

## **Abstrakt**

Práce se zabývá vztahem genderu a zpravodajských hodnot. Shromažďuje teoretické podklady k analýze a pomocí kvalitativních a kvantitativních metod se snaží prozkoumat vnímání zpravodajských hodnot a procesu výběru zpráv mezi novinářkami a pracovníci public relations. Zjišťuje, zda mezi nimi existují nějaké rozdíly a jaké rozdíly to jsou a co je jejich příčinou.

Některé výzkumníci či výzkumnice předpokládají rozdíly v hodnotovém systému těchto žen – ženy pracující ve zpravodajství mají údajně více maskulinní perspektivu a vlastnosti, jež jsou přisuzovány spíše mužům (ať už jako výsledek socializace do profese, či jako osobní charakteristiku).

První část výzkumu se skládá z dotazníkového šetření, které zjišťuje některé demografické a profesní charakteristiky a také hodnocení zpravodajských hodnot a témat. Kvantitativní analýza výsledků naznačila určité mírné rozdíly v charakteristikách i hodnocení kritérií a témat. Některé rozdíly by bylo možné chápat jako potvrzení výše zmíněného předpokladu. Jiné lze přisoudit odlišné povaze obou profesí. Dalším zjištěním je, že skupina public relations je v názorech a hodnoceních rozmanitější.

Druhá část výzkumu, kvalitativní analýza hloubkových rozhovorů, naznačila, že z hlediska zpravodajských kritérií je význam genderu vnímán různě. Intenzita genderové identity vykazuje individuální odlišnosti. Jako klíčový faktor je gender vnímán v prostředí výběru zpráv, kde - zejména na rozhodovacích postech - převažují muži a převládá maskulinní diskurz, který působí jako filtr obsahový i personální.

Bez ohledu na gender je pak ústředním jevem organizační identita, která umožňuje plnit cíle organizace a zajišťuje konformitu pracujících a tak i efektivitu mediální produkce.