

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Petr Janeček

**Vývoj přístupu žen jako informačních zdrojů do
zpravodajství České televize**

Diplomová práce

Praha 2010

Praze

ed

aci

res (01)

1977-1978 UK

Sign

Hx-5893

Inv. č

247/10

Autor práce: **Petr Janeček**

Vedoucí práce: **PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2010

Hodnocení:

Bibliografický záznam

Janeček, Petr. 2010. *Vývoj přístupu žen jako informačních zdrojů do zpravodajství České televize*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. 87 s. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.

Anotace

Diplomová práce „Vývoj přístupu žen jako informačních zdrojů do zpravodajství České televize“ sleduje v kontextu sociologie zdrojů přístup žen do pořadu Události v letech 1993, 2001 a 2009, a to pomocí konstruovaného týdne. V odborné literatuře se hovoří o tom, že televiznímu zpravodajství dominují především muži, kteří zastávají až čtyři pětiny všech promluv, a ženy jsou navíc často reprezentovány u méně důležitých témat a v pasivnějších rolích. Televizní zpravodajství tímto chováním podporuje stereotypní vnímání ženy ve společnosti. Závěry jsou platné nejen pro české mediální prostředí. Na tomto půdorysu práce zjišťovala, jak se situace proměnila.

Cílem diplomové práce bylo zjistit, jak se přístup žen do pořadu Události ve sledovaných letech změnil. Předpokladem bylo, že v roce 2009 bude reprezentace žen jako informačních zdrojů vyšší než v roce 1993 a 2001, protože registrujeme více žen v politice a byznysu a na vyšších pozicích v soukromých firmách. Sledovali jsme taky průměrnou délku promluv a především to, jestli se prostor pro obě pohlaví sblíží. Práce dále zjišťovala tematické zarámování promluv mužů a žen (v šestnácti kategoriích), role, které obě pohlaví v reportážích zastávala, a pozici ve struktuře reportáže, pomocí níž jsme zjišťovali, jakého postavení se ženám dostává ve zpravodajském obsahu.

Annotation

The thesis “Development of Access of Women as News Sources into the News of the Czech Television” deals with access of women into the news programme Události in 1993, 2001 and 2009 in the context of sociology of sources. In the literature, we can find evidence that men dominate television news because they represent one fifth of all news sources and moreover women are more often presented in connection with less important issues and in passive roles. TV news

therefore supports stereotypical reception of women in society. It is valid not only for the Czech mass media but also for the whole world.

The aim of the thesis was to capture development of access of women during the years. We assumed that frequency of female sources would be higher in 2009 than 1993 and 2001 because we can also see more women in politics and business. We also observed average length of the talks to understand how much space both women and men get in news coverage. The thesis tried to find out contexts in which women and men appeared (e.g. politics, economy, business, entertainment, family etc.) and roles that they held. Furthermore, we focused on position within news coverage and tried to capture whether female sources get a prominent position which indicates capacity and power.

Klíčová slova

Zpravodajství – Česká televize – gender – informační zdroje – přístup – sociologie zdrojů.

Keywords

News – the Czech Television – gender – news sources – access – sociology of sources.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou diplomovou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.

Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 23. 12. 2009



Petr Janeček

Poděkování

Na tomto místě bych rád srdečně poděkoval PhDr. Tomáši Trampotovi, Ph.D. za pomoc a odborné rady při psaní této práce.

Obsah

Úvod	9
1. Vztah médií a společnosti	12
2. Teoretické koncepty problematiky zpravodajství	14
3. Výběr a produkce zpráv	16
3.1 Zpravodajství optikou sociologického přístupu	16
3.2 Kdy se událost stane zprávou.....	17
3.3 Pseudoudálosti.....	19
3.4 Mediální události	20
3.5 Typologie událostí podle Molotcha a Lesterové	21
4. Ženy v mediální komunikaci.....	23
4.1 Vlastnictví a kontrola médií.....	23
4.2 Zaměstnanost žen v redakcích.....	24
4.3 Profesionální identita.....	25
5. Sociologie zdrojů.....	28
5.1 Mediocentrický pohled na interakci novináře a zdroje.....	28
5.2 Charakteristika vztahu novináře a zdroje.....	29
5.3 Tango, nebo závislost?	30
5.4 Informační zdroje kolegů	34
5.5 Novináři a politici	35
5.6 Rutina a úředníci.....	36
5.7 Neoficiální zdroje informací.....	38
5.8 Kdo ve vztahu dominuje?	39
5.9 Tetlockova typologie zdrojů	40
5.10 Gansovy faktory	41
6. Ženský prvek ve zpravodajství.....	43
6.1 Zpravodajství a sociální stereotypy.....	44
6.2 Dominance mužů ve zpravodajských obsazích.....	45

6.3 Ženy jako zdroje informací pro „soft“ témata	50
6.4 Muži jako dobře informované a poučené zdroje	53
6.5 Prominentní postavení mužů ve zpravodajských obsazích	54
7. Vlastní výzkum	57
7.1 Úvod	57
7.2 Použité metody	58
7.3 Sběr dat	58
7.4 Definice hypotéz	59
7.5 Deskripce analyzovaného pořadu	60
8. Výsledky výzkumu	61
8.1 Hypotéza 1	61
8.2 Hypotéza 2	62
8.3 Hypotéza 3	62
8.4 Hypotéza 4	67
9. Zodpovězení hypotéz a shrnutí výsledků	71
Závěr	75
Summary	78
Použitá literatura a zdroje	79
Přílohy	84

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT:

Příjmení a jméno diplomanta:
JANEČEK, Petr

Imatrikulační ročník diplomanta:
2006

E-mail diplomanta:
janecek.petr@gmail.com

Studijní program/studijní obor:
Mediální studia

Razítko

Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd		
Došlo dne:	- 4 -02- 2009	-1-
Cj. 1014	Příloh: 4	Skartační heslo:
Přiděleno:		

katedra mediálních studií IKSŽ UK FSV
k rukám Doc. PhDr. Jana Jiráka, Ph.D.

Předpokládaný název práce v češtině:

Vývoj přístupu žen jako informačních zdrojů do zpravodajství České televize.

Předpokládaný název práce v angličtině:

The Development of the Access of Women as the News Sources into the News of the Czech television.

Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012):

ZS 2009/2010

Pedagog, s nímž byly teze konzultovány (příjmení, jméno, pracoviště – vzor: Mocnář, Karel, KMS IKSŽ UK FSV):

PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D., KMS IKSŽ FSV UK

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (rozsah do 1800 znaků):

Dosud zveřejněné práce, které se tématem sociologie zdrojů, především přístupu žen do televizního zpravodajství a kontextem jejich promluv, zabývaly, většinou potvrzovaly společensky platnou pravdu, že v televizním zpravodajství figurují spíše muži a jejich názory. Například Tomáš Trampota ve svém výzkumu televizního zpravodajství z roku 2003 uvedl, že platí nerovná reprezentace mužů a žen ve zpravodajských obsazích. Z analyzovaných zpráv kupříkladu vyplynulo, že muži tvořili osmdesát procent promluv ve zpravodajských obsazích, kdežto ženy pouze dvacet procent.

Navíc ženské promluvy byly využívány v souvislosti se společensky méně důležitými tématy, takzvanými soft news, přičemž nejčastěji se jejich názory objevovaly ve spojení s domácností, službami nebo rodinou. Naopak muži vyjadřovali své názory k politice, ekonomice a mezinárodním otázkám. Mužské synchrony byly rovněž delší.

Tématu sociologie zdrojů se věnovala i Patricia Hollandová ve své práci *The Politics of the Smile: Soft News and the Sexualisation of the Popular Press*. Potvrzuje onu skutečnost, že ženy jsou zobrazovány spíše jako pasivní objekty, které ve zprávách vystupují méně než muži. Často jsou podle Hollandové ženy brány jako anonymní aktérky vyjadřující se k méně závažným tématům společenského života.

Předpokládaný cíl diplomové práce, původní přínos autora diplomové práce ke zpracování tématu, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (rozsah do 1800 znaků):

Diplomová práce má ambici pokusit se vyvrátit zažitou mediální pravdu "veřejný muž a soukromá žena" v oblasti sociologie zdrojů. Na základě analýzy tří období se pokusí zachytit vývoj využívání mužských a ženských informačních zdrojů, jejich kvantitu a situační zarámování. Analyzovaným subjektem bude hlavní zpravodajský pořad České televize Události.

K rozboru budu používat kvantitativní a kvalitativní obsahovou analýzu. Kvantitativním typem budu zachycovat podíl mužských a ženských promluv a jejich délku. Kvalitativní potom budu sledovat situační zarámování promluv, roli žen ve zpravodajském příběhu a zda žena téma aktivně nastoluje, nebo zda pouze funguje jako pasivní, doplňující subjekt.

Vycházím z předpokladu neustálého zrovnoprávnění pohlaví ve společnosti. Stírání genderových rozdílů lze pozorovat na mnoha společenských rovinách, a proto není bezdůvodné se domnívat, že to neplatí i pro televizní zpravodajství. Původní myšlenkou je, že postavení žen v české společnosti se pochopitelně mění, jiné bylo na začátku devadesátých let a naprosto rozdílné je v současné době, kdy už jsme v Evropské unii a kdy globalizovaný svět, úzce propojený komunikačními médii, přináší nové trendy v oblasti genderu z celého světa.

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

I. Úvod

II. Funkce zpravodajství ve společnosti

(Teoretické ukotvení zpravodajství, vztah mezi ním a společností, funkce žurnalistiky.)

III. Sociologie zdrojů

(Jakými způsoby novináři vybírají své informační zdroje, sociologické a profesní aspekty jejich vzájemného vztahu, typy vztahů mezi nimi)

III. Přístup žen do televizního zpravodajství, výzkumy českých televizí a jejich výsledky

(Jak se na využívání žen v televizním zpravodajství dívají současné studie a výzkumy. Sledovat budu změnu a vývoj.)

IV. Metodika výzkumu

(K analýze mediálních obsahů využiji kvantitativní a kvalitativní obsahovou analýzu. Rozebírat budu v každém roce - 1993, 2001, 2009 - čtrnáct dní pomocí takzvaného konstruovaného týdne.)

V. Vývoj přístupu žen do zpravodajského pořadu České televize Události

(Analýza pořadu v letech 1993, 2001 a 2009. Na základě kvantitativní a kvalitativní obsahové analýzy zjistím, jaký byl podíl ženských promluv v zpravodajských obsazích, jejich délka, situační zarámování a role ženy v příběhu.)

VI. Výsledky analýzy, vzájemné srovnání.

VII. Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. analyzované tituly a období, za které budou analyzovány) a metody (techniky) jeho zpracování:

Hlavní zpravodajský pořad České televize Události

Období: roky 1993, 2001, 2009

V každém roce budu analyzovat čtrnáct dní pomocí konstruovaného týdne (constructive week).

Základní literatura (nejméně 10 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

MANNING, Paul. 2001. News and news sources: a critical introduction. London: Thousand Oaks Sage Publications.

Kniha poskytuje zebrubný popis vztahů mezi mediálními institucemi, především zpravodajskými médii, a jejich informačními zdroji. K mému tématu mi pomůže pochopit vznik vztahů mezi zdroji a novináři, jejich rozvoj a upevňování a taky, jak se jednotlivé organizace pomocí snaží dostat do mediálních obsahů.

SCHUDSON, Michael. 2003. The Sociology of news. New York.

Publikace nabízí podrobný příspěvek k diskuzi o současných mediálních institucích a žurnalistice. Představuje text, který mému tématu dodá potřebné základy - jak média fungují, jak politika ovlivňuje mediální instituce, vliv obsahů na publikum. Zejména pro mou práci je důležitá kapitola sedm, která se zabývá informačními zdroji.

WIMMER, Roger D. a DOMINICK, Joseph R. 2006. Mass media research: an introduction. Belmont, CA: Thomson, Wadsworth.

Kniha popisuje základní metodické postupy aplikované na hlavní oblasti výzkumu masové komunikace, to jest mediální organizace, mediální sdělení a mediální příjemce a účinky na ně.

SCHULZ, Winfried a HAGEN, Lutz a SCHERER, Helmut a REIFOVÁ, Irena. 1998. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Karolinum.

Nezbytný studijní text, který poskytuje základy pro kvantitativní obsahovou analýzu a předkládá i teoretické ukotvení a pochopení obsahové analýzy.

BERGER, Artur Asa. 2004. Media analysis techniques. Thousand Oaks: Sage Publications 2005.

Velmi přístupným jazykem sepsaná publikace, která rozebírá čtyři analytické techniky: semiotickou, marxistickou, sociologickou a psychoanalytickou analýzu mediálních obsahů. Pro moje téma zejména využiji kapitolu čtyři.

JENSEN, Klaus Bruhn. 2003. A handbook of media and communication research. London: Routledge.

Základní metodologická příručka, která poskytuje podrobné informace o kvantitativní a kvantitativní obsahové analýze.

DINES, Gail a HUMEZ, Jean M. 2003. Gender, race and class in media, Sage Publications.

Klasický učební materiál, který se věnuje tématu rodů, rasy a společenským třídám a jejich reprezentaci v rámci mediálních institucí. Kniha obsahuje širokou paletu článků analyzujících ekonomické a kulturní dopady masových médií, včetně politické ekonomie mediální produkce a spotřeby.

CARTER, Cynthia a BRANSTON, Gill a ALLAN, Stuart. 1998. News, gender and power. London: Routledge.

Pro téma důstupu žen do televizní zpravodaiství jedna z důležitých publikací, která sleduje

vzájemné vztahy genderu, moci a zpravodajství. Hledá odpovědi na otázky jak gender tvaruje mediální instituce, žurnalistickou praxi a mediální publika.

ZOONEN, van Liesbet a SREBERNY, Annabelle. 1996. Gender, politics and communication. New Jersey: Hampton Press.

Kompilace několika textů se soustředí na propojení tří rovin: politiky, genderu a komunikace. Analyzuje roli političek, dále jak média jejich snahu rámuji a prezentují a především jak jsou v mainstreamových mediálních institucích ženská témata reflektována.

BLUMENTHAL, Danielle. 1997. Women and soap opera: a cultural feminist perspective. Praeger Publishers.

Publikace přibližuje soap opery z pohledu feministické sociologie. Z nového pohledu studuje zažité pravidlo, že zpravodajství patří mužům, seriály ženám. Pro mou práci jsou podstatné hlavně kapitoly dvě a tři.

OSVALDOVÁ, Barbora. 2004. Česká média a feminismus. Praha: Libri/Slon

Knížka zachycuje pojem feminismu v českých médiích, který se v nich začal objevovat na začátku devadesátých let. Termín má vysvětlit a zasadit do kontextu českých mediálních institucí.

HALL, Stuart. 2003. Representation: Cultural representation and signifying practices. London: Open University Press.

Soubor textů, které se obsírněji věnují tomu, jak obrazový materiál a jazyk fungují jako reprezentační systémy. K mému tématu se váží především kapitoly pět a šest. Na případech z praxe řeší spojitosti mezi žánry a genderem a taky reprezentaci mužství v médiích.

BOURDIEU, Pierre. 2000. Nadvlád mužů. Praha: Karolinum

Knih se zabývá otázkou, proč je společnost patriarchální a v čem je historicky ukotvena mužská dominance nad ženou. Francouzský sociolog využívá antropologických studií původních kmenových společenství.

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)

CVEJNOVÁ, Veronika K. 2005. Sociologie zdrojů - přístup žen do hlavního televizního zpravodajství. Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova, Praha.

TRAMPOTA, Tomáš. 2004. Problematika přístupu do televizní zpravodajské relace v kontextu sociologie zdrojů. Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova, Praha .

Datum / Podpis studenta

5. 2. 2007



TEZE JE NUTNO ODEVZDAT **VYTIŠTĚNÉ** (včetně části, kterou vyplňuje institut!),
PODEPSANÉ A VE **DVOU** VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO
V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO
PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY UK FSV.
PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY
A **NECHAT VEVÁZAT** DO DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TUTO ČÁST VYPLŇUJE INSTITUT:			
Vyjádření IKSŽ: Vedení IKSŽ teze projednalo na svém zasedání dne s tímto výsledkem:		Schváleno <input type="checkbox"/>	
		Neschváleno <input type="checkbox"/>	
Důvody případného neschválení práce		Téma je již zpracované <input type="checkbox"/>	
		Špatně formulované téma a cíl <input type="checkbox"/>	
		Špatně zvolená metoda práce <input type="checkbox"/>	
		Nedostatečná rešerše literatury <input type="checkbox"/>	
		Nevhodně zvolené prameny <input type="checkbox"/>	
		Nedostačující úroveň tezí <input type="checkbox"/>	
		Jiné	
		
		
Navržený vedoucí práce	Souhlas vedoucího práce navrženého vedením institutu	Příjmení a jméno	Datum /Podpis
Návrhy na konzultanty (v případě, že takové návrhy z jednání vedení IKSŽ vyplynou)		Příjmení a jméno	Příjmení a jméno
Schválené teze převzal/a student/ka		Příjmení a jméno	Datum /Podpis
Návrhy na oponenta: Vedení IKSŽ na svém zasedání dne navrhlo, aby předloženou práci oponoval/a:		Příjmení a jméno	

Úvod

Společnost je vystavována působení médií po několik století, přesto je možné konstatovat, že v současné době pozorujeme zintenzivnění interakce mezi publikem a mediálními institucemi. Více, než kdy jindy v minulosti, se společnost musí vyrovnávat s invází mediálních obsahů do soukromé sféry lidských životů, a zároveň dlouhodobě mizí ostrá hranice mezi realitou skutečnou a realitou mediovanou (Thompson 2004). Podle britského kritika Geoffa Mulgana je pozoruhodné, i když zároveň už všední, že „v dnešní době žijeme ve světě, kde není možné odlišit fantazii od reality“ (Schudson 2003, 17). S technologickým rozvojem se navíc rozšiřuje spektrum prostředků, kterými se k publiku mediální obsah může dostat. Postmoderní člověk má velmi omezenou možnost obrany, protože skrz nepřeborné množství komunikačních platforem se mediální produkce dostává k publiku v soukromí i na veřejnosti.

„Přítomnosti médií se vyhnout nemůžeme. Jak na tištěných, tak na elektronických médiích jsme závislí do té míry, že je využíváme pro potěšení a získání informací, útěchu i pocit bezpečí, pro jistý pocit kontinuity lidského jednání a čas od času taky pro umocnění prožitku“ (Silverstone 1999, 1).

Přechod většiny západních společností na liberální fungování ekonomiky v osmdesátých letech 20. století znamenal do té doby těžko představitelný rozvoj na poli masových médií, zejména pak televizních společností. Konsolidace mediálního trhu měla za následek zrození mnoha mediální konglomerátů, které v současné době dominují informacím a zábavě (McPake 1996, Bagdikian 2004). Spolu se vznikem mediálních monopolů a za pomoci technologického rozvoje (satelit) se otevřely dveře stovkám televizních kanálů, které nabízejí kontinuální vysílání a širokou mediální nabídku pro publikum (Thompson 2004).

Začátek třetího tisíciletí přinesl další komunikační platformu - internet -, kterou v posledních letech ještě umocňují mobilní telefony právě s připojením k této informační síti. Internet s mobilními telefony umožňují neustálý kontakt uživatelů

se světem informací. Rozvoj této platformy mění návyky lidí i profesionálů, tudíž můžeme pozorovat změny na poli sociálním, kulturním i žurnalistickým (Ward 2001). Změnilo se taky chápání masových médií. Devereux (2003) zdůrazňuje, že technická definice médií jako komunikačního prostředníka mezi odesílatelem a příjemcem už není funkční. Stále častěji se v této souvislosti objevuje anglický termín „prosumer“, který v sobě kombinuje dvě dosud oddělené složky mediální produkce: tvůrce mediálního obsahu a jeho konzumenta. Pomocí moderních technologií se totiž kdokoli může stát tvůrcem mediálního sdělení, ať už v podobě textu nebo videa, které jednoduše vloží na internet, aby ho mohli vidět lidé na celém světě. Navíc se stále častěji stává, že tito autoři používají části mediálních sdělení vyprodukovaných profesionály, aby je pak kombinovali s vlastními nápady a dali tak vzniknout zcela novému dílu. Lawrence Lessig (2008), profesor práva na Standfordské univerzitě, proto označuje současnou mladou generaci jako „remix culture“.

Masová média hrála a v budoucnosti samozřejmě budou hrát důležitou roli při tvarování společnosti a pro mnohé z nás je vnímání postmoderního světa výsledkem existence a vlivu masmédií (Devereux 2003, 9). Silverstone přesně vystihuje každodenní mediální prožívání dnešní společnosti, když tvrdí, že „médiá jsou v našich životech neustále přítomná, protože ať přeskakujeme od jednoho ke druhému, například od rádia k novinám nebo telefonu, od televize k hudebnímu přehrávači nebo internetu, používáme je v soukromí nebo na veřejnosti, jsou neustále mezi námi“ (Silverstone 1999, 6).

Silverstone v této souvislosti mluví o technologickém a sociálním zprostředkování všedního života, které proniká do společnosti natolik, že lidé závisí na přísunu takto zprostředkovaných sociálních významů do té míry, že od nich odvozují vnímání své existence (Silverstone 2007, 109-110).

Je nutné si uvědomit, že všechny sociální, politické a kulturní změny v posledních desetiletích kladou nové nároky na práci novinářů a fungování médií. Co se týče žurnalistické profese, je v dnešní době kladen velký důraz na rychlost mediované informace, to znamená, kdo první důležitou zprávu přinese. S vědomím, že příjemci

mediálních sdělení mohou prakticky kdykoliv tato sdělení konzumovat, protože díky moderním technologiím k nim mají neustále přístup, musí novináři přinášet stále čerstvé a rychlé informace.

I přes hluboké proměny novinářského řemesla zůstává jeho základem spolupráce s informačními zdroji. Bez jejich vzájemné interakce by nebylo zpravodajství ani publicistiky. Smyslem diplomové práce je zachytit vývoj přístupu žen jako informačních (zpravodajských) zdrojů do zpravodajského pořadu Události vysílaného Českou televizí. Odborné studie dochází k závěrům, že jako informační zdroje vystupují častěji muži než ženy, přičemž muži se kontextuálně objevují u témat jako politika, byznys nebo mezinárodní vztahy, kdežto ženy vyslovují názory k takzvaným „soft“ tématům, kam řadíme například rodinu (Craft a Wanta 2004, Armstrong 2004, Trampota 2004, Gallagher 2006). Ve vztahu k mediálním účinkům pak dochází k utvrzení stereotypního rozdělení mužských a ženských rolí ve společnosti (Tuchman, Daniels a Benet 1978, Allan 2004, Len-Ríos et al 2005, Byerly A Ross 2006, Hooghe a Swert 2009).

Diplomová práce má ambici zažité pravidlo „veřejného muže“ a „soukromé ženy“ vyvrátit, a tudíž dokázat, že struktura informačních zdrojů ve zpravodajských obsazích se během dvaceti let samostatné České republiky změnila neboli že došlo k určitému zrovnoprávnění informačních zdrojů.

1 Vztah médií a společnosti

S rostoucí komplexností médií se proměňuje i vnímání vztahu ke společnosti a jednotlivcům. Stále však zůstávají jedinečným zprostředkujícím prvkem, který lidem umožňuje vyhledávat informace a ukotvit postoje a hodnoty ve společnosti. Podle Thompsona (2004) je význačným rysem současné komunikace, že se odehrává v globálním měřítku. „Vzdálenosti jsou odbourávány rozvíjejícími se sítěmi elektronické komunikace. Jedinci spolu mohou vstupovat do interakce či jednat v rámci zprostředkované kvaziinterakce, přestože se nacházejí – mluvíme-li o praktickém kontextu jejich každodenních životů – ve zcela odlišných částech světa“ (Thompson 2004, 123)

Tradiční vnímání vztahu médií a společnosti můžeme najít u McQuaila (1983), který popisuje, že studium masového publika zapříčinilo růst zájmu o přístupy či teorie masové komunikace, které se jednoduše lišily ideologickým pohledem na svět. Byly to přístupy liberálně-pluralistický a marxistický. Paradigmata pojmenovává dominantní a alternativní (McQuail 2002).

V sociologii žurnalistiky existují dva tradiční pohledy na organizaci společnosti a roli médií v ní - paradigma konkurence a paradigma dominance. „Konkurenční paradigma ... vyjadřuje *ideál* čili to, jak by věci *měly být*. Paradigma dominance je na druhé straně hájemstvím *kritických* analytiků, kteří namítají, že se soustředí na *věci takové, jaké jsou*, a na mezery mezi skutečností a ideálem“ (McNair 2004, 25). Takové dichotomické členění kopírující ideologické a mocenské rozložení sil v druhé polovině dvacátého století je v současné době překonané. S odstupem času a se společenskými změnami dochází k vzájemnému prolínání obou paradigmat (McNair 1998). McNair (1998, 2004) volá po novém paradigmatu v sociologii žurnalistiky, který by se neměl tak ostře vymezovat vůči protikladným pohledům a naopak vytvořit hybridní model, který si z původních paradigmat bere jednotlivosti. „... mnohem přínosnější přístup k sociologii žurnalistiky spočívá v tom, že se musíme odpoutat od dělení na systém kompetitivně-dominantní, normativně-kritický,

materialisticky-liberální, a místo toho se zaměřit na dynamiku produkce a dopady jednotlivých částí na formu a obsah produktu“ (McNair 1998, 33).

Podobně, i když z jiných východisek, přistupují k mediálně-komunikačním modelům Siebert, Peterson a Schramm (1956). Jejich členění na autoritářský, libertariánský, sovětský model a model sociální odpovědnosti, které mělo relevanci velmi dlouhou dobu, vycházelo z jednoduché premisy, že „tisk vždy přejímá formu a zabarvení sociálních a politických struktur v rámci, kterých funguje“ (Siebert, Peterson a Schramm 1956, 1). Čtyři modely fungování médií ve vztahu ke společnosti se dočkaly v devadesátých letech 20. století ostré kritiky a přepracování (Nerone 1995). Kritici sice vyzdvihují význam čtyř teorií pro pochopení fungování médií, ale upozorňují, že mají mnoho koncepčních nedostatků.

„... myšlenka čtyř rozdílných a sobě odpovídajících teorií tisku podává nepřesný dojem, že jakýkoliv mediální systém můžeme definovat jednou ucelenou teorií. Každá z těchto teorií je velmi zjednodušená a elementární koncepční problém je, [že] definuje čtyři teorie z pohledu jedné z nich, a to teorie klasického liberalismu. Je to právě klasický liberalismus (nebo libertariánství), který poskytuje slovní zásobu používanou pro definování ostatních teorií.“ (Nerone et al. 1995, 19-21)

Nejnovější modely mediálně-politických systémů jsou odvozovány na základě čtyř klíčových dimenzí. Hallin a Mancini (2004) sledují, nakolik se rozvinul v daných zemích masový tisk (analyzovali jich 18), jak se odráží struktura politických stran v mediální struktuře (jimi nazýváno politický paralelismus), stupeň a povaha politického vměšování do mediálního systému a nakolik jsou novináři autonomní. Zmíněné dimenze poskytují oporu pro srovnání jednotlivých mediálních systémů a nalezení podobných rysů a charakteristik mezi státy. Hallin a Mancini (2004) definují tři mediálně-politické modely ve vztahu ke společnosti:

- středomořský model neboli polarizovaně-pluralistický;
- severo-středoevropský neboli demokraticko-korporativní;
- severoatlantický neboli liberální (Hallin a Mancini 2004, 87).

2 Teoretické koncepty problematiky zpravodajství

Zpravodajství je jedním z důležitých mediálních žánrů, což je dáno jeho postavením zejména v rámci televizního vysílání, kde otevírá prime-time a má vysokou sledovanost. Podle Watsona (2003) je zpravodajství důležité, protože poskytuje reflexi světa, a mnoho našich vědomostí o něm je mediováno právě televizí, rádiem nebo novinami.

Uchopit konceptuálně oblast zpravodajství můžeme podle Michaela Schudsona (1989) třemi možnými způsoby: perspektivou sociologie, politické ekonomie a kulturních (či antropologických) studií.

Z povahy této diplomové práce se nejdříve budeme soustředit na sociologický přístup. V centru pozornosti je profesní autonomie novináře, sociální stratifikace dané organizace, vliv ideologie na zpracování událostí nebo zpravodajské rutiny a hodnoty (Schudson 1989, 266). Klíčovými otázkami sociologické perspektivy zůstává zpravodajský proces. To znamená jednotlivé fáze vzniku zpravodajského obsahu, zejména pak vztahy mezi novináři a jejich informačními zdroji, institucionální organizace práce a osobní rutiny aktérů nebo ideologické mantinely, v nichž se zpracování události (reality) uskutečňuje.

Schudson (1989) vnímá ve vztahu k institucionální a individuálním rutinám jako elementární teoretické zdroje sociologické perspektivy symbolický interakcionismus a sociálně konstruktivistický přístup ke společnosti, jako komplementární potom považuje teorii byrokracie a organizace.

„Pokud na jedné straně zpracování zpravodajských obsahů vnímáme jako sociální produkci ‚reality‘, na druhé straně jako sociální zpracování institucionálního produktu, který můžeme analyzovat podobně jako jiný výrobek“ (Schudson 1989, 273).

Ve středu pozornosti sociálního přístupu je rovněž vliv individuálních preferencí a vědomostí novináře, jeho rutin a rutin zpravodajské instituce na podobu

mediovaného obsahu a současně v jaké míře se promítají do výsledného produktu individuální charakteristiky novináře a nakolik naopak institucionální rutiny a hodnoty.

„Pokud teoretici organizace (a byrokracie) mají všeobecně pravdu, pak nezáleží kdo [novináři] jsou a odkud pocházejí; rychle budou socializováni po vzoru hodnot a rutin každodenních rituálů žurnalistiky“ (Schudson 1989, 273).

Vážnost druhé perspektivy - politické ekonomie - je mnohdy degradována názorem, že se jedná o přístup konspirační (Schudson 1989, 268), který v médiích spatřuje pouze sluhu dominantní ideologie vládnoucí třídy. Podle Schudsona (1989) politická ekonomie vztahuje výsledek zpravodajského procesu, zpravodajský produkt, k ekonomické struktuře zpravodajské instituce.

Model propagandy Edwarda S. Hermana a Noama Chomského je považován za zevrubnou podobu perspektivy politické ekonomie. Podle něj totiž mediální instituce slouží zájmům těch, kteří dominují státní a privátní sféře, proto Herman i Chomsky nevidí rozdíl mezi americkými a sovětskými médii. „Podle [Hermana a Chomského] to vyplývá z faktu, že zpravodajství je produkováno ve velmi koncentrovaném průmyslovém odvětví několika profitujících organizací, přičemž toto odvětví je ekonomicky závislé na reklamě a na oficiálních zdrojích informací“ (Schudson 1989, 269).

Přístup kulturních studií „zdůrazňuje zasazení produkce i recepce zpráv do veškeré kulturní (symbolické) produkce ... tento přístup zdůrazňuje působení širších kulturních tradic a symbolických systémů na zpravodajství bez ohledu na strukturu ekonomické organizace či charakter profesních rutin.“ (Trampota 2006, 15).

Kulturní přístup je z těchto tří perspektiv vývojově nejmladší (Trampota 2006). K produkci mediálního obsahu přistupuje jako ke vzájemné interakci tvůrce obsahu a jeho příjemce, přičemž do tvůrčího procesu se zapojuje mnoho proměnných, z nichž podstatný je kulturní kontext.

3 Výběr a produkce zpráv

„Ani všichni novináři světa, kteří by pracovali celé dny, nemohou zachytit vše, co se na světě děje.“ (Lippmann 1922, 338)

Definovat zpravodajství jako oblast žurnalistiky se v průběhu dvacátého století pokoušelo mnoho vědců v oblasti sociálních věd a mediální komunikace. Mezi prvními, kdo se zpravodajstvím soustavně zabýval, byl Walter Lippmann a Robert E. Park. McQuail (1983) je oba vnímá jako zakladatele sociologie zpravodajství a především upozorňuje na fakt, který ovlivnil jejich chápání zpravodajství, že oba dva autoři byli nějakou dobu praktikujícími novináři.

3.1. Zpravodajství optikou sociologického přístupu

Walter Lippmann (1922) v kapitole „The Nature of News“ především popisuje zpravodajství z praktické stránky, tedy jak funguje vyhledávání zpráv novináři a co má ve skutečnosti vůbec šanci stát se zprávou. Podle McQuaila (1983) Lippmann vnímal zpravodajství jako pátrání po „čistě objektivních podnětech, které zvýznamňují danou událost“ (McQuail 1983, 139).

„Zpravodajství není zrcadlem sociálního prostředí, ale pouze zprávou o nějakém jeho aspektu, který se dokáže zviditelnit ... Čím více existuje vlastností, kterými se může událost zafixovat, objektivizovat nebo pojmenovat, tím se zvyšuje pravděpodobnost její přítomnosti ve zpravodajství“ (Lippmann 1992, 341).

Lippmann dále upozorňuje, že rozhodně ne všechny události se mohou dostat do zpravodajství. Není totiž možné psát článek nebo točit reportáž o tom, že se nic nestalo nebo že u dané události nedošlo k žádnému vývoji. Podle Lippmanna je tudíž nezbytné, aby aktér události vzbudil zájem médií a aby nějakým způsobem jeho událost nesla zpravodajské hodnoty. Jako příklad uvádí špatné pracovní podmínky ocelářů v Pittsburgu. Samotná informace o vyšší úmrtnosti kvůli špatnému pracovnímu prostředí je sice zajímavá, ale stále ještě za hranicí toho, co mohou

novináři zařadit do zpravodajství. Podle Lippmanna proto musí aktéři události zvýšit její zpravodajskou hodnotu.

„Fakta sama o sobě nejsou zprávou. Situace se může změnit, pokud zaměstnanci oceláren sjednotí své požadavky a prezentují je zaměstnavateli. Pokud je pak dohoda mezi nimi téměř jistá, zpravodajská hodnota zůstane na nízké úrovni ... jestliže se vztahy vyhroťí a vypukne stávková, zpravodajská hodnota prudce vzroste“ (Lippmann 1922, 348).

Přístup Roberta E. Parka ke zpravodajství je odlišný. Chápe ho jako „formu vědění“ a srovnává jej s historií, přičemž upozorňuje na fakt, že zprávy netvoří systematické vědění jako v případě ostatních vědních disciplín, ale že fungují něco jako historie. Navíc podle Parka zpravodajství řeší události nedávné a nijak zvlášť se je nesnaží zasazovat do historického kontextu (Park 1999, 11-12).

„Zpravodajství jako forma vědění se primárně nezabývá minulostí nebo budoucností, ale především současností ... různé zprávy [proto] mají různou životnost ... událost přestává být zprávou, jakmile okolnosti, které ji způsobily, odezněly, a pozornost lidí se přesunula na jinou oblast jejich života nebo na jinou, dostatečně novou událost, která je natolik napínavá a důležitá, že dokáže opět udržet jejich pozornost.“ (Park 1999, 12)

3.2. Kdy se událost stane zprávou

Teorie mediální komunikace se vždy zevrubně zajímala o to, jak novináři z širokého spektra informací vybírají jen určité, aby se z nich stala zpráva v novinách nebo televizi. Jednoduše, jak se ryzí informace stane zprávou, jež se následně prostřednictvím mediální instituce dostane ke koncovému recipientovi (Lippmann 1922, Westerstahl a Johansson 1994, Schulz 1996, Galtung a Ruge 1999).

Velmi citovanou, ale metodicky nedokonalou studii na toto téma v šedesátých letech dvacátého století představili Johann Galtung a Mari Holmboe Rugeová. Jejich přístup ke zpravodajským hodnotám pro klasifikaci zahraničních zpráv se stal základním

materiálem pro další výzkumy v této oblasti. Hodnoty, podle nichž se vědomě i nevědomě novináři rozhodují, lze podle Galtunga a Rugeové rozdělit na kulturně podmíněné a nepodmíněné.

Mezi kulturně nepodmíněné zpravodajské hodnoty Galtung a Rugeová řadí:

- frekvenci;
- práh pozornosti;
- jednoznačnost;
- význam;
- souznění;
- neočekávatelnost;
- kontinuitu;
- kompozici.

Vedle osmi hlavních hodnot autoři rozeznávají další čtyři, které jsou kulturně podmíněné a svázané se západním kulturním prostředím:

- vztah k elitním osobám;
- vztah k elitním národům;
- personifikace událostí;
- upřednostňování negativních informací (Galtung a Ruge 1999, 28-29).

Na studii norských badatelů existuje rovněž kritický pohled. Ten se opírá především o metodickou omezenost, kdy „se autoři zaměřili výhradně na: 1) tištěné zpravodajství, 2) zahraniční zpravodajství a 3) zprávy tematicky svázané s konžskou, kyperskou a kubánskou krizí“ (Trampota 2006, 27).

I přes svoji nedokonalost jsou jejich zpravodajské hodnoty stále platné, i když, jak praxe občas ukazuje, ne vždy se novináři podle nich rozhodují. Velkou roli hrají i osobní charakter a náhoda. Například při sestavování bodového scénáře pořadu Události České televize občas náhoda roli hraje. Editor sice většinu zpráv poskládá víceméně podle výše zmíněných hodnot, pak ale v některých případech zafunguje toto kritérium, kdy určitou reportáž umístí na danou pozici prostě jenom proto, že mu to

přijde tak správné, a jiné zdůvodnění nemá. Berkowitz (1997) upozorňuje na fakt, že při výběru zpráv editoři spoléhají hlavně na svůj instinkt.

Metodicky konzistentní empirickou studii zpravodajských hodnot později prezentovali Westerstahl a Johansson, kteří při analýze zahraničního zpravodajství pracovali s pěti typy. „Použ[i]li jsme model, který obsahoval pouze tři základní zpravodajské hodnoty: jmenovitě důležitost, blízkost a dramatičnost“ (Westerstahl a Johansson 1994, 73). K nim potom přiřadili ještě ideologii a přístup.

3.3. Pseudoudálosti

Přestože Daniel J. Boorstin napsal svoji knihu „The Image“ už před více než čtyřiceti lety, jeho závěry týkající se pseudoudálostí jsou platné i v dnešní době. Nejenže jsou platné, ale stále častěji i aplikovatelné. Dnešní televizní zpravodajství je totiž protkané pseudoudálostmi ještě více než v šedesátých letech.

Boorstin charakterizuje pseudoudálost jako inscenovanou událost, která má dramatičtější charakter a je plánovaná k okamžitému reprodukování, snadněji šíří a především vyvolává další podobné pseudoudálosti (Boorstin 1999, 16).

Sám autor upozorňuje, že v charakteristice pseudoudálosti se ukrývá jisté nebezpečí. Novináři a diváci se při jejím zaznamenání nebo sledování neptají, co se stalo a jaké budou důsledky, ale spíše je zajímá, co zatím je a jaké jsou postranní úmysly tvůrce pseudoudálosti (Boorstin 1999, 18). Na praktické rovině můžeme pozorovat například to, že novináři přicházejí na tiskové konference už předem „bojovně naladěni“ a jejich první myšlenky se stáčí na motivy jednání (často skryté), než na to, co je jim sdělováno.

Jisté je, že pseudoudálosti tak, jak je definoval Boorstin v 60. letech minulého století, v televizním zpravodajství zabírají stále větší prostor. Jednou z příčin je určitě role lidí, kteří se zabývají vztahy s veřejností, v politických stranách nebo managementech společností. Tito lidé velmi dobře znají žurnalistické prostředí, často i jako novináři

pracovali, a jsou si vědomi zpravodajských hodnot a technik. Pomocí toho jsou schopni tvarovat události do takových podob, aby byly pro novináře lehce stravitelné.

Vedle tiskových konferencí, brífinků a pracovních snídaní s ministry patří do repertoáru tiskových mluvčích řízený únik informací. Na první pohled se jeví jako nechtěný, ale opak je pravdou. Řízený únik informací slouží politikům jako test veřejného mínění v nepopulárních otázkách, jako jsou reformní zákony nebo nařízení Evropské unie. Boorstin tuto praxi americké politiky popsal už ve zmíněných šedesátých letech. „Faktem zůstává, že jako jeden z hlavních způsobů, jak dostat důležitou informaci z oficiálních kruhů mezi lidi ... [funguje] řízený únik, [který] je pseudoudálostí par excellence“ (Boorstin 1999, 17).

3.4. Mediální události

Vedle pseudoudálostí můžeme v televizním zpravodajství identifikovat i takzvané „mediální události“. Jejich výzkumu se věnovali Daniel Dayan a Elihu Katz (1992), kteří je identifikovali jako zpravodajský žánr narušující kontinuální tok televizního vysílání.

Televizní vysílání nefunguje jako struktura samostatných a zřetelně oddělených celků, ale spíše jako neustálý sled symbolů, které tvoří naši kulturní zkušenost (Fiske 1993, 99). Už v polovině 70. let minulého století Raymond Williams zaregistroval, že lidé raději říkají, že „se dívají na televizi“, než aby přímo řekli název programu, který sledují (Williams 1975, 89). A právě mediální události jsou typem žánru, který dokáže tento tok přerušit a navíc umí k televizní obrazovce přitáhnout velké heterogenní publikum.

„Největším rozdílem mezi mediálními událostmi a dalšími formami a žánry televizního vysílání je skutečnost, že už z podstaty definice nejsou rutinní. Naopak jsou narušením rutiny ... navíc, události jsou přenášeny živě tak, jak se přihodí, tedy v reálném čase“ (Dayan a Katz 1992, 5).

Dayan a Katz (1992) rozeznávají dva druhy takových událostí: plánované a neplánované. Ve své práci se ale věnují pouze plánovaným, mezi které řadí například svatbu prince Charlese a Diany nebo slyšení v kauze Watergate.

Pokud bychom hledali mediální události v českém prostředí, potom bychom zajisté mohli ukázat na televizní přenosy stranických sjezdů a konferencí. S rozvojem čtyřadvacetihodinového zpravodajství se tyto události staly nezbytnou součástí programu ČT24. Rozhodně naplňují kritéria, která pro plánované mediální události stanovují Dayan a Katz. Sjezd a konference politických stran jsou zajisté dlouhodobě plánované, jsou přenášeny živě v reálném čase, a jak naznačují výzkumy diváckého chování, mají i slušnou diváckou sledovanost. Navíc jsou rozhodně narušením rutinního programového schématu ČT24.

3.5. Typologie událostí podle Molotcha a Lesterové

Z jiného úhlu pohledu definují zpravodajství Harvey Molotch a Marilyn Lesterová. Celou oblast zpravodajského průmyslu vnímají jako sociální konstrukci. Snaží se identifikovat vztahy mezi jednotlivými typy událostí a způsoby jejich zpracování, protože ustavují sociální a politické povědomí veřejnosti, a hledají motivy jednotlivých aktérů zpravodajského procesu.

Podle Molotcha a Lesterové události tvoří tři faktory:

- promotér události;
- tvůrce zprávy;
- recipient zprávy (Molotch a Lester 1999, 38).

Jejich typologie událostí je založena především na faktu, zda má aktér událost pod kontrolou a má ji naplánovanou, či událost je mimo jeho kontrolu a je nepředvídatelná. Na základě toho pak vzniká rozdělení do čtyř kategorií. První jsou rutinní události. „Odlišují se tím, že vyzdvihovaná skutečnost ... je záměrně podávána jako úspěch, a že lidé, kteří jsou v ní zainteresovaní ... jsou ti samí, kteří danou skutečnost přemění ve [zpravodajskou] událost.“ (Molotch a Lesterová 1999, 41).

U informačních zdrojů ještě můžeme identifikovat tři možné přístupy do zpravodajství. Zdroj s habituálním přístupem má jistou moc, a tudíž jeho přístup je téměř automatický, zdroj s narušujícím přístupem musí vyprodukovat překvapení, například demonstraci, aby se dostal do hledáčku novinářů, a zdroj s přímým přístupem, kdy sám novinář se stává důležitým zdrojem dané zprávy a hybatelem události (Trampota 2006, 33).

Mezi rutinní události patří proslovy nebo tiskové konference. Podobně jako Boorstin u pseudoudálostí také Molotch s Lesterovou zmiňují, že rutinní události tvoří většinu denního zpravodajství.

Jako druhý typ sociálně konstruovaných událostí identifikují nehody, které se odlišují dvěma aspekty: nejsou záměrné a nelze u nich najít jejich promotéra (např. mluvčího u tiskových konferencí). „Nehody pro lidi představují důležitý přístup k poznání běžné práce těch, kteří obvykle mají duševní a hmotné prostředky na ochranu svých osobních životů před zraky publika (Molotch a Lester 1999).“

Třetí typ nese z části rysy rutinních událostí a z části taky nehod. Velmi často jsou skandály na veřejnost vyneseny informátorem, jehož jméno mnohdy zůstává nevyřčeno. Podle Molotcha a Lesterové jsou rutinní charakteristiky obsaženy v tom, že skandál je záměrně vyvolaný, ale ten, kdo v události figuruje, není tím, kdo ji vynesete na veřejnost.

Poslední, čtvrtý typ události označují jako „serendipity“, což můžeme přeložit jako nenadálá zjištění (Trampota 2006). „Jde o události, které se nahodile vyskytly jako nezamýšlený výsledek určitého jednání, jako jakýsi vedlejší produkt...“ (Trampota 2006, 34).

Na základě analýzy zpravodajských událostí oba autoři docházejí k závěru, že média nezobrazují realitu takovou, jak ve skutečnosti existuje, ale zobrazují praktiky vládnoucí třídy, které určují zkušenosti a prožitky ostatních (Molotch a Lester 1999, 46).

4 Ženy v mediální komunikaci

Předtím, než se v diplomové práci přesuneme do oblasti sociologie zdrojů a následně k analýze ženského prvku ve zpravodajství, je nezbytné vybudovat základy pro pochopení role žen v mediální komunikaci. V devadesátých letech minulého století se ve Velké Británii hovořilo o „dekádě žen“. Důvodem byly demografické ukazatele, podle kterých měly uvolněná místa postupně zaplňovat vysokoškolsky vzdělané ženy (Carter, Branston a Allan 1998). Přestože v dnešní době stále ve většině velkých mediálních konglomerátů převažují v redakcích muži, a to zejména na vysokých rozhodujících pozicích, můžeme konstatovat, že procentuální podíl žen v redakcích se pomalu, ale trvale zvyšuje (Carter, Branston a Allan 1998, Allan 2004, Creedon a Cramer 2007).

V kontextu žen a mediální komunikace se feministické a genderové studie žurnalistiky ve druhé polovině dvacátého století soustředily na osm kritických oblastí:

- Vlastnictví a řízení mediálních institucí;
- zaměstnanost;
- profesní identitu;
- zdroje informací;
- reprezentaci [žen];
- narativní formy a metody;
- feminizaci a sexualizaci [zpravodajství];
- publikum (Carter, Branston a Allan 1998, 3-9).

4.1 Vlastnictví a kontrola médií

Pokud se nejprve podíváme na vlastnictví a kontrolu médií, pak můžeme konstatovat, že stále jsou mediální instituce řízeny především muži. I když některé novější průzkumy ve Spojených státech amerických naznačují možné zlepšení (Papper 2008). Obecně lze říci, že „společnosti, kde mají méně žen v manažerských pozicích, bývají mnohem méně nakloněné k [zaměstnávání žen]“ (Steeves a Cramer 2007).

Carter, Branston a Allan (1998) zmiňují, že důležitou roli v tomto procesu hrají koncentrace a integrace médií do velkých nadnárodních konglomerátů. Horizontální a vertikální koncentrace mediálních institucí umožňuje efektivnější řízení a výrobu mediálních obsahů. Synergie jednotlivých složek vyúsťuje v reciproční marketinkovou a reklamní činnost. Negativní stránkou celého procesu je vliv na zpravodajství, do kterého se dostávají prvky zábavy a zjednodušování, aby výsledný produkt snesl běžný člen publika. Navíc takto koncentrovaný trh ovládá úzká skupina lidí, zejména pak mužů. Obsahová uniformita velmi komplikuje průnik kontroverzních, případně i ženských témat do zpravodajství, protože by mohly ohrozit reklamní výnosy instituce (Carter, Branston a Allan 1998, 4). Ale právě infotainment, polidšťování zpravodajství a orientace na spotřebitele podle některých autorů (Zoonen 1998, Branston a Allan 1998) přispěli k průniku ženských témat a hodnot do médií.

Ve Spojených státech amerických v posledních dvaceti letech pozorují nárůst žen na vedoucích pozicích. Na začátku devadesátých let dvacátého století bylo mezi řediteli amerických televizí mezi 14 a 16 procenty žen, toto číslo narostlo do roku 2003 na 24 procent (Dates 2007). Zatím poslední průzkum organizace Radio-Television News Directors Association v posledním čtvrtletí roku 2007 hovoří o dosud nejlepším výsledku: Ženy zastávaly 28,3 procenta ředitelských pozic u 1 647 televizních společností, u kterých se výzkum prováděl (Paper 2008).

4.2 Zaměstnanost žen v redakcích

Průzkum Mezinárodní organizace novinářů¹ z roku 2001 potvrdil, že ženy mají stále nepatrnou rozhodující moc v mediálních organizacích, přičemž v západním světě bylo jenom 0,6 % žen na pozicích editorek, vedoucích oddělení nebo majitelek médií (Fröhlich 2007, 165).

Na rovině zaměstnanosti žen v redakcích zpravodajských médií se situace v mnohém neliší, přesto jejich zastoupení je tu vyšší. Podle Margaret Gallagherové je „zjevným

¹ the International Federation of Journalists (IFJ)

důvodem postupně rostoucí počet žen na vysokých školách ... a obecně v placených profesích, zejména pak v žurnalistice“ (Fröhlich 2007, 164). Například ve Spojených státech amerických tvoří ženy 41 procent pracovníků v redakcích (Dates 2007, 74), přičemž můžeme očekávat, že se jejich počet bude postupně navyšovat. Průzkum Mezinárodní organizace novinářů na začátku devadesátých let minulého století ukázal, že mezi novináři na celém světě je přibližně 27 % žen. Stejně zaměřený průzkum o deset let později zaznamenal nárůst na 38 % (Fröhlich 2007, 165).

Vůbec nejvyšší podíl reportérek ve zpravodajství mají ve Finsku, což odpovídá obecně silné pozici žen v tamní společnosti. Mezi pracovníky ve zpravodajství tvoří 51 % (Fröhlich 2007, 165).

Mezi feministkami a některými mediálními odborníky zaměstnanost žen ve zpravodajství představuje jeden z důležitých prvků, jak tuto oblast proměnit v mnohem zodpovědnější společenskou oblast. „V souladu s častým aktivistickým zaměřením feministického a generového výzkumu [teoretičky a teoretici] vyzývají k vyrovnání procentuálního zastoupení žen a mužů na všech úrovních mediálních institucí, a to jak ve vertikálním (pracovní hierarchie), tak i v horizontálním (např. tematické oblasti zpravodajství) uspořádání“ (Vochovcová 2008, 151).

„Ženy, jak se často tvrdí, mnohem častěji než muži podporují neformální, antihierarchický systém rozhodování a podporují kolektivní rozhodnutí. Více reportérek by ve vztahu ke zpravodajskému obsahu znamenalo, že by hranice mezi „hard“ a „soft“ zprávami ještě více zmizely, což by [postupně] vedlo ke zpravodajství založenému na lidských příbězích“ (Carter, Branston a Allan 1998, 4). Všichni tento názor ale nezastávají.

4.3 Profesionální identita

Profesionální identita je úzce propojena s otázkou zaměstnanosti žen v médiích a snoubí v sobě dvě myšlenkové roviny. První se týká toho, co Stuart Allan (2004) nazývá jako „macho redakční kultura“, druhá potom se způsobem vzdělávání novinářů a novinářek.

„Macho redakční kultura“ v mediálních institucích pochopitelně plyne z vyššího počtu reportérů než reportérek a stejnou měrou pak situaci ovlivňuje i samotný zpravodajský - patriarchální - diskurs (novinářské rutiny, jazyk a hodnoty). Feministky a mediální odbornice nejčastěji kritizují, že „[reportérky] jsou pravidelně tlačeny k přijetí maskulinního přístupu zpracování událostí, což některé vnímají jako nekonzistentní s jejich profesní identitou a tedy jim cizí“ (Allan 2004, 128). V tomto smyslu se nejčastěji hovoří o tolik proklamované a novináři idealizované objektivitě zpravodajství. V ní Gaye Tuchmanová spatřuje strategický rituál, pomocí něhož si reportéři staví obranu proti kritikům a chrání se proti vlastním chybám (Tuchmanová, 1999). Ponecháme stranou, nakolik je v silách žurnalistů této zpravodajské hodnotě číslo jedna dostát, soustředit se naopak budeme na to, jak je objektivita vnímána ženami v médiích.

Allan (2004) tvrdí, že „být nestranný“ (tedy objektivní) znamená nechat se socializovat ve smyslu přijetí jistých rituálů, způsobů pojmenování a zarámování reality. Právě na tuto skutečnost naráží feministické studie, které sledují tři koncepty, jak se postavit k dominantnímu, převážně mužskému diskursu. Může to být z pozice neutrální, kdy feministky chápou objektivitu jako idealizovanou novinářskou hodnotu, jejímž jediným negativem je fakt, že je mužskou normou. K genderově vyváženému zpravodajství pak vede jediná cesta, a to snaha o co nejpresnější reflexi reality (Allan 2004, 122).

Druhá pozice je takzvaně vyrovnaná, kdy se feministky snaží zdůrazňovat rodová specifika objektivit, přičemž „elementární rozdíl mezi ženským a mužským chápáním reality je odvozen od genderové odlišnosti, [protože] podle feministek mají pouze ženy ospravedlnění mluvit za ženy jako sociální skupinu ... [dosažení] objektivit je primárně o zajištění stavu, kdy mužské hodnoty jsou vybalancovány těmi ženskými ... [čehož] lze dosáhnout častějším zaměstnáváním žen“ (Allan 2004, 122).

Poslední je pozice naprosto opoziční, kterou zastávají některé feministky příklánějící se k názoru, že koncept objektivit je potřeba zavrhnout, protože jen napomáhá k upevňování mužské hegemonie (Allan 2004, 122).

Vedle objektivitu ale feministky rovněž kritizují velký důraz na fakta a faktičnost zpravodajství v podání mužů. „Novinářky by ocenily větší důraz na důsledky a dopady [událostí], než jen pouhou akumulaci nových [a osamocených] faktů“ (Zoonen 1998, 35). Z toho vyplývá i jiné chápání novinářské práce co se témat týče. Novinářky by preferovaly témata s hlubokými lidskými příběhy, kulturu či sociální tematiku, přičemž velký důraz by měl být kladen na potřeby publika, soucit a na důsledky a dopady události na společnost (Zoonen 1998).

5 Sociologie zdrojů

Podle Manninga (2001) žijeme ve věku, který je vysoce saturován médii, a proto současný stav „poskytuje mnohem více příležitostí a nových výzev pro zpravodajské zdroje a novináře ... vzestup nových komunikačních technologií a globální komunikace [navíc] zapříčinil, že je tu neuvěřitelné množství informací“ (Manning 2001, 44).

Sociologie zdrojů má mnoho rovin, které můžeme popisovat a zkoumat. Jednou z nich zajisté je, jakým způsobem novináři své informační zdroje vyhledávají, podle kterého klíče a na základě jakých aspektů dávají přednost jednomu zdroji před druhým. Další rovinou je vztah mezi novináři a zdroji, což autor této diplomové práce pokládá za kruciální záležitost. Vzájemný respekt přináší oběma stranám tohoto mediálního obchodu užitek a prospěch, osobní přístup novináři zase tajné informace, či alespoň utajované před konkurenčními žurnalisty. Jako třetí rovinu můžeme zmínit přístup informačních zdrojů do zpravodajství na základě jejich sociálního postavení nebo na základě genderu. Výše naznačené otázky, které si v sociologii zdrojů pokládáme, fungují jako odrazový můstek pro naši kapitolu, ve které chceme tuto oblast analyzovat a pochopit pro další části této práce. Součástí bude i pohled na sociologii zdrojů z pohledu genderového rozdělení.

5.1 Mediocentrický pohled na interakci novináře a zdroje

Vztahy mezi novináři a zdroji informací mají zásadní vliv na podobu zpracovávané události. Pokud se oba aktéři této interakce velmi dobře znají, tudíž vědí, co jeden od druhého mohou očekávat, má to oboustrannou výhodu. Pozitivní je to zejména pro žurnalistu, který se díky dobře nastavenému vztahu může dostat k informacím, které jeho kolegům mohou zůstat utajeny. Příčinou není nic jiného, než důvěra informačního zdroje v osobu novináře.

Oblasti sociologie zdrojů se věnuje hodně odborné pozornosti (Hall 1978, Gans 1979, Berkowitz 1987, Mancini 1993, Berkowitz a Beach 1993, Deacon 1996, Sigal 1999, Manning 2001, Trampota 2004, Davis 2009), přesto někteří autoři upozorňují,

že sociologický výzkum této oblasti se jen zřídka soustředí na vztah zdroj-novinář z pohledu právě informačních zdrojů samotných, převážně tak sociologické studie přináší mediocentrický pohled (Schlesinger a Tumber 1994). Většina studií, o kterých tu budeme hovořit a kriticky je hodnotit, přináší pohled na vzájemnou interakci většinou z pohledu praktikujících novinářů. Důvodem je skutečnost, že je jednodušší a méně náročné se k takovým informacím dostat právě přes novináře. V některých případech totiž není možné kontaktovat informační zdroje a dotazovat se na jejich vztah s mediálními pracovníky.

5.2 Charakteristika vztahu novináře a zdroje

Erudovaný popis vztahu novináře a jeho informačního zdroje vyžaduje komplexní přístup. V sociologii zpravodajství můžeme kvantitativně zachytit, kolik zdrojů připadá na jednu televizní reportáž, jaký typ zdrojů se nejčastěji v reportážích objevuje, jestli se jedná o ženské nebo mužské aktéry, či jak velký prostor ten který informační zdroj obvykle dostává. Na druhou stranu je tu kvalitativní aspekt vztahu, který už je uchopitelný složitěji, protože často zůstává skryt pouze mezi daným žurnalistou a zdrojem.

Než se dostaneme k samotným odborným statím, považujeme za přínosné na tomto místě prezentovat stránku praktickou. Autor diplomové práce při psaní bakalářské práce v roce 2006 mluvil se třemi českými investigativními reportéry a dotazoval se jich, jak oni vyhledávají zdroje informací a jakou mají taktiku pro tvorbu sítě informačních zdrojů.

Sabina Slonková: „Poučka neexistuje. Obecně platí pravidlo, že když vám někdo nechce něco říct, neřekne vám to, i kdybyste ho mučil, nebo před ním předváděl striptýz. Síť kontaktů vznikne vlastně samovolně. Když děláte novinařinu, stýkáte se s mnoha lidmi a řada z nich vám při rozhovorech o běžných věcech poví i jiné. Není třeba si nalhávat, že většina z nich to dělá z ušlechtilých pohnutek. Zpravidla tím sledují nějaké cíle. Jen málokdy někdo něco poví jen proto, že mu vadí konkrétní nepravost. Takovou zkušenost jsem měla vlastně jen s některými státními úředníky.

Často jde o lidi, kteří v oboru pracují roky, zažili hodně ministrů a vlád, a s některými delikty se prostě nedokážou smířit. Stalo se mi to například tehdy, když jsem se zajímala o smlouvy uzavřené na ministerstvu pro místní rozvoj z doby, kdy resort řídil Lachnit. Tehdy mi ten úředník řekl: Víte, oni tady kradli všichni, ale nikdo u toho tak nestydatě nemlaskal. Kontakty se zdroji informací nelze zobecnit. S některými se vídám častěji, s jinými méně. Spíš to funguje tak, že se dozvím nějakou informaci nebo si u konkurence přečtu zajímavý detail a pak sama kontaktuji lidi, o nichž si myslím, že by mi mohli o případu říct víc.“

Jaroslav Spurný: „To je systém nabalování. Není to tak, že chodíte do hospody a tam někoho potkáte. Prostě se pohybujete v určitých kruzích, a na to se nabalují lidé. Potom existuje i druhý systém získávání kontaktů, který vychází z rešerší. To vychází z nějakého povědomí, z něčeho, že vás něco zaujme, a vy se tím začnete zabývat, začnete pročitat všechny dostupné informace. Pak začnete přemýšlet, proč to je. A pokud vás to opravdu zaujme, tak začnete přemýšlet, jak byste se na to dostal, a začnete vyhledávat kontakty. Někdy použijete staré kontakty, jestli někoho neznají, a někdy je dobré jít někam čelem a tam ty kontakty získat.“

Jaroslav Kmenta: „Existuje v uvozovkách několik druhů zdrojů. Jedny jsou jednorázové, když se zakousnete do nějaké kauzy, a při pátrání nacházíte lidi, s nimiž se následně zkontaktujete. Pak jsou dlouhodobé zdroje, ty jsou nejcennější, protože vám poskytnou dobrý background, ale i novinky. Říkám tomu, že se „zkafuju“. Jednou za čtrnáct dní jdeme na kafe, občas také do hospody“ (Janeček 2006, 25-26).

5.3 Tango, nebo závislost?

Pokud budeme vycházet z odborné literatury, pak vztah novinářů a informačních zdrojů můžeme označit jako „tanec“ či „přetahovanou“ (Gans 1979), případně jako „komplikovanou výměnu a závislost“ (Davis 2009). I když může podoba vztahu nabývat různých odstínů, jeden fakt zůstává neotřesitelný ve většině případů: oba aktéři interakce se navzájem potřebují. Novináři potřebují od zdrojů zjistit podklady pro svou reportáž a pochopit kontext dané události, informační zdroje zase

mediální instituce využívají k sebezprezentaci, zvýšení společenské prestiže a k prosazení vlastních názorů.

Podobné názory implikují, že vzájemná interakce má podobu ekonomické směny, kdy každá strana zvažuje vynaložené náklady na udržování vztahu a benefity, které z něho plynou, přičemž cílem je co největší satisfakce a užitek (Schlesinger a Tumber 1994). Pravdou je, že informace má v postmoderní době směnnou hodnotu, a tudíž není mylné se domnívat, že do vztahu vstupují i ekonomické faktory. Přesto je důležité zdůraznit, že rozhodně informační zdroje ke kontaktování novináře nevedou pouze ekonomické zájmy. „Jsou součástí sociálního procesu, který jde za prostý [ekonomický] vztah poptávky a nabídky ... pojmy jako důvěra a diskrétnost hrají svoji roli v mnoha ohledech ... osobní sympatie a snášenlivost jsou často rovněž důležité“ (Schlesinger a Tumber 1994, 263).

V analýze založené na částečně strukturovaných rozhovorech se šedesáti členy britského parlamentu a dvaceti politickými novináři vyšlo najevo, že vzájemné vztahy obě strany hodnotí po vzoru Gans jako „přetahovanou“.

„Obě strany si uvědomují, že tyto vztahy mohou být vzájemně výhodné, ale zároveň se mohou dostat do konfliktu. Tudíž se termíny „obezřetnost“, „láska“, „nenávisť“ a „důvěra“ vynořovaly velmi často, když přišlo na popis vzájemných vztahů“ (Davis 2009, 209).

Charakteristiku vztahu novináře a informačního zdroje velmi dobře analyzuje Herbert J. Gans. Jeho kniha vznikla v sedmdesátých letech dvacátého století, ale závěry v ní jsou platné i v postmoderní době. Gans (1979) identifikoval čtyři vzájemně se prolínající faktory pro úspěšné navázání vztahu informačního zdroje s novinářem:

- motivace;
- moc;
- schopnost přinášet vhodné informace;
- geografická a společenská blízkost (Gans 1979, 117).

Na základě těchto čtyř charakteristik je možné pozorovat, které zdroje informací mají možnost se do zpravodajství dostat. Nesmírně důležitým faktorem je moc, která vysvětluje, proč například prezident Spojených států amerických má prakticky neustále přístup do médií a proč se méně mocné zdroje musí uchýlovat ke společenským aktům (například demonstrace), aby si jich novináři všimli (Gans 1979, 119). Faktor moci rovněž vysvětluje, proč většinu důležitých zdrojů informací tvoří vládní úředníci (Berkowitz a Beach 1993, 4, Sigal 1999, 228, Manning 2001).

V případě českého televizního zpravodajství není od věci se domnívat, že praxe je podobná. Vzhledem k tomu, že česká média fungují na stejném společenském a ekonomickém principu jako ta americká a že se v zájmu zachování demokratických principů snaží přinášet politické a ekonomické zpravodajství důležité pro každodenní kontextualizaci života, pak jistě většinu informačních zdrojů budou tvořit ministři, poslanci, senátoři a vysoce postavení státní úředníci. Média, zejména ta veřejnoprávní nebo veřejné služby, de facto mají určitou povinnost informovat o vládě, parlamentu nebo prezidentovi a jejich činech. Z toho logicky vyplývá vysoká saturace těmito zdroji.

„Televizní zpravodajství je nejvíce založeno na promluvách politiků. Ti se vůbec nejčastěji objevovali jako aktéři ve zprávách Prima TV, kde vyplnili více jak třetinu všech promluv. Téměř shodný prostor jim věnovala Česká televize. Ve zprávách TV Nova některému z politiků patřilo každé páté vyjádření. V zastoupení ostatních socioprofesionálních kategorií se české celoplošné televize odlišovaly více. Zpravodajství ČT více zprostředkovávalo hlasy řídicích pracovníků (21 % promluv) a vyšších odborníků (15 % promluv). Naopak zprávy TV Nova se mnohem více zakládaly na promluvách anonymních hlasů ulice“ (Trampota 2006, 81).

Dobrym základem pro vytvoření kvalitního vztahu mezi novinářem a zdrojem informací je schopnost dodat vhodné a přesné informace. Jako takové zdroje můžeme na příkladu Spojených států amerických identifikovat zejména FBI nebo DEA. (Gans 1979, 121). V českém prostředí můžeme obdobně označit policii

nebo bezpečnostní složky, protože jsou zdrojem společensky důležitých a často i exkluzivních informací, které mají ve většině případů zajištěnu publicitu pro svou společenskou závažnost.

„Stále platí, že vlivné instituce mají v přístupu k novinářům výhodu, protože dokážou strukturovat své aktivity tak, aby uspokojily potřebu zpravodajských organizací po očekávaných událostech ... podobnou výhodu mají informační zdroje, které jsou novinářům k dispozici kdykoliv“ (Gans 1979, 122). Manning (2001) přidává ještě další důvod pro jednodušší přístup oficiálních zdrojů. Souvisí s rostoucím počtem odvysílaných hodin, kdy televize potřebují zaplnit program. Hodně se přitom soustředí na politické dění a mívají svá studia blízko parlamentu nebo senátu (platí to i pro Českou televizi). „Politici se pak velmi jednoduše a rychle dostávají do vysílání a mohou ihned komentovat dění“ (Manning 2001, 59).

Právě schopnost být vždy novináři k dispozici se v dnešním postmoderním světě u informačních zdrojů cení. Specifikem doby ve vztahu k vysílané reportáži o nějaké nečekané události je heslo „čím rychleji, tím lépe“. Internet a zpravodajské televize nám po celý den přinášejí zpravodajství, u kterého se čím dál více zkracuje interval mezi vypuknutím události, jejím zpracováním a diseminací publiku. Proto roste poptávka po informačních zdrojích, které jsou schopny velmi rychle zanalyzovat danou událost a přispěchat s komentářem. Často se stává, že tyto informační zdroje nejsou schopny ve velmi krátkém čase získat všechna fakta, a proto jsou prezentované komentáře plné klišovitých výrazů a stereotypních názorů.

Z Gansových faktorů bychom měli dále zdůraznit a rozvést především geografickou a sociální blízkost mezi novináři a jejich informačními zdroji. Ačkoliv se jedná o nejméně viditelnou složku, která konstituuje interakci, pokládáme ji za jednu z nejdůležitějších. Každý z nás si totiž pro sociální interakci vybírá protějšky, které mají podobné vzdělání, věk, společenské postavení a které žijí v geograficky blízkém okolí. Na tomto principu pochopitelně funguje i navazování kontaktů v mediální sféře.

„Informační zdroje mohou být mocné, nedočkavé a připravené podat vhodné informace, ale k tomu, aby získaly přístup k novináři a překonaly izolaci, musí být geograficky a společensky blízké“ (Gans 1979, 124).

Gans (1979) tvrdí, že geografické blízkosti lze dosáhnout pomocí jednotlivých poboček mediálních institucí. Vychází z Epsteinovy studie zpravodajství americké televizní stanice NBC, která došla k závěru, že ke zpracovávání událostí dochází především v místech lokálních televizních studií. Na druhou stranu je logické, že média zakládají pobočky v místech, kde se očekává vysoká koncentrace informací. Proto Česká televize má zahraniční zpravodaje v hlavních městech a ve státech, které jsou podle Galtunga a Rugeové „elitní“.

Pouze geografická blízkost nám však nezaručuje, že si k sobě novinář a zdroj informací najdou cestu. Související je rovněž i blízkost sociální, kterou ovlivňují, podobně jako v jiných společenských interakcích, demografické a strukturální faktory, jako jsou například rasa, pohlaví, vzdělání nebo společenské postavení. „Informační zdroje z vyšší střední třídy nemají obvykle problém kontaktovat reportéra, navíc často mají společného kamaráda; lidé s nižším společenským postavením často [nebo vůbec] neví, jak s profesionály jednat a bojí se odmítnutí“ (Gans 1979, 125).

5.4 Informační zdroje kolegů

Autor diplomové práce si je dobře vědom, že při práci novinář využije i informační zdroje svých kolegů. Ve zpravodajství České televize funguje nejen neoficiální seznam kontaktů, ke kterému ale nemají přístup všichni, ale taky kolegiální výpomoc. Vzhledem k tomu, že většina redaktorů musí být schopna vedle oblasti, které se věnuje, pokrýt i obecné události, velmi dobře funguje systém pomoci mezi reportéry. Navzájem si radí, kdo se osvědčil, kdo je expertem v dané oblasti nebo koho je potřeba kontaktovat, aby se člověk k němu vůbec dostal. Více této pomoci využívají začínající reportéři, kteří ještě nemají vytvořenou síť informačních zdrojů.

Pro ně mají zdroje od kolegů několik výhod:

- televizní zpravodajství je založeno na rychlosti, tudíž dlouhé pátrání po informačních zdrojích komplikuje práci;
- při pracovním tempu, které kontinuální televizní zpravodajství přináší, je složité ověřovat důvěryhodnost zdrojů. U doporučených kolegy tento zdoluhavý proces odpadá;
- zdroje kolegů jsou prověřeny mnoha natáčeními, rovněž tedy odpadá možnost, že respondent nezvládne natáčení;
- skutečnost, že informační zdroj ví, kdo ho reportérovi doporučil, často usnadňuje komunikaci a pomáhá navázat bližší kontakt.

Gans (1979) v této souvislosti hovoří ještě o takzvaných osobních zdrojích, kterými myslí rodinné příslušníky, příbuzné, přátele nebo sousedy a lidi, které novinář potká při společenských akcích. Zmiňuje rovněž, že jako zdroje informací fungují samotní novináři.

5.5 Političtí novináři a politici

Geografická a sociální blízkost mezi novináři a informačními zdroji má nezanedbatelný dopad na podobu mediované zprávy. To se týká například politického zpravodajství, kde je interakce mezi novináři a politiky velmi častá, a vztahy, které se navazují, často překračují profesionální mez. Úzký a přátelský vztah mezi oběma stranami poskytuje výhodu, protože novinář získává nezbytný kontext a informace, které nemusí dostat nikdo jiný, na druhou stranu, ale takový vztah formuje podobu zprávy, protože může dojít ke vzájemné shodě, jak o tématu referovat. A nemusí se vždy jednat jen o kontroverzní témata, případně záležitosti, které by mohly informační zdroj poškodit nebo mu snížit veřejnou podporu. Davis (2009) při rozhovorech s britskými novináři a politiky došel k závěru, že političtí zpravodajové se velmi často stali součástí „sociálně-politického prostředí ve Westminsteru“ a „jejich vztahy s politiky přerostly nad rámec vzájemně výhodné směny informací a veřejné publicity“. (Davis 2009, 210-11).

K podobným závěrům došel na začátku devadesátých let 20. století i Mancini (1993), který sledoval prostředí a vztahy mezi italskými novináři a politiky s vědomím toho, že historicky k sobě mají blízko. Z rozhovorů s italskými žurnalisty vyplynulo, že k vystavění užitečného profesionálního vztahu mezi novináři a informačními zdroji je nezbytná „znalost prostoru, [ve kterém se oba pohybují] ... znalost pravidel, zejména těch neformálních, která regulují vztah mezi jednotlivými účastníky vztahu ... [a]respekt [k prostoru a pravidlům]“ (Mancini 1993, 38-39).

5.6 Rutina a úředníci

Geografický a sociální faktor, definovaný Hergertem J. Gansem, souvisí i s tím, jakými informačními cestami se informace o událostech dostávají k novinářům. Pro ukotvení této problematiky považujeme za důležité zmínit klasickou odbornou studii Leona V. Sigala, který v sedmdesátých letech dvacátého století analyzoval dva americké deníky New York Times a Washinton Post.

Sigal (1973) se zjišťoval, kterými cestami se informace k novinářům dostávají a jaké typy zdrojů jim je podávají. Informační kanály rozdělil na rutinní, neformální a vlastní iniciativu. Mezi rutinní kanály zařadil soudní řízení, legislativní slyšení, tisková prohlášení a konference, brífinky, rozhovory s tiskovými mluvčími nebo projevy a ceremonie. Za neformální pak považuje neformální rozhovory, prozrazení tajemství nebo mítinky jiných než státních institucí. Do vlastní iniciativy žurnalistů podle něj patří připravené rozhovory, vlastní pátrání, statistická data nebo spontánní události a rozhovory s očitými svědky (Sigal 1999, 225).

Jako zdroje informací rozeznává: americké vládní úředníky, zahraniční vládní činitele (včetně úředníků mezinárodních organizací), státní a lokální úředníky, cizí státní příslušníky, kteří nespádají do druhé kategorie a obyvatele Spojených států amerických. Sám Sigal uznává, že jeho definice jsou vágní, přesto podle něj pro analýzu postačující (Sigal 1999, 226).

Výsledky analýzy ukázaly, že většina zpráv v obou denících se k editorům dostává skrz rutinní kanály, a to bez ohledu na to, jestli šlo o zprávu využívající jeden, nebo více informačních zdrojů. „Důsledkem těchto zjištění je skutečnost, že události a příběhy obvykle vznikají skrz rutinní kanály“ (Sigal 1999, 227). Tento fakt potvrzují i další studie. „Přibližně dvě třetiny příběhů z velkoměstské aglomerace mělo původ v rutinních zpravodajských kanálech“² (Berkowitz a Beach 1993, 7). Předpokládané výsledky potom přinesla druhá část analýzy. Nejčastěji se jako informační zdroje objevovali američtí vládní úředníci. „Tvořili polovinu všech zdrojů citovaných v [analyzovaných] vzorcích článků z prvních stran Times a Post“ (Sigal 1999, 228).

S odstupem času se výsledky Sigalovy analýzy zdají být předvídatelné, protože de facto kopírují pracovní systém mediálních institucí, které na základě zpravodajských hodnot upřednostňují události týkající se vlády, soudů, prezidenta nebo politických rozhodnutí, přičemž nedostatek času podporuje využívání rutinních kanálů. „Rutinní kanály tudíž tvoří mechanismus pro oficiální dominanci národních a zahraničních zpráv v těchto [analyzovaných] novinách“ (Sigal 1999, 230).

V této souvislosti pokládáme za nezbytné zmínit i další studii, která analyzovala příčinný vztah mezi geografickou vzdáleností ústředí, či lokální pobočky zpravodajské instituce a typem zvolených informačních zdrojů. Čím byla vzdálenost mezi zpravodajskou institucí a místem, kde se událost stala, větší, pak byl počet použitých zdrojů menší. Navíc zpravodajci měli tendenci k častějšímu využívání oficiálních a vysoce postavených zdrojů (Shannon 1988, 989). Je pochopitelné, že novináři si budují rozmanitou síť informačních zdrojů především ve svém blízkém okolí. Pokud se událost stane mimo tuto síť, mají tendenci používat zdroje, které jsou nejvíce vidět a slyšet (Berkowitz a Beach 1993, 10). Z toho důvodu se nejčastěji obracejí na tamní úředníky, tiskové mluvčí a další oficiální zdroje, které jsou schopny během velmi krátké doby sehnat a prezentovat fakta.

² Berkowitz a Beach analyzovali v roce 1993 tři velké deníky v americkém státě Iowa.

5.7 Neoficiální zdroje informací

V rámci sociologického přístupu se v devadesátých letech dvacátého století do sféry zájmu prosadil vliv informačních zdrojů na podobu mediovaného zpravodajského obsahu. V oblasti sociologie zpravodajství se objevily dva nové trendy. „První směřuje svou pozornost na moc informačních zdrojů předstrukturovat zpravodajství a události, druhý se zaměřuje na vliv neoficiálních institucí na tvorbu zpráv“ (Deacon 1996, 173). Dřívější studie (Sigal 1999, Gans 1979) si všimaly vlivu a moci informačních zdrojů na zpravodajský výrobní proces, ale zanedbávaly moc a vliv těch neoficiálních (Manning 2001). Až v devadesátých letech dvacátého století se do středu pozornosti dostaly neoficiální zdroje informací, zejména pak přístup neziskových a dobrovolnických organizací či nátlakových skupin do zpravodajství.

Jedním z možných přístupů jak rozlišit neoficiální zpravodajské zdroje přichází Grant (1990), podle něhož existují dva klíčové typy nátlakových skupin, takzvané „insider skupiny“, které mají pravidelný přístup k vládním úředníkům a do médií, a „outsider skupiny“, kterým byl přístup odepřen (Grant 1990).

Granta kritizuje Deacon (1996), jehož studie potvrzuje pravidlo o těsném vztahu mezi mediální význačností a ekonomickou mocí. Neziskové organizace či nátlakové skupiny se podle něj objevovaly v rozmanitých kontextech častěji, pokud byly bohatší a profesionálně vedené. Vše souviselo především s tím, jakou měrou investovaly do komunikace s médii a veřejností.

„Tento výzkum naznačuje, že organizace, které se nejvíce přizpůsobí oficiálnímu vládnoucímu systému a jejichž existence, postavení a odbornost jsou uznávány politickými činiteli, mají více mediálního prostoru, protože tu existuje větší pravděpodobnost, že budou novináři pokládány za serióznější než ty organizace, které jsou politickou mocí marginalizovány ať už nedopatřením, nebo z ideologických důvodů“ (Deacon 1996, 193).

5.8 Kdo ve vztahu dominuje?

Vztah mezi reportérem a jeho informačním zdrojem nabývá různých podob, jak už bylo uvedeno dříve. Může se pohybovat na škále od přátelství přes neutrální podobu až po nevraživost. Gans definoval jejich interakci jako „tanec“ nebo „přetahovanou“. Může mít ale úplně jinou podobu. Gansovo pojmenování nám ale nepoodhaluje, nakolik se jejich vztah promítá do podoby mediované události, tedy v jaké fázi zpravodajského procesu má větší vliv na podobu zprávy informační zdroj a kdy novinář. V literatuře se můžeme setkat s dvěma přístupy. První, označovaný jako „jednosměrný“, vidí ve vzájemném vztahu dominanci jedné ze stran. Jinak řečeno, buď na podobu a formu zprávy o události má mnohem větší vliv informační zdroj, nebo naopak sám novinář. Druhý model, reciproční, zdůrazňuje, že dominantní není ani jedna strana a že do konstrukce zprávy se promítá mnohem více faktorů než jen dominance jednoho z aktérů (Reich 2006, 498). Reich (2006) ale vnímá oba modely jako nedostačující a navrhuje alternativní model, který využívá obou předchozích a který je jím označován jako „procesní“.

Předtím, než rozvineme debatu o podobě alternativního modelu, je potřeba se vrátit k procesu produkce zprávy. Ve vztahu k této otázce nám může dobře posloužit McManusovo (1994) dělení zpravodajského procesu na dvě fáze: objevení události a zpracování události. V první fázi dochází k primárnímu seznámení novináře s fakty a kontextem události, k čemuž mu pomáhá informační zdroj, ve druhé potom novinář pracuje na podobě zprávy. Reich (2006) využívá tohoto modelu při své analýze vztahu mezi novináři a zdroji informací a jejich vlivem na podobu zprávy.

Výsledky jeho studie, která vycházela z rozhovorů s izraelskými novináři, potvrdily, že produkce zpráv je dvoufázový proces, při kterém se mění dominance aktéra podle toho, v jaké fázi produkce se nachází. „Informační zdroje dominují ve fázi objevení, [kdežto] reportéři ve fázi zpracování“ (Reich 2006, 509). Autor upozorňuje, že vztah novinářů a informačních zdrojů proto nekoresponduje ani s jednosměrným ani s recipročním modelem, a vzhledem k tomu navrhuje už výše zmíněný kombinovaný, procesní model. „Oproti klasické metafoře tanga informační zdroje nevedou po celou

dobu, ale mnohem častěji mají pod kontrolou úvodní fázi vyzvání k tanci, potom, co tanec začne, je to už spíše reportér, který velí a zve další aktéry na parket“ (Reich 2006, 509).

Golding a Deacon (1994) v jedné ze svých studií naznačují další možné dělení informačních zdrojů podle toho, jak je vnímají novináři. Označují je jako advokáty a rozhodce. V advokátech spatřují zdroje informací reprezentující určitý názor, často vyzdvihující důležitá témata a uchylující se ke kritice ostatních, kdežto rozhodci fungují jako experti poskytující interpretativní moc a události spíše komentují a hodnotí, než formují (Deacon 1996, 179).

5.9 Tetlockova typologie zdrojů

Když se od sociologického přístupu posuneme lehce k psychologii, pak můžeme využít zajímavý koncept amerického profesora Philipa E. Tetlocka, jenž se zabýval informačními zdroji. Během dvacetileté studie sledoval dvě stě osmdesát čtyři lidí, kteří se živí komentováním politických a ekonomických událostí, přičemž na konci studie v roce 2003 měl zaznamenáno 82 361 komentářů, z nichž například zjistil, že „čím známější a častěji využívaný [zdroj] je, tím méně spolehlivé a pravděpodobné komentáře o budoucím vývoji konstruuje (Menand 2005).

Tetlock (2005) přišel na to, proč některé informační zdroje lépe komentují či odhadují budoucí dění než jiní. Pro jejich klasifikaci si vypůjčil archetypy „lišky“ a „ježka“ z eseje Isaiaha Berlina (1953), která tvrdí, že „liška zná mnoho věcí, ježek jednu důležitou“ (Berlin 1953, 436).

Podle Tetlocka (2005) „ježci“ komentují budoucí dění s menší pravděpodobností než „lišky“, a to z toho důvodu, že „ježci [jsou] lidé, kteří ví jednu důležitou věc, jejíž výkladovou hodnotu se snaží prosadit i do jiných sfér, a kteří nemají trpělivost s těmi, kteří jí nerozumí, přičemž hýří sebejistotou, že jsou poměrně schopnými prognostiky, alespoň v dlouhodobém horizontu ... lišky [jsou naopak] lidé, kteří znají několik méně důležitých věcí, jsou skeptičtí k rozmáchlým teoriím, prognózy zakládají

spíše na kompletaci rozličných zdrojů informací a o svých prognostických schopnostech často pochybují“ (Tetlock 2005, 73).

5.10 Gansovy faktory

Jak můžeme dosud pozorovat, informační zdroje nefungují pouze jako pasivní zásobárna faktů a komentářů, ale mají ve vztahu s novinářem v některých fázích zpravodajského procesu navrch a snaží se tvarovat výslednou podobu reportáže nebo článku. Než se ale zdroje do takové pozice vypracují, musí naplnit očekávání novináře. Gans (1979) identifikuje šest hlavních důvodů, proč se novináři obracejí na daného člověka nebo instituci. Jedná se o tyto faktory (Gans 1979, 129-31):

- *Prověřenost z minulosti.* To znamená, jestli dodané informace byly kvalitní a vedly ke zpracování události. Na tomto základě se pak z nepravdělných zdrojů mohou stát zdroje pravidelné, přičemž může dojít až k tomu, že editoři takový zdroj nechtějí pouštět do vysílání, protože se objevuje moc často. V České televizi se například občas objeví interní nařízení, které po reportérech požaduje, aby jisté zdroje nějaký čas vůbec nevyužívali.
- *Produktivita.* Novináři se pochopitelně obracejí na lidi, kteří jsou schopni dodat dostatek kvalitních informací. S tím souvisí i časté využívání vysoce postavených úředníků, kteří mají přístup k takovým informacím.
- *Spolehlivost.*
- *Důvěryhodnost.* Tento faktor úzce souvisí s nedostatkem času, se kterým se novináři během pracovního procesu potýkají. Gans proto tvrdí, že novináři se obracejí na dobře známé a prověřené zdroje, u nichž se důvěryhodnost osvědčila časem a využitím v jiných reportážích. Navíc čím výše v byrokratické hierarchii informační zdroj stojí, tím lépe, protože novináři vyhledávají ty, které jsou legitimní, aby mluvily za celou instituci (Schudson 2003, 137).

- *Autorita.* Podle Ganse se novináři uchylují ke zdrojům s vysokou autoritou, protože mají pocit, že disponují větší důvěryhodností a jsou přesvědčivější ve svém projevu.
- *Dobrá vyjadřovací schopnost.* V postmoderní době se cení, pokud informační zdroj umí své odpovědi shrnout do tak zvaných „soundbites“, tedy několika velmi krátkých, srozumitelných a informačně saturovaných vět. V praxi to znamená, že reportéři České televize se snaží používat promluvy, které nepřesahují deset sekund.

6 Ženský prvek ve zpravodajství

Postmoderní svět charakterizuje vysoká saturovanost mediálním obsahem. V oblasti zpravodajství to platí dvojnásob. Zpravodajské televize a internetové servery poskytují čtyřiaadvacetihodinové kontinuální zpravodajství, a proto ještě více než v minulosti záleží na tom, koho si novináři vybírají za své zdroje informací, kolik prostoru jim dávají a v jakých lokacích natáčení probíhá.

Ve vztahu k této diplomové práci a v souvislosti s ženským prvkem ve zpravodajství se nyní zaměříme na televizní zpravodajství, které například John Fiske (1993) označuje jako maskulinní soap operu. Předcházející kapitola nám poskytla teoretický základ o vztahu novinářů a informačních zdrojů, co jejich vzájemné interakce znamenají pro společnost a jaký vliv mají na výslednou podobu zpráv. Tato kapitola se bude soustředit na užší výseč sociologie zdrojů. Analyzovat budeme problematiku ženských zdrojů informací v celosvětovém kontextu, jak je často televizní reportéři využívají, v kontextu jakých témat se ženy nejčastěji objevují, a zdali dochází k reprodukci sociálních stereotypů. Sledovat budeme několik odborných linií, které nám pomohou položit základy pro náš výzkum.

Na obecné rovině rozlišujeme tři úrovně reprezentace: typ, archetyp a stereotyp. „Typ představuje opakovanou prezentaci jeho konkrétního projevu s důrazem na posílení určité vlastnosti (atributu), která se opakuje i ve spojitosti s dalšími představiteli tohoto typu ... archetyp představuje opakující se reprezentaci, která je v dané kultuře hluboce zakořeněná ... nejčastěji se týká základních hodnot a principů společnosti, jako je přežití, život, smrt, dobro, zlo. Stereotyp představuje zjednodušenou a zkreslenou reprezentaci, která se objevuje kontinuálně po delší dobu“ (Trampota 2006, 92-93). Allan definuje stereotypy jako „standardizované mentální obrazy, které prezentují sexistické názory o ženách a jejich submisivnímu postavení v rámci symbolického prostředí, kterému dominují muži“ (Allan 2004, 132). Proto například z mnoha výzkumů vychází, že ženy jsou nejčastěji na televizních obrazovkách zjednodušeně zobrazovány jako matky nebo ženy v domácnosti.

„Stereotypní reprezentace ženy v domácnosti může představovat záběr ženy s dítětem v náručí ve dveřích bytu jako svědka zločinu nebo neštěstí v domě (tato reprezentace může posilovat stereotyp, že starost o děti přináležejí ženám)...“ (Trampota 2006, 93).

6.1. Zpravodajství a sociální stereotypy

Televizní zpravodajství se snaží co nejvěrněji odrážet skutečnou realitu, ve které lidé žijí. Vzhledem k tomu, že televize reprodukuje sociální realitu, u které se ale často smazávají rozdíly mezi skutečným a vytvořeným, by proto měla zjednodušeně řečeno přinášet rodově rovnoprávné zpravodajství. To se, jak si později ukážeme, prozatím nedaří uskutečnit, přičemž existuje několik důvodů tohoto stavu.

Média, v čele s televizí, často čelí kritice, že přispívají k reprodukci kulturních stereotypů (Tuchman, Daniels a Benet 1978, Allan 2004, Len-Ríos et al. 2005, Byerly a Ross 2006, Hooghe a Swert 2009), protože způsobem, jakým přistupují k prezentaci ženství ve společnosti, vysílají jasný signál směrem k publiku. Přestože ženy tvoří přibližně 51 procent světové populace, jejich zastoupení ve zpravodajství tomu rozhodně neodpovídá (Lieber a Smith 1997, Zoch a Turk 1998, Armstrong 2004, Craft a Wanta 2004, Gallagher 2006, Armstrong 2006, Vochovcová 2008, Hooghe a Swert 2009).

„Pokud zpravodajská média opomíjejí názory soudkyň, poslankyň nebo úspěšných podnikatelek, ale vždy informují o zločinech spáchaných na ženách, pak se nesmíme divit pocitům publika, že ženské pohlaví zastává ve společnosti pouze podřadné role a nedůležité pracovní pozice“ (Byerly a Ross 2006, 40).

Nejčastěji se zpravodajství potýká s těmito výtkami:

- muži jako zdroje informací dominují zpravodajství;
- ženy jsou jako zdroje informací využívány hlavně u takzvaných „soft“ témat;
- muži fungují jako dobře informované, poučené zdroje, ženy už méně;
- muži mají prominentnější postavení v mediálním obsahu a jejich promluvy bývají delší.

I když se na první pohled můžeme domnívat, že na mediální instituce se snáší pouze vlna kritiky, snaží se feministické kruhy hledat i pozitivní trendy. Byerly a Ross (2006) vidí na poli reprezentace žen v posledních třiceti letech změny k lepšímu. Média se podle nich více věnují ženským otázkám a snaží se zapracovat ženský pohled na svět do zpravodajství. Tento názor potvrzují výsledky belgické studie mezi lety 2003 a 2007, podle které „můžeme pozorovat, že [televize] mají tendenci věnovat větší pozornost „ženským“ tématům“ (Hooghe a Swert 2009, 18).

6.2. Dominance mužů ve zpravodajských obsazích

Přestože více než polovinu světové populace tvoří ženy, jejich reprezentace v mediálních obsazích tomu neodpovídá. V souvislosti s trivializací role žen ve společnosti a nízkým zastoupením na televizní obrazovce hovoří Tuchmanová, Daniels a Benet (1978) doslova o „symbolickém vyhlazení“³. Tento úsudek o televizi vztahují jak na zpravodajství, tak na dramatickou tvorbu. Vychází přitom z teze, že média odráží sociální realitu, a proto sledování masových médií může u publika vytvářet mylné závěry o roli žen ve společnosti. „Relativně málo žen je zobrazováno [na televizní obrazovce], přestože tvoří 51 procent populace a přes 40 procent pracovní síly. Tyto pracující ženy jsou často navíc zobrazovány nevhodně. Ostatní jsou pak trivializovány: Jsou prezentovány jako ozdoby, které potřebují být ochraňovány nebo jsou odsouzeny zůstat pod ochrannou domácností prostředí. Stručně řečeno, jsou vystaveny symbolickému vyhlazení (Tuchman, Daniels a Benet 1978, 8).

Stereotypní vyobrazení žen v médiích a s tím související účinky na publikum patří k hlavním tématům, jimiž se od šedesátých let dvacátého století zabývají feministické badatelky. V osmdesátých letech téhož století na toto téma prováděla několik výzkumů Gallagherová, která došla v době takzvané „studené války“ k zajímavým výsledkům porovnávajícím demokratickou západní a socialistickou východní Evropu. Gallagherová identifikovala podobný přístup při reprezentaci a zastoupení žen v mediálních obsazích.

³ Z anglického originálu: „symbolic annihilation“.

„Ženy jsou v médiích nedostatečně zastoupené, a to jak v mediálních institucích, tak v mediálních obsazích. Pokud se ženy v mediálních obsazích objeví, bývají mladé, hezké a blíže určené ve vztahu k manželovi, otci, synovi, šéfovi nebo jinému muži a vyobrazeny bývají jako pasivní, submisivní, nerozhodné a závislé“ (Zoonen 1994, 17). Podle Patricie Hollandové nejčastěji mají role žen v domácnosti, matek nebo svědkyň nějakých činů, případně nejmenovaných zdrojů informací (Holland 1998).

Pravděpodobně dosud nejrozsáhlejší celosvětový projekt sledující postavení žen ve společnosti a v mediální sféře, Global Media Monitoring Project, od roku 1995 zastřešuje World Association for Christian Association a produkuje zajímavá čísla. Přestože mediální odborníci poukazují na metodologické nedostatky (Hooghe a Swert 2009), jedná se dosud o nejrozsáhlejší studii, které se daří dlouhodobě tuto oblast analyzovat⁴.

První analýza v roce 1995 zjistila, že reprezentace žen v televizním zpravodajství je silně podprůměrná. Ženy tvořily pouze 21 procent všech informačních zdrojů, muži pak zbývajících 79 procent. O pět a následně deset let později studie došla k téměř identickým závěrům, čísla se lišila o zanedbatelné procento: ženy 22 procent, muži 78 procent z celkového počtu zdrojů informací. V případě novin a rádií byly výsledky prakticky srovnatelné (Gallagher 2006, 22). K podobným výsledkům došlo mnoho dalších analýz řešících zastoupení žen jako informačních zdrojů v mediálních obsazích (Tuchman, Daniels a Benet 1978, Lieber a Smith 1997, Armstrong 2004, Craft a Wanta 2004, Armstrong 2006, Hooghe a Swert 2009), například analýza tří metropolitních amerických deníků v roce 1998 prokázala, že „téměř sedm z deseti použitých zdrojů [v novinových článcích] byli muži: 2 466 neboli 68 procent“ (Zoch a Turk 1998, 769). Jiná studie, kterou provedli belgičtí mediální odborníci v roce 2009, tento trend potvrdila s tím, že ale procentuální zastoupení žen v belgickém televizním

⁴ V roce 2005 se Global Media Monitoring Project účastnilo 76 zemí, ve kterých se celkem analyzovalo 12 893 zpravodajských příspěvků. Autoři identifikovali 25 671 aktérů zpráv, tedy lidí, kteří promlouvají, nebo se o nich mluví.

zpravodajství roste a že „při tomto tempu by mohlo zpravodajství v Belgii být genderově rovnoprávné někdy kolem roku 2035“ (Hooghe a Swert 2009).

V českém prostředí se rodovému zastoupení ve zpravodajských obsazích věnuje Tomáš Trampota, který analyzoval vysílání tří českých celoplošných stanic. „U všech tří stanic byla odhalena výrazná dominance promluv mužů. Při srovnání výsledků dosažených při počítání frekvence výskytu je dominance mužských zdrojů nejvýraznější u České televize (muži: 82 %, ženy: 18 %), kde muži jsou mluvčími u více než čtyř pětín všech promluv“ (Trampota 2004, 109). S procentuálním zastoupením souvisí i délka promluvy, která byla podle Trampoty (2004) u žen kratší než u mužů (ženy: 8,2 vteřiny, muži: 8,6 vteřiny).

Dosud jsme na tomto místě řešili kvantitativní vyjádření informačních zdrojů podle jejich pohlaví, a to bez přihlídnutí na pohlaví reportéra. Mediální odborníci se proto v některých studiích nezaměřují pouze na pohlaví zdrojů, ale i samotných novinářů. Studie mající za cíl prokázat, jestli pohlaví reportéra či reportérky ovlivňuje selekci informačních zdrojů, poskytují protichůdné výsledky. Na jedné straně analýzy tvrdí, že pohlaví reportéra či reportérky neovlivňuje selekci (Liebler a Smith 1997, Hooghe a Swert 2009), na druhé straně jsou studie, podle kterých větší, či menší efekt existuje (Zoch a Turk 1998, Craft a Wanta 2004, Armstrong 2004, Gallagher 2006).

Nejprve se zaměříme na analýzy, jejichž výsledky nepotvrdily, že by pohlaví novináře či novinářky mělo vliv na selekci informačních zdrojů. Liebler a Smith (1997) kódovali 159 zpravodajských příspěvků tří hlavních amerických televizí, přičemž došli k závěru, že pohlaví reportéra nemá na gender zdroje vliv. „Žádné významné rozdíly nebyly nalezeny mezi reportéry a reportérkami, co se týče používání informačních zdrojů podle genderu, ačkoliv bylo trochu pravděpodobnější, že se informační zdroj ženského rodu objeví v reportáži [zpracované ženou]“ (Liebler a Smith 1997). Stejně hovoří i novější belgická studie, podle které není vliv pohlaví na výběr nijak závažný. „V odvysílaných pořadech natočených reportérkami jsou zdroje informací ženského rodu používány častěji, ale rozdíl [oproti mužům] je tu velmi omezený“. Přítomnost alespoň jednoho zdroje ženského rodu ve zpravodajském příspěvku autoři

identifikovali u reportérek ve 43,3 procentech případů, u reportérů pak ve 40,3 procentech (Hooghe a Swert 2009, 17-18).

Zoch a Turk (1998) ale naopak konstatují, že pravděpodobnost výskytu informací připisovaných ženským zdrojům je vyšší, pokud událost zpracovává novinářka. „Reportérky inklinují více než jejich mužští protějškové k používání žen jako zdrojů informací. Více než jedna čtvrtina (26,5 %) z těchto zdrojů použitých v 280 příspěvcích, které produkovaly reportérky, jsou ženy. Naopak v 592 příspěvcích vytvořených reportéry to bylo jenom 18,9 procent“ (Zoch a Turk 1998, 771). K téměř totožným výsledkům došel i Global Media Monitoring Project v roce 2000 a 2005, kdy na základě analýzy konstatoval, že „ve zpravodajství se objevují ženské aktérky častěji, pokud událost reportují ženy (25 %) než muži (20 %)“ (Gallagher 2006, 19). Vliv pohlaví novináře či novinářky na selekci informačních zdrojů potvrzuje i další analýza 18 amerických deníků (Armstrong 2004), přičemž ale přiznává, že není zřejmé, proč se tomu tak děje. Mezi důvody tohoto stavu uvádí například, že reportérky se snaží vyhledávat ženy, protože si uvědomují jejich absenci ve zpravodajství, nebo že existuje logický vztah – reportérka rovná se informační síť tvořená převážně ženami (Armstrong 2004, 149). Jistou roli jistě hrají i témata, která ženy zpracovávají. Z výzkumů vyplývá, že reportérky nejčastěji pracují na takzvaných soft-tématech, u kterých lze očekávat vyšší koncentraci ženských informačních zdrojů, a tudíž se aktérky procentuálně objevují ve zpravodajství častěji.

Otevřená zůstává otázka, proč se vědecké studie na toto téma liší tak radikálně ve svých výsledcích. Důvodů existuje několik a týkají se především institucionální a profesní roviny žurnalistiky. Například práci reportérky kontrolují editoři, kteří mají nemalý vliv na podobu reportáže a kteří mohou rozhodovat (samozřejmě na základě diskuze) o použití informačních zdrojů. Zpravodajské televize mají svá vlastní pravidla pro tvorbu příspěvků (ty reflektují mužské zpravodajské hodnoty), redakcím většinou stále ještě dominují muži, oboje pak pochopitelně formuje vnímání a zkušenosti reportérky.

V kontextu této kapitoly je vhodné zmínit zajímavý fakt, ke kterému došel výzkum na vzorku tří amerických televizních stanic (Liebler a Smith 1997). Analýza totiž naznačuje, že reportérky používaly ve svých reportážích jako první synchron ženský informační zdroj, a to v 18,4 procentech případů, přičemž u reportérů to bylo jen 11,4 procenta. Přesto tento závěr není zatím nijak směrodatný a je potřeba hypotézu o tom, jestli reportérky dávají ženským zdrojům informací prominentnější místo v reportáži než muži, dále vědecky rozpracovat.

Autor diplomové práce, který čerpá ze zkušenosti s přípravou reportáží pro zpravodajství České televize, se však domnívá, že v praxi vše funguje trochu jednodušeji. Nedostatek času a jiné profesní tlaky reportérce či reportérovi poskytují malou šanci přemýšlet nad tím, jestli bude první v reportáži mluvit žena, nebo muž. Důležitějším faktorem je spíše, jakou informaci aktér podává a jestli je schopen srozumitelně, věcně a stručně podpořit téma reportáže, a to bez ohledu na pohlaví. Větší váhu institucionálních než individuálních faktorů na rozhodování žurnalistů při výběru zdrojů přikládají i Liebler a Smith (1997).

Dále existují dvě perspektivy, které řeší zpravodajské hodnoty na základě pohlaví. Na jedné straně funguje takzvaný genderový model, který předpokládá, že reportérky a reportéři přinášejí do redakcí specifickou sadu profesních hodnot, a to ve vztahu k lingvistickému stylu, tónu a použití zdrojů, přičemž jsou tyto rozdíly pozorovatelné spíše v menších redakcích (Ross 2007, 455), na druhé straně tu je takzvaný profesní model, podle kterého jsou obě pohlaví rovnoměrně socializována dominantními hodnotami a vzorci pravidel, charakteristickými pro danou redakci (Hooghe a Swert, 14), přičemž se častěji jedná o větší instituce s převahou mužů, kteří razí konformistický pohled na svět, produkující rutinní rámování zpravodajství (Ross 2007, 455). Podporu profesnímu modelu v redakcích nepřímo dává i studie amerických televizí, ve které autoři naznačují, že i přes „existenci rozhodujícího podílu reportérek [v redakcích], jejich přítomnost nevedla k rozdílným způsobům zpracování reportáží] v analyzovaném vzorku: reportérky i reportéři těchto stanic točili o politických událostech v téměř stejném stylu“ (Liebler a Smith 1997).

Pokud se lehce od zpravodajství přikloníme k publicistice, můžeme pozorovat podobný model selekce zdrojů informací. V polovině osmdesátých let dvacátého století se Croteau a Hoynes pokusili ilustrovat efekt dominance mužů v mediálním průmyslu na strukturu informačních zdrojů v pořadu News Nightline americké televize ABC. V kontextu druhé poloviny osmdesátých let dvacátého století, kdy autoři studie analyzovali 865 dílů pořadu a 2498 hostů, výsledky nepřinesly překvapující závěry. „Během čtyřiceti měsíců se [na obrazovce] objevilo 2498 hostů, z nichž 2 239 neboli 90 procent byli muži ... devět z deseti hostů diskutujících o mezinárodních otázkách, domácí politice nebo hospodářství byli muži. Číslo značně pokleslo pouze, když se pořad věnoval sociálním otázkám, tedy zdraví, vzdělání, náboženství nebo rodině“ (Croteau a Hoynes 1992, 156). Autoři rovněž upozornili na fakt, že pořad News Nightline je nedostatečně vyvážený rasově či třídně, protože velkou většinou komentovali události vysoce postavení, bílí, vzdělaní muži, kteří svými názory podporují obvykle ideologii vládnoucí třídy.

6.3. Ženy jako zdroje informací pro „soft“ témata

Odborné studie mediálních institucí a jejich výstupů prokázaly v předchozích kapitolách, že po stránce kvantitativní jednoznačně převažují informační zdroje mužského rodu ve zpravodajství. Dominanci mužů lze posuzovat i na základě kvalitativního aspektu. To znamená, která témata jsou obvykle reportérkám připisována, což následně ovlivňuje i obraz zdrojů informací a to, jak publikum vnímá jejich společenské postavení. Mezi mediálními odborníky a vědci převažuje názor, že reportérky jsou nejčastěji využívány pro takzvaná „soft“ témata, mezi něž řadíme vzdělání, sociální témata nebo otázky spojené s rodinou a výchovou dětí (Craft a Wanta 2004, Armstrong 2004). Pokud vycházíme z premisy, že reportérky používají častěji ženské informační zdroje, potom tu vzniká implikace, že ženy se na televizní obrazovce nejčastěji objevují rovněž ve spojení se „soft“ tématy, a tudíž může vznikat představa, že mají méně důležité postavení ve společnosti.

Craft a Wanta (2004) potvrzují, že v redakcích, kde dominují reportéři, je tendence k tomu, aby právě oni zpracovávali politická témata, přičemž reportérky ve stejné

redakci mívají na starost oblast vzdělání a občas ekonomické otázky. „[V takových redakcích] jsou tudíž odměňováni reportéři, protože se dostávají k tématům, která jsou vnímána jako prestižní“ (Craft a Wanta 2004, 135).

Převážná většina studií na toto téma konstatuje, že tu existuje jasné vymezení u témat, která zpracovávají muži a která reportují ženy (Craft a Wanta 2004, Hooghe a Swert 2009). V případě komparativní analýzy 159 zpravodajských příspěvků čtyř amerických televizí - ABC, CBS, NBC a CNN - došli Liebler a Smith (1997) k závěru, že „ženské zdroje informací se pravděpodobněji objeví v reportážích o sociálních tématech než u jakéhokoliv jiné záležitosti“, přičemž identifikovali, že „obě pohlaví přibližně rovnoměrně zpracovávala ekonomická témata a otázky týkající se vlády, přesto 53 procent zpráv dotýkajících se sociálních záležitostí v těchto dvou oblastech pokrývaly reportérky, zatímco 86 procent zahraničně-politických událostí [tamtéž] naopak muži“ (Lieber a Smith 1997).

V případě analýzy belgického televizního zpravodajství se zase potvrdilo, že „ve zpravodajských příspěvcích s ženskými tématy byla šance, že se v nich žena objeví jako informační zdroj o 92 % vyšší než v jiných příspěvcích“ (Hooghe a Swert 2009, 18). Pokud si pomůžeme studiemi tištěného zpravodajství, potom se dopátráme obdobných výsledků. Kvantitativní obsahová analýza osmnácti amerických deníků vysledovala, že „novinářky jsou mnohem častěji úkolovány „soft“ zpravodajstvím nebo tématy s hlubokým lidským příběhem, zatímco novináři častěji dostávají za úkol zpracovat hard news“ (Armstrong 2004, 149).

V kontextu tematického zarámování můžeme sledovat ještě rovinu domácího a zahraničního zpravodajství. V roce 2005 byla větší pravděpodobnost, že se ženy objeví jako zdroj informací u domácího zpravodajství, a to v 19 procentech případů, než u zahraničního, přibližně v jedné osmině případů. Jako důvod se uvádí struktura témat, kdy domácí či lokální zprávy se častěji věnují „soft“ tématům, ve kterých ženy vystupují častěji. Navíc muži fungují jako dobře informované, poučené zdroje, ženy už méně (Gallagher 2006).

Global Media Monitoring Project mezi lety 1995 až 2005 vysledoval stejný model, kdy nejmenší pravděpodobnost ženy jako aktérky ve zpravodajském příspěvku byla u politických témat, vlády a ekonomických záležitostí. „Pozitivní je, že proporční zastoupení v těchto oblastech se od roku 1995 zdvojnásobilo ... stále ale platí, že v roce 2005 tvořily ženy pouze 14 procent informačních zdrojů v politických zprávách a 20 procent u ekonomických témat“ (Gallagher 2006, 33).

Pro přehlednost a podrobnost přikládáme výsledky výzkumu Global Media Monitoring Project, který sledoval gender u zdrojů informací ve zpravodajských příspěvcích v roce 2005:

Tabulka 1: Gender zdrojů a jejich zastoupení ve vybraných kategoriích v roce 2005 (v %)

	Ženy	Muži
Rodina	49	51
Zločin	36	64
Společnost, celebrity	34	64
Vzdělání, péče o děti	34	64
Zábava	33	67
Politika (domácí)	15	85
Politika (zahraniční)	13	87
Ekonomika, byznys	12	88
Věda, technologie	12	88
Politika (obrana, armáda)	10	90

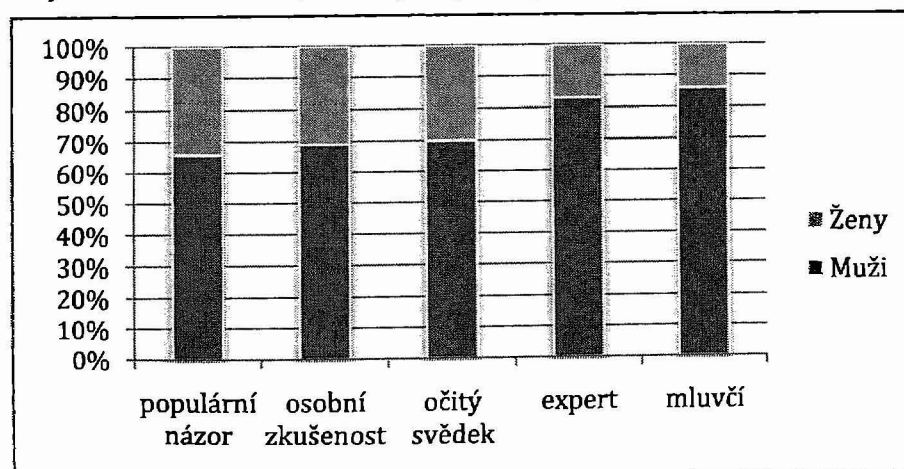
Zdroj: Gallagher 2006, (vlastní úprava tabulky).

6.4. Muži jako dobře informované a poučené zdroje

Téma této podkapitoly má úzké napojení na dominanci mužů ve zpravodajství a na zobrazování žen v kontextu „soft“ témat. Navíc v sociologii zdrojů platí, že novináři si nejčastěji volí za informační zdroje vysoce postavené úředníky, vládní ministry, poslance a další aktéry politického a ekonomického života (Gans 1979, Zoch a Turk 1998, Sigal 1999). Přestože se v posledních několika desetiletích zlepšilo zastoupení žen v politice, ekonomice nebo vědě, stále bohužel platí, že vysoké posty zastávají většinou muži. V kombinaci s vysokým počtem mužů-novinářů v redakcích, kteří většinou inklinují k vyhledávání zdrojů na základě zkušeností, vzdělání, genderu a společenského postavení, pak dochází k tomu, že muži budou jako informační zdroje přiřazováni k důležitým událostem a naopak ženy se budou objevovat v méně prestižním světle. Carolyn Byerly a Karen Ross (2006) označují tento uzavřený kruh zdvojování jako „buddy-buddy world“.

„Souhrnný obraz potvrzuje tradiční genderový model, kdy muži ve zpravodajství vystupují jako autority, mluvčí a experti. Ženy pak plní více soukromé funkce: [například] hovoří z vlastní zkušenosti nebo jako očití svědci“ (Gallagher 2006). Pro podrobnější ilustraci tohoto stavu nám pomůže graf pod tímto textem, který zachycuje funkce aktérů ve zpravodajství na základě genderu v roce 2005:

Graf 1: Role aktérů ve zpravodajství podle genderu



Zdroj: Gallagner 2006 (vlastní úprava grafu).

Studie Cory L. Armstrongové (2006) poukázala na fakt, že když se muži v roli profesionálů a veřejných činitelů objeví ve zpravodajských příspěvcích, pak je pravděpodobnější, že se v nich objeví ženské zdroje informací stejného společenského a profesního postavení. Nicméně stále bohužel platí, že celkově se muži objevují na těchto pozicích ve zpravodajství častěji. „Když muž a žena pracují na stejné pozici, je stále pravděpodobnější, že bude vybrán jako zdroj informací muž“ (Armstrong 2006, 77).

Stav, kdy muži hrají ve zpravodajství roli poučených a expertních postav a ženy naopak fungují buď jako doplňující hlas, nebo vysvětlují události z osobních pozic či pozice očitého svědka, jenom utvrzuje v očích recipientů mediálního obsahu pokřivený obraz reality o postavení žen ve společnosti. „Výsledkem toho je, že přenášená sociální realita upevňuje nižší společenský status žen ve vztahu k mužským protějškům“ (Armstrong 2004, 140).

6.5. Prominentní postavení mužů ve zpravodajských obsazích

Submisivní postavení žen ve zpravodajství můžeme pozorovat i ve struktuře reportáží nebo novinových článků. Obecné pravidlo je, že nejdůležitější zprávy se ve scénářích vkládají na přední místa, stejné pravidlo platí i pro noviny, kde nejdůležitější články patří na titulní stranu. Podobně funguje i struktura reportáží, kde fakta vkládáme podle důležitosti, tedy nejdůležitější umístíme do prvního asynchronu reportáže a méně důležitá do následujících, přičemž ve stejném pořadí se vkládají i synchrony neboli promluvy aktérů události. Odborné studie prokázaly, že ženské zdroje informací obvykle mají menší prostor pro vyjádření, jejich promluvy v televizním zpravodajství jsou časově kratší (Len-Ríos 2005, Trampota 2004), a v reportážích jsou zařazovány spíše v méně důležitých částech příspěvku.

V případě již zmiňované studie belgických televizních stanic autoři pozorovali, že „ženy se méně objevují v nejdůležitějších zprávách, a naopak častější je jejich prezentace v závěrečných tématech zpravodajského vysílání“ (Hooghe a Swert 2009, 18). Podobná situace panuje i na poli tištěného zpravodajství. Přestože diplomová

práce má za cíl sledovat televizní zpravodajství, zmínka výzkumů týkajících se tisku pouze rozšíří pomyslný obzor práce.

Případy tištěného zpravodajství v souvislosti s postavením zdrojů a délkou promluv rovněž potvrzují prozatím zažité pravidlo, že muži mají prostoru k vyjádření názoru více. Výzkumy prokázaly, že ženské promluvy na titulních stranách a v prominentních částech novin nejsou rozhodně tak časté jako mužské (Zoch a Turk 1998, Armstrong 2004).

V případě tištěného zpravodajství potom prokázaly, že ženské promluvy jsou méně časté na titulních stranách a v prominentních částech novin. Citace, pokud už se v takových místech objeví, bývají kratší. Obecně funguje, že ženské aktérky událostí, které jsou zpracovávány pro titulní nebo jinak důležitou stranu novin, se obvykle objevují v článcích později než muži (Zoch a Turk 1998, Armstrong 2004).

Předchozí část práce ukazuje, jakými směry se mediální odborníci vydávají v sociologii zdrojů ve vztahu k genderu. My jsme se pokusili zachytit alespoň čtyři nejdůležitější aspekty této problematiky a na příkladu odborných analýz ukázat, jaká je současná situace v praxi. Pochopitelně mediální studie sledují i jiné aspekty sociologie zdrojů: například vliv editorek na agenda-setting tištěného zpravodajství, přesněji řečeno, zdali existuje nějaký rozdíl mezi agenda-settingem redakcí s významným podílem žen ve vedení (editorek) a mezi těmi, kde jich je méně (Craft a Wanta 2004). Výsledky obsahové analýzy třiceti tištěných titulů naznačují, že „editorky mají vliv v rámci redakcí [na podobu zpravodajství],“ přičemž vyvstaly dva jasné trendy:

„Za prvé, noviny s vysokým procentuálním zastoupením žen ve vedoucích pozicích mají tendenci pokrývat události v mnohem pozitivnějším světle. To může být kvůli tomu, že v redakci s převahou mužů se pracuje s tradičními zpravodajskými hodnotami zdůrazňujícími konflikt nebo negativní zprávy ... za druhé, reportérky a reportéři [obvykle] zpracovávali podobnou agendu pouze v případě, že pracovali pro noviny s vysokým zastoupením žen ve vedoucích pozicích ... logicky, editorky cítí

sympatie k reportérkám, protože v mnoha případech čelily stejným potížím během jejich kariéry. Tyto sympatie [nejspíš] vedou editorky k tomu, že reportérky řadí na stejnou pracovní a [tematickou] úroveň s reportéry, což je něco, co by se v redakcích s převážnou většinou mužů nemohlo stát“ (Craft a Wanta 2004, 135).

Pokud se ještě vrátíme k zdrojům informací, tak dosud jsme se setkávali s tím, že většinu důležitých událostí, týkajících se politiky a ekonomik, komentovali mužské informační zdroje. Vedle této nereprezentativnosti v této oblasti, ale Karen Ross v knize „Women, Politics and Media“ v roce 2002 zmiňuje další negativní konotaci. Když už jsou ženy-političky v médiích reflektovány, pak to v kontrastu s jejich mužskými protějšky není vždy férové, podle ní totiž političky čelí častěji zesměšnění, přičemž novináři mají spíše vyzdvihovat klady mužů-politiků a u žen naopak ukazovat jejich slabiny (Byerly a Ross 2006).

7 Vlastní výzkum

7.1. Úvod

Výzkumná část diplomové práce se soustředila na analýzu mediálního obsahu produkovaného televizí. V porovnání s tiskem, rozhlasem a internetovým zpravodajstvím má televize jednoznačně nejsilnější postavení (Fiske 1993, Postman 1999). Televizní vysílání konstruuje naši kulturní zkušenost (Fiske 1993, Williams 1975) a v lidských životech hraje ústřední roli (de Carteau 1988, Saenz 2004). Saenz zdůrazňuje, že „sledování televize poskytuje divákovi prominentní příležitost při konstrukci kulturní zkušenosti“ (Saenz 2004, 573). Silné postavení televizního zpravodajství ve společnosti, zejména pak dominanci mezi ostatními médii, potvrzují i výzkumy jeho konzumace. „Bezmála dvě třetiny dotázaných sledují pravidelně Televizní noviny na Nově (65 %), téměř polovina (48 %) Události na ČT1 a více než pětina (22 %) hlavní zpravodajskou relaci TV Prima“ (CVVM 2004, 2).⁵ Ve výzkumech konzumace médií jsou vždy zpravodajské pořady českých televizí na prvních místech, až za nimi se řadí rozhlas a noviny.

Pro náš výzkum jsme vybrali Události, které představují stěžejní zpravodajský pořad programového schématu České televize. Jsou vysílané v prime-time: v roce 1993 v 19:00, v roce 2001 v 19:15 a v roce 2009 se potom opět vrátily na 19:00. Události jsme vybrali kvůli faktu, že mají díky zařazení v prime-time rozsáhlé publikum. Z průzkumů sledovanosti vyplývá, že obvykle se na ně dívá od devíti set tisíc do jednoho milionu sto tisíc diváků. Rozdíl ve sledovanosti můžeme pozorovat mezi všedními dny a víkendy, zejména v neděli je sledovanost Událostí většinou nejvyšší.⁶

Cílem diplomové práce je prověřit, zdali stále platí nepsané pravidlo „veřejného muže“ a „soukromé ženy“ (Trampota 2006). Domníváme se, že během dvacetileté existence

⁵ Centrum pro výzkum veřejného mínění se dotazovalo 889 respondentů, přičemž měli možnost uvést tři odpovědi, takže konečný součet byl 300%.

⁶ <http://www.ct24.cz/media/vse-o-ct24/sledovanost-ct/>

samostatné České republiky se zastoupení žen ve zpravodajství, a to jako informačních zdrojů, zvýšilo. Důvodů můžeme hledat několik. Více žen se pohybuje v politice a zejména pak byznysu, přičemž se prosazují do vyšších pozic. S tím souvisí i jejich schopnost hrát aktivní roli při nastolování společenských témat a vymanění se z role matek a žen v domácnosti. Současně lze pozorovat, že mnoho odborníků se přiklání k názoru, že s rostoucím počtem novinářek v redakcích médií se zvyšuje frekvence ženských promluv (Armstrong 2004, 2006, Craft a Wanta 2004).

7.2. Použité metody

Pro výzkum jsme použili metodu kvantitativní a kvalitativní obsahové analýzy (Wimmer a Dominick 2006, Berger 2004, Schulz et al. 1993), přičemž kvantitativní analýza nám posloužila při získání dat pro zodpovězení hypotézy jedna, dvě a čtyři, a kvalitativní pro zodpovězení hypotézy tři, u níž bylo potřeba zjistit kontextové a situační zarámování promluv.

7.3. Sběr dat

Analyzovali jsme roky 1993, 2001 a 2009. Zvolenou metodou byl konstruovaný týden (Wimmer a Dominick 2006), pomocí něhož jsme získali reprezentativní vzorek čtrnácti dní. Došlo tím k rovnoměrnému rozložení na pracovní dny a víkendy a podařilo se tím eliminovat fakt, že odlehčující témata se mohou častěji objevovat o víkendech. Mnoho odborných studií uvádí, že existuje korelace mezi zpravodajskými obsahy se zábavnou a lehčí tematikou a vyšším počtem žen jako informačních zdrojů.

Zkoumanou jednotkou byla promluva informačního zdroje ve zpravodajském obsahu, například reportáži, živém vstupu nebo krátké zprávě. Promluvou pro potřeby této práce rozumíme osobu na televizní obrazovce, která divákovi sděluje nějakou informaci a která jakoby promlouvá k redaktorovi za kamerou. Informační zdroj do zpravodajského příspěvku zařazuje podle svého uvážení reportér či reportérka, přičemž promluva bývá nejčastěji z obou stran ohraničena promluvami jiných zdrojů či promluvou samotného novináře či novinářky.

Výzkum sledoval zpravodajský obsah v podobě, jak byl vysílán z televizní obrazovky. V žádném případě se neřešila recepce publikem a jeho případné efekty.

Pro zpracování dat jsme použili analytický program Statistical Package for the Social Sciences⁷ a Excel.

7.4. Definice hypotéz

V průběhu druhé poloviny dvacátého a na začátku jedenadvacátého století se na základě odborných studií ustálila představa, že muž v médiích komentuje především politiku, ekonomiku a veřejný prostor, kdežto žena naopak zaujímá stanoviska k rodině, výchově nebo zábavě. Cílem této práce je dokázat, že se role obou pohlaví v mediálních obsazích pomalu vyrovnávají. K tomu, abychom zachytili postupný vývoj přístupu žen jako informačních zdrojů do zpravodajství České televize, jsme definovali následující hypotézy:

Hypotéza 1: Frekvence promluv žen jako informačních zdrojů ve zpravodajských obsazích pořadu Události bude v roce 2009 vyšší, než tomu bylo v roce 1993 a 2001.

Hypotéza 2: Rozdíl mezi délkami promluv žen a mužů jako informačních zdrojů (ve vteřinách) ve zpravodajských obsazích pořadu Události bude v roce 2009 menší, než byl v roce 1993 a 2001.

Hypotéza 3: Promluvy žen jako informačních zdrojů ve zpravodajských obsazích pořadu Události se budou v roce 2009 častěji objevovat v tematickém zarámování politiky, ekonomiky a byznysu, než tomu bylo v roce 1993 a 2001.

Hypotéza 4: Promluvy žen jako informačních zdrojů ve zpravodajských obsazích pořadu Události budou v roce 2009 častěji na předních pozicích v daném příspěvku (tedy vnímané jako důležité), než tomu bylo v roce 1993 a 2001.

⁷ V současnosti je analytický program SPSS označován jako PASW (Predictive Analytics Software).

7.5. Deskripce analyzovaného pořadu

Pořad Události během osmnácti let své existence prošel vývojem. V roce 1993 byla jeho stopáž mezi dvaceti až pětadvaceti minutami a vysílán byl v 19 hodin, přičemž z našeho výzkumu vyplynulo, že polovina analyzovaných reportáží neměla žádný informační zdroj a hlavní roli hrál reportér. To je v ostrém kontrastu s dalšími roky, kdy takové reportáže pomalu ustoupily a na obrazovce byl daleko vyšší počet příspěvků s takzvanými „talking heads“. V roce 2000 Události měly třicet minut a vysílací čas se posunul na 19 hodin a 15 minut. Souboj s konkurenčními televizemi o zpravodajský prime-time v roce 2009 vrátil čas vysílání zpět na 19 hodinu, přičemž stopáž pořadu se prodloužila na 35 minut. S delší stopáží se pochopitelně zvětšuje prostor pro méně důležitá, regionální či zábavná témata, čímž se za prvé zvyšuje diverzita poskytovaného obsahu a za druhé vzniká větší prostor tématům, u nichž častěji můžeme najít promluvy žen.

8 Výsledky výzkumu

Výzkum sledoval 42 vydání pořadu Události, vysílaných v roce 1993, 2001 a 2009, u nichž bylo napočítáno 955 zpravodajských příspěvků, které zahrnovaly reportáže s informačními zdroji i bez nich, živé vstupy reportérů s aktéry událostí, krátké čtené zprávy nebo rozhovory. Z celkového počtu 955 zpravodajských příspěvků jich bylo s promluvami žen a mužů nakódováno 281 v roce 1993, 207 v roce 2001 a 272 v roce 2009. Na první pohled paradoxní se zdá být vysoký počet příspěvků v roce 1993, přestože stopáž byla tehdy nejkratší. Vysvětlením je vysoký počet velmi krátkých zpráv a reportáží, které ani neobsahovaly takzvané „talking heads“, kdežto v dalších dvou analyzovaných letech se poměr obrátil. Editoři do zpravodajství zařazovali více delších reportáží s informačními zdroji. Počet nakódovaných promluv žen a mužů jako informačních zdrojů byl 1411.

8.1. Hypotéza 1

První hypotéza měla za cíl zjistit, zdali frekvence promluv žen jako informačních zdrojů ve zpravodajských obsazích pořadu Události byla v roce 2009 vyšší než v roce 1993 a 2001. Výzkum prokázal, že zastoupení žen ve zpravodajských obsazích jak v číselném, tak v procentuálním vyjádření vzrostlo. Z výsledků vyplynulo, že procentuální zastoupení žen jako informačních zdrojů v roce 1993 bylo 6,5 %, v roce 2001 19,6 % a v roce 2009 19,5 %. V číselném vyjádření potom: 13 (rok 1993), 84 (2001) a 153 (2009).

Tabulka 2: Zastoupení promluv žen a mužů (v %)

	Ženy	Muži
1993	6,5	93,5
2001	19,6	80,4
2009	19,5	80,5

8.2. Hypotéza 2

Výchozím předpokladem druhé hypotézy bylo, že rozdíl mezi délkami promluv žen a mužů jako informačních zdrojů (ve vteřinách) bude v roce 2009 menší než v roce 1993 a 2001. Vycházeli jsme z toho, že v roce 2009 budou ženy ve zpravodajských obsazích nejen častěji promlouvat, ale že se jejich promluvy budou svou délkou přibližovat promluvám mužů. Při srovnání jednotlivých let se délka promluv ve vteřinách u žen zkracovala z 10,9 v roce 1993 na 8,1 vteřiny v roce 2009, přičemž k mnohem většímu zkrácení došlo u mužů. V roce 1993 byl rozdíl mezi promluvami žen a mužů 8,1 vteřiny, v roce 2001 pak 1,2 vteřiny a z analýzy roku 2009 vyplynulo, že obě pohlaví měla stejně velký prostor ve zpravodajském příspěvku, číselně vyjádřeno: 8,1 vteřiny.

Tabulka 3: Délka promluv (ve vteřinách)

	Ženy	Muži	Celkem
1993	P: 10,9 M: 6 Max: 50	P: 19 M: 15 Max: 100	18,5
2001	P: 8,1 M: 7 Max: 20	P: 9,3 M: 9 Max: 121	9,1
2009	P: 8,1 M: 7 Max: 28	P: 8,1 M: 8 Max: 23	8,1

Poznámka: Průměrná délka promluvy ve vteřinách (P), medián (M) a maximální hodnota naměřená v daném roce (Max).

8.3. Hypotéza 3

U třetí hypotézy jsme vycházeli z výzkumů, které potvrzovaly dlouhodobé stereotypní zobrazování žen ve zpravodajských obsazích. To znamená, že muži jsou častěji zobrazováni v kontextu politiky a byznysu, kdežto ženám přísluší komentování rodiny či výchovy. V tomto případě jsme se tedy snažili sledovat, zdali se promluvy žen jako

informačních zdrojů budou v roce 2009 častěji objevovat v tematickém zarámování politiky, ekonomiky a byznysu, než tomu bylo v roce 1993 a 2001.

V roce 1993 se v našich výsledcích ženy objevily pouze ve třinácti případech. Jejich promluvy se vztahovaly pětkrát k oblasti ekonomiky a byznysu, přičemž fungovaly jako takzvané „vox pops“, tedy hlasy ulice, jimiž se rozumí anonymní respondenti, jejichž promluvy jsou spíše kratšího charakteru a nejčastěji slouží jako sonda veřejného mínění (Trampota 2006, 81). Pětkrát ženy promlouvaly ke společenským tématům (psycholožka, vox pops) a nakonec třikrát v kategorii kultury (role herečky).

Tabulka 4: Zastoupení žen a mužů v kontextu témat v roce 1993 (v %)

	Ženy	Muži
Byznys, ekonomika	6,6	93,4
Společnost	15,2	84,8
Kultura	17,7	82,3

V roce 2001 se ženské promluvy objevily ve výsledcích v 84 případech. Vztahovaly se nejčastěji ke kategorii zločin, násilí a soud, společnost a právo, až potom politika, ekonomika a byznys. Pokud se pečlivě podíváme na role a situační zarámování promluv, pak zjistíme, že nejvíce opět vystupovaly jako anonymní hlasy ulice, méně už pak v exekutivních či manažerských rolích.

Pokud budeme komentovat jednotlivé kategorie, pak u politiky (domácí i zahraniční) můžeme nalézt ženy v roli političky, ředitelky, vox pops nebo tiskové mluvčí; u ekonomiky a byznysu nejčastěji jako vox pops či vedoucí odboru nebo tajemnice. Ani jednou jsme nezachytili, že by nějakým významnějším způsobem ženské promluvy nastolovaly témata či aktivně posunovaly zpravodajský obsah směrem dopředu. V kategorii zločin, násilí a soud ženy vystupovaly častěji než muži v roli oběti zločinu, případně jako anonymní svědek události, vedle policejních mluvčí komentujících spáchaný zločin se ale už objevily i soudkyně, státní zástupkyně

a ředitelka vězeňské služby, u nichž jsme zaregistrovali, že aktivně nastolují téma reportáže a dále jej rozvíjejí. V kategorii společnost promlouvala vedle pozice tiskové mluvčí a vox pops, dvakrát starostka, radní a ředitelka Českého statistického úřadu.

Tabulka 5: Zastoupení žen a mužů v kontextu témat v roce 2001 (v %)

	Ženy	Muži
Politika	8	92
Byznys, ekonomika	21,4	78,6
Společnost, právo	22	78
Rodina, děti	50	50
Zemědělství, příroda	30,8	60,2
Zločin, násilí, soud	27,8	72,2
Kultura, historie	15,6	84,4
Církev, víra	42,9	57,1
Sport	33,3	66,7
Zdraví, lékařství	50	50
Doprava	33,3	66,7

Analýza roku 2009 zaznamenala největší počet promluv žen jako informačních zdrojů v kategorii společnost, kultura a historie, zdraví a lékařství, byznys a ekonomie. U mužů to potom byla kategorie politika, společnost a právo, byznys a ekonomika. Opět zde můžeme pozorovat, že ke společensky závažnějším tématům hovoří spíše muži než ženy.

Pokud se podíváme na role, které ženy jako informační zdroje ve zpravodajských obsazích zastávaly, pak můžeme pozorovat širší škálu profesí. Důvodem je pětatřicetiminutová stopáž Událostí, vyšší počet reportáží se zdroji a díky většímu

prostoru i více reportáží regionálního či lehčího charakteru. Spektru rolí opět dominovaly hlasy ulice anebo oběti, ženy se ale častěji objevovaly jako političky, starostky, ředitelky, manažerky, žalobkyně nebo vědkyně. Přesto muži dominovali v rolích politiků, byznysmenů, soudců a podobně. Pochopitelně vystupovali i v rolích hlasů ulice, ale v našem výzkumu jsme na ně nenarazili v takové míře jako v případech žen. Navíc jsme zaznamenali, že ženy jako oběti zločinů nebo protiprávního jednání jsou situačně zarámovány s dítětem v náručí nebo u dveří svého domova či bytu.

Tabulka 6: Zastoupení žen a mužů v kontextu témat v roce 2009 (v %)

	Ženy	Muži
Politika	5,8	94,2
Byznys, ekonomika	17,9	72,1
Společnost, právo	22,9	77,1
Věda a technika	11,1	88,9
Rodina, děti	66,7	33,3
Vzdělání, školství	33,3	66,7
Zemědělství, příroda	14,3	85,7
Zločin, násilí, soud	13,3	86,7
Kultura, historie	25,3	74,7
Církev, víra	0	100
Sport	20	80
Zdraví, lékařství	54,5	46,5
Nehoda, katastrofa	21,4	78,6
Zábava	38,5	61,5
Doprava	4,5	96,5

K tomu, abychom postihli vývoj přístupu žen jako informačních zdrojů do zpravodajských obsahů pořadu Události, musíme porovnat procentuální vyjádření v jednotlivých letech. Poslouží k tomu následující tabulka, kde jsou viditelné veškeré sledované kategorie u jednotlivých let. V případě politiky můžeme pozorovat, že v roce 1993 bylo zastoupení žen 0 %, v roce 2001 8 % a v roce 2009 došlo k poklesu na 5,8 %. Podobný trend můžeme sledovat i u kategorie byznys a ekonomika, kde nejprve zastoupení vzrostlo z 6,6 % v roce 1993 na 21,4 % v roce 2001 a pak znovu pokleslo na 17,9 %. Při sledování dalších kategorií rostlo zastoupení žen u společnosti a práva z 15,2 % v roce 1993 na 22,9 % v roce 2009, rodiny a dětí z 0 % na 66,7 %, vzdělání a školství z 0 % na 33,3 %, kultury a historie z 17,7 % na 25,3%, zdraví a lékařství z 0 % na 54,5 % nebo u zábavy z 0 % v roce 1993 na 38,5 % v roce 2009.

Tabulka 7: Srovnání zastoupení žen kontextu témat (v %)

	1993	2001	2009
Politika	0	8	5,8
Byznys, ekonomika	6,6	21,4	17,9
Společnost, právo	15,2	22	22,9
Věda a technika	0	0	11,1
Rodina, děti	0	50	66,7
Vzdělání, školství	0	0	33,3
Zemědělství, příroda	0	30,8	14,3
Zločin, násilí, soud	0	27,8	13,3
Kultura, historie	17,7	15,6	25,3
Církev, víra	0	42,9	0
Sport	0	33,3	20

Zdraví, lékařství	0	50	54,5
Nehoda, katastrofa	0	0	21,4
Zábava	0	0	38,5
Doprava	0	33,3	4,5

8.4. Hypotéza 4

Poslední, čtvrtá hypotéza předpokládala, že promluvy žen jako informačních zdrojů ve zpravodajských obsazích pořadu Události budou v roce 2009 častěji na předních pozicích v daném příspěvku než v roce 1993 a 2001. Mediální logika funguje na principu, že novináři vkládají důležitá sdělení na začátek zpravodajského sdělení. Stále je platné pravidlo obrácené pyramidy, podle kterého se nejdůležitější informace klade na začátek, a s klesající důležitostí se další informace strukturují do následujících celků. Logicky se stejně podle důležitosti strukturují i promluvy informačních zdrojů.

V našem výzkumu jsme kódovaly promluvy až do pozice číslo dvanáct, která se objevila v jedné reportáži v roce 2009. Z praktické zkušenosti vychází, že běžně reportáž pro Události mívá od jedné promluvy do sedmi. I z hlediska diváka je totiž zpravodajské sdělení s více promluvami nepřehledné a často dochází ke ztrátě pozornosti. Tato praktická zkušenost nás vede k tomu, že ve výsledcích budeme pracovat pouze s pozicemi od jedné do sedmi, protože až na výjimky zpravodajské příspěvky v pořadu Události neměly více než sedm zdrojů.

V případě roku 1993 můžeme konstatovat, že mezi prvními třemi pozicemi došlo k poměrně rovnoměrnému zastoupení žen, ale ve srovnání s muži už nikoliv. Jako první se ve zpravodajském příspěvku v 96,6 % případů objevovala promluva mužů, ženy byly zastoupeny pouze v 3,4 %. Podobná situace nastala i na druhé pozici, kdy muži opět promlouvali mnohonásobně častěji, a to 96,2 % případů oproti 3,8 % ženským promluvám.

Tabulka 8: Zastoupení na jednotlivých pozicích zpravodajského příspěvku v roce 1993 (v %)

	Ženy	Muži
První pozice	3,4	96,6
Druhá pozice	3,8	96,2
Třetí pozice	13,8	86,2
Čtvrtá pozice	6,7	93,3
Pátá pozice	14,3	85,7
Šestá pozice	0	100
Sedmá pozice	0	100

V roce 2001 jsme už zaznamenali vyšší výskyt ženských promluv na prominentnějších místech. Na prvním místě se ženy během sledovaného roku objevily v 16,5 % a muži v 83,5 % případů. Na druhé pozici byl poměr 21,9 % (ženy) a 78,1 % (muži), podobné procentuální vyjádření můžeme registrovat na třetím a čtvrtém místě, kde je poměr 21,6 % (ženy) a 78,4 % (muži), 21,1 % (ženy) a 78,9 % (muži).

Tabulka 9: Zastoupení na jednotlivých pozicích zpravodajského příspěvku v roce 2001 (v %)

	Ženy	Muži
První pozice	16,5	83,5
Druhá pozice	21,9	78,1
Třetí pozice	21,6	78,4
Čtvrtá pozice	21,1	78,9
Pátá pozice	22,4	77,6

Šestá pozice	11,8	88,2
Sedmá pozice	18,8	81,3

V posledním sledovaném roce jsme nezaregistrovali významnější změny oproti roku 2001. Mírně se zvýšila frekvence ženských promluv na první pozici zpravodajského příspěvku, a to na 21,2 %. K mírnému poklesu došlo na druhém místě, kde ženy jako informační zdroje tvořily 16,8 % promluv. Na třetí a čtvrté pozici téměř totožné procentuální vyjádření: 21,3 % a 21,6 %. Pátá pozice zaznamenala nejvyšší podíl ženských promluv ze všech sledovaných let vůbec, a to 30,8 %.

Tabulka 10: Zastoupení na jednotlivých pozicích zpravodajského příspěvku v roce 2009 (v %)

	Ženy	Muži
První pozice	21,2	78,8
Druhá pozice	16,8	83,2
Třetí pozice	21,3	78,7
Čtvrtá pozice	21,6	78,4
Pátá pozice	30,8	69,2
Šestá pozice	9,1	90,9
Sedmá pozice	16,7	83,3

K zachycení vývoje nám poslouží tabulka, která srovnává procentuální vyjádření mezi jednotlivými roky. Můžeme názorně vidět, že poměr ženských promluv na první pozici vzrostl. Oproti roku 1993 o 17,8 % a vůči roku 2001 o 4,7 %. Při porovnání s procentuálním zastoupením žen ve zpravodajství nám vychází, že pouze v roce 2009 se na první pozici v příspěvku objevilo víc žen (21,2 %), než je obecné zastoupení ve zpravodajském obsahu (19,5 %).

Tabulka 11: Srovnání roků podle pozice promluvy ve zpravodajském příspěvku (v %)

	1993	2001	2009
První pozice	3,4	16,5	21,2
Druhá pozice	3,8	21,9	16,8
Třetí pozice	13,8	21,6	21,3
Čtvrtá pozice	6,7	21,1	21,6
Pátá pozice	14,3	22,4	30,8
Šestá pozice	0	11,8	9,1
Sedmá pozice	0	18,8	16,7

9 Zodpovězení hypotéz a shrnutí výsledků

První hypotézu se nám podařilo potvrdit pouze z poloviny. Frekvence ženských promluv byla v roce 2009 (19,5 %) vyšší než v roce 1993 (6,5 %), ale oproti roku 2001 (19,6 %) nepatrně poklesla o jednu desetinu procenta. V rámci statistické chyby je ovšem pokles nepatrný.

Je tu evidentní pozitivní vývoj, kdy od roku 1993 procentuální zastoupení žen jako informačních zdrojů ve zpravodajských obsazích vzrostlo podle našich dat o 13 %. Na druhou stranu v posledních osmi letech růst nepokračoval a zastoupení se ustálilo na jedné pětině všech promluv. Naše výsledky jsou v souladu s jinými výzkumy, podle nichž je zastoupení žen okolo 20 % (Trampota 2004, Hoghe a Swert 2009).

Náš teoretický předpoklad vyššího zastoupení žen ve zpravodajských obsazích v roce 2009 se nepotvrdil, a tudíž musíme konstatovat, že muži stále dominují informačním zdrojům ve zpravodajských obsazích a zastoupení žen je nedostatečné. Můžeme se jen domnívat, ale zřejmě vše stále souvisí s nižším zastoupením žen v politice, byznysu a manažerských pozicích v privátní sféře.

Výsledné hodnoty u *druhé hypotézy* naznačují pozitivní trend, kdy se délky promluv žen a mužů ve vteřinách sblížují. Analýza sledovala, kolik prostoru jednotlivé promluvy dostávají, protože výzkumy zpravodajství ukazují, že promluvy žen jsou kratší (Trampota 2004, Gallagher 2006). Námi formulovanou hypotézu se podařilo potvrdit, protože rozdíl mezi délkou ženské a mužské promluvy byl v roce 1993 8,1 vteřiny, v roce 2001 1,2 vteřiny a v 2009 už byl rozdíl nula.

Na výsledných hodnotách můžeme pozorovat jednoznačný trend televizního zpravodajství používat pouze několikavteřinové promluvy. Heslo „čím kratší a výstižnější, tím lepší“ se uplatňuje jak u politického a ekonomického zpravodajství, tak i u zábavy a kultury. Tento trend nejvíce postihl mužské promluvy, které v roce 1993 měly v průměru 19 vteřin, zatímco ženy mluvily v průměru 10,9 vteřiny. V tomto

případě došlo v roce 2009 k určitému zrovnoprávnění genderu, kdy podle našich dat oba rody hovořily ve zpravodajství v průměru 8,1 vteřiny.

Třetí hypotéza předpokládala, že promluvy žen se v posledním analyzovaném roce budou objevovat častěji v tematickém zarámování politiky, ekonomiky a byznysu. Jsou to témata, která zejména ve veřejnoprávním vysílání mají velký prostor a jsou vnímána jako důležitá (Hoghe a Swert 2009). Dosud výzkumy českého televizního zpravodajství pouze potvrzovaly celosvětový trend, kdy taková témata jsou většinou prezentována ve spojitosti s muži (Trampota 2004 a 2006, Gallagher 2006). Naším předpokladem byl fakt, že se situace mění a dochází k postupnému tematickému zrovnoprávnění mužů a žen.

Třetí hypotézu se ale potvrdit nepodařilo, protože v zarámování politiky, ekonomiky a byznysu se v roce 2009 objevovalo sice více žen než v roce 1993, ale méně než v roce 2001: u politiky v roce 1993 0 %, v roce 2001 8 % a 5,8 % v roce 2009. Podobný vývoj nastal i u ekonomiky a byznysu: 6,6 % (1993), 21,4 % (2001) a 17,9 % (2009). Na druhou stranu vyšší zastoupení žen ve zpravodajských obsazích registrujeme u kategorie rodina a děti (1993: 0 %, 2001: 50 %, 2009: 66,7 %), u zdraví a lékařství (1993: 0 %, 2001: 50 %, 2009: 54,5 %) a u zábavy (1993: 0 %, 2001: 0 %, 38,5 %).

Pokud se zaměříme na role, které muži a ženy ve zpravodajských obsazích zastávali, potom musíme konstatovat, že ženy byly zobrazovány v daleko menším spektru. Zejména to je patrné v kategorii politika, ekonomiky a byznys, kde nalezneme muže v rolích politiků, ekonomů, manažerů, vysoce postavených administrativních činitelů politologů a expertů, kdežto ženy zřídka v roli političky či manažerky. Pokud už žena promlouvá politické a ekonomické dění, pak se musí spokojit s pasivnější rolí tiskové mluvčí, vox pops a menší míře pak jako ředitelka nebo manažerka méně významné instituce. Nejenže muži dominují zpravodajským příspěvků v početním zastoupení, ale dominují taky důležitým tématům, která se na televizní obrazovce objevují.

Ženy jako informační zdroje naopak dominovaly v kategorii rodina a děti (2009: 66,7 %) a zdraví a lékařství (2009: 54,5 %). Silné zastoupení pak registrujeme u kategorie zábava (2009: 38,5 %), kultura a historie (2009: 25,3 %), vzdělání a školství (2009: 33,3 %) nebo společnost a právo (2009: 22,9 %). V kontextu rolí můžeme tvrdit, že ženy opět zastávaly spíše pasivní role vox pops a tiskových mluvčí a rozhodně jejich spektrum bylo užší než u mužů. Přesto se situace mírně zlepšila a ve zpravodajských obsazích lze najít bohatší paletu rolí, než tomu bylo zejména v roce 1993, ale i v roce 2001.

Přestože naše hypotéza předpokládala daleko vyšší zastoupení žen u politiky, ekonomiky a byznysu, musíme v souladu s dalšími výzkumy (Trampota 2004, Gallagher 2006, Hoghe a Swert 2009) konstatovat, že ženy i v roce 2009 vystupují v rolích pasivnějších a představují častěji nevýdělečné osoby, ženy v domácnosti, mluvčí či administrativní pracovnice. Zřejmě vše souvisí, jak už bylo řečeno dříve, s tím, že ženy jsou v politice, ekonomice a byznysu nedostatečně zastoupeny, i když jejich počet v těch kategoriích roste.

Pozici ve zpravodajském obsahu (reportáži, živém vstupu, krátké zprávě a jiném příspěvku) sledovala *čtvrtá hypotéza*, u níž jsme vycházeli z teoretického předpokladu, že novináři strukturují informace ve zpravodajském příspěvku podle důležitosti a v kontextu obrácené pyramidy rovněž stavějí jednotlivé promluvy. Při srovnání let nám vyplývá, že novináři v roce 2009 častěji zařazovali na první pozici zpravodajského příspěvku promluvy žen než v letech 1993 a 2001. Procentuálně vyjádřeno: 1993: 3,4 %, 2001: 16,5 %, 2009: 21,2 %.

Ze získaných dat nám vychází, že novináři stále zařazují na první pozici, kterou vnímáme jako prominentní ve struktuře zpravodajského obsahu, promluvy mužů, a to ve čtyřech pětinach případů. Existuje tu však pozitivní trend, kdy v poslední době zařazují na první pozici častěji ženy, oproti roku 1993 pozorujeme na základě našich dat růst o 17,8 %.

Strukturace informačních zdrojů ve zpravodajských příspěvcích nám silně ovlivňuje skutečnost, že se ženy (i podle našeho výzkumu) vyskytují v minimální míře v kontextu politického a ekonomického zpravodajství. Vzhledem k tomu, že veřejnoprávní média (více než komerční) kladou důraz na informování o politickém a ekonomickém dění, pak se nemůžeme divit, že většina promluv na předních pozicích je mužská.

Závěr

Diplomová práce měla za cíl zachytit vývoj přístupu promluv žen do zpravodajství České televize, a to pomocí kvantitativní a kvalitativní analýzy vybraných let 1993, 2001 a 2009. Při řešení problematiky rodového zastoupení jsme se pohybovali na poli sociologie zdrojů, takže veškeré otázky jsme řešili perspektivou sociologie.

Na začátku jsme sestavili čtyři hypotézy, které teoreticky uchopovaly některé aspekty sociologie zdrojů. Především jsme se soustředili na zachycení frekvence promluv žen a mužů, jejich délku, tematické zarámování a řazení v rámci zpravodajského příspěvku. Pro získání celkového obrazu rodového zastoupení jsme potom porovnali jednotlivé roky, abychom dostali vývojovou křivku procentuálního zastoupení jednotlivých pohlaví.

Data získaná pomocí obsahových analýz jednoznačně ukázala, že i v roce 2009 funguje nerovnoměrné zastoupení žen a mužů ve zpravodajských obsazích České televize. Analýza pořadu Události upevnila skutečnost, že promluvy žen jako informačních zdrojů se v reportážích objevují pouze v jedné pětině případů, kdežto muži vyplňují zbylé čtyři pětiny. Hrubě to nekoresponduje s rodovým zastoupením ve společnosti, kde ženy tvoří přes 50 %. Zřejmě vše souvisí s tím, že ženy stále zastávají málo pozic v politice, ekonomice a manažerských funkcích. Pozitivním trendem, který nám vystoupil z analyzovaných promluv, bylo sblížení délek promluv. Ukázalo se, že v roce 2009 obě pohlaví v průměru mluvila ve zpravodajském příspěvku 8,1 vteřiny, což znamená pozitivní posun, protože v roce 1993 byl jen rozdíl mezi nimi 8,1 vteřiny.

Reprezentace rodů ve zpravodajství ukázala přetrvávající trend, kdy ženy minimálně promlouvají k politice, ekonomice a byznysu. Z našich dat vyplynulo, že v roce 2009 bylo procentuální zastoupení žen v roli informačních zdrojů u těchto témat vyšší než v roce 1993, ale ve srovnání s rokem 2001 pozorujeme stagnaci či mírný pokles. Naopak dominantní postavení si promluvy žen udržely v kategoriích rodina a děti, zdraví a lékařství či zábava. Důležité byly i role, které ve zpravodajství oba rody

zastávaly. Stále zůstává v platnosti, že ženy se objevovaly v užším spektru rolí než muži a jejich role měly pasivnější charakter. Velmi často vystupovaly jako tiskové mluvčí nebo vox pops. Sledovali jsme nejen tematické zarámování, ale i řazení promluv v rámci jednotlivých reportáží, z čehož nám vyplynulo, že v roce 2009 novináři častěji zařazují na první pozici (vnímanou jako důležitou v kontextu žurnalistické praxe) ženské promluvy, a to 21,2 % případů. Pozorujeme trend, kdy jsou častěji zařazovány do popředí, i když nikoliv míře, která by byla žádoucí.

Výsledky našeho výzkumu ukazují, že přístup žen jako informačních zdrojů do zpravodajství v roce 2009 stále není zajištěn rovnoměrně (ženy: 19,5 %, muži: 80,5 %), navíc ženy se v tematickém zarámování politiky, ekonomiky a byznysu stále objevují málo a ve struktuře reportáže dostávají méně prominentní prostor. Jediný čistě pozitivním faktem bylo sblížení délek promluv obou rodů (2009: 8,1 vteřiny).

Přestože cílem diplomové práce bylo podat co nejvěrnější obraz reprezentace rodů ve zpravodajství České televize a jeho vývoje během dvacetileté existence samostatného státu, jsme si vědomi jistých limitů. Výzkum neměl ambici stát se vyčerpávajícím a kompletním popisem a výpovědí o stavu genderové reprezentace ve zpravodajství. Vzhledem k rozsahu výzkumu jsme na základě konstruovaných týdnů ve vybraných letech pouze zjistili stav a vývoj reprezentace. Dalším limitem našeho výzkumu byla metoda obsahové analýzy, zejména při sledování frekvence promluv. I když jsme zjistili procentuální a početní zastoupení mužů a žen ve zpravodajských obsazích, už nebylo dále řešeno, zdali prezentace informačního zdroje byla v negativním či pozitivním světle. U otázky délky promluv nebylo v silách této práce sledovat, jak často, v jaké délce a jakým obrazovým materiálem novináři překrývali promluvy, pouze jsme sledovali délku zvukové složky promluvy.

Náš výzkum se navíc soustředil na zpravodajské obsahy tak, jak byly vyslány, a vůbec se nezabýval otázkami motivace výběru zdrojů, zpravodajských rutin nebo produkčními podmínkami. To jsou otázky, které se sice v kontextu sociologie

obšírně řeší, ale nebyly součástí našeho výzkumu, i když samozřejmě hrají důležitou roli.

Náš výzkum a jeho výsledky otevírají řadu dalších otázek a mohou poskytnout data a výstupy pro další výzkumy. Naším teoretickým předpokladem bylo, že reprezentace genderu ve zpravodajství se vyrovnává, ale díky našemu výzkumu jsme zjistili, že reálný stav tomu neodpovídá. Otázkou zůstává, kdy se promluvy mužů a žen budou ve zpravodajských obsazích objevovat v poměru, který je dán oběma rodům ve společnosti. Hoghe a Swert (2009) na základě analýzy belgických médií uvažují o roku 2035. Pokud se ale podíváme na naše výsledky, potom se zdá být toto datum pro Českou republiku brzké. Dále je potřeba řešit otázky, v jaké míře ovlivňuje gender novináře výběr informačního zdroje, zdali existuje vztah mezi počtem žen v redakcích a počtem ženských promluv a jaký vliv má žánr reportáže na strukturu informačních zdrojů.

Výše položené otázky se mohou stát základem dalších výzkumů, kterých zatím v českém prostředí vznikl skromný počet. Téma reprezentace žen ve zpravodajství by jistě zasloužilo více odborné pozornosti, protože sociální důsledky jsou obrovské.

Summary

The aim of the thesis is to provide an outlook to development of access of women as news sources into the news of the Czech Television in the context of sociology of sources.

We chose the main news programme Udalosti in 1993, 2001 and 2009 and used quantitative and qualitative analyses to answer four hypotheses. We focused on frequency of news sources, length of talk, context and order of sources within news coverage. To gain an idea of the development, we compared outcomes of the years.

We have to say that there still has been uneven representation of women and men in the news. We found out that women represented only 19.5 % of news sources in 2009, 19.6 % in 2001 and 6.5 % in 1993. There has been no profound development in the field of frequency. On the other side, a positive progress was observed in the case of length of talk. Women talked 10.9 and men 19 seconds on average in 1993, in 2001 women 8.1 and men 9.3 seconds and finally in 2009 both women and men 8.1 second. It means that length of talks of both women and men equalized and they obtain the same space to speak to.

To sum up the hypotheses left, we have to say that female sources talked much less about politics, economy or business but on the contrary talked more than men about family, kids, health or entertainment. Moreover, women more often appeared as spokespersons and vox pops than men. We also found out that women were on the first position between sources in coverage more often in 2009 than other years.

The analysis confirms several previous researches that women tend to be largely absent in broadcast news and they usually express their views and opinions on less important issues.

Použitá literatura a zdroje

- Allan, Stuart. (2004). *News Culture*. New York: Open University Press.
- Armstrong, Cory L. (2004). „The Influence of Reporter Gender on Source Selection in Newspaper Stories.“ *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81, no 1 (Spring): 139-154.
- Armstrong, Cory L. (2006). „Story Genre Influences Whether Women Are Sources.“ *Newspaper Research Journal* 27, no 3 (Summer): 66-81.
- Bagdikian, Ben H. (2004). *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Berger, Artur Asa. (2004). *Media Analysis Technique*. Thousand Oaks: Sage.
- Berkowitz, Dan. (1987). „TV News Sources and News Channels: A Study in Agenda-Building.“ *Journalism Quarterly* 64: 508-513.
- Berkowitz, Dan a Beach, Douglas W. (1993). „News Sources and News Context: The Effect of Routine News Conflict and Proximity.“ *Journalism Quarterly* 70, no. 2: 4-12.
- Berkowitz, Dan. (1997). „Refining the Gatekeeping Metaphor for Local Television News.“ In *Social Meanings of News: A Text Reader*, ed. Berkowitz, Dan. Thousand Oaks: Sage.
- Berlin, Isaiah. (1997). *The Hedgehog and the Fox*. New York: Farrar, Straus & Giroux.
- Boorstin, Daniel J. (1999). „The Image.“ In *News: a Reader*, ed. Howard Tumber. New York: Oxford University Press, s. 16-20.
- Byerly, Carolyn M. a Ross, Karen. (2006). *Women & Media: a Critical Introduction*. Malden: Blackwell Publishing.
- de Carteau, Michel. (1988). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Carter, Cynthia, Branston, Gill a Allan, Stuart. (1998). *News, Gender and Power*. New York: Routledge.
- Craft, Stephanie a Wanta, Wayne. (2004). „Women in the Newsroom: Influence of Female Editors and Reporters on the News Agenda.“ *Journalism @ Mass Communication Quarterly* 81, no 1 (Spring): 124-138.
- Creedon, Pamela J. a Cramer, Judith. (2007). *Women in Mass Communication*. Thousand Oaks: Sage.
- Croteau, David a Hoynes, William. (1992). „Men and the News Media.“ In *Men, Masculinity and the Media*, ed. Steve Craig. Newsbury Park: Sage, s. 154-168.
- CVVM. (2004). *Sledování zpravodajství v médiích (tisková zpráva)*.
www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100381s_om40809.pdf (staženo 23. prosince 2009)
- Dates, Jannette L. (2007). „Women and Minorities in Commercial and Public Television News, 1994-2004.“ In *Women in Mass Communication*, ed. Pamela J. Creedon a Judith Cramer. Thousand Oaks: Sage, s. 73-83.

- Davis, Aeron. (2009). „Journalist-source Relations, Mediated Reflexivity and the Politics of Politics.“ *Journalism Studies* 10, no. 2: 204-219.
- Dayan, Danial a Katz, Elihu. (1992). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- Deacon, David. (1996). „The Voluntary Sector in a Changing Communication Environment: A Case Study of Non-Official News Sources.“ *European Journal of Communication* 11, no. 2: 173-199.
- Deacon, David a Golding, Peter. (1994). *Taxation and Representation: The Media, Political Communication and the Poll Tax*. London: John Libbey.
- Devereux, Eoin. (2003). *Understanding the Media*. London: Sage.
- Fiske, John. (1993). *Television Culture*. London: Routledge.
- Fröhlich, Romy. (2007). „Three Steps Forward and Two Back? Women Journalists in the Western World Between Progress, Standstill, and Retreat.“ In *Women in Mass Communication*, ed. Pamela J. Creedon a Judith Cramer. Thousand Oaks: Sage, s. 161-176.
- Galtung, Johan a Ruge, Holmboe. (1999) „The Structure of Foreign News.“ In *News: a Reader*, ed. Howard Tumber. New York: Oxford University Press, s. 21-31.
- Gans, Herbert J. (1979). *Deciding What's News*. New York: Pantheon Books.
- Gallagher, Margaret. (2006). *Who Makes the News?* London: World Association for Christian Communication.
- Grant, Wyn. (1990). *Pressure Groups Politics and Democracy*. Hemel Hempstead: Philip Allan.
- Hall, Stuart et al. (1978). *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*. London: Macmillan.
- Hallin, Daniel C. a Mancini, Paolo. (2004). *Comparing Media Systems : Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hartley, John. (1982). *Understanding News*. New York: Methuen.
- Holland, Patricia. (1998). „The Politics of the Smile: Soft News and the Sexualization of the Popular Press.“ In *News, Gender and Power*, ed. Carter, Cynthia, Branston, Gill a Allan, Stuart. New York: Routledge, s. 17-32.
- Hooghe, Marc a Swert, Knut de. (2009). „Gender Model or Job Model? New Views of Female Sources in Belgian TV News.“ *Media Report to Women* 37 (winter), no 1: 13-19.
- Janeček, Petr. (2006). *Existuje česká investigativní žurnalistika v tištěných médiích?* (bakalářská práce) Olomouc: Filozofická fakulta Univerzita Palackého.
- Len-Ríos, Maria et al. (2005). „Representation of Women in News and Photos: Comparing Content to Perceptions.“ *Journal of Communication* 55, no 1: 152-168.
- Lessig, Lawrence. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London: Bloomsbury Academic.
- Lippmann, Walter. (1922). *Public Opinion*. London: George Allen & Unwin.

- Liebler, Carol M. a Smith, Susan J. (1997). „Tracking Gender Differences: a Comparative Analysis of Network Correspondents and Their Sources.“ *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 41, no 1 (winter): 58-69.
- Mancini, Paolo. (1993). „Between Trust and Suspicion: How Political Journalists Solve the Dilemma.“ *European Journal of Communication* 8: 33-51.
- Manning, Paul. (2001). *News and News Sources: a Critical Introduction*. Thousand Oaks: Sage.
- McManus, John H. (1994). *Market Driven Journalism*. Beverly Hills: Sage.
- McNair, Brian. (1998). *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- McNair, Brian. (2002). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál.
- McPake, Barbara. (1996). *Australian Television and International Mediascapes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McQuail, Denis. (1983). *Mass Communication Theory*. London: Sage.
- McQuail, Denis. (2002). *Úvod to teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Menand, Louis. (2005). „Everybody’s an Expert.“ *The New Yorker*. December 5. http://www.newyorker.com/archive/2005/12/05/051205crbo_books1 (staženo 11. prosince 2009)
- Molotch, Harvey a Lester, Marilyn. (1999). „News As Purposive Behaviour: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents, and Scandals.“ In *News: a Reader*, ed. Howard Tumber. New York: Oxford University Press, s. 37-48.
- Nerone, John C. (1995). *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- Paper, Bob. (2008). „The Face of the Workforce.“ *Communicator* (July/August): 10-12.
- Park, Robert E. (1999). „News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge.“ In *News: a Reader*, ed. Howard Tumber. New York: Oxford University Press, s. 11-15.
- Postman, Neil. (1999). *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá Fronta.
- Reich, Zvi. (2006). „The Process Model of News Initiative: Source Lead First, Reporters Thereafter.“ *Journalism Studies* 7, no 4: 497-510.
- Ross, Karen. (2007). „The Journalist, the Housewife, the Citizen and the Press: Women and Men as Sources in Local News Narratives.“ *Journalism* 8: 449-473.
- Saenz, Michael. (2004). „Television Viewing as a Cultural Practice.“ In *Archaeology: Theories, Methods and Practice*, ed. Colin Renfrew a Paul Bahn. London: Thames&Hudson, s. 573-587.
- Shannon, Rossi Martin. (1988). „Proximity of Events as Factor in Selection of News Sources.“ *Journalism Quarterly* 65, no 4: 896-1046.

- Schlesinger, Philip a Tumber, Howard. (1999). „Reporting Crime: The Media Politics of Criminal Justice. In *News: a Reader*, ed. Howard Tumber. New York: Oxford University Press, s. 257-266.
- Schudson, Michael. (1989). „The Sociology of News Production.“ *Media, Culture and Society* 11: 263-282.
- Schudson, Michael. (2003). *The Sociology of News*. New York: W.W. Norton.
- Schulz, Winfried. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien*. Freiburg a München: Verlag Karl Alber.
- Schulz, Winfried a Hagen, Lutz a Scherer, Helmut a Reifová, Irena. (1998). *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.
- Siebert, Fred Seaton, Peterson, Theodor a Schramm, Wibur Lang. (1956). *Four Theories of the Press : the Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Freeport: Books for Libraries Press.
- Sigal, Leon V. (1999). „Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking“ In *News: a Reader*, ed. Howard Tumber. New York: Oxford University Press, s. 224-234.
- Silverstone, Roger. (1999). *Why Study the Media*. London: Sage.
- Silverstone, Roger. (2007). *Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.
- Steeves, H. Leslie. (2007). „The Global Context of Women in Communication.“ In *Women in Mass Communication*, ed. Pamela J. Creedon a Judith Cramer. Thousand Oaks: Sage.
- Tetlock, Philip. (2005). *Expert Political Judgement: How Good Is It? How Can We know?* New Jersey: Princeton University Press.
- Thompson, John B. (2004). *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum.
- Trampota, Tomáš. (2004). *Problematika přístupu do televizní zpravodajské relace v kontextu sociologie zdrojů*. FSV UK.
- Trampota, Tomáš. (2006). *Zpravodajství*. Praha: Portál.
- Tuchman, Gaye, Daniels, Arlene Kaplan a Benet, James. (1978). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
- Tuchman, Gaye. (1999). „Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmens Notion of Objectivity.“ In *News: a Reader*, ed. Howard Tumber. New York: Oxford University Press.
- Vochovcová, Lenka. (2008). „Ženy ve zpravodajských redakcích: falešné naděje na dobytí maskulinní pevnosti.“ *Mediální studia*, ročník 3, číslo 2: 130-153.
- Ward, Mike. (2001). *Journalism online*. Boston: Focal Press.
- Watson, James. (2003). *Media Communication: An Introduction to Theory and Process*. New York: Palgrave MacMillan.
- Westerstahl, Jörgen, Johansson, Folke. (1994). „Foreign News: News Values and Ideologies.“ *European Journal of Communication* Vol. 9: 71-89.

- Williams, Raymond. (1975). *Television: Technology and Cultural Form*. New York: Schocken.
- Wimmer, Roger D. a Dominick, Joseph R. (2006). *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont, CA: Thomson, Wadsworth.
- Zoch, Lynn M. a Turk, Judy VanSlyke. (1998). „Women Making News: Gender as a Variable in Source Selection and Use.“ *Journalism & Mass Communication Quarterly* 75 (Winter), no 4: 762-775.
- Zoonen, Liesbet van. (1998). „One of the Girls? The Changing Gender of Journalism.“ In *News, Gender and Power*, ed. Carter, Cynthia, Branston, Gill a Allan, Stuart. New York: Routledge, s. 33-46.
- Zoonen, Liesbet van. (1994). *Feminist Media Studies*. London: Sage.

Přílohy

Příloha 1: Konstruovaný týden v roce 1993

6. ledna (středa)
1. února (pondělí)
27. února (sobota)
25. března (čtvrtek)
20. dubna (úterý)
16. května (neděle)
11. června (pátek)
7. července (středa)
2. srpna (pondělí)
28. srpna (sobota)
23. září (čtvrtek)
19. října (úterý)
14. listopadu (neděle)
10. prosince (pátek)

Příloha 2: Konstruovaný týden v roce 2001

6. ledna (sobota)
1. února (čtvrtek)
27. února (úterý)
25. března (neděle)
20. dubna (pátek)
16. května (středa)
11. června (pondělí)
7. července (sobota)
2. srpna (čtvrtek)
28. srpna (úterý)
23. září (neděle)
19. října (pátek)
14. listopadu (středa)
10. prosince (pondělí)

Příloha 3: Konstruovaný týden v roce 2009

- 6. ledna (úterý)
- 1. února (neděle)
- 27. února (pátek)
- 25. března (středa)
- 20. dubna (pondělí)
- 16. května (sobota)
- 11. června (čtvrtek)
- 7. července (úterý)
- 2. srpna (neděle)
- 28. srpna (pátek)
- 23. září (středa)
- 19. října (pondělí)
- 14. listopadu (sobota)
- 10. prosince (čtvrtek)

Identifikační proměnné			
01NAZEV	1	název reportáže	
02DATUM	2	datum	dd/mm/yyyy

Systemizující proměnné				
03POHLZDR	3	pohlaví zdroje	1	ŽENA
			2	MUŽ
			3	BEZ ZDROJE
04 POZIZDR	4	pozice zdroje v reportáži	1	PRVNÍ POZICE
			2	DRUHÁ POZICE
			3	TŘETÍ POZICE
			4	ČTVRTÁ POZICE
			5	PÁTÁ POZICE
			6	ŠESTÁ POZICE
			7	SEDMÁ POZICE
			8	OSMÁ POZICE
			9	DEVÁTÁ POZICE
			10	DESÁTÁ POZICE
			11	JEDENÁCTÁ POZICE
			12	DVANÁCTÁ POZICE
05 DELPRO	5	délka promluvy		ve vteřinách
06KONTEXT	6	kontext, v němž zdroj mluví	1	POLITIKA
			2	EKONOMIKA, BYZNYS
			3	SPOLEČNOST, PRÁVO
			4	VĚDA A TECHNIKA
			5	RODINA A DĚTI
			6	VZDĚLÁNÍ, ŠKOLSTVÍ

			7	ZEMĚDĚLSTVÍ, PŘÍRODA
			8	ZLOČIN, NÁSILÍ, SOUD
			9	KULTURA, HISTORIE
			10	CÍRKEV, VÍRA
			11	SPORT
			12	ZDRAVÍ, LÉKAŘSTVÍ
			13	NEHODA, KATASTROFA
			14	ZÁBAVA
			15	DOPRAVA