probíhal v letech 2012–2014 pro *World of Journalism study* mezi českými novináři pracujícími ve zpravodajských médiích. Jedná se o analýzu údajů o pracovních podmínkách a o profesních rolích v kulisách mnoha probíhajících změn v rámci novinářského pole. Data z této studie ukazují, že čeští novináři pociťovali rostoucí vliv vlastníků na své zpravodajské organizace a také naznačovali celkově klesající pracovní spokojenost. Obecně je ve výše uvedených studiích věnována velká pozornost trendu koncentrace vlastnictví, jenž může mít podle mediálních vědců vážné důsledky a který považují ho za největší hrozbu pro novinářskou autonomii. Štětka a Örnebring (2010) tvrdí, že kontrola místních vlastníků nad místními médii může oslabit investigativní žurnalistiku, podkopat funkci hlídacího psa médií a následně odstranit kontrolu nad politickými procesy a politickými aktéry v zemích střední a východní Evropy, ve kterých byly patrné neliberální posuny (Šimunjak, 2020).

1.2 Konceptualizace pojmů

V předkládané diplomové práci budu zkoumat vnímání novinářské autonomie jako významné části profesní identity žurnalistů. Při designu celého výzkumu a hlavně pak při tvorbě výzkumných otázek vycházím z konceptualizace žurnalistické profesní identity a novinářské autonomie. Jde o dva základní koncepty a pilíře této práce, které by měly vytvářet jeden celek a měly by být vodítkem k tomu, co budu zjišťovat při polostrukturovaných rozhovorech s novináři a novinářkami ve výzkumné části. Hlavním cílem této kapitoly je popsat, co a jak naplňuje či narušuje novinářskou autonomii a jaké faktory přitom utvářejí a strukturují novinářskou profesní identitu.

1.2.1 Žurnalistická profesní identita

Profesní identita je kromě autonomie základním konceptem výzkumného problému a klíčem k tomu, jak si připravit polostrukturované rozhovory s novináři a novinářkami. Hlavním vodítkem je to, jakým způsobem novináři a novinářky svoji profesní identitu vnímají a jak se u nich postupně formovala či formuje v kulisách pozdně moderní společnosti, v konkrétním mediálním systému nebo v mediální organizaci. Na úvod si vypůjčím hlavní determinanty žurnalistiky podle McNaira, jenž je definoval z hlediska ovlivňování práce novinářů a jenž pro začátek pomohou pochopit, jaké jsou nejobecnější a nejsilnější faktory, které při práci nejspíše ovlivňují formování novinářské profesní identity. V první řadě jsou to vnitřní faktory, tedy profesní kultura (etika, estetické kodexy a konvence profese) a různá organizační či redakční omezení. Zvenku na novináře a jejich identitu působí politici a politické systémy (cenzura, lobování, regulace), ekonomické tlaky (požadavky vlastníka, inzerentů, další tržní síly), technologické možnosti nebo naopak omezení (nové technologie a strategie informačních zdrojů) (McNair, 2004). Sociologická optika nám umožní v teoretické a obecné rovině identifikovat faktory, které ovlivňují novinářskou práci, tedy i samotnou identitu a autonomii a jejich průběžné formování v rámci aktuální situace. Žurnalista je tak podle McNaira „*profesionální komunikátor, jehož práce je strukturována a utvářena širokou paletou postupů, konvencí a etických norem i omezeními a hranicemi danými skutečností, že žurnalistika je složitý proces vyžadující promyšlenou organizaci*“ (McNair, 2004: 64). Jak uvidíme později v této kapitole u Volka a Urbánkové, takový sociologický popis bude převeden do podoby reálného výzkumu, kdy novináři a novinářky definují pomocí kladených otázek, co je nejvíce ovlivňuje a jakým způsobem je formována jejich identita. Podle jejich představ profesní identitu (žurnalistický kapitál a profesní sebepojetí)⁷ novinářů v žurnalistickém poli v rámci profesionalizačního procesu determinují z jedné strany univerzální dominantní žurnalistická ideologie a z druhé strany na ni též působí formální profesní socializace, organizační identity. „*Na úrovni žurnalistického pole pak dochází zvláště ke střetu mezi ideálně typickými představami o profesní novinářské roli, etických normách přejímaných z profesních kodexů či učebnic žurnalistiky a požadavky organizační identity, které nesledují primárně univerzální zájem*“ (Volek, Urbánková, 2017: 146).

⁷ Profesní identita se podle Volka a Urbánkové dá popsat jako soubor žurnalistického kapitálu společně s profesním sebepojetím – patří sem například profesní ideály, rutiny, institucionální role, epistemologické a etické postoje (Volek, Urbánková, 2017).

Profesní identita je jedním z prvků identity jedince, jež se velmi významně podílí na její stabilitě či nestabilitě. Je obecně definována jako postojový komplex, který má dvě základní složky: 1) míru identifikace s daným povoláním, 2) míru internalizace konkrétních požadavků a pravidel výkonu dané profese v konkrétní organizaci (Evetts, 2006). Volek s Urbánikovou dělí profesní identitu žurnalistů do čtyř typů: 1) sociální určující věk, pohlaví, etnicitu; 2) hodnotovou založenou na základních hodnotách a politickém přesvědčení; 3) organizační ovlivněnou pracovní kulturou dané organizace, jejíž postoje se odrážejí ve zkušenostech z různých typů mediálních organizací a 4) profesionální zahrnující profesní ideály, praxi a postavení (Volek, Urbániková, 2017). Pokud se budeme držet těchto čtyř základních typů a zároveň vyjdeme z celkového utváření jedince a jeho sebevnímání a sebehodnocení v rámci rodiny, vzdělávacích institucí a profesního prostředí, lze předpokládat, že ve všech uvedených oblastech se nějakým způsobem formuje profesní identita novinářů a novinářek. Již v rodině se vytváří u dítěte předpoklady k výkonu určité profese, hovoří se o sociální identitě a již v této fázi se vytváří *„základní předpoklady žurnalistického habitu. Druhé je místem formální profesní socializace, již mají pod kontrolou tradiční vzdělávací instituce a profesní stavovské organizace, které mají v tomto smyslu důležitou normotvornou roli“* (Volek, Urbániková, 2017: 146). Poté přichází poslední formativní situace přímo v konkrétní mediální organizaci, která dost často nebývá v souladu s tím, čím prošel novinář nebo novinářka ve vzdělávacím procesu. Tuto poslední formativní část profesní identity nazývá Volek s Urbánikovou (2017) organizační identitou. Ta odráží míru a povahu ztotožnění novináře: 1) se spolupracovníky a pracovním prostředím, ve kterém tráví nejvíce času a jež ho profesně formuje; 2) s pozicí „svého“ média v žurnalistickém poli a jeho hodnotovou ideologií, jež může být dost často v rozporu s profesní identitou. Je to nejdůležitější okamžik při formování profesní identity žurnalistů, pokud dochází k vnitřním rozporům mezi organizační a profesní identitou. Lze hovořit o tom, že sociální, organizační a profesionální novinářská identita plní funkci obecně integrační, posiluje pocit sociálně-profesní stability a pomáhá novinářům odolávat různým formám tlaků, které přicházejí z vnějšku žurnalistického pole. Existuje však několik trendů a faktorů, které potenciálně rozměňují novinářskou identitu a oslabují její stabilizační funkci (Urbániková, Volek, 2018). V této kapitole se pokusím vymezit takové klíčové faktory, které se významně podílejí na formování profesní identity novinářů a novinářek a které se nejčastěji objevují v odborné literatuře. Zároveň je třeba uvést, že se jedná především o faktory, které

v negativním smyslu slova mohou mít vliv na štěpení profesní identity novinářů a novinářek a tím i na štěpení a znejišťování celého novinářského pole:

1. Historické události probíhající v daném mediálním systému

Volek s Urbánikovou (2017) dávají přímo do souvislosti historické události s formováním profesní identity. Tvrdí, že specificky u českých novinářů a novinářek je tento faktor velmi silný a problematický, poněvadž historie 20. století byla plná významných a hlubokých změn v československém a českém mediálním systému. Těmto souvislostem se budu podrobněji věnovat dále jako jednomu z nejdůležitějších okamžiků formování novinářské profesní identity.

2. Ekonomické a společenské změny či technologické zvraty

V odborné literatuře existuje v souvislosti se štěpením profesní identity a narušením profesní autonomie mnoho odkazů k ekonomickým, politickým či technologickým změnám. I v této práci bylo zmíněno již několik faktorů, jež negativně působí na žurnalistické pole; potřeba revidovat finanční podmínky, za kterých fungují média, tlaky inzerentů, tlaky komerčního prostředí, ale také nástup nových médií, který podle některých mění práci žurnalistů bezprecedentním způsobem. Ovšem podle Alexandera (2015) jsou společenské změny endemické, proto je logické, že i žurnalistika byla a je poznamenána neustálými krizemi. Stejně jako současná úzkost vyvolaná informatizací a digitálními médii, stejně jako dříve jakékoliv technologické změny (např. nástup rozhlasu a televize, kabelové televize, transformace modelu veřejnoprávního vysílání v Evropě atd.) byly obávané jako objektivní hrozby. Alexander (2015) je ale přesvědčen, že ve skutečnosti původně vnímané ohrožení novinářské integrity nakonec vždy pomohlo zachovat nezávislost žurnalistiky, jen v nových organizačních formách. Podle něj by bylo zcela nefunkční, pokud by zůstávaly kulturní struktury trvalé bez ohledu na měnící se technologické a ekonomické změny. Vnímá tedy kritické „jeremiády“ proti domnělým antidemokratickým účinkům nových technologií či ekonomickým a organizačním změnám jako neopodstatněné. Žurnalistika podle něj dokáže zachovat svoji velmi robustní etiku a odpovědnost vůči společnosti (Alexander, 2015).

3. Konkurence v novinářském poli

Roztříštěné ekonomické tlaky, společenské změny, technologické změny, to jsou všechno podmínky, které mohou silně ovlivnit novinářskou identitu a zároveň vyhrotit konkurenci

v novinářském poli. Volek a Urbániková (2017) to definují jako jakési vyvazování novinářů ze sdílených profesních rolí a identit, což je způsobeno především sílícím přizpůsobováním se „konzumní logice pozdního kapitalismu“, zjednodušeně řečeno autoři hovoří o detradicionalizaci, individualizaci a vyhocení konkurence v žurnalistickém poli, což prohlubuje nestabilitu profesní identity a existenční nejistotu novinářů (Volek, Urbániková, 2017, 2018).

4. Bezbřehá otevřenost žurnalistického pole a tekutá podoba modernity

Tento bod, jenž vysvětluje těžkosti novinářů a novinářek v moderní „tekuté“ době, má několik rovin. Za a) kdokoliv může být novinářem. Pohybujeme se v poli, kde je v současné době každý expertem, ovšem bez jakékoliv odpovědnosti vůči veřejnosti. Volek a Urbániková (2017) uvádějí, že novinářská profese je devastována přílivem amatérů, kteří se podílejí na procesu její další roztříštěnosti a deprofesionalizace. Za b) přesvědčení společnosti o důvěryhodnosti služeb, které žurnalistika poskytuje, je v dnešním světě velmi problematické. Laici v mnoha ohledech nechápou podstatu žurnalistiky a kompetencí, které by měl novinář či novinářka mít. „*Pro žurnalisty působící v době doširoka otevřeného veřejného prostoru sociálních sítí platí tato pochybnost dvojnásobně*“ (Volek, Urbániková, 2017: 153). Za c) pro novináře a novinářky může být jejich profese jen dočasným útočištěm, než se přesunou do jiných profesí, poněvadž zjišťují, že novinářská práce s sebou přináší jistou nestabilitu, která spustila proces deprofesionalizace, což může být příčinou vzniku profesní identity jinde než v žurnalistickém poli (Volek, Urbániková, 2017). Deuze (2005) nazývá tento stav bezbřehosti deprofesionalizovanou tekutou žurnalistikou. Stejný autor uvažuje o složité práci v médiích na základě konceptu tekuté modernity Zygmunta Baumana⁸ a rizikové společnosti Ulricha Becka⁹ a tvrdí, že se „*do práce v médiích promítá narůstající individualizace a nejistota, a to nejen v rovině práce jako existenčního zajištění, ale i v rovině její obecné povahy*“ (Deuze, 2007). Volek s Urbánikovou zase hovoří o rozpouštění hranic žurnalistického pole a predikují negativní důsledky tekuté podoby žurnalistické profesní identity. „*Pokud bude dále slábnout pozice profesionálních novinářů jako kompetentních interpretů sociální reality, bude sílit informační dezorientace majoritní*

⁸ Tekutá modernita je sociologický pojem popisující současný stav společnosti, společnost v tekuté době je výrazně proměnlivá, silně individualizovaná, konzumní a globalizovaná a postrádá pevné základy modernity (Dostupné z: <https://socialniteorie.cz/zgmunt-bauman-sociolog-veku-nejistoty/>).

⁹ Riziková společnost je sociologický pojem spojený s výkladem moderní společnosti podle Ulricha Becka, která je schopná ohrozit sebe sama a hlavním problémem je distribuce rizik spojená s vývojem vědy a techniky (Beck, 2018).

populace“ (Volek, Urbániková, 2017: 16). Snižování autority novinářů v kyberprostoru, jenž podle Volka odmítá „*autorizované třídění informací, významně oslabuje schopnost veřejnosti orientovat se nejen v informačním balastu, ale především v balastu maskujícím propagandistické cíle*“ (Volek, Urbániková, 2017: 16).

O tenkých hranicích žurnalistického pole hovořil už Bourdieu (2005), jenž přisuzuje žurnalistickému poli poměrně slabou autonomii a silně heteronomní povahu, která je příčinou překrývání žurnalistického pole s dalšími poli, což má za důsledek oslabování jeho hranic. „*Zdá se, že pandemie nedůvěry, jež zasáhla žurnalistickou profesi v celém euroamerickém poli kulturní produkce, může souviset s rozpouštěním hranic žurnalistického pole, jež se otevírá novému typu hybridizovaného novináře – Hardtovu (1996) mediálnímu pracovníkovi, který již příliš netouží po profesní autonomii, jelikož ta se hybridizovala na hranici mezi ekonomicko-technologickým a politickým polem do podoby racionalizované zábavy*“ (Volek, Urbániková, 2017: 76).

5. Nesoulad mezi profesní a organizační identitou

Jinými slovy jde o hledání souladu mezi univerzálnějšími postoji k profesi a méně stabilní organizační identitou. Organizační identitu nelze považovat za pevný a dokončený stav, ale spíše za měnící se schéma tvořící mnohonásobné identity v závislosti na specifické interakci s bezprostředním a širším okolím. Z tohoto pohledu není identita organizace konstruována v jediném a lineárním procesu, ale je konstruována prostřednictvím mnoha procesů v kontextu organizační kultury (de Bruin, 2000). Organizační aspekty mohou omezit profesionální autonomii prostřednictvím vlastnických vlivů, řídicích struktur a redakčních zdrojů a rozhodnutí, zpravodajských rutin apod. Profesní identita naopak odkazuje na širší referenční rámec – ideologii – neprezentovanou ani tak členy jasně identifikovatelné organizace, ale spíše imaginární komunitou, která se táhne napříč organizacemi (de Bruin, 2000). Odchod z konkrétní organizace nemusí nutně znamenat konec profesní identity, ale obvykle to znamená konec určité organizační identity (Gioia, 1998).

Z výše uvedeného plyne, že na této úrovni procesu utváření profesní identity může docházet k nesouladu a tím k celkovému oslabování profesní identity novinářů a novinářek. Zcela konkrétně hovoří Volek s Urbánikovou (2017), kteří ve svém výzkumu zjistili, že jen málo českých novinářů je zaměstnaných na plný úvazek na dobu neurčitou, což je jeden z aspektů, který může vytvářet určité tlaky ve formování novinářské identity

a přinášet nejistotu do osobního života novináře a zároveň nemožnost si systematicky plánovat profesní kariéru spojenou s žurnalistikou; a za druhé „*technologická individualizace na redakční a produkční úrovni a roztržštěný ekonomický tlak mají velký potenciál rozdělit novinářské komunity na úrovni organizace, a to v zájmu zvýšení produktivity práce*“ (Volek, Urbániková, 2017) a proti tomu bohužel stojí novinář nebo novinářka toužící po koherentní profesní identitě (Hallin, Mancini, 2004; Hanitzsch, 2017). Organizační identita nemusí podpořit identitu profesní, je tedy dosti problematické, pokud chceme pomocí organizační identity hledat identitu profesní. Přijetí novinářské profesní identity je dlouhodobý proces, jenž podporuje orientaci v oboru a slouží primárně stabilitě žurnalistického pole. Navíc i mediální organizace se musí vyrovnat s mnoha externími ekonomickými, politickými, společenskými tlaky, jež se podílejí nejen na formování chování jako systému, ale i na chování jednotlivých mediálních subjektů. Pro tuto diskusi o autonomii je důležité především to, že tyto tlaky se dostávají do konfliktu s normativními požadavky, které jsou na média v liberálně demokratických poměrech kladeny. Nejlepším příkladem takového rozporu mohou být slova české novinářky Sabiny Slonkové, která v roce 2015 hovořila s Karlem Hvízd'alou o svém odchodu z MF Dnes (v době, kdy už MF Dnes vlastnil Andrej Babiš a kdy Slonková byla šéfredaktorkou). „*Ten rozpor byl tak velký, že přípravu svobodných novin v podstatě znemožňoval. Dostala jsem se do stadia, kdy bych při svém dalším setrvání ve funkci musela dělat věci, které nikdy dělat nebudu a nechci*“ (aktualne.cz. Online. Dostupné z: <https://nazory.aktualne.cz/rozhovory/sabina-slonkova-nechtela-jsem-byt-hrobnikem-mf-dnes>).

1.2.1.1 Formování profesní identity českých novinářů a novinářek

To, jakým způsobem se profesní identita formuje v žurnalistickém poli, je pro sociální vědce velmi složité popsat, poněvadž procesy, jež se zde odehrávají, jsou komplikovanější než v ostatních polích. Podle Volka být novinářem či novinářkou a tuto profesionální identitu sdílet je mnohem složitější než být lékařem, právníkem nebo učitelem. „*Existuje stále reálný předpoklad, že rozhodnutí určitého druhu mohou činit jen lékařští profesionálové a že jakékoliv zásahy zvenčí jsou nepřijatelné. Žurnalistika srovnatelného stupně autonomie nikdy nedosáhla*“ (Hallin, Mancini, 2008: 62). Novinářská profesní identita je podle mnoha autorů méně homogenní než identita zmíněných profesí (Volek, Urbániková, 2017; Hallin, Mancini, 2008; McNair, 2004). Například Volek a Urbániková upřesňují, že v případě profesní identity se jedná o identitu volbou, která se „*integruje*

okolo společných cílů, sociálního statusu, názorů či profesních pravidel“ (Volek, Urbániková, 2017: 178). Problém ovšem nastává u žurnalistické profesní identity, kdy sdílení všech těchto hodnot a postojů je mnohem slabší než u zavedených profesí a z toho plyne *„nižší míra jejich skupinové soudržnosti a z ní vyplývající snazší ovladatelnost a manipulovatelnost“* (Volek, Urbániková, 2017: 178). Tyto myšlenky, které naznačují složitost při formování žurnalistické profesní identity, ještě několikrát zmíníme v následujících kapitolách. Volek se domnívá, že se v českém prostředí hraje nejen *„o společenskou roli a autoritu novinářů, ale i o zachování novinářské profesní identity, jak se zformovala v západní Evropě po druhé světové válce“* (Volek, Urbániková 2017: 179). Výše uvedené úvahy o žurnalistice jako poloprofesi zesiluje ještě navíc internetová a online žurnalistika, kdy s jejím příchodem muselo dojít k *„redefinici podstatné části pojmosloví vztahujícího se k novinářské profesi“* (Moravec, 2021: 18). Komplikované postavení žurnalistiky mezi tradičními profesemi potvrzuje Moravec (2021) i na úrovni profesní etiky. Podle Moravce (2021) jsou profese, u kterých se automaticky předpokládá, že se budou řídit pravidly profesní etiky, jež budou i nadále rozvíjet a kodifikovat. Jsou to právě například lékaři, soudci, právníci. I s výkonem povolání novináře jsou spojena jistá očekávání. Nicméně na rozdíl *„od etiky lékařské či soudcovské je to s aplikovanou etikou v žurnalistice nepoměrně složitější. Novinářská profese je otevřené povolání natolik přístupné kterémukoliv jedinci, že v očích významné části sociologů, ale i samotných novinářů nejde o profesi plnohodnotnou“* (Moravec, 2021: 49).

a) Formování profesní identity v kontextu historických změn

Otisk historických události v profesní identitě novinářů považuji za jednu z klíčových teoretických tezí této práce. Pokud se odkážu na předchozí kapitoly, kde již naznačuji souvislosti mezi historickým vývojem země a formováním profesní identity novinářů a novinářek, musím uvést, jak náročné bylo 20. a 21. století pro utváření představ novinářské identity v českém mediálním prostředí. Neustále probíhaly prudké zvraty a závažné změny, které na dlouhé desetiletí ovlivnily to, jak může fungovat nebo jak funguje žurnalistika. Čeští novináři tak v podstatě stále nemohou dosáhnout uceleného profesně-hodnotového paradigmatu, tak jako je tomu u jiných povolání (Volek, Urbániková, 2017). Roky 1939, 1945, 1948, 1968 s sebou vždy přinesly nové ideologicky motivované redefinice profesní novinářské role (Volek, Jiráček, 2006). Jednou z posledních velkých změn souvisejících s historií země a vývojem mediálního systému je vlastnicko-

ekonomická transformace, jež přichází spolu se změnou režimu v roce 1989. Liberálně demokratické představy o žurnalistice a její roli byly podrobeny těžké zkoušce při změně z autoritářského systému na kapitalistické ekonomické a politické uspořádání společnosti. U českých novinářů a novinářek můžeme sledovat unikátní cestu od sovětského modelu k liberálně demokratickým principům západní žurnalistiky. Zároveň je důležité uvést, že tyto radikální změny role žurnalistiky a změn profesních standardů nastávají v období, kdy už v západních demokratických systémech dochází k náznakům krize žurnalistiky. Volek s Urbánikovou hovoří o tzv. českém paradoxu, tedy o situaci, kdy *„domácí novináři začali hledat novou profesní sebedefinici, hledíce obdivně na západní mediální krajiny, západoevropské a severoamerické žurnalisty již ztráceli schopnost udržovat onu dynamickou rovnováhu mezi tlakem trhu a nezbytnou profesní autonomií“* (Volek, Urbániková, 2017: 17).

Volek tuto výraznou změnu celého politického a společenského uspořádání, které se formovalo v 90. letech, dělí z hlediska vývoje žurnalistické profesní identity ještě na tři základní fáze. *„První, předpřechodová fáze, začala již před sametovou revolucí politikou „perestrojky“, kdy mediální systém na desetiletí „zamrzl“, přijal některá nápravná opatření podle maďarského a polského modelu liberalizace médií. Obzvlášť silná cenzura byla oslabena a byla tolerována „pozitivní konstruktivní kritika“ některých dílčích, ale nesystémových politických nedokonalostí“* (Volek, Urbániková, 2017: 25). Hlavní silou v druhé fázi vývoje byla liberalizace a privatizace. Česká média prošla prudkou změnou z nástroje propagandy komunistického režimu na komercionalizovaný průmysl (Jiráček, Köpplová, 2015) a stejně jako v ostatních postkomunistických zemích dochází k masivní komercionalizaci a politizaci médií (Urbániková, Volek, 2018). Česká média vstoupila do západního liberálního proudu žurnalistiky prostřednictvím zahraničních vlastníků. V tu dobu ale byla již podle Volka autonomie žurnalistického pole v západních zemích znejišťována ekonomickými a technologickými změnami, které *„rozkládají poválečný, půlstoletí trvající vzestup kredibility novinářské profese. Její moderní dědictví, vycházející z étosu svobodného veřejného prostoru jako místa, kde má péče o veřejný zájem přednost před partikulárními, individuálními zájmy, se začalo rozpadat“* (Volek, Urbániková, 2017: 24). Ve třetí neboli post-transformační fázi ovlivnilo český mediální systém několik důležitých trendů. Tím nejdůležitějším byl odchod zahraničních vlastníků médií, návrat místního vlastnictví a vzestup českých podnikatelů držících ekonomickou a politickou moc (např. případ Mafra, případ Economia a další) (Urbániková, Volek,

2018). Tato post-transformační fáze je de facto tou nejdůležitější pro postavení celého výzkumu předkládané diplomové práce.

b) Formování žurnalistické profesní identity jako identifikace s profesí a profesními rolemi

V úvodu teoretické části jsem uvedla přehled o tom, jakým způsobem výzkumníci a sociální vědci vyhodnocují typologii novinářů, a hlavně to, jakým způsobem novináři sami sebe vnímají. V této kapitole si potvrdíme, jakou zásadní roli hraje taková typologie při utváření žurnalistické profesní identity. V obecnější rovině profesní identita není tvořena jen tím, co se jedinec, v konkrétním případě novinář nebo novinářka, naučil, zda zvládne specifické či technické dovednosti profese, ale také záleží na tom, jak se s konkrétním povoláním identifikuje, neboli na obecné identifikaci s novinářskou profesí. Volek s Urbánikovou tvrdí, že taková identifikace závisí i na postojích formovaných širšími životními a profesními zkušenostmi, které mohou novináři a novinářky získávat i mimo žurnalistické pole (Volek, Urbániková, 2017). V případě českých novinářů a novinářek je identifikace s profesí oslabována historickými zkouškami, které již byly zmíněny. Pro jejich profesní identitu *„je určující skutečnost, že se po druhé světové válce formovala diskontinuitně, přesněji řečeno pod tlakem vnějších politických intervencí, které vycházely ze zcela odlišných hodnotových pozic. Toto ideologicko-profesní štěpení oslabovalo jak identifikaci s profesí, tak přijetí důležitých profesních rolí u několika žurnalistických generací“* (Volek, Urbániková, 2017: 158).

Vedle takové obecné identifikace tvoří součást profesní identity novináře také intenzita přijetí nebo odmítnutí profesně rolových atributů. Volek s Urbánikovou pracovali ve svém výzkumu tak, aby odráželi rolové typy, jak o nich hovoří odborná literatura a jak jsme je zmiňovali v úvodu kapitoly. Podle výzkumu Volka a Urbánikové se nejčastěji čeští novináři a novinářky identifikují s rolí zprostředkovatele informací (v roce 2015 to bylo 66 %, a v roce 2003 dokonce 83 %). Naopak nejméně chtějí ovlivňovat veřejnost a politická rozhodnutí, jde pouze o 4 %.

c) Formování žurnalistické profesní identity v dualitě formálního a neformálního jednání

„Profesní identitu získávají novináři v zásadě dvěma způsoby. Jako příslušníci jedné profesní skupiny, která se víceméně řídí pravidly institucionalizovaného, profesionalizovaného jednání, jež se učí na univerzitě, ale i v neformálním prostoru

„interpretativních komunit“, který má stále častěji virtuální podobu“ (Volek, Urbániková, 2017: 150). Proces formování profesní identity novinářů a novinářek se podle Volka a Urbánikové odehrává v dualitě formálního a neformálního jednání ve formálních a neformálních strukturách. Jde o neformální diskuse s kolegy, jež se týkají profesních záležitostí, aktuálních či každodenních profesních problémů, různých novinářských kauz a diskusí o etických dilematech. „Tato kontinuálně probíhající rozprava nejen upevňuje profesní pozici jednotlivých novinářů, ale posiluje i význam novinářské komunity, respektive vede k uzavírání dlouhodobých i krátkodobých hodnotových aliancí, které mají na malém domácím mediálním trhu velký význam“ (Volek, Urbániková, 2017: 148). Tímto procesem se zároveň vytvářejí pevnější hranice žurnalistického pole, tedy jakési jasnější oddělení novinářů od ostatních profesí, což napomáhá k pevnější pozici žurnalistického pole. Pro Volka a Urbánikovou je takové neformální utváření profesní identity velmi podstatné a věří, že je důležité pro formování profesního vědomí novinářské komunity (Volek, Urbániková, 2017).

d) Formování žurnalistické profesní identity optikou teorie polí

Další pohled na formování profesní identity souvisí s Bourdieho teorií polí. Je to pohled spíše sociologický, jenž doplní mozaiku z hlediska mocenského postavení médií. Navíc je to pohled, který jde proti výše uvedeným informacím, kdy hledáme pro novináře pevnou homogenní profesní identitu a vysokou míru autonomie, abychom podpořili demokratické principy v naší západní společnosti. Na druhém konci ovšem pohledem Bourdieho vnímáme demokratická média jako zdroj moci a novináře a novinářky jako osoby, jež mají „monopol“ na přístup k informacím. Domnívám se, že je to stejně důležitý pohled a bude mít jistě i velký význam na formování profesní identity novinářů a novinářek. V tomto ohledu je třeba se podívat na média jako na subjekty, jež rozhodují, co bude „téma dne“ a jakým způsobem bude popsána konkrétní událost. Podle Bourdieho novináři uplatňují určitou formu nadvlády, která pramení z jistého monopolu na produkci a šíření zpráv a informací. Může tak docházet ze strany médií ke kontrole přístupu ostatních k informačním zdrojům a média rozhodnou o tom, co je ve veřejném prostoru považováno za významné téma a co nikoliv (Bourdieu, 1998). Bourdie tvrdí, že média, respektive novináři a novinářky, uplatňují specifickou formu nadvlády. Novinářské soudy tak disponují nesmírnou mocí ovlivnit život celé společnosti. To, jak je určité medium úspěšné, závisí na přesvědčení jeho publika, že skutečně informuje o našem sociálním

světě a nikoliv že jej konstruuje a že zprávy popisují spíše fakticky než esteticky (Alexander, 2015). To, že tisk disponuje takovou mocí, tedy pramení z určitých obecných okolností fungování médií, a v našem případě se jedná především o schopnost kontrolovat „brány komunikace veřejnosti jako celku, rozhodování, komu a čemu bude věnovaná pozornost, ale také se jedná o závislost řady společenských institucí na zpravodajských médiích jako jejich hlavním komunikačním kanálem směrem k veřejnosti, ale také jako na oknu, skrze které jsou běžně nahlíženy“ (McQuail, 2016: 37). V tomto ohledu jsou podle McQuaila novináři a novinářky nevyhnutelně zapojeni do uplatňování moci vlád, propagandistů a inzerentů. Někdy je ovšem „zdánlivá moc jen důsledkem značné publicity událostí, aniž by existoval jakýkoliv záměr někoho ovlivňovat“ (McQuail, 2016: 37). Taková moc tisku ovšem není jen výlučným majetkem médií, ale do značné míry představuje výsledek sil působících ve společnosti, které jsou prostřednictvím médií zprostředkovány (McQuail, 2016: 37).

1.2.2 Novinářská autonomie

„Autonomie novinářů je omezena na politické, ekonomické a organizační úrovni produkce zpráv, vyjednávána na redakční úrovni a vykonávána na úrovni každodenní praxe.“

(Sjøvaag, 2013: 155)

V obecné rovině je pojem autonomie využíván především ve vztahu k politickému uspořádání a definice ji zdůrazňují jako právo na samosprávu, kde se samosprávný stát vyznačuje nezávislostí, suverenitou a jurisdikčním dosahem (Merriam-Webster. Online. 2023. Dostupné z: www.merriam-webster.com/dictionary/autonomy). Samozřejmě lze pojem definovat i ve vztahu k jednotlivci, jenž je zakotvený v individuální svobodě, nezávislosti jednotlivce na státu, osvobození jednotlivce od kontroly druhých, resp. cizích lidí, a ochranou před svévolným výkonem státní moci. To nám ovšem zároveň působí potíže, pokud chceme zachovat autonomii jednotlivce v rámci politicko-společensko-ekonomického uspořádání naší společnosti. Je třeba si uvědomit, že každý jednotlivec má na druhé straně odpovědnost vůči společenskému řádu a individuální autonomie tak získává rozměr „sebeřídící svobody a morální nezávislosti“. „Jakákoliv diskuse o individuální autonomii by proto měla zohledňovat sociální uspořádání, ve kterých každodenně fungujeme – podmínky, které běžně nazýváme institucemi. Vzhledem k tomu,

že žurnalistika se provozuje v rámci institucí, je profesní autonomie vyjednávaná v institucionálním kontextu“ (Sjøvaag, 2013: 153).

Pro tento výzkum je autonomie vnímaná jako nezávislost novinářů a novinářek a jako jejich schopnost pracovat bez vnějších i vnitřních tlaků a bez ovlivňování nebo zasahování jiných subjektů. Pracuje se s myšlenkou, že žurnalistika jako společenská instituce (stejně jako jednotliví novináři a novinářky) by měla být osvobozena od nepatřičného vlivu jiných společenských institucí a sociálních aktérů. McDevitt zase uvádí, že autonomie je jedním z nejvýznamnějších požadavků na žurnalistiku a díky tomu může vzniknout skutečně kritická novinářská práce (McDevitt, 2003: 156). „*Svoboda mluvit a publikovat a svoboda od zasahování do této činnosti“ (Sjøvaag, 2013: 156), tedy „stupeň samosprávy v rámci profese a rozsah, v jakém je profese nezávislá na jiných společenských institucích“ (Örnebring, 2013: 39). Přesně tímto způsobem konceptualizují novinářskou autonomii při mém výzkumu. Budu mít na mysli především autonomii vzhledem k vnějším, ale i vnitřním faktorům, které se snaží nějakým způsobem ovlivnit zpravodajství či jakékoliv další mediální produkty, a také to, zda ji tímto způsobem vnímají novináři a novinářky. Novinářská autonomie mě bude zajímat ve smyslu nezávislosti novinářů při plnění jejich pracovních povinností a úkolů. Dále budu zjišťovat, jakou autonomii mají v rámci redakce, zda si mohou rozhodovat o obsahu a tématech, kterým se chtějí věnovat, mohou si poté vybírat, ověřovat a publikovat informace tak, aby to odpovídalo jejich přesvědčení, respektive jejich přesvědčení v návaznosti na žurnalistickou ideologii a na to, co se naučili ve škole (pokud prošli formálním vzděláním v oboru žurnalistika). V kontextu debaty o autonomii je také podstatné uvést, jakým způsobem probíhají výzkumy autonomie a kterou z těchto analytických úrovní využiji ve své práci. Již bylo řečeno, že navazuji především na práce českých mediálních vědců Volka a Urbánkové, Kotišové a Waschkové Císařové, tedy že se budu zajímat především o individuální úroveň autonomie. Zajímají mě především názory novinářů a novinářek a jejich individuální vnímání, omezení nebo naopak naplnění jejich profesní autonomie. Výzkum autonomie může ale dále probíhat na institucionální úrovni se zaměřením na autonomii žurnalistiky vůči státu, resp. politické sféře obecně, a trhu. Posledním aspektem je výzkum autonomie na organizační úrovni, jež nám ukazuje, že autonomie na pracovišti novinářů je omezena mnoha důležitými způsoby. Podle Örnebringa a Karlssona (2019) například různá tichá pravidla v konkrétní organizaci, implicitní zásady a normy profesionality, to vše dohromady dělá z novinářů poslušné zaměstnance, kteří obecně a dobrovolně přijímají*

mnohá omezení své autonomie, aniž by je jako taková vnímali. Pouze zjevné a explicitní pokusy politických a komerčních aktérů o kontrolu zpravodajství jsou vnímány jako interference, zatímco neformální normy výběru příběhů jsou považovány za „přirozené“ nebo „normální“.

V normativní podobě panuje u mnoha autorů shoda v tom, že autonomie je považována za rozhodující součást novinářské profese a zároveň za klíčový rozměr demokratické role žurnalistiky (Altschull, 1995; Hanitzsch, 2011; McDevitt, 2003; Deuze, 2005). Proč je tedy nutné věnovat novinářské autonomii pozornost, ptát se samotných novinářů, pokud panuje shoda v tom, co očekáváme a jak na autonomii pohlíží odborníci? Jedná se o ideální podobu autonomie, která je ve skutečnosti velmi křehká. Zároveň je to podle Kotišové a Waschkové Císařové (2023) nedosažitelný ideál. Zároveň mezi mediálními odborníky probíhá diskuse o podmíněné a kontextové povaze novinářské autonomie. Hovoří o tom, že autonomie není neměnná hodnota, jde spíše o „tekutou“ podobu, kdy se může její podoba vyjednávat na každodenní bázi, a hledají limity autonomie, která může být různými způsoby podmíněná, například tím, v jaké mediální instituci novinář nebo novinářka pracují. *„Z autonomie se rázem stane proměnlivý koncept, jenž je neustále upravován, aby zvládl kritéria organizace a každodenní úkoly, především pak úkol zpravodajství“* (Sjøvaag, 2013: 155). Podle Sjøvaag probíhá boj o autonomii každý den. Mezi faktory, které utvářejí zpravodajství, tedy patří celý institucionální aparát od makroúrovňových sociálních a politických struktur až po mikroúrovňové osobní zázemí samotných novinářů. Zpravodajství je produktem práce vykonané v institucionálním kontextu a právě na této úrovni nacházíme snahy zjistit, kde a jak se vlastně uplatňuje novinářská autonomie (Sjøvaag, 2013).

I čeští novináři svádějí podle mediálních odborníků boj o autonomii. Pokud ne každý den, tak každou historickou změnou, každou změnou vlastníka, o čemž se již hovořilo v předchozích kapitolách. V každém historickém okamžiku a v každé fázi nově budované profesní identity českých novinářů se svádí boj o zachování novinářské autonomie. Lze ovšem přístupy obávající se o novinářskou autonomii či vysvětlující, jak se autonomie může měnit v závislosti na okolnostech, doplnit o názory, které předpokládají, že *„probíhající proces kritické konfrontace například s technologickou změnou nakonec povede k vítězství interpretační autonomie žurnalistů, bez které je nemyslitelná existence demokratické kultury obecně“* (Alexander, 2015: 9–10). Alexander chápe novináře jako

nezávislou kulturní sílu (independent cultural power), která má primární schopnost přizpůsobit ekonomické a technologické atributy svým cílům. Je možné to vnímat jako myšlenkový proud, který může podpořit novináře a novinářky, kteří nevnímají autonomii jako krystalickou hodnotu novinářské ideologie, ale jako něco, s čím se v průběhu jejich kariéry může pracovat v závislosti na podmínkách, v kterých aktuálně pracují.

1.2.2.1 Autonomie jako hodnota

Někteří autoři definují, co by žurnalistika měla být, resp. v našem případě, co by měla být novinářská autonomie. Hovoří se o normativním přístupu. Obecně novinářská autonomie je běžně považována za normativně žádoucí. V tomto normativním modelu se z žurnalistiky stává onen hlídací pes a čtvrtý stav, který sleduje a zkoumá činy mocných. Má k tomu všechny předpoklady jak institucionální, tak intelektuální. Média jsou vnímána jako „*ztělesnění intelektuální svobody, která charakterizuje liberální kapitalismus a vyjadřuje a umožňuje politickou a kulturní pluralitu*“ (McNair, 2004: 25). Takové představy jsou pak konfrontovány s realitou běžných pracovních podmínek, variabilitou historického vývoje a s pestrými potřebami konkrétních mediálních systémů a v neposlední řadě s osobností novinářů a novinářek. Hovoří se pak o paradigmatu dominance, který představuje kritiku ideálu a upozorňuje na realitu, jaká je (McNair, 2004: 25). Díky těmto dvěma přístupům se nabízí možnost vidět plastický obraz ideálních představ o žurnalistice jako významném pilíři demokracie a současně se nabízí možnost postihnout to, co se děje v reálných podmínkách různých mediálních systémů či mediálních organizací. Zároveň se nám načrtne představa o tom, kde přesně se nachází žurnalistická autonomie jako hodnota a jak souvisí s profesní identitou novináře. Například podle Volka je novinářská autonomie zcela na vrcholu symbolické pyramidy, jež tvoří různé složky profesní identity. I tato práce stojí na jistém konfrontování a testování hodnot žurnalistiky v kontextu současných společenských, ekonomických a technologických změn. Během výzkumu bude ideál žurnalistiky přímo konfrontován se zkušenostmi konkrétních novinářů a novinářek. Chci se dozvědět, zda vnímají základní principy novinářiny, zda vnímají, že společnost má jistá očekávání, a zda jsou novináři v každodenních povinnostech a rutinách schopni toto vše naplňovat. Je to pro ně ideál, chtějí takové ideály vůbec naplňovat, nebo postačí naplňovat požadavky mediální instituce, pro kterou v daný okamžik pracují, a to je ta hlavní hodnota a hnací motor, proč žurnalistiku vykonávají jako svoji profesi.

Pro diskusi o autonomii jako hodnotě je velmi důležitým pramenem ideologický koncept žurnalistiky Marka Deuzeho, jenž konceptualizuje žurnalistiku jako profesionální ideologii. Deuze hodnoty ideologie žurnalistiky podrobuje hodnocení z hlediska toho, jak jsou zpochybňovány nebo měněny v kontextu současného společenského a technologického vývoje. Prezентuje názor o tom, že v mnoha vědeckých studiích jsou ideály žurnalistiky brány jako samozřejmost, a zvažuje, zda k nim jako samozřejmým věcem lze přistupovat i v dnešní době a v našich konkrétních mediálních systémech. Deuze tvrdí, že profesionalizace žurnalistiky, resp. vznik profesionální identity novinářů, souvisí se vznikem a vývojem obecně sdílené a někdy až „zuřivě“ obhajované profesní ideologie mezi novináři. Deuze popisuje, že do těchto představ zapadají společné hodnoty a názory, které ovlivňují chování novinářů a novinářek a které se podílejí na utváření jejich pracovní identity (Deuze, 2005). Sdílená profesní ideologie novinářů a novinářek se časem stala nástrojem pro jejich profesní sebedefinování a vedla k přijetí základních profesních pravidel. Vědci označují proces profesionalizace novinářů za ideologický vývoj, protože novinářská ideologie sloužila k neustálé reprodukci konsensu na tom, kdo byl skutečný novinář a co může být považováno za příklady skutečné žurnalistiky (Deuze, 2005). Asi nejvýrazněji mluví Deuze o pěti základních profesních hodnotách a požadavcích. Žurnalistika je podle něj vždy primárně službou veřejnosti, která musí respektovat pravidla objektivitu, jež nelze naplnit bez dostatečné míry profesní autonomie. Výkon žurnalisty musí být co nejaktuálnější a musí dodržovat etická pravidla (Deuze, 2005: 446). Například Hallin a Mancini mluví o podobných požadavcích v souvislosti s definováním žurnalistiky jako profese, o níž tvrdí, že musí splňovat jistá kritéria. Žurnalistika by tak měla zaměřit svou činnost na službu veřejnosti, používat jasně definovaná profesní pravidla a poskytovat novinářům profesní autonomii (Hallin, Mancini, 2008). Opět lze zaznamenat, že je autonomie uvedena jako jeden z hlavních atributů jakési ideologické povahy novinářské profese. Podobně na žurnalistiku nahlíží McNair, jenž konstruuje žurnalistiku v její ideální podobě opět pomocí pojmů jako objektivita, veřejná služba a vyváženost.

V této kapitole považuji za důležité k autonomii jako hodnotě přiřadit ještě objektivitu jako další princip profesionálního žurnalistiky a normativní požadavek na žurnalistiku uvedený u několika autorů výše. Hlavně proto, že se s těmito dvěma koncepty v mediálních studiích pracuje velmi podobně, někteří autoři si jimi dokonce vzájemně vypomáhají. Příkladem je práce Kotišové a Waschkové Císařové (2023), které svoji představu o dvojím pojetí autonomie ve vydavatelství Mafra vystavěly právě na konceptu dvojího pojetí objektivitu

Carpentiera a Trioena. Ti rozlišují objektivitu jako hodnotu (součást novinářské ideologie) a objektivitu jako praxi (co vlastně novináři dělají) a hovoří o nepřeklenutelné propasti mezi nimi. Podle odborníků existuje taková propast i mezi jinými hodnotami či normativními aspiracemi a skutečnými praktikami, a to právě včetně autonomií. Stejně jako objektivní zpravodajství zůstává tak podle některých nedosažitelným horizontem a ideologickým konstruktem, se kterým se každodenní žurnalistické praktiky nikdy nemohou plně setkat. „*Situace novinářů po celém světě ukazuje, že autonomie, i v západních zemích, zůstává nedosažitelným cílem*“ (Joseph, 2012: 482). Lze též hovořit o tom, že pojmy jsou vzájemně propojeny. Pokud je novinář svobodný a může pracovat autonomně bez vnějších a vnitřních tlaků, je možné předpokládat, že bude získávat a publikovat informace objektivně a beze strachu. Aby byl novinář objektivní, bude muset disponovat určitou mírou autonomie. Jak tvrdí Örnebring a Karlsson (2019), neautonomní novináři mohou produkovat neobjektivní informace a mohou jednat v zájmu jiných aktérů spíše než ve veřejném zájmu. Objektivita je hodnota, která byla definována v různých studiích například jako poctivost, profesionální odstup nebo nestranné podávání zpráv (Deuze, 2005: 448). McQuail ji definuje jako neutrální postoj k úloze shromažďovat, zpracovávat a šířit informace, jejímž předpokladem je absence postranních úmyslů a skrytých služeb třetí straně. Objektivní novinář by měl být racionální, logický, neovlivněný emocemi či manipulativními záměry a oddaný pouze odhalování a rozšiřování prokazatelné pravdy (McQuail, 2016: 116). Obecně je objektivita považována za ideál dobré žurnalistiky, kterého je v praxi obtížné, nebo dokonce nemožné dosáhnout (Carpentier, Trioen, 2010). To ale neznamená, že by se o ni novináři neměli snažit (Ryan, 2001). V tento okamžik lze připomenout i americkou realitu, kde se k ideálu objektivitě vyjadřuje sociolog Michael Schudson, který ovšem nesdílí názor, že by s takovou samozřejmostí měla být média objektivní. Podle Schudsona je to podivný požadavek na instituce, které jsou podnikatelskými subjekty a musejí ekonomicky přežít anebo se jedná o subjekt politický, tedy je jasné, že reprezentuje konkrétní názory a postoje. Je to též podivný požadavek na novináře, kteří nemají takové profesní ukotvení, které by mohlo objektivitu jednoznačně garantovat, jako například lékaři, právníci nebo vědci (Schudson, 1978). Schudson upřesňuje, že až po první světové válce převážil ideál objektivitě a začaly se vést diskuse o oddělování faktů od jejich hodnocení (Schudson, 1978). „*Představa, že by žurnalistika měla být politicky neutrální, nestranná, profesionální, dokonce „objektivní“, se objevila až ve dvacátém století*“ (McChesney, 2009: 9). Do té doby

nikoho nenapadlo, že bychom to měli od médií očekávat. McChesney takový vývoj profesionalizace žurnalistiky popisuje na příkladu Spojených států. Většina novin byla úzce spjata s politickými stranami a tisk měl sklon k velké politické angažovanosti. To samozřejmě platilo i pro evropské, resp. české prostředí. McChesney dále navazuje, jak se v průběhu 19. století logika vydávání novin změnila „z *primární političnosti na primární komerčnost*“ (McChesney, 2009: 9). Podle této logiky žurnalistika zůstala i nadále otevřeně politicky angažovaná, ale zároveň se stávala komerčním prostředím. Podle McNaira je „*pojmem objektivitu nejstarším a dosud klíčovým pojmem profesní etiky liberální žurnalistiky. Je zárukou kontroly kvality novinářské práce a nositelem důvěryhodnosti médií. Dnes počítáme s tím, že objektivita nebo alespoň snaha o ni je samozřejmou součástí novinářské práce*“ (McNair, 2004: 68). Trampota ještě dodává, že žurnalistická profese vnímá objektivitu jako dodržení profesních postupů, ovšem v rámci mediálních studií k ní odborníci přistupují jako k nedosažitelnému ideálu (Trampota, 2006). V každém případě je to podle Trampoty „*středobod práce novinářů v liberálně demokratické společnosti a novináři se na ni odvolávají při obraně své práce. K jejím požadavkům patří jasné oddělení faktů od názorů, vyváženost směřující k neutralitě a potvrzení uvedených výroků autoritou*“ (Trampota, 2006: 71).

V souvislosti s autonomií jako hodnotou je důležité závěrem zmínit i vnitřní autonomii mediální organizace. Ta bude mít v konečném důsledku jistě vliv na autonomii jednotlivce, tedy novináře a novinářky. Jeden ze zřetelných vlivů při formování profesní identity novinářů a novinářek byl již zmíněn v předchozí kapitole. Jedná se o soulad mezi profesní a organizační identitou. To, v jaké konkrétní mediální organizaci novináři a novinářky pracují, má zásadní vliv na jejich profesní identitu. I mediální organizace jako součást konkrétního mediálního systému se musí vyrovnávat s řadou vnějších vlivů a tlaků. A stejně jako u jednotlivých novinářů a novinářek se tyto tlaky ať už ekonomické, politické, či technologické dostávají do rozporu s normativními požadavky na to, co od médií očekává společnost. Podle Jiráka jsou na média v liberálně demokratických poměrech kladeny především tyto požadavky: „*1) zákonem garantovaná autonomie na politickém rozhodování (tzv. nezávislost), 2) média by měla být institucí svobody projevu, 3) média by se měla při zachování prvních dvou požadavků chovat společensky odpovědně*“ (Jirák, Köpplová, 2015: 161). Podle Jiráka a Köpplové míra svobody v dané organizaci podmiňuje to, jakým způsobem je vyřešen vztah s vlastníkem média. Jednotlivé organizace mohou volit mezi aktivnější rolí nebo neutrálnější rolí ve společnosti. Zde

už bychom se opět dostali k profesním rolím jednotlivých novinářů například podle Cohena novináře neutrála a novináře angažovaného nebo zainteresovaného na konkrétním směřování společnosti (Jiráček, Köpplová, 2015).

1.2.2.2 Autonomie jako podmínka profesionalizace

„Velmi málo povolání dosáhne autority zavedených profesí.“ – Wilenski, 1964

Tak jako mnoho pojmů v sociálních vědách i pojmy profese a profesionalizace s sebou přinášejí problém s jednou přesnou definicí. Domnívám se, že pro potřeby této práce není zcela nutné profesionalizaci složitě definovat v obecném smyslu, jde spíše o to, jakým způsobem nám jeho ukotvení v mediálních studiích pomůže v dalším porozumění konceptu novinářské autonomie a profesní identity. I přes problematickou kategorizaci profesionalizace hlavně ve vztahu k žurnalistice lze společně s některými autory definovat základní parametry pro to, aby žurnalistika mohla být vnímána jako profese. Například podle Hallina a Manciniho (2008) by žurnalistika měla zaměřit svou činnost na službu veřejnosti, používat jasně definovaná profesní pravidla a poskytovat novinářům profesní autonomii. Je to ideální představa o výkonu profesionální žurnalistiky blízká se novinářské ideologii Marka Deuzeho. Autonomie (i když v tomto kontextu se nemusí jednat o autonomii jednotlivých novinářů, ale autonomii celku, tedy všech žurnalistů) je pro autory ústředním pojmem definice profesionalismu. *„Autonomie je klíčovým důvodem, proč řada povolání usiluje o „profesionalizaci“ a ospravedlnění přísnější kontroly nad vlastními pracovními postupy“* (Hallin, Mancini, 2008: 62). Dalším faktorem pro uznání žurnalistiky jako profese jsou vlastní *profesní normy*, jež v případě žurnalistiky mohou představovat etické principy, jako je například ochrana důvěrného zdroje informací nebo rozlišení mezi inzertním a redakčním obsahem, ale i běžné standardy každodenních rutinních žurnalistických úkonů (Hallin, Mancini, 2008: 63). Existence specifických profesních norem podle autorů zjevně souvisí s autonomií, jelikož tyto normy by nemohly ovládat žurnalistickou praxi, pokud by byly kontrolovány vnějšími aktéry (Hallin, Mancini, 2008). Posledním faktorem procesu profesionalizace definovaným Hallinem a Mancinim je předpoklad, že se profese řídí etikou veřejné služby nebo veřejného závazku. Opět je možné odkázat na ideologii žurnalistiky, ovšem Hallin a Mancini navrhnou nebrat tento faktor pouze jako čistou ideologii. Podle nich *„jde o historicky specifickou koncepci role žurnalistiky ve společnosti s důležitými důsledky pro*

žurnalistickou praxi a vztahy mezi médii a dalšími sociálními institucemi, která je klíčem k pochopení odlišného vývoje žurnalistiky v různých společnostech“ (Hallin, Mancini, 2008: 64). Takovou konceptualizaci podpírá širší a obecnější teorie profesionalizace konstruovaná Wilenským (1964), jež rozlišuje pět základních bodů, kdy se z nějaké lidské aktivity může stát profesionální činnost a jež je hojně používaná: 1) měla by se vykonávat na plný úvazek, 2) měla by se opírat o specializované vědění a znalosti, 3) měla by být samoregulována prostřednictvím profesních asociací definujících pracovní standardy, 4) měla by díky politické a legislativní podpoře získat právo na výhradní kontrolu profesního teritoria a 5) měla by dát vzniknout formálnímu etickému kodexu dané profese. Podle Wilenského profese všeobecně zaujímají vyšší místo v žebříčku sociální stratifikace pracovních míst, poněvadž představují expertní a odborné pozice na trhu a jedná se o uzavřené skupiny osob, jež se vyznačují vysokou mírou prestiže (Wilensky, 1964). Hallin a Mancini se domnívají, že žurnalistika takovou expertizu v podstatě postrádá. Nicméně formální profesní výcvik „*není pro žurnalistickou praxi zásadní a neexistuje jasná souvislost mezi professionalismem a formálním výcvikem*“ (Hallin, Mancini, 2008: 61). I Trampota tvrdí, že k výkonu žurnalistického povolání není potřeba žádných specifických znalostí, specifických oprávnění či licencí a „*ve většině demokratických mediálních systémů je práce v redakci zpravodajství otevřenou profesí, která nevyžaduje absolvování nějakého odborného vzdělání*“ (Trampota, 2006: 49). Připouští ale, že být novinářem „*vyžaduje určité schopnosti, jako je schopnost rychle vyhledávat, sbírat a zpracovávat informace*“ (Trampota, 2006: 49).

Je patrné, že zásadní, o čem vědci a autoři diskutují již několik desítek let, je, zda je možné žurnalistiku považovat za profesi. V mnoha ohledech se žurnalistika dostává z hlediska profesionalizace do problematického postavení. Velmi často je autory a mediálními odborníky označována za jakousi polo-profesi nebo semi-profesi (Urbániková, Volek, 2018, Moravec, 2021; Hallin, Mancini, 2008). „*Lékaři jsou nositeli diskurzu o těle. Máme-li se s důvěrou svěřit do jejich rukou, musíme jim věřit. Smyslem lékařské etiky je podpořit důvěru nás nelékařů v opodstatněnost lékařské vědy. Stejným způsobem „zaručuje“ právníká etika diskurz spravedlnosti, legitimizuje práci v oblasti práva jako hodnou úcty*“ (McNair, 2004: 67). Z takové úvahy by plynulo, že i žurnalistika, pokud má být považována za plnohodnotnou profesi, by měla mít svůj diskurz, jasná profesní pravidla, etický kodex atd. V teoretické rovině tím vším novinářina disponuje, nicméně „*ve srovnání s lékaři či právníky nedisponuje novinářská identita tak silnou*

vědomostně-dovedností koherencí“ (Volek, Urbániková, 2017: 154). Zároveň žurnalistika a žurnalistické pole jsou poměrně širokým a otevřeným prostorem, do kterého se v dnešní době může (profesně) zapojit téměř kdokoliv. Existuje řada cest, jak se stát novinářem. To vše může být problematické v procesu profesionalizace a celkového vnímání žurnalistiky. „Letitá a opakovaně zahajovaná debata o profesionálním statusu žurnalistiky, resp. žurnalistů, nebyla zdaleka uzavřená a řada autorů se kloní k názoru, že veřejnost „objektivně“ neuznala žurnalistiku za samostatnou a autentickou „profesi“ ve stejném smyslu, v němž je profesí medicína či právo“ (Volek, Urbániková, 2017: 153).

1.2.2.3 Autonomie jako parametr mediálního systému

Hallin a Mancini definují profesionalizaci z hlediska obecné typologie mediálních systémů (o jejich typologii mediálních systémů se zmíním i v následující kapitole) a přinášejí tak do diskuse o novinářské autonomii další rozměr. Jde o pojetí autonomie jako ústřední součásti definice profesionalismu, jež se pro autory stává jedním ze čtyř nejdůležitějších parametrů při hodnocení mediálních systémů. Mezi další definované hodnotící parametry patří vývoj mediálních trhů (se zvláštním důrazem na výrazný či nevýrazný vývoj tisku s masovým základem), politický paralelismus (úroveň a povaha propojení médií a politiky) a stupeň intervence státu do mediálního systému (Hallin, Mancini, 2008). Pro autory je autonomie *„klíčovým důvodem, proč řada povolání usiluje o profesionalizaci a ospravedlnění přísnější kontroly nad vlastními pracovními postupy“* (Hallin, Mancini, 2008: 62). Jak bylo řečeno v úvodu, tato diplomová práce stojí především na individuálním vnímání novinářů a novinářek, nicméně celkový pohled na mediální systém je pro pochopení neméně důležitý. Ukazuje především to, jak důležitým faktorem je autonomie z hlediska celého mediálního systému. *„Úroveň novinářské autonomie se významně liší v návaznosti na dané období, mediální systém a často také i u jednotlivých typů zpravodajské organizace“* (Hallin, Mancini, 2008: 63). Z obecného pohledu lze podle Hallina a Manciniho vnímat konkrétní politický systém, ve kterém novináři a novinářky působí, jako nejdůležitější determinant vnímaného politického vlivu na novinářskou autonomii. Logicky novináři v autoritářských zemích budou vnímat více tlaků na vlastní autonomii než novináři v demokratických zemích. Taková úvaha souvisí i s předchozími tezemi o profesionalizaci žurnalistiky. Podle Hallina a Manciniho se profesionalizace žurnalistiky významově shoduje nebo překrývá s objektivitou a politickou neutralitou. Je tedy podle nich zřejmé, že v zemích, kde jsou silné vazby médií na politické subjekty a je zde výrazný politický

paralelismus, se bude jednat o systémy se slabě vyvinutou profesionalizací žurnalistiky. V takovém systému budou novináři postrádat profesní autonomii kromě těch, kteří se jí těší díky vysokému politickému postavení (Hallin, Mancini, 2008). Hallin a Mancini vysvětlují, že i když profesionalizace a politický paralelismus jsou oddělené jako dva parametry mediálního systému, ve skutečnosti jsou jasně propojeny (Hallin, Mancini, 2008). Zde lze teoretický výklad o autonomii uzavřít teorií diferenciací¹⁰ a propojit tak uvažování o profesionalizaci žurnalistiky a politického paralelismu. Hallin a Mancini konstatují, že se může žurnalistika jako instituce díky vysoké úrovni profesionalizace dostat do postavení, jež ji bude zcela zřetelně odlišovat od jiných institucí včetně politiky. Opět si po vzoru Hallina a Manciniho pomůžeme teorií polí, tedy žurnalistika se může díky vysoké míře profesionalizace rozvinout jako zcela odlišné pole s podstatnou autonomií ve vztahu k ostatním sociálním polím, tedy i poli politickému (Hallin, Mancini, 2008).

1.3 Mediální systém České republiky

Reifová ve Slovníku mediální komunikace charakterizuje mediální systém jako jeden ze systémů, který se podílí na celkovém uspořádání společnosti. Pro lepší představu je možné ještě doplnit náhled mediálního teoretika Denise McQuaila, jenž pod koncept mediálního systému řadí všechna média (především ta zpravodajská) fungující v podmínkách daného státu, případně s určitým mezinárodním přesahem a zaměřením (McQuail, 2016). „*Mediální systémy jsou obvykle složené z mnoha samostatných firem nebo organizací, z nichž každá má určitý stupeň svobody ve volbě svých cílů a způsobů jednání*“ (McQuail, 2016: 134).

Každý politický režim nebo společenské uspořádání určitým způsobem vnímá roli a funkci médií a svým uspořádáním určuje, jaký typ mediálního systému podporuje (Jirák, Köpplová, 2015). To po druhé světové válce začalo vést k úvahám o vztahu médií a společnosti, resp. politiky, a první konkrétní zkoumání lze najít v 50. letech 20. století, kdy vznikl normativní základ Čtyři teorie tisku od amerických sociologů a mediálních teoretiků Freda S. Sieberta, Theodora Petersona a Wilbura Schramma. Byla to první snaha popsat vztahy mezi médii a politikou, resp. státem, ve kterém média fungují. „*Ve struktuře a fungování mediálních systémů se odrážejí rozdíly v politických systémech.*“

¹⁰ Jedná se o sociologický výklad procesu, v jehož rámci některé aktivity doposud spojené s jednou sociální institucí jsou v důsledku specializace postupně vykonávány několika institucemi, čímž se zvyšuje složitost a heterogenita společnosti (Sociologická encyklopedie, Sociologický ústav AV ČR, https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Diferenciacie_socialni).

Ty se nejzřetelněji projevují v charakteru formálních právních a regulačních úprav, ale také ve zvykových a neformálních vazbách mezi politickými aktéry a novináři“ (McQuail, 2016: 137). Autoři dospěli k závěru, že mediální systémy se dají rozdělit na čtyři kategorie, a to liberální, teorie společenské odpovědnosti, autoritářská teorie a teorie sovětská. Šlo o vůbec první pokus klasifikovat tyto vztahy. Podle mnohých to ovšem byl pokus velmi nedokonalý a především poplatný době svého vzniku, tedy období studené války. Teorie tak prošla během let tvrdou kritikou. Bylo jí vyčítáno především zjednodušování, zobecňování a schematizace historického kontextu. Jako konkrétní příklad je možné uvést například: *„Čtyři teorie tisku vykazovaly zřetelně euroamerickocentrickou perspektivu a pomíjely skutečnost, že pro země tzv. třetího světa (rozvojové země) nemají žádnou výpovědní hodnotu“* (Jirák, Köpplová, 2015: 119). Na druhou stranu se jí ale dostalo i určitého uznání za význam, který koncept měl pro poválečný vývoj myšlení o médiích a pro vzdělávání novinářů (Reifová, 2004). V průběhu let zároveň docházelo k pokusům teorii doplnit či aktualizovat. Tyto snahy vyvrcholily až v roce 2004, kdy autoři Daniel C. Hallin a Paolo Mancini představili empirickou studii Srovnávání mediálních systémů, česky pod názvem Systémy médií v postmoderním světě. Na základě srovnávací analýzy v evropských zemích a zemích Severní Ameriky popsali 18 mediálních systémů a definovali tři základní modely: liberální, demokraticko-korporativistický a model polarizovaného pluralismu. Popsali, jakým způsobem mohou procesy související s novinářskou autonomií ovlivnit mediální systém a jeho důvěryhodnost v něj a naopak jakým způsobem se projeví typ mediálního systému na míře novinářské autonomie. Jsou to logicky provázané faktory, které souvisejí s podstatou žurnalistiky a jejím vztahem ke společnosti. Jak uvádí McQuail, nejde jen o rozhodnutí novinářů, jakou roli chtějí zastávat jako profesní skupina. *„Žurnalistiku silně ovlivňují podmínky konkrétní společnosti, v níž funguje, především pak sociální struktura společnosti, představující společenský faktor, který se nedá snadno nahradit. Tyto podmínky se podílejí na formování podoby mediálního systému, jenž má následně vliv na způsob fungování mediálních podniků a organizací a v konečném důsledku i na práci novinářů samotných“* (McQuail, 2016: 133).

Chceme-li zařadit mediální systém České republiky do jednoho z typů podle Hallina a Manciniho, není to jednoznačné nejen kvůli aktuálnímu mediálnímu prostředí, ale i z důvodů historických změn po roce 1989, kdy média procházela různými fázemi vývoje. Cílem této práce ovšem není zařadit český mediální systém do kolonky, jde spíše o to,

jakým vývojem a jakým zvraty prošel a jaký to mohlo mít vliv na identitu novinářů a novinářek a hlavně na vnímání jejich autonomie. Ihned po roce 1989 docházelo především k odpoutání se od sovětského autoritářského modelu fungování médií, zrušení cenzury a v návaznosti na to pokračovala privatizace médií. Byly zakládány nové deníky a na český trh vstupovali první zahraniční vydavatelé, kteří si postupně převzali česká média. Nastupovala bulvarizace a komercializace médií. Nutno podotknout, že první léta přechodu od autoritářského systému k liberální demokracii „byla charakteristická minimálními snahami jakkoliv regulovat zpravodajská média a žurnalistiku“ (Moravec, 2021: 393). Později začínají sílit úvahy o samoregulaci žurnalistiky a dochází k prvním pokusům o kodifikaci etických norem odpovědné žurnalistiky. Týkaly se především České televize a profesní organizace Syndikátu novinářů (Moravec, 2021). V dalším období, které Moravec vymezil léty 2001–2007, dochází ke konsolidaci vlastnictví. Někteří zahraniční vlastníci již ukončují své aktivity v ČR (např. Mittelrhein Verlag GmbH vydávající deníky ZN Zemské noviny, Slovo) a část celostátních deníků zanikla (Moravec, 2021). Pro můj výzkum je nejdůležitější poslední fáze, která započala v české mediální krajině zhruba v roce 2008 a kdy dochází již k hromadnému přechodu vlastnictví nejvýznamnějších mediálních skupin do majetku tuzemských podnikatelů. Odliv zahraničních vlastníků byl způsoben především světovou finanční krizí, poklesem čtenosti tištěných médií, poklesem zisků z reklam, a tedy poklesem ziskovosti médií. Navíc někteří z českých podnikatelů měli kromě ekonomických a mediálních záměrů i politické ambice (Moravec, 2021). Je to ta fáze, o které hovoří Volek jako o post-transformační. K charakteristice tohoto období používá podobná slova, tedy hovoří o odchodu zahraničních investic, návratu místního vlastnictví a vzestupu místních oligarchů. Je to přesně to období, v kterém kritizovaly různé mezinárodní instituce Českou republiku a kvůli čemu se Česká republika postupně propadala v hodnocení nezávislosti médií. Například podle zprávy Evropské federace novinářů byla média v tomto období v České republice pod velkým tlakem. Mediální experti v roce 2019 také varovali před příliš úzkými vazbami českého premiéra Andreje Babiše na některá média a domnívali se, že měl velký vliv na média, která převedl do svěřenského fondu. Česká republika se v té době zároveň propadla v žebříčku svobody tisku, resp. Indexu World press freedom Reportérů bez hranic o 27 míst až na 40. příčku (Reporters without borders. Online. Dostupné z: <https://rsf.org/en/index?year=2020>). Ještě v roce 2014 byla na 14. místě. Dobrou zprávou pro český mediální systém by mohlo být, že za rok 2023 se Česká republika dostala opět

na 14. místo (Reporters without borders. Online. Dostupné z: <https://rsf.org/en/index>). Ekonomická krize a vlastnické změny v mediální struktuře oslabily nezávislost médií nejen v České republice, ale v celé střední Evropě. Největší problém tohoto typu vlastnictví podle Václava Štětky (2013) automaticky oslabuje důvěryhodnost daného média, a to bez ohledu na skutečné motivy majitele. Taková koncentrace ekonomické, politické a mediální moci bude vždy vyvolávat pochybnosti, zda konkrétní médium nepíše ve prospěch svého majitele. Přitom důvěra v nezávislost je to nejcennější, čím zpravodajské médium disponuje, a zklamání takové důvěry u čtenářů nebo diváků se těžko napravuje. Vliv vlastnictví média je pro mnohé autory velmi důležitým faktorem při utváření novinářské autonomie. Václav Štětka tvrdí, že *„jedním z klíčových problémů českých médií jsou vlastnické vztahy a fakt, že většinu vydavatelství tady vlastní finanční skupiny a oligarchové, kteří investice do médií chápou primárně jako nástroj ochrany svých privátních ekonomických zájmů. Média tak během pár let přišla o část své autonomie, a pravděpodobně i to v důsledku vede k poklesu jejich důvěryhodnosti“* (Deník referendum. Online. Dostupné z: <https://denikreferendum.cz/clanek/27078-rozhovor-s-vaclavem-stetkou-o-situaci-medii-nebojme-se-regulace>).

1.3.1 Vydavatelství Economia jako součást mediálního systému

V předchozích kapitolách bylo uvedeno, jak se český mediální systém proměňoval za posledních 30 let velmi zásadním způsobem, byl vystaven mnoha až hraničním situacím, které nepřispěly v pozitivním smyslu slova k upevnování profesní identity novinářů a novinářek a k udržení dostatečné míry autonomie. Jakým způsobem se tyto proměny odrážejí ve vydavatelství Economia, v jeho vývoji a současném stavu? Zařazení vydavatelství se budu věnovat v následující kapitole a zároveň tím definuji prostor, ve kterém bude probíhat následný výzkum.

Jak jsem zmínila v předchozí kapitole, v České republice v první dekádě 21. století začali hromadně opouštět český mediální trh zahraniční vlastníci. Velké vydavatelské domy se dostaly do rukou významných tuzemských ekonomických hráčů a jejich podnikatelských subjektů (Zdeněk Bakala, Andrej Babiš, Petr Kellner, Daniel Křetínský, Marek Dospiva). Takový osud potkal i vydavatelství Economia, jež v roce 2008 koupil od německého vydavatelství Handelsblatt podnikatel Zdeněk Bakala. Tímto krokem se Economia zařadila do třetí post-transformační etapy polistopadového vývoje českých médií charakterizované

podle Volka a Urbánikové. Bakala se ještě dva roky předtím, tedy v roce 2006, stal majoritním akcionářem vydavatele týdeníku Respekt. „Zdeněk Bakala rozhodně do médií nevstupoval jako zcela nepopsaný list. Již od roku 2006 byl spolumajitelem názorového týdeníku Respekt (spolu s Karlem Schwarzenbergem, který Respekt vlastnil od roku 1996) a pomohl mu z vážných ekonomických potíží“ (Hlídací pes. Online. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/trampoty-s-oligarchy-dil-druhy-jak-zdenek-bakala-kupoval-vydavatelstvi-economia/?hilite=oligarchizace>). Už v této době řešili novináři Respektu, jakým způsobem se postaví k podnikání svého majitele (Bakala čelil v té době velké kritice za své působení v OKD, kterou vlastnila nizozemská společnost New World Resources) a bylo rozhodnuto, že o Bakalovi se redakční texty psát nebudou. Nakonec se to ukázalo jako chybné rozhodnutí, poněvadž to mohlo vzbuzovat dojem, že hlavním cílem nákupu médií českými miliardáři je ticho (Moravec, 2021).

Vývoj vydavatelství může být ovlivněn mediálním systémem, který prochází nějakou historickou událostí či určitým trendem. Koncentrace mediální moci v rukou významných ekonomických subjektů byla v tomto období jakýmsi trendem, na který upozorňovali mediální odborníci i mezinárodní instituce a upozorňovali též na důsledky, které povedou celkové nedůvěře v demokratické mediální prostředí přesně tak, jak o tom hovoří McChesney. Mediální vědci a odborníci píšící o střední a východní Evropě často považují trend koncentrace vlastnictví za největší hrozbu pro novinářskou autonomii. Kontrola místních vlastníků nad místními médii může oslabit investigativní žurnalistiku (Štětka, Örnebring, 2013) a následně odstranit kontrolu nad politickými procesy v zemích střední a východní Evropy (Šimunjak, 2020). Pojem oligarchizace se stal běžnou součástí narativu o přebírání českých médií (Mediaguru. Online. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2013/11/ceska-media-se-stale-vice-vzdeluji-zapadnim-vzorum/>). Může zároveň vyústit v rozsáhlou autocenzuru: „Politické a ekonomické tlaky učinily sebeovládání mezi novináři a redaktory nedílnou součástí všech mediálních systémů střední a východní Evropy“ (Schimpfössl, Yablokov, 2020: 6). Podle některých odborníků novináři a novinářky ze střední a východní Evropy přesně vědí, jak mají psát, co podpořit a co naopak vynechat a jak pokročit ve své kariéře (Schimpfössl, Yablokov, 2020: 29).

Vydavatelství Economia v současné době vydává například deník Hospodářské noviny, týdeník Ekonom (týdeník Respekt se v listopadu 2023 definitivně osamostatnil) a další tituly. Provozuje zpravodajské servery hn.cz a aktualne.cz, freemailové portály i tematické

internetové life-stylové, kulturní a sportovní magazíny. Slovy samotného vydavatelství, *Economia* chce být synonymem svobodné a profesionální žurnalistiky, proto na žádost vlastníka ustanovila Radu pro redakční nezávislost a dle webových stránek vydavatelství tím hájí svobodnou žurnalistiku a má zaručit čtenářům a veřejnosti, že redaktoři a redaktorky jak tištěných, tak digitálních titulů *Economie* vykonávají svoji práci bez zásahu vlastníka. „*Rada je pojistkou nebojácné, svobodné žurnalistiky. Chceme čtenáře svojí činností ujistit, že redaktoři nejsou ovlivňováni vlastnickými či politickými zájmy. Naše rozhodování a názory přitom jsou zcela nezávislé na akcionáři a managementu Economie*“ (Tessa Szyszkowitz, předsedkyně Rady. Online. Dostupné z: <https://nezavisla.economia.cz/>). Není ovšem zcela jasné, proč se mají čtenáři obávat pouze vlivu vlastníka. Co ostatní vlivy a faktory, které mohou ohrožovat a ohrožují svobodnou žurnalistiku, v tomto kontextu tedy i novinářskou autonomii? Na začátku práce jsme takových vlivů definovali celou řadu. A nejde jen o zřejmé vlivy. Garantuje *Economie* například i to, že zaplatí kvalitní zpravodajce, odborníky, že se nenechají její redaktoři a redaktorky zastrašit politiky, že její novináři se nenechají uplácet, o tom v kodexu nenajdeme žádnou zmínku. A deklarace krásných slov pokračuje „*V době, kdy je důvěryhodnost médií v nebývalé míře ohrožována, musí Economia svým čtenářům zaručit, že se mohou s jistotou spoléhat na informace, které v jejich titulech dostávají. Je to nezbytné jak z etického, tak z obchodního hlediska,*“ prohlásil majitel vydavatelství Bakala. Leží Bakalovi na srdci opravdu zlepšení českého mediálního systému a rozvoj kvalitní a nezávislé žurnalistiky v českém prostředí, či dokonce v regionu střední Evropy? Proklamace týkající se založení Rady jsou primárně zaměřeny pouze na ovlivňování ze strany vlastníka. Na Radu se například může obrátit jakýkoliv redaktor či redaktorka z *Economie*, pokud mají pocit, že byli ve své práci ovlivněni ze strany vlastníka. Jistě se mohou na Radu obracet v mnoha dalších případech, ale v kodexu se objevuje pouze motiv vlivu vlastníka. To, že vlastník viditelně nezasahuje do agendy média, jistě nemusí znamenat, že jeho redaktoři a redaktorky mají pocit profesní autonomie a že se můžeme spolehnout na vysoké standardy žurnalistiky. Neměl by tedy stačit jednoduše Etický kodex profese a redakční etický kodex?

2. Metodologie výzkumu

V této části práce představuji zvolenou výzkumnou metodu, přípravu a průběh mého výzkumu, jenž je vystavěn na teoretické diskusi z předchozích kapitol. V návaznosti na tuto teoretickou diskusi definuji hlavní výzkumnou otázku. Zároveň předložím analýzu polostrukturovaných rozhovorů s novináři a novinářkami, kteří pracují v redakcích tištěných a online titulů vydavatelství Economia.

2.1 Formulace výzkumného cíle a výzkumných otázek

Ve výzkumné části se budu zajímat především o to, jakým způsobem čeští novináři a novinářky v podmínkách současného mediálního systému a za současných ekonomicko-politických a technologických podmínek vědomě vnímají sami sebe v rámci žurnalistické profese a celého žurnalistického pole. Budou mě zajímat představy o jejich profesní roli a o hodnotách, které se pojí s profesí novináře, jejich vztah k vlastnímu povolání, vědomí odpovědnosti nebo neodpovědnosti vůči vlastníkům médií, veřejnosti, profesním kolegům. Budu se zajímat o to, jak prožívají každodenní profesní výzvy a svoji roli. Zároveň budu chtít pomocí polostrukturovaných rozhovorů postihnout faktory, které mohou utvářet nebo štěpit novinářskou autonomii. Budu chtít analyzovat faktory, které podle novinářů a novinářek omezují nebo naopak umožňují novinářskou autonomii, tedy zjistit to, co autonomii podle nich de facto naplňuje. Jak již bylo řečeno, v práci a ve výzkumu se zaměřuji především na autonomii vnímanou samotnými novináři a novinářkami. Je pro ně autonomie nedosažitelným objektem touhy, nebo je dosažitelná za všech okolností? A je pro ně vůbec důležitá jako hodnota či koncept spojený s ideologií žurnalistiky? Je tedy zřejmé, že jde především o pochopení subjektivního vnímání novinářů a novinářek. O pochopení jejich pohledu a jejich možností a o to, jakým způsobem se vytváří interakce mezi jednotlivým sociálním aktérem a širším kontextem různých částí mediální organizace, žurnalistického pole, ale zároveň i o interakce mezi poli navzájem. Chci se také dozvědět něco o tom, jak se v průběhu utváření profesní identity mohou měnit postoje a názory.

Na základě ustanovení teoretického a výzkumného rámce jsem si definovala hlavní výzkumnou otázku:

- **Jak novináři a novinářky pracující ve vydavatelství Economia vnímají novinářskou autonomii?**

S tím souvisejí vedlejší výzkumné otázky směřující k identifikaci konkrétních faktorů, které novináři a novinářky považují za významné a které zároveň strukturují jejich profesní identitu:

- **VO1 Jak je novinářská autonomie naplňována?**
- **VO2 Kdo by měl garantovat novinářskou autonomii?**
- **VO3 Jaké vnitřní a vnější faktory ovlivňují novinářskou autonomii?**

U vedlejších výzkumných otázek došlo k úpravě a přesnějšimu definování proti schváleným tezím, a to především proto, že při definování vedlejších výzkumných otázek v tezích se dvě otázky opakovaly či otázky zahrnovaly v sobě jedno a totéž. Zároveň došlo k upřesnění terminologie vyplývající z teoretické části a z přípravy výzkumu.

2.2 Výzkumná metoda

Hlavní výzkumnou otázku a vedlejší výzkumné otázky budu chtít zodpovědět s využitím kvalitativního výzkumu a metody polostrukturovaných rozhovorů. Pro potřeby diplomové práce považuji tuto výzkumnou metodu za adekvátní vzhledem k tomu, že chci získat hloubkový popis jednotlivých případů. Nechci zůstat pouze na povrchu, ale zajímají mě i celkový kontext a konkrétní podmínky. Kvalitativní metoda mi umožní hlubší vhled do problematiky a čerpání z každodenní osobní zkušenosti novinářů a novinářek pracujících ve vydavatelství Economia a též formulaci závěrů o individuálním prožívání či pojetí novinářské autonomie a případném uvědomování si vlastní profesní identity v rámci žurnalistického pole. Výzkumné rozhovory chci vést tak, aby novináři a novinářky sami hovořili o svých zkušenostech nejen z vydavatelství Economia, ale z celé své žurnalistické kariéry. Jde tedy především o to, aby sami informanti definovali či se vyjádřili spontánně k hlavnímu tématu, tedy k novinářské autonomii. Z teoretické části je zřejmé, že se může pohybovat v pomyslném dichotomickém pohledu autonomie jako nejvyšší hodnota novinářské profese proti autonomii jako individuální každodenní praxi, tedy jakémusi přizpůsobování novinářské ideologie aktuálním okolnostem, kontextu a každodenním

rutinám. Podle Jana Hendla se má volba metody výzkumu řídit výzkumným problémem. K výzkumnému problému je třeba definovat požadovaný typ informace i to, od koho je chceme získat (Hendl, 2008). „*Síla kvalitativních dat spočívá v tom, že jsou přirozeně uspořádaná a popisují každodenní život. Vyznačují se lokální zakotveností a nejsou vytrhována z kontextu dění. Mají popisovat podrobnosti případu, vesměs za delší časový interval*“ (Hendl, 2016: 165). Hendl uvádí, že výzkumník pracuje jako detektiv, který „*vyhledává a analyzuje jakékoliv informace, které přispívají k osvětlení výzkumných otázek, provádí deduktivní a induktivní závěry. Seznamuje se s novými lidmi a pracuje přímo v terénu*“ (Hendl, 2016: 46). Hendl dále uvádí, že výzkumník si sám vybere místa či jedince, které sleduje v různých časových okamžicích, a to nejlépe ve svých přirozených podmínkách (Hendl, 2016).

Obecně mezi hlavní metody sběru dat v kvalitativním výzkumu patří dotazování, vyprávění a pozorování či naslouchání. Dotazování zahrnuje různé typy rozhovorů či dotazníků. „*Výzkumný rozhovor je specifickou, uměle navozenou sociální situací, která vzniká na popud tazatele. Jde o kontextově zakotvený interaktivní proces získávání dat o postojích, názorech, přáních, plánech, chápání věcí nebo jejich hodnocení apod.*“ (Sedláková, 2014: 208). V oblasti kvalitativního výzkumu je podle Sedlákové důležité, aby rozhovory vedl sám výzkumník. I když je využití profesionálních tazatelů běžné, vzhled do reálné terénní situace je pro výzkumníka zásadní. Na druhou stranu mohou pochopitelně nastat situace, kdy to není možné, a to nejčastěji kvůli potřebné velikosti vzorku, kdy je nutná spolupráce dalších osob. Navíc zapojením více tazatelů je možné omezit vliv tazatele na charakter sebraných dat (Sedláková, 2014). Sedláková dále upozorňuje, že metoda rozhovoru nebo interview není tak jednoduchá, jak by se na první pohled mohlo zdát. „*Na tazatele pro kvalitativní výzkumy jsou kladeny vyšší nároky než na spolupracovníky kvantitativního dotazování, jejichž kvality musejí také splňovat. Z toho je zřejmé, že tazatelem nemůže být každý a že ne každý tazatel bude dobrý tazatel*“ (Sedláková, 2014: 208). Jde o kombinaci mnoha dovedností a vlastností, které by tazatel měl mít. Jedná se například o rozvinuté komunikační dovednosti, odpovídající míru otevřenosti, citlivost, empatii a další (Sedláková, 2014). A ještě upřesňuje, že je „*potřeba naučit se vést rozhovor nejen po stránce obsahové, ale i z hlediska psychosociálního. Každý informant je individualitou a vyžaduje jiný přístup*“ (Sedláková, 2014: 208).

Metodologové rozdělují výzkumné rozhovory především na standardizované neboli řízené dotazníky s pevně danou strukturou a s uzavřenými otázkami, polostrukturované a hloubkové (volné či neformální bez jakékoliv struktury mající podobu volného vyprávění informanta) (Sedláková, 2014; Hendl, 2016). Jak jsem uvedla v úvodu kapitoly, v mém případě se bude jednat o metodu polostrukturovaného rozhovoru nebo také semistrukturovaného či rozhovoru s návodem. Podle Sedlákové je v nich více pochopení a mnohem více možností, jak informanta povzbudit k otevřenějšímu a spontánnímu vyjádření. „*Polostrukturovaný rozhovor bývá považován za optimální způsob získávání dat, neboť kombinuje výhody standardizované i nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich omezení. Patří proto k nejčastěji využívaným technikám kvalitativního přístupu*“ (Sedláková, 2014: 211). I v mém vlastním výzkumu se ukázalo, jak je polostrukturovaný rozhovor cennou metodou – pokud bychom dělali například dotazníkové šetření, zřejmě bychom zjistili, že novináři žádné politické či ekonomické tlaky necítí, ovšem v průběhu rozhovoru, kdy informant může hovořit otevřeně, má prostor a čas se zamyslet, začne hovořit o běžných praktikách politiků nebo o tom, jakým způsobem musí přemýšlet o „výdělečnosti“ svého článku. I tyto pod povrchem skryté formy „tlaku“ formují novinářskou profesní identitu a v běžném dotazníkovém šetření bychom je nezjistili.

Jak již bylo řečeno výše, na tazatele výzkumných interview jsou kladeny vysoké nároky z hlediska komunikačních dovedností a v případě polostrukturovaného rozhovoru to platí ještě mnohem více. Ve fázi sběru dat to může být pro výzkumníka nebo výzkumníky velmi náročné. Určitěmu neúspěchu při vedení polostrukturovaného rozhovoru může výzkumník předejít tím, že se bude věnovat pečlivé přípravě podkladů, tzv. scénáře či návodu rozhovoru (Sedláková, 2014). Přitom platí zásada, že otázky, které si výzkumník připraví, nejsou shodné s otázkami výzkumnými. Míra přípravy otázek „*bude variovat v závislosti na stupni standardizace zvoleného výzkumného postupu*“ (Sedláková, 2014: 209). V našem případě může jít pouze o výčet témat a podtémat, která bude třeba během interview projít a zjistit od novinářů a novinářek jejich názory.

Samotný rozhovor ovlivňuje několik základních faktorů, jež mají v konečném důsledku vliv na kvalitu získaných dat. Interview by mělo probíhat tak, aby se informanti cítili co nejvíce pohodlně a bezpečně. Je potřeba mít zajištěnou anonymitu a v případě nezletilých informantů i informovaný souhlas od zákonných zástupců. Výzkumník by měl

volit taková místa nebo prostředí, která budou poskytovat maximální klid. Sedláková dodává: „Zpravidla se snažíme co nejvíce vyjít vstříc dotazovanému a necháme na něm, aby sám zvolil místo i čas dotazování. Pokud se jedná o individuální rozhovory, pak by u nich neměly být žádné další osoby, a to ani v případě, že je veden v domácnosti“ (Sedláková, 2014: 217). Dalším důležitým faktorem, který má vliv na kvalitu rozhovoru, je jeho délka. Informant by měl dostat jasnou zprávu před domluveným rozhovorem, jak dlouho bude rozhovor trvat, a čas by měl být dodržen. Samozřejmě délka rozhovoru může variovat jak podle tématu, tak i například podle věku informantů, bude jiná u dětí a jiná u dospělých. Příliš dlouhý rozhovor může být náročný nejen pro informanta, ale i pro tazatele či výzkumníka. „Standardně přijatelná délka rozhovoru se pohybuje okolo 40–90 minut, ale může být i delší, pokud informant je zvyklý mluvit a interview mu nenarušuje další program“ (Sedláková, 2014). Posledním klíčovým faktorem, který zmíním v této metodologické části, je osobnost tazatele. Sedláková zmiňuje dvě zásadní rizika, která jsou známá z kvantitativních metod, a to efekt morčete a interviewer bias. „K zásadním dovednostem tazatele patří umění naslouchat. To znamená nejen dávat dotazovanému najevo, že nás jeho výpovědi zajímají a jsou pro nás důležité, ale i poskytnout mu dostatek času jak na odpověď, tak na rozmyšlenou“ (Sedláková, 2014: 218). Tazatel by měl přistupovat k informantovi s úctou hlavně z toho důvodu, že svolil k rozhovoru, vymezil k tomu svůj čas a poskytne výzkumníkovi důležitá data. „Tazatel by měl především v průběhu rozhovoru potlačit svůj osobní názor na danou tematiku a nepodsouvat jej dotazovanému v nevhodně formulovaných, návodných či sugestivních otázkách“ (Sedláková, 2014: 219).

2.3 Analyzovaná data

Do vzorku, který budu analyzovat, jsem si definovala novináře a novinářky z vydavatelství *Economia*. Hlavním důvodem k výběru vydavatelského domu *Economia* byla především velmi podobná zkušenost všech velkých vydavatelství za posledních 10–15 let. *Economia* prošla totožnou cestou jako vydavatelství *Mafra*, o kterém jsem psala v teoretické části v souvislosti s výzkumem Kotišové a Waschkové Císařové. Byl velmi pozoruhodný a inspirativní tým, že autorky definovaly dvě podoby novinářské autonomie především v souvislosti s příchodem nového vlastníka. Řešily základní výzkumnou otázku, co odlišovalo zkušenosti novinářů, kteří z *Mafry* odešli po tak zásadní změně vlastnictví, od zkušeností těch, kteří ve vydavatelství zůstali. Zjišťovaly, jak tyto dvě skupiny chápaly

novinářskou autonomii, a k tomu využily tematické analýzy dvaceti polostrukturovaných rozhovorů s deseti novináři, kteří zůstali v mediálním domě po Babišově akvizici, a s deseti novináři, kteří odešli. Mafra byla ztělesněním jistého trendu z této doby, i když poměrně extrémním. Trend kumulace mediální moci se týkal v tu dobu i Economie, ale zde žádný výzkum proveden nebyl. Economii ve stejném období zakoupil Zdeněk Bakala, lze tedy hovořit o podobném způsobu nabytí mediální moci, jako tomu bylo v případě Mafry. Samozřejmě zároveň je třeba vnímat zásadní rozdíl v tom, že Zdeněk Bakala neměl v tu dobu viditelné politické ambice jako Babiš, který již byl předsedou politického hnutí. Vydavatelství Economia zůstalo poněkud ve stínu Mafry, což mohlo být vnímáno pozitivně, ale mohlo to mít i různé dopady právě na profesní identitu novinářů, o kterých nic známo není. Economia nezažívala takovou vlnu zájmu jako Mafra, což bylo jistě způsobeno právě tím, že Babiš kromě ekonomické a mediální moci kumuloval i moc politickou. Mediální dům Economia mě zajímá právě z důvodu jakéhosi opomíjení ve srovnání s Mafrou. Tedy jak v této velké mediální instituci přistupují novináři a novinářky ke své profesi a co je pro ně při práci tím nejdůležitějším. Vnímají vlivy vlastníka, existují vůbec nějaké, a jak se vypořádávají s případným dilematem ve své každodenní praxi.

Výběrový soubor se skládá z 5 novinářů a 3 novinářek. Ve výběrovém souboru jsou zastoupeni 4 novináři z tištěných titulů a 4 z online médií vydavatelství Economia. Vedla jsem s nimi rozhovory od října do listopadu 2023. K náboru informantů jsem zvolila účelový výběr a chvílemi probíhal výběr i metodou sněhové koule. Podařilo se mi vytvořit poměrně pestrý vzorek jak z hlediska věku a zkušeností, tak i délky trvání pracovního poměru v Economii/počtu let strávených v Economii, tak i pozice. Chtěla jsem získat pohled jak vedoucích mediálních pracovníků, tzn. minimálně na pozici editora nebo vedoucího vydání a samozřejmě šéfredaktora či šéfredaktorky. Do výzkumu jsem zahrнула i začínající novináře/novinářky. Ve vzorku se vyskytují všechny věkové kategorie, informanti ve věkových kategoriích 20–30 let, 30–40 let a 50–60 let. Dva z informantů měli vystudovanou žurnalistiku, ostatní měli vysokoškolské vzdělání různého zaměření (technické, ekonomické). Vzorek je sice velmi pestrý, nicméně je zároveň velmi malý, takže v analýze není možné provádět žádná zevšeobecnění, lze pouze vést diskusi a navrhnout další postupy či možnosti pro další výzkumy. Limitem vzorku může být etnicita, kdy mám ve vzorku pouze bílé Čechy a Češky, a to především z důvodu etnické homogenity českého žurnalistického pole.

2.4 Příprava a průběh výzkumu

Příprava výzkumu spočívala především v rozpracování konceptů v teoretické části diplomové práce, které mi otevřely možnosti a návody, jakým způsobem si definuji výzkumné otázky a jakým způsobem povedu rozhovory. Hendl doporučuje připravit si celkový plán organizace sběru dat v každé fázi výzkumu. „*Takový plán slouží současně jako kontrola, že se všechny informace získají odpovídajícím způsobem a ve vhodnou dobu. Protože se mnohdy jedná o informace osobního charakteru, musíme zaručit jejich ochranu před zneužitím*“ (Hendl, 2008: 166). Zároveň navrhuje vést si dokumenty, které zachycují organizační aspekty výzkumu (Hendl, 2008). Ve výzkumu jsem si vedla dokument o tom, kdy a s kým jsem dělala rozhovor, rozhovory jsem si nahrávala a dělala jsem si během schůzek s informanty poznámky.

Ačkoliv je známo, že polostrukturovaný rozhovor je poměrně flexibilní metodou empirického výzkumu, před samotnými rozhovory bylo nutné provést přípravu. Již jsem zmiňovala v úvodu, že příprava podkladů, tzv. scénáře či návodu rozhovoru, je nezbytná. Při takové přípravě je nutné uvědomit si, jakou otázku položím na začátku, abych mohla navázat kontakt s informantem, a které otázky budu pokládat, jakmile se informant rozhovoří. „*Položená otázka by měla být přesně formulovaná, stručná a přitom současně co nejvýstižnější vzhledem k tomu, na co se ptáme. To předpokládá, že víme, co chceme zjistit a jak se na to budeme ptát*“ (Sedláková, 2014: 220). I podle Hendla (2008) je důležité věnovat pozornost začátku, ale i konci rozhovoru. Na začátku dotazování je nutné prolomit případné psychické bariéry a zajistit souhlas se záznamem. Také zakončení rozhovoru je jeho důležitou součástí. Na závěr je možné ještě získat důležité informace (Sedláková, 2014). Zároveň je důležité ujasnit si typ otázek, což výzkumníkovi pomůže při plánování obsahu rozhovoru a pořadí otázek.

Jak jsem již zmínila, polostrukturované rozhovory s novináři a novinářkami proběhly v průběhu října a listopadu 2023 ve vydavatelství Economia. Nejprve jsem oslovila novináře a novinářky prostřednictvím jejich pracovních emailových adres oslovovacím dopisem na hlavičkovém papíře Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Poté jsme si elektronickou poštou domluvili přesný čas a místo setkání. Ve většině případů probíhaly rozhovory přímo v prostorech vydavatelství, většinou v prostoru pro návštěvy a pro zaměstnance. Ve dvou případech jsme se sešli v kavárně, již vybrali sami informanti. Ukázalo se, že nahrávky z kavárny nebyly tak kvalitní, jako byly nahrávky z prostor

vydavatelství. Samozřejmě je to logické, ale chci zde zdůraznit, že práce s takovou nahrávkou zbytečně výzkumníka zdržuje. Na druhou stranu od metodologů víme, že bychom měli informantovi vyjít maximálně vstříc.

Rozhovory začaly získáním informovaného souhlasu dotazovaných a trvaly mezi padesáti a devadesáti minutami. Byly provedeny v češtině, nahrány a přepsány pomocí programu na přepis audio nahrávky. Kvůli citlivosti údajů (např. postoje ke kolegům, managementu, vlastníkově a jejich praktikám) jsem dotazované anonymizovala označením R1 až R8. V průběhu rozhovoru jsem si kromě nahrávání na systémový diktafon v mobilním telefonu dělala poznámky do notebooku. Bylo pro mě zcela automatické zajímavé myšlenky, které informanti sdělovali, si okamžitě poznamenat. Podle Sedlákové je to zároveň pojistka pro případ selhání techniky, ale především jde o „*první zachycení klíčových dat, se kterými se bude pracovat*“ (Sedláková, 2014: 223).

2.5 Limity výzkumu

Obecně se kvalitativnímu výzkumu vyčítá, že je příliš subjektivní, je příliš pružný a nestrukturovaný. Během kvalitativních rozhovorů se nemusí držet pevná struktura, tím pádem každý takový rozhovor může vypadat zcela odlišně. Nemůže být na rozdíl od kvantitativního výzkumu replikován. Výsledky takových rozhovorů mohou být snadněji ovlivněny výzkumníkem a jeho osobními názory, emocemi a preferencemi. Navíc kvalitativní výzkum většinou „*pracuje s omezeným počtem jedinců a obvykle na jednom místě, vznikají také obtíže se zobecněním výsledků*“ (Hendl, 2005: 48). Malý počet respondentů je de facto největším limitem i mého výzkumu. Nicméně toto jsem uvedla hned v úvodu, že v rámci diplomové práce není možnost udělat výzkum obsáhlejší a že bude na několika jedincích ověřováno, kam se posunulo smýšlení novinářů a novinářek o autonomii, vlastní profesi a o vlastní profesní identitě. Další kritika vůči kvalitativnímu výzkumu se objevuje kvůli jeho nízké transparentnosti. Například Hendl uvádí, že někdy není z výzkumné zprávy jasné, jak byli vybíráni respondenti pro rozhovor nebo pozorování, a také se dost často nepozná, jakým způsobem byla provedena analýza (Hendl, 2005). Všechny tyto údaje jsem se snažila v metodologické části pečlivě popsat. Nicméně i tak získání podrobného či hloubkového popisu jedince z prostředí, které je popisováno, může být velmi cenným materiálem, který nemůže kvantitativní metoda nahradit, a tyto metody mají ve společenských vědách své místo. To, co mi informanti během rozhovorů

sdělovali, bych v žádných analýzách nebo dotaznících s uzavřenými otázkami nezjistila. Absence statistik či čísel, podle nich je možné jevy kvantifikovat, nahrazuje citlivé zohlednění působení kontextu, lokální situace a podmínek (Hendl, 2016). „*Kvalitativní výzkum poskytuje podrobné informace, proč se daný fenomén objevil. Velkým přínosem kvalitativní metodologie jsou přístupy, pomocí nichž navrhujeme teorii nějakého sledovaného fenoménu*“ (Hendl, 2016: 49).

Během mého vlastního výzkumu jsem též pociťovala ze začátku nejistotu a ostýchavost, zda se mohu novinářů a novinářek ptát, zda mohu na nich „vyzvídat“ mnohdy velmi soukromé názory, zda od nich zjistím, co potřebuji. V průběhu rozhovorů jsem ale získávala větší jistotu, že každá výpověď je cenným zdrojem informací. Ze začátku jsem si také nebyla jistá, zda jsem eliminovala své limity způsobené nezkušeností s vedením výzkumného interview. Dalším konkrétním limitem byla časová náročnost při oslovování respondentů. Někdo reaguje okamžitě, někdo zapomene, přehlédne emailovou komunikaci, uběhne týden, musí se znovu psát a vysvětlovat apod. Ale předpokládám, že při standardním výzkumu s těmito časovými prostoji výzkumník předem počítá a dokáže podle toho vše naplánovat tak, aby se nedostal do časové tísně.

3. Výsledky výzkumu vnímání novinářské autonomie a jejich interpretace

Následující kapitola bude analýzou získaných dat, resp. výpovědí mých informantů. V teoretické části jsem pracovala s několika základními koncepty a snažila jsem se je zařadit do širšího kontextu mediálních studií. V analytické části budou tyto koncepty analyzovány z hlediska výpovědí od konkrétních novinářů a novinářek z vydavatelství Economia. Především objasním, jakým způsobem novináři a novinářky přemýšlejí o své autonomii, jak se dokáží popasovat s případnými problémy, jež je provází jejich každodenní rutinou, a jaký vliv to má na jejich profesní identitu.

3.1 Popis a interpretace výsledků

Na základě získaných dat ve výzkumné části chci podrobněji zjistit, co si myslí novináři a novinářky ve vydavatelství Economia v roce 2023. Jak už bylo řečeno, není možné vzhledem k volbě kvalitativního přístupu a vzhledem k počtu respondentů udělat z analýzy dat zevšeobecnující závěry. Nicméně data získaná od konkrétních novinářů a novinářek v průběhu rozhovorů mi poskytují prostor minimálně k úvahám o tom, jak novináři a novinářky přemýšlejí o své autonomii, o jejich vztahu k žurnalistické profesi a také o vztahu mezi novináři a společností. Jde především o autentické výpovědi skutečných žurnalistů, kteří každý den pracují na obsahu tištěných či on-line médií a podílejí se na chodu jednoho z nejvýznamnějších mediálních domů v České republice.

Jako základní nástroj pro práci s daty jsem zvolila tematickou analýzu. Obecně analýza v kvalitativním přístupu spočívá v neustálém pročitání dat a v jejich třídění, seskupování a kategorizování (Sedláková, 2014). Tematická analýza je proces identifikace datových vzorců, datových konfigurací a témat v kvalitativních datech. Jde o nástroj výzkumu, který není vázaný na nějakou teorii nebo typ epistemologie (Hendl, 2016). V datech je třeba najít konkrétní téma, motivy či vzorce. Téma může zachytit něco důležitého ve vztahu k výzkumné otázce. Co je tématem nebo konfigurací, „*to je věcí výzkumníkova uvážení. Nerozhoduje o tom např. četnost výskytu tématu v datovém materiálu. Témata jsou abstraktní konstrukty, které výzkumník navrhl během analýzy nebo na jejím konci*“ (Hendl, 2016: 266). Ze všech dat získaných v polostrukturovaných rozhovorech v Economii jsem si vytvořila datovou množinu, kterou jsem následně podrobila kódování (třídění dat)

a analýze. Přepsala jsem všechny rozhovory do textové podoby pomocí programu na přepis. Pokud to bylo možné, přepsané rozhovory jsem si rozdělila na tři části podle vedlejších výzkumných otázek a s těmi jsem pak pracovala jako se samostatnými celky. V některých případech nebyly rozhovory takto striktně rozděleny a nebylo možné přesně takovou strukturu dodržet. V každém případě jsem hledala opakující se motivy a témata, kterým jsem přiřadila kódy. Přepsané rozhovory jsem rozebrala na krátké části či výroky a zpátky složila do tematických celků, tedy přiřadila jsem těmto celkům kódy. Proces otevřeného kódování slouží především k redukci dat. Do kódování jsem ale nezahrnovala informace z rozhovorů, které se přímo netýkaly hlavního výzkumného problému a byly pouhou společenskou konverzací. Podle metodologů je nutné volit kódy v závislosti na výzkumné otázce a lze používat buď odborné termíny, či kódy a priori, nebo naopak použít in-vivo kódy. Následně v procesu axiálního kódování hledáme v datech komplikace, tedy témata znovu uspořádáme a otevíráme si cestu pro další otázky, jež nás povedou ke vzniku nových teorií a nových kontextů. „Kódování je procesem vniknutí do dat analytickým způsobem s cílem navrhnout otázky o datech a získat prozatímní odpovědi o vztazích mezi daty. Dekontextualizace a rekontextualizace pomáhá redukovat a rozlišovat data novým způsobem pomocí nových teorií“ (Hendl, 2016: 269).

Během otevřeného kódování a následné analýzy jsem ve vyprávění novinářů a novinářek identifikovala 6 nejzásadnějších a opakujících se témat, která v následné analýze využiji jako určité fenomény v nahlížení na novinářskou autonomii. Zároveň se jedná o faktory, které mi pomohou zodpovědět vedlejší výzkumné otázky a na úplný závěr hlavní výzkumnou otázku, Nejčastěji se vyskytovala následující témata: 1) svoboda a volba témat; 2) identifikace s žurnalistickou profesí; 3) profesní vs. organizační identita; 4) ekonomické faktory; 5) konkurence v žurnalistickém poli; 6) ostatní vnější faktory. Důležité je sdělit, že analytická část bude rozdělena v logice tří vedlejších výzkumných otázek. Tyto tři okruhy, resp. vedlejší výzkumné otázky, mi poskytnou odpověď na hlavní výzkumnou otázku, jež zodpovím v závěrečné kapitole. Zároveň bych chtěla uvést, že se během výzkumu a v jeho analytické části ukázalo, že vedlejší výzkumné otázky nejsou zcela striktně oddělené, ale v rozhovorech se jednotlivá témata a odpovědi prolínají. Jedná se spíše o komplexní pohled na téma novinářské autonomie. Při zodpovídání všech výzkumných otázek nesmíme zapomínat, že analyzují autonomii zasazenou do konkrétního kontextu práce novinářů a novinářek ve zpravodajských médiích vydavatelství Economica.

Odpovědi se tedy týkají pouze této skupiny, nejsou to všeobecné závěry o vnímání žurnalistické autonomie českými novináři a novinářkami.

3.1.1 VO1 Jak je novinářská autonomie naplňována?

Novinářská autonomie je podle novinářů a novinářek naplňována především tím, že mají dle svých slov absolutní svobodu, mohou si vybírat témata, cítí se silně spjati s povoláním, které je podle nich svobodné a přináší jim do života naplnění a zadostiučinění. Následující dvě výpovědi ukazují konkrétní příklady toho, že vydavatelství Economia se podle novinářů a novinářek drží v mantinelech nezávislých médií a snaží se dodržovat základní principy, jako jsou např. nezasahování managementu do chodu redakce nebo řešení společensky důležitého tématu i přesto, že není dopředu jasné, zda se na článek bude hodně klikat a přinese tedy mediálnímu domu dost finančních prostředků.

R4: „Dokonce vedení přijde a třeba říkám, že by mi vůbec nevadilo, kdybysme víc debatovali o tom webu. Někdo z vedení řekne, ale vy dobře víte, že já nechci za váma chodit na porady, protože aby si někdo nemyslel, že se snažím vás jako nějak ovlivňovat. A já můžu říct, že skutečně se nikdy ještě nestalo, že by kdokoli z toho vedení řekl jo, prostě, přitom je jasné, že to, že když někde něco píšete, tak můžete se trefit do nějakého velkého, třeba zrovna někoho, kdo by vám do té redakce mohl dát spoustu peněz, ale pořád ještě ty slušné redakce drží. To, že se píše opravdu, jo, jako že ten redaktor neví, jestli máme nějakého inzerenta, jo, rozjednaného třeba, kterému bysme mohli tím, že napíšeme nějaký článek, uškodit. Nikdy se nestalo, co jsem tady od roku 2016, že by za mnou přišel někdo z vedení nebo z obchodního, jo, a řekl mně, hele, to fakt neexistuje, ne? Ale já věřím, že to je i v jiných redakcích.“

R5: „Nevím, třeba teďka kolega se jede podívat na Bečvu a chce se tam těch lidí zeptat, že jo, byl ten rozsudek minulý týden, jak oni to tam vnímají a podobně, nevíme, jestli to třeba vůbec nebude nejvíc klikací, je to hrozně dlouhá cesta. Stojí to jako svým způsobem spoustu benzínu a všechno možné, ty náklady prostě nějaké jsou a všechno, ale přesto ta redakce si řekne, ano, my to jako chceme, jo, my to chceme udělat, takže pořád ještě tady je jako i důležité.“

R7: „Prostě politici mají svoje zájmy a snaží se aktualizovat a novináři tak, aby tam to nějak jako vyhodnotili, vnímali a nenechali se tím rozhodit. Samozřejmě jsou prostě formy tlaku, který jsou nepřijatelné. S nima jsem se ale nesetkal, to by spíš asi musel říct šéfredaktor, kterému asi třeba potom ty politici třeba volají. Já nevím, ale zase je úlohou šéfredaktora, aby ty svoje lidi od toho odstínil.“

Při výpovědích během výzkumných rozhovorů všichni novináři a novinářky používali především výraz svoboda; byl pro ně přirozenější a srozumitelnější než pojem autonomie a de facto všichni účastníci mého výzkumu potvrdili, že je to pro ně extrémně důležitý koncept. Hovořili o svobodě spontánně především ve vztahu k výběru témat a celkové svobodě v zaměstnání. Význam, který všichni informanti přisuzují své profesní autonomii, nabízí prostor k diskusi o tom, že se jedná o jednu z nejdůležitějších složek profesní identity a důležitou hodnotu pro výkon kvalitní žurnalistiky v tom smyslu, jak se o ní hovoří v teoretické části. Je to pro mnohé novináře a novinářky důležitější než například finanční ohodnocení a nejistoty plynoucí z krátkodobých smluv a nejistých pracovních podmínek v mediálních domech. Shodli se, že míra autonomie je pro ně profesní ideál a hodnota a že je její míra ve vydavatelství *Economia* velmi vysoká. Je to jakýsi stavební kámen, na kterém novináři a novinářky pevně stojí, a pokud by tento pocit neměli, z *Economie* by odešli. Všichni informanti zdůrazňovali individuální novinářskou autonomii, tedy především nezávislost na tlaku organizace ze strany manažerů a kolegů. Pokud by se někdy někdo pokoušel zasahovat do jejich práce, údajně by všichni odešli. To byla pomyslná hraniční čára, kterou nechtěli překročit. Všichni tedy chápali autonomii spíše jako hodnotu, profesní ideál, který jistým způsobem formuje „profesionální já“. I přesto si ale myslím, že není možné hovořit zcela jednoznačně o dichotomii autonomie jako o hodnotě versus autonomie jako každodenní praxe, jak popisují v teoretické části. Stále existují individuální rozdíly a tímto výzkumem nebyla jasně prokázána hranice, za kterou by novináři a novinářky nešli, co je pro ně nepřijatelné zasahování do jejich autonomie, kdy už by se opravdu necítili svobodní. Jak bude patrné v dalších tématech, jisté formy tlaku nebo ovlivnění existují, jen někteří si to připouštějí více než jiní a každý vnímá tyto vlivy v jiné míře. Šlo především o rozdíly ve vnímání ekonomických tlaků. Starší novináři byli na vnímání skrytých ekonomických tlaků citlivější než mladší kolegové a kolegyně.

R4: „*Moje svoboda je prakticky stoprocentní. Je jenom omezena tím, co jsem vám říkal, a to je to, že to vedení chce pokud možno.... To, že jsou dvě vedení, jedno vedení máme tady ve vrchním patře, to jsou manažeři, a druhé vedení je tady dole, to je můj šéfredaktor, editor a podobně. Takže teďka mluvím spíš o tom vedení redakčním, tak oni samozřejmě chtějí něco, co se bude číst, protože prostě je přirozené, že každý autor... Já teď mluvím za sebe, ale myslím, že takových je víc, jako prožíváme zklamání. Jo, my se klikneme na internet a my přesně víme, kolik lidí*

jako ten článek v ten okamžik, kolik lidí v ten okamžik v něm je, jak dlouho v něm jsou. Jo, to znamená, že vy vydáte článek a vy během půl hodiny, tři čtvrtě, poznáte, jestli ten článek se bude číst nebo nebude, jo, a teď si představte, že na tom třeba pracujete docela dlouho a teď zjistíte, že to čte třeba prostě pár třeba stovek lidí.“

R7: „Samozřejmě na škole nás asi úplně nepřipravili na to, nebo takhle, připravili nás spíš na to, že si budeme psát, co chceme, a my si tady píšeme, co chceme, ale píšeme si ve smyslu, že si to píšeme svobodně a nikdo nám neříká do toho, co máme dělat, ale musí to být ukotvený nějakým jako tržním prostředím, což znamená, že prostě nebudeme psát témata, který si přečte 300 lidí, jo, ale budeme psát témata, který si přečte nejlépe 30 000 lidí nebo 100 000 lidí. Ale tohle si myslím, že je věc, kterou jo každé novinář chce, aby se jeho články četly, a nechce psát pro okrasu pro okrajový publikum, takže to nevnímám jako něco, co by bylo nutně špatně.“

R8: „Můžeme začít tím, co se mi líbí, tak je to určitě nezávislost a nezávislá tvorba a určitá volnost, co se týká vybírání, témat a pojetí vlastně těch textů, protože nikdo mi nemůže říkat, nikdo z vnějšího okolí, kromě šéfredaktorky, šéfredaktora nebo editora, jak mám článek postavit a co tam mám psát a jak má ten článek vyznít.“

Dalším velmi důležitým aspektem v naplňování autonomie byla pro novináře jejich vlastní profesní role, ke které spontánně odkazovali. Bylo pro ně důležité vysvětlit svoji pozici a uvědomění si v rámci profesní kariéry, svých plánů, ale i v rámci žurnalistického pole. Většina novinářů a novinářek si je vědoma role hlídacího psa, případně minimálně někoho, kdo má tu moc a výsadu přinášet důležitá témata nejen pro společnost, ale i pro jednotlivce. Ctí tuto roli a zároveň chtějí takovou roli naplňovat a zde cítí velkou potřebu a hlavně nutnost profesní autonomie, jinak by takovou roli nebylo možné naplnit. Nicméně je to spojeno s jistými individuálními omezeními, do jaké míry a hlavně s jakým vědomým postojem pro jaký typ média pracují, tedy že pracují pro komerční médium a někteří pro ekonomický titul, kde nepředpokládají například politické tlaky, a tudíž není potřeba se takovými tématy vůbec zabývat. To je důležitá informace o tom, jak sami sebe novináři a novinářky spontánně vnímají v profesních rolích. Řekla bych, že bychom je s největší pravděpodobností mohli přiřadit k participantům, a nejvíce se sami identifikovali s rolí obránců společensky důležitých témat, ale i lidí, kteří nejsou ve veřejném prostoru slyšet. Jsou motivováni psát a popisovat celospolečenské problémy a zároveň psát o tématech, která stojí úsilí i finance. Patří do toho i pocit, že mohou svou prací přispívat k rozvoji společnosti a samotné demokracie.

R8: „*Je to krásná práce a určitě jako potřebná a člověk se setká cestou se spoustou zajímavých lidí a dostaneme se na spoustu míst, kam se normální lidi nedostanou. A taky má člověk vážně pocit, že může bojovat i za vlastně svobodu slova a rozvoj demokracie.*“

Nicméně jistá omezení v roli participanta u někoho existují a spíše by mu vyhovovala role neutrálního šířitele informací. Například následující respondentka naprosto přesně věděla již od dob studií, že chce vykonávat poctivou žurnalistiku, ale nemusí se nutně „honit za mafiánskými zločinci“.

R3: „*Když jsem si teda na gymnáziu vymyslela, že půjdu na žurnalistiku, tak jsem možná nějakou tu určitou romantickou představu měla, ale nikdy to nebylo právě na té úrovni, jako že ze mě bude válečný reportér, investigativní novinář, prostě water gate a tak podobně. Ale přišlo mi to zajímavý, vždycky mi ta profese přišla zajímavá, ale nikdy jsem nečekala, že prostě přesně budu v zákopech nebo usilovně honit nějaký mafiány.*“

U tohoto tématu novináři a novinářky významně odkrývají svůj konkrétní novinářský profesní kapitál, jenž se podílí „*v nejobecnější rovině na formování žurnalistického myšlení, respektive profesních ideálů, které tvoří páteř každé profesní identity a vytvářejí normativní horizont žurnalistického profesního chování. Tvoří součást novinářského illusia, jelikož jeho přijetí souvisí s akceptací smyslu žurnalistické práce a s vírou v hodnotu toho, o co se v žurnalistickém poli hraje*“ (Volek, Urbániková, 2017: 154). Za podstatné ve své profesi a v každodenním počínání považují to, že mohou přinášet lidem zprávy z míst, kam se obyčejný člověk nedostane, že mohou do určité míry hlídat společensko-politické poměry a hlavně že si mohou svobodně vybírat témata, která považují za celospolečensky přínosná. Přes všechny každodenní obtíže či možné nejistoty v podobě nejasného směřování žurnalistiky jako profese, i přes to, že pro někoho není žurnalistika o tom, že musí za každou cenu pátrat po zločincích, je pro ně stále velmi silným motivem „*étos žurnalistiky jako hlídacího psa demokracie, který je schopen být u všeho důležitého a zprostředkovat společenské děje a jejich analýzu tak, aby byla ku prospěchu společnosti, má pro podstatnou část žurnalistické obce zcelující efekt a posiluje tak koherenci žurnalistické identity*“ (Volek, Urbániková, 2017: 159).

R7: „Já jsem vlastně neměl nějaký ideál, kdybych si myslel, že tady budeme šířit pravdu a lásku bez ohledu na cokoliv jiného, to ne. Samozřejmě člověk si uvědomuje, že pracuje v komerčním médiu, což s sebou nese nějaký nároky, což sebou nese nároky na to, abysme se prostě na tom trhu mohli dobře pohybovat, to znamená, abysme se mohli pohybovat svobodně a autonomně, tak potřebujeme, například, nemáme ten luxus, jako mají třeba veřejnoprávní média, že. Mají vlastně zajištěnej každoročně rozpočet od koncesionářů a mají rozpočet, se kterým můžou pracovat a můžou si s ním dělat, co chtějí. Samozřejmě v rámci zákona.“

R3: „Práce mě hrozně baví, že není vlastně stereotypní. Může být z toho aspektu, že sedíte v kanceláři, ale v podstatě nemusíte, že vlastně, když se zajímáte, někde chodíte a vlastně už máte nějaké to téma, kterému se soustavně nějak věnujete, tak vlastně, co mě na té práci nejvíc baví, tak je to, že se dostanu k zajímavým lidem, protože bych se normálně nikdy nedostala. No, a jdete tam vlastně s tím, že jste ten novinář a z nějakýho důvodu na to máte právo prostě normálně oslovit ministra, ale vlastně jinak by vás to vůbec nenapadlo. A to je vlastně, když se nad tím člověk zamyslí, je to vlastně strašně zajímavý, že tohle můžeme dělat, takže to mě na tom baví hodně.“

Dalším důležitým aspektem v naplňování profesní autonomie byla obrana žurnalistiky, což je pro mě další velmi významná identifikace s povoláním a uvědomění si role v žurnalistickém poli a celospolečenském kontextu. Novináři a novinářky během svých výpovědí několikrát identifikovali nálady ve společnosti v tom smyslu, že žurnalistika se netěší velké prestiži, v žebříčcích popularity povolání zcela propadá, mezi svými známými a rodinnými příslušníky zaznamenávají nelichotivé poznámky na adresu svého povolání. To určitě nejsou ideální impulsy k budování koherentní profesní identity. Ze strany novinářů a novinářek ovšem přichází jasná obrana žurnalistické profese a zároveň pozastavení nad tím, že lidé příliš nevědí, v čem spočívá žurnalistika. V dnešním světě vnímají informace hlavně prostřednictvím sociálních sítí, bulváru a jiných nekvalitních médií až po média s vyloženě závadným obsahem typu konspiračních teorií. Lidé také podle nich nedokáží nebo nechtějí porozumět principům veřejnoprávních médií a jejich významu pro demokratickou společnost. Symbolicky se ve svých výpovědích obracejí na systém samotný, jenž podle nich nedokáže zajistit adekvátní mediální výchovu a celkovou mediální gramotnost společnosti. Na druhou stranu uvádějí, že za některá negativní vnímání si novináři mohou i sami. V novinářských výpovědích je velmi často zmíněno například chování některých novinářských kolegů a kolegyně na sociálních sítích. Jakým způsobem se zde prezentují, jakým způsobem se snaží o získání „lajků“ a jakým

způsobem při prezentaci na sociálních sítích zapomínají na to, že jsou novináři, kteří by měli respektovat určitá pravidla. Silným tématem, které též popisuje naplnění profesní autonomie, byla specifická role žurnalistiky – v určitém ohledu i výlučné postavení aktérů v žurnalistickém poli, tedy novinářů a novinářek. Samotná historie žurnalistiky je podle Deuzeho popsána jako vznik profesionální identity novinářů s nároky na výlučnou roli a postavení ve společnosti založené na někdy až zuřivě obhajované profesní ideologii (Deuze, 2005). Novinářské vyprávění souvisí s předchozím tématem o identifikaci s povoláním a symbolické obraně povolání. V tomto ohledu je to ale o vnímání profese především jejich očima a to, jakým způsobem to ovlivňuje přímo jejich pocity. Je pro ně stěžejní, že se jedná o svobodné a tvůrčí povolání. Důležitá byla i několikrát zmíněná možnost dostat se k lidem, ke kterým by se za jiných pracovních nebo jiných okolností nedostali, a vybírat si témata, která mohou zpracovávat a kterým se mohou věnovat. Žurnalistická profese je pro ně smysluplná. Od některých dokonce zazněl i názor o tom, že považují svoji práci za službu veřejnosti, a to se již dotýkáme žurnalistické ideologie, o které sami spontánně novináři hovoří a prakticky odkazují k definicím mediologů. Mají pozici někoho, s kým například politici musejí mluvit, musejí komunikovat přes média svoje cíle nebo návrhy. Nehovoříme ale jen o politicích, zároveň zmiňovali významné osobnosti na poli vědy, umění či sportu. Je zde i ta část, která znovu potvrzuje tvrzení o přístupu k zajímavým lidem, o přístupu do zajímavých prostředí, k tématům, která mohou zpracovávat, ale zároveň o proniknutí či odkrytí společensky nežádoucího jednání nebo chování.

R4: *„Přijde mi úžasné, přes všechny překážky, že každý den přijdu do práce a můžu psát o něčem zajímavém. Je to skvělé. Píšu svobodně, vybírám si svobodně témata – to, co dělám, se snažím, aby mělo smysl. Zrovna zítra budu sedět s paní ředitelkou jedné nadace – je úžasné, že to mohu zprostředkovat. Není moc možností, kde bych se mohl cítit tak užitečný (samozřejmě kromě lékařů). Člověk může na ledacos poukázat, poukázat na nějakého hajzlíka například.“*

R7: *„Práce je každý den jiná, je tvůrčí, a že člověk vidí hnedka výsledky, mně přijde super. A to, že ta práce dává smysl. Myslím si, nechci, aby znělo jako klišé, ale že to je nějaká jako služba veřejnosti do jisté míry. Hodně, takže je to nějaká služba veřejnosti, která je důležitá, a člověk, když tu práci dělá, tak dává smysl, samozřejmě spousta mých spolužáků, bejvalejch kolegů třeba, šla do PR nebo do marketingu. Úplně legitimní. Je to úplně v pořádku. Člověk tam třeba taky jednou skončí. Nevím,*

ale myslím si, že když má ten novinář pocit, že má tý práci ještě co dát, tak je fajn to dělat a dělat co nejlíp a mě tam baví to, že to je opravdu tvůrčí jo, že i když je to někdy náročný, hodně náročný. To je prostě zajímavá práce, a pokud má někdo rád informace, tak ho to musí bavit. A je tam opravdu u vás takovej ten přesah v tom, že vopravdu teda zprostředkujete nějakou službu. Přinesete ty informace, jak ke kterým by se normálně lidi nedostali, a v dnešní době asi obzvlášť v době různých dezinformací.“

3.1.2 VO2 Kdo by měl garantovat novinářskou autonomii?

Odpověď na tuto výzkumnou otázku má několik rovin a zde odkazy na určitou garanci novinářské autonomie různě variovaly. Tato výzkumná otázka se ve výzkumu ukázala spíš jako filozofická, proto ani odpověď není zcela jednoznačná. Podle některých by ji měl garantovat systém nebo společenské uspořádání, které stojí na základních ústavních svobodách. Měla by ji požadovat i společnost, pro kterou by měla být nezávislá média zárukou demokratického směřování. Ale zároveň by měli být garanty sami novináři. Někteří tvrdili, že hlavním garantem jsou oni sami, musejí garantovat schopnost fungovat v rámci novinářského pole autonomně, nenechat se zastrašit či zkorumpovat a jasně rozlišovat. Měli by pracovat na tvorbě a šíření informací bez ovlivňování ze strany politických, ekonomických nebo jiných mocenských skupin. Další část novinářů a novinářek se zamýšlela nad tím, proč bychom ale vůbec měli nad takovou otázkou přemýšlet, když žijeme ve svobodné a demokratické společnosti? Základní svobody jsou garantovány Ústavou České republiky, součástí jsou i svoboda projevu a svobodné šíření informací, zároveň musí být respektována pluralita a svoboda médií. Obecně bychom mohli tvrdit, že by takové podmínky a takový kontext měly stačit jako záruka, že novináři a novinářky mohou psát beze strachu a bez ovlivňování. Vztahování se k systému jako celku mě vede k úvaze, že v takovém případě by měl být garancí stát. Novináři a novinářky by měli mít přístup k informacím a provádět svoji práci beze strachu. V širší společenské rovině je ale zároveň důležité, aby společnost sama upřednostňovala a podporovala nezávislé a důvěryhodné zdroje informací, podporovala novináře v jejich práci a vytvářela prostředí, které umožní seriózní a investigativní žurnalistice fungovat. A v neposlední řadě jsou tu podle novinářů a novinářek zákonodárci, různé mediální rady a další instituce, které by měly vytvářet a prosazovat zákony a regulace, jež budou podporou demokratickým a svobodným médiím.

Novináři ale zmínili i to, že důležitou roli hraje veřejnost, která by měla mít zájem na novinářské autonomii a na tom, aby média mohla vykonávat svoji demokratickou funkci. Společnost by měla mít podle nich zájem na dobře fungujících médiích.

R8: *„Ještě přemýšlím o té autonomii, jak jí vlastně zaručit ve svobodný společnosti, volíme si svobodný parlament, že jo? Takže jako od toho se to odvíjí, od vlády a svobodného parlamentu, že to nebude vláda jediný moci nebo strany, která jako bude tady určovat, jako co se má psát, zjistili, že od tý politický moci se to odvíjí možná nejvíc. Jo, a samozřejmě, že jako média jsou v dnešní době jako třeba tady nezávislý média investigativní Ekonomia, že jo?“*

R3: *„Tak teď už je asi tahleta, jako je v tom je ta podstata, je v té demokratické společnosti a samozřejmě jako ta společnost musí chtít mít nezávislý média. Musí prostě být potom společenská poptávka. Jakmile to je občanům, to bude jedno, a teď, což nám teď obavy z toho, že se jako část společnosti upíná, tak to je špatně...“*

Poslední úroveň garance je garance ze strany organizace, pro kterou novináři pracují, lépe řečeno pro novináře a novinářky z vydavatelství Ekonomia se jednalo spíše o záruku, kterou již cítili ve svém zaměstnavateli. Vyjádřili několikrát podporu a uvedli, že pozice jejich vydavatelství je pro ně zárukou. Na rozdíl od Örnebringa a Karlssona si tedy myslím, že vlivy na organizační úrovni jsou novináři vnímány jako mnohem důležitější než například na celospolečenské nebo národní úrovni. Örnebring a Karlsson se domnívají, že vlivy na národní a individuální úrovni jsou důležitější než vlivy na organizační úrovni. Samozřejmě, že jsou pro novináře důležité celospolečenské jevy, sami je zmiňovali v podobě různých zákonných regulací, které silně ovlivní mediální produkci a zároveň jejich individuální potřeby, nicméně to, co je ovlivňuje v dané organizaci, z tohoto výzkumu vyplynulo jako důležitější. Garance autonomie na úrovni organizace nás zároveň odkazuje k teoretické části, kde byla uvedena rovnováha mezi profesní a organizační identitou jako jeden z důležitých pilířů pro budování profesní identity a zároveň pocitu profesní autonomie. Většina novinářů vyjadřovala podporu svému vydavatelství v tom ohledu, že si zde mohou dopřát stoprocentní profesní autonomii. Nicméně u starších a zkušenější novinářů, kteří mohou vývoj v různých časových úsecích srovnat, zaznívají i názory na nižší míru autonomie v dnešních aktuálních podmínkách. Je to zdůvodněno především ekonomickými tlaky, které ovšem nezahrnují například obecné tlaky inzerentů nebo obchodního oddělení, ale spíše se jedná o celkové ekonomické podmínky

v žurnalistickém poli a to, jakým způsobem musejí například šéfredaktoři balancovat kvalitní obsah s ekonomickými výsledky konkrétního média. Tato schizofrenní situace více vadí starším novinářům, kteří mají možnost srovnání ve vývoji žurnalistiky v České republice. Mladší novináři berou složitou ekonomickou stránku médií jako fakt, s kterým již počítají a který se stává součástí jejich profesní identity jaksí automaticky.

R6: „*Určitě tam nějaká vnitřní svoboda a autonomie je menší. To si myslím, že je to korekcí teď jako v těch redakčních pozicích. Myslím si, že když jsem v těch řídicích funkcích, a ten tlak není podle mě politický. Ty tlaky jsou daleko víc ekonomický a nikoli ve smyslu, že by nám někdo říkal, že musíme uveřejnit článek toho a onoho inzerenta, ale tak, jak jsem, jako nevím, těm vnitřním, že jo, protože víte, že když ten plán nesplníte a nebudete mít dostatek peněz, tak prostě přijdou škrty a vy přijdete prostě o nějakýho redaktora, takže se prostě snažíte balancovat na hraně toho nože tak, abyste jako neztratili kredibilitu a zároveň vyšli co nejvíc vstříc. A to ve stále větší míře, což je samozřejmě podle mě na těch médiích vidět, dělají se věci, který by se prostě před x lety rozhodně nedělaly.*“

R6: „*Si vezměte, já si pamatuju a teď teda budu mluvit o hospodářkách, což je trošku jako nefér, že jo? Z pozice člověka, kterej v nich teď nedělá, ale já si pamatuju, je to x let zpátky. Prostě se debatovalo o tom, jestli má být na titulce hospodářek inzerát a tady o tom strašný hádky a prodalo se to pak za podle mě velký peníze, ale teď v podstatě jsou kampaně, kdy každý 3., 4. číslo hospodářek mají nějaký přebal a kterej se prodává prostě za falešnou titulku, která se prodává z mého pohledu za mrzký peníze, ale prostě dělá se to.*“

Důležitou situací, kdy si novináři a novinářky uvědomují zcela zřetelně svoji profesní autonomii, je ta, když se hovoří o organizaci, pro kterou pracují, v širších souvislostech. Z teoretické části je již známo, že podle Volka a Urbánikové je tento vztah jedním z klíčových okamžiků při formování profesní identity novinářů a novinářek. Zároveň lze tvrdit, že profesní autonomie je do značné míry ovlivněna a podmíněna organizačními faktory. Podstatná formativní situace nejen pro novináře, ale pro celý mediální systém odráží míru a povahu ztotožnění novináře se spolupracovníky a s pozicí „svého“ média v žurnalistickém poli a s jeho hodnotovou ideologií, jež může být velmi často v konfliktu s profesní identitou. U novinářů a novinářek se během rozhovorů ukázalo, že tyto složky identity jsou v Economii v souladu, alespoň na první pohled. Jednoznačně informanti vyslovili, že právě díky Economii cítí svou novinářskou autonomii a zároveň považují Economii za silného hráče v celém žurnalistickém poli. Ideologie žurnalistiky se potkává

s organizační autonomií, i když si uvědomují složitost aktuální situace z hlediska finančních potíží, nutnosti finančních škrťů, a že vinou převážně finančních záležitostí odcházejí z vydavatelství kvalitní novináři, nebo dokonce zvučná žurnalistická jména. Zároveň organizační autonomie jako nezávislost organizace na vnějších faktorech byla pro ně stejně důležitá jako jejich individuální autonomie.

Je to i důležitým aspektem, jakým způsobem se může tvořit profesní identita v rámci organizační struktury a v rámci organizační identity, resp. rozporu mezi profesní a organizační identitou. Po vyhodnocení všech rozhovorů vyplynulo, že nejdůležitějším faktorem novinářské identity je právě úroveň organizační identity. V podstatě všichni informanti se shodli na tom, že je pro ně nejdůležitější to, jak to funguje v mediálním domě, tedy v konkrétní organizaci. To nejdůležitější je, pro koho pracují, ale ne v podobě vlastníka, ale především organizace samotné – kolegové, nadřízení, to jak oni vnímají mediální organizaci, pro kterou pracují a píší. Economia byla novináři a novinářkami velmi ceněna.

R1: „Pro mě jsou extrémně důležité vztahy na pracovišti, spoustu dobrých kolegů nebo kamarádů, jako jsem tam potkal, takže to pro mě bylo jako zásadní. A pro mě teda vždycky bylo hrozně determinující, jako docela důležitý pohled, vždycky jako osoba šéfa. To jsou zásadní věci.“

R4: „Rozumíte, že tam může být víc vlivů, ale určitě by vám ji někdo řekl, že to není možné, že ten Bakala do toho jako nekecá, ale já fakt nepamatuju, kdysi tady byla jedna událost, která se odehrála něco kolem, to když tak si zkuste někde vygooglovat kolem Jančury, jo, a to bylo něco, co se tady, už přesně nevím, jak se odehrálo, ale taky to pak jako vyšumělo tím, že se ten článek nějak napsal nebo něco, to je jediné za ty roky, co pamatuju, že něco se jakoby tady dělo, ale jinak fakt nikdy nikdo jako do ničeho nezasáhl. Ale zároveň třeba Respekt by vám řekl teďka, že jsou radši, že odešli od Bakaly, protože když jste součástí toho korporátu, tak vím, že oni tady nebyli moc jako šťastní. Ekonomická složka, ta je všude obrovskou rolí a on ten Respekt tím, že odešel, tak on už se nebude podílet jako by na placení téhle obrovské budovy, jo, která stojí jako pronájem šílené peníze, nebude se podílet na platech těch manažerů, takže to jenom jako vysvětluji, že existuje nějaké pnutí nebo něco podobného mezi novináři, řekněme, a manažery, ale není to toho druhu a vsadím se, že se to nestalo ani v případě Respektu, že by ty manažeri Respektu řekli, tohle pište nebo tohle nepište, jo...“

3.1.3 VO3 Jaké vnitřní a vnější faktory ovlivňují novinářskou autonomii?

Vnitřní a vnější faktory posuzují podle Gunnara Nygrena, tedy vnější jsou jakékoliv tlaky společnosti a vnitřní jsou především podmínky v konkrétním vydavatelství nebo v konkrétní redakci. Je zřejmé a plyne to i z literatury, že ne vždy to lze zcela zřetelně rozlišit. Například ekonomické faktory, jež jsou nejsilnějším motivem, o kterém novináři a novinářky hovořili, a jež v největší míře představují faktory silně ovlivňující novinářskou autonomii. Pramení hlavně z vnějších podmínek celého žurnalistického pole, ale promítnou se v mnoha ohledech, například ekonomickými opatřeními v redakci nebo se budou týkat přímo individuální situace konkrétního novináře. Vnější a vnitřní tlaky omezující individuální nebo organizační autonomii nejsou ani v literatuře vždy jasně rozlišeny (Sjøvaag, 2013).

Jedním z nejčastěji zmiňovaných a velmi silných faktorů, které významně ovlivňují novinářskou autonomii, byly celkové ekonomické podmínky. Na základě novinářských výpovědí mohu tvrdit, že ekonomické aspekty jsou již v současné době běžnou součástí novinářské profesní identity, ale zároveň jako by se chtěli od některých ekonomických vlivů novináři a novinářky distancovat, poněvadž se považují za seriózní novináře, a některé ekonomické aspekty nepovažují za nejlepší profesní ideál. Ve výpovědích se objevovaly jak ekonomické podmínky celkové (např. redakční, vydavatelských domů), tak individuální podmínky jednotlivých novinářů a novinářek.

V první řadě jsou zde ekonomické podmínky celého žurnalistického pole, tedy to, jakým způsobem jsou média financována, jakým způsobem dnes fungují a co je v konkrétním mediálním systému nejvíce ovlivňuje. Informanti odkazovali k tomu, že dnešní média jsou podnikatelsky a obchodně ukotvena. Na jedné straně jako společnost uvažujeme o médiích jako o jednom z nejdůležitějších pilířů demokracie, ale na straně druhé si uvědomujeme, že jsou to zároveň komerční subjekty, jež chtějí maximalizovat svůj zisk. V tomto ohledu nejde pouze o přímé komerční cíle mediálních organizací, jako je zisk z inzertních příjmů, ale i o „otázky nákladů na sběr informací až po kariérní ambice jednotlivých novinářů. Mediální organizace musí nabízet takové zpravodajství, které zajímá publikum s různou kupní silou a kritéria zpravodajské významnosti se podle toho liší“ (McQuail, 2016: 93). To znamená, že ekonomické vlivy hrají velmi podstatnou roli v celém procesu vzniku

mediálního produktu. Už od samého začátku mediální pracovníci přemýšlejí, co bude trh akceptovat, jak se chovají čtenáři či posluchači, tištěná média postupně chudnou, snižují se počty novinářů v redakcích, vytvářejí se povrchní informace, není čas a nejsou ani peníze na seriózní žurnalistiku. Existují tedy jasné představy novinářů a novinářek o ekonomickém kontextu, o inzerentech, o publiku, ale na druhé straně existuje pro ně i hraniční čára, za kterou by ve svém ovlivnění ekonomickými faktory nešli, například nátlak obchodního oddělení v podobě konkrétních požadavků ze strany významného inzerenta. Ale to, že se tímto způsobem v komerčním médiu takto uvažuje, tedy, že mediální pracovníci přemýšlejí například o inzerentech a jejich významu pro média, je logické a u některých se projevuje tím, že se to již stává běžnou součástí profesní identity.

R8: *„Chci říct, že ta média, která si drží tu nezávislost a jako nedají si mluvit například od inzerentů do článku a drží to přísně oddělený redakční od placených článků, mají problém s financováním. Se zaplacením lidí, jo, je to úplně jasně vidět, jo, protože například deník Právo nikdy neměl problém se zaplacením lidí, vždycky tam měli lidi dobré platy a byl jako hodně sociální. Teďka jako Právo vlastně koupil Lukačevič, pan Porybný tam má jenom, jako jo, částečnej podíl nebo žádněj? Jo, ale jako oni dělají jako dobrou práci. Je to dobré médium, jako jo, má skvělý jak krimi zpravodajství, má i skvělý politický zpravodajství, já nic takhle neříkám, ale prostě v tom ekonomickém zpravodajství, kde jsem dřív byla, tak tam byly určitý mantinely nebo nátlaky, který se musely jako v tomhleto brát v potaz. V Economii jsem to nezažila.“*

R7: *„Samozřejmě ta škola (žurnalistika) nepřipraví úplně na to, že novinářina je byznys jako jako každěj jinej, nebo ne. Asi jako každěj jinej ne, nepečeme rohlíky nebo nevyrábíme motorky nebo auta, ale je to prostě byznys, kterej se pohybuje v nějaký ekonomický realitě, která je někdy dobrá a někdy je horší, momentálně pro ty média je poslední dobou spíš horší.“*

R7: *„Nemůžeme říct, že bysme byli tlačení. To ne, ale prostě snažíme se, aby ta naše produkce byla rentabilní. Tak to je asi stejný, jako kdybysme vyráběli auta a řekli jsme si, že budeme dělat ty nejlepší auta s těma nejlepšíma materiálama, a pak je budeme prodávat za 6 milionů a budeme se všichni hrozně divit, že nikdo nechce, takže prostě se udělá nějaký ústupek v tom, co člověk dělá, protože nemůže dělat novinářinu, ale ani New York Times prostě tady na tom nejsou. Takže já to беру jako věc, která je normální, a myslím, že je normální tak jako u každý jiný firmy v každým jiným oboru, tak si prostě hledá svou pozici na trhu. Naše pozice na trhu, že přinášíme prostě seriózní obsah, kterej je doplněnej třeba o magazínový obsah, sportovní obsah a tak dále. Ale nejsou to jako bulvární věci a tohle je naše pozice*

na trhu. Nemá smysl konkurovat Český televizi, asi ale stejně tak nemá asi smysl konkurovat Blesku v něčem nebo třeba Novinkám, který sice třeba píšou jinak, protože proč by měli číst nějaký duplikát, když to můžou číst ten originál, že?“

Další úroveň ekonomických podmínek se týká přímých vlivů nebo tlaků ze strany inzerentů nebo inzertního oddělení. Novináři a novinářky mají jasnou představu, že i když pracují pro komerční médium, musí být redakce a inzerce zcela oddělené. Oni se ve své práci pro vydavatelství Economia nikdy nesetkali s tím, že by na ně někdo z obchodního oddělení nebo někdo z vedoucích pracovníků tlačil ve smyslu zákazů nebo příkazů psát či nepsat o velkých a důležitých inzerentech, firmách nebo lidech. Netvrdí, že tyto praktiky neexistují, ale jen mě ujišťují v tom, že v jejich vydavatelství se toto ve zpravodajství neděje. Zároveň uvádějí příklady z jiných médií.

R7: „Obchodní oddělení je jako v každém asi jiným seriózním médiu oddělený od redakce, funguje samostatně, funguje, jako prodává náš obsah ve smyslu, že není, že prostě k němu umísťuje inzerci, je zcela běžný. Já jsem se tady nesetkal s tím, že bysme psali o nějakých velkých inzerentech, ale možná to je daný tím, že nepíšu přímo pro ekonomický zpravodajství nebo se nevěnuju ekonomickému zpravodajství. Třeba jako hospodářky, který hodně píšou o firmách, já tolik nepíšu, v našem ekonomickém oddělení píšeme spíš o nějakých jako spotřebních věcech a takhle, takže myslím, že jsem se nesetkal.“

R6: „Takže ten ekonomické tlak tu samozřejmě je. Samozřejmě, já se o tom jako docela otevřeně bavím s lidma v redakcích, hodně vědí, že prostě čas od času jdou udělat rozhovor, kterej je ve spolupráci. A já se teda vždycky snažím dělat to samozřejmě tak, aby to jako jednak nebylo poznat. A kolik čtenářů, a jednak samozřejmě to děláme tak, aby to opravdu jako bylo čistý, že jo, my neděláme PR rozhovory. Sám, jako když cejtím, že tam ten tlak u té protistrany je už jako moc velkej, nebo třeba jako při autorizaci by chtěli dělat nějaké změny, tak řekneme, že to neděláme, to jako zase tu hranici si prostě držet musíme, protože jako kredit máte jenom jeden. Jo, dokud o něj nepřijdete, no tak to je konec.“

R6: „Postupně jsme to budovali, takže nějaký náklady jako na redakci se zvyšovaly, ale v podstatě poslední 3 roky se už jenom škrtá a seká, což není nějaká výška. Já to chápu, protože ty výsledky třeba nemusej bejt, ale jako šéfredaktor prostě vím, že když budu odmítat každou inzertní spolupráci z principu, tak to skončí tak, že ten časopis tady za rok prostě nebude, jo. Samozřejmě ten tlak na to, abychom vycházeli vstříc inzerci, je jako mnohem větší a vychází spíš jako z vnitřku, protože víte, že jestli musíte udělat, abyste přežili? No, a jsou tu samozřejmě média. Podle mě, který

tohleto tolik dělat nemusí. Vždycky máte dva základní zdroje příjmů, jo, předplatitelskou základnu a inzerci v okamžiku. Když ta předplatitelská základna je tak silná, že vás uživí, což jest jako cíl každého média, tak nejsem tlačěn. V okamžiku, kdy to tak není, tak samozřejmě ten taky je daleko větší, že jo?“

R1: „Nikdy se mi nestalo, že bych musel něco napsat nějakým stylem. Ale ano, to že někdy přijde někdo z obchodu, kdekoliv a děje se to, přijdou z obchodu a řekne, hele, teďka se třeba vybavuji. Abych byl úplně konkrétní. Potřebujeme tam něco, bylo auto, pojištění, nikdo mi neříká, jako co, ale prostě jako najednou tam někde prostě musí bejt takovejhle text. Protože pokud má médium přežít vlastně, jestli je víc platí inzerenti, nebo když se podíváte na ten předplatitelský kmen. Čili je to hlavně o tom, řekněme, obchodu, nebo o tom ekonomickém? Není to vyloženě tlak, ale je to prostě, tak je to ten byznys.“

Poslední úroveň se týká individuálních ekonomických podmínek jednotlivých novinářů a novinářek. „Špatné ekonomické podmínky mají tendenci snižovat lidskou důstojnost a kompromitovat etické standardy novinářů, profesní i osobní“ (Klyueva, Tsetsura, 2015: 21). V mém výzkumu novináři a novinářky k těmto špatným ekonomickým podmínkám také odkazovali, nicméně stále pro ně nejsou tak důležité, aby kvůli tomu opouštěli profesi, která jim z druhé strany přináší jiné výhody, které je motivují u profese vydržet i přesto, že si většina z nich na nízké platy stěžovala. Zároveň nemám pocit, že by kvůli horším ekonomickým podmínkám, než jaké by měli v jiných oborech, rezignovali na společenskou odpovědnost své profese tak, jak o tom hovoří Volek s Urbánikovou (Volek, Urbániková, 2017).

R7: „Vlastně v novinářině jsou prostě nižší platy, než jsou marketingu, než jsou v PR, než jsou ve všemožných firmách. Jo, takže prostě ty lidi, který tady pracujou, tak pracujou za menší mzdu, než by pracovali jinde, a stejně tady pracujou. Jo, každéj má ty motivace samozřejmě jiný. Každý se s tím vyrovnává nějak jinak, ale asi jako těžko ta motivace bude jiná než ta, že je ta práce baví a že jí, že v tom vidí smysl, když to dělají za míň peněz, než by třeba dělali někde jinde. Jo, ale já to já to mám tak, že když se jako cejtím, že mě to baví, já prostě nejsem typ člověka, kterej by chodil do práce každéj den a chodil by naštvanej, mě by to nebavilo.“

R8: „Nelíbí se mi samozřejmě finanční stránka, protože česká žurnalistika je podfinancovaná a pro nezávislou žurnalistiku a rozvoj médií je tady hodně málo prostoru i kvůli tomu, že Česká republika je poměrně malý rybníček a malý stát, a myslím si, že Češi od revoluce, od sametové revoluce, pořád nepochopili význam

médií, jakou vlastně hrajou roli jako v politické a společenské rovině, protože vlastně mít nezávislá média je hrozně moc důležité a je důležité je i podporovat, tím myslím i ten placený obsah, protože mám pocit, že Češi nechtějí za obsah platit. Ty noviny jako třeba DeníkN a vydavatelství Economia. Jasně, mají problémy nebo i Respekt, mají problém, aby a vlastně si udržely čtenáře, aby se ty jejich články, který jsou hodně relevantní a hodně investigativní a mají co říct, tak, aby se dostaly mezi širokou veřejnost, což je potom vidět i na volbách, tam na veřejném mínění. Vlastně to veřejné mínění je obvykle úplně jiného názoru, než je ten žurnalistický proud. No, tak to se mi nelíbí na žurnalistice.“

R1: „Jakože si myslím, že ta práce, že to fakt musíte mít rád, protože si myslím, že člověk jako se tím užívá, ale jako nikdy na tom nezbohatnete. No, je to prostě ten průměr. Znáám spoustu seniorních novinářů, který si třeba vydělávají okolo nějakého průměru...“

Na ekonomické podmínky navazuje další důležité téma, a to konkurence v žurnalistickém poli. Jako v jakémkoliv jiném podnikatelském prostředí je i v žurnalistickém poli velká konkurence. Podle Volka a Urbánikové (2017) to vede k prohlubování nestability profesní identity a existenční nejistoty novinářů. To se potvrdilo i ve výzkumných rozhovorech, kdy novináři a novinářky na jedné straně profesi chválí a obhajují, ale na druhé straně jistá míra nejistoty jak na úrovni celého žurnalistického pole, tak na úrovni individuálních potřeb spontánně zaznívá.

R4: „Já sám si uvědomuji a asi spoustu jiných novinářů, to není nic překvapivého, že ta konkurence je dneska prostě obrovitánská. Jo, obrovská. Jo, že vlastně je někdy, jako si říkám a nevyklučuju to, že prostě s tou novinářinou touhle klasickou skončím, protože fakt se dneska pohybujeme jako nesmírně v konkurenčním prostě prostředí... že jo, ti lidé mají milion možností, co si můžou číst, takže si vlastně uvědomuju, že čím dál víc ztrácím víru, že člověk ty lidi zaujme, jo, pokud chci tedy dělat seriózní novinářinu. Pochopitelně, když dáme do titulku, že já nevím, někdo něco pos... Filmové scény nebo Reflex mívá takové ty galerie lidský, těch portrétů nahých žen a takové věci různé. No jasně, tak to samozřejmě, ale to tuhle novinářinu, že jo, nechce člověk dělat, ani pro ni nemá dispozice nic, jo, to znamená, zase se bavíme o věcech, které jsou důležité pro tu společnost.“

R4: „Vy nemáte nápady, ale zároveň to klikání i částečně jako v dnešní žurnalistice. Trošku tlak jako ekonomický, ano. A to tak prostě je, ale našťástí pořád ještě to není jako priorita číslo 1, kdyby to už byla priorita číslo 1, že by řekli v téhle redakci, jo, což si myslím, že podobné někde jinde. Kdyby oni řekli, prostě musíte mít články,

co nejmíc naklikají, ať je to o čemkoliv, jo, ať je to jakákoliv blbost nebo něco tak. V té chvíli samozřejmě normálně jako kvalitní novinář nebo jako novinář tělem a duší nějaký řekne, sorry, ale tohle? Jako já nechci dělat, jo, protože prostě pořád cítíte, jako že chcete dělat novinářinu, která má především nějaký smysl a užitek.“

R1: „Dřív jsme dělali nějak jako průzkumy, že čtenáři odpovídali, co v těch novinách čtou, a my jsme pak dostávali ty noviny jako zaškrtané, kolik lidí četlo jaký článek. Ta přesnost asi nebyla moc velká, zatímco dneska samozřejmě je ta přesnost naprosto dokonalá. Jo, dneska prostě šéfové a majitelé a kdokoli vám jako spočítá. Prostě perfektně. Kolik lidí si na článek kliklo, kde ho dočetli, když si klikli na video, ve kterém okamžiku z toho videa jako odešli. To všechno je pod obrovským drobnohledem a myslím si, že i ty redakce čím dál víc budou jako hledět na to, že si budou pokud možno nechávat novináře, kteří jejich články naklikají. Ty novináři, kteří moc nenaklikají, tak si myslím, že budou mět čím dál větší jako problém, což je samozřejmě, což je, myslím si, že mluvíme o zpravodajství.“

Zkušenější novináři ještě během rozhovorů definovali další vnější faktory, které určitým způsobem ovlivňují koherenci žurnalistického pole a pozice aktérů v poli. Dokázali na základě svých zkušeností vyhodnotit, jakým způsobem se žurnalistika vyvíjí, proměňuje a kam směřuje. Jak jsem již uvedla u prvního tématu, novináři a novinářky byli pevně zakotveni ve své profesi, přesně vědí, co je smyslem a cílem jejich konkrétního média. Zároveň velmi intenzivně vnímají trendy a dokážou je pojmenovat. Pro jejich konkrétní organizace se nejvíce skloňovalo najít udržitelný model financování, což vnímají jako nejdůležitější a jde o pojmenování zásadního problému. Kvalitní žurnalistika je v současné době velmi drahá věc. Budou do budoucna chtít lidé platit za důvěryhodné informace? Výzkumné rozhovory v Economii probíhaly v době, kdy se týdeník Respekt definitivně osamostatnil a jeho šéfredaktor začal čtenáře přesvědčovat o nutnosti platit za informace, tedy uváděli Respekt jako příklad.

Daleko složitější jsou ale témata, která novináři otevřeli a která nejsou tak společensky prezentována nebo mediálními vědci zkoumána. Mnohem důležitější podle některých je to, jakým způsobem se zachází s mediálními zákony a dalšími právními úpravami, které souvisejí s médii anebo je nějakým zásadním způsobem ovlivňují. To jsou procesy, které probíhají někde pod povrchem a nikdo o nich mnoho neví. Zásadní ovšem je i to, že tyto faktory ovlivňující chování médií a novinářů neřeší ani samotní novináři či mediální domy, kterých se to týká. Někteří z novinářů uvedli, že se jedná o mnohem složitější problémy,

které jejich autonomii ovlivňují více, než to, jestli Babiš vlastní nebo nevlastní Mafru a Bakala Economii.

R7: *„Třeba novela autorského zákona. Která nás, v jejíž reakci Google přestal platit českým vydavatelům milionový částky. Asi, ale je to třeba chování právě Googlu nebo sociálních sítí. Když si sociální síť změní algoritmus, že nebude zobrazovat články ve formátu fotka a titulek, ale jenom ve formátu titulek, tak ta proklikovost je nižší. Když Google řekne, že přestane v České republice, právě myslím, že to bylo v reakci na ten autorský zákon; že Google v reakci na to přestal zveřejňovat u zpravodajského obsahu, když si dáte do Googlu třeba válka na Ukrajině, tak vám vyběhnou ty titulky, ale už pod tím nebudete mít ty dvě věty, čeho se to týká a tak dále. To znamená proklikovost je na to nižší. A tohleto všechno jsou prostě negativní faktory, který ovlivňují jako zásadním způsobem čtenost a monetizaci těch čtenářů daleko víc než Babiš. Ale pro veřejnost je to nesrozumitelný, je to těžký, je to jako složitější problém, ale jako když se tady dělají demonstrace za svobodná média, tak by se tady měly dělat demonstrace, jestli chcete svobodný média, tak by se tady měly dělat demonstrace proti autorskému zákonu a proti cookies třetích stran, který přijala Evropská unie. Toto jsou největší zabijáci médií.“*

R5: *„Tohle myslím, že to je horší než dřív a že to bude horší, protože prostě ekonomická stránka médií je špatná. Teď je otázka, čím to je, jestli se s tím dá něco dělat? Nevím, toto nedokážu říct, ale jako český trh je, neřekl bych pokřivenej, ale jako determinovaný výrazně díky síle Seznamu.cz, která je prostě obrovská, což nikde jinde nenajdete. Prakticky takovýhohle hegemon, kterej má obrovské převis u sebe. Je to, já nevím, ty čísla by se dalo někde najít, ale myslím si, že to je snad jako jedinej, že jsme jediná země v Evropě. Já nevím, jestli na světě, která má vyhledávač, který konkuruje takhle výrazně Googlu. A ten vyhledávač je zároveň jako médiem, že jo? Respektive má normálně prostě Seznam Zprávy, že jo? Svoje zprávy, zároveň novinky a tak dále. Takže to je jako jeden faktor, kterej podle mě negativně ovlivňuje všechny ostatní. Druhej faktor asi, kterej to ovlivňuje, jsou jako silný veřejnoprávní média, což třeba není zvykem na Slovensku a v dalších zemích, takže tohle je jako další. Já tak jako trošku ze srandy, říkám, že v Česku každej může mít politickou stranu a médium, a tak myslím, že těch médií je tady strašně hodně a ta konkurence je velká a těch čtenářů dost málo. A potom mň lidí, kteří dokážou nebo chtějí platit za obsah. Takže ty vyhlídky nejsou dobré, bude to horší a horší. A ubývá těch lidí, který jsou ochotni platit.“*

R7: *„Jo nesu tady jako absolutně neblahý zásahy, tak třeba státu, co se týče nastavení zákonů, ve kterých se jakoby mediální domy pohybují. A státu jako takovýho, myslím tím České republiky, Evropská unie, která přijme za jako směrnici nebo nařízení, nebo se to přesně bylo o tom, že musíte schválit. Asi jste se s tím*

setkala, protože se s tím setkal každej. Kamkoliv přijdete na internetovou stránku, tak musíte schválit, jestli souhlasíte s využitím cookies. Pro nás to znamená, že když neodsouhlasíte, tak přijetí cookies, tak my vás v uvozovkách monitorujeme čtyřikrát až desítkrát levněji, protože my nemáme. My nemáme data o vás, co vás zajímá, jestli si kupujete? Já nevím co, jestli si kupujete auta nebo si kupujete, já nevím, poličky domů, jo.“

R6: „Ale jsou konkrétní věci, které zhoršují podmínky práce novinářů tisíckrát víc než tady koupě Andreje Babiše nebo blbý kecý Miloše Zemana anebo Andreje Babiše. Tohle jsou prostě ekonomické důsledky v desítkách milionů pro ty mediální domy a moc se o tom nemluví. Protože to je složitý a nikdo to nechce vysvětlovat ani poslouchat.“

R8: „Média budou mít problém jako s financováním, budou mít problém právě s nezávislostí, zaplacením kvalitního obsahu, zaplacením kvalitních novinářů. A já pořád jako doufám, že se najdou i donátoři a podporovatelé, třeba jako nezávislý fondy, který budou ochotný bez nároku na zviditelnění a prosazování svých zájmů, tak demokratická média financovat. No, a jinak doufám, že se změní a že se prosadí jako mediální výchova do škol, protože bez toho ty další generace, bez toho to nepůjde prostě, jinak to bude průšvih. Je to obrovský problém i jako pro společnost a pro vlastně vývoj jako další demokracie. Pokud nebudou mladý lidi umět vyhodnotit jako objektivnost a relevantnost toho, co čtou a jaký vyhledávají obsah. Tak rozvoj společnosti se nebude ubírat demokratickým směrem. Prostě jako je to jeden z aspektů, který prostě formují ten vývoj. Vývoj zdravý demokracie.“

R1: „Myslím si, že jako novináři tu budou vždycky. Je ale otázka, jestli to prostě budou tady ty domy nebo ne. No, tak se dívám, tak se zmenšuje, čtenáři ubývají, já nevím, jakože prostě se řeší toho, zavřou se Lidovky, nezavřou se noviny, nebyly ziskové. Prostě může se fungovat dále formou podcastů a menších projektů, který jsou jako to a pak prostě si najdete pod vyloženě nějakou nitku a seženete tam prostě na to peníze. Ale pak otázka, jestli to jako je novinářina, nebo jestli je to nějaké jako informační portál, že jo?“

Závěr

Cílem magisterské diplomové práce bylo zjistit, jakým způsobem v současné době lze nahlížet na novinářskou autonomii a na novinářskou profesní identitu jako silné koncepty v mediálních studiích, a především zodpovědět hlavní výzkumnou otázku, jak autonomii vnímají novináři a novinářky ve vydavatelství *Economia*. Pro zodpovězení výzkumné otázky jsem zvolila kvalitativní přístup v podobě polostrukturovaných rozhovorů přímo s novináři a novinářkami. Výzkumné rozhovory proběhly ve vydavatelství *Economia* a ve výzkumném vzorku jsem získala výpovědi od osmi novinářů a novinářek. Získaná data jsem podrobněji analyzovala pomocí otevřeného a axiálního kódování. Vzhledem k volbě kvalitativního přístupu a vzhledem k nízkému počtu respondentů nemohu z výsledků provést zevšeobecnující závěry. Nicméně data získaná od konkrétních novinářů a novinářek v průběhu rozhovorů mi poskytla poměrně široký prostor k úvahám o tom, jak novináři a novinářky všechny zmiňované faktory vnímají, představu o jejich vztahu k žurnalistické profesi a také o vztahu mezi novináři a společnostmi. Jde především o autentické výpovědi skutečných žurnalistů, kteří každý den pracují na obsahu tištěných či on-line médií a podílejí se na chodu jednoho z nejvýznamnějších mediálních domů v České republice.

Na úplný závěr shrnuji poznatky z kvalitativního výzkumu a zároveň odpovídám na hlavní výzkumnou otázku: **Jak vnímají novinářskou autonomii novináři a novinářky z vydavatelství *Economia*?** Všichni informanti měli v sobě profesní autonomii pevně zabudovanou, byla pro ně během rozhovorů extrémně důležitá, odkazovali na ni při každé příležitosti, ale vnímání jejího přesného naplňování se mohla lehce a subjektivně lišit. Podle informantů je to nejdůležitější základ pro žurnalistickou profesi, resp. pro dobrou a kvalitní žurnalistiku. Všichni se cítili být svobodní při vykonávání profese bez zjevných silných vnějších či vnitřních tlaků. Nejvíce autonomii podle novinářů a novinářek naplňuje to, že si mohou svobodně vybírat témata, o kterých budou psát nebo kterým se chtějí věnovat. Nikdo jim do práce zásadním způsobem nezasahuje ani z manažerského, ani z redakčního vedení. Samozřejmě kromě standardních rutinních postupů, jako jsou některé korekce šéfredaktorů a editorů. Podle nich je logické, že největší vliv na mediální obsah mají především šéfredaktoři, editoři ve formě redakční politiky a pak oni sami výběrem a zpracováním témat. Naopak vnímají nízký dopad, respektive téměř žádný dopad, v podobě politických tlaků a vlivu vlastníka na vnímání novinářské autonomie.

Dalším naplněním jejich představ o autonomii nebo svobodě je podstata žurnalistiky jako svobodného povolání a možnost něco ve společnosti ovlivnit. I přesto, že podle mediálních odborníků má žurnalistika obtíže zdůvodnit exkluzivitu vlastní profesní kompetence, a i přesto, že novinářskou profesní identitu oslabuje „její nesamozřejmost plynoucí z jejího nezavršeného procesu profesionalizace“ (Volek, Urbániková, 2017: 153), informanti vnímají žurnalistiku jako zcela plnohodnotnou profesi. Jednoznačně nejdůležitějším momentem pro vlastní identifikaci toho, co je na práci žurnalistů to nejlepší a co podstatně ovlivňuje jejich profesní identitu a autonomii, je jakýsi pocit výjimečnosti. Pocit, že se mohou dostat k lidem, ke kterým by se nikdy nedostali, a že mohou předkládat zajímavá a důležitá témata nejen pro své publikum, ale pro celou společnost. Tento motiv se v rozhovorech objevil u všech informantů, a to několikrát.

V tento okamžik by bylo možné zpochybnit zažitou představu o vnějších tlacích na novináře a novinářky. O tom, že je tradiční žurnalistika v krizi, asi není pochyb, nicméně ideály žurnalistiky i nadále v seriózních médiích a u seriózních novinářů a novinářek přetrvávají. Jak vysvětluje Alexander (2015), i přes radikální změny a reorganizace v souvislosti s ekonomickými propady médií, omezováním počtu zaměstnanců, technologickými změnami a s mnoha dalšími výzvami má žurnalistika stále své závazky k demokratickým principům. A to potvrzují i výpovědi informantů. Jak vedení vydavatelství, tak oni (tedy především ti na pozici šéfredaktorů/šéfredaktorek) se snaží najít nové cesty, jakým způsobem udržet a financovat kvalitní a nezávislou žurnalistiku. Jsou to pro ně velká témata a velké každodenní výzvy. Mají zájem o udržení seriózní žurnalistiky, která musí ovšem čelit novým situacím ať už technologickým, ekonomickým, nebo společenským. Odhaduji, že se v žurnalistickém poli začínají tvořit nové typy identit, než byly v žurnalistickém poli před osmi až deseti lety v post-transformační fázi vývoje českého mediálního systému. Současní novináři a novinářky chtějí vidět věci pozitivně a přizpůsobit se vývoji žurnalistického pole, zároveň ale hledat proaktivně další přístupy, jak zachovat kvalitní obsah. Stále trvají na určitých ideálech a na pomyslné čáře, za kterou by nešli, ale zároveň přijímají výzvy či změny, které současný vývoj přináší.

K jistým omezením a tlakům samozřejmě dochází. Je to ale již bez zjevného a přímého odkazu na profesní autonomii. Vnější tlaky představují zejména ekonomické faktory, individuální ekonomická situace a pochybnosti o celkové situaci v novinářském poli. Největší kritika zaznívá obecně na odklon médií od jejich normativní role k zájmům

a poptávce publika, což má za následek banalizaci a bulvarizaci mediálních obsahů a přispívá k dalšímu vyhocení konkurence v novinářském poli. Tím se seriózní média dostávají do složité situace a naopak se otevírá cesta té odvrácené straně žurnalistiky. Velmi kritické tóny z předchozích výzkumů se nicméně v plné míře nenaplnily. Z celého kritického konceptu vnímání novinářské autonomie po výzkumných rozhovorech zcela vypadlo několik základních motivů, z nichž jsem vycházela v teoretické části a které jsou jistým způsobem již dlouhodobě hlavními důvody pro kritiku masových médií v liberálně demokratických poměrech. Jedná se například o motiv vlastníka, resp. jeho negativní nebo jakýkoliv jiný vliv na práci novinářů a novinářek. Ve výzkumných rozhovorech se ukázalo, že pro novináře není důležitý, poněvadž žádné zásahy nevnímají, ba přímo takové zásahy odmítají. Z pozic redaktorů a redaktorek ale upřesňují, že nemají představu, zda se něco takového děje editorům či šéfredaktorům. Ovšem i informanti na těchto pozicích zásahy nebo tlaky ze strany vlastníka zcela odmítají. Nedokážu přesně prokázat, zda je opravdu nevnímají, nebo se jedná o obranu mediální organizace, pro kterou pracují, tedy o jakousi formu autocenzury, stylizace, anebo zda ovlivňování existuje v určité skryté podobě. Podle informantů jsou zde k řešení mnohem důležitější témata, která aktuálně vnímají. Jde především o různé zákonné úpravy a nařízení, jež mají vliv na každodenní chod médií. Dalším motivem, který z analýzy vypadl, jsou tak často zmiňované vnější politické tlaky. Jde o další faktor, který novináři a novinářky v Economii nezažívají. Nedokážou posoudit, zda jsou takové tlaky vyvíjeny například na vedení, na manažery a podobně. Samozřejmě, že jisté formy opovázlivosti politiků, kteří si chtějí diktovat podmínky nebo vysílají různé formy signálů přes své mluvčí, existují, ale podle novinářů a novinářek se nejedná o nic zásadního, co by mělo nějakým způsobem ovlivnit jejich práci a jejich další informování o politických či jiných zásadních tématech.

Můj výzkum nenese výsledky, jež by bylo možné považovat za skutečný stav novinářské autonomie v České republice. Nicméně i tak se mi podařilo odpovědět na hlavní výzkumnou otázku a popsat, jakým způsobem vnímá několik vybraných novinářů a novinářek pracujících ve významném mediálním domě svoji autonomii a jak si uvědomují faktory, které ji jakýmkoliv způsobem mohou ovlivnit, oslabit nebo naopak upevnit. Kromě analýzy jejich výpovědí může vyvstat otázka, s kterou může pracovat další práce či teorie. Nejsou úvahy o zásadním vlivu vlastníka či silných politických tlacích a jiných robustních teoriích o novinářské autonomii již přežité? Samozřejmě za předpokladu, že média jsou již definitivně v jiném období vývoje a českým médiím

se podařilo dostat se z post-transformační fáze, tedy té, která byla charakteristická kumulací politické, ekonomické a politické moci a která byla pro nezávislost českých médií a novinářskou autonomii zjevným ohrožením. Před deseti lety byla jiná situace a vlivy vlastníků byly několikrát prokázány. Dnes se mi ale takové vlivy nepodařilo prokázat. Neměli by se v současnosti mediální vědci zabývat dílčími problémy současných pracovníků v médiích? V současnosti trápí novináře možná jiná problematika. Možná již pro ně motivy, které byly důležité v určité fázi vývoje mediálního systému, nejsou tak důležité a bude potřeba se více věnovat méně viditelným dopadům na mediální organizace.

Podle mého názoru je důležité věnovat se i v budoucnu tomu, jakým způsobem novinářskou autonomii chránit v současných podmínkách, a tomu, kdo by ji měl garantovat. V analytické části bylo patrné, jakým způsobem o garanci autonomie uvažují sami novináři. Podle nich se jedná v podstatě o několik faktorů, které by měly být vzájemně propojené. Žijeme v demokratické zemi, kde je autonomie a svoboda médií garantována v ústavním pořádku. Nicméně i tak by se naše vzdělaná společnost měla snažit ji dále aktivně chránit a měla by vědět, proč je to tak důležité. Ale i sami novináři mohou hrát klíčovou roli v garantování své autonomie. Dodržováním profesionálních zásad a etických standardů mohou posilovat svou schopnost vykonávat kvalitní žurnalistiku a zároveň posilovat důvěru v demokratická média. Na závěr je také důležité zmínit, že i přes všechny potíže, které současný vývoj přináší, přes všechny ekonomické problémy vidí novináři a novinářky celkovou situaci v České republice poměrně optimisticky. Dokážou ocenit pestrost médií, která v České republice existuje, vidí kvalitní veřejnoprávní média a především cítí podstatnou tvůrčí svobodu a novinářskou autonomii, které jim český mediální systém nabízí.

Summary

The aim of the master's thesis was to investigate how journalistic autonomy and journalistic professional identity, understood as strong concepts in media studies, can be perceived today. The main research question addressed was how journalists perceive autonomy at the *Economia* publishing house. To answer the research question, a qualitative approach in the form of semi-structured interviews directly with journalists was chosen. The research interviews took place at *Economia*, and I obtained statements from eight journalists in the research sample. The acquired data were further analysed using open and axial coding. Due to the choice of a qualitative approach and the low number of respondents, it was not possible to draw generalizable conclusions from the results. However, the data obtained from specific journalists during the interviews provided me with a relatively broad scope for reflections on how journalists perceive all the mentioned factors, their idea of their relationship to the journalistic profession, and the relationship between journalists and society. These are primarily authentic statements from real journalists who work every day on the content of print or online media and contribute to the operation of one of the most significant media houses in the Czech Republic.

In the concluding remarks, I summarize the findings from the qualitative research and, at the same time, address the main research question: **How do journalists at *Economia* publishing house perceive journalistic autonomy?** All informants had professional autonomy deeply ingrained in them; it was extremely important to them during the interviews, and they referred to it on every occasion. However, the perception of its precise fulfilment could easily and subjectively differ. According to the informants, it is the most crucial foundation for the journalistic profession, i.e., for good and quality journalism. All of them felt free in carrying out their profession without apparent strong external or internal pressures. According to journalists, autonomy is most fulfilled by the freedom to choose topics they want to write about or focus on. No one significantly interferes with their work, neither from managerial nor editorial leadership, except for standard routine procedures such as some corrections by chief editors and editors. According to them, it is logical that the most significant influence on media content comes primarily from chief editors, followed by editors in the form of editorial policy, and then they themselves in the selection and processing of topics. Conversely, they perceive a low impact or almost no

influence regarding political pressures and the owner's influence on the perception of journalistic autonomy.

Another fulfilment of their notions of autonomy or freedom is the essence of journalism as a free profession and the possibility to influence something in society. Despite media experts pointing out the challenges journalism faces in justifying the exclusivity of its professional competence and the weakening of journalistic professional identity due to *"its non-obviousness resulting from its unfinished process of professionalization"* (Volek, Urbániková, 2017: 153), the informants perceive journalism as a fully-fledged profession. The unequivocally most crucial moment for their own identification of what is best about journalists' work, significantly influencing their professional identity and autonomy, is a sense of uniqueness. The feeling that they can reach people they would never reach otherwise and present interesting and important topics not only for their audience but for the entire society. This motive emerged repeatedly in the interviews with all informants.

At this point, it might be possible to challenge the ingrained idea of external pressures on journalists. While traditional journalism may be in crisis, there is little doubt that journalistic ideals persist in serious media and among serious journalists. As Alexander (2015) explains, despite radical changes and reorganizations related to media economic downturns, staff reductions, technological changes, and many other challenges, journalism still has commitments to democratic principles. This is confirmed by the statements of the informants. Both the publishing house management and they themselves, especially those in the position of chief editors, strive to find new ways to maintain and finance quality and independent journalism. These are significant topics and significant daily challenges for them. They are interested in sustaining serious journalism, which, however, must face new situations, be they technological, economic, or social. I estimate that new types of identities are beginning to form in the journalistic field, different from those in the journalistic field eight to ten years ago in the post-transformation phase of the development of the Czech media system. Current journalists want to see things positively and adapt to the development of the journalistic field, while actively seeking new approaches to maintain quality content. They still adhere to certain ideals and draw a metaphorical line they would not cross, but at the same time, they accept challenges or changes brought about by current developments.

There are certainly some limitations and pressures, although they are no longer overtly and directly linked to professional autonomy. External pressures primarily stem from economic factors, individual economic situations, and doubts about the overall situation in the journalistic field. The most significant criticism is generally directed at the media's departure from their normative role to the interests and demands of the audience, resulting in the trivialization and tabloidization of media content and contributing to heightened competition in the journalistic field. This puts serious media in a complex situation, opening the door to the flip side of journalism. However, the very critical tones from previous research have not been fully realized. Several basic motives, which I relied on in the theoretical part and have long been the main reasons for criticizing mass media in liberal democratic conditions, completely disappeared from the entire critical concept of perceiving journalistic autonomy in the research interviews. These include, for example, the motive of ownership or its negative or any other influence on the work of journalists. In the research interviews, it turned out that for journalists, this is not important because they do not perceive any interventions and outright reject such interventions. From the positions of editors, however, they clarify that they have no idea whether such things happen to editors or chief editors. However, even informants in these positions completely reject interventions or pressures from the owner. I cannot precisely prove whether they really do not perceive them or if it is a defence of the media organization for which they work – a form of self-censorship, stylization, or whether there is some form of influencing in a hidden form. According to informants, there are much more important topics to address, which they currently perceive. These primarily involve various legal regulations and provisions that impact the daily functioning of the media. Another motive that dropped out of the analysis is the often-mentioned external political pressures. This is another factor that journalists at *Economia* do not experience. They cannot assess whether such pressures are exerted, for example, on the management or managers. Of course, there are certain forms of audacity from politicians who want to dictate conditions or send various signals through their spokespersons, but according to journalists, it is nothing significant that would somehow affect their work and their further reporting on political or other fundamental topics.

My research does not yield results that could be considered a true reflection of journalistic autonomy in the Czech Republic. Nevertheless, I have managed to answer the main research question and describe how a selected group of journalists working for

a significant media house perceives their autonomy and is aware of factors that may influence, weaken, or strengthen it. Beyond the analysis of their statements, a question may arise for further work or theories: are considerations of the significant influence of the owner or strong political pressures, and other robust theories of journalistic autonomy, already outdated? Assuming that the media are definitively in a different stage of development and Czech media have managed to move beyond the post-transitional phase characterized by the accumulation of political, economic, and political power, posing an obvious threat to the independence of Czech media and journalistic autonomy. A different situation prevailed ten years ago, and owner influences were proven multiple times. However, I have not been able to demonstrate such influences today. Should media researchers currently focus on the specific issues facing today's media workers? Journalists may be grappling with different issues now. Perhaps the motives that were important in a certain phase of the media system's development are not as crucial anymore, and there is a need to pay more attention to less visible impacts on media organizations.

In my opinion, it is important to continue exploring how journalistic autonomy can be protected in current conditions and who should guarantee it. In the analytical part, it became evident how journalists themselves contemplate the guarantee of autonomy. According to them, several interconnected factors should essentially play a role. We live in a democratic country where media autonomy and freedom are guaranteed by the constitutional order. Nevertheless, our educated society should actively strive to further protect it and understand why it is crucial. Journalists themselves can also play a key role in guaranteeing their autonomy. By adhering to professional principles and ethical standards, they can strengthen their ability to deliver quality journalism and simultaneously build trust in democratic media. Finally, it is important to mention that despite all the difficulties brought about by current developments, despite all the economic problems, journalists see the overall situation in the Czech Republic quite optimistically. They can appreciate the diversity of media existing in the Czech Republic, recognize the quality of public-service media, and, above all, feel substantial creative freedom and journalistic autonomy offered by the Czech media system.

Použitá literatura

ALEXANDER, Jeffrey C. *The Crisis of Journalism Reconsidered: Cultural Power*. Online. Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences. 2015, vol. 8, no. 1, s. 9–31. Dostupné z: <https://doi:10.1007/s40647-014-0056-5>. [citováno 2023-10-23].

ALTSCHULL, J. Herbert. *Agents of power: the media and public policy*. 2nd ed. White Plains, NY: Longman Pub. USA, 1995. ISBN 08-0130-776-7.

BECK, Ulrich. *Riziková společnost. Na cestě k jiné moderně*. Praha: Slon, 2018. ISBN 97880-7419-267-8.

BOURDIEU, Pierre, DVOŘÁKOVÁ, Věra. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum, 1998. ISBN 80-7184-518-3.

BOURDIEU, Pierre. *O televizi*. Praha: Doplněk, 2002. ISBN 80-7239-122-4.

BOURDIEU, Pierre. *The Political Field, The Social Science Field, and the Journalistic Field*. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 2005, s. 29–47. ISBN 0-7456-3387-0. [citováno 2023-06-15].

BOURDIEU, Pierre; EMANUEL, Susan. *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*. Cambridge: Polity Press, 1996. ISBN 0-7456-1778-6.

CARPENTIER, Nico; TRIONEN, Marit. *The Particularity of Objectivity: A Post-Structuralist and Psychoanalytical Reading of the gap Between Objectivity-as-A-Value and Objectivity as-A-Practice in the 2003 Iraqi War Coverage*. Online. Journalism. 2010, vol. 11, no. 3, s. 311–328. Dostupné z: <https://doi:10.1177/1464884909360922>. [citováno 2023-07-25].

COHEN, Bernard C. *The Press and foreign policy*. Berkeley: Univ. of California, 1993. ISBN 0-87772-346-X.

De BRUIN, Marjan. *Gender, organizational and professional identities in journalism*. *Journalism*. Online. Journalism. 2000, vol. 1, no. 2, s. 217–238. Dostupné z: <https://doi:10.1177/146488490000100205>. [citováno 2023-11-01].

DEUZE, Mark. *Mediawork*. Cambridge: Polity Press, 2007. ISBN 978-0-7456-5811-7.

DEUZE, Mark. *What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered*. Online. *Journalism*. 2005, vol. 6, no. 4, s. 442–464. Dostupné z: <https://doi.org.ezproxy.is.cuni.cz/10.1177/1464884905056815>. [citováno 2023-06-30].

DEUZE, Mark. *Život v médiích*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2015. ISBN 978-80-246-2815-8.

EVETTS, *Short Note: The Sociology of Professional Groups*. Online. *Current Sociology*. 2006, vol. 54, no. 1, s. 133–143. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0011392106057161>. [citováno 2023-10-30].

GIOIA, Dennis A. *From Individual to Organizational Identity*, in WHETTEN David A.; GODFREY, Paul C. *Identity in Organizations: Building Theory through Conversations*. SAGE Publications, Inc., 1998. ISBN 0761909486.

HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-377-2.

HANITZSCH, Thomas. *Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries*. Online. *International Communication Gazette*. 2011, vol. 73, no. 6, s. 477–494. Dostupné z: <https://doi:10.1177/1748048511412279>. [citováno 2023-10-11].

HANITZSCH, Thomas; VOS Tim P. *Journalism Beyond Democracy: A new look Into Journalistic Roles in Political and Everyday Life*. Online. *Journalism*. 2018, vol. 19, no. 2, s. 146–64. Dostupné z: <https://doi:10.1177/1464884916673386>.

HANITZSCH, Thomas; VOS, Tim P. *Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism*. Online. *Communication Theory*. 2017, vol. 27, no. 2, s. 115–135. Dostupné z: <https://doi:10.1111/comt.12112>. [citováno 2023-08-23].

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 978-80-7367-485-4.

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

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-485-4.

JAKUBOWICZ, K. 1998. *Normative Models of Media and Journalism and Broadcasting Regulation in Central and Eastern Europe*. Online. International Journal of Communications Law and Policy. 1998, vol. 2, s. 1–32. Dostupné z: https://ciaotest.cc.columbia.edu/olj/ijclp/ijclp_2/ijclp_2k.pdf.

JANOWITZ, Morris. *Professional model in Journalism: The Gatekeeper and Advocate*. Online. Journalism & Mass Communication Quarterly. 1975, vol. 52, no. 4, s. 618–626. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/107769907505200402>. [citováno 2023-07-28].

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

JOSEPHI, B. *How Much Democracy Does Journalism Need?* Online. Journalism. 2012, vol. 14, no. 4, s. 474–89. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1464884912464172>. [citováno 2023-08-25].

KLYUEVA, Anna; TSETSURA, Katerina. *Economic Foundations of Morality: Questions of Transparency and Ethics in Russian Journalism*. Online. Central European Journal of Communication. 2015, vol. 8, no. 14, s. 21–35. Dostupné z: <https://wuwr.pl/cejc/article/view/6764/6410>. [citováno 2023-10-23].

KOTIŠOVÁ, Johana; WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *I Know Which Devil I Write for: Two Types of Autonomy Among Czech Journalists Remaining in and Leaving the Prime Minister's Newspapers*. Online. The International Journal of Press/Politics. 2023, vol. 28, no. 1, s. 238–256. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/19401612211045229>. [citováno 2023-07-11].

KŘEČEK, Jan. *Politická komunikace. Od res publica po public relations*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013. ISBN 978-80-247-3536-8.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1994. ISBN 80-7184-134-X.

LAUK, Epp; HARRO-LOIT, Halliki. *Journalistic Autonomy as A Professional Value and Element of Journalism Culture: The European Perspective*. International Journal of Communication. 2017, vol. 11, no. 19, s. 1956–1974. Dostupné z: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5962>.

LINDBLOM, Terje; LINDELL Johan; GIDLUND Katarina. *Digitalizing the Journalistic Field: Journalists' Views on Changes in Journalistic Autonomy, Capital and Habitus*. Online. Digital Journalism. 13. 4. 2022. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2062406>. [citováno 2023-09-11].

MCDEVITT, Michael. *In Defense of Autonomy: A Critique of the Public Journalism Critique*. Online. Journal of Communication. 2003, vol. 53, no. 1, s. 155-164. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb03011.x>. [citováno 2023-11-10].

MCCHESENEY, Robert W. *Problém médií: Jak uvažovat o dnešních médiích*. Všeň: Grimmus, 2009. ISBN 978-80-902831-2-1.

MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9.

MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Praha: Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9.

METYKOVÁ, Monika; WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Changing Journalistic Practices in Eastern Europe: The Cases of the Czech Republic, Hungary and Slovakia*. Online. Journalism. 2009, vol. 10, no. 5, s. 719–36. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1464884909106541>.

MORAVEC, Václav. *Proměny novinářské etiky*. Praha: Academia, 2021. ISBN 978-80-200-3111-2.

NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice; LÁB, Filip. *Czech journalists in the 21st century: who are they?* Online. Środkowoeuropejskie studia polityczne. Uniwersytet Adama Mickiewicza 2016, no. 2, s. 15-35. Dostupné z: <https://doi.org/10.14746/ssp.2016.2.2>. [citováno 2023-06-06].

NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice; LÁB, Filip; STRIELKOWSKI, Wadim. *Security and Independence of Mass Media: A Case Study of Czech Journalists in media Ownership Turmoil*. Online. Journal of Security and Sustainability. 2015, vol. 4, no. 3, s. 500–8. Dostupné z: [https://doi.org/10.9770/JSSI.2015.4.3\(1\)S](https://doi.org/10.9770/JSSI.2015.4.3(1)S).

NYGREN, Gunnar. *Autonomy – A Crucial Element of Professionalization*. In NYGREN Gunnar; ANIKINA Maria, DOBEK-OSTROWSKA, Boguslawa; HÖK Jöran. *Journalism*

in Russia, Poland and Sweden: Traditions, Cultures and Research. Stockholm. Journalistik, Institutionen för kommunikation, medier och IT. Tryck: E-Print. 2012. ISBN 978-91-979140-3-1. [citováno 2023-07-28].

ÖRNEBRING, Henrik. *Anything You Can Do, I Can Do Better? Professional Journalists on Citizen Journalism in six European Countries*“. Online. The International Communication Gazette. 2013, vol. 75, no. 1, s. 35–53. Dostupné z: <https://doi:10.1177/1748048512461761>. [citováno 2023-09-06].

ÖRNEBRING, Henrik. *Clientelism, Elites, and the Media in Central and Eastern Europe*. Online. International Journal of Press/Politics. 2012, vol. 17, no. 4, s. 497–515. Dostupné z: <https://doi:10.1177/1940161212454329>. 254. [citováno 2023-09-06].

ÖRNEBRING, Henrik; KARLSSON, Michael. *Journalistic Autonomy*. Online. Communication. 2019. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.829> [citováno 2023-09-06].

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 2., opr. vyd. Praha: Mladá fronta, 2010. ISBN 978-80-204-2206-4.

RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. Praha: Mladá Fronta, 2003. ISBN 80-204-1037-6.

REIFOVÁ, Irena; BALON, Jan; BARTOVSKÝ, Tomáš; BEDNAŘÍK, Petr; ČÁBELOVÁ, Lenka. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

RYAN, Michael. *Journalistic Ethics, Objectivity, Existential Journalism, Standpoint Epistemology, and Public Journalism*. Online. Journal of Mass Media Ethics. 2001, s. 3–22. Dostupné z: https://doi:10.1207/S15327728JMME1601_2. [citováno 2023-11-07].

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.

SCHIMPFÖSSL, Elisabeth; YABLOKOV Ilya; ZEVELEVA, Olga; FEDIRKO Taras; BAJOMI-LAZAR, Peter. *Self-Censorship Narrated: Journalism in Central and Eastern Europe*. Online. European Journal of Communication. 2020, vol. 35, no. 1, s. 3–11. Dostupné z: <https://doi:10.1177/0267323119897801>.

SCHIMPFÖSSL, Elisabeth; YABLOKOV, Ilya. *Post-Socialist Self-Censorship: Russia, Hungary and Latvia*. Online. *European Journal of Communication*. 2020, vol. 35, no. 1, s. 29–45. Dostupné z: <https://doi:10.1177/0267323119897797>. [citováno 2023-12-06].

SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of American newspapers*. New York: Basic Books, 1978. ISBN 0-465-01666-9.

SINGER, Jane B.; BROERSMA, Marcel. *Innovation and Entrepreneurship: Journalism Students' Interpretive Repertoires for a Changing Occupation*. *Journalism Practice*. Online. 2020, vol. 14, no. 3, s. 319–338. Dostupné z: <https://doi:10.1080/17512786.2019.1602478>.

SJØVAAG, Helle. *Journalistic Autonomy. Between Structure, Agency and Institution*. Online. *Nordicom Review*. 2013, vol. 34, special issue, s. 155–166. Dostupné z: <https://sciendo.com/article/10.2478/nor-2013-0111?tab=artikel>. [citováno 2023-07-06].

SPLICHAL, Slavko. *Reproducing Political Capitalism in the Media of East-Central Europe*. Online. *Medijska istraživanja*. 2000, vol. 6, no. 1, s. 5–17. Dostupné z: <https://hrcak.srce.hr/23370>.

STIGBRAND, Karin; NYGREN, Gunnar. *Professional Identity in Changing Media Landscape: Journalism Education in Sweden, Russia, Poland, Estonia and Finland*. Huddinge: Södertörns högskola, 2013. ISBN 978-91-979140-5-5.

ŠIMUNJAK, Marija. *Political Leaders, Media and Authoritarianism in Croatia: The media Strikes Back?* Online. *East European Politics*. 2020, vol. 36, no. 1, s. 66–85. Dostupné z: <https://doi:10.1080/21599165.2019.1684267>. [citováno 2023-11-07].

ŠTĚTKA, Václav. *From Multinationals to Business Tycoons: Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe*. Online. *The International Journal of Press/Politics*. 2012, vol. 17, no. 4, s. 433–56. Dostupné z: <https://doi:10.1177/1940161212452449>.

ŠTĚTKA, Václav; ÖRNEBRING, Henrik. *Between a Rock and a Hard Place? Market Concentration, Local Ownership and Media Autonomy in the Czech Republic*. Online. *International Journal of Communication*. 2010, vol. 4, s. 865–885. Dostupné z: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/790/463>. [citováno 2023-07-25].

ŠTĚTKA, Václav; ÖRNEBRING, Henrik. *Investigative Journalism in Central and Eastern Europe: Autonomy, Business Models, and Democratic Roles*. The International Journal of Press/Politics. 2013, vol. 18, no. 4, s. 413–35. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1940161213495921>. [citováno 2023-12-06].

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8.

TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-807-3676-834.

URBÁNIKOVÁ, Marína; VOLEK, Jaromír. *The professional identity of Czech journalists in an international perspective*. Online. The International Communication Gazette. 2018, vol. 80, no. 5, s. 452–475. Dostupné z: [https://DOI: 10.1177/1748048517745257](https://doi.org/10.1177/1748048517745257). [citováno 2023-07-25].

VOLEK, Jaromír; JIRÁK, Jan. *Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů*. Online. Mediální studia. 2006, roč. 1, č. 1, s. 21–38. Dostupné z: <https://www.cceol.com.ezproxy.is.cuni.cz/search/article-detail?id=152424>. [citováno 2023-12-07].

VOLEK, Jaromír; URBÁNIKOVÁ, Marína. *Čeští novináři v komparativní perspektivě: Hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi*. Masarykova univerzita: Academia, 2017. ISBN 978-80-200-2699-6.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka; METYKOVÁ, Monika. *Better the Devil You Don't Know: Post-Revolutionary Journalism and media Ownership in the Czech Republic*. Online. Medijske Studije/Media Studies. 2015, vol. 6, no. 1, s. 6–18. Dostupné z: <https://hrcaj.srce.hr/ojs/index.php/medijske-studije/article/view/6138>.

WEAVER, David H.; WILLNAT Lars; WILHOIT Cleveland G. *The American Journalists in the Digital Age: Another Look at U.S. News People*. Online. Journalism & Mass Communication Quarterly. 2019, vol. 96, no. 1, s. 101–130. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1077699018778242>.

WEAVER, David, H.; WILHOIT, Cleveland G. *The American journalist: A Portrait of U.S. news people and their work*. Bloomington: Indiana University Press, 1986. 978-0253306029

WILENSKY, Harold L. *The Professionalization of Everyone?* Online. American Journal of Sociology. Oxford University Press, 1964, vol. 70 no. 2, s. 137–158. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/2775206>. [citováno 2023-07-25].

Ostatní online zdroje

ČESKÝ ROZHLAS. *Mezinárodní komise o stavu české žurnalistiky: Pro vládu je snadné vyvíjet tlak na veřejnoprávní média.* Online. Irozhlas.cz. 17. 10. 2019. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/cesko-zurnalistika-novinari-verejnopravni-media-andrej-babis-soukroma-media_1910171131_do. [citováno 2023-11-16].

ENGELOVÁ, Tereza. *Žurnalistika v krizi. Sociální sítě udělaly novináře z každého, ale snížily důvěru v informace.* Online. Hlídací pes. 18. 7. 2018. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/zurnalistika-v-krizi-socialni-site-udelaly-novinare-z-kazdeho-ale-snizily-duveru-v-informace/>. [citováno 2023-06-10].

HLÍDACÍ PES. *Trampoty s oligarchy, díl druhý: Jak Zdeněk Bakala kupoval vydavatelství Economia.* Online. Hlídací pes. 3. 1. 2020. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/trampoty-s-oligarchy-dil-druhy-jak-zdenek-bakala-kupoval-vydavatelstvi-economia/?hilite=oligarchizace>. [citováno 2023-11-16].

HVÍŽĎALA, Karel. *Sabina Slonková: Nechtěla jsem být hrobníkem MF Dnes.* Online. aktualne.cz. 17. 2. 2015. Dostupné z: <https://nazory.aktualne.cz/rozhovory/sabina-slonkova-nechtela-jsem-byt-hrobnikem-mf-dnes/r~d688dd94b5c911e4ba57002590604f2e/> [citováno 2023-12-02].

LACHMANN, Filip. *Zygmunt Bauman - sociolog věku nejistoty.* Online. Sociální teorie. 11. 12. 2013. Dostupné z: <https://socialniteorie.cz/zgmunt-bauman-sociolog-veku-nejistoty> [citováno 2023-10-16].

MAPPING MEDIA FREEDOM. *Czech Republic: Lidové Noviny Journalists Accuse Premier of Interfering in Editorial Content.* Online. 2018. Mapping Media Freedom. Dostupné z: <https://mappingmediafreedom.org/index.php/country-profiles/czech-republic/>. [citováno 2023-11-16].

MERRIAM-WEBSTER. *Autonomy.* Online. Merriam-Webster Dictionary. 2023. Dostupné z: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/autonomy>. [citováno 2023-07-16].

REPORTERS WITHOUT BORDERS. *World Press Freedom Index 2018*. Online. 2018. Reporters Without Borders. Dostupné z: <https://rsf.org/en/index?year=2018>. [citováno 2023-11-25].

REPORTERS WITHOUT BORDERS. *World Press Freedom Index 2020*. Online. Increasing Media Concentration. Reporters Without Borders. Dostupné z: <https://rsf.org/en/index?year=2020>. [citováno 2023-11-25].

REPORTERS WITHOUT BORDERS. *World Press Freedom Index 2023*. Online. Reporters Without Borders. 2023. Dostupné z: <https://rsf.org/en/index?year=2023>. [citováno 2023-12-20].

SOCIOLOGICKÝ ÚSTAV AV ČR. *Diferenciace sociální*. Online. Sociologická encyklopedie. 2022. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Diferenciace_socialni. [citováno 2023-10-10].

STRAKOVÁ, Kateřina. *Česká média se stále více vzdalují západním vzorům*. Online. Mediaguru. 28. 11. 2013. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2013/11/ceska-media-se-stale-vice-vzdaluji-zapadnim-vzorom>. [citováno 2023-11-16].

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY. *Etický kodex*. Online. Syndikát novinářů. 2023. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/etika/eticky-kodex/>. [citováno 2023-06-16].

VLASATÁ, Zuzana. Rozhovor s Václavem Štětškou o situaci médií: Nebojme se regulace. Online. 17. 2. 2018. Dostupné z: <https://denikreferendum.cz/clanek/27078-rozhovor-s-vaclavem-stetkou-o-situaci-medii-nebojme-se-regulace>. [citováno 2023-11-16].

25.3.23
SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce													
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:													
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Kloučková Andrea	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">16 -02- 2023</td> <td style="text-align: right;">-1-</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">Čj:</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: right;">Příloh:</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: left;">Přiděleno:</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	16 -02- 2023	-1-	Čj:	4	Příloh:	Přiděleno:		
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd													
Došlo dne:		16 -02- 2023	-1-										
Čj:		4	Příloh:										
Přiděleno:													
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020/2021													
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: 21640623@fsv.cuni.cz													
Studijní program/forma studia: Mediální studia (navazující Mgr.)/distanční													
Název práce v češtině: Novinářská autonomie jako součást profesní identity novinářů.													
Název práce v angličtině: Journalistic autonomy as a part of the professional identity of journalists.													
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat nejdříve šest měsíců od schválení tezi) LS 2022/2023 (září 2023)													
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): <i>Novinářská autonomie jako součást budování profesní identity novinářů bude hlavní tématem této diplomové práce. Podle studie Jaromíra Volka a Maríny Urbánikové (2018) si čeští novináři stěžují na oslabování novinářské autonomie. Řada z nich zažila mocenské tlaky, cítí se přetíženi, pracují na nestandardní smlouvy nebo se cítí nedostatečně ohodnoceni. Tvrdí, že mnoho novinářů rezignovalo na společenskou odpovědnost své profese a dopustilo, že se jejich primární funkcí stala pouze obrana zájmů zaměstnavatele. Podle jiné studie Jaromíra Volka a Urbánikové (2017) je novinářská autonomie součástí profesní identity každého novináře a pokud je oslabována, dochází ke štěpení profesní identity novinářů, což v konečném důsledku problematizuje celý mediální systém. Volek dlouhodobě zkoumá transformaci českých novinářů. Mluví o krizi žurnalistiky a neustálém oslabování novinářské autonomie, o přizpůsobování se tržním mechanismům a nutnosti čelit ekonomickým a politickým tlakům. Další práci, jež se tématem novinářské autonomie zabývá, je výzkum provedený Johanou Kotišovou a Lenkou Waschkovou-Cišařovou (2021) "I Know Which Devil I Write for": Two Types of Autonomy Among Czech Journalists Remaining in and Leaving the Prime Minister's Newspapers. Autorky v něm popisují dvě různá chápání novinářské autonomie. Autonomie jako hodnota (autonomy-as-a-value) a autonomie jako každodenní konání (autonomy-as-a-practice). Precizně popsaly na případu převzetí vydavatelství Mafra Andrejem Babišem, jak se liší vnímání novinářské autonomie redaktorů zůstávajících v Mafře oproti těm, kdo z vydavatelství odešli hned, jak Mafru převzal Andrej Babiš. Podle autorek kdo po převzetí Mafry odešel, trvá na autonomii jako určité normě novinářské profese, která má být garantovaná konkrétní organizací. Kdo zůstal, hledá individuální autonomii ve svém každodenním životě a jednání. Snaží se nalézt smysl a zdůvodnění, i přesto, že se celkově s počínáním vlastníka či vedoucích</i>													

pracovníků nemůže ztotožnit. Uvedené studie rámuje kritika mediálního systému ČR poznamenaného již několik let oligarchizací a rostoucí koncentrací politické, ekonomické a mediální moci. To vše může vést k oslabování novinářské autonomie, štěpení profesní identity a následně celkové nedůvěře v novináře a média obecně.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Cílem práce je prozkoumat hodnotové a profesní postoje českých novinářů, a to s důrazem na jejich vnímání novinářské autonomie. Výzkumný problém si budu definovat s odkazem na již realizované výzkumy. Konkrétně naváží na závěry studie Volka a Urbánkové (2017), a s odstupem několika let se pokusím zjistit, zda výsledky jejich studie platí či se situace v čase proměnila, případně jakým způsobem. Ve výzkumné části budu pomocí polostrukturovaných rozhovorů zjišťovat, jak aktuální vývoj žurnalistiky vnímají a reflektují samotní novináři. Co pro ně znamená novinářská autonomie, jaké tlaky pociťují, co jim v běžném provozu redakce nejvíce nabourává jejich představy o žurnalistice. Je pro ně novinářská autonomie důležitá profesionální hodnota nebo si vytváří svoji osobní každodenní autonomii, aby mohli fungovat i v prostředí, které není úplně ideální z hlediska novinářských profesních hodnot. Součástí analytické části tak bude i zhodnocení týkající se dvojího vnímání novinářské autonomie podle Kotišové a Waschkové-Císařové. Výzkum bude probíhat v redakcích zpravodajských médií vydavatelství *Economia*.

Hlavní výzkumná otázka:

*Jak novináři a novinářky pracující ve vydavatelství *Economia* vnímají novinářskou autonomii?*

Vedlejší výzkumné otázky:

1. *Jak se konkrétně projevuje novinářská autonomie a čím je podle novinářů naplňována?*
2. *Je pro novináře autonomie důležitá? Vnímají ji jako důležitou hodnotu novinářské práce?*
3. *Kdo by měl podle novinářů garantovat novinářskou autonomii?*
4. *Jaké vnitřní a vnější tlaky mají podle novinářů vliv na míru novinářské autonomie?*

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. **Úvod**
 - 1.1. *Formulace cíle práce a hlavního výzkumného problému*
 - 1.2. *Dosavadní výzkumy a jejich kontext*
2. **Základní pojmy a teoretická východiska**
 - 2.1. *Žurnalistika součástí společnosti*
 - 2.2. *Žurnalistika jako povolání (profesionalizace)*
 - 2.3. *Vymezení konceptu novinářské autonomie*
 - 2.4. *Novinářská autonomie jako součást profesionální identity novinářů*
3. **Vydavatelství *Economia* součástí mediálního systému ČR**
 - 3.1. *Zařazení vydavatelství *Economia* do mediální krajiny ČR*
 - 3.2. *Struktura zpravodajských médií ve vydavatelství *Economia**

4. **Metodologie výzkumu**
 - 4.1. Formulace výzkumného cíle a výzkumných otázek
 - 4.2. Výzkumná metoda
 - 4.3. Analyzovaná data – vymezení základního a výběrového souboru
 - 4.4. Příprava a průběh výzkumu
 - 4.5. Limity výzkumu
5. **Výsledky výzkumu vnímání novinářské autonomie a jeho interpretace**
 - 5.1. Popis a interpretace výsledků
6. **Závěr**
 - 6.1. Shrnutí tématu a výsledků výzkumu, případná formulace námětů pro další studie

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Základním souborem plánovaného výzkumu budou novináři a novinářky ve zpravodajských redakcích vydavatelství *Economia*. Ve výběrové souboru budou zohledněny různé pracovní pozice dle struktury zpravodajství (redaktoři/redaktorky, editoři/editorky, šéfredaktoři/šéfredaktorky), a také sociodemografické parametry (pohlaví, věk, vzdělání, pracovní zkušenosti).

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Jako metodu výzkumu jsem zvolila polostrukturované rozhovory, u kterých následně provedu tématickou analýzu.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):

Carpentier N., Trioen M. (2010). “The Particularity of Objectivity: A Post-Structuralist and Psychoanalytical Reading of the gap Between Objectivity-as-A-Value and Objectivity-as-A-Practice in the 2003 Iraqi War Coverage.” *Journalism* 11 (3): 311–28. <https://doi.org/ezproxy.is.cuni.cz/10.1177/1464884909360922>

Článek zabývající se novinářskou objektivitou zasazenou do filozofické diskuse o univerzalismu a partikularismu Ernesta Laclaua. Autoři konstruují koncept o objektivitě jako hodnotě (*objectivity-as-a-value*) a objektivitě jako každodenní praxi (*objectivity-as-a-practice*). Vznikající propast mezi těmito dvěma pojetími je podle nich klíčovým zdrojem pro ustavování novinářské identity. Provedli kvalitativní analýzu ego-dokumentů tří novinářů, které byly publikované po válce v Iráku v roce 2003 za účelem propojení jejich teoretických úvah o objektivitě s vnímáním samotných novinářů.

Kotišová, J. a Císařová, L. W.. (2021). “I Know Which Devil I Write for”: Two Types of Autonomy Among Czech Journalists Remaining in and Leaving the Prime Minister’s Newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/19401612211045229>

Článek pojednává o dvou různých pojetích novinářské autonomie - výzkumnice popsaly na případu převzetí vydavatelství *Mafra* Andrejem Babišem, jak se liší vnímání redakční autonomie novinářů zůstávajících v *Mafře* oproti těm, kdo z vydavatelství odešli. Studii podpírá celková kritika mediálního prostředí v ČR a trendy za posledních několik let.

Němcová-Tejkalová, A. a Láb, F. (2016). Czech journalists in the 21st century: who are they?. *Środkowoeuropejskie studia polityczne*. Uniwersytet Adama Mickiewicza, (2): 15-35. <https://doi.org/10.14746/ssp.2016.2.2>

Přehledová studie je analýzou dat z výzkumu, který probíhal v letech 2012–2014 mezi českými novináři pracujícími ve zpravodajských médiích na různých úrovních. Studie provedená pro *Worlds of Journalism Study* (www.worldsofjournalism.org). Jedná se o analýzu údajů o pracovních podmínkách novinářů, nejvýznamnějších a nejméně vnímaných vlivech na jejich práci, ale i o míře jejich důvěry v instituce a o jejich profesních rolích. Autoři chtěli předložit přehled o tom, jací jsou čeští novináři 21. století, jak se mění jejich postavení, a jak oni sami vnímají svoji profesi v kontextu mnoha probíhajících změn.

Nygren, G. (2012). "Autonomy: A Crucial Element of Professionalization." In *Journalism in Russia, Poland and Sweden: Traditions, Cultures and Research*, eds. Nygren G., Anikina M., Dobek-Ostrowska B., Hök J., 73–95. Södertörn: Södertörns Högskola.

Příspěvek v knize nastíní představu o vztahu mezi procesem profesionalizace a mírou autonomie novinářů. Autor mluví o dvou úrovních autonomie: vnější (tlaky společnosti) a vnitřní (vnitřní podmínky v konkrétním vydavatelství/redakci). Dále se zabývá autonomií jako klíčovou součástí akademické definice procesu profesionalizace a tvrdí, že míra novinářské autonomie tvoří zásadní rozdíl mezi profesionální žurnalistikou a propagandou.

Štětka, V. (2010). "Between A Rock and A Hard Place? Market Concentration, Local Ownership and media Autonomy in the Czech Republic." *The International Journal of Communication* 4: 865–85. Available at: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/790>.

Hlavním cílem autorů bylo analyzovat český mediální trh v kontextu teoretických debat o dopadu koncentrace vlastnictví. Článek popisuje pomocí případové studie trendy ve vlastnictví médií v ČR a vliv mimo jiné i na novinářskou autonomii.

Urbániková, M. a Volek, J.. (2018). The professional identity of Czech journalists in an international perspective. *International Communication Gazette*, 80(5), 452–475. <https://doi.org/10.1177/1748048517745257>

Článek představuje, jakým způsobem čeští novináři vnímají svou profesní identitu a zároveň porovnává s vybranými západními novináři, kteří dlouhodobě pracují v demokraticko-korporativistickém a pluralitním mediálním modelu definovaném podle Halliniho a Manciniho. Volek se zamýšlí nad tím, jak si museli čeští novináři poradit se změnami probíhajícími ve společnosti za posledních 30 let, a jakým způsobem to ovlivnilo jejich profesní identitu.

Volek, J. a Urbániková, M.. (2017). Čeští novináři v komparativní perspektivě. Hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha. Academia.

Kniha, která vychází ze čtyř kvantitativních a dvou kvalitativních realizovaných mezi českými novináři a z komparativních výzkumů českých, polských a švédských studentů žurnalistiky. Jde především o studii o hodnotových a profesních postojích novinářů. Text je doplněn výsledky a názory výzkumníků, kteří mluví o profesní krizi novinářů v poslední post-transformační fázi polistopadového vývoje mediálního systému. Tvoří závěry o prohlubování profesního štěpení pod vlivem zásadních přeměn mediálního systému ČR.

Diplomové a disertační práce k tématu (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)

VORÁČEK, Michal. *Svoboda médií v zemích Visegrádské skupiny z pohledu novinářů.*

Praha, 2021. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/20.500.11956/127461>. Diplomová práce (Mgr.).

Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd,

Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové

práce PhDr. Lenka Vochocová, Ph.D.

SOUČKOVÁ, Barbora. *Role a postavení novinářské profese v perspektivě studentů*

žurnalistiky. Praha, 2022. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/20.500.11956/176074>. Diplomová práce.

Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd,

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce doc. PhDr.

Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

PAĎOUROVÁ, Tereza. *Subjektivní reflexe novinářské objektivity očima vybraných žurnalistů.* Brno, 2018. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/motkt/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jan MOTAL.

LEWCZYSZYNOVÁ, Dominika. *Profesní identita editorů sociálních médií ve zpravodajství České televize.* Brno, 2021. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/ywict/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Johana KOTIŠOVÁ.

Datum / Podpis studenta/ky

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

13.2.2023

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dopis pro novináře a novinářky – první oslovení.....	99
Příloha č. 2: Polostrukturovaný rozhovor/okruhy témat	100

Přílohy

Příloha č. 1: Dopis pro novináře a novinářky – první oslovení



**FAKULTA
SOCIÁLNÍCH VĚD**
Univerzita Karlova

Vážený pane/Vážená paní,

obracím se na Vás s prosbou o spolupráci při výzkumu, který se věnuje novinářské autonomii. Výzkum je součástí magisterské diplomové práce, na které pracuji jako studentka dálkového studia oboru Mediální studia Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Vedoucím diplomové práce je PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

Hlavním tématem diplomové práce je novinářská autonomie jako součást profesní identity novinářů a novinářek. Zajímají mě především faktory, jež strukturují žurnalistickou profesní identitu a ovlivňují novinářskou autonomii v podmínkách současného mediálního systému a konkrétní mediální organizace.

Cílem mého výzkumu je zjistit postoje a názory přímo od novinářů a novinářek ve vydavatelství Economia. Proto si Vás dovoluji oslovit s žádostí o rozhovor. Během rozhovoru bych se ráda dozvěděla něco o vnímání novinářské autonomie, o hodnotách, které se spojují s profesionální žurnalistikou, co je pro novináře a novinářky důležité, jak vnímají různé interní a externí vlivy na jejich práci apod.

Mělo by se jednat o metodu polostrukturovaného rozhovoru, proto preferuji osobní setkání, ale možná je také online forma. Časově se Vám přizpůsobím a přijedu za Vámi. Předpokládám, že rozhovor bude trvat 45–50 minut.

Všechny získané informace budou anonymní a budou použity pouze pro potřeby diplomové práce.

Se srdečným pozdravem

Andrea Kloučková

Příloha č. 2: Polostrukturovaný rozhovor/okruhy témat

Sociodemografické údaje

Pohlaví

Věková skupina

Nejvyšší dokončené vzdělání – žurnalistika x ostatní obory

Profesní historie/zkušenosti

VO1 Jak je novinářská autonomie naplňována?

- Co bylo hlavní motivací, že jste se stal/-la novinářem/-kou (hlavní formativní vztahy, vzory, vliv školy, četba, známý novinář jako vzor atd.)
- Co se Vám na práci novináře/novinářky líbí/nelíbí? Jak osobně vnímáte svoji profesi?
- Když porovnáte současnou každodenní realitu žurnalistické profese s ideály, které jste měl/-a na začátku kariéry, co Vám přineslo největší rozčarování?
- Co si myslíte, že očekává společnost od novinářů a novinářek, popřípadě co od vás čeká vaše publikum?
- V čem si myslíte, že se žurnalistika liší od ostatních zavedených profesí? (jako jsou například lékaři, učitelé, právníci) - vysvětlit pojem zavedená profese.
- Na základě čeho si vybíráte témata, kterým se věnujete? Existují nějaké vnitřní či vnější faktory, které toto rozhodování ovlivňují? Jaké? – vysvětlit vnitřní a vnější faktory.
- Musíte někdy jednat/psát v rozporu se základními hodnotami profesionální žurnalistiky nebo v rozporu s Vašimi původními ideály?
- Dokázal/-la byste mi prosím popsat, jak se měnil rozsah Vaší profesní autonomie/svobody v průběhu celé novinářské kariéry?
- Jaká profesní dilemata řešíte v redakci během běžného provozu?

VO2 Kdo by měl garantovat novinářskou autonomii?

- Ocitl/-la jste se někdy během své novinářské kariéry v situaci, kdy jste byl/-la podroben nějakému nátlaku, za kterým jste předpokládal/-la ekonomický či politický vliv? Jak se situace vyvíjela? Kdo si myslíte, že by vás měl v takové situaci bránit?

- Jsou podle Vás důležité profesní novinářské organizace (například Syndikát novinářů) a jak fungují v ČR? Jste členem některé profesní novinářské organizace?
- Je pro Vás důležitější zájem organizace/vlastníka nebo jsou pro Vás prioritou profesní hodnoty? Jak se taková rozhodování aplikuje v rutinním provozu redakce? – organizační identita vs. profesní identita; zároveň ochrana novinářů před tlaky z vnějšího prostředí.

VO3 Jaké vnitřní a vnější faktory ovlivňují novinářskou autonomii?

- Jaké jsou podle vás nejdůležitější aspekty novinářské práce, jaké jsou podle Vás základní hodnoty žurnalistiky? Existují podle Vás nějaké faktory nebo trendy, které tyto hodnoty ohrožují?
- Můžete popsat typ vlastnictví u vašeho média, a zda typ vlastnictví nějakým způsobem ovlivňuje vaši každodenní práci?
- Jakým způsobem Vás během Vaší kariéry ovlivnily situace, jako jsou například politické změny, sociální změny, ekonomické změny, technologické změny.
- V čem vidíte hlavní proměny v práci novinářů od roku 1989 (pokud jste mladší, tak ve srovnání s tím co víte o vývoji žurnalistiky po roce 1989). Vidíte nějaký trend, nebo trendy/důležité milníky, které by zásadním způsobem ovlivňovaly žurnalistiku jako profesi. Jak byste zhodnotil/-la současný stav žurnalistiky.
- Jakým způsobem může být podle Vás ohrožena novinářská autonomie/svoboda a probíhá něco takového ve vašem vydavatelství? (například komercializace na úkor závažných politických a ekonomických témat, jak moc se redakce podřizuje vlivům vlastníka, inzerentů či jiných skupin na obsah médií, autocenzura, finanční škrty, nové technologie, něco dalšího?)

Chcete ještě něco k tématu dodat?