

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Lucie Kudláčková

**Analýza novinářské práce se zdroji
v závislosti na pohlaví novináře/novinářky**

Diplomová práce

Praha 2012

Autor práce: **Lucie Kudláčková**

Vedoucí práce: **PhDr. Lenka Vochocová**

Rok obhajoby: **2012**

Bibliografický záznam

KUDLÁČKOVÁ, Lucie. *Analýza novinářské práce se zdroji v závislosti na pohlaví novináře/novinářky*. Praha, 2012. 109 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Vochocová.

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá vztahem mezi pohlavím novináře a pohlavím zpravodajských zdrojů, které si volí. Vychází z dosavadních českých i světových výzkumů a teorií na toto téma. Hlavním cílem práce je zjistit, zda si ženy novinářky volí více ženských zdrojů než jejich mužští kolegové a zda je rozdíl v tom, jaký status novináři a novinářky mužům a ženám ve svých zprávách přisuzují. Práce se také pokouší o bližší zmapování genderového rozložení zpravodajských zdrojů v českých médiích se zvláštním důrazem na zastoupení žen ve zpravodajství a jejich postavení v něm. Přináší i informace o podílu novinářek v médiích a jejich postavení v redakcích. Práce přináší kvantitativní výzkum mediálních obsahů českého tisku a televize. Z něj vyplynulo, že muži výrazně převažují jako autoři zpravodajských obsahů i jako zdroje. Pohlaví zdroje se ukázalo jako významný faktor pro jeho výběr do zprávy i jeho postavení v něm. Ukázalo se také, že novinářky mají ve svých textech více žen, než jejich mužští kolegové. Práce obsahuje také doplňující kvalitativní výzkum tvořený rozhovory s novináři a novinářkami. Rozhovory doplňují kvantitativní část výzkumu a naznačují možné interpretační cesty. Práce přináší i srovnání získaných dat pro jednotlivá média.

Abstract

This thesis examines relationship between a sex of a journalist and a sex of news source, that the journalist chooses. The work includes a search of existing Czech and foreign research and theories on this topic. Its main goal is to determine whether woman journalists have more female sources than their male colleagues and to describe the

difference between men and women journalists during their work with women and men. The paper also attempts to describe share of men and women as sources in the Czech media, with special emphasis on women's representation in the news and their position in it, and brings information on the share of women journalists in the media and their positions in newsrooms. The paper provides quantitative research of media content of the Czech press and television. Data shows that men far outnumber women as authors and as news sources as well. The gender of the sources was proved as an important factor for selection to the report and the source's position in it. It was also proved that female journalists have in their texts more women than their male counterparts. The work also includes additional qualitative research consisting of interviews with journalists. Interviews complement the quantitative part of the research and suggest possible ways of interpretation. The work includes a comparison of the data for each media.

Klíčová slova

sociologie zdrojů, gender, pohlaví, média, zdroj, novinář, novinářka, žurnalistika

Keywords

sociology of resources, gender, sex, media, source, journalist, journalism

Rozsah práce: 149 718 znaků s mezerami

Prohlášení

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

V Praze dne: 16. 5. 2012

Lucie Kudláčková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí diplomové práce PhDr. Lence Vochocové za množství inspirativních a cenných rad. Za vstřícnou pomoc bych také ráda poděkovala Mgr. Vlastimilu Nečasovi.

Obsah

1. Úvod.....	3
1.1. Diskuse k tezím.....	4
2. Teoretická východiska	5
2.1. Pozice žen v médiích	5
2.1.1. Ženy jako novinářky.....	5
2.1.1.1. Horizontální a vertikální segregace.....	6
2.1.1.2. České novinářky	8
2.1.2. Ženy jako zdroje	10
2.1.2.1. Výskyt žen jako zpravodajských zdrojů.....	10
2.1.2.2. Pozice žen jako zpravodajských zdrojů	11
2.2. Sociologie zdrojů	13
2.2.1. Vliv individuálních charakteristik novináře	14
2.2.2. Vliv mediální organizace.....	14
2.2.3. Vliv mediálních rutin.....	15
2.2.4. Vliv zdrojů.....	16
2.3. Vliv genderové struktury mediálních organizací na podobu zpravodajských obsahů.....	18
2.3.1. Gender ovlivňuje obsah	18
2.3.2. Gender na obsah nemá vliv	20
2.3.2.1. Gender jako dichotomická kategorie.....	20
2.3.2.2. Profesionalizace a přijetí mužského světa.....	22
2.3.2.3. Ovlivňování zpravodajských obsahů zdola.....	23
2.3.2.4. Vliv organizace a mediálních rutin	24
3. Metodologie.....	26
3.1. Kvantitativní část	26

3.1.1.	Limity kvantitativního výzkumu	27
3.1.2.	Hypotézy.....	29
3.2.	Kvalitativní část	31
3.2.1.	Forma dotazování	31
4.	Kvantitativní analýza.....	33
4.1.	Rozložení dat	33
4.2.	Ověření hypotéz	36
5.	Komparativní analýza	51
6.	Kvalitativní analýza	57
6.1.	Role pohlaví zdroje	59
6.2.	Podmínky pro volbu zdroje.....	64
6.3.	Práce se zdroji podle jejich pohlaví	67
6.4.	Zastoupení obou pohlaví.....	72
7.	Závěr.....	74
8.	Summary	79
9.	Použitá literatura	81
9.1.	Literatura.....	81
9.2.	Prameny	85
10.	Seznam příloh	87
11.	Přílohy	89

1. Úvod

Cílem diplomové práce je prozkoumat vliv pohlaví novinářů a novinářek na výběr zpravodajských zdrojů z hlediska genderu. Existuje předpoklad, že pohlaví novináře ovlivňuje výběr zdroje ve prospěch vlastního genderu – tedy že novinářky si častěji vybírají jako zdroje ženy a novináři častěji muže. V České republice ale pro taková tvrzení neexistují reálná data. Můžeme se opřít pouze o dílčí výzkumy, které se zabývají například zastoupením ženských zdrojů v televizním zpravodajství (diplomové práce Veroniky Cvejnové, Petra Janečka a disertační práce Tomáš Trampoty), nebo na výzkum *Who makes the news: The Global Media Monitoring Project*. Ten v roce 2010 sice přinesl informace o počtu žen jako zdrojů napříč mediální krajinou u nás i data o vztahu mezi pohlavím novináře a pohlavím zdroje, ale má výrazná metodologická omezení.

Kvantitativní výzkum zaměřený na zastoupení žen jako zdrojů ve zpravodajství, který by zahrnul více typů médií a zaměřil by se na vztah mezi pohlavím novináře a pohlavím zdroje, v České republice zatím chybí. Prvním z cílů, který si klade tato práce, je zmapovat sociologii zpravodajských zdrojů v českém tisku a televizi se zvláštním důrazem na výskyt a postavení žen v něm. Druhým z cílů je zjistit, jakou roli hraje při výběru zdrojů z hlediska genderu pohlaví novináře a novinářky. Tedy potvrdit hypotézu, zda novinářky volí ženy častěji než novináři a zda jim ve zprávách přisuzují jiné postavení.

Metodologie výzkumu vychází ze dvou základních principů. Prvním z nich je kvantitativní analýza vybraných médií, která pomocí statistického programu SPSS přinese tvrdá data o sociologii zdrojů. Doplňující metodou je komparativní metoda, která se zaměří na srovnání dat pro jednotlivá média. Při návrhu a zpracování kvantitativní části výzkumu jsem vycházela z publikací *Jak se vyrábí sociologická znalost* (Disman, 2000) a *Přehled statistických metod zpracování dat* (Hendl, 2009).

Druhým principem je kvalitativní výzkum, který má doplnit tvrdá data a nastínit možné interpretační cesty. Kvalitativní část sestává z rozhovorů s novináři a novinářkami, pro jejichž analýzu jsem zvolila otevřené kódování v zakotvené teorii, které povede k systematizaci dat. Při návrhu kvalitativní části výzkumu jsem vycházela například

z publikací *Základy kvalitativního výzkumu* (Strauss, Corbinová, 1999) nebo *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace* (Hendl, 2008).

1.1. Diskuse k tezím

Výsledná diplomová práce se v některých bodech po dohodě s vedoucí práce odchýlila od stanovených tezí. Nejvýraznější změnou byla úprava výzkumného vzorku. V tezích jsou navrhovány ke zkoumání tři typy médií – tisk (3 tituly), televize (2 stanice), rádio (1 stanice). Rozhlasová stanice – konkrétně Český rozhlas 1 Radiožurnál – nakonec do vzorku zařazen nebyl, a to z několika důvodů. Rozhlasové zpravodajství je co do rozsahu i způsobu zpravodajské práce jen obtížně porovnatelné s tiskem a televizí, jediná rozhlasová stanice by navíc neposkytla dostatek materiálu k porovnání a k zobecnění výsledků na poli rozhlasového zpravodajství.

Změněna byla i doba sledování zvoleného vzorku. V tezích navrhuji tři měsíce, nicméně při reálné práci se ukázalo, že by to byla příliš dlouhá doba. Již po měsíci sledování vybraných médií měl soubor 3 918 případů, což je počet pro kvantitativní analýzu více než dostačující. Další sběr případů by už výsledky pravděpodobně nijak neovlivnil. U kvalitativní analýzy bylo nakonec provedeno 5 rozhovorů (v tezi navrhováno 6), jedná se nicméně spíše o doplňující část výzkumu.

Upraveny byly i navrhované hypotézy, které byly rozpracovány a zpřesněny podle teoretických podkladů k výzkumu a přesných cílů zkoumání. Nicméně navrhované otázky (jaký vliv má šance zdroje být vybrán jeho pohlaví, jakou roli ve výběru hraje pohlaví novináře a jakou roli v tomto procesu hraje tematická oblast) zůstaly součástí výzkumu.

Ke změnám došlo i ve struktuře práce. Kapitola Teoretická východiska byla po podrobnějším studiu literatury strukturována jinak, než je navrženo v tezích. Domnívám se, že změnou struktury jsem dosáhla lepší srozumitelnosti a většího sepětí s tématem práce. Teoretické problémy, které měla kapitola řešit, zůstaly zachovány. Kapitola Formální popis médií byla zařazena místo do textu práce do příloh. Popis médií přímo v těle práce tvořil text nepřehledným.

2. Teoretická východiska

2.1. *Pozice žen v médiích*

„Mediální průmysl je ovládán muži, v západním světě bílými muži,“ tvrdí nizozemská výzkumnice Liesbet van Zoonen (1994, s. 50). Naráží tak na fakt, který popisuje i řada dalších výzkumníků a výzkumnic, a sice že se ženy v médiích ve srovnání s muži objevují méně často jako autorky i jako zpravodajské zdroje (van Zoonen, 1994; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; Gallagher, 2005; Morna, 2007; Lavie, Lehman-Wilzig, 2003; Renzetti, Curran, 2005).

Z mnoha výzkumů také vyplývá, že ženy novinářky i ženy zdroje často vystupují v jiných pozicích než jejich mužské protějšky. Ženy zpracovávají jiná témata, jsou zobrazovány v jiných kontextech, rolích a v souvislosti s jinými tématy než muži (Chambers, Steiner, Flemming, 2004; van Zoonen, 1988; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010). Kapitola pozice žen v médiích se zaměřuje právě na tyto skutečnosti. Popisuje, jak jsou v médiích zastoupeny novinářky a v jakých pozicích vystupují. Zkoumá také výskyt a postavení žen jako zdrojů, to vše také se zaměřením na situaci v České republice.

2.1.1. **Ženy jako novinářky**

Řada výzkumů (van Zoonen, 1988; Gallagher, 2005; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; Morna, 2007; Lavie, Lehman-Wilzig, 2003) ve světě ukázala, že počty novinářek v redakcích médií jsou dlouhodobě nižší než počty mužů. Například podle posledního ročníku výzkumu Global Media Monitoring Project (GMMP) jen 37 % televizních, rozhlasových i tištěných zpráv vytvořily novinářky (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010).

Novinářky navíc (viz následující podkapitoly) nemají stejný přístup jako muži do některých tematických oblastí, do nejvyšších vedoucích pozic nebo do nejprestižnějších médií (Chambers, Steiner, Flemming, 2004; van Zoonen, 1988; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; Craft, Wanta, 2004). To je zajímavé především vzhledem k faktu, na který upozorňuje Romy Fröhlich, a sice že „navzdory zvyšujícímu se procentu žen, které dostudují žurnalistické školy, se tento trend nijak signifikantně neodrazí na počtu žen zaměstnaných ve vedoucích pozicích v žurnalistice (2004, s. 68).“

2.1.1.1. **Horizontální a vertikální segregace**

Ženy v redakcích čelí tlaku horizontální segregace. Některé tematické oblasti jsou pro ně hůře dostupné než pro jejich mužské kolegy. Podle řady autorů (van Zoonen, 1988; Gallagher, 2005; Chambers, Steiner, Flemming, 2004) stále platí rozdělení na hard news a soft news¹, přičemž první z nich jsou zpravidla vyhrazena mužům, kdežto ženy se musí spokojit s „podřadnějšími“ soft news. Podle van Zoonen se redaktorky „objevují většinu času v sekci věnované lidsky jímavým příběhům, ve zprávách zaměřených na umění, vzdělání, otázky spotřebního chování, zatímco muži se objevují ve všech zpravodajských kategoriích, ale zejména v ekonomických, socioekonomických, zahraničních a politických zprávách (1988, s. 36).“

Z výzkumu GMMP zase vyplynulo, že ženy pokrývají pouze 32 % zpráv z vážnějších oblastí zpravodajského spektra, jako je například politika nebo vláda (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010). To potvrzuje i Deborah Chambers a její kolegyně, podle kterých „ženy jsou koncentrovány v sektoru považovaném za soft news, s důrazem na lidské příběhy [...] zůstávají mimo důležitá politická a veřejná témata [...] a zažívají největší nepřátelství v oblastech tradičně ovládaných muži, jako je politická nebo sportovní žurnalistika. (Chambers, Steiner, Flemming, 2004, s. 92, 229).“ Podle Craft a Wanty novinářky nejčastěji pokrývají ekonomiku, byznys a vzdělávání (2004). Ženy zpravidla převládají v oblastech, jako jsou dětská nebo vzdělávací média, zábava či lidské příběhy, které mohou být vnímány jako „rozšíření jejich domácích povinností. (van Zoonen, 1994, s. 51).“

Existuje i teorie, že k horizontální segregaci dochází i při rozdělení působnosti novinářů a novinářek na lokální, národní a mezinárodní média a témata. Souvisí to s vyšší prestiže jednotlivých typů médií. V prestižnějších oblastech jsou preferováni muži. Z toho plyne, že méně prestižní lokální média zaměstnávají ženy spíše než více ceněná celonárodní (van Zoonen, 1994). K podobným výsledkům došel mezi lety 1995 a 2005 výzkum GMMP. Situace se ale nyní změnila a „zahraniční a celonárodní zprávy jsou

¹ S typologií hard news a soft news přišla americká výzkumnice Gaye Tuchman. Hard news popisuje jako události, které novináři považují za důležité, které je potřeba zpracovat neprodleně a které mají své nezastupitelné místo ve zprávách. Patří sem například politika, ekonomie nebo právo. Oproti tomu soft news jsou vnímány jako méně podstatné, doplňující zprávy. Často se zde objevují lidské příběhy nebo odlehčující témata (1978).

nyňi zpracovávány ženami téměř ve stejném rozsahu jako lokální (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010, s. 9).²

Jiní autoři zase poukazují na možnost, že ženy mají větší šanci prosadit se v televizním zpravodajství než jinde, protože v něm záleží na vzhledu (Chambers, Steiner, Flemming, 2010; van Zoonen, 1994). Podle GMMP ženy při tvorbě televizních zpráv překonaly své mužské kolegy – 52 % televizních zpráv vytvořily novinářky (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010). Van Zoonen se domnívá, že ženy začaly v televizních redakcích přibývat ve chvíli, kdy se změnila redakční politika a styl televizních zpráv. Zatímco do té doby byly zprávy spíše neosobní, nyní se začalo usilovat o to, aby se diváci mohli se zprávami nebo osobami v nich identifikovat (1994). Byl vytvořen prostor, ve kterém se začaly preferovat vlastnosti vnímané jako typicky ženské – například emocionalita a intimita. „Ačkoli to není případ, kdy by byly novinářky najímány vyloženě proto, že jsou ženy, ukazuje se, že změna redakční politiky otevřela prostor, ve kterém je fungování žen přijatelné (van Zoonen, 1994, s. 60).“

Na ženy v televizním zpravodajství jsou kladeny jiné požadavky, než na muže. U žen je zdůrazňována dekorativní hodnota a někdy dochází i k sexualizaci novinářek. Novinářky podle ní nejsou jen doručovatelkami, ale také „objekty zpráv. Televizní žurnalistika obecně klade důraz na mladistvý a atraktivní vzhled, u žen je ale tento požadavek silnější (Chambers, Steiner, Flemming, 2004, s. 4, 223).“ Drtivá většina novinářek musí být mladá, muži podobné podmínky nemají. Příčinou může být fakt, že „podstatný element západní patriarchální kultury je ukazovat ženu jako podívanou, jako objekt podrobený pohledu (mužského) publika (van Zoonen, 1994, s. 87).“ Z posledních výsledků GMMP ale vyplývá, že v minulých pěti letech se do zpráv začínají dostávat i moderátorky a reportérky vyššího věku. Vzrostl jak počet zpráv uvedených hlasatelkami starších 50 let (ze 7 % v roce 2005 na 51 % v roce 2010), tak i počet zpráv od starších reportérek. Ve věkovém rozpětí 35 až 49 let přibylo zpráv o 8 %, v kategorii 50 až 64 let dokonce o 23 % (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010).

Van Zoonen upozorňuje i na další rovinu diskriminace žen v redakcích – na vertikální segregaci. Jde o stav, ve kterém se ženy prakticky nedostávají do vedoucích pozic, nebo jich dosahují v porovnání s mužskými kolegy jen velmi málo. „Dokonce i v typicky

² Nejnovější GMMP ukázal, že ženy zpracovávají zhruba 40 % lokálních zpráv, 38 % celonárodních a 37 % zahraničních (Macharia, 2010).

ženských oblastech je těžké najít ženy ve vedoucích pozicích (1994, s. 51).“ Pokud už se žena dostane do rozhodovací pozice, je to většinou v těch oblastech, ze kterých nelze postoupit na úplně nejvyšší pozice. Ženy se tak dále neposouvají do nejvyššího vedení redakcí (Nicholson, 2007). „Ženy manažerky bývají navíc méně placené než jejich mužští kolegové. (van Zoonen, 1994, s. 51).“ Tím, že ženy, které jsou obecně méně platově hodnocené, vstupují do redakcí ve stále větších počtech, dochází ke snižování platů v celém sektoru (Creedon, Cramer, 2007). Rozdíl mezi platy novinářů a novinářek se navíc nezmenšil od roku 1991 (Nicholson, 2007). „Ženy jsou zařazovány do méně placených pozic v žurnalistice ne proto, že by na nich chtěly být, ale kvůli faktorům, které je historicky ekonomicky podhodnocují (Beasley, 2007, s. 29).“

Podle některých teorií to souvisí s tím, že ženy v redakcích jsou nuceny skloubit představu o tom, jak má vypadat „správná“ žena, a představu o fungování redakce, která byla dlouhé roky téměř výhradně mužským světem (van Zoonen, 1994; Chambers, Steiner, Flemming, 2004; Creedon, Cramer, 2007). „Diskriminační přístup k ženám a zkušenosti s ním ukazují, že být ženou a zároveň profesionálem je problematické. Ženy jsou konfrontovány se sociálními a kulturními očekáváními feminity a zároveň se očekává, že budou dodržovat pravidla profesionality. Ženy, které se tomu vzepřou, nejsou akceptovány jako opravdové ženy (van Zoonen, 1994, s. 54).“

2.1.1.2. **České novinářky**

Údaje o novinářkách nejsou v Česku kompletní. Bylo provedeno několik výzkumů nebo pokusů o ně, které mohly přinést údaje o podílu novinářek a jejich charakteristikách, narážely ale na metodologické problémy.

„Statistická data, jaká poskytuje například studie Glass Ceiling Two, která by podrobněji vypovídala o genderovém složení redakcí s ohledem na úroveň řízení a pracovní pozici, věk novinářů a novinářek, podobu pracovní smlouvy, platové podmínky či tematické zaměření v rámci profese, a také o případných opatřeních médií ve vztahu ke sladování osobního a profesního života a genderové nerovnosti, nejsou pro Českou republiku dostupná (Vochocová, 2009, s. 162).“

Částečně se o to pokusil Jan Punčochář, který zmapoval podíl žen v novinářských organizacích a na volné noze. „Podíl žen mezi členy Syndikátu novinářů ČR dlouhodobě představuje přibližně třetinu (34 %) ... mírně klesá celkový počet členek

syndikátu novinářů, ale na druhé straně mírně narůstá počet novinářek na volné noze (2008, s. 1-2).“

S určitými údaji o podílu novinářek přichází i výzkum GMMP, podle kterého ženy v Česku tvoří 47 % reportérů. Studie však mapovala pouze výskyt textů psaných novinářkami či novináři v jednom sledovaném dni, údaje tak nemohou vypovídat o celkovém rozložení na mediálním trhu. Navzdory představě, že ženy mají větší šance v televizním zpravodajství, ve výzkumu se nejvíce novinářek objevilo v tištěných médiích (58 % ze všech novinářů), následovalo rádio se 44 % a televize s 41 % (ProEquality, 2010). Přestože v celosvětových výsledcích GMMP 2010 vycházelo, že ženy zpracovávají stejně lokálních, celonárodních i zahraničních témat, pro Českou republiku to neplatilo. „Novinářky se soustředí zvláště na lokální příběhy (60 %), jenom 33 % z nich zpracovává mezinárodní zprávy. Mužský a ženský podíl v národních zprávách je vyrovnaný (ProEquality, 2010, s. 11).“ Podle GMMP se české novinářky věnují převážně sociální oblasti, právu, vědě, zdraví a politice. „První dvě kategorie jdou ruku v ruce se stereotypem, že ženy novinářky mají blíže k soft tématům. Rozdíly ale nejsou tak velké, muži a ženy pokrývají oblasti rovnoměrně (ProEquality, 2010, s. 5).“

Jak ale upozorňuje Vochocová, výsledky GMMP musíme brát spíše jako orientační, protože studie má celou řadu metodologických problémů, mezi které patří univerzální metodologie bez zohlednění lokálních specifik, účelovost při interpretaci dat a sporný vzorek (2011).³ O sběr ucelených dat o českých novinářkách se pokusila i Vochocová v roce 2008, kdy uspořádala dotazníkové šetření dotazující se na pracovní pozice mužů a žen s ohledem na úroveň řízení, profesní členění redakce, tematické zaměření, typ pracovní smlouvy nebo platové podmínky. Návratnost dotazníku ale byla minimální (Vochocová, 2009).⁴ Informace o tom, jaký podíl mají ženy na tvorbě zpravodajství v České republice tak zůstává stále ne úplně zcela zodpovězena.

³ Studie totiž vychází pouze ze sledování jediného dne, a tak může být snadno vychýlena specifickou událostí, ve které se vyskytují více muži či ženy či aktéři v určitých pozicích. „Uvážíme-li, že den monitoringu byl také dnem, kdy například českým médiím dominovala zpráva o oslavách pádu Berlínské zdi (kterých se zúčastnili politici – v převážné většině muži – „s chotěmi“) [...] je zřejmé, jak může výsledky výzkumu vychýlit naprosto nereprezentativní vzorek založený na zpravodajských výstupech jediného dne (Vochocová, 2011, s. 95 – 110).“

⁴ Redakce nejčastěji odmítaly údaje poskytnout s poukazem na to, že se jedná o citlivá obchodní data, případně že na jejich shromáždění nemají dostatečné kapacity (Vochocová, 2009).

2.1.2. Ženy jako zdroje

Stejně jako najdeme málo žen v redakcích, muži ve zpravodajství převládají i jako zdroje. Pokud se ženy jako zdroje do zpravodajství přece jen dostanou, často vystupují pouze jako neoborníci, hlas lidu nebo jako zástupkyně tradiční představy o ženské roli.

2.1.2.1. Výskyt žen jako zpravodajských zdrojů

Výzkumy ukazují, že žen ve zpravodajských obsazích je dlouhodobě méně než mužů (van Zoonen, 1994; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; ProEquality 2010; Renzetti, Curran, 2005; Trampota, 2004). Podle GMMP pouze 24 % zdrojů tvoří ženy (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010), v Česku byl poměr ještě horší – pouze 23 % zdrojů, které se objevily ve zpravodajství, byly ženy (ProEquality, 2010). „Ženám se dostává menší pozornosti než mužům. Ženy mluví kolem půl minuty, muži nejméně o minutu déle, (van Zoonen, 1988, s. 2).“ Méně žen ve zpravodajství a méně času věnovaného jejich promluvám vede k tomu, že „významným poselstvím (televize) je, že ženy jsou méně důležité než muži (Renzetti, Curran, 2005, s. 193).“

Studie GMMP upozorňuje i na rozdíly v zastoupení žen jako zdrojů v jednotlivých médiích. Při českém výzkumu v roce 2010 se nejvyšší procento žen objevilo v televizi (28 %) a nejméně v rádiu (10 %). V tisku to bylo 22 %. „Viditelnost žen v médiích je mnohem nižší než mužů (ProEquality, 2010, s. 7).“

Tomáš Trampota ve svém výzkumu přístupu zdrojů do televizního zpravodajství odhalil významnou dominanci promluv mužů. V relacích České televize a televize Prima byli čtyři z pěti zdrojů muži. Muži navíc nevedli pouze z hlediska frekvenčního výskytu, ale také z hlediska času, který byl věnován jejich promluvě. Ta byla vždy vyšší než 70 % a u ČT a Primy muži ovládli více než tři čtvrtiny výskytu času (2004). Podle Petra Janečka, který se zabýval vývojem přístupu žen do zpravodajství u nás mezi lety 1993 a 2009, se od devadesátých let počet žen zvýšil, v 21. století však zůstává na stejné hladině a dál už neroste (1993 ženské zdroje 6,5 %; 2001 19,6 %; 2009 19,5 %). K vyrovnání podle něj došlo v délce promluv, kdy v roce 1993 byl rozdíl mezi délkou promluvy mužů a délkou promluvy žen 8,1 vteřiny, v roce 2009 už měla obě pohlaví stejně velký prostor (2010).

2.1.2.2. **Pozice žen jako zpravodajských zdrojů**

Nejen, že ženy se ve zpravodajství coby zdroje objevují méně než muži, vystupují často v jiných pozicích a v jiném kontextu. Často jsou zabírány či popisovány v tradičním prostředí, jako je domov a rodina (van Zoonen, 1988). To koresponduje se zjištěním, že z 25 tematických kategorií ženy jako zdroje převážily pouze ve dvou oblastech – jako lidé v domácnosti, kde ženy tvořily 76 %, a jako studentky (54 %). „Takové rozvrstvení vykresluje svět práce mimo domov, jako by v něm ženy nebyly (Macharia, O’Connor, Ndangam, 2010, s. 2).“ Podle Janečka ženy jako zdroje v Česku dominují v kategorii rodina a děti (66,7 %) a zdraví a lékařství (54,5 %). Hodně žen nacházíme také v kategoriích, jako je kultura, zábava, vzdělání, právo a společnost. Povšiml si navíc, že „ženy jako oběti zločinů nebo protiprávního jednání jsou situačně zarámovány s dítětem v náručí nebo u dveří svého domova či bytu (2010, s. 65).“

Ukazuje se také, že ženy vystupují spíše jako neoborné zdroje, tj. jako svědci, vox populi, oběti trestných činů atd. Naopak jsou ignorovány jako experti (Dates, 2007). To se potvrdilo například ve výzkumu Veroniky Cvejnové, která zjistila, že například ve zpravodajství televize Nova více než polovinu promluv žen tvořilo právě „vox pops“ (2005).⁵ K podobným závěrům došel i Janeček, podle nějž se žena „musí spokojit s pasivnější rolí tiskové mluvčí, vox pops (2010, s. 72).“ Navíc upozorňuje na to, že na rozdíl od mužů jsou ženy zobrazovány v daleko menším spektru rolí (Janeček, 2010).

Existuje předpoklad, že i v případě zdrojů platí rozdělení na hard news a soft news s tím, že muži promlouvají spíše k vážnějším tématům. Výsledky výzkumů na toto téma v České republice jsou ale nejednoznačné. Výzkum GMMP došel k závěru, že ženy jako zdroje ve zprávách o politice a vládě tvořily jen 13 % zpráv, v oblasti ekonomiky 23 %. Tento nedostatek přisuzují nízkému počtu žen v těchto oblastech (ProEquality, 2010). Naproti tomu Cvejnová uvádí, že podíl ženských akterek v politice a ekonomice tak zanedbatelný není. Je to podle ní způsobeno tím, že v těchto oblastech se více vyskytují tiskoví mluvčí, kterými jsou často právě ženy (2005).

Ženy v českém zpravodajství častěji promlouvají k lokálním a národním zprávám, než ke zprávám zahraničním (Cvejnová, 2005; ProEquality 2010). Ženy jsou také méně

⁵ Ženy vystupují spíše jako neoborné zdroje i podle GMMP. V mezinárodním srovnání promluvily ženy jako expertky jen v 19 % případů (Macharia, 2010), v České republice to bylo pouze 15 % (ProEquality, 2010).

často prvním zdrojem, který novináři ve zprávě citují. Nejméně ve čtyřech pětinach promlouvá z první pozice muž. Nicméně zpráv, ve kterých první promlouvají ženy, přibývá. Zatímco v roce 1993 to bylo jen 3,4 % případů, v roce 2009 už 21 % (Janeček, 2010).

Zajímavé je porovnání situace v Česku a v zahraničí při uvádění rodinných charakteristik zdroje (např. matka, manželka, manžel, otec). Ačkoli z mezinárodního výzkumu vyplynulo, že ženy byly takto označovány čtyřikrát častěji než muži (Macharia, 2010), pro Českou republiku tento předpoklad, zdá se, neplatí. Podle Cvejnové i GMMP se podobné označování v České republice nepoužívá téměř vůbec⁶. Autoři českého GMMP to připisují jisté „profesní kultuře“ v Česku, kdy lidé sami sebe definují primárně prostřednictvím povolání, nikoliv prostřednictvím rodinného statusu. Přesto se objevily mírné rozdíly v přístupu k ženám a mužům. Rodinný status byl přisouzen pouze 1 % mužů, ale zato 7 % žen (ProEquality, 2010).

⁶ Česká televize a TV Nova takto označila jen 8 % promlouvajících, Prima dokonce pouze 1,3 % (Cvejnová, 2005).

2.2. Sociologie zdrojů

„Stejně jako je vysoce selektivní výběr události do zpráv, podléhá přísné volbě i výběr těch, kteří dostanou ve zprávách možnost přímo promlouvat.“ (Trampota, 2006, s. 78). Způsob, jakým tento výběr probíhá, a faktory, kterého proces ovlivňují, se stal předmětem mnoha výzkumů. Ne všechny zdroje mají stejnou šanci se do zpráv dostat. Ve zprávách se objevují spíše lidé veřejně známí. „Zároveň platí, že zprávám dominují zdroje s vyšším sociálním statutem, zdroje disponující mocí a zdroje, které efektivně pracují s public relations (Trampota, 2006, s. 80).“

Podle Herberta Gansa musí mít zdroj 4 klíčové vlastnosti, aby mu byl umožněn přístup do zpravodajství. Jde o podnětnost, moc⁷, schopnost dodat vhodné informace a sociální a geografická blízkost. O konečném využití zdroje pak rozhodují další dílčí faktory, jako předchozí vhodnost, produktivita, spolehlivost, důvěryhodnost, autorita, schopnost vyjadřování. Důraz na sociální blízkost vysvětluje tak, že lidé z níže postavených sociálních skupin mají často strach z komunikace s novináři a nevědí, jakým způsobem s nimi jednat. Vyšší střední třída naopak nemá potíže s dosažením reportérů ani při jednání s nimi (Gans, 2004).

John Hartley přišel s teorií, že existují takzvané hlasy s přístupem. Jedná se o podmnožinu zdrojů, která má zajištěn snadnější přístup do mediálních obsahů. Jde především o známé osobnosti, politiky, odborníky a celebrity (Hartley, 1995). Podobný koncept popisující privilegovaný přístup některých skupin do zpravodajství definoval i Stuart Hall. Jeho teorie primárních definujících ale rozvíjí i problematiku nestejněho postavení zvolených zdrojů. Primární definující mají právo promlouvat k tématu jako první, a tím pádem definují rámec, skrze který bude na problém nahlíženo. Jde především o oficiální zdroje či zdroje s mocí (1997). Podle Halla tak dochází k upevňování stávajících pozic a diskriminaci těch zdrojů, které mezi primární definující nepatří (1997). To potvrzuje i Gans, podle kterého přístup do zpráv kopíruje společenskou situaci (2004).

⁷ Gans upozorňuje, že novináři si přednostně vybírají ty zdroje, které mají moc. Zdroje s menší mocí musí přijít s mimořádně neobvyklou a dramatickou událostí, aby překonaly práh pozornosti novináře a dostaly se do zpráv. Nemusí to ale podle něj znamenat, že zdroje samotné svou moc přímo využívají k tomu, aby se dostaly do zpravodajství. „Novináři je vyhledávají sami, protože jsou jednodušší a rychleji dosažitelné, stejně jako spolehlivé a produktivní (2004, s. 282).“

Řada vědců (van Zoonen, 1988; Gans, 2003; Sigal, 1973) se pokouší zjistit, jaké vlivy formují způsob, kterým novináři vybírají své zdroje. Do procesu výběru zdroje může vstupovat hned několik faktorů, jako jsou například individuální charakteristiky novináře, vliv mediální a profesní organizace nebo zavedené mediální rutiny. Poměr mezi těmito vlivy dosud není zcela jasný.

2.2.1. Vliv individuálních charakteristik novináře

Existuje předpoklad, že individuální vlastnosti novináře ovlivňují způsob, jakým si do svých článků či reportáží vybírá zdroje. Mezi tyto vlastnosti může patřit věk, gender, etnicita, vzdělání, politické preference, náboženství a další. Trampota kromě těchto obecných kategorií zmiňuje ještě redaktorovo chápání vlastní role v médiu. Tyto faktory podle něj mediální obsahy a způsob výběru zdrojů ovlivňovat mohou. Upozorňuje, že „i přes naplnění veškerých etických pravidel a norem se žádný redaktor nemůže zcela oprostit od hodnotového rámce, od představ, co je důležité, co je správné a co nikoliv (2006, s. 51).“ Jak ale Trampota dodává, dosud se nepodařilo přesvědčivě objasnit, do jaké míry tyto faktory mediální obsahy skutečně ovlivňují. Studie zaměřující se na toto téma přinesly odlišná zjištění a nelze tak na jejich základě přijímat jednoznačné závěry (2006).

Zvláštní pozornost je věnována jedné z individuálních charakteristik novinářů – genderu. Mnozí vědci (Morna, 2007; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; Lowrey, 2004; Craft, Wanta, 2004) se na základě svých výzkumů domnívají, že pohlaví novináře ovlivňuje způsob jeho redakční práce i volbu zdrojů. Podrobněji se tomuto tématu věnuje kapitola 2.3. Herbert Gans nebo Marjan de Bruin připouští, že individuální charakteristiky mohou mít na novinářskou práci nějaký vliv, zmiňují ale další faktory, které hrají stejnou či dokonce důležitější roli – mediální organizaci a mediální rutiny (de Bruin, Ross, 2004; Gans, 2004).

2.2.2. Vliv mediální organizace

Někteří autoři (van Zoonen, 1988; Gans, 2004) upozorňují na slabiny v teorii, že novinářskou práci ovlivňují individuální charakteristiky novináře. Přistoupit na takovou teorii by podle nich znamenalo přijmout předpoklad, že novinářská práce je dostatečně autonomní, a dokazují, že tomu tak není. „Novináři o sobě často tvrdí, že mají absolutní autonomii ve výběru témat, ve skutečnosti jí ale tolik není (van Zoonen, 1988, s. 45).“

Gans označil individuální autonomii za iluzorní. Novináři se sice mohou domnívat, že jim nikdo nepřikazuje, podle Gansé ale příkazy často přicházejí ve formě prosby či doporučení (2004). „Novináři jsou ve své podstatě individuální jedinci, mediální organizace je ale na druhou stranu velmi zbyrokratizovaná a to potom vede k tomu, že i velmi rozdílní jedinci ve stejných pozicích rozhodují stejně (Gans, 2003, s. 13).“

Podle McNaira je žurnalismus výsledkem redakčního výrobního procesu, kde je „pracovní prostředí redakce odrazovým můstkem činnosti každého jednotlivého novináře a definuje rutinní postupy a limity jeho práce (2004, s. 65).“ Je nutné brát zřetel na to, že novináři pracují v rámci sociálních, organizačních a ideologických faktorů (van Zoonen, 1988; Sigal, 1973). „Organizační procesy a byrokratická politika ovlivňují obsah zpráv víc než politické sklony individuálního novináře. Ve zkratce: to, o čem novinář informuje, závisí méně na tom, kdo je, než na tom, jak pracuje (Sigal, 1973, s. 5).“

Součástí mediální organizace je hned několik omezení, na která musí novináři brát zřetel. Patří mezi ně například čas uzávěrky. Podle Giebera je výběr podle subjektivních kritérií značně omezen právě časovým tlakem, způsobem mediální produkce a množstvím zpráv k výběru. „Reportéři často nemají na psaní zpráv dostatek času, jsou zavaleni zjišťováním maličností a nedokážou rozlišit události skutečného významu (Gieber, 1999).“ Podle Sigala novináře tak zaměstnává výroba obsahu do uzávěrky, že věnují jen málo času přemýšlení o zprávách (1973).

Omezením v novinářské autonomii jsou i představy vedení redakce o zájmech příjemců, kteří preferují události z určitých oblastí, o aktivity některých organizací a určitá témata. Zpravodajská síť představuje principy geografické teritoriality, instituční specializace a tematické specializace (Tuchman, 1978).

2.2.3. Vliv mediálních rutin

Omezení vyplývající z mediální produkce vedou k vytváření rutin⁸ (Tuchman, 1978). Podle Gansé by bylo příliš časově náročné pokaždé znovu rozhodovat, co nebo kdo se dostane do zpráv. Vznikají proto rutinní procesy výběru témat i zdrojů (2004). Ty vedou

⁸ Tuchman pracuje s pojmem zpravodajské sítě, které jsou projevem rutin při sběru informací. Novináři se při své každodenní práci soustředí jen na některé instituce a místa v určitých časových momentech. Síť těchto míst vytvářejí podle toho, jak se osvědčily v minulosti a s jakou pravděpodobností na nich dojde k zaznamenáníhodné události (1978).

nejen k usnadnění každodenní práce, ale podle Trampoty také umožňují rychle a efektivně zpracovávat nečekané události (2006). V oblasti zdrojů rutinní postupy vedou k tomu, že novináři pracují pouze s omezeným počtem zdrojů, které se jim osvědčily v minulosti jako vhodné a dosažitelné a aktivně nenacházejí nové zdroje (Gans, 2004). Rutinní postupy také novinářům velí využívat především zdroje s oficiálním byrokratickým statutem. Právě takové zdroje totiž naplňují rutinní požadavky na efektivitu, relevanci a spolehlivost.

Nejvíce informací přichází buď oficiálními rutinními kanály, jako jsou tiskové konference, jednání, soudy a statistiky, nebo z neoficiálních rutinních kanálů (například úniky informací nebo zákulisní jednání). Více než polovinu zdrojů tvoří oficiální zdroje z vlády (Sigal, 1973). Novináři využívají i iniciované zdroje, kdy provádějí vlastní pátrání, analýzy a hledají vlastní témata, takový zdrojů je ale málo. „Ze všech zpráv v Times i Post převážily rutinní kanály ty iniciované více než dva na jednoho (Sigal, 1973, s. 225, 121).“ Podle Sigala jsou to právě organizační rutiny, které mají velký vliv na mediální obsahy i způsob sběru zpráv a výběr zdrojů. „Reportéři se zdají být relativně nezávislí na redakčních pravidlech sběru zpráv. Při skutečné práci však efektivita vyžaduje sběr zpráv skrz rutinní kanály (Sigal, 1973, s. 119).“

2.2.4. Vliv zdrojů

V předchozích kapitolách jsou popsány vlivy novinářů a mediálních organizací na výběr zdrojů, zatím jsme se ale nezabývali působením samotných zdrojů ve snaze o to, dostat se mediálních obsahů. Existují různé strategie, které zdroje volí, aby pronikly do zpráv. Tyto strategie souvisí s žádoucími vlastnostmi zdrojů, které jsme definovali výše: vyšší sociální status, moc, efektivní práce s public relations, podnětnost, sociální a geografická blízkost (Trampota, 2006; Gans, 2004).

Zdroje ale také musí pochopit, jak mediální organizace pracují a tomuto způsobu práce se přizpůsobit. Musí pochopit a osvojit si „mediální logiku“, jak ji definovali David Altheide a Robert Snow. Mediální logika je dle nich „forma komunikace, proces, skrze který média prezentují a předávají informace (1979, s. 9)“ Do mediální logiky spadají například pravidla mediální komunikace, organizace práce a zpravodajských materiálů, styl prezentace nebo důraz na určité charakteristiky (Altheide, Snow, 1979). Podle McNaira musí zdroje, které chtějí do zpráv proniknout, například zohlednit uzávěrku,

styl média, obecně přijaté chápání toho, co je zpráva, a přizpůsobit tomu svůj příběh a jeho komunikaci (2004).

Stejně tak by měly efektivně pracovat v oblasti public relations. Pracovníci PR musí dokonale znát fungování médií a musí zprávu nejen umět dodat ale i vytvořit (McNair, 2004). McNair tak naráží na teorii pseudoudálostí Daniela Boorstina. Pseudoudálosti jsou tvořeny uměle vyrobenými událostmi, které jsou přizpůsobeny potřebám novinářů, médií a mediálních konzumentů a jsou snadno využitelné jako zpráva. Jde například o tiskové konference, ukázky pro novináře atd. (Boorstin, 1992).⁹

McNair upozorňuje, že schopnost dostat se do médií, nemusí vždy souviset s mocí a bohatstvím. Metody PR při své snaze prosadit se v mediálním prostoru podle něj užívají i různé nátlakové skupiny, lobby, odboráři a jiné organizace. „Jak ukázaly skupiny jako Greenpeace, obeznámenost s prací médií a schopnost využít ji k vytváření happeningů vhodných pro média může mít stejný úspěch při nastolování témat jako masivní reklamní aktivity velkých nadnárodních společností (2004, s. 154).“

⁹ McNair sám je v souvislosti s politickými událostmi nazývá medialitami, které popisuje jako „nesmyslné a bezvýznamné bez existence médií, která je zaznamenají a zprávu o nich rozšíří k publiku (2004, s. 152).“

2.3. Vliv genderové struktury mediálních organizací na podobu zpravodajských obsahů

V posledních letech vznikla řada výzkumů (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; Lavie, Lehman-Wilzig, 2003; Morna, 2007; Craft, Wanta, 2004 a další), které se snaží zjistit, zda genderová struktura mediálních organizací má nějaký vliv na podobu zpravodajských obsahů. Jinými slovy, zda pohlaví novináře ovlivňuje výběr zdrojů.

V této oblasti se střetávají dva přístupy. Jeden z nich předpokládá, že zvýšení počtu žen pracujících v médiích povede ke změnám ve zpravodajských obsazích. Některé přístupy dokonce předpokládají, že ženy přinesou vyváženější a méně stereotypní reprezentace obou pohlaví nebo zlepšení obrazu žen v médiích. Druhý přístup ale upozorňuje na nedostatky této teorie a doporučují se zaměřit na jiné faktory, které ovlivňují podobu zpravodajských obsahů spíše (Vochočová, 2008).

2.3.1. Gender ovlivňuje obsah

K zastáncům teorie, že ženy mohou změnit zpravodajské obsahy, patří například Colleen Lowe Morna (2007), Wilson Lowrey (2004), Chambers, Steiner a Flemming (2004) a řada dalších. Morna předpokládá, že pokud počet žen v redakcích přesáhne určité kritické množství, redakční kultura se změní a ženy začnou být v médiích prezentovány odlišně (2007). "Muži a ženy v médiích uvedli několik příkladů, jak zastoupení žen v médiích, zvláště na vyšších pozicích, mění redakční kulturu a má pozitivní dopad na pokrytí. Výzkum ukazuje, že ženy reportérky se spíše obracejí na ženské zdroje a že přinášejí svěží perspektivu do vytváření zpráv (Morna, 2007, s. 13)."

K podobným závěrům došel ve svém výzkumu i Wilson Lowrey, který se soustředil na interakci mezi různými skupinami a zjistil, že gender při rozhodování o obsahu hraje roli. Lowrey navíc prokázal, že od žen v redakcích se toho očekává méně a jsou diskriminovány na základě pohlaví (Lowrey, 2004). Podle autorek Chambers, Steiner a Flemming ženy pravděpodobně přispěly k výraznému posunu v mediálních obsazích tak, že zavádějí témata, která se v dobách, kdy redakce ovládali výhradně muži, nepovažovala za novinářsky hodnotná.¹⁰ Změna agendy médií s příchodem žen podle

¹⁰ Za důkaz toho, že ženy mění mediální obsahy, považují autorky Pulitzerovy ceny, které ženy právě za tato dříve přehlížená témata získávají (Chambers, Steiner, Flemming, 2004)

autorek ukazují na to, že novináři a novinářky mají různé přístupy k práci (Chambers, Steiner, Flemming, 2004).

Co se týče oblasti zdrojů, někteří z autorů (Galagher, 2010; Weaver, Wilhoit, 2004; Chambers, Steiner, Flemming, 2004) upozorňují na to, že ženy se častěji než muži zaměřují na obyčejné lidi a ženské zdroje. Celosvětové hodnocení GMMP došlo k závěru, že ženy jako objekty ve zpravodajství se častěji vyskytují ve zprávách, jejichž autorkami jsou ženy. „Zprávy novinářek obsahovaly více ženských zdrojů než zprávy novinářů. Tento trend přetrvává posledních deset let. V roce 2000 bylo ve zprávách novinářek 24 % ženských zdrojů ve srovnání s 18 % ženských zdrojů ve zprávách novinářů. V roce 2010 byla statistika 28, respektive 22 % (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010, s. 2).“ Některé z přístupů předpokládají, že ženy na rozhodovacích pozicích změní zažitý systém, kdy jsou jako zdroje (zvláště ty expertní) voleni převážně muži. „Dokud nebude více žen na pozicích, ze kterých mohou ovlivnit, komu se zavolá pro komentář a kdo bude označen jako expert, bude pokračovat přetrvávající vzor (Dates, 2007, s. 77).“

Při zkoumání přístupu ke zdrojům v závislosti na pohlaví novinářů v České republice, došel GMMP k poněkud odlišným výsledkům. Ve zprávách novinářek se sice objevovalo více žen než ve zprávách novinářů, rozdíl ale nebyl nijak dramaticky velký. Novináři a novinářky volili zdroje spíše podle jiných kritérií, jako je například téma a oblast (ProEquality, 2010). „V druhém plánu, pokud mají na výběr z více zdrojů, kombinují muže a ženy tak, aby jejich zprávy byly vyvážené. Pokud novináři a novinářky zařadí ženu do zpráv, dělají to bez ohledu na vlastní pohlaví (ProEquality, 2010; s. 11-12).“

Z výzkumů vyplynuly další dvě tendence, které mohou souviset s genderovým složením redakcí. V redakcích, kde bylo více žen ve vedení, pokrývali novináři a novinářky stejné tematické oblasti, respektive, že témata se nerozdělovala podle pohlaví autorů (Craft, Wanta, 2004). „Pokud bylo v médiu vysoké procento žen na manažerských pozicích, novináři i novinářky pokrývali stejná témata. Pokud bylo procento žen na těchto pozicích nízké, novináři častěji než novinářky pokrývali politická témata a novinářky se věnovaly spíše tématu vzdělávání (Craft, Wanta, 2004, s. 134).“ Nabízejí tři možná vysvětlení tohoto jevu. Jedno z nich zní, že ženy ve vedoucích pozicích pomáhají ženám dostat se na úroveň mužů. „Ženy ve vedoucích pozicích zacházejí se ženami jako

s rovnými mužům. Nerozlišují mezi mužskými a ženskými kolegy při rozdělování témat, jako se tomu zjevně děje v redakcích ovládaných muži (Craft, Wanta, 2004, s. 136-137).“ Je ale také možné, že média, která nekladou ženám překážky dostat se do vedení, jsou vstřícná i k reportérkám. Posledním navrhovaným řešením je možnost, že muži v redakcích, kde rozhodují ženy, taktizují a volí taková témata, kterými se chtějí zavděčit svým manažerkám. Navíc v médiích, kde bylo na vedoucích pozicích více žen, se objevovalo více pozitivních zpráv. Nabízí se vysvětlení, že redakce s převahou mužů ve vedení se spíše drží tradičních novinářských hodnot, které preferují špatné zprávy a konflikty (Craft, Wanta, 2004).

2.3.2. Gender na obsah nemá vliv

Jiné přístupy ovšem podobné přisuzování vlivu genderu na zpravodajské obsahy nesdílejí. Úvahy o přímém vlivu jsou podle nich příliš zjednodušené. Van Zoonen upozorňuje na to, že pouhý fakt, že je současně málo žen v redakcích a málo žen v mediálních obsazích, spolu může, ale také nemusí souviset (1988). Do vztahu mezi novinářem a obsahem vstupuje celá řada dalších faktorů, které mají mnohdy větší vliv než gender. Podle van Zoonen vycházely ve výzkumech z různých zemí různé výsledky, což ukazuje minimálně na interakci genderu s politickým, kulturním a společenským prostředím. „Gender samotný není dostatečný důvod k vysvětlení profesionálního konání a hodnot žen novinářek (1994, s. 55).“

Aliza Lavie a Sam Lehman-Wilzig ve svém výzkumu dokonce tvrdí, že mezi zpravodajskými hodnotami či výběrem zpráv u novinářů a novinářek neexistuje vůbec žádná odlišnost. To podle nich značně komplikuje představu, že s příchodem žen do redakcí se mohou změnit mediální obsahy (Lavie, 2003). „I kdyby se redakce proměnily v pevnost žen, neměli bychom od toho čekat výrazné změny v editorské praxi (Lavie, 2003, s. 24).“

2.3.2.1. Gender jako dichotomická kategorie

Teorie, že pohlaví novinářů má vliv na zpravodajské obsahy a výběr zdrojů, v sobě obsahuje předpoklad, že gender existuje pouze jako dichotomická kategorie. To je ale velmi zjednodušená a nesprávná představa (van Zoonen, 1994; de Bruin, 2004). „K předpokladu, že obsah médií se změní v důsledku přítomnosti žen v profesi, musíme přijmout přesvědčení, že novinářky sdílejí určitou perspektivu, přístup, preference nebo

styl, který je odlišuje od jejich mužských kolegů. Jinými slovy, musíme přijmout feminitu, jakkoli definovanou, jako rys novinářek a maskulinitu jako odlišnou charakteristiku novinářů (van Zoonen, 1994, s. 63).“ Genderová identita je dle de Bruin příklad konceptu, který nabývá mnoha odlišných forem a nese mnoho odlišných významů. „Ideosynkretická povaha genderové identity implikuje, že nemůžeme mluvit o ženské a mužské polaritě, ale potřebujeme rozeznávat různé verze ženství a mužství (de Bruin, 2004, s. 3-4).“

Van Zoonen kromě toho kritizuje i představu o genderu jako o dané a neměnné kategorii. Lidskou identitu podle ní nelze vnímat jako stabilní, je nutné vidět její dynamičnost, závislost na různých dalších faktorech a proměnlivost v čase (van Zoonen, 1994).¹¹ Souvisí to s tím, že van Zoonen definuje gender spíše jako sociální konstrukt.¹² „Lidé produkují, reprodukují a přizpůsobují definici reality. Realita není něco, co existuje tam venku, je také (re)konstruovaná sociálními a smysl tvořícími aktivitami lidí (van Zoonen, 1994, s. 38).“ Jestliže přistoupíme na podobnou definici genderu, jen těžko můžeme zastávat představu, že ženy versus muži tvoří natolik homogenní skupiny, aby se mohli lišit při produkci zpráv a vytvářít odlišné obsahy. „Volání po nárůstu počtu novinářek je zcela legitimní v úvahách o rovných příležitostech. Ale očekávat od něj, že ovlivní obsah médií feminismem požadovaným směrem, je pouze teoretický a nepodložený předpoklad. Pro feministickou kulturní politiku jsou nezbytné jiné strategie (van Zoonen, 1994, s. 65).“

¹¹ Van Zoonen na gender pohlíží spíše jako na soubor překrývajících se kulturních předpisů, které definují pohlavní odlišnost. Tyto předpisy jsou ovlivněny sociálními, politickými, ekonomickými, technologickými a dalšími kontexty. Navíc souvisí s dalšími diskurzemi, jako je etnicita, třída nebo sexualita. Je tedy problematické popisovat gender jako fixní vlastnost, daleko spíše jde totiž o neustále se vyvíjející proces. Identita lidí je dynamická a nelze předpokládat, že by ji determinoval právě a pouze gender. Zoonen dokonce zmiňuje i možnost fungovat ve společnosti mimo gender (van Zoonen, 1994).

¹² Van Zoonen vychází z teorie sociální konstrukce reality Petera L. Bergera a Thomase Luckmanna, podle kterých je každodenní realita utvářena pomocí sociálních procesů, během nichž se sociální významy prostřednictvím interakce postupně mění v instituce, které vnímáme jako danou, historicky určenou realitu. Sociální konstruktivismus zkoumá proces, ve kterém dochází k institucionalizaci a její následné legitimizaci. Instituce můžeme chápat jako ustálené způsoby lidského jednání v sociálně definovaných životních kontextech. Vznikají z každodenních činností, které se opakovaně ustalují, neboli habitualizují. Jinými slovy, lidé si pro určité situace vytvářejí určité typizace chování. Tyto habitualizace a typizace se postupně stávají součástí lidského vědění, předávají se mezi generacemi, a tím se stávají historickými. Přijetí jejich historičnosti navíc vede k tomu, že se stávají také objektivními. Lidé, kteří nezažili jejich vznik, je vnímají jako něco, co existuje nezávisle na jednotlivcích. Tímto způsobem vznikají instituce (Berger, Luckmann, 1999).

Před používáním genderu jako dichotomické a dané kategorie ve výzkumech varuje i Vochocová. Data získaná z takových výzkumů mohou přinést obraz o zastoupení mužů a žen v redakci, o diskriminaci v redakcích, interpretace takových dat je ale složitá (2009). „Podobně jako při shromažďování etnicky strukturovaných dat de facto uzavíráme jednotlivce na základě biologických charakteristik do určité kolektivní identity (s konkrétními připsanými atributy), která je obvykle definována v protikladu k jiné, často dominantní identitě (Vochocová, 2009, s. 166).“

2.3.2.2. **Profesionalizace a přijetí mužského světa**

Další námitka proti teorii, že více novinářek přinese více žen do zpravodajství a změní pohled na ženy, zní, že ne každá novinářka uvažuje v kategoriích genderu a je solidární s ostatními ženami. Podle Chambers a Ross dokonce mohou být „někteří muži nakloněni myšlence inkluze více než některé ženy (2004, s. 157).“ Někteří vědci poukazují na to, že ženy novinářky často musejí přijímat pravidla mužského redakčního světa. Podle Marjan de Bruin a Karen Ross se ženám v redakcích sympatizovat s ostatními ženami nevyplácí, stejně jako identifikovat se s ženskou perspektivou. To podle nich může vést až „k přehnané identifikaci s tradičně mužskými profesionálními hodnotami.“ Ženy v její studii někdy dokonce přejímaly sexistický přístup a tvrdily, že ženy si za svoji podceňovanou pozici mohou samy (de Bruin, Ross, 2004, s. 15). „Mnoho žen vstoupilo do novinářské profese a jednoduše akceptovalo genderový systém hodnot, aniž by ho změnily (Creedon, 2007, s. 276).“

Juana Gallego a její kolegyně dokonce hovoří o „sekundární – mužské – socializaci“, kterou ženy procházejí, když začnou pracovat v médiích. Poukazuje také na to, že princip genderu novináři prakticky nevnímají a považují se za genderově neutrální profesionály. Novinářky také často definují samy sebe primárně skrze svoji profesi, nikoli skrze gender. „Mnoho novinářek říká: Nejdříve ze všeho jsem profesionálka ... Snaží se vyhnout přiřazení k genderu (Gallego, Altés, Cantón, Melús, Soriano, 2004, s. 59).“

Ženy při redakční práci a výběru zdrojů pracují podobně jako muži, protože byly nuceny přizpůsobit se pravidlům v redakcích, které před jejich příchodem určovali novináři – muži. Pokud chtějí být přijímány jako profesionálky, musí se vyrovnat mužským kolegům (Chambers, Steiner, Flemming, 2004). To potvrzuje i Morna, v jejímž výzkumu ženy často uváděly, že „musejí být jednou z kluků (one of the boys),

aby si udržely své postavení (2007, s. 7).“ Ženy se tak potýkají s problémem, který jejich mužští kolegové nepocítují. Musí skloubit dvě protichůdná očekávání – sociální a kulturní představy o feminitě a zároveň požadavky na profesionalitu, která má ale blíže spíše k maskulinitě. Na ženy, které se vzeprou tradiční představě o feminitě, pak není pohlíženo jako na opravdové ženy. „Diskriminační přístup k ženám a zkušenosti s ním ukazují, že být ženou a zároveň profesionálem je problematické (van Zoonen, 1994, s. 54).“ Ženy si pak často raději drží odstup od mocenských pozic, aby se nedostaly do generového konfliktu (de Bruin, Ross, 2004).

2.3.2.3. **Ovlivňování zpravodajských obsahů zdola**

Jiné přístupy kritizují představu, že změna zpravodajských obsahů je možná shora (prostřednictvím novinářů) a preferují spíše systém, ve kterém jsou mediální obsahy ovlivňovány zdola (prostřednictvím publika). Komerční požadavky vyhovět publiku považují za silnější než individuální preference novinářů a novinářek. Ke změně zastoupení a zobrazování žen v médiích tak nepovede více žen v redakcích, ale spíše větší viditelnost žen ve společnosti. Lavie a Lehman-Wilzig upozorňují, že zpravodajské hodnoty vznikají jako odpověď na snahu odrážet běžný vkus čtenáře, nikoli jako reakce na gender novinářů. Aby se ženy začaly prosazovat v mediálních obsazích, je nutné, aby se prosazovaly ve společnosti. V takovém případě by k „přizpůsobení měřítka zpravodajské hodnotnosti došlo i v redakcích nadále zcela ovládaných muži. Ptáme-li se “Čí jsou to zprávy?”, odpověď zní, že bez ohledu na to, zda žen v novinářině bude přibývat, vždy budou patřit obecným zájmům čtenářů, a to obou pohlaví (Lavie, Lehman-Wilzig, 2003, s. 18 – 19, 24).“

A bylo to právě vzrůstající síla žen ve společnosti, která otevřela ženám prostor v redakcích. Redakce si uvědomily, že z komerčního hlediska by bylo výhodné začít se zajímat o ženské publikum. V souvislosti s bojem o ženské čtenářky tedy začaly najímat ženy (Chambers, Steiner, Flemming, 2004). „Obrat k magazínovému stylu, který ženám umožnil přístup do médií, nebyl iniciován novinářkami, ale potřebou zaujmout čtenářky. Média jsou stále ovládána muži, ale jsou otevřenější ženským příběhům kvůli získání ženského publika (Chambers, Steiner, Flemming, 2004, s. 122-123).“

2.3.2.4. **Vliv organizace a mediálních rutin**

Řada autorů (Weaver, Wilhoit, 2004; van Zoonen, 1994 a další) upozorňuje, že mnohem větší dopad na podobu zpravodajských obsahů a výběr zdrojů než gender má organizace, ve které novinář pracuje, mediální rutiny a profesionální hodnoty. Weaver a Wilhoit sem kromě těchto faktorů řadí navíc ještě prostředí komunity (2004). Podle van Zoonen „neexistuje nikdo jako individuální komunikátor. Ona nebo on musí spolupracovat s kolegy, musí věnovat pozornost specifickým potřebám, rutinám a tradicím organizace a je limitován sociálním, ekonomickým a právním zázemím mediální instituce (1994, s. 49).“ Zároveň však van Zoonen varuje před přílišným zobecňováním. Studie podle ní ukazují, že gender přece jen má nějaký význam i v rámci organizačních kontextů. Jasně není jen to, do jaké míry se tak děje (1995). Řada autorů proto zastává názor, že mezi organizačními faktory, mediálními rutinami a genderem existuje určitá vazba, nicméně vztah těchto faktorů je poměrně těžké rozlišit.

Gallego a její kolegyně mezi ně kromě genderu řadí strukturální faktory (obchodní organizace), skupinové faktory (žurnalistická kultura) a sociokulturní faktory (kontext), které tvoří hustý vzor (Gallego, Altés, Cantón, Malús, Soriano, 2004). De Bruin a Ross za nejpodstatnější považují tři faktory – gender, profesionální standard a mediální organizaci, rozlišují tedy organizační, profesní a genderovou identitu.¹³ Vztahy mezi identitami, stejně jako mezi procesem identifikace, jsou komplexní a překrývají se. Podle nich této dynamice není možné porozumět bez toho, abychom zkoumali, jakým způsobem se formuje struktura práce a jak jsou v mediálním prostředí ustanoveny pozice. Genderovou identitu bychom například mohli vnímat buď jako faktor formující způsob práce, nebo jako důsledek již přijatých pozic v mediální organizaci. „Vliv organizační struktury na genderovou identitu a identifikaci je jasné, když nejsou mocenské pozice dostupné ženám (de Bruin, Ross, 2004, s. 7).“

Mediální organizace má navíc v rukou další mocný nástroj, který podle de Bruin a Ross bývá silnější než genderová identita – mediální rutiny. Rutiny nenechávají novinářům a novinářkám prostor, aby se hlouběji zamýšleli nad genderem a nad tím, co je chápáno jako mužské či ženské. Už jen tím, že lidé v redakcích přijímají mediální rutiny a

¹³ Organizační a profesní identita je kolektivně konstruovaná a podléhá neustálému procesu vyjednávání. Výsledkem je způsob, jakým rozumíme tomu, kdo jsme jako členové organizace nebo profese. Zatímco profese se týká povolání jako takového, organizační identita je vázána na určitou mediální organizaci a při změně redakce se na rozdíl od profesní identity buduje znovu (de Bruin, Ross, 2004).

způsob novinářské práce „přispívají k tvorbě a udržování sociální identity (2004, s. 7-8).“

3. Metodologie

3.1. *Kvantitativní část*

V první, hlavní, části výzkumu byla jako primární metoda zvolena kvantitativní obsahová analýza, která umožňuje zpracování velkého množství dat. Pro vyhodnocení výsledků byl použit program Statistical Package for Social Science (SPSS). Protože při kvantitativní analýze byly sledovány různé typy médií i různé konkrétní televizní stanice a noviny, bylo možné použít také komparativní metodu. Výzkum byl inspirován šetřením Global Media Monitoring Project (GMMP), který se primárně zaměřuje na počet a postavení žen ve zpravodajství, částečně ale také zkoumá přístup novinářů ke zdrojům (Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; ProEquality, 2010). Z výzkumu byly převzaty některé sledované proměnné. Při šetření jsem se snažila vyhnout limitům GMMP, na které upozornila Vochocová, především nedostatečnému časovému úseku měření (2011).

Výzkumný vzorek tvořilo pět médií – 3 tištěné celostátní deníky a 2 celostátní televize. Mezi vybrané deníky patří Mladá Fronta Dnes, Hospodářské noviny a Právo. Jde o výběr českých deníků, které zároveň mají nejvyšší čtenost, celorepublikovou působnost, obecné zaměření a nejsou považovány za bulvár. Do výběru nebyly zahrnuty bulvární listy Blesk a Aha, ačkoli měly vyšší čtenost. Vyřazen byl i specializovaný deník Sport. Zařazeny nebyly ani Deníky vycházející pod vydavatelstvím Vltava-Labe-Press, a to z toho důvodu, že existují v řadě odlišných regionálních mutací a je pro ně příznačné větší zaměření na regionální zpravodajství. Do sledování nebyly zařazeny ani Lidové noviny, přestože jde o obecně zaměřený celorepublikový deník s větší čteností než například Hospodářské noviny. Lidové noviny ale mají stejného vlastníka i podobný způsob redakční práce a zaměření jako Mladá Fronta Dnes.

Při výzkumu nebyly sledovány celé deníky, ale jejich části vybrané tak, aby se tématy a rozsahem co nejvíce podobaly. U všech deníků byly sledovány titulní strany. U Mladé Fronty Dnes jsem dále sledovala rubriky Z domova a Ze světa, které pokrývaly nejdůležitější domácí i zahraniční zprávy. U Práva byly do výzkumu zahrnuty tematicky i rozsahově velmi podobné rubriky Zpravodajství a Ze zahraničí. Nepříliš odlišné rubriky byly zvoleny i v Hospodářských novinách (Česko, Svět), navíc jsem ještě sledovala rubriku Téma. Ta se nachází hned za titulní stranou a podrobněji se věnuje

aktuálním událostem a kauzám v Česku. Zařazena byla proto, že obsahovala témata, která ostatní dva deníky zařadily do domácí rubriky.

Mezi sledované televize patří ČT 1 a TV Nova. Vybírala jsem primárně ze tří srovnatelných, na českém trhu již léta zavedených televizí, které mají porovnatelné zpravodajství. Česká televize byla zvolena jako zástupce média veřejné služby, ze dvou komerčních stanic Novy a Prima byla vybrána Nova, protože má větší sledovanost. Zpravodajství televize Prima je navíc specifické tím, že určitá témata (konkrétně krimi a společnost) vyděluje do samostatných zpravodajských relací (Krimi zprávy a VIP zprávy). Sledovány byly hlavní večerní zpravodajské relace. V případě ČT 1 to byly Události, v případě TV Nova Televizní noviny.

Sledované období tvořil jeden měsíc, konkrétně říjen roku 2011. Sledovány byly všechny dny, ve kterých vycházely zvolené deníky nebo byly vysílány vybrané zpravodajské relace. V případě televizí bylo sledováno všech 31 dní. Mladá fronta a Právo vycházejí 6 dní v týdnu kromě neděle, Hospodářské noviny pouze ve všední dny.

Základní výzkumnou jednotku tvoří aktér. Pro potřeby výzkumu ho definujeme jako osobu, která ve zprávě přímo promlouvá. Vzhledem k aktérovi určujeme dva druhy proměnných – jeden se týká přímo aktéra, druhý zprávy, ve které se aktér nachází. V první skupině proměnných určujeme pohlaví aktéra¹⁴, jeho roli a rodinné vztahy (zda je definován v rámci rodinných vztahů). Ve druhé skupině sledujeme médium, ve kterém se zpráva objevila, lokaci a pohlaví autora zprávy¹⁵. Z toho plyne, že v některých případech měníme analytickou perspektivu z „aktéra“ na „zprávu“. Tyto případy jsou označeny, aby nedocházelo ke zmatení. Jako jednotka výzkumu nebyla zvolena promluva, která se v podobných šetřeních často objevuje. Vyloučena byla z toho důvodu, že by vzhledem k cíli výzkumu, kterým je zkoumat především diverzitu aktérů, vychylovala vzorek.

3.1.1. Limity kvantitativního výzkumu

Jak upozorňuje Trampota „jako každý výzkum zaměřený jen na jeden z článků komunikačního procesu, také výzkum zpravodajských obsahů má v rámci sociologie

¹⁴ Pohlaví aktéra se určuje podle jména. Pokud nelze pohlaví aktéra určit, z výzkumného vzorku je vyloučen.

¹⁵ Pokud nelze pohlaví autora určit, do výzkumu není zařazen. Ve vzorku se tak neobjevují agenturní zprávy, zprávy podepsané zkratkami či zprávy od více autorů.

zdrojů omezenou vypovídací schopnost (2006, s. 87).“ Mezi taková omezení patří například to, že se ve výzkumu objeví pouze zdroje přímo citované. Pokud autor využívá neoficiální informátory, ve výsledcích se neprojeví. Nedá se tedy očekávat, že kvantitativní výzkum přinese zcela vypovídající obraz o všech zdrojích, které ovlivňují podobu zpravodajství.

Tento výzkum zaměřený na souvislost mezi genderem novináře a genderem zdroje má navíc své další specifické limity. Nezahrnuje například žádné agenturní zdroje ani zdroje, u kterých nelze z informací dostupných ze zprávy zjistit, jaké je jejich pohlaví. Limituje také druh zpráv, které se do výběru dostanou, tím, že vylučuje zprávy bez autora, s agenturním autorem nebo s více autory. Zvláště data o absolutním počtu žen a mužů jako zdrojů, i počtu novinářů a novinářek je tak třeba brát s vědomím těchto omezení.

3.1.2. Hypotézy

1. Pohlaví jedince ovlivňuje jeho šanci být vybrán jako zpravodajský zdroj a jeho postavení ve zprávě.

- Muži jsou aktéry zpráv častěji než ženy.
- Muži dostávají prostor v článcích s celostátním a nadnárodním dosahem častěji než ženy.
- Muži dávají odborná stanoviska častěji než ženy.
- Ženy vystupují častěji než muži jako tiskové mluvčí.
- Ženy jsou častěji uváděny v souvislosti s rodinnými vztahy.
- Muži promlouvají k jiným tématům než ženy.

2. Pohlaví novináře/novinářky ovlivňuje výběr zdrojů.

- Ve zprávách novinářek se objevuje více žen než ve zprávách novinářů.
- Ve zprávách novinářů se objevuje více mužů než ve zprávách novinářek.

3. S pohlavím autora se mění i pozice, která je přisouzena aktérovi.

- Ve zprávách psaných novinářkami vystupují ženy jako odborné zdroje častěji než ve zprávách novinářů.
- Novináři častěji než novinářky definují své ženské zdroje v souvislosti s jejich rodinnými vztahy.
- Ve zprávách s mezinárodním dosahem psaných novinářkami se ženské zdroje vyskytují častěji než v takových zprávách psaných novináři.
- Ve zprávách s celostátním dosahem psaných novinářkami se ženské zdroje vyskytují častěji než v takových zprávách psaných novináři.

4. Pohlaví novináře ovlivňuje výběr tématu a zdrojů, které mají ke zvolenému tématu promlouvat.

5. Výběr zdroje je ovlivněn typem média.

- Ženy mají větší šanci dostat se do televizního zpravodajství než do tisku.
- Novináři v televizním zpravodajství využívají ženské zdroje častěji než novináři v tisku.

- Novinářky v tisku využívají ženské zdroje častěji než novinářky v televizním zpravodajství.

3.2. Kvalitativní část

Výzkum obsahuje i kvalitativní část, která má sloužit k doplnění dat získaných v kvantitativním výzkumu. Právě kvalitativní výzkum může podle Strausse a Corbinové přinést nové a neotřelé názory na jevy, o kterých už něco víme, nebo prohloubit naše znalosti o informace, které se kvantitativními metodami obtížně sledují (1999).

Při výzkumu jsem postupovala podle metody zakotvené teorie. Cílem tohoto typu výzkumu není ověřovat předem ověřené hypotézy, ale přímo v průběhu zkoumání vytvořit zcela novou teorii. Výzkumník má nějaké prvotní koncepty nebo představy, se kterými vstupuje do zkoumaného prostředí. Při studiu jednotlivých případů zároveň sbírá a analyzuje data a dle svých zjištění rozšiřuje či mění oblast zkoumání. Získaná data pak zobecňuje, až získá teorii (Hendl, 2008; Strauss, Corbinová, 1999).

Lindlof a Taylor vyzdvihují, že „teorie je zakotvená ve vztahu mezi daty a kategoriemi, do kterých jsou kódovány (2002, s. 218).“ Pokud je zakotvená teorie dobře utvořená, shoduje se s realitou, srozumitelná pro zkoumané osoby a dostatečně obecná (Strauss, Corbinová, 1999).

3.2.1. Forma dotazování

Kvalitativní část sestává z 5 rozhovorů s novináři a novinářkami a zkoumá jejich pohled na práci se zdroji. Při výběru novinářů jsem postupovala tak, aby se ve vzorku objevili muži i ženy, a to jak z televize, tak z tištěných médií. Mezi vybranými je tak jedna novinářka z tištěného média, jedna z televize a jedna z online deníku, která má však zkušenosti i z tištěných médií, a po jednom muži z televizního i tištěného zpravodajství.¹⁶ Snahou také bylo, aby šlo o novináře, kteří se v této práci pohybují už nějakou dobu, a pokud možno se úzce nespécializují pouze na jednu specifickou oblast. Protože novináři byli dotazováni na poměrně citlivé téma – práci se zdroji vzhledem k svému povolání – není zveřejněno jejich jméno ani celé přepisy rozhovorů, ze kterých by bylo možné identitu novináře zjistit.

V kvalitativním dotazování existuje více forem rozhovorů, ty krajní představují dotazníky s pevně danou strukturou obsahující i uzavřené otázky a zcela volné rozhovory bez určené struktury. „Pak existuje určitá střední cesta v podobě

¹⁶ Seznam rozhovorů v Přílohách.

polostrukturovaného dotazování, jež se vyznačuje definovaným účelem, určitou osnovou a velkou pružností celého procesu získávání informací (Hendl, 2008, s. 164).“ Právě takový postup byl zvolen u rozhovorů pro tento výzkum. Všem dotazovaným byla položena předem připravená sada otázek, která ale byla v průběhu rozhovoru doplňována o další dotazy. S každým dalším rozhovorem se navíc rozšiřovala i původní osnova i sada otázek.

Shromažďování dat by mělo být ukončeno až po dosažení teoretické saturace, kdy je teorie již vyvinuta a nepředpokládá se, že další případy ovlivní výsledky (Hendl, 2008; Strauss, Corbinová, 1999). Z tohoto pohledu by studie potřebovala ještě další respondenty, jedná se však pouze o doplňující část výzkumu.

4. Kvantitativní analýza

4.1. Rozložení dat

V souboru se objevilo 3 918 aktérů ve 1 210 zprávách. Aktéři převažovali u televizního zpravodajství, nejvíce jich pocházelo ze zpravodajské relace ČT 1 Události (29 % aktérů), za ní se umístili aktéři z Televizních novin TV Nova (24 %). Nižší počet aktérů v tisku by mohl být způsoben několika faktory. Za prvé bylo hodnoceno zpravodajství z celého týdne. Zatímco televize vysílají své zpravodajské redakce každý den, deníky v neděli nevycházejí.¹⁷ Nabízí se tak možnost, že bylo zakódováno výrazně více zpráv z televizního zpravodajství než z tištěného. Z tabulky je ale patrné, že k tomu nedošlo a počet zakódovaných zpráv z jednotlivých médií byl poměrně vyrovnaný. Je tedy zřejmé, že v televizních zprávách se vyskytuje o něco více aktérů než v tištěném zpravodajství.

Tabulka 1 - Počet aktérů a článků v jednotlivých médiích

Médium	Počet aktérů	Procenta	Počet článků	Procenta
Mladá fronta DNES	575	15	194	16
Hospodářské noviny	567	15	206	17
Právo	667	17	264	22
ČT 1	1115	29	279	23
TV Nova	994	24	267	22
Součet	3918	100	1210	100

Tabulka 2 - Pohlaví aktérů (N = 3918)

Pohlaví aktéra	Počet aktérů	Procenta
Muž	2993	76,4
Žena	925	23,6
Součet	3918	100

¹⁷ Hospodářské novinky, které mají nejnižší počet aktérů (14,5 %), dokonce nevycházejí ani v sobotu.

Tabulka 3 - Pohlaví autorů (N = 1210)*¹⁸

Pohlaví autora	Počet	Procenta
Muž	844	70
Žena	366	30
Součet	1210	100

Genderové rozložení souboru můžeme nahlížet ze dvou různých perspektiv – z hlediska aktérů a z hlediska autorů. V souboru převažovali mužští aktéři nad ženskými, mužů bylo 76 %, žen 24 %. Muži převažovali i jako autoři zpráv, a to výrazně – zpráv psaných ženami bylo pouze 30 %.

Tabulka 4 - Dosah zprávy (N = 1210)*¹⁹

Dosah zprávy	Počet	Procenta
Regionální	350	29
Celostátní	483	40
Mezinárodní	377	31
Součet	1210	100

Rozložení souboru z hlediska dosahu zpráv bylo poměrně vyrovnané. Až o 10 % převažovala celostátní témata, regionální a mezinárodní témata zabírala přibližně stejný prostor.

¹⁸ Pro výpočet počtu novinářů a novinářek byla změněna perspektiva. Zatímco v ostatních tabulkách data hodnotíme ve vztahu k základní jednotce výzkumu – aktérovi, v tabulkách označených * jsme data vyhodnotili z perspektivy článku.

¹⁹ Pro výpočet počtu zpráv s různým dosahem byla změněna perspektiva. Zatímco v ostatních tabulkách data hodnotíme ve vztahu k základní jednotce výzkumu – aktérovi, zde jsme data vyhodnotili z perspektivy článku.

Tabulka 5 – 5 nejčastěji komentovaných témat

Téma promluvy aktéra	Počet aktérů	Procenta
Nečekané události	504	13
Ekonomika a průmysl	378	10
Korupce a majetková trestná činnost	308	8
Politika	300	8
Zdravotnictví	288	7

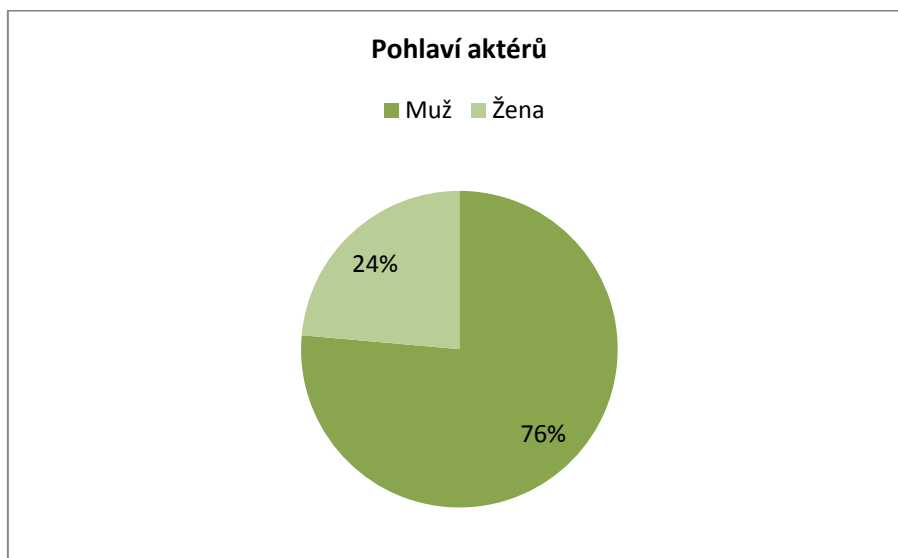
Nejčastějším tématem, ke kterému aktéři v souboru promlouvali, byly nečekané události zahrnující například nehody, přírodní katastrofy, požáry, úmrtí nebo společenské nepokoje. Mezi nečastěji komentovaná témata patřila také ekonomika a průmysl, korupce a majetková trestná činnost, politika a zdravotnictví.²⁰

²⁰ Celý přehled rozložení témat viz Přílohy – Rozložení témat promluvy

4.2. Ověření hypotéz

Hypotéza 1: Pohlaví jedince ovlivňuje jeho šanci být vybrán jako aktér zprávy a jeho postavení ve zprávě.

- Muži jsou aktéry zpráv častěji než ženy.



Jak lze vyčíst z grafu, muži se skutečně stávají zpravodajskými aktéry častěji než ženy. Rozdíl mezi zastoupením žen a mužů jako aktérů zpravodajství je 52 %. Podíl ženských a mužských aktérů se blíží zjištěním, ke kterým došly i jiné výzkumy zabývající se zastoupením žen a mužů jako zpravodajských zdrojů v České republice. Z výsledků GMMP 2011 pro Českou republiku vyplývá, že ženy v českém tisku, televizi a rádiu tvoří 23 % všech zdrojů (ProEquality, 2010). Významnou dominanci mužů ve zpravodajství odhalil také Tomáš Trampota, podle kterého tvoří ženy pouze 20 % všech zdrojů (2004). K podobným výsledkům došel i Petr Janeček, podle kterého ženy zabírají 19,5 % (2010). Oba výzkumy se ale zabývaly pouze televizním zpravodajstvím.

- **Muži dostávají prostor v člancích s celostátním a mezinárodním dosahem častěji než ženy.**

Tabulka 6 – Pohlaví aktéra podle dosahu zprávy

Pohlaví aktéra	Dosah zprávy (%)				Počet aktérů
	Regionální	Celostátní	Mezinárodní	Součet	
Muž	28,3	42,4	29,3	100	2993
Žena	40,5	34,3	25,2	100	925
Obě pohlaví	31,2	40,5	28,3	100	3918

72 % mužských aktérů se objevuje v kategoriích zpráv s celostátním a mezinárodním dosahem. U ženských aktérů to v těchto kategoriích bylo významně méně – pouze 60 %. Užitečnější je ale pohled na jednotlivé kategorie – u mezinárodních zpráv nebyl rozdíl ještě tak velký (4 %), ve zprávách s celostátním dosahem se ale objevuje o 8 % žen méně. Dvě pětiny všech žen se objevují v regionálním zpravodajství. I toto zjištění koresponduje s předchozími výzkumy, při kterých bylo zjištěno, že ženy se objevují nejvíce v regionálním zpravodajství a nejméně v mezinárodním (Cvejnová, 2005; ProEquality, 2010).

- **Muži dávají odborná stanoviska častěji než ženy.**
- **Ženy vystupují častěji než muži jako tiskové mluvčí.**

Tabulka 7 – Role u mužů a žen

Pohlaví aktéra	Role aktéra (%)				Počet aktérů
	Odborné stanovisko	Neodborné stanovisko	Tiskový mluvčí	Součet	
Muž	76,7	15,3	8	100	2993
Žena	42,4	32,8	24,8	100	925
Obě pohlaví	68,6	19,5	11,9	100	3918

Muži významně častěji vystupovali v roli odborníka, který poskytuje stanovisko z povolání, než ženy. Zatímco 77 % ze všech mužů podávalo odborné stanovisko (stanovisko z povolání), u žen to bylo pouze 42 %. Ženy také mnohem častěji vystupovaly jako tiskové mluvčí. I práce tiskové mluvčí by se teoreticky dala považovat za odborné stanovisko, protože je poskytována „z povolání“. Mezi ostatními aktéry ale mluvčí zastává specifickou pozici. Nemluví totiž sám za sebe, ale reprezentuje určitou

instituci, ve které nemá kromě styku s médií žádné jiné funkce či pravomoci. Proto byli aktéři v roli tiskového mluvčího zařazeni do zvláštní kategorie. K podobným závěrům došly i jiné výzkumy v Česku, které také uvádí, že ženy se častěji než muži objevují v pozicích „hlasů ulice“ a poskytují neobdobná stanoviska či vystupují z pasivnější pozice tiskových mluvčích (Cvejnová, 2005; Janeček, 2010).

Z tabulky můžeme vyčíst i další zajímavou informaci. Zastoupení ženských aktérů v jednotlivých rolích je mnohem vyrovnanější (liší se maximálně o 10 %), u mužů jsou rozdíly mnohem větší. Drtivá většina jich ve zpravodajství vystupuje jako odborné zdroje, pouze 8 % z nich vystupuje jako mluvčí a jen 15 % poskytuje neobdobné stanovisko.

- **Ženy jsou častěji uváděny v souvislosti s rodinnými vztahy.**

Tabulka 8 – Rodinné vztahy u mužů a žen

Pohlaví aktérů	Rodinné vztahy (%)			Počet aktérů
	Ano	Ne	Součet	
Muž	1,5	98,5	100	2993
Žena	9,4	90,6	100	925
Obě pohlaví	3,4	96,6	100	3918

Ukazuje se, že uvádění rodinných vztahů u aktérů zpravodajství není příliš rozšířené – tímto způsobem bylo označeno pouze 3,4 % všech aktérů. Toto zjištění je zajímavé především při srovnání se zahraničím. GMMP totiž uvádí, že v Česku se na rozdíl od zahraničí podobný způsob označování používá jen minimálně, a připisuje to tomu, že lidé u nás se více definují skrze zaměstnání než jinde (ProEquality, 2010). Pouze nízký počet případů, u kterých byly užity rodinné charakteristiky, objevila také Veronika Cvejnová (2005).

GMMP i přes nízký počet případů přišel na to, že rodinný status byl přisouzen pouze 1 % mužů, ale 7 % žen (ProEquality, 2010). Podobný rozdíl se objevil i v našem vzorku – zatímco ženské aktérky byly pomocí rodinných vazeb definovány v 9,4 % případů, muži pouze v 1,5 % případů. Lze tak usuzovat, že ženy jsou skutečně častěji než muži definovány pomocí rodinných vazeb a že tento jev se v průběhu několika minulých let výrazně nezměnil.

- **Muži promlouvají k jiným tématům než ženy.**

Jak už jsme zjistili dříve, mužských zdrojů je více než ženských, proto také početně převažují ve většině tematických kategorií. Zajímavější obrázek o tom, k jakým tématům promlouvají muži a ke kterým ženy, dostaneme, pokud zjistíme, jaký podíl žen se věnuje kterým tématům a naopak. Ukazuje se, že u větší části témat je zastoupení u jednotlivých pohlaví srovnatelné (např. k tématu Volby se vyjadřovalo 3,7 % ze všech mužských aktérů a 3,1 % ze všech ženských aktérů). Pouze u některých kategoriích se objevily výraznější rozdíly, jak ukazuje následující tabulka.

Tabulka 9 - Vybraná témata promluvy podle pohlaví aktéra

Téma promluvy	Pohlaví aktéra (%)	
	Muž	Žena
Politika	8,9	3,6
Ekonomika a průmysl	10,8	5,8
Sport	1	0,1
Sociální otázky a lidská práva	4,3	7,5
Kriminalita	3,1	5,1
Násilné trestné činy	3,5	10,4
Volný čas	4,1	6,2
Rodina	0,8	2,8
²¹
Součet	100	100

Jak je vidět, muži převažovali v tématech, která se obecně považují spíše za hard news a za mužská témata – politika, ekonomika a průmysl, sport. Ženy naopak častěji promlouvaly o tématech jako sociální otázky a lidská práva, volný čas a rodina, která jsou obecně považována spíše za soft news. Poněkud překvapivě ale častěji než muži hovořily k tématům, jako je kriminalita a násilné trestné činy.

Větší podíl toho kterého pohlaví v některých kategoriích sama o sobě ještě nemusí nic znamenat, což se ukazuje, když porovnáme, v jakých rolích muži a ženy vystupují. Muži v kategoriích, ve kterých byli zastoupeni častěji než ženy, vystupovali v drtivě většině jako odborníci (politika – 91 % mužů odborníků, ekonomika 88 %, sport 79 %). Naproti tomu ženy v kategoriích, kde se objevovaly častěji než muži, vystupovaly spíše z pozic neobornic (volný čas – 61 % žen neobornic, rodina – 46 % neobornic). U

²¹ Celá tabulka v Přílohách – Aktéři a aktérky v tematických oblastech

kriminálních témat ženy zase velmi často vystupovaly v rolích tiskových mluvčích (násilné trestné činy – 36 % žen mluvčích, kriminalita – 47 % mluvčích).

SHRNUTÍ:

Ženy jsou aktéry méně často než muži a dostávají ve zprávách méně důležitou roli. Ženy méně často než muži poskytují odborná stanoviska k problémům, častěji naopak vystupují jako neoborné zdroje a „hlasy ulice“. Ženy méně často než muži vystupují ve zprávách s celonárodním a mezinárodním dosahem. Ženy ve zprávách jsou také častěji než muži definovány za pomoci rodinných vztahů. Dílčí hypotézy tak potvrdily, že pohlaví aktéra má souvislost s jeho šancí dostat se do zpráv, stejně jako s postavením, které mu bude ve zprávě přisouzeno. Jisté rozdíly se prokázaly i u zastoupení jednotlivých pohlaví u rozdílných témat. Aktéři častěji než aktérky vystupovali v politice a ekonomice, aktérky častěji v kategoriích, jako je volný čas, rodina nebo sociální otázky nebo kriminalita. Data ukazují gender jako relevantní faktor, který by měl být z hlediska sociologie zdrojů dále zkoumán.

Hypotéza 2: Pohlaví novináře/novinářky ovlivňuje výběr zdrojů.

- Ve zprávách novinářek se objevuje více žen než ve zprávách novinářů.
- Ve zprávách novinářů se objevuje více mužů než ve zprávách novinářek.

Tabulka 10 – Pohlaví aktéra u novinářů a novinářek

Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)			Počet aktérů
	Muž	Žena	Součet	
Muž	77,9	22,1	100	2685
Žena	73,1	26,9	100	1233
Obě pohlaví	76,4	23,6	100	3918

Z tabulky lze vyčíst, že určitý rozdíl mezi tím, kolik mužských a kolik ženských zdrojů volí novinářky a novináři, existuje. Není však příliš velký. Ženy tvořily 27 % aktérů ve zprávách novinářek, zatímco ve zprávách novinářů tvořily pouze 22 %. U obou pohlaví ale jako aktéři výrazně převládají muži. Můžeme si tak odpovědět na dílčí hypotézy, které se ptají na výskyt mužů a žen ve zprávách novinářů a novinářek. Tyto dvě hypotézy se potvrdily, ačkoli je třeba poznamenat, že rozdíl není příliš velký.

Odpověď na otázku, zda pohlaví novináře/novinářky ovlivňuje výběr zdrojů je ale složitější a je potřeba ověřit, zda mezi těmito dvěma proměnnými skutečně existuje vztah. Pro test nezávislosti mezi dvěma proměnnými byl použit test chí-kvadrát.²² Z něj vyplynulo, že mezi pohlavím aktéra a pohlavím autora existuje vztah. Podle koeficientu Phi²³ je tento vztah slabý, nicméně statisticky významný. Vzhledem k tomu, že porovnáváme dvě nominální proměnné nelze pomocí statistických metod odhalit směr vztahu. Lze však předpokládat, že je pravděpodobnější, že pohlaví autora má vliv na pohlaví aktéra než naopak.

Na základě získaných dat tedy nelze zcela přesvědčivě rozhodnout, zda je pohlaví autora skutečně rozhodujícím prvkem pro výběr ženského či mužského aktéra. K takovému závěru sice došly některé zahraniční výzkumy (Lowrey, 2004; Morna, 2007; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010), ale například GMMP zaměřený na Českou republiku podobný vztah také nedokázal potvrdit. Došel totiž k podobným závěrům – ve zprávách novinářek se objevuje více žen než ve zprávách novinářů, rozdíl

²² Přílohy – Chi-Square Test pro proměnné Pohlaví autora a Pohlaví aktéra

²³ Přílohy – Koeficient Phi pro proměnné Pohlaví autora a Pohlaví aktéra

ale nebyl nijak dramaticky velký a „pokud novináři a novinářky zařadí ženu do zpráv, dělají to bez ohledu na vlastní pohlaví“ (ProEquality, 2010; s. 11-12).

Řada výzkumníků a teoretiků poukazuje na to, že na volbu zdrojů má vliv spíše tematická oblast, a připomínají, že novinářky často zpracovávají soft news, lidské příběhy nebo témata související s domácností (Chambers, Steiner, Flemming, 2004; van Zoonen, 1994; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; Gallagher, 2005). Podle van Zoonen se ženy s touto horizontální segregací setkávají i na úrovni dosahu jednotlivých médií (1994). V těchto „méně prestižních“ typech zpráv se častěji vyskytují také ženské aktérky a nabízí se tak otázka, zda toto není pravá příčina faktu, že novinářky mají mezi svými zdroji více žen než novináři.

Naše data ovšem takový vztah neprokázala. Pokud přidáme do vztahu mezi pohlavím autora a aktéra jiné proměnné (téma zprávy, médium, dosah zprávy, role aktéra)²⁴, síla vztahu mezi původními dvěma proměnnými se nijak významně nezmění. To znamená, že objevený vztah mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra je sice slabý, ale pravý - neovlivňuje ho téma ani dosah zprávy. Je však možné, že do vztahu vstupuje ještě jiná proměnná, která do výzkumu zahrnuta nebyla, a proto nelze její vliv odhalit.

SHRNUTÍ:

Potvrdily se obě dílčí hypotézy. Ve zprávách novinářek se objevuje více ženských aktérů než ve zprávách novinářů. A naopak: ve zprávách novinářů se objevuje více mužských aktérů než ve zprávách novinářek. Rozdíl ale není příliš velký a u novinářů i novinářek převažují jako zdroje muži. Mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra existuje vztah, je ale pouze slabý.

²⁴ Přílohy – Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná médium, téma, dosah zprávy, role aktéra)

Hypotéza 3: S pohlavím autora se mění i pozice, která je přisouzena aktérovi.

- Ve zprávách psaných novinářkami vystupují ženy jako odborné zdroje častěji než ve zprávách novinářů.

Tabulka 11 – Pohlaví odborných aktérů u novinářů a novinářek

Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)			Počet odborných aktérů
	Muž	Žena	Součet	
Muž	87,7	12,3	100	1790
Žena	80,8	19,2	100	897
Obě pohlaví	85,4	14,6	100	2687

Ve zprávách psaných novinářkami se skutečně ženy odbornice objevují častěji než u novinářů. Rozdíl činí 7 %. Drtivá většina aktérů poskytujících odborná stanoviska pochází u novinářů i novinářek z řad mužů. Při pohledu na tu samou tabulku pro neoborné zdroje navíc vidíme, že ženy se u novinářek objevují častěji i jako neobornice (zatímco u novinářů tvoří ženy 37 % neoborných zdrojů, u novinářek 47 %). Potvrzuje se tak, co jsme zjistili již dříve – novinářky obecně volí ženské aktéry častěji než novináři. Nelze ovšem říci, že by novinářky ve srovnání s novináři výrazněji preferovaly ženy jako odbornice než jako neobornice.

Tabulka 12 - Pohlaví neoborných zdrojů u novinářů a novinářek

Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)			Počet neoborných aktérů
	Muž	Žena	Součet	
Muž	63,1	36,9	100	544
Žena	53,2	46,8	100	220
Obě pohlaví	60,2	39,8	100	764

Všimněme si ale, že v porovnání s odbornými stanovisky jsou neoborná stanoviska co do pohlaví aktérů mnohem vyrovnanější. Jak novinářky, tak novináři volí neoborné zdroje mezi jednotlivými pohlavími více rovnoměrně, než je tomu u odborného stanoviska, kde jednoznačně vedou muži. Tiskových mluvčích²⁵ využívají novináři i novinářky stejně často.

²⁵ Přílohy - Pohlaví aktérů u novinářů a novinářek podle role aktérů

- **Novináři častěji než novinářky definují ženské zdroje v souvislosti s jejich rodinnými vztahy.**

Tabulka 13 - Rodinné vztahy podle pohlaví autora u ženských aktérů

Pohlaví autora	Rodinné vztahy u žen (%)			Počet aktérů
	Ano	Ne	Součet	
Muž	8,8	91,2	100	593
Žena	10,5	89,5	100	332
Obě pohlaví	9,4	90,6	100	925

Ani tato dílčí hypotéza se nepotvrdila. Rozdíl mezi novináři a novinářkami, co se týče uvádění rodinných vztahů u žen, je minimální (necelá 2 %), novinářky ale definovaly ženské zdroje prostřednictvím rodinných vztahů naopak častěji. Rozdíl se ale netýká pouze ženských aktérů, novinářky celkově měly tendence rodinné vztahy uvádět častěji než novináři.²⁶ Lze tedy říci, že aktér bude spíše označen pomocí rodinných vztahů, pokud o něm bude psát novinářka.

- **Ve zprávách s mezinárodním dosahem psaných novinářkami se ženské zdroje vyskytují častěji než v takových zprávách psaných novináři.**

Tabulka 14 - Pohlaví aktérů ve zprávách s mezinárodním dosahem u novinářů a novinářek

Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)			Počet aktérů
	Muž	Žena	Součet	
Muž	81,5	18,5	100	764
Žena	73,4	26,6	100	346
Obě pohlaví	79	21	100	1110

Ženy se skutečně objevují častěji ve zprávách s mezinárodním dosahem, které psaly novinářky. Zatímco u mužů tvořily ženy jen 19 % aktérů v mezinárodních zprávách, u novinářek to bylo 27 %.

²⁶ Přílohy – Uvádění rodinných vztahů u novinářů a novinářek

- Ve zprávách s celostátním dosahem psaných novinářkami se ženské zdroje vyskytují častěji než v takových zprávách psaných novináři.

Tabulka 15 – Pohlaví aktérů ve zprávách s celostátním dosahem u novinářů a novinářek

Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)			Počet aktérů
	Muž	Žena	Součet	
Muž	81,5	18,5	100	1025
Žena	77,4	22,6	100	562
Obě pohlaví	80	20	100	1587

I ve zprávách s celostátním dosahem užívaly novinářky ženských aktérek častěji než jejich kolegové novináři. Zatímco u novinářek ženy v mezinárodních zprávách tvořily 23 %, u novinářů 19 %. Opět je to zřejmě způsobeno tím, že novinářky užívají ženských aktérek celkově více. Můžeme si ale povšimnout jiné zajímavé skutečnosti – rozdíl mezi novináři a novinářkami u celostátních zpráv je menší, než tomu bylo u mezinárodních zpráv. Novinářky tak volí více žen v „prestižnějších“ mezinárodních zprávách.

SHRNUTÍ:

Při zkoumání se potvrdily jen některé z dílčích hypotéz. Ženy se častěji stávají odbornými zdroji ve zprávách novinářek než ve zprávách novinářů. Ukázalo se také, že novinářky častěji než novináři zařazují ženské aktéry do celostátních a mezinárodních zpráv, kterou jsou považovány za prestižnější než regionální.

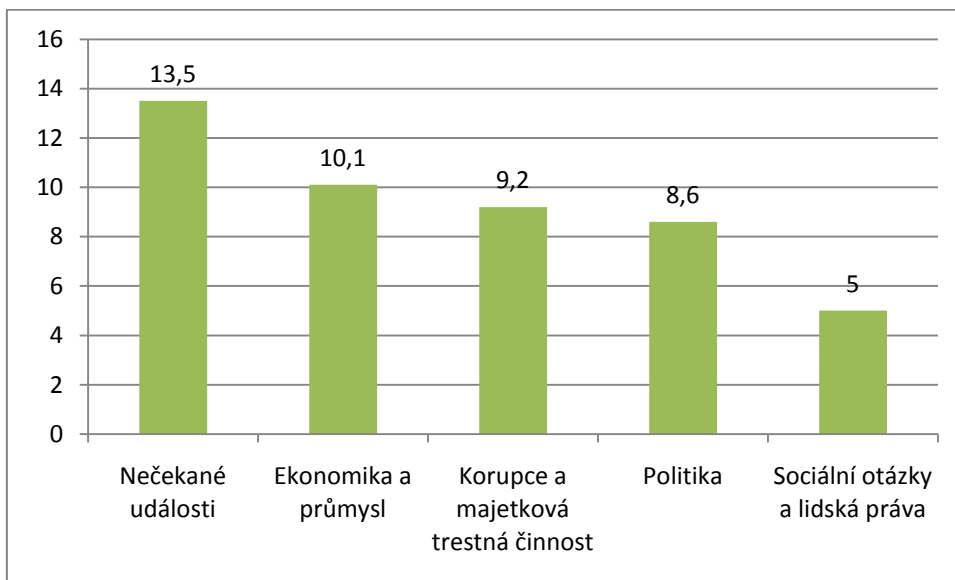
Naopak se nepotvrdila hypotéza, že novináři méně často než novinářky používají muže jako neoborné zdroje. Nepodařilo se ani prokázat, že novinářky by méně užívaly v souvislosti s ženami odkaz na jejich rodinnou pozici. Naopak se ukázalo, že bez ohledu na pohlaví aktéra, je tato tendence celkově silnější právě u novinářek.

Hypotéza, že s pohlavím novináře/novinářky se mění i postavení zdroje, se tedy potvrdila jen částečně. Korelace mezi pohlavím autora a aktéra, kde je kontrolní proměnnou dosah nebo role aktéra²⁷, se sice ukázala jako statisticky významná, ale jako ne příliš silná.

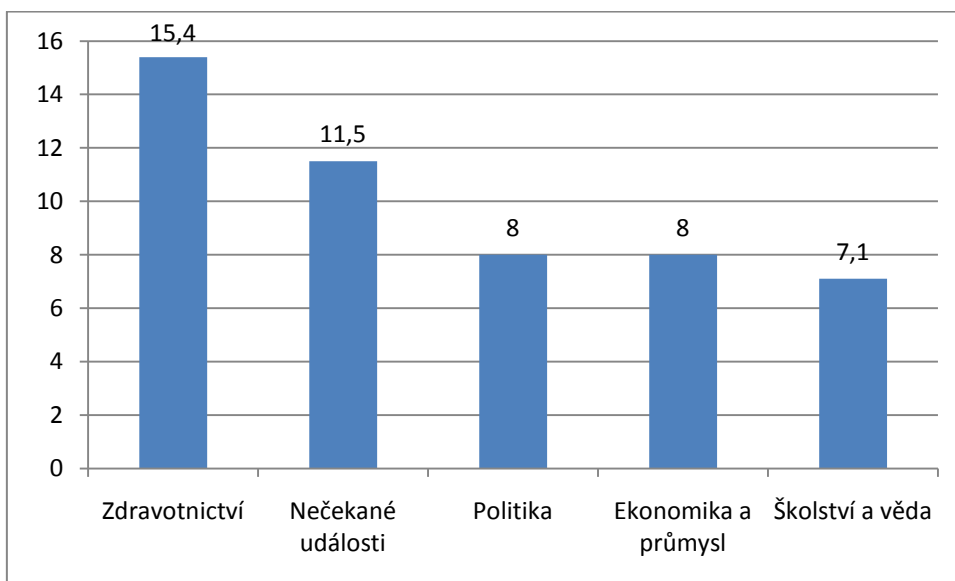
²⁷ Přílohy – Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná dosah, role aktéra)

Hypotéza 4: Pohlaví novináře ovlivňuje výběr tématu a zdrojů, které mají ke zvolenému tématu promlouvat.

Tabulka 16 – Nejčastější témata novinářů*²⁸



Tabulka 17 – Nejčastější témata novinářek*²⁹



Z uvedených grafů lze vyčíst, že mezi 5 nejčastějších témat novinářů a novinářek se dostaly 3 stejné položky. Novináři a novinářky nejčastěji zpracovávají témata týkající se

²⁸ Pro určení rozložení pohlaví autorů u jednotlivých témat byla změněna perspektiva. Zatímco v ostatních tabulkách data hodnotíme ve vztahu k základní jednotce výzkumu – aktérovi, zde jsme data vyhodnotili z perspektivy článku.

²⁹ Pro určení rozložení pohlaví autorů u jednotlivých témat byla změněna perspektiva. Zatímco v ostatních tabulkách data hodnotíme ve vztahu k základní jednotce výzkumu – aktérovi, zde jsme data vyhodnotili z perspektivy článku.

nečekaných událostí, průmyslu a ekonomiky a politiky. U novinářů se mezi 5 nejčastějších témat dostala majetková trestná činnost a korupce, a (možná překvapivě také sociální otázky a lidská práva). Je však nutné říci, že novinářky tuto oblast zpracovávaly ještě o něco častěji než novináři (5,3 %) a výskyt tohoto tématu v první pětici u mužů je způsoben tím, že novináři jsou mezi jednotlivými tématy rozloženi více rovnoměrně.³⁰

Vidíme, že 4 nejčastější témata zpracovávaná novináři lze zařadit do tzv. hard news. U novinářek se mezi nejčastějšími tématy objevily i dvě oblasti, které jsou obvykle považovány spíše za soft news – zdravotnictví a školství. Výsledky by tak podporovaly obecné závěry k této oblasti, že ženy pokrývají spíše soft news (van Zoonen, 1988; Gallagher, 2005; Chambers, Steiner, Flemming, 2004). Je ovšem tématem na diskusi, zda je vhodné tato témata automaticky řadit do soft news, protože se mohou dotýkat závažných problémů a mohou být zpracována jako aktuální hard news.

Až na výjimky zpracovávají novináři a novinářky různá témata stejně často nebo se podíly liší jen o několik málo procent. Při výpočtu korelace navíc vyšlo najevo, že mezi proměnnými pohlaví autora a téma zprávy existuje statisticky významný vztah, který ale není příliš silný.³¹ Taková zjištění kontrastují se zažitou představou, že zatímco novináři zpracovávají častěji než ženy politická, ekonomická a sportovní témata a dostávají přednost u nečekaných událostí, které je třeba okamžitě zpracovat, ženy se objevují spíše v oblastech, jako je vzdělání, zdravotnictví, volný čas, sociální otázky nebo rodina. (Chambers, Steiner, Flemming, 2004; van Zoonen, 1988, 1994; Crafta, Wanta, 2004; Gallagher, 2005; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010).

Při pohledu na témata, která jsou typicky přisuzována spíše mužům, jako je politika, ekonomika a rozpočet nebo nečekané události, zjistíme, že novináři sice některé zpracovávají častěji než novinářky, ale rozdíl je minimální. Například politiku zpracovává 8,6 % novinářů (ze všech novinářů) a 8 % novinářek (ze všech novinářek). Z témat, která jsou tradičně chápána spíše jako ženská, se v našem výzkumu tímto směrem vyprofilovala pouze kategorie zdravotnictví, které zpracovává pouze 3,8 % novinářů, ale 15,4 % novinářek. Novinářky častěji než novináři zpracovávaly i témata jako je školství, sociální otázky, rodina a volný čas, i zde ale byly rozdíly pouze malé.

³⁰ Celá tabulka s rozdělením témat v Přílohách – Témata u novinářů a novinářek

³¹ Přílohy – Korelace mezi pohlavím autora a tématem zprávy

Dá se tedy říci, že až na výjimky novináři a novinářky zpracovávají stejná témata bez ohledu na pohlaví.

Pokud do vztahu těchto dvou proměnných zahrneme ještě pohlaví aktéra, abychom zjistili, zda pohlaví autora ovlivňuje, jaké aktéry si vzhledem k tématu volí, zjistíme, že i zde existuje vztah mezi proměnnými. Opět je ale velmi slabý. Jak už jsme zjistili, novinářky obecně volí více žen než novináři (a novináři více mužů než novinářky), proto i ve většině tematických okruhů měly novinářky větší podíl žen než novináři. (Výjimkou je například téma zdravotnictví, kde muži zvolili více ženských aktérů než novinářky). Rozdíly mezi počtem žen a mužů u novinářů a novinářek u jednotlivých témat ale byly podobné – dá se tedy říci, že novinářky volí více žen než novináři bez ohledu na téma. Rozdíly mezi počtem žen a mužů a novinářů a novinářek se pohybují do 11 %. Výraznější výkyvy najdeme pouze u 4 kategorií.³²

Tabulka 18 – Pohlaví aktérů u novinářů a novinářek (vybraná témata)

Téma zprávy	Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)			Počet aktérů
		Muž	Žena	Součet	
Rozpočet	Muž	89,9	10,1	100	79
	Žena	72,7	27,3	100	44
Násilné trestné činy	Muž	56,9	43,1	100	153
	Žena	43,4	56,6	100	53
Ozbrojené složky	Muž	84,1	15,9	100	126
	Žena	61,1	38,9	100	18
Sport	Muž	100	0	100	21
	Žena	85,7	14,3	100	7

SHRNUTÍ:

Předpoklad, že pohlaví novináře ovlivňuje téma, o kterém bude psát, se zcela nepotvrdil. Tento vztah existuje, nicméně je spíše slabý. Novináři a novinářky psali o různých tématech spíše rovnoměrně. Ženy pouze častěji psaly o zdravotnictví, školství a vědě, muži častěji o násilných či majetkových trestných činech. Pohlaví novináře až na výjimky neovlivňuje, zda bude k tomu kterému tématu zvolen mužský či ženský aktér. Novinářky mají mezi svými zdroji až na výjimky více žen než novináři, ale bez ohledu na téma.

³² Přílohy – Pohlaví aktérů u novinářů a novinářek podle tématu

Hypotéza 5: Výběr zdroje je ovlivněn typem média.

- **Ženy mají větší šanci dostat se do televizního zpravodajství než do tisku.**

Tabulka 19 – Pohlaví aktérů podle typu média

Typy médií	Pohlaví aktéra (%)			Počet aktérů
	Muž	Žena	Součet	
Tisk	79,3	20,7	100	1809
Televize	73,9	26,1	100	2109
Součet	76,4	23,6	100	3918

Hypotéza vychází z předpokladu, že ženy mají větší šanci prosadit se v televizním vysílání, protože v tomto zpravodajském odvětví více záleží na vzhledu (Chambers, Steiner, Flemming, 2010; van Zoonen, 1994). Ženy z našeho výzkumu skutečně zabírají větší podíl v počtu aktérů v televizním zpravodajství než v tištěném. Zatímco v případě tištěného zpravodajství tvoří ženy 21 % všech aktérů, v televizi je jejich výskyt vyšší – 26 %. Rozdíl je nicméně poměrně malý.

- **Novináři v televizním zpravodajství využívají ženské zdroje častěji než novináři v tisku.**
- **Novinářky v tisku využívají ženské zdroje častěji než novinářky v televizním zpravodajství.**

Tabulka 20 - Pohlaví aktéra u novinářů a novinářek v jednotlivých typech médií

Pohlaví autora	Tisk			Televize		
	Pohlaví aktéra (%)		Počet aktérů	Pohlaví aktéra (%)		Počet aktérů
	Muž	Žena		Muž	Žena	
Muž	80,4	19,6	1318	75,5	24,5	1367
Žena	76,2	23,8	491	71	29	742
Součet	79,3	20,7	1809	73,9	26,1	2109

Dvě dílčí hypotézy měly odhalit, zda se podíl žen v tisku a televizi nějak liší, zpracovává-li zprávu novinář nebo novinářka. Cílem bylo zjistit, zda novináři více podléhají stereotypu obsazovat do televize více žen než novinářky či naopak. Z následující tabulky je patrné že obecný 5% rozdíl mezi podílem žen v televizi a v tisku je stejný, ať si aktéra do zprávy zvolil novinář či novinářka. Potvrzuje se tedy hypotéza, že novináři v televizi si volí více žen než novináři v tisku. Naopak se ale

nepotvrdila hypotéza, že novinářky si častěji vybírají ženy jako aktérky do tištěného, nikoli televizního zpravodajství. Pohlaví autora tedy v tomto případě není rozhodující a obě pohlaví mají tendenci volit ženy častěji do televizního zpravodajství.

SHRNUTÍ:

Typ média ovlivňuje šanci zdroje být vybrán do zprávy. Ženy mají větší šanci dostat se do televizního zpravodajství než do tištěného. Nezáleží ale na tom, kdo je autorem zprávy – novináři i novinářky zacházejí z hlediska typu média s aktéry srovnatelným způsobem.

5. Komparativní analýza

Při komparativní analýze byly porovnány jednotlivé proměnné a jejich kombinace v závislosti na médiu. Jelikož pro tuto kapitolu nebyly zvoleny žádné hypotézy a slouží spíše jako doplnění, jsou zde uvedena pouze data, která v rámci sledovaných médií vybočují z normálu nebo jsou něčím zajímavá.

Tabulka 21 – Pohlaví autorů podle jednotlivých médií*³³

Médium	Pohlaví autora (%)			Počet článků
	Muž	Žena	Součet	
Mladá fronta DNES	53	47	100	194
Hospodářské noviny	64	36	100	206
Právo	96	4	100	264
ČT 1	52	48	100	279
TV Nova	79	21	100	267
Součet	70	30	100	1210

U všech sledovaných médií převažovaly zprávy psané novináři nad zprávami psanými novinářkami. Jak lze ale vyčíst z tabulky, u některých médií byl nepoměr mezi muži a ženami větší, než u jiných. V televizi Nova zabírají zprávy novinářek pouze 21 % ze všech autorů, v deníku Právo jsou to dokonce pouze 4 %. Naopak velmi vyrovnaný podíl zpráv novinářů a novinářek vidíme u veřejnoprávní České televize (52 % mužů, 48 % žen) i u Mladé fronty Dnes (53 % mužů, 47 % žen). Je tak zjevné, že pohlaví autora nezáleží ani tak na typu média (tisk, televize), jako spíše na konkrétním médiu.

Pokud výsledky porovnáme ještě pro pohlaví volených aktérů, zjistíme, že novináři i novinářky volí ženy a muže stejně často bez ohledu na médium. Jediný výraznější rozdíl najdeme u deníku Hospodářské noviny, kde novinářky volily méně často ženy, než tomu bylo u novinářek jiných médií (Rozdíl se pohyboval od 14 do 26 %).³⁴

³³ Pro určení rozložení pohlaví autorů u jednotlivých médií byla změněna perspektiva. Zatímco v ostatních tabulkách data hodnotíme ve vztahu k základní jednotce výzkumu – aktérovi, zde jsme data vyhodnotili z perspektivy článku.

³⁴ Pohlaví aktéra u novinářů a novinářek podle média

Tabulka 22 – Dosah zprávy podle jednotlivých médií*³⁵

Médium	Dosah zprávy (%)				Počet zpráv
	Regionální	Celostátní	Mezinárodní	Součet	
Mladá fronta DNES	19	47	34	100	194
Hospodářské noviny	10	52	38	100	206
Právo	36	49	15	100	264
ČT 1	26	33	41	100	279
TV Nova	46	24	30	100	267
Všechna média	29	40	31	100	1210

U všech médií se nejčastěji objevovaly zprávy s celostátním dosahem. Výjimkou je pouze televize Nova, která je naopak jediným médiem, kde převažují regionální zprávy. Zajímavý je také pohled na Hospodářské noviny. Ty dávají zdaleka nejmenší důraz na regionální zpravodajství, naopak mají jedny z největších podílů mezi médii v celostátním i mezinárodním zpravodajství.

Tabulka 23 – Rodinné vztahy u jednotlivých médií

Médium	Rodinné vztahy (%)			Počet aktérů
	Ano	Ne	Součet	
Mladá fronta DNES	4,2	95,8	100	575
Hospodářské noviny	1,2	98,8	100	567
Právo	1,6	98,4	100	667
ČT 1	2,4	97,6	100	1115
TV Nova	6,3	93,7	100	994
Součet	3,4	96,6	100	3918

Rozdíly, i když nepříliš velké, najdeme i mezi médii z hlediska uvádění rodinných vztahů. Nejčastěji uváděla rodinné vztahy u svých zdrojů televize Nova, za ní následovala Mladá fronta DNES. Naopak nejméně tento způsob označování používají Hospodářské noviny.

³⁵ Pro výpočet zastoupení zpráv s jednotlivými dosahy v jednotlivých médiích byla změněna perspektiva. Zatímco v ostatních tabulkách data hodnotíme ve vztahu k základní jednotce výzkumu – aktérovi, zde jsme data vyhodnotili z perspektivy článku.

Tabulka 24 - Pohlaví aktérů podle médií

Médium	Pohlaví aktéra (%)			Počet aktérů
	Muž	Žena	Součet	
Mladá fronta DNES	77,6	22,4	100	575
Hospodářské noviny	85,7	14,3	100	567
Právo	75,3	24,7	100	667
ČT 1	77,1	22,9	100	1115
TV Nova	70,3	29,7	100	994
Součet	76,4	23,6	100	3918

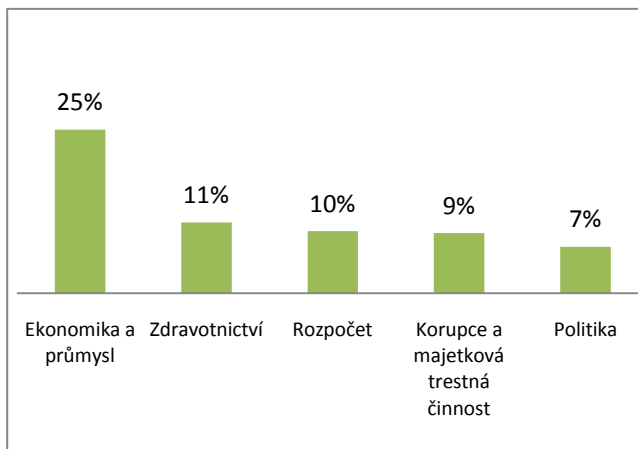
Co se týče pohlaví aktérů, pohybují se rozdíly mezi jednotlivými médii v rozptylu do 15 %. Ve všech médiích poměrně výrazně převažují muži, největší rozdíl mezi počtem mužů a žen najdeme u Hospodářských novin. Nejvíce žen najdeme u televize Nova (30 %).

Tabulka 25 – Role aktéra podle jednotlivých médií

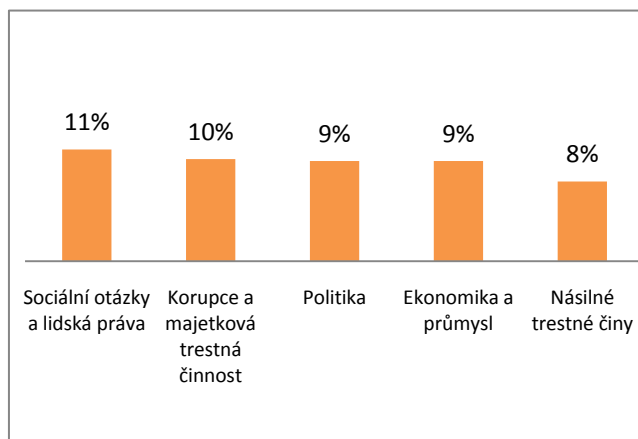
Médium	Role aktéra (%)				Počet aktérů
	Odborné stanovisko	Neodborné stanovisko	Tiskový mluvčí	Součet	
Mladá fronta DNES	75,7	18,6	5,7	100	575
Hospodářské noviny	86,7	7,1	6,2	100	567
Právo	69,1	15,9	15	100	667
ČT 1	70,9	19,1	10	100	1115
TV Nova	51,2	30	18,8	100	994
Všechna média	68,6	19,5	11,9	100	3918

U všech médií převažovali odborní aktéři, následovali aktéři neodborní a tiskoví mluvčí. Rozdíly oproti ostatním médiím můžeme najít u Hospodářských novin a TV Nova. První jmenované médium se vymyká svým důrazem na odborníky a velmi nízkým počtem neodborných aktérů a tiskových mluvčích. TV Nova má naopak ze všech médií výrazně nejméně odborníků a vysoký podíl neodborníků i tiskových mluvčích.

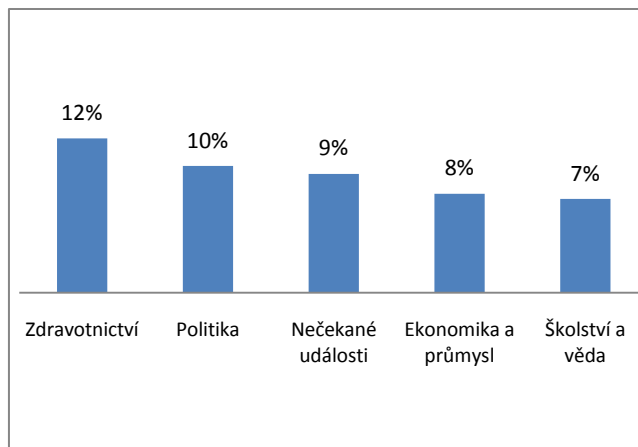
**Tabulka 26 – 5 nejčastěji komentovaných témat
Hospodářské noviny**



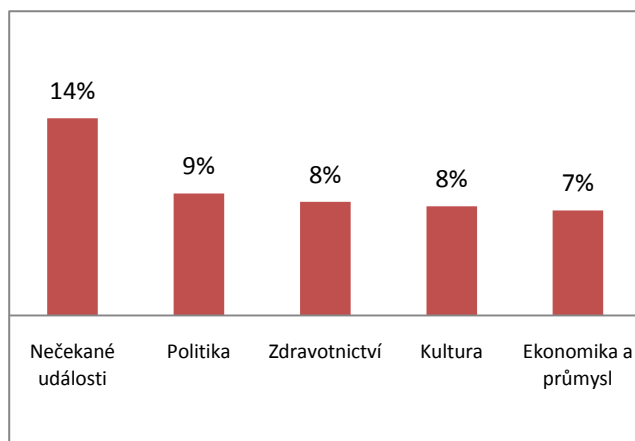
**Tabulka 27 - 5 nejčastěji komentovaných témat MF
DNES**



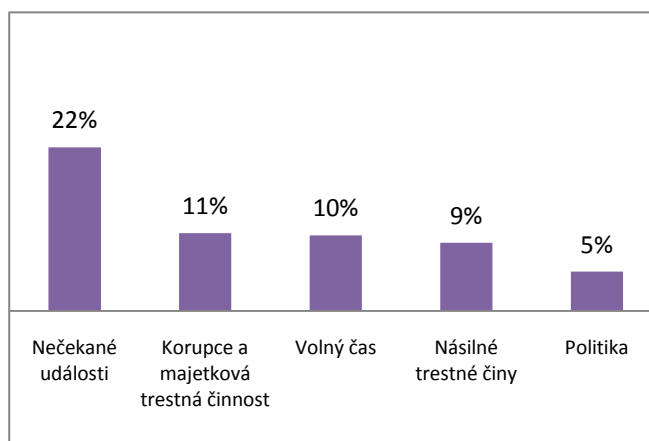
**Tabulka 28 - 5 nejčastěji komentovaných témat
Právo**



Tabulka 29 - 5 nejčastěji komentovaných témat ČT 1



Tabulka 30 - 5 nejčastěji komentovaných témat TV Nova



Z tabulek vidíme, že napříč médii se aktéři nejčastěji vyjadřovali k tématům nečekané události, ekonomika a průmysl, politika, zdravotnictví, korupce a majetková trestná činnost, násilné trestné činy. V pěti nejčastějších témat ale vidíme mezi jednotlivými médii rozdíly. Například u Hospodářských novin, které se více než jiná média zaměřují na byznys, zabírala ekonomická témata celou čtvrtinu. Do první pěti se také dostal státní rozpočet, který u jiných médií dosahoval pouze malého podílu ze všech témat. U deníku Právo si zase všimněme, že nejčastěji komentovaným tématem se staly Sociální otázky a lidská práva, které se u jiných médií objevovaly mnohem méně. Pro Právo je typické, že se častěji než jiná média zaměřuje na problémy chudoby, bydlení a nezaměstnanosti. U České televize stojí za povšimnutí vysoký podíl kulturních témat. Zatímco v ČT 1 se ke kultuře vyjadřovalo 8 % aktérů, u jiných médií to bylo méně (od 1

do 4 %). Zajímavý je i pohled na 5 nejčastěji komentovaných témat u TV Nova. Do výběru se dostal volný čas sestávající například ze zábavy, koníčků a zpráv o celebritách, který v jiných médiích zabíral pouze malý prostor. TV Nova také klade největší důraz ze všech médií na kriminalitu. Kriminální témata (korupce a majetková trestná činnost, násilné trestné činy, kriminalita) tvoří čtvrtinu ze všech komentovaných témat.³⁶

SHRNUTÍ:

Mezi jednotlivými médii se u některých sledovaných proměnných vyskytly rozdíly. Zajímavé výsledky se ukázaly například u zpráv psaných novináři a novinářkami – ve všech médiích převažovali muži, v deníku Právo se ale objevil rozdíl velmi výrazný – pouze 4 % všech zpráv napsaly novinářky. Nejčastěji z obvyklých hodnot vybočovala TV Nova a Hospodářské noviny, které stojí na opačné straně spektra. TV Nova měla ze všech televizí největší počet ženských aktérů, měla nejvíce regionálních zpráv, nejméně odborných zdrojů a nejčastěji u zdrojů uváděla rodinné vztahy. Hospodářské noviny naopak měly nejmenší počet ženských aktérů, výrazně nejméně regionálních zpráv, nejvíce odborných zdrojů a nejméně často uváděly rodinné vztahy. Vysvětlení může spočívat v tom, že Hospodářské noviny jsou médium více specializované, které zpracovává hlavně odborná témata, jako je například ekonomika, zdravotnictví, státní rozpočet nebo politika. TV Nova má naopak zaměření obecnější a dává větší důraz na nečekané události, jako jsou nehody, přírodní katastrofy, požáry, nebo násilné trestné činy, které jsou často vázány na určitý region a kde často vystupují svědci poskytující neoborná stanoviska. V jejím vysílání se častěji objevují i každodenní problémy, ke kterým se vyjadřují obyčejní lidé, jako je třeba téma volný čas. Ukázalo se, že nezáleží ani tak na typu média (tisk, televize), ale spíše na médiu jako takovém.

³⁶ Přílohy – Výskyt aktérů podle témat u jednotlivých médií

6. Kvalitativní analýza

Kvalitativní výzkumnou část tvoří rozhovory s novináři a novinářkami, ve kterých byli dotazováni na způsob, jakým si vybírají zdroje, jaké okolnosti ve výběru hrají roli a jak se zdroji následně pracují. Z jejich odpovědí vyplynulo několik kategorií a vztahů mezi nimi, které dohromady tvoří teorii popisující práci novinářů a novinářek se zdroji. Výsledky je ovšem nutné chápat pouze orientačně, protože kvalitativní část výzkumu tvoří pouze doplňující část diplomové práce a dotazováno bylo pouhých 5 lidí. Zjištěné závěry by ovšem mohly posloužit k dalšímu, hlubšímu výzkumu.

Z rozhovorů s novináři a novinářkami vyplynulo, že pohlaví zpravodajského zdroje pro ně při výběru nehraje žádnou roli. Výjimkou jsou společensky či genderově citlivá témata, u kterých novináři a novinářky naopak volí podle pohlaví záměrně a uvažují nad tím, jak co nejlépe zkombinovat mužský a ženský postoj. Novináři i novinářky považovali za důležité spíše jiné vlastnosti zdroje, než je pohlaví. Nejdůležitější pro ně byla relevance a předchozí zkušenost se zdrojem, zmiňovali i spolehlivost a pravdivost informací a další.

Důležitým faktorem bylo i zjištění, zda novináři a novinářky při výběru zdrojů pocítují svobodu. Pokud by svobodu volby neměli, byly by omezené i jejich možnosti hodnotit vhodný zdroj podle pohlaví nebo jiných charakteristik. Většina novinářů a novinářek se domnívá, že má při výběru zdrojů určitou svobodu volby, není ale neomezená. Novináři a novinářky zmiňovali, že v případě oficiálních institucí nebo v politice nemají příliš na výběr a musí se spokojit s člověkem, který zastává určitou funkci. S tím souvisí i další omezení, o kterém hovořili – v oborech, kde hledají zdroje, je jen malý počet žen, a proto je svoboda volit zdroj podle pohlaví silně omezena. Ženy navíc podle novinářů a novinářek často nezastávají ty nejvyšší funkce, které jsou pro média nejzajímavější.

Přestože respondenti a respondentky deklarovali, že pohlaví zdroje nehraje při jeho výběru roli, shodli se na tom, že s muži a ženami se pracuje rozdílně a někteří uváděli, že se jim s jedním z pohlaví pracuje lépe. Podle novinářů a novinářek jsou muži ochotnější promlouvat do médií než ženy, a také odpovídají na otázky konkrétněji a jednodušeji. Ženy naopak chtějí věci vysvětlovat do hloubky a vysvětlovat je. Přesto je ale komunikace se ženami přímější a férovější. Zatímco muži rádi hrají roli skrytého zdroje, poskytují zákulisní informace a sledují mocenské zájmy, ženy chtějí s novináři a

novinářkami mluvit spíše oficiálně. Novináři a novinářky také popsali, že na muže je potřeba volit složitější taktiky – je potřeba ho zaujmout, zvolit správný stupeň žoviálnosti, od novinářek se očekává flirtování nebo snášení různých sexuálních narážek. U ženských zdrojů novináři ani novinářky podobnou zkušenost neměli. Nelze ovšem jednoznačně říci, zda je některé z pohlaví více oblíbené u novinářů nebo novinářek. Z hlediska kvality poskytované informace mají respondenti a respondentky raději hovory s muži, obecně ale záleží spíše na individuálních preferencích každého, který způsob komunikace mu více vyhovuje.

Zda novináři a novinářky vidí nějakou roli pohlaví zdroje při jeho výběru, může souviset také s tím, jestli považují za důležité, aby se ve zpravodajství objevovali muži i ženy. Ukázalo se, že respondentům na zastoupení obou pohlaví buď nezáleží a preferují funkci a informaci, kterou zdroj přináší, nebo záleží, ale ne natolik, aby aktivně vyhledávali ženské zdroje. Novináři a novinářky znovu poukazovali na omezení ve volbě zdrojů v podobě zastoupení mužů a žen v oblasti, které se věnují. Domnívali se, že by bylo neetické, kdyby nerespektovali skutečné zastoupení jednotlivých pohlaví v oboru a rozložení sil v něm.

6.1. *Role pohlaví zdroje*

Kategorie: Pohlaví zdroje

Kategorií klíčovou pro tento výzkum se stala role pohlaví zdroje. Novináři a novinářky byli dotazováni na to, zda při výběru zdroje hraje nějakou roli pohlaví a pokud ano, tak jakou.

1. U obecných témat pohlaví zdroje nehraje roli

Přestože při rozhovorech se jednotliví novináři a novinářky o různých problémech vyjadřovali různě, v otázce, zda pohlaví zdroje hraje nějakou roli při výběru zdrojů, se vzácně shodli. Všech pět novinářů a novinářek uvádělo, že pohlaví zdroje žádnou roli nehraje a že tímto způsobem na zdroje ani nepohlížejí. Ani jeden novinář či novinářka sám od sebe nezmínil pohlaví jako faktor, který by zvažoval při výběru zpráv. To koresponduje s názorem, že novináře sami sebe vnímají jako genderově neutrální profesionály a genderový princip nevnímají (Gallego, Altés, Cantón, Melús, Soriano, 2004).

Otázka: Hraje při výběru zdroje nějakou roli jeho pohlaví?

„Primárně ne. Že bych si třeba řekla, tohoto psychologa nechci, protože je to muž nebo žena.“ (Rozhovor E)

„Já myslím, že ne. Je mi jedno, jestli natočím doktora nebo doktorku.“ (Rozhovor C)

2. Pohlaví zdroje hraje roli u společenských a genderových témat

O zastoupení obou pohlaví přemýšlejí novináři a novinářky pouze u témat, u kterých předpokládají, že ženy a muži na ně budou mít diametrálně odlišné názory. Nejčastěji jde o různá společenská témata. Stejně novináři a novinářky postupují i u témat, která jsou sama o sobě nějak genderově citlivá – např. pojednávají o rovnoprávnosti, rodině, péči o dítě, ženách na pracovním trhu apod.

„Když jsme zjišťovali, jestli projde zákon proti kouření, tam byly vidět rozdílné názory mužů a žen. Nebo třeba registrované partnerství, tam byly výrazné rozdíly, ženy byly častěji pro. Třetí věc je eutanazie, tam je to podobné. U společensky zajímavých témat na to myslím, protože to evidentně hraje roli.“ (Rozhovor D)

„Když budu psát článek o tom, že v politice nejsou ženy, tak samozřejmě musím mluvit s ženami. Pokud píšu o věcech týkajících se rodiny, rodinné politiky, dětech v ústavech, tak tam už je na místě úvaha, jak

zkombinovat mužský a ženský pohled, protože se to týká těchto dvou světů, týká se to žen a mužů.“
(Rozhovor A)

Kategorie: Klíčové vlastnosti zdroje

Novináři a novinářky sami volili jiné charakteristiky zdroje než pohlaví, které jsou podle nich klíčové a podle kterých se rozhodují, zda zdroj zařadí do zprávy nebo ne. Uváděli mezi nimi relevanci zdroje, předchozí zkušenost se zdrojem, spolehlivost zdroje a pravdivost jeho informací, menšinový názor, technická a časová omezení, ochotu mluvčího a řečnické kvality mluvčího. Mezi faktory se tak objevují vlastnosti, které definoval Herbert Gans (2004), a také je vidět vliv redakčních rutin a mediální organizace, jako je například čas uzávěrky (Gieber, 1999; Sigal, 1973).

1. Relevance zdroje

Relevance zdroje ke zprávě je vlastností, kterou v souvislosti se zdroji zmiňovali novináři a novinářky poměrně často. Relevanci jako důležitou vlastnost zdroje zmínili všichni dotazovaní novináři a novinářky. Nicméně relevanci někteří definovali trochu jiným způsobem.

1.1. Relevance zdroje k tématu

Většina novinářů a novinářek vztahovala relevanci na téma, které v tu chvíli zpracovávali. Buď osobu vztahovali obecně k tématu jako takovému, nebo se na věc dívali hlouběji a při volbě zdroje neposuzovali jen jeho obecnou relevanci k tématu, ale i jak těsný vztah ke konkrétní zprávě zdroj má.

„Pokud jde čistě o zpravodajství, kde cílem je konkrétní zpráva, tak je nejdůležitější relevance zdroje. Je potřeba mít za zdroj člověka, který je co nejbližší rozhodovacímu procesu, to znamená ministr, náměstek na ministerstvu, lidi, kteří opravdu rozhodují.“ (Rozhovor A)

„Snažím se zdroje střídat a snažím se je hledat vzhledem k tomu, o jaký problém jde. Když jde třeba o týrané dítě, tak sháním psychologa spíš, než když jde o normální rozvod. Pokud jsou psychologové do případu nějak zainteresovaní, například dělali posudek, tak určitě chci mluvit s nimi.“ (Rozhovor E)

1.2. Relevance zdroje jako takového

Relevance se ale podle novinářů a novinářek nemusí týkat konkrétního tématu, ale zdroje jako takového. Jde o zdroje, které mohou poskytnout zajímavé informace bez ohledu na to, jakou konkrétní zprávu novinář či novinářka v tu chvíli píše.

„Nejraději mám spin-doctory a poradce politiků. Tam jsem se snažil navázat kontakt, považuji je za hodně relevantní, protože mají informace.“ (Rozhovor D)

2. Předchozí zkušenost se zdrojem

Respondenti a respondentky často zmiňovali jako důležitý faktor předchozí zkušenost se zdrojem, případně za důležité považovali ty vlastnosti, které lze zjistit pouze při opakovaném setkání se zdrojem (např. spolehlivost). Respondenti a respondentky popisovali, že buď mají nějaký okruh vlastních osvědčených zdrojů, se kterými se už předtím setkali, nebo se spolehnou na doporučení kolegů. Objevilo se také tvrzení, že předchozí zkušenost se zdrojem je tak důležitá, že může ovlivňovat rozšiřování souboru zdrojů.

„Za dobu, co dělám tuto problematiku, znám poměrně hodně psychologů. Mám spoustu odborníků, se kterými jsem už někdy spolupracovala. Asi už je беру ze zkušenosti, kterou mám.“ (Rozhovor E)

„Předchozí zkušenost rozhodně hraje velkou roli. Ve většině případů jsem prvotně nedůvěřivá, když se objeví někdo nový, kdo má chuť se mnou komunikovat.“ (Rozhovor B)

3. Spolehlivost zdroje a pravdivost informací

Jako důležitá vlastnost zdroje se objevila i jeho spolehlivost a pravdivost informací, které zdroj poskytuje. Tato vlastnost zdroje souvisí s důrazem novinářů a novinářek na předchozí zkušenost, protože u nového zdroje se pravdivost jeho informací špatně ověřuje, spolehlivost také prověří až opakované využití zdroje.

„Spolehlivost, to je nejdůležitější. Přesnost těch informací a jejich pravdivost, to je možná ještě nad tou spolehlivostí. Samozřejmě existuje celá řada lidí, která vám celou dobu podsouvá nějaké věci a tváří se, že je zdroj informací, ale ty věci jsou buď neúplné, nebo účelové.“ (Rozhovor B)

4. Menšinový názor

Jedna z respondentek upozornila na to, že u společensky citlivých témat se snaží, aby se ve zprávě objevovaly i menšinové názory. U určitých témat cíleně vyhledává takové zdroje, které tuto podmínku splňují.

„Pokud jde o text, který popisuje nějaký společenský problém, tak je tam naopak kromě toho relevantního zdroje potřeba, aby se vyjadřovali i lidé menšinových názorů nebo kterých se ta problematika dotýká, aniž by měli možnost o ní rozhodovat. Menšinové názory jsou velice důležité pro popsání problému, relevantní zdroj, který rozhoduje, na to nesmí mít monopol.“ (Rozhovor A)

5. Technická a časová omezení

V průběhu výzkumu se ukázalo, že televizní novináře a novinářky při výběru zdrojů silně omezují i takové faktory, které jejich kolegové z tisku vůbec řešit nemusí. V prvé řadě jde o technická a časová omezení související s podobou televizní novinářské práce. Potvrzuje se tedy předpoklad, že na výběr zdrojů mají vliv redakční rutiny a mediální organizace (Weaver, Wilhoit, 2004; van Zoonen, 1994; de Bruin, Ross, 2004).

„Jsme hodně limitovaní technickou stránkou věci. To znamená, aby ten člověk byl dostupný pro kameru. Telefonát by měl být ve zprávě maximálně jeden. Pro nás je důležité, aby byl v Praze, byl dostupný, měl deset minut čas.“ (Rozhovor C)

6. Ochota zdrojů

Televizní novináři a novinářky zmiňovali jako důležitou vlastnost zdroje jeho ochotu promlouvat na kameru. Nedostatek ochoty totiž může výrazně omezit volbu zdroje.

„Ne že by byl zdrojů nedostatek, spíš jich není tolik do televize ochotných mluvit. Stane se mi třeba, že oslovím deset psychologů a až ten desátý mi na to kývne.“ (Rozhovor E)

7. Řečnické kvality mluvčího

Dalším faktorem důležitým pro výběr zdrojů byly u televizního zpravodajství řečnické kvality mluvčího. Novináři a novinářky popisovali dva základní problémy, na které v takovém případě narážejí – buď že má zdroj špatnou mluvu (např. koktá, zadržává se), nebo častěji že mluví příliš odborně či v dlouhých větách. Novináři a novinářky připouštěli, že způsob vyjadřování může vést k tomu, že takový zdroj není do zprávy vybrán, ačkoli by jinak splňoval kritéria, jako je relevance nebo předchozí zkušenost. Nestává se prý ale, že by takový zdroj vyřadili úplně, spíše se na něj obracejí až v druhém plánu.

„Člověk se s nimi baví úplně normálně, pak tam přijedeme s kamerou a ten člověk nedá dohromady kloudnou větu. Není zvyklý, což je logické, na druhou stranu začne mluvit strašně odborně, což je pro mě de facto nepoužitelné, protože já potřebuji, aby to řekl pro diváka ve srozumitelném jazyce.“ (Rozhovor E)

„Vyberu si toho, se kterým se na tu kameru mluví líp. Pak řeším, kdo má čas a je dostupnější. Někdy pak zvolím i toho, který mluví hůř.“ (Rozhovor E)

„Člověk už ví, s kým se na tu kameru točí dobře, s kým se točí hůř. To neznamená, že bychom se lidem, kteří neumí mluvit, nějak vyhýbali, ale takhle se zužují okruhy těch odborníků, politologů, doktorů.“
(Rozhovor C)

SHRNUTÍ:

Z názorů respondentů a respondentek vyplývá, že v případě všeobecných témat pohlaví zdroje rolí pro novináře a novinářky nehraje. Pouze u společensky či genderově citlivých témat zdroje volí podle pohlaví a přemýšlejí nad způsobem, jak co nejlépe zkombinovat mužský a ženský pohled. Novináři a novinářky nejčastěji jako charakteristiky zdroje, potřebné pro jeho výběr do zprávy, zmiňovali relevanci a předchozí zkušenost. Mezi vhodnými vlastnostmi se objevila i spolehlivost, pravdivost informací a menšinový názor. U televizních zpravodajů a zpravodajek se objevily i charakteristiky technického rázu – zda je zdroj dostupný pro televizní štáb, zda je ochotný mluvit na kameru a zda má odpovídající mluvený projev.

6.2. Podmínky pro volbu zdroje

Při dotazování se na důležitost pohlaví zdroje a jeho dalších charakteristik novináři a novinářky zmiňovali omezení, která při výběru zdroje pociťují. Někteří z nich měli dojem, že při výběru zdroje nemají úplnou svobodu. To koresponduje s teoriemi, podle kterých je svoboda v médiích omezená organizační strukturou redakcí a rutínami novinářské práce (van Zoonen, 1988; Sigal, 1973; Gans, 2004). Někteří z novinářů a novinářek naopak uváděli, že jejich možnost volby zdroje je neomezená. S takovým postojem ale polemizuje Herbert Gans, podle kterého je taková autonomie pouze iluzorní (2004).

Kategorie: Svoboda při výběru zdroje

Novináři a novinářky byli dotazováni také na to, zda mají při volbě zdrojů možnost vybírat si mezi více alternativními zdroji nebo zda se často dostávají do situace, kdy je k dispozici pouze jediný zdroj a jeho angažování tak prakticky není výsledkem svobodné volby. Názory v tomto bodě se poněkud rozcházejí. Obecně se z odpovědí na tento problém dá říci, že svoboda volit zdroj existuje, může ale být omezená časem a tématem.

1. Naprostá svoboda volby zdroje

Větší část novinářů a novinářek měla dojem, že možnosti výběru zdrojů mají široké a okolnosti ani nadřazení je při výběru neomezují.

„Já mám výběr naprosto široký a de facto záleží na mně.“ (Rozhovor E)

„Úplně si nevybavuju, že bych byl odkázán za poslední měsíce na jediný zdroj. Určitě se ale někdy stane, že je jen jeden zdroj. Svoboda ve volbě toho zdroje je ale relativně velká. Aby byl ten obrázek plastický, tak je nutné mluvit s více zdroji. Já osobně se tím snažím odfiltrovat to, abych úplně nenaletěl.“ (Rozhovor D)

2. Omezená svoboda volby zdroje

Ostatní respondenti a respondentky upozorňovali na určitá omezení, na která při výběru zdrojů narážejí. Omezení mohou nabývat různých podob - může jít například o téma. Novináři a novinářky také přiznávali, že v jejich obvyklém souboru zdrojů je podstatně více mužů než žen, ale že tento rozdíl není způsoben tím, že by je pohlaví při výběru ovlivňovalo, ale že jsou omezeni genderovým složením v oboru.

2.1 Volbu omezuje téma

Zprávy z oficiálních institucí se novinářům a novinářkám jeví jako ty, kde je méně svobody. Naopak společenská témata skýtala větší možnosti při výběru.

„Takovýto luxus (zcela svobodného výběru zdroje – pozn.) má málokterý novinář. Zdroje jsou omezené, spíš je to každodenní boj se zdroji. Pozice novináře není taková, že by si mohl ještě vybírat. Pokud jde o zprávu z vrcholného politického dění, tak tam vůbec, tam je to boj o to se spíš ke zdroji dostat. Když potřebuju vědět, jak se premiér zachová na evropském summitu, nemám jinou možnost, než se zeptat premiéra a lidí kolem něj. Pokud jde o širší společenskou situaci, která má silný občanský motiv, tam už těch zdrojů je spousta a výběr tam je.“ (Rozhovor A)

2.2 Volbu omezuje genderové složení oboru

Všichni uváděli, že genderová skladba jejich okruhu zdrojů závisí na tom, jaká témata zpracovávají, a jak jsou v daném oboru jednotlivá pohlaví zastoupena. Zmiňovali například, že v politice mají málo ženských zdrojů, protože tam je celkově méně žen.

„Mezi mými zdroji jednoznačně převažují muži, ale myslím si, že to je tím, že politika je taková. Dokonce když je tam nějaká žena, tak poradce a píáristy má muže. A v těchto vodách já právě hledám zdroje.“ (Rozhovor D)

„Se ženami zkušenost moc nemám, je jich v politice málo [...] Já musím pracovat s tím, pokud mluvíme třeba o politickém zpravodajství, že tahle vláda je čistě pánský klub. Já nemůžu vyrábět alternativní zdroje.“ (Rozhovor A)

2.3 Volbu omezuje poměr sil v oboru

Novináři zároveň upozorňovali na to, že ženy a muži v jejich souboru zdrojů často vystupují v jiných pozicích, protože i v prostředí, o kterém novinář informuje, zastávají jinak významné funkce. Z toho vyplývá, že i ve feminizovaných oborech se mohou zdroji často stávat muži, protože zastávají vysoké funkce a mohou poskytnout klíčové informace. Ženy také neumí tak efektivně komunikovat s médii.

„Když se podíváme na školství a sociální problematiku, kterou dělám, tak tam převažují ženy. Ale paradoxně tam převažují z pozic těch učitelek, dětských psychologek a muži převažují v rolích ředitelů škol, odborů, náměstků, hejtmanů.“ (Rozhovor E)

„Málokterá žena ve sněmovně má ty klíčové informace. Ženy nepatří do nejužšího vedení stran, poslaneckých klubů, málokdy rozhodují o těch pozicích. Častým zdrojem bývají třeba náměstci, což je nejvyšší nepolitická pozice, která rozhoduje o problematice, tam často jsou muži. Dokonce je nějaká studie, že ženy na českých úřadech jsou, tou zprávou se dokonce zabývá vláda, ale jsou na nižších

pozicích. Ale ředitelé odborů, náměstci, ti kteří jsou pro vás jako novináře nejrelevantnější zdroje, tak na těchto pozicích ženy prostě nejsou.“ (Rozhovor A)

„Upřímně řečeno ve sněmovně je řada žen – a dostalo se jich sem v poslední době docela dost – které jsou absolutně nevýrazné, nemají předpoklady. Když se jich na něco jdu zeptat, tak se rozsypanou jak mikádo. Nejsou schopné komunikovat, protože na to nemají povahu, a nejsou vidět. [...] Nemyslím si, že by byly upozaděné, je to tím, že se neumí prosadit.“ (Rozhovor B)

SHRNUTÍ:

Většina respondentů a respondentek se shodla na tom, že mají při výběru zdrojů svobodu, která je ale omezená. Omezení se týká například tématu, genderového rozložení souboru nebo rozložení moci v něm. Respondenti i respondentky často zmiňovali omezení v oblastech, jako je například politika, kde není tolik zdrojů na výběr. V souboru zdrojů novinářů i novinářek převažují muži. Jde ale podle nich o pouhý odraz toho, jak jsou ženy v daných oblastech zastoupeny. Tomu by odpovídal i fakt, že zatímco političtí novináři a novinářky měli v souboru více mužských zdrojů, novinářka zabývající se školstvím a sociální problematikou, kde se vyskytuje více žen, měla více ženských zdrojů. Novináři a novinářky zároveň upozorňovali na to, že při výběru jsou omezeni tím, kdo zastává pozice, které jsou pro novináře relevantní – většinou jde o muže.

6.3. Práce se zdroji podle jejich pohlaví

Ačkoli novináři a novinářky deklarovali, že pohlaví zdroje nehraje při jeho výběru roli, zmiňovali se o určitých rozdílech při práci s ženskými a mužskými zdroji. Někteří z nich dokonce dokázali vyhodnotit, se kterým pohlavím se jim pracuje lépe, popírali však, že by je to ovlivňovalo při výběru zdroje.

Kategorie: Rozdíl v práci s muži a ženami

Z rozhovorů vyplynulo, že rozdíl mezi prací mezi muži a ženami novináři a novinářky skutečně vnímají. Vyprofilovalo se několik pravidel, která respondenti a respondentky ve své práci pozorují.

1. Muže je snadnější získat jako zdroj než ženy

Ženy o své účasti ve zpravodajství více přemýšlejí než muži. Chtějí záměry novináře či novinářky podrobněji vysvětlit a častěji si svou promluvu ve zprávě rozmyslí, což muži tak často nedělají.

„Když volám rodičům, tak u těch maminek se musí s ohledem na dítě, které mají ve výchově, víc vysvětlit, že nejde o nic špatného, že jim chci pomoci. [...] S těmi muži je myslím lehčí řeč, nechají se snáz přemluvit nebo vás snáz pošlou do háje, ženy o tom přemýšlí víc. Jsme už třeba domluvené a ona couvne, to muž neudělá.“ (Rozhovor E)

2. Muži jsou v promluvách ráznější, ženy je chtějí více vysvětlovat

Novináři a novinářky si všimli toho, že muži při rozhovoru mluví více přímo a konkrétněji, používají naučené zjednodušující fráze, o kterých vědí, že je média rády přebírají. Ženy naopak mají potřebu o tématu hovořit podrobněji a déle než muži, chtějí věci vysvětlovat a doplňovat k nim kontext.

„Chlap možná má tendenci vysypat to ze sebe rychleji a zmizet. Průměrná doba rozhovoru se ženou je delší než s mužem. Ženy nemají v hlavě ty kalouskovský fóry, které on se ráno naučí, a pak je říká celý den. Chtějí si o tom víc popovídat, řešit to víc do hloubky. Se ženou političkou to trvá vždy trochu déle.“ (Rozhovor C)

„Muži jsou pro mě taková přímější, ženy mají občas tendenci ty věci příliš zaobalovat nebo o nich přemýšlet v jiném kontextu, než jsou. V tomhle mi ta mužská přímocharost vyhovuje. [...] Stává se mi mnohdy u žen i političek, že přemýšlí jakoby za roh.“ (Rozhovor B)

3. Při práci s muži je potřeba volit složitější taktiky

Muži podle novinářů a novinářek spíše neodmítnou nabídku stát se zdrojem a dávají přímočařejší odpovědi. Na druhou stranu je při komunikaci s nimi potřeba volit složitější taktiky. Zatímco u žen respondenti a respondentky uváděli, že se jich dotazují přímo a otevřeně, u mužů popisovali různé způsoby, jak jim komunikaci zatraktivnit.

3.1 Muži při komunikaci s novináři rádi hrají hry

Muži rádi přistupují na hru, že jsou utajený či exkluzivní zdroj, který ovlivňuje politiku i to, co se o ní říká v médiích. Ženy na druhou stranu spíše rády komunikují přímo a oficiálně, zákulisní informace neposkytují tak často jako jejich mužští kolegové.

„Muži víc přistupují na tu hru zdroje, baví je více hrát mocenské hrátky, rádi podstrčí nějakou informaci. Zatímco si nevybavím ženu, kterou by to bavilo, chtějí, aby to bylo čitelné, aby vše bylo on record nebo nic, nepřistupují na tuto hru nějakého exkluzivního zdroje. Ženám to řeknu otevřeně, ony vědí, že potřebuji informaci. Kdyby to byl muž, tak se to snažím nějak obejít. Myslím, že ženy uráží, kdyby to mělo být oklikou. Zatímco mužům, jak jsme všichni chlapi asi ješitní, dělá dobře, že jsou ti důležití. Dá se u nich zahrát na tuhle strunu důležitosti, ovlivňování dějin. Na ženy to nefunguje.“ (Rozhovor D)

3.2 Muži od novinářek očekávají, že s nimi budou flirtovat

Novinářky popisovaly, že než osloví s otázkou muže, musí více přemýšlet, jak k němu přistupovat a jak moc neformální tón mají pro rozhovor zvolit. Při komunikaci s muži se často setkávají s tím, že se od nich očekává, že budou s muži flirtovat, zvláště v politickém zpravodajství. V mnoha případech jsou nuceny poslouchat různé sexuální narážky nebo vtipy. Pokud na takové zacházení nechtějí přistoupit, jsou považovány „za divné“. Novinářky přiznávaly, že někdy musí snést i nepříjemné situace, protože jinak by informaci nedostaly. Zmiňovaly ale také případy, kdy se ze strany mužů setkaly s tak nevhodným chováním, že se raději zdroje vzdaly. Zároveň popisovaly, že s muži si postupně musí nastavovat vztahy tak, aby nepřekračovali hranici, za kterou už novinářky jít nechtějí. U mužů také dopředu promýšlejí, pod jakou narážkou začít konverzaci. Podobný problém u ženských zdrojů novinářky ale ani novináři nepozorují, ženy mohou oslovit přímo a s neprofesionálním chováním se u nich nesetkávají.

„Od ženy se nikdy nedočkám takových občasných lascivních narážek, které se u mužů vždycky nakonec objeví. Tam musí být člověk ostražitý zase v jiném momentu, aby nesklouzl, protože skutečně někteří mají - a je to dané i povahou - takovou komunikační volnost, že vám občas řeknou něco, co je už za hranou. Takže si je musíte trochu kočírovat. [...] Samozřejmě našli se i lidi, kteří byli odporní, někam

jsem je poslala a už s nimi nekomunikuji, protože se vůči mně zachovali tak, že se mi to vůbec nelíbilo.“ (Rozhovor B)

„Mnohdy se ocitnu v takových situacích, kdy vím, že se mi děje něco, co mi není příjemné. Kolikrát se mi chlapi místo toho, aby se mi dívali do očí, dívali na prsa. Někdy člověku holt nic jiného nezbyvá, ale samozřejmě to není příjemné. [...] Přiznám se, že toho i lehce zneužívám, jsou situace, kdy ta informace je k dispozici, tak si řeknete: no co. Já nepřekročím určitá morální kritéria, která v sobě mám, ale pokud člověk se mnou chce komunikovat z tohoto důvodu a ty informace mi dá, tak já je využiju.“ (Rozhovor B)

„Můj pocit je, že se od žen trochu očekává flirtovací přístup, politici jsou na to zvyklí, je to takový úzus ve sněmovně. Teď nedávno jsem tam byla s kolegou a chtěla jsem oslovit jednoho z poslanců s poměrně závažným tématem. Tak jsem přišla k němu, nebudu ho jmenovat, jestli se můžu na něco zeptat a on mi řekl, že se zrovna baví s kolegou o erekci. A vy na to musíte reagovat jako „ha ha ha“ a on se s vámi baví. Je to úzus, že žena novinářka na to má přistoupit a když na to nepřistoupí, tak je divná.“ (Rozhovor A)

„U žen nemusíte tolik přemýšlet, jak moc žoviální tón zvolíte. Dá se s nimi bavit docela normálně. Jako: Dobrý den, jste ochotná se mnou o tomto mluvit, víte o tomto, může vás poprosit o komentář, můžu poprosit o background... a ptát se normálně. Kdežto u těch mužů, moje zkušenost je – možná jsem na to citlivá – že se tam musí volit určitý stupeň žoviálnosti, a pak se uvidí.“ (Rozhovor A)

4. U tradičně mužských témat není pro muže novinářka rovnocenným partnerem

Jedna z respondentek zmínila, že se někdy dostává do situací, že s ní muži jednájí spatra, protože se domnívají, že pro ně není dostatečným partnerem k diskusi. S podobným chováním se setkala hlavně u témat, která jsou tradičně považována za primárně mužská.

„Když jsem dělala za Karla Rožánka reportáž o vrtulnicích, které se mají vyřadit, a volala jsem na ministerstvo obrany a velitelům těch posádek, tak se mnou mluvili hodně seshora. Jako: paní redaktorko, já nemám čas vám to vysvětlovat. [...] U těch odborných, třeba trochu neženských témat, jak se to dá vnímat, se setkávám s tím, že muži ke mně nemají dostatek nějakého respektu.“ (Rozhovor E)

Kategorie: Spokojenost se spoluprací

Na otázku, zda se novinářům a novinářkám pracuje lépe s muži nebo ženami, neměla většina respondentů jasnou odpověď. Při zvážení některých aspektů se jim pracovalo lépe s muži, při jiných zase s ženami.

1. Z hlediska informace jsou výhodnější muži

V návaznosti na to, jak novináři a novinářky popisovali rozdíly mezi jednáním s muži a ženami a jejich zastoupením či schopnostmi v oboru, uváděli, že z hlediska získání informace se jim lépe pracuje s muži.

„Ti muži jsou pro novináře častěji výhodnější. Posuzuju to z toho pohledu, že se chci něco dozvědět. Chlap to spíše řekne, kdežto žena řekne: co se dělo za zavřenými dveřmi, to vám nemůžu říct.“ (Rozhovor D)

„Čistě z pohledu informace se lépe pracuje s muži, protože je to tady nastaveno tak, že oni rozhodují. [...] Je to takové trochu smutné, protože když mluvíte se ženami, tak ony málokdy mají ten drajv a informaci. Musím se přiznat k tendenci vzdávat mluvit se ženami předem, pokud nechci opravdu jenom oficiální komentář. Pokud chci citaci v podstatě nekonfliktní, pokud chci okomentovat nějaký zákon, tak v takové situaci je v Česku dobré volit ženy. Ale pokud chce člověk jít dál, tak bohužel je to tak, že pravděpodobně se spíš rozhodne pro muže, protože je větší pravděpodobnost, že o tom bude vědět. A to je myslím realita politické scény.“ (Rozhovor A)

2. Obecně je preference jednoho pohlaví individuální

Pokud novináři pominuli kvalitu informace, kterou zdroj poskytuje, někteří z nich viděli jako příjemnější komunikaci se ženami, jiní s muži. Sami zmiňovali, že v tomto případě se jedná spíše o jejich osobní preference, než o vědomá rozhodnutí.

„Z pohledu pocitu je se ženami možná racionálnější, že člověk nemusí hledat tu taktiku, jak zapříst hovor, aby v něm chtěl pokračovat.“ (Rozhovor A)

„Já s těmi muži prostě mluvím radši, protože tam nemusím přemýšlet nad drobnými animozitami, jako je žárlivost. Jsou takoví přímější, jejich informace jdou na komoru. Je to dané i mou povahou, protože mi víc vyhovuje mužská společnost než ženská. Není to úzus, že žena novinářka raději komunikuje s muži. Kdybyste se zeptala někoho jiného, tak to má každý jinak.“ (Rozhovor B)

SHRNUTÍ:

Nelze jednoznačně říci, zda se novinářům a novinářkám pracuje lépe s muži nebo se ženami. Respondenti a respondentky spíše než pocity hodnotí při spolupráci výsledek – jak dobrou dostali od zdroje informaci. V tomto směru považují za lepší spolupráci s muži. Pokud měli hodnotit příjemnost spolupráce jako takové, rozcházel se podle osobních preferencí a osobních zkušeností.

Novináři i novinářky viděli v práci s muži a ženami rozdíly. Podle jejich názorů je jednodušší získat pro promluvu do médií muže než ženy a muži odpovídají na

novinářské otázky konkrétněji a jednodušeji. Ženy naopak chtějí o věcech hlouběji diskutovat. Mezi muži a ženami byly i další rozdíly – novináři i novinářky se shodovali, že pokud už se žena zdrojem stane, komunikuje více přímo. Muži naopak častěji poskytují zákulisní informace, sledují vlastní mocenské zájmy a při komunikaci s nimi je potřeba volit určitý stupeň žoviálnosti a od novinářek se očekává, že s nimi budou buď samy flirtovat, nebo flirtování snesou.

6.4. Zastoupení obou pohlaví

Respondenti a respondentky byli dotazováni i na to, zda je důležité, aby ve zpravodajství byli zastoupeni muži i ženy. Názory na tuto otázku se rozcházejí. Obecně se ale dá říci, že novináři a novinářky to za důležité nepovažují buď vůbec, nebo ne natolik, aby kvůli tomu aktivně měnili genderové složení souboru zdrojů.

Kategorie: Zastoupení mužů a žen

1. Na zastoupení obou pohlaví záleží, nemělo by ale být umělé

Část novinářů a novinářek deklarovala, že důležitost zastoupení obou pohlaví přikládají, nicméně není možné tvořit rovnoměrný výskyt „umělé“. Objevil se i názor, že je povinností novináře tuto realitu reflektovat a že využívat ženské zdroje častěji, než je jejich skutečné zastoupení v oboru, by mohlo být neetické.

Výpovědi novinářů a novinářek tak korespondují s teorií Alizy Lavie a Sam Lehman-Wilzig, že k tomu, aby se ženy začaly více prosazovat v mediálních obsazích, je potřeba, aby se začaly prosazovat ve společnosti. V takovém případě by pak nezáleželo na tom, zda je autorem muž nebo žena (2003).

„Podle mě na tom záleží velmi. Pokud se jedná o vládu, což je velká část zpravodajství, tak by bylo nesmírně důležité, aby se tam objevovaly ženy. Jenže problém je v tom, že vláda je abnormálně mužská. To je potom těžké. [...] Nevím, jestli tam není tenká hranice, že bych preferovala někoho jenom proto, že je žena na úkor té informace. To si myslím, že by nebylo správné vzhledem k etice profese.“ (Rozhovor A)

„Nevím, jestli by zpravodajství mělo nějak vyrovnávat ten poměr nebo ho přetáčet, nebo jestli by mělo tupě reflektovat to, jak je to nastaveno. Asi by to mělo být něco mezi tím nebo blíže k tomu reflektování skutečnosti. Abych v každé reportáži vyrovnával ten poměr, to není úplně moje práce.“ (Rozhovor C)

2. Na zastoupení obou pohlaví nezáleží

Část novinářů a novinářek měla pocit, že důležitější je obsah promluvy, nikoli její zdroj. Při tvorbě ani příjmu zpráv neřeší, jakého pohlaví jsou zdroje.

„Řek bych, že na tom nezáleží, že záleží na tom, kdo je relevantní k tomu něco říct. Nemá cenu si dávat nějaké pravidlo a la Brusel, aby se tam objevovaly nějak vyrovnaně, když nemáme ani kvóty na to, aby byla polovina poslankyň.“ (Rozhovor D)

„Záleží na tématu, ale pro mě není ve zpravodajství ta skladba důležitá. Samozřejmě když premiér složí kabinet a není v něm ani jedna žena, tak se zeptám, v čem je problém, ale není to tak, že se dívám na zprávy a řeknu si: sakra, tam nemluvila ani jedna ženská, takhle to nevnímám. Spíš mě zajímá obsah toho, co ti lidé říkají. Vůbec nepřemýšlím nad tím, jestli jsou to muži nebo ženy.“ (Rozhovor B)

SHRNUTÍ:

Respondenti a respondentky se spíše kloní k tomu, že na zastoupení obou pohlaví ve zpravodajství nezáleží, nebo že na něm záleží, ale ne natolik, aby novináři nějak aktivně vyhledávali ženské zdroje na úkor mužských. Složení zdrojů by mělo odrážet skutečné rozložení sil v oboru, jiný přístup považují za neetický.

7. Závěr

Cílem diplomové práce bylo prozkoumat vliv pohlaví novinářů a novinářek na výběr zpravodajských zdrojů z hlediska genderu. Existuje předpoklad, že pohlaví novináře ovlivňuje výběr zdroje ve prospěch vlastního genderu – tedy že novinářky si častěji vybírají jako zdroje ženy a novináři častěji muže. V České republice ale pro taková tvrzení neexistují data. Kvantitativní výzkum zaměřený na zastoupení žen jako zdrojů ve zpravodajství, který by zahrnul více typů médií a zaměřil by se na vztah mezi pohlavím novináře a pohlavím zdroje, v České republice zatím chyběl.

Prvním z cílů, které si kladla tato práce, bylo zmapovat sociologii zpravodajských zdrojů v českém tisku a televizi se zvláštním důrazem na výskyt a postavení žen v něm. Druhým z cílů bylo zjistit, jakou roli hraje při výběru zdrojů z hlediska genderu pohlaví novináře a novinářky. Tedy potvrdit hypotézu, zda novinářky volí ženy častěji než novináři a zda jim přisuzují jiné postavení.

První částí výzkumu byla kvantitativní analýza vybraných médií, která přinesla tvrdá data o sociologii zdrojů a v komparativní části porovnávala výsledky pro jednotlivá média. Druhou částí byla kvalitativní analýza, která doplnila tvrdá data a nastínila možné interpretační cesty. Kvalitativní část byla složena z rozhovorů s novináři a novinářkami, pro jejichž analýzu bylo zvoleno otevřené kódování, jeden z postupů v zakotvené teorii.

Výzkum přinesl zajímavá data o zastoupení mužů a žen jako zpravodajských zdrojů.³⁷ Ukázalo se, že muži mají výrazně větší šanci dostat se do zpráv než ženy. V souboru bylo 76 % mužských aktérů a pouze 24 % žen. Prokázal se také podobný nepoměr v zastoupení novinářů a novinářek. 70 % zkoumaných zpráv napsali novináři, pouze 30 % novinářky. Data ukazují gender jako relevantní faktor z hlediska sociologie zdrojů.

Hlavním výzkumným cílem bylo zjistit, zda pohlaví novináře ovlivňuje, jestli si jako zdroje vybírá spíše muže nebo spíše ženy. Při kvantitativním výzkumu se potvrdilo, že novinářky mají ve svém souboru více žen než novináři. Rozdíly ale nebyly příliš velké a u novinářů i novinářek početně převažovali muži nad ženami. Vztah mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra tedy existuje, není ale příliš silný.

³⁷ Jak už bylo zmíněno v textu práce, je při interpretaci třeba mít na paměti některá metodologická omezení tohoto výzkumu, ze kterého byly vzhledem k cílům práce vyřazeny zprávy, u nichž nelze určit pohlaví jejich autora.

Dotazovaní novináři a novinářky tvrdili, že pohlaví zdroje při jeho výběru žádnou roli nehraje. Novináři považovali za důležité jiné vlastnosti zdroje, než je pohlaví. Nejdůležitější pro ně byla relevance a předchozí zkušenost se zdrojem, zmiňovali i spolehlivost a pravdivost informací a další. Jako výjimku označovali respondenti společensky a genderově citlivá témata, u kterých novináři a novinářky očekávají rozdílné reakce u jednotlivých pohlaví. V těchto tématech volí zdroje podle pohlaví záměrně a uvažují nad tím, jak co nejlépe zkombinovat mužský a ženský postoj.

Tomu částečně odpovídá rozložení mužských a ženských zdrojů u jednotlivých témat. U společensky citlivých oblastí, jako je zdravotnictví či školství, bylo zastoupení mužů a žen jako zdrojů vyrovnané. U témat, jako je rodina nebo sociální otázky a lidská práva, vystupovalo větší procento žen ze všech ženských aktérek než mužů ze všech mužských aktérů.

Jako pravá příčina faktu, že novinářky pracují s více ženskými zdroji než novináři, se tak nabízí teorie podporovaná řadou výzkumníků – že ženy zpracovávají spíše soft news, lidsky jímavé příběhy a společenská témata, ve kterých jsou častěji zastoupeny ženské zdroje (Chambers, Steiner, Flemming, 2004; van Zoonen, 1994; Macharia, O'Connor, Ndangam, 2010; Gallagher, 2005).

Data ani rozhovory s novináři ovšem takový předpoklad nepotvrdily. Ukázalo se totiž, že novináři a novinářky v Česku zpracovávají podobná témata stejně často bez ohledu na pohlaví. U témat, která jsou typicky přisuzována spíše mužům, jako je politika, ekonomika a rozpočet nebo nečekané události, najdeme mezi novináři a novinářkami minimální rozdíly (např. politiku zpracovávalo 8,6 % ze všech novinářů a 8 % ze všech novinářek). Z témat, která jsou tradičně chápána spíše jako ženská, se v našem výzkumu tímto směrem vyprofilovala pouze kategorie zdravotnictví, které zpracovává pouze 3,8 % novinářů, ale 15,4 % novinářek. Novinářky častěji než novináři zpracovávaly i témata jako je školství, sociální otázky, rodina a volný čas, i zde ale byly rozdíly pouze minimální.

Respondenti nabízeli alternativní vysvětlení pro skutečnost, že mezi jejich zdroji je více mužů než žen. Příkladali to spíše omezením, se kterými se ve své práci setkávají, než vědomé a svobodné volbě, která by nějak souvisela s jejich vlastním pohlavím. Uváděli, že svoboda jejich výběru je omezena tím, kdo zastává pozice, které jsou pro média klíčové. V případě oficiálních institucí nebo v politice nemají příliš na výběr a musí se

spokojit s člověkem, který zastává určitou funkci. Podle respondentů a respondentek je žen v oborech, kterými se zabývají, celkově málo a pokud už tam nějaké jsou, málokdy zastávají ty nejvyšší pozice. Respondenti a respondentky se domnívali, že složení jejich souboru zdrojů, ve kterém výrazně převažují muži, odpovídá tomu, jaké je skutečné rozložení genderu a mocenských pozic v oboru.

Z výzkumu také vyplynulo, že pohlaví zdroje má vliv nejen na jeho šanci dostat se do zpráv, ale také na postavení, které mu bude ve zprávě přisouzeno. Ženy ve zprávách dostávají méně důležité role než muži. Ženy méně často než muži poskytují odborná stanoviska k problémům, častěji naopak vystupují jako neoborné zdroje a „hlasy ulice“ nebo tiskové mluvčí.

Ženy také méně často než muži vystupují ve zprávách s celonárodním a mezinárodním dosahem, které jsou považovány za prestižnější než regionální zprávy. Ženy ve zprávách jsou častěji než muži definovány za pomoci rodinných vztahů, jako je například označení matka, manželka nebo partnerka.

Pokud se ale podíváme, jak postavení žen a mužů ve zprávě ovlivňuje pohlaví autora, zjistíme, že jde spíše o obecný rys a pohlaví autora hraje roli jen u některých charakteristik. Ženy novinářky užívají častěji než novináři ženské aktérky jako odbornice. Novinářky ale častěji než novináři užívají ženy i jako neobornice. Potvrzuje se tak fakt, že novinářky celkově využívají více ženských zdrojů, nelze ovšem říci, že by novinářky ve srovnání s novináři výrazněji preferovaly ženy jako odbornice než jako neobornice.

Pohlaví autora ale ovlivňuje pravděpodobnost, se kterou bude zdroj označen pomocí rodinných vztahů. Novinářky měly tendenci označovat své zdroje podobným způsobem častěji než novináři (častější to bylo u ženských zdrojů), i když rozdíl nebyl příliš velký. Uvádění rodinných vztahů se navíc v Česku používá velmi málo – rodinné vztahy byly uvedeny pouze u 3,4 % zdrojů. Ukázalo se také, že novinářky častěji než novináři zařazují ženské aktéry do celostátních a mezinárodních zpráv, které jsou považovány za prestižnější než regionální.

Potvrdil se i předpoklad, že ženy mají větší šanci prosadit se v televizi než v tisku, založený na teorii, že v tomto typu média více záleží na vzhledu (Chambers, Steiner, Flemming, 2010; van Zoonen, 1994). Větší procento žen skutečně promlouvalo

v televizi, rozdíl ale nebyl příliš velký (pouze 5 %). Nabízela se otázka, zda novináři nepodléhají tomuto stereotypu více než novinářky (případně naopak). Ukázalo se ale, že 5% rozdíl mezi podílem žen v televizi a v tisku je stejný, ať si aktéra do zprávy zvolil novinář či novinářka. Pohlaví autora tedy v tomto případě není rozhodující a obě pohlaví mají tendenci volit ženy častěji do televizního zpravodajství.

Zajímavé poznatky o způsobech práce s mužskými a ženskými zdroji, které by mohlo být užitečné prozkoumat hlouběji, přinesly rozhovory s novináři a novinářkami. Přestože respondenti a respondentky deklarovali, že pohlaví zdroje nehraje při jeho výběru roli, shodli se na tom, že muži a ženy se při komunikaci s novináři a novinářkami chovají rozdílně a je potřeba k nim podle toho přistupovat. První rozdíly nacházeli už při získávání zdroje – muži se zdrojem stanou spíše, ženy si svou účast v médiích častěji rozmyslí. Muže je také snazší získat jako takzvaný exkluzivní zdroj, který novináři poskytuje neoficiální informace ze zákulisí, ženy raději komunikují s médii oficiálně.

Z rozhovorů vyplynul zajímavý protiklad – zatímco komunikace s muži je složitější než se ženami, informace, které poskytují muži, jsou konkrétnější. Na muže je potřeba volit složitější taktiky – je potřeba ho zaujmout, zvolit správný stupeň žoviálnosti, od novinářek se očekává flirtování. U ženských zdrojů novináři ani novinářky podobnou zkušenost neměli, stačilo je oslovit přímo s dotazem. Na druhou stranu muži odpovídají na otázky konkrétněji a jednodušeji, ženy naopak chtějí věci probírat do hloubky a novinářům je vysvětlovat, rozhovory s nimi trvají déle. Nelze ovšem jednoznačně říci, zda je některé z pohlaví více oblíbené u novinářů nebo novinářek. Z hlediska kvality poskytované informace mají respondenti i respondentky raději hovory s muži, obecně ale záleží spíše na individuálních preferencích každého novinářů či novinářek, který způsob komunikace mu více vyhovuje.

Komparativní analýza ukázala některé rozdíly mezi jednotlivými médii. Zajímavé výsledky se ukázaly například u zpráv psaných novináři a novinářkami. Ve všech médiích převažovali novináři, v deníku Právo se objevil rozdíl velmi výrazný – pouze 4 % všech zpráv napsaly novinářky. Z dat se také vyprofilovala dvě krajní média, která se od ostatních liší téměř ve všech charakteristikách – TV Nova a Hospodářské noviny.

TV Nova měla ze všech televizí největší počet ženských aktérů a regionálních zpráv, nejméně odborných zdrojů a nejčastěji u zdrojů uváděla rodinné vztahy. Hospodářské

noviny naopak měly nejmenší počet ženských aktérů, výrazně nejméně regionálních zpráv, nejvíce odborných zdrojů a nejméně často uváděly rodinné vztahy. Vysvětlení může spočívat v tom, že Hospodářské noviny jsou médium více specializované, které zpracovává hlavně odborná témata, jako je například ekonomika, zdravotnictví, státní rozpočet nebo politika. TV Nova má naopak zaměření obecnější a dává větší důraz na nečekané události, jako jsou nehody, přírodní katastrofy, požáry, nebo násilné trestné činy, které jsou často vázány na určitý region a kde často vystupují svědci. V jejím vysílání se častěji objevují i každodenní problémy, ke kterým se vyjadřují obyčejní lidé, jako je třeba téma volný čas. Ukázalo se, že nezáleží ani tak na typu média (tisk, televize), ale spíš na médiu jako takovém.

8. Summary

The main goal of this thesis was to investigate the influence of journalist's gender to selection of news sources and to confirm or refute existing presumption that women journalists choose women as news sources more often than men journalists. Another goal of this work was to map the sociology of news sources in the Czech press and television, with a special emphasis on occurrence and status of women in it.

The first part of the research was a quantitative analysis of selected media, which brought hard data about news sources and news journalists and compared these results for each media. The second part was a qualitative analysis, which consisted of interviews with journalists. Data was systematized to grounded theory.

It turned out that men far outnumber women as the authors and as sources as well. The group of news sources included 76 % male and only 24 % women. Women in news also hold less important roles than men. Women act as a specialist less often than men. They are also less likely to appear in prestigious nationwide and international news, and they are more often defined by family relationships.

70 % of reports were written by men journalists, only 30% by women journalists. Data – maybe surprisingly - showed that women journalists in the Czech Republic write about the same topics as their male colleagues. The data showed gender as a relevant factor in sociology of resources.

Women journalists have among their sources more women than men journalists, but the difference between them isn't too big and both sexes have more men sources. The relationship between sex of author and sex of source exists, but it seems to be weak. The interviewed journalists said that sex of source plays no role in selection process. The exceptions are only gender-sensitive issues. Journalists explained the predominance of men among sources by the fact that women are rarely holding key positions.

Journalist's sex may also partially affect the position of news source in the report. For example, more women journalists than their male colleagues indicate sources by its family relationships; this tendency is stronger for female source. In general we can say that this labeling isn't used often in the Czech Republic. It was also proved that the

women journalists have more female sources in national and international news, which are considered more prestigious than regional.

9. Použitá literatura

9.1. Literatura

BEASLEY, Maurine H. How to Stir Up a Hornets' Nest: Studying the Implications of Women Journalism Majors. In CREEDON, Pamela J.; CRAMER, Judith. *Women in Mass Communication*. 3. vyd. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2007. s. 23-32. ISBN 1-4129-3695-0.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: CDK, 1999. 214 s. ISBN 80-85959-46-1.

BOORSTIN, Daniel J. *The image*. New York: Vintage Book, 1992. 319 s. ISBN 0-679-74180-1.

CRAFT, S.; WANTA, W. Women in the Newsroom: Influences of Female Editors and Reporters on the News Agenda. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2004, roč. 81, č. 1, s. 124-138.

CREEDON, Pamela J.; CRAMER, Judith. *Women in Mass Communication*. 3. vyd. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2007. 346 s. ISBN 1-4129-3695-0.

CVEJNOVÁ, Veronika K. *Sociologie zdrojů: přístup žen do hlavního televizního zpravodajství v ČR*. Praha, 2005. 81 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota.

DATES, Jannette L. Women and Minorities in Commercial and Public Television News, 1994-2004. In CREEDON, Pamela J.; CRAMER, Judith. *Women in Mass Communication*. 3. vyd. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2007. s. 73-84. ISBN 1-4129-3695-0.

DE BRUIN, Marjan; ROSS, Karen. *Gender and newsroom cultures: identities at work*. Cresskill: Hampton Press, 2004. 276 s. ISBN 1-57273-589-9.

FRÖHLICH, Romy. Feminine and Feminist Values in Communication Professions: Exceptional Skills and Expertise or „Friendliness Trap“. In DE BRUIN, Marjan; ROSS, Karen. *Gender and newsroom cultures: identities at work*. Cresskill: Hampton Press, 2004. s. 65-77. ISBN 1-57273-589-9.

GALLAGHER, Margaret. Who makes the news?: Global Media Monitoring Project 2005. *Who makes the news?* [online]. 2010 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z WWW:<http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2005/gmmp-report-en-2005.pdf>.

GALLEGO, Juana; ALTÉS, Elvira; CANTÓN, María José; MELÚS, María Eugenia; SORIANO, Janme. Gender Stereotyping in the Production of News. In DE BRUIN, Marjan; ROSS, Karen. *Gender and newsroom cultures: identities at work*. Cresskill: Hampton Press, 2004. s. 43-63. ISBN 1-57273-589-9.

GANS, Herbert J. *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. 1. vyd. Evanston: Northwestern University Press, 2004. 393 s. ISBN 0-8101-2237-5.

GIEBER, Walter. News is what newspapermen make it. In TUMBER, Howard. *News: a reader*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 1999. s. 218-223. ISBN 0-19-874231-2.

HALL, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying*. London: SAGE Publications, 1997. 400 s. ISBN 0-7619-5432-5.

HARTLEY, John. *Understanding news*. London: Routledge, 1995. 203 s. ISBN 0-415-03933-9.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2008. 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metanalýza dat*. 3. vydání. Praha: Portál, 2009. 695 s. ISBN: 978-80-7367-482-3

CHAMBERS, Deborah; STEINER, Linda; FLEMING, Carole. *Women and journalism*. New York: Routledge, 2004. 278 s. ISBN 0-415-27445-1.

JANEČEK, Petr. *Vývoj přístupu žen jako informačních zdrojů do zpravodajství České televize*. Praha, 2010. 87 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Tomáš Trampota.

LAVIE, Aliza; LEHMAN-WILZIG, Sam. Whose News?: Does Gender Determine an Editorial Product?. *Europeane Journal of Communication*. 2003, roč. 18, č. 5. DOI: 10.1177/0267323103018001224.

LINDLOF, Thomas R. a Bryan C. TAYLOR. *Qualitative Communication Research Methods*. 2. vyd. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2002. 357 s. ISBN 0-7619-2494-9.

LOWREY, Wilson. Gender, Occupational Knowledge, and Control Over Work in the Newspaper Newsroom. In DE BRUIN, Marjan; ROSS, Karen. *Gender and newsroom cultures: identities at work*. Cresskill: Hampton Press, 2004. s. 17-42. ISBN 1-57273-589-9.

MACHARIA, Sarah; O'CONNOR, Dermot; NDANGAM, Lilian. Who makes the news?: GMMP Key Findings Brochures. *Who makes the news?* [online]. 2010 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.whomakesthenews.org/gmmp-2010-highlights.html>>.

MORNA, Colleen Lowe. *Glass Ceiling Two: An Audit of Women and Men in South Africa Newsrooms* [online]. Johannesburg: SANEF&GL, 2007 [citováno 2012-03-16]. 195 s. Dostupné z WWW: <http://www.genderlinks.org.za/page.php?p_id=360>.

MCQUAIL, Denis. *Media performance: mass communication and the public interest*. London: SAGE Publications, 1999. 350 s. ISBN 0-8039-8295-X.

McNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 184 s. ISBN 80-7178-840-6.

NICHOLSON, June O. Women in Newspaper Journalism (Since 1990s). In CREEDON, Pamela J.; CRAMER, Judith. *Women in Mass Communcation*. 3. vyd. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2007. s. 35-46. ISBN 1-4129-3695-0.

PROEQUALITY. Who makes the news? : GMMP National Report Czech Republic. *Who makes the news?* [online]. 2010 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z WWW: <<http://whomakesthenews.org/images/stories/restricted/national/Czech-Republic.pdf>>.

PUNČOCHÁŘ, Jan. *Novinářky a volné novinářky žijící mimo Prahu*. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2008.

RENZETTI, Claire M.; CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. 642 s. ISBN 80-246-0525-2.

SIGAL, Leon V. *Reporters and officials: The organization and politics of newsmaking*. Lexington: D.C. Heath and Company, 1973. 221 s. ISBN 0-669-89276-9.

STRAUSS, Anselm L.; CORBINOVÁ, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. 1. vyd. Boskovice: Albert, 1999. 196 s. ISBN 80-85834-60-x.

TRAMPOTA, Tomáš. *Problematika přístupu do televizní zpravodajské relace v kontextu sociologie zdrojů*. Praha, 2004. 205 s. Disertační práce. Univerzita Karlova.

TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.

TUCHMAN, Gaye. *Making news: A study in the construction of reality*. New York, London: Free Press, 1978. 244 s. ISBN 0-02-932960-4.

VAN ZOONEN, Liesbet. *Feminist Media Studies*. London : Sage, 1994. 173 s. ISBN 0-8039-8554-1.

VAN ZOONEN, Liesbet. Rethinking Women and the News. *European Journal of Communication*. 1988, roč. 3, č. 35. DOI: 10.1177/0267323188003001003.

VOCHOCO VÁ, Lenka. Faktor genderu v mediálních výzkumech: kritika jednoho typu výzkumné praxe in Česká novinářka. In JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara, WOLÁK, Radim. *Česká novinářka: K postavení a obrazu novinářek v českých médiích*. 1. vyd. Praha: Portál, 2011. s. 95-110. ISBN 978-80-262-0056-7.

VOCHOCO VÁ, Lenka. Genderové složení zpravodajských redakcí v ČR: Metodologické komplikace a pokus o teoretické řešení. In JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara; KASL KOLLMANOVÁ, Denisa. *Média dvacet let poté*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 159-168. ISBN 978-80-7367-446-5.

VOCHOCO VÁ, Lenka. Ženy ve zpravodajských redakcích: Falešné naděje na dobytí maskulinní pevnosti. *Media studies*. 2008, roč. 3, č. 2.

WEAVER, David H.; WILHOIT, G. Cleveland. The American Journalist in the 1990s': U.S. News People and the End of an Era. In CHAMBERS, Deborah; STEINER, Linda; FLEMING, Carole. *Women and journalism*. New York : Routledge, 2004. 278 s. ISBN 0-415-27445-1.

9.2. *Prameny*

ATO – MEDIARESEARCH. 15+ - ATO. ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. *ATO* [online]. © 2012. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <<http://www.ato.cz/vysledky/rocn-data/share/15>>.

Economia.cz. *Economia* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <<http://economia.ihned.cz/>>.

Historie - Vše o ČT - Česká televize. ČT. *Česká televize* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/>>.

Hlavní stránka - TV Nova: Management. *Nova.cz* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <<http://tv.nova.cz/management>>.

Hospodářské noviny. *Ihned.cz* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <<http://hn.ihned.cz/>>.

Lidé - Vše o ČT - Česká televize. ČT. *Česká televize* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/lide/>>.

Mladá fronta DNES. *Mediální skupina Mafra* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_mlada-fronta-dnes.htm>.

O MF Dnes - Kdo jsme? - Naši lidé - Předplatitelský portál MF DNES. *Mladá Fronta Dnes* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: < <http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/kdo-jsme/nasi-lide>>.

Právo – Tiráž. *Právo* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <<http://pravo.novinky.cz/tiraz.php>>.

TV NOVA. CET 21 má nového ředitele zpravodajství a publicistiky. *Nova.cz* [online]. 24. 2. 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <<http://tv.nova.cz/clanek/pressweb/cet-21-ma-noveho-reditele-zpravodajstvi-a-publicistiky.html>>.

UNIE VYDAVATELŮ. Media Projekt. MEDIAN S.R.O. *Median* [online]. 2012 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://www.median.cz/docs/MP_2011_zprava.pdf>.

10. Seznam příloh

A. Formální popis médií.....	89
B. Kódovací kniha.....	92
C. Rozložení témat promluvy	96
D. Aktéři a aktérky v jednotlivých tématech	97
E. Chi-Square Test pro proměnné Pohlaví autora a Pohlaví aktéra.....	98
F. Koeficient Phi pro proměnné Pohlaví autora a Pohlaví aktéra.....	98
G. Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná médium)	99
H. Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná téma).....	99
I. Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná dosah zprávy)	99
J. Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná role aktéra)	100
K. Pohlaví aktérů u novinářů a novinářek podle role aktéra	101
L. Uvádění rodinných vztahů u novinářů a novinářek.....	101
M. Témata u novinářů a novinářek*	102
N. Korelace mezi pohlavím autora a tématem zprávy.....	103

O. Pohlaví aktérů u novinářů a novinářek podle témat.....	104
P. Pohlaví aktéra u novinářů a novinářek podle média	106
Q. Výskyt aktérů u jednotlivých témat podle médií.....	107
R. Seznam rozhovorů.....	108

11. Přílohy

A. Formální popis médií

Mezi vybraná média patří televizní stanice ČT 1 a TV Nova, dále 3 tištěné celostátní deníky Hospodářské noviny, Mladá fronta Dnes a Právo.

Česká televize 1

ČT 1 je jedním ze čtyř programů České televize. Jde o všeobecně zaměřenou stanici, zatímco ČT 2 se zaměřuje na kulturu, ČT 4 na sport a ČT 24 na zpravodajství. Stanice vysílá jako ČT 1 od roku 1993, do té doby fungovala jako Československá televize (Historie, 2012).

Dlouholetým ředitelem ČT byl Jiří Janeček, který funkci zastával od roku 2003. Od 1. října 2011 televizi vede Petr Dvořák.³⁸ Ředitelem zpravodajství je Zdeněk Šámal, šéfredaktorem zpravodajské redakce je Petr Mrzena (Lidé, 2012).

Hlavní zpravodajskou relací ČT 1 jsou Události, které začínají v 18:59 a končí v 19:40, kdy je nahradí sportovní relace Branky, body, vteřiny. Podíl ČT 1 na sledovanosti (share) v cílové skupině diváků nad 15 let během celého dne byl v roce 2011 16 %. Ve stejné cílové skupině v prime timu, ve kterém běží i sledovaný pořad Události, je téměř 18 % (ATO, 2012).

TV Nova

TV Nova je komerční stanice, která vznikla v roce 1994 jako první soukromá televize u nás. Dlouholetým ředitelem byl Vladimír Železný, do roku 2010 stanici řídil Petr Dvořák. Od ledna 2011 stojí v čele televize Jan Andruško (Hlavní stránka, 2012). Ředitelem zpravodajství je Vladimír Mužík, ovšem v době, kdy vznikal tento výzkum, byl na této funkci dlouholetý pracovník Novy Martin Ondráček (TV Nova, 2012).

Hlavním zpravodajským pořadem této televizní stanice je pořad Televizní noviny, který Nova vysílá prakticky od svého založení. Pořad začíná v 19:30 a končí ve 20:00. Podíl TV Nova na sledovanosti v cílové skupině diváků nad 15 let během celého dne byl v roce 2011 29 %. Ve stejné cílové skupině v prime time, ve kterém běží i sledovaný pořad Televizní noviny, je 33 % (ATO, 2012).

³⁸ Do roku 2010 ředitel TV Nova.

Mladá fronta Dnes

Deník Mladá fronta Dnes začal vycházet v roce 1990, částečně navázal na list Mladá fronta. Vydává ho mediální skupina Mafra a.s., kterou vlastní německý koncern [Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft](#) (RBDV). List vychází každý den kromě neděle (Mladá fronta, 2012).

List je rozdělena na čtyři sešity, první se věnuje zpravodajství z domova, ze světa a komentářům. Druhý sešit obsahuje rozšířené regionální zpravodajství (MF Dnes má krajské redakce v každém krajském městě), třetí ekonomické zpravodajství a pravidelné denní přílohy. Čtvrtý sešit přináší zpravodajství ze sportu, kultury a TV program (Mladá fronta, 2012).

Šéfredaktorem MF Dnes je Robert Čásenský (O MF Dnes, 2012). Mladá fronta Dnes je druhý nejčtenější a nejprodávanější deník u nás. Průměrný denní prodaný náklad listu v roce 2011 byl 222 377 kusů. Průměrná denní čtenost ve stejném roce činila 815 tisíc (Unie vydavatelů, 2012).³⁹

Hospodářské noviny

Hospodářské noviny vycházejí z podobné tradice jako Mladá fronta Dnes. Začal fungovat za minulého režimu jako ekonomický týdeník, v devadesátých letech se transformoval na plnoformátové noviny. Od roku 1990 ho vydává nakladatelství *Economia*, jehož hlavním akcionářem od roku 1994 do srpna 2008 byla *Verlagsgruppe Handelsblatt*. V současné době vlastní většinový podíl *Economie* společnost *Respekt Media*, a.s., jejímž jediným akcionářem je investor Zdeněk Bakala (*Economia*, 2012).

Šéfredaktorem listu je od února 2011 Petr Šabata. Deník vychází každý všední den a zaměřuje se především na ekonomiku, průmysl a hospodářství. Tvoří ho dva hlavní sešity – *Hospodářské noviny* a *HN Byznys*, ke kterým se některé dny v týdnu přidávají sešity *Praha* a *Víkend* (*Hospodářské noviny*, 2012). Průměrný denní prodaný náklad listu v roce 2011 byl 41 933 kusů. Průměrná denní čtenost ve stejném roce činila 194 tisíc (Unie vydavatelů, 2012).

³⁹ Pro srovnání – nejčtenějším deníkem u nás je bulvární list *Blesk*, který má čtenost 1 335 000 a prodaný náklad 347 566 kusů (Unie vydavatelů, 2012).

Právo

Deník Právo navazuje na předrevoluční celostátní deník Rudé právo. Vychází v nakladatelství Borgis a jeho šéfredaktorem je Zdeněk Porybný, která zároveň drží většinu akcií listu. Deník vychází každý den v týdnu kromě neděle (Právo, 2012).

Právo – 417 000, PN 120 449 Průměrný denní prodaný náklad listu v roce 2011 byl 120 449 kusů. Průměrná denní čtenost ve stejném roce činila 417 tisíc (Unie vydavatelů, 2012).

B. Kódovací kniha

Název proměnné	Hodnota proměnné	Popis hodnoty
ID zprávy	-	-
Datum	-	-
Médium	1	Mladá fronta DNES
	2	Hospodářské noviny
	3	Právo
	4	ČT 1
	5	TV Nova
Dosah zprávy	1	Regionální
	2	Celostátní
	3	Mezinárodní
Pohlaví autora	1	Muž
	2	Žena
Pohlaví aktéra	1	Muž
	2	Žena
Role aktéra	1	Odborné stanovisko
	2	Neodborné stanovisko
	3	Tiskový mluvčí
Rodinné vztahy	1	Ano
	2	Ne
Téma zprávy (téma promluvy) ⁴⁰	10	Politika 11 Stranická politika 12 Vláda, koalice 13 Opozice 14 Volby 15 Financování stran 16 Protivládní demonstrace 17 Mezinárodní politika, EU
	20	Ekonomika 21 Obchod, podnikání 22 Průmysl 23 Energetika 24 Zemědělství, lesnictví 25 Bankovníctví, burzy, peníze 26 Potravinářství 27 Stavebnictví, architektura 28 Státní finance, rozpočet, daně 29 Ekonomická krize, krize Eura
	30	Zdravotnictví 31 Zdravotní péče

⁴⁰ Téma zprávy a Téma promluvy jsou dvě samostatné proměnné, které ale nabývají stejných hodnot. Téma tedy bylo určováno dvakrát – jednou ve vztahu ke zprávě, jednou ve vztahu ke konkrétní promluvě – aby bylo možné podle potřeby měnit perspektivu výzkumu. Je však nutné konstatovat, že témata promluv aktérů byla v drtivé většině stejná jako témata zpráv.

	32 Zdraví 33 Regulační poplatky, doplatky 34 Nadstandard 35 Platy lékařů a sester 36 Pojišťovny, pojištění 37 Nákupy zařízení 38 Medicínské objevy 39 IZIP
40	Školství 41 Vzdělávání 42 Státní maturity, testování 43 Školné 44 Inkluzivní vzdělávání 45 Šikana
50	Věda a výzkum 51 Humanitní 52 Přírodní 53 Technika
60	Právo a soudnictví 61 Právo 62 Soudy 63 Ústavní soud
70	Sociální otázky 71 Sociální dávky, alimenty 72 Penze 73 Chudoba, bezdomovectví 74 Sociálně vyloučené lokality 75 Práce, nezaměstnanost 76 Bydlení 77 Zadlužení, půjčky
80	Lidská práva 81 Národnostní menšiny 82 Náboženské menšiny 83 Práva žen 84 Práva dětí 85 Práva mužů 86 Sexuální menšiny
90	Kultura 91 Literatura 92 Hudba 93 Výtvarné umění 94 Film 95 Tanec 96 Divadlo 97 Památky 98 Církev

100	Kriminalita 101 Násilné trestné činy 102 Majetková trestná činnost 103 Korupce 104 Drogová kriminalita 105 Dopravní přestupky 106 Extremismus 107 Přestupky, drobná kriminalita 108 Terorismus
110	Doprava 111 Automobily 112 Vlaky a autobusy 113 Městská hromadná doprava 114 Parkování 115 Silnice 116 Cyklistika 117 Chodci
120	Média 121 Tisk 122 Televize 123 Reklama 124 Internet 125 Sociální sítě 126 Svoboda slova 127 Rádio
130	Volný čas 131 Zábava 132 Koníčky 133 Celebrity 134 Jídlo 135 Kuriozity 136 Nákupy
140	Nečekané události 141 Nehody 142 Přírodní katastrofy 143 Ekologické, průmyslové havárie 144 Úmrtí 145 Požáry, výbuchy 146 Nepokoje 147 Válečné konflikty
150	Ozbrojené složky 151 Policie 152 Armáda 153 Vězeňství 154 Hasiči
160	Počasí
170	Zvířata

	180	Rodina 181 Manželství, partnerství 182 Rodičovství
	190	Úřady
	200	Životní prostředí 201 Příroda 202 Odpad, znečištění 203 Ekologie
	210	Sport
	220	Ostatní

C. Rozložení témat promluvy

Téma promluvy	Počet aktérů	Procenta
Nečekané události	504	12,9
Ekonomika a průmysl	378	9,6
Korupce a majetková trestná činnost	308	7,9
Politika	300	7,6
Zdravotnictví	288	7,3
Sociální otázky a lidská práva	198	5
Násilné trestné činy	201	5,1
Školství a věda	180	4,6
Volný čas	179	4,6
Kultura	168	4,3
Doprava	168	4,3
Příroda	159	4,1
Ozbrojené složky	144	3,7
Volby	140	3,6
Kriminalita	140	3,6
Právo	126	3,2
Rozpočet	117	3
Média	99	2,5
Rodina	50	1,3
Ostatní	41	1
Sport	30	0,8
Součet	3918	100

D. Aktéři a aktérky v jednotlivých tématech

Téma promluvy	Pohlaví aktéra	
	Muž	Žena
Politika	8,9	3,6
Volby	3,7	3,1
Ekonomika a průmysl	10,8	5,8
Rozpočet	3,3	2,1
Zdravotnictví	7,7	6,3
Školství a věda	4,6	4,4
Právo	3,1	3,6
Sociální otázky a lidská práva	4,3	7,5
Kultura	4,1	4,9
Kriminalita	3,1	5,1
Násilné trestné činy	3,5	10,4
Korupce a majetková trestná činnost	7,8	8,2
Doprava	4,6	3,2
Média	2,2	3,5
Volný čas	4,1	6,2
Nečekané události	13,2	11,9
Ozbrojené složky	3,8	3,1
Příroda	4,5	2,6
Rodina	0,8	2,8
Sport	1	0,1
Ostatní	0,9	1,6
Součet	100	100

E. Chi-Square Test pro proměnné Pohlaví autora a Pohlaví aktéra

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,978 ^a	1	0,001
Continuity Correction	10,711	1	0,001
Likelihood Ratio	10,806	1	0,001
Linear-by-Linear Association	10,975	1	0,001
N of Valid Cases	3918		

a 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 291,10.

F. Koeficient Phi pro proměnné Pohlaví autora a Pohlaví aktéra

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	0,053	0,001
	Cramer's V	0,053	0,001
N of Valid Cases		3918	

G. Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná médium)

Kontrolní proměnná			Pohlaví autora	Pohlaví aktéra
Médium	Pohlaví autora	Correlation	1	0,06**
		Significance tailed) (2-	.	,000
	Pohlaví aktéra	Correlation	0,06**	1
		Significance tailed) (2-	,000	.

** Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

H. Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná téma)

Kontrolní proměnná			Pohlaví autora	Pohlaví aktéra
Téma	Pohlaví autora	Correlation	1	0,061**
		Significance tailed) (2-	.	,000
	Pohlaví aktéra	Correlation	0,061**	1
		Significance tailed) (2-	,000	.

** Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

I. Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná dosah zprávy)

Kontrolní proměnná			Pohlaví autora	Pohlaví aktéra
Dosah zprávy	Pohlaví autora	Correlation	1	0,057**
		Significance tailed) (2-	.	,000
	Pohlaví aktéra	Correlation	0,057**	1
		Significance tailed) (2-	,000	.

** Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

J. Korelace mezi pohlavím autora a pohlavím aktéra (kontrolní proměnná role aktéra)

Kontrolní proměnná			Pohlaví autora	Pohlaví aktéra
Role aktéra	Pohlaví autora	Correlation	1	0,077**
		Significance (2-tailed)	.	,000
	Pohlaví aktéra	Correlation	0,077**	1
		Significance (2-tailed)	,000	.

** Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

K. Pohlaví aktérů u novinářů a novinářek podle role aktéra

Role aktéra	Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)		Součet
		Muž	Žena	
Odborné stanovisko	Muž	87,7	12,3	1790
	Žena	80,8	19,2	897
	Součet	85,4	14,6	2687
Neodborné stanovisko	Muž	63,1	36,9	544
	Žena	53,2	46,8	220
	Součet	60,2	39,8	764
Tiskový mluvčí	Muž	51	49	351
	Žena	50,9	49,1	116
	Součet	51	49	467
Součet	Muž	77,9	22,1	2685
	Žena	73,1	26,9	1233
	Součet	76,4	23,6	3918

L. Uvádění rodinných vztahů u novinářů a novinářek

Pohlaví autora	Rodinné vztahy (%)		Součet
	Ano	Ne	
Muž	3,1	96,9	2685
Žena	3,9	96,1	1233
Součet	3,4	96,6	3918

M. Témata u novinářů a novinářek*⁴¹

Téma	Pohlaví autora (%)	
	Muž	Žena
Politika	8,6	8
Volby	4,4	2,4
Ekonomika a průmysl	10,1	8
Rozpočet	3	3,6
Zdravotnictví	3,8	15,4
Školství a věda	4,4	7,1
Právo	3	1,5
Sociální otázky a lidská práva	5	5,3
Kultura	3,9	3,8
Kriminalita	3,6	2,7
Násilné trestné činy	4,9	4,7
Korupce a majetková trestná činnost	9,2	4,7
Doprava	4,8	2,7
Média	2,1	3,3
Volný čas	4,9	6,2
Nečekané události	13,5	11,5
Ozbrojené složky	4,4	0,9
Příroda	3,3	4,7
Rodina	0,7	1,8
Sport	1	0,9
Ostatní	1,4	0,8
Součet	100	100

⁴¹ Pro výpočet rozložení novinářů a novinářek u jednotlivých témat byla změněna perspektiva. Zatímco v ostatních tabulkách data hodnotíme ve vztahu k základní jednotce výzkumu – aktérovi, zde jsme data vyhodnotili z perspektivy článku.

N. Korelace mezi pohlavím autora a tématem zprávy

		Pohlaví autora	Téma zprávy
Pohlaví autora	Pearson Correlation	1	-,092**
	Sig. (2-tailed)		0
	N	3918	3918
Téma zprávy	Pearson Correlation	-,092**	1
	Sig. (2-tailed)	0	
	N	3918	3918

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

O. Pohlaví aktérů u novinářů a novinářek podle témat

Téma promluvy	Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)		Součet
		Muž	Žena	
Politika	Muž	90,8	9,2	206
	Žena	87,1	12,9	101
Volby	Muž	80,4	19,6	112
	Žena	74,1	25,9	27
Ekonomika a průmysl	Muž	88,4	11,6	258
	Žena	80,7	19,3	114
Rozpočet	Muž	89,9	10,1	79
	Žena	72,7	27,3	44
Zdravotnictví	Muž	77,6	22,4	85
	Žena	81,2	18,8	191
Školství a věda	Muž	82,1	17,9	95
	Žena	71,4	28,6	84
Právo	Muž	75,3	24,7	85
	Žena	65	35	20
Sociální otázky a lidská práva	Muž	66,4	33,6	131
	Žena	64,9	35,1	77
Kultura	Muž	74,1	25,9	112
	Žena	71,9	28,1	57
Kriminalita	Muž	65,7	34,3	99
	Žena	70,6	29,4	34
Násilné trestné činy	Muž	56,9	43,1	153
	Žena	43,4	56,6	53
Korupce a majetková trestná činnost	Muž	73,9	26,1	249
	Žena	75,9	24,1	58
Doprava	Muž	83,3	16,7	144
	Žena	76,9	23,1	26
Média	Muž	65,1	34,9	63
	Žena	66,7	33,3	36
Volný čas	Muž	70	30	130
	Žena	61,7	38,3	60
Nečekané události	Muž	81,1	18,9	380
	Žena	70,2	29,8	131
Ozbrojené složky	Muž	84,1	15,9	126
	Žena	61,1	38,9	18
Příroda	Muž	84,8	15,2	99
	Žena	79,7	20,3	59
Rodina	Muž	46,7	53,3	30
	Žena	52,2	47,8	23

Sport	Muž	100	0	21
	Žena	85,7	14,3	7
Ostatní	Muž	60,7	39,3	28
	Žena	76,9	23,1	13
Součet	Muž	77,9	22,1	2685
	Žena	73,1	26,9	1233

P. Pohlaví aktéra u novinářů a novinářek podle média

Médium	Pohlaví autora	Pohlaví aktéra (%)		Počet aktérů
		Muž	Žena	
Mladá fronta DNES	Muž	84,6	15,4	331
	Žena	68	32	244
	Součet	77,6	22,4	575
Hospodářské noviny	Muž	84,6	15,4	351
	Žena	87,5	12,5	216
	Součet	85,7	14,3	567
Právo	Muž	75,9	24,1	636
	Žena	61,3	38,7	31
	Součet	75,3	24,7	667
ČT 1	Muž	80,9	19,1	560
	Žena	73,3	26,7	555
	Součet	77,1	22,9	1115
TV Nova	Muž	71,7	28,3	807
	Žena	64,2	35,8	187
	Součet	70,3	29,7	994
Součet	Muž	77,9	22,1	2685
	Žena	73,1	26,9	1233
	Součet	76,4	23,6	3918

Q. Výskyt aktérů u jednotlivých témat podle médií

Téma zprávy	Médium (%) ⁴²				
	Mladá fronta DNES	Hospodářské noviny	Právo	ČT 1	TV Nova
Politika	10	7	9	9	5
Volby	6	3	4	5	1
Ekonomika a průmysl	8	25	9	7	4
Rozpočet	2	10	2	4	1
Zdravotnictví	12	11	4	8	3
Školství a věda	7	6	6	3	3
Právo	3	4	5	2	1
Sociální otázky a lidská práva	4	4	11	6	2
Kultura	3	1	2	8	4
Kriminalita	2	1	5	3	5
Násilné trestné činy	5	1	8	3	9
Korupce a majetková trestná činnost	4	9	10	6	11
Doprava	5	4	3	6	3
Média	6	1	1	2	3
Volný čas	4	1	3	4	10
Nečekané události	9	6	7	14	22
Ozbrojené složky	5	1	6	2	4
Příroda	4	4	2	5	4
Rodina	1	0	2	1	2
Sport	2	1	0	1	1
Ostatní	1	0	1	2	1

⁴² Vzhledem k vysokému počtu polí v tabulce nejsou kvůli lepší přehlednosti uváděna desetinná místa a čísla byla zaokrouhlena. Součet všech polí tedy nemusí být přesně 100 %.

R. Seznam rozhovorů

Rozhovor A

Pohlaví: žena

Věk: 30 let

Médium: Aktuálně.cz

Zaměření: domácí zpravodajství – politika, zahraniční témata lidská práva

Rozhovor ze dne: 8. 3. 2012

Rozhovor B

Pohlaví: žena

Věk: 35 let

Médium: Hospodářské noviny

Zaměření: domácí zpravodajství – politika, Praha

Rozhovor ze dne: 15. 3. 2012

Rozhovor C

Pohlaví: muž

Věk: 29 let

Médium: Česká televize

Zaměření: domácí zpravodajství

Rozhovor ze dne: 27. 3. 2012

Rozhovor D

Pohlaví: muž

Věk: 37 let

Médium: Mladá fronta DNES

Zaměření: domácí zpravodajství – politika

Rozhovor ze dne: 5. 4. 2012

Rozhovor E

Pohlaví: žena

Věk: 32 let

Médium: Česká televize

Zaměření: domácí zpravodajství – školství, sociální problematika

Rozhovor ze dne: 2. 4. 2012