

*Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky*



**Společenské postavení sportovních žurnalistů z pohledu studentů
žurnalistických oborů na Univerzitě Palackého v Olomouci**

*The social status of sports journalists from the perspective
of journalism students at Palacký University Olomouc*

Magisterská diplomová práce

Bc. Alena Ryšavá

Vedoucí práce: Mgr. Věra Bartalosová, Ph.D.

Olomouc 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a použila jsem jen prameny, které jsem uvedla v bibliografickém soupisu literatury na konci práce. Počet znaků v práci včetně mezer je 248 085 znaků.

V Olomouci dne: 24. 4. 2023

Alena Ryšavá

Poděkování

Ráda bych na tomto místě poděkovala své vedoucí Mgr. Věře Bartalosoové Ph.D. za odborné vedení práce, za cenné rady, trpělivost a ochotu, se kterou se mi v celém průběhu zpracování magisterské diplomové práce věnovala. Rovněž bych chtěla poděkovat všem informantům z řad studentů a studentek žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci, bez jejichž ochoty zúčastnit se mého výzkumu, bych nebyla schopna tuto práci zrealizovat. V neposlední řadě patří slova díky mé rodině a mému příteli za nepřetržitou podporu během celého studia a za trpělivost, kterou se mnou během psaní této závěrečné práce měli.

Abstrakt

Tato magisterská diplomová práce se zabývá problematikou vnímání postavení sportovních novinářů v současné společnosti očima studentů žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Hlavním cílem práce je zjistit, jak výše zmínění studenti vnímají společenské postavení sportovních žurnalistů v současném společenském kontextu. Pro naplnění cíle práce byl využit vlastní kvalitativní výzkum v podobě polostrukturovaných rozhovorů s jednadvaceti informanty z řad studentů a studentek žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci.

Klíčová slova

Sportovní novinář, sportovní žurnalistika, společenské postavení sportovních novinářů, studenti žurnalistických oborů, kvalitativní výzkum, polostrukturované rozhovory

Abstract

This master's thesis deals with how Journalism students at the Department of Media and Cultural Studies and Journalism at the Faculty of Arts of Palacký University Olomouc perceive the position of sports journalists in contemporary society. The main goal of the thesis is to find out how the students mentioned above perceive the social status of a sports journalists in the social context. To fulfill the aim of this master's thesis, qualitative research in the form of semi-structured interviews with twenty-one informants from Journalism students of the Department of Media and Cultural Studies and Journalism will be used.

Keywords

Sports journalist, sports journalism, social status of sports journalists, journalism students, qualitative research, semi-structured interviews

Obsah

<i>Úvod</i>	7
1. Teoretická část	10
1.1 Žurnalistika	10
1.1.1 Vymezení žurnalistiky	10
1.1.2 Žurnalistické pole.....	11
1.1.3 Žurnalistika a společnost.....	12
1.1.4 Současná žurnalistika	14
1.1.5 Česká žurnalistika v post-transformační fázi	15
1.2 Sportovní žurnalistika	17
1.2.1 Sportovní žurnalistika	17
1.2.2 Sport, společnost a sportovní média.....	19
1.2.3 Současná sportovní žurnalistika	21
1.2.4 Problémy sportovní žurnalistiky	23
1.3 Novinář	27
1.3.1 Kdo je to novinář?.....	27
1.3.2 Čeští novináři v post-transformační fázi	31
1.3.2.1 Práce současného novináře.....	31
1.3.2.2 Postavení novinářů v současné společnosti.....	33
1.3.3 Sebepojetí českých novinářů v post-transformační fázi.....	35
1.3.4 Sebepojetí českých studentů žurnalistických oborů v post-transformační fázi	37
1.4 Sportovní novinář	41
1.4.1 Vymezení pojmu sportovní novinář.....	41
1.4.2 Specifika práce sportovních novinářů.....	41
1.4.3 Postavení sportovních novinářů ve společnosti očima žurnalistů v historickém kontextu.....	44
1.4.4 Genderová nevyváženost mezi sportovními novináři	45
1.4.5 Vnímání sportovních novinářů v současném společenském kontextu.....	47
1.5 Předchozí výzkumy a akademické práce	48
2. METODIKA	53
2.1 Cíl výzkumu	53
2.2 Vzorek výzkumu	53
2.3 Kvalitativní výzkum	55
2.4 Polostrukturované rozhovory	57

3. ANALYTICKÁ ČÁST	61
3.1 Sebepojetí novinářů nastupující generace	61
3.1.1 Kdo je, a kdo by měl být novinář?	61
3.1.2 Index vnímání žurnalistické profese, prestiž novinářů a jejich společenské postavení	64
3.1.3 Krize žurnalistického povolání	67
3.1.4 Motivace a (de)motivace ke studiu	69
3.1.4.1 Motivace pro to být novinářem	69
3.1.4.2 Motivace pro to nebýt novinářem	70
3.2 Vzdělání	71
3.3. Výběr tematických zaměření a jejich prestiž	73
3.3.1 Volba tematického zaměření	73
3.3.2. Vnímání prestiže jednotlivých žurnalistických zaměření	74
3.4. Vnímání fenoménu sportovní novinář	76
3.4.1 Kdo je to sportovní novinář?	76
3.4.2 Vztah informantů ke sportu a sledování sportovních médií.....	77
3.4.3 Specifika práce sportovního novináře a určení profesní zdatnosti sportovního novináře	78
3.4.4 Uplatnění sportovních novinářů	85
Závěr	89
Bibliografický soupis literatury	93
Seznam literatury	93
Seznam elektronických zdrojů	95
Elektronické publikace.....	95
Akademické práce	96
Odborné studie	97
Internetové články	97
Ostatní elektronické zdroje a dokumenty	98

Úvod

Česká žurnalistika prošla v posledních třiceti letech řadou transformačních procesů. Volek a Urbániková, kteří se problematikou zabývají, charakterizují tuto etapu české žurnalistiky jako post-transformační. Autoři v rámci této fáze poukazují na oslabování společenské pozice novinářů ve společenském kontextu.¹ Tématem předkládané magisterské diplomové práce je společenské postavení sportovních novinářů v post-transformační etapě české žurnalistiky z pohledu studentů žurnalistických oborů.

Téma magisterské diplomové práce týkající se sportovních žurnalistů si autorka zvolila proto, že sama pracuje jako sportovní novinářka. V době, kdy zahájila studium na Katedře mediálních a kulturních studií a žurnalistiky, začala registrovat, že nejen ve společnosti, ale i mezi budoucími novináři je sportovní žurnalistika v rámci společenského postavení vnímána s nižší prestiží. Bylo to poprvé, co se setkala s hodnocením společenského postavení sportovních novinářů z pohledu budoucích žurnalistů a tato skutečnost v ní podnítila zájem danou problematiku zkoumat.

Na problematiku týkající se postavení sportovních novinářů ve společnosti lze nahlížet například očima sportovců, sportovních žurnalistů samotných nebo z pohledu laické veřejnosti. Jak již bylo uvedeno výše, zájmem autorky je zjistit, jak studenti, v mnoha případech i její spolužáci, chápou postavení sportovních novinářů v současné společnosti. Cílem této práce je tudíž zjistit, jak studenti žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci vnímají postavení sportovních novinářů v současném společenském kontextu.

Vzhledem k cíli práce si autorka stanovila výzkumnou otázku, kterou je pro jeho naplnění nezbytné zodpovědět. Hlavní výzkumná otázka zní: *Je postavení sportovních novinářů v očích studentů žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci rovnocenné s ostatními žurnalistickými specializacemi?* Vedle hlavní výzkumné otázky se autorka soustředí i na zodpovězení otázek dílčích: *Jak studenti vnímají profesi novináře? V čem studenti spatřují specifikum práce sportovního novináře? Co určuje profesní*

¹ VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6.

zdatnost sportovního novináře? Jak studenti vnímají úlohu sportu a sportovních médií ve společnosti? Ovlivňuje současná společnost uplatnění sportovního novináře?

Celý text předkládané práce je členěn do tří oddílů – teoretická část, metodika a analytická část. Teoretická část se dělí do pěti kapitol. První kapitola přiblíží žurnalistiku, její místo ve společnosti, její roli a odpovědnost ke společnosti. Autorka rovněž vymezí pojem žurnalistické pole. Definována bude také současná žurnalistika a česká žurnalistika v post-transformační fázi.

Druhá kapitola se zaměří na fenomén sportovní žurnalistika. Vysvětlen bude obecný rámec sportovní žurnalistiky, její charakteristika a odlišnost od ostatních specializací. Autorka se rovněž soustředí na vztah sportu, společnosti a sportovních médií. Vyústěním druhého oddílu bude představení současné sportovní žurnalistiky se zaměřením se na společenské problémy sportovního odvětví.

Třetí kapitola teoretických východisek se bude zabývat novináři. Autorka popíše žurnalistiku jako zaměstnání. Kromě vlastností žurnalisty se zaměří i na roli a funkci novináře ve společnosti. Soustředí se na české novináře v post-transformační fázi, na jejich práci a společenské postavení. Stěžejní částí kapitoly bude představení výzkumů sebepojetí českých novinářů a studentů žurnalistických oborů v post-transformační etapě.

Těžištěm čtvrté kapitoly bude sportovní žurnalista, kterého autorka nejprve definuje. Následně na základě vlastností uváděných u novinářů obecně se bude snažit vyvodit, jaké jsou atributy sportovních novinářů. Zaměří se také na srovnání metod práce novináře, na postavení sportovních novinářů v očích jeho kolegů v historickém kontextu a na genderovou nevyváženost mezi sportovními žurnalisty. Závěrem této kapitoly bude představení současného společenského pohledu na postavení sportovních novinářů.

V páté kapitole teoretických východisek autorka představí předešlé výzkumy a akademické práce, které se zabývaly podobnou problematikou jako předkládaná magisterská diplomová práce.

Druhý oddíl práce se zabývá metodikou. Autorka v rámci metodiky vymezí cíl výzkumu práce. Dále také popíše, proč si zvolila pro svůj výzkum kvalitativní metodu a tuto metodu charakterizuje. Autorka v rámci tohoto oddílu také vysvětlí, proč si jako výzkumnou techniku vybrala polostrukturované rozhovory. Danou techniku popíše a zdůvodní výběr informantů

a informantek. V rámci metodiky autorka také nastíní tematické okruhy polostrukturovaných rozhovorů, které budou součástí scénáře tvořeného na základě teoretických východisek a předešlých tematicky relevantních výzkumů².

Ve třetím, analytickém oddílu bude autorka interpretovat získaná data. Zodpoví výše uvedené hlavní i dílčí výzkumné otázky, které napomohou k naplnění cíle práce – zjistit, jak studenti žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci vnímají postavení sportovních novinářů v současném společenském kontextu. Zjištění pak budou shrnuta v závěru diplomové magisterské práce.

² VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. a VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45, 101 s. ISSN 1801-9978.

1. Teoretická část

1.1 Žurnalistika

V první kapitole teoretických východisek se autorka zaměří na obecný teoretický rámec předkládané práce. Autorka se v této kapitole především soustředí na definici žurnalistiky a žurnalistického pole. Prezentuje také vztah žurnalistiky ke společnosti, její roli a odpovědnost. Zároveň se autorka bude zabývat současnou žurnalistikou a vysvětlí pojem česká žurnalistika v post-transformační fázi.

1.1.1 Vymezení žurnalistiky

Žurnalistiku je obtížné definovat, protože v odborném prostředí existuje mnoho vymezení tohoto pojmu. Například Halada a Osvaldová definují žurnalistiku jako „*produkt činnosti novinářů (žurnalistů), který obsahuje informace o současném dění ve společnosti a názorech na toto dění.*“³ Pro definici pojmu žurnalistika pro tuto práci vycházela autorka zejména z publikace Sociologie žurnalistiky od Briana McNaira. Pro vymezení pojmu žurnalistika je dle McNaira třeba si v současném⁴ rozporuplném postmoderním světě také říct, co žurnalistika není a kde je třeba vést hranici mezi žurnalistikou a nežurnalistikou, respektive mezi žurnalistickou a nežurnalistickou komunikací.⁵

Žurnalistická komunikace především naplňuje očekávání publika v dodržení určité formy a obsahu. Charakteristika žurnalistiky tkví v dodržování specifických stylistických a narativních konvencí a ve výčtu osobitých rozlišovacích vlastností, díky nimž se výsledná komunikace odlišuje od té nežurnalistické a současně i od jiných forem kulturního diskurzu, které se mohou žurnalistice v jistých směrech podobat.⁶

³ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. Slovník žurnalistiky: Výklad pojmů a teorie oboru. Praha: 2017, Karolinum. ISBN 978-90-246-3752-5. s. 280. Autorka při koncipování a psaní práce použila i literaturu učebnicového charakteru jako například právě Slovník žurnalistiky od Halady a Osvaldové či publikace McQuaila, Jiráka a Köpplové nebo Trampoty. Autorka si uvědomuje, že jde o přehledovou literaturu, nicméně definice, které zmíněné publikace obsahují, jsou pro předkládanou práci nutným zdrojem pro vytvoření teoretického rámce.

⁴ Autorka v předkládané práci využívá pro označení post-transformační fáze žurnalistiky i termín současná či soudobá žurnalistika. Ačkoli jsou některé autorkou využitě publikace vzhledem k roku vzniku této magisterské diplomové práce staršího data, stále jsou pro problematiku relevantní a aktuální, a proto je možné jejich definice či výklad aplikovat na současnou, post-transformační žurnalistickou etapu a soudobé novináře.

⁵ MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Přeložila Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6. s. 11.

⁶ Tamtéž.

McNair definuje na základě výše uvedeného žurnalistiku jako „*jakýkoli vytvořený text v písemné, zvukové nebo vizuální podobě, který je publiku předkládán jako pravdivé oznámení nebo záznam jisté, až doposud neznámé (nové) skutečnosti existující v současném společenském světě.*”⁷ Na svou definici navazuje McNair dalšími atributy, kterými se žurnalistika vyznačuje. Jde o pravdivost, přesnost, novost a aktuálnost.⁸ McQuail dodává, že je třeba neoznačovat za žurnalistiku jen zprávy, ale zahrnout do charakteristiky pojmu i ostatní záznamy sociálních skutečností.⁹

1.1.2 Žurnalistické pole

V rámci definice žurnalistiky je vhodné uvést i teorii žurnalistického pole Pierra Bourdieuho. Dle Bourdieuho je „*sociální jednání novinářů spolutvůrcem a zároveň produktem širšího mocenského pole, které působí na další specifické sféry sociálního jednání, jež se vydělily v procesu modernizace a vytvořily si svá pole – ekonomické, politické, kulturní apod.*“¹⁰

Bourdieu uvádí, že pokud hovoříme o čemkoli, co se týká žurnalistického pole, musíme brát ohled na širší mocenské vztahy a jejich vliv na produkty nebo tvůrce obsahu (novináře) či na další složky procesu výroby obsahu například na mediální organizace.¹¹ Žurnalistické pole je v rámci teorií polí poměrně málo autonomní a je do vysoké míry ovlivňováno polem politickým, ekonomickým či sociálním, kterým je podřízeno a je na nich závislé.¹² Na žurnalistické pole odkazují i Volek s Urbánikovou, a to při definici žurnalistické profese, respektive při snaze o rozklíčování její krize.¹³

⁷ Tamtéž.

⁸ MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Přeložila Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6. s. 12-14.

⁹ MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Přeložila Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložila Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9. s. 22.

¹⁰ BORDIEU Pierre, a Erik NEVEU. 1993. cit. podle VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 28-29.

¹¹ Tamtéž.

¹² SOUČKOVÁ, Barbora. Role a postavení novinářské profese v perspektivě studentů žurnalistiky [online]. Praha, 2022 [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/176074/120428793.pdf?sequence=1>. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D. s. 10.

¹³ VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 28-38.

1.1.3 Žurnalistika a společnost

Žurnalistika se v moderní době stala komplexnější, s čímž souvisí nárůst jejího významu ve veřejném diskurzu.¹⁴ Žurnalistika je ve své podstatě ideologií, která ovlivňuje náhled příjemců na svět a také jejich interpretaci a chápání informací, což následně ovlivňuje jejich myšlení a chování. Žurnalistika je zejména na základě prezentace informací v médiích veřejné služby vnímána dle McNaira jako „*ukazatel rovnováhy společenských sil ve společnosti*“.¹⁵

Žurnalistika v moderní společnosti zasahuje skrze své kontakty s kulturními a politickými elitami do veřejných událostí. Její význam je v tomto ohledu vysoký, protože bez ní v podstatě nemůže vzniknout veřejný prostor, veřejné diskuze či procesy samosprávy. Na mediální publicitě rovněž závisí i soudní systém.¹⁶

V demokratické společnosti nemá žurnalistika vůči státu či jinému externímu orgánu žádné specifické povinnosti. Ve svobodné společnosti existují pouze různá očekávání od žurnalistiky, která formují externí normy a tlaky. Jde o očekávání: rozšiřovat všem informace o veřejných záležitostech, spojovat občany s vládou a naopak, podporovat běžnou práci hlavních společenských institucí, respektovat stávající hodnoty – kulturní a společenské normy, sloužit národnímu zájmu a být schopný pomoci v dobách krize nebo nouze.¹⁷

Žurnalistika naplňuje potřeby členů společnosti a dopomáhá k její kontinuitě a řádu. Mezi funkce žurnalistiky patří dle Jiráka a Köpplové zejména funkce informační – žurnalistika přináší společnosti informace o dění ve světě. Žurnalistika dále plní funkci získávací – agituje společnost dle dominantní hodnotové orientace v příslušné oblasti. Zastává i funkci zábavní – jde o prostředek uvolnění, zábavy či rozptýlení od sociálního napětí. Funkcemi žurnalistiky jsou i socializace – vysvětlování a komentování významu událostí ve snaze o podporu ustálených autorit a společenských norem, nastolování priorit a snaha o vytvoření

¹⁴ MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Přeložila Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložila Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9. s. 24-25.

¹⁵ MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Přeložila Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6. s. 13.

¹⁶ MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Přeložila Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložila Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9. s. 24-26.

¹⁷ Tamtéž, s. 38-49.

konsenzu a kontinuita – podpora převládajících kulturních vzorců včetně snahy o vývoj kultury se začleněním nových směrů a objevováním subkultur.¹⁸

Žurnalistika působí na jednotlivé příslušníky publika i na celé masy, z čehož vyplývají její účinky. Ty mohou mít individuální, ale i ideologický a celospolečenský dopad. Žurnalistické texty jsou jedním ze zdrojů vnímání společensko-politického chápání, které slouží ke kognitivnímu pojetí světa. Příslušníci publika jednají a smýšlí na základě toho, o čem si myslí, že je pravdivé, respektive v co vkládají důvěru. Samotné informace nejsou až tak vlivným faktorem jako jejich interpretace. Vliv zprávy na jedince pak záleží na jeho vnímání světa, přechozích zkušenostech, znalostech a náladách – zpráva či informace doplněná o tyto proměnné utváří význam sdělení pro daného jedince a ovlivňuje jeho jednání.¹⁹

Jak již bylo uvedeno výše, žurnalistika je ve své podstatě ideologií, která ovlivňuje velké společenské masy. Fakt, že žurnalistika nastolila názor, který byl v dané době či situaci vnímán jako ta správná ideologie, potvrzují příběhy z historie, kdy byl díky ní prosazován zájem tzv. „dominantní skupiny.“ Kromě ideologie žurnalistika nastoluje i veřejná témata, tzv. agenda-setting²⁰ – zviditelňuje události, propůjčuje jim společenský význam, díky němuž se o věcech, o kterých se referuje, dozvídá téměř celá společnost. Naopak to, o čem média neinformují, má téměř nulový společenský význam. Pro publikum je zásadní to, o čem čte a to, co vidí. Jakmile je dané téma předmětem zpravodajství, společnost se o něj zajímá. Pokud se priority v médiích promění, promění se i to, nad čím společnost na základě mediálního obsahu přemýšlí.²¹ Tento fenomén se projevuje i ve sportovní žurnalistice, čemuž se bude autorka podrobně věnovat ve druhé kapitole teoretických východisek.

¹⁸ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. Média a společnost. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4. s. 44.

¹⁹ MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Přeložila Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6. s. 40-41.

²⁰ Agenda-setting uděluje žurnalistice rovněž velmi důležitou funkci, a to funkci hlídacího psa ve službách veřejnosti. Tamtéž, s. 54-56.

²¹ Tamtéž.

1.1.4 Současná žurnalistika

„21. století přineslo řadu společenských, ekonomických, ale i technologických změn, které mají podíl na současné podobě žurnalistiky.“²² Změnil se způsob shromažďování informací. Objevily se nové možnosti, jak oslovit publikum. Recipienti mají v současném společenském kontextu od žurnalistiky nová očekávání. Změnil se přístup čtenářů ke zprávám a žurnalistickým obsahům. Mezi čtenáři a novináři jsou nově navazovány vztahy. V neposlední řadě ovlivnila podobu současné žurnalistiky i změna v legislativě a přísnější regulace.²³

S technologickým vývojem, se začala část žurnalistického obsahu objevovat v online prostoru – na internetu a na sociálních sítích. Sociální sítě daly možnost k šíření obsahu téměř každému a ze strany recipientů je tudíž obtížné určit, kdo je vlastně v současné době novinář. S rozmachem sociálních sítí se stala rovněž problematickou regulace mediálního obsahu ve veřejném prostoru. Zatímco média a novináři musí dodržovat určité etické zásady, jedinců referujících o dění na sociálních sítích se tyto regulace netýkají.²⁴

Jednou z nejvýraznějších změn, která nastala díky průniku technologií do žurnalistiky, je konvergence. Konvergencí je rozuměno propojování obsahů, technologií a mediálních organizací publika.²⁵ Moravec konvergenci vysvětluje na příkladu sblížování technologií, na tzv. „digitální metamorfóze (mediamorfóze)“.²⁶ „Vezměme si mobilní telefon: lze na něj nahrávat rozhovor, fotografovat, být připojený na internet. Několik funkcí a přístrojů zde zkonvergovalo do jednoho.“²⁷

Vlivem sociálních sítí a internetu se přinášení informací stalo jakousi soutěží v rychlosti. Dříve museli recipienti čekat na vydání novin nebo na obsah večerních zpráv. Nyní mají nejnovější zprávy dostupné během několika vteřin na obrazovkách svých zařízení. Média se proto snaží, aby byla první, kdo danou informaci uveřejní. Spěch často zapříčiňuje, že data

²² HOLMES, Tim, Sarah HAWIN a Glyn MOTTERSHEAD. The 21st Century Journalism Handbook [online]. 1st ed. Routledge. 2014 [cit. 2023-4-11]. ISBN: 9781317864769. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1555219/the-21st-century-journalism-handbook-essential-skills-for-the-modern-journalist-pdf>, s. 5.: „[...] a whole raft of 21st century developments mainly driven by the spread of digital, and particularly mobile, media but also by broader social and economic change.“ (překlad vlastní).

²³ Tamtéž.

²⁴ Tamtéž.

²⁵ MORAVEC, Václav. Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR. Praha: Academia, 2016. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2572-2.

²⁶ Tamtéž.

²⁷ VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. Václav Moravec: Zažíváme revoluční mediální dobu. MEDIAGURU [online]. 29.6.2016 [cit. 2022-11-18]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/06/vaclav-moravec-zazivame-revolucni-medialni-dobu/>.

a zprávy nejsou důkladně ověřovány a i v důsledku toho vznikají matoucí sdělení a často i dezinformace.²⁸

1.1.5 Česká žurnalistika v post-transformační fázi

Česká žurnalistika prošla v posledních třiceti letech řadou transformačních procesů. Volek a Urbániková tuto etapu žurnalistické současnosti definují jako post-transformační. Předlistopadový režim a následné změny, které se v české žurnalistice odehrály, zásadně změnila její hlavní pravidla a potlačily její hlavní princip – profesionální a nestranné služby občanům. Následně v rámci post-transformační fáze došlo v devadesátých letech minulého století k mnoha změnám.²⁹ A to k mediální diferenciaci, demokratizaci, demonopolizaci, komercializaci, koncentraci vlastnictví, internacionalizaci, transnacionalizaci a globalizaci obsahu. Dalšími změnami byla digitalizace a konvergence a také profesionalizace žurnalistického povolání.³⁰ Nejen česká žurnalistika³¹ je v důsledku těchto změn křehká a nestabilní v době, kdy je konfrontována se stále silnějšími laickými pokusy o novinářinu či dezinformátory.³²

Česká žurnalistika je v důsledku výše zmíněných změn oslabena a čeští novináři se stali křehkou socioprofesionální skupinou. V minulém režimu byla žurnalistika spolu s novináři podrobována mocenským tlakům, střídavě docházelo k cenzuře, vyvlastňování či privatizaci v rámci nové ideologie. Polistopadový režim nenavrátil žurnalistické identitě ztracenou autonomii, ba naopak ji vystavil novým proměnám a přispěl k její nestabilitě. V rámci demokratického režimu se muselo žurnalistické pole přiblížit „tržní uplatnitelnosti pravdy“, která je dle Volka s Urbánikovou „*ale velmi často v rozporu s klíčovým učením novinářské role jako služby veřejnosti a demokracie.*“³³ Ve snaze přiblížit se „tržní udržitelnosti pravdy,“ je

²⁸ MARTINEZ, Sandra M. Modern Journalism: Issues and trends [online]. Society Publishing. 2018 [cit. 2022-11-25]. ISBN 9781774070475. Dostupné z: https://www.perlego.com/book/2041371/modern-journalism-issues-and-trends-pdf_s.186-191. srov. Moravec. MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 107-108.

²⁹ JAKUBOWICZ, Karol. 2007. cit. podle VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6.s. 25.

³⁰ Tamtéž.

³¹ Nejen česká žurnalistika se potýká s problémy, nestabilita je viditelná i v euroamerické mediální krajině. Tamtéž, s. 14.

³² VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6.s. 13-14.

³³ Tamtéž, s. 15.

sníženo zprostředkování sociální reality a žurnalistického poznání. Kvůli dominanci instrumentálního rozumu na žurnalistické pole dochází také ke snížení autonomie novinářů.³⁴

Polistopadová post-transformační fáze, ve které se nyní česká žurnalistika nachází, nastolila další zkoušku pro novináře, kteří musí čelit novým problémům a výzvám, které vznikají v rámci ekonomických, technologických, ale i geopolitických faktorů. Zejména v závislosti na post-transformačních změnách klesá společenské postavení novinářů, čemuž se autorka podrobně věnuje ve třetí kapitole teoretických východisek.

³⁴ Tamtéž.

1.2 Sportovní žurnalistika

Ve druhém oddílu teoretických východisek se autorka soustředí na fenomén sportovní žurnalistika. Autorka se v této kapitole bude věnovat definování sportovní žurnalistiky, jejímu odlišení od ostatních žurnalistických odvětví. Dále se autorka bude zabývat i vztahem sportu a společnosti, respektive vztahem sportovních médií a společnosti. V neposlední řadě bude v této kapitole prezentována současná sportovní žurnalistika a problémy sportovní žurnalistiky.

1.2.1 Sportovní žurnalistika

Kultura sportu má ve společnosti dlouhou tradici. Sport ať už v aktivní nebo pasivní formě, je součástí života téměř každého člověka a v minulosti tomu nebylo jinak. Sport a fyzická aktivita nejprve sloužily jako obrana před nepřítelem. V 19. století s růstem blahobytu ve společnosti se ze sportu stala zábava vyšších vrstev. Byla ve společnosti velmi oblíbenou, do sportovního sektoru proudil velký obnos financí. Uvedené skutečnosti umožnily vznik profesionálního sportu, který se stal rychle součástí života napříč společností.³⁵

Popularita sportu stále rostla a ze strany veřejnosti vyvstal požadavek, aby bylo o sportovních událostech, stejně jako o dění v politice či kultuře, informováno. Vzniklo nové odvětví³⁶ žurnalistiky – sportovní žurnalistika. Jde o specializaci, která podává informace ze sportovního světa, zabývá se sportovními tématy a svou pozornost upíná zejména na sportovní události.³⁷

„Početně největší skupina lidí přichází do kontaktu se sportem zprostředkovaně, skrze masová média.“³⁸ Poptávka po sportovních zprávách v minulosti strmě rostla, a i dnes stále stoupá. Sportovci patří dle Andrewse k neznámějším lidem na planetě. Lidé o nich chtějí slyšet, číst a chtějí je vidět na televizních obrazovkách. I díky vysoké poptávce ze strany publika je sportovní žurnalistika nejrychleji rostoucím odvětvím v médiích ve Spojeném království

³⁵ SEKOT, Aleš. Sociologické problémy sportu. Praha: Grada, 2008. Sociologie (Grada). ISBN 9788024725628. s. 14-18.

³⁶ Autorka v této práci referuje o jednotlivých tematických odvětvích žurnalistiky (např. politická žurnalistika, sportovní žurnalistika apod.) rovněž jako o tematických žurnalistických zaměřeních nebo o tematických žurnalistických specializacích.

³⁷ SEKOT, Aleš. Sociologie sportu. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-7315-132-4. s. 199-212.

³⁸ DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-131-4. s. 34.

a v ostatních anglicky mluvících zemích, které přitom ještě před pár desítkami let zabíralo pouze bezvýznamnou část stránek periodického tisku.³⁹

Andrews vnímá sportovní zpravodajství jako životně důležité pro zdraví a prosperitu tištěných a vysílacích médií. Na britském novinovém trhu, který považuje za nejkonkurenčnější na světě, se soutěž mezi jednotlivými médii odehrává právě ve sportovních sekcích. Média se soustřeďují na sportovní zpravodajství, zintenzivňují četnost vydávání informací o sportu a vyčleňují sportovnímu zpravodajství samostatné oddíly, které stále rozšiřují. Z dřívějších tří až čtyř zadních stran ve vydání periodika se nyní sportu věnuje až dvacet osm stran největšího formátu periodik – tzv. broadsheet.⁴⁰

Sport je pro média velmi atraktivní oblastí. Důvodů k tomu je hned několik. Jedním z nich je jeho předvídatelnost. Ať se ve světě děje cokoli, sport má v médiích vždy stejně dlouhý vysílací čas a zabírá stejný počet stránek. Předvídatelný není jen rozsah sportovního zpravodajství, ale i sportovní „plánovač“, který má v případě některých světových událostí i několik let dopředu dáno, kdy se koná velký turnaj či se odehraje důležitý zápas. S předvídatelností souvisí fakt, že sportovního obsahu není nikdy nedostatek. Téměř každý den je na pořadu nějaká sportovní událost, ať už jde o přípravné zápasy lokálního fotbalového klubu nebo o olympijské hry. Seriózní zprávy jsou v tomto ohledu pravým opakem sportovního zpravodajství, jsou nepředvídatelné. Často není do posledních minut do uzávěrky jasné, jaké události budou plnit přední stránky deníků a co večer veřejnost uslyší v televizním zpravodajství.⁴¹

Sportovní žurnalistika je odvětvím bohatým na příběhy. Sportovní zpravodajství denně, často až bezděčně, přináší várku událostí, které ve společnosti rozvíří emoce, vzbudí zájem a rozproučí debatu. Není nouze o senzace a autentické zprávy.⁴² Právě autenticita je dalším specifikem sportovní žurnalistiky.⁴³ Sport přináší u diváků velmi populární autentický

³⁹ ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>. s. 7.

⁴⁰ Tamtéž.

⁴¹ Tamtéž.

⁴² DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-131-4. s. 35-41.

⁴³ Tamtéž.

(nefiktivní) narativ – skutečný příběh. Nejedno filmové studio se snaží natáčet příběhy podle skutečných událostí.⁴⁴

Sportovní žurnalistika má charakteristické vlastnosti, od kterých se odvíjí specifické požadavky sportovních médií na redaktory. Tyto požadavky se dle Andrewse liší od ostatních žurnalistických zaměření. K úspěšnému pokrývání sportu je například třeba rozumět sportu znalému publiku, znát styl jazyka, který je ve sportovní žurnalistice užíván. Specifikům práce sportovního novináře se autorka detailně věnuje ve čtvrté kapitole teoretických východisek.

1.2.2 Sport, společnost a sportovní média

Sport, společnost a sportovní média mají mezi sebou velmi úzký vztah. Dle Děkanovského se při těsné provázanosti nabízí otázka: „*Zda a do jaké míry může sport, resp. kulturní text vzniklý mediální distribucí sportu ovlivňovat většinovou společnost?*“⁴⁵ Odpovědí je, že všechny tři elementy – sport, sportovní média a společnost na sebe navzájem působí.

Sport se samotný nebo ve formě kulturních vzorců⁴⁶ a textů objevuje v různých sférách společnosti například v politice. V politických projevech jsou velmi často používány metafory, které mají svůj původ ve sportovně laděných kulturních textech⁴⁷. Naopak promítnutí kulturních vzorců do sportu se projevuje zobrazením společenských rysů a archetypů. Děkanovský tento fakt interpretuje na českém fotbalu v komunistické společnosti.⁴⁸

Sport jako takový má zjevný vliv na společnost. „*Sport utváří společenství a je nezastupitelným faktorem při socializaci – procesu, v jehož průběhu se člověk [...] stává prostřednictvím sociální interakce a komunikace s druhými sociální bytostí schopnou chovat se*

⁴⁴ Autentický příběh přinesl například zisk zlaté medaile běžkyně na lyžích Kateřiny Neumannové. Neumannová získala medaili na neoblíbené trati na sklonku své kariéry, navíc po návratu z mateřské dovolené. Vyčerpanou běžkyni v cíli vítala její dcera, se kterou se závodnice objala. Tento obraz následně společně se zprávou o zisku medaile vysílala nejrůznější média. DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-131-4. s. 40-41.

⁴⁵ Tamtéž, s. 140.

⁴⁶ Kulturní vzorec (vzor) zahrnuje veškeré tradice, zvyky, obyčeje, modely chování, morální zákony, normy, soubory hodnot, uspořádání institucí, rodové zkušenosti a tabu, které charakterizují danou kulturu. BENEDICT, Ruth. Kulturní vzorce. Přeložila Jitka FIALOVÁ. Praha: Argo, 1999. Capricorn (Argo). ISBN 80-7203-212-7.

⁴⁷ Politici se jazykovými tropy snaží dosáhnout stejné podpory a obdivu ze strany veřejnosti jako mají sportovci. DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-131-4. s. 141-144.

⁴⁸ Český fotbal v komunistické éře zcela vykresloval specifické archetypy Čechů. Určitým kulturním vzorcem českého národa byla vychytralost. Český fotbal se dal definovat ne jako chytrá hra s kapkou improvizace, ale jako hra, během níž atleti využívali vychytralosti k dosažení sportovních cílů. Tamtéž, s. 146.

jako člen určité skupiny či společnosti.“⁴⁹ Sport zajišťuje jedinci snazší zapadnutí do kolektivu a jednodušší navazování vztahů. Sport rovněž formuje charakter člověka. Učí jedince hodnotám jako jsou: pokora, vytrvalost, trpělivost, odolnost či cílevědomost. Sport také slouží jako způsob relaxace a odreagování, napomáhá fyzickému i duševnímu zdraví a podporuje kondici obyvatelstva. Referovat o sportu jako o způsobu relaxace či podpoře duševního a fyzického zdraví lze dle autorky zejména ve spojitosti s amatérským sportem, jehož provázanost s médii není na rozdíl od profesionálního sportu příliš silná.⁵⁰

*„Sport a média spolu v současné společnosti tvoří osudově pevný provázaný institucionální svazek.“*⁵¹ Mediálně atraktivní sporty přitahují velký počet diváků a sponzorů, a tím jsou zdrojem příjmů.⁵² Naopak řada sportovních disciplín ztrácí na popularitě, protože o nich média nereferují. Sportovní média musí z důvodu sledovanosti vysílat obsah, po kterém je poptávka ze strany diváků a inzerentů. Do vysílání se tak často dostává obsah, který je divácky i propagačně atraktivní na úkor diverzifikace či tradice.⁵³ Ze sportu se stal dle Sekota konzumní sport – „segment“, který je zcela oddělen od svojí původní podstaty.⁵⁴

⁴⁹ NEŠPOR, Zdeněk R. Socializace. Sociologická encyklopedie [online]. Sociologický ústav AV ČR [cit. 2023-04-04]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Socializace>.

⁵⁰ SEKOT, Aleš. Sociologie sportu. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-7315-132-4. s. 199-212.

⁵¹ Spojení sportu a médií není jen aktuálním trendem. O propojení sportu s médii, respektive o vztahu mezi novinami a sportem, je doklad již z konce 19. století, kdy byla cyklistika poháněcí motorem tištěného média a naopak. Už v době periodického tisku se dalo hovořit o komercionalizaci sportu a růstu jeho ekonomické hodnoty. SEKOT, Aleš. Sociologie sportu. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-7315-132-4. s. 203. srov. Tento vztah popsal na příkladu vztahu tištěného média a cyklistiky historik zaměřující se na sport Tony Collins. Francouzský dvouměsíčník *L'Auto* se v roce 1903 dostal do finančních problémů, na které reagoval podnětem pro založení cyklistického závodu. Vedoucí závodu, respektive etapy závodu měl na sobě jasně žlutý trikot – *le maillot jaune*. Časopis *L'Auto* byl tisknut na stejně jasně žluté barvě jako byl dres. BRADSHAW, Tom a Daran MINGUE. *Sports Journalism: The State of Play* [online]. 1 st ed. Daragh, 2019 [cit. 2022-12-20]. ISBN 9780429999796. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1519422/sports-journalism-the-state-of-play-pdf>. s. 10.

⁵² SEKOT, Aleš. Sociologie sportu. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-7315-132-4. s. 203.

⁵³ Média ovlivňují nejen popularitu sportu a jeho prostor ve vysílání. V některých případech dokonce pomohla vytvořit jiné varianty stálých disciplín nebo přispěla ke změně pravidel, což zvýšilo atraktivitu sledování zápasů či závodů na televizních obrazovkách. Mezi sporty, které prošly změnou pravidel díky médiím patří například tenis a zavedení *tie-breaku*, umístění *safety car* do závodů Formule 1 nebo zavedení hromadného startu na tradičních tratích. DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-131-4. s. 159-161.

⁵⁴ Předpokládá se, že provázanost (sportovních) médií a sportu nebude do budoucna klesat, ale spíše poroste. Ze sportu se stala dle Sekota aréna zábavy. U sportovních vysílání je kladen důraz na atraktivitu, dynamičnost, moderní technologie, rychlost, akceleraci a akčnost. Jakmile sport jednou do arény zábavy vstoupil, už z ní nejspíše nevystoupí. SEKOT, Aleš. Sociologie sportu. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-7315-132-4. s. 261-263.

1.2.3 Současná sportovní žurnalistika

Velká část mediálního obsahu se ve 21. století přesunula do online prostoru a sport, ačkoli je stále ve velké míře distribuován tradičními médii, není výjimkou.⁵⁵ Sportovní prostředí, které se vyznačuje svou rychlostí a pružností, se díky online světu stalo interaktivnějším. Diváci nyní mohou sledovat sportovní události odkudkoli na světě, výsledky a reportáže jsou dostupné téměř okamžitě. Navíc je lze se ziskem nových či doplňujících informací průběžně aktualizovat. Online prostor rovněž nabídl recipientům možnost zapojovat se do různých diskuzí pod články.⁵⁶

Se vzestupem technologií souvisí i role datové žurnalistiky v oblasti sportu. Statistiky jsou nedílnou součástí sportovního odvětví, proto se datová žurnalistika, která pomáhá data filtrovat, zpracovávat, analyzovat a následně interpretovat stala v digitální době nedílnou součástí sportovního novinářského odvětví.⁵⁷

Nástup digitální sportovní žurnalistiky, jak období publikace a čtení sportovních zpráv na internetu pojmenovává Boyle, přineslo následující změny. Jde o: aspekty narušení zavedených norem novinářské praxe, proměnu v institucionalismu a změnu či ztrátu primárních autorit, které definují roli žurnalistiky a sportovní žurnalistiky ve společnosti a určují kariérní strukturu sportovních novinářů.⁵⁸

V podkapitole 1.1.4 Současná žurnalistika se autorka věnuje trendu tzv. deprofesionalizace žurnalistiky vlivem internetu a sociálních sítí. Tento fenomén je pozorovatelný i ve sportovní žurnalistice, kde se do tvorby obsahu zapojují amatérští nadšenci a fanoušci.⁵⁹ Se vzestupem digitální žurnalistiky získali nejen fanoušci, ale i jednotliví sportovci

⁵⁵ DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-131-4. s. 77-79.

⁵⁶ Tamtéž, s. 78.

⁵⁷ Kromě statistik si našly do sportovní žurnalistiky díky technologiím cestu i jiné metriky. Za pomoci číselných dat lze zjistit, jaký obsah se čtenářům nebo divákům líbí. Dle čtenosti či sledovanosti lze analyzovat publikum a dle jeho zájmu a potřeb nastavit nebo upravit mediální obsah. MORITZ, Brian Peter. Rooting for the story: Institutional journalism in the digital age. [online]. New York, 2014 [cit. 2022-11-30]. Dostupné z: <https://surface.syr.edu/etd/171/etd> Dizertační práce. Syracuse University. s. 121-122.

⁵⁸ BOYLE, Raymond. Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media [online]. 1 st ed. Routledge. 2020 [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781000697902. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 8

⁵⁹ Publikace Děkanovského pochází z roku 2008, proto autor zmiňuje narůstající počet amatérských internetových stránek věnujících se sportu. Dnes lze jím zmiňované internetové stránky připodobnit k profilům na sociálních sítích. Charakteristika obsahu ale zůstává stejná jako ji definuje Děkanovský u internetových stránek: „*Jejich obsahem jsou často informace o sportovních událostech regionálního významu, nebo věnují špičkovému sportu ze svého osobního hlediska a informační obsah jejich stránek je pak omezen na jediné sportovní odvětví, nebo dokonce pouze na jediného sportovce či tým. Na stránkách věnovaných špičkovému sportu pak tvůrci často využívají materiály (texty, fotografie i torzo audiovizuálních materiálů), jejichž autory jsou profesionálové a které*

a zejména sportovní kluby schopnost publikovat prostřednictvím sociálních sítí a vlastních webů své zprávy.⁶⁰ Zatímco dříve sportovní organizace potřebovaly média ke zprostředkování zpráv, nyní mají své vlastní prostředky, které do jisté míry ovlivňují PR strategie. Tato skutečnost představuje změnu v kdysi symbiotickém vztahu mezi sportovními organizacemi a médii, které o nich referují, což dle Boyleho může zapříčinit konflikt mezi zúčastněnými stranami.⁶¹

Naopak sportovní novináři nejsou dle autora ve své práci ohroženi lidmi, kteří o sportu do online prostoru přispívají z pozice fanoušků. Sportovní novináři vnímají tyto jedince jako subjekty, které přináší jiný materiál, který je pro čtenáře často velmi atraktivní, disponuje „fanouškovským zápallem“ pro danou problematiku a často postrádá neutralitu, například straní jednomu sportovnímu týmu.⁶²

Fanoušci publikující na internetu nejsou sportovními novináři vnímáni jako ohrožení i proto, že ze své pozice nejsou schopni dostávat akreditace na sportovní akce. Nemohou se tudíž dostat do tak těsného kontaktu se sportovci a trenéry, ani docházet na tiskové konference. Navíc nedisponují statusem novináře a často ani jeho schopnostmi. Obsah, který fanoušci na internetu publikují nemůže proto naplnit stejné cíle a očekávání u publika⁶³ – dodává spíše odlišný pohled.

byly získány z nejrůznějších oficiálních médií včetně internetových stránek“ DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-131-4. s. 79.

⁶⁰ Využívání vlastních prostředků pro distribuci obsahu organizacím zajišťuje větší kontrolu nad obsahem. Jako příklad Boyle uvádí národní ragbyový tým Nového Zélandu – All Blacks, který dle případové studie Scherera a Jacksona (2008) využíval raději klubový web, protože tím předcházel komunikaci s neznámými novináři, ke kterým by si musel budovat důvěru a u kterých nemohl zajistit, aby se ptali dle vlastních požadavků, čímž by ztrácel dohled nad publikovaným obsahem. Na vlastním webu klub zajistil, aby nedocházelo k pokládání konfliktních otázek týkajících se například zranění hráčů. Klubový web také mohl dle All Blacks poskytnout přímé vyjádření hráčů a zajišťoval lepší spojení s fanoušky. Sociální sítě a vlastní média preferují ke komunikaci i menší kluby a menší sporty, o kterých není v tradičních médiích tolik referováno, nebo nedostávají žádný prostor. Svými kanály si zajišťují publicitu. BOYLE, Raymond. *Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media* [online]. 1. st. ed. Routledge, 2020 [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781000697902. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>, s. 9-11.

⁶¹ Na opačné straně stojí preference jiných organizací, které stále dávají přednost tradičním médiím, protože mají větší dosah. Navíc o ně projevují zájem sponzoři. Sportovní organizace tedy pořád využívají služeb tradičních médií, ale zároveň stále více stoupá popularita vlastních platforem. Tamtéž.

⁶² Tamtéž.

⁶³ Poptávka čtenářů sportovních obsahů se v současné době zvýšila po méně dostupných informacích, které si v době internetu sami nedohledají. Za atraktivní považují příběhy, které mají často až sociologický přesah. Tyto příběhy jsou u čtenářů mnohdy atraktivnější než pouhé surové informace o zápasu. Změnil se i způsob podávání dat, která jsou nyní častěji prezentována ve formě analýzy. MORITZ, Brian Peter. *Rooting for the story: Institutional journalism in the digital age.* [online]. New York, 2014 [cit. 2022-11-30]. Dostupné z: <https://surface.syr.edu/etd/171/> etd Dizertační práce. Syracuse University. s. 102, s. 108-110.

Společně mohou obě složky zvyšovat diverzifikaci sportovní žurnalistiky. Slovy Boyleho spolu sportovní fanoušci a „pisatelé“ v online světě „hrají za jeden tým“. Tato kooperace, pružnost a tolerance sportovní novinářiny ukazuje, že se sportovní odvětví dokáže adaptovat na nové technologické vynálezy, nové platformy a komunikační kanály a není jimi ohroženo.⁶⁴ Sportovní žurnalistika se přizpůsobuje akcelerované době, v post-transformační etapě se stále rozvíjí a díky schopnosti začlenění nových médiích mezi ta tradiční se nehovoří o jejím úpadku.

1.2.4 Problémy sportovní žurnalistiky

Sportovní žurnalistika je dle Boyleho vnímána rozporuplně. Na jedné straně stojí názor, že sportovní žurnalistika je snadným žurnalistickým odvětvím, které funguje jako nekritický propagátor sportu, v němž sportovní novináři platí za mediální hvězdy, které ovšem nemusí disponovat žurnalistickým vzděláním. Ostrá kritika hovoří o sportovní žurnalistice rovněž i jako o odvětví, kterému chybí objektivita, respekt k žurnalistickým normám a hodnotám. Kritizováno je také to, že v centru zájmu sportovního odvětví je často velmi triviální problematika. Zároveň je poukazováno i na příliš důvěrné vztahy se zdroji, které snižují výše zmíněnou objektivitu. Sportovní žurnalistika je jejími kritiky vnímána spíše jako zábava než jako legitimní odvětví novinářiny.⁶⁵

Opačné vnímání sportovní žurnalistiky se soustředí na fakt, že jde o komerčně nejdůležitější odvětví novinářského průmyslu. Sportovní žurnalistika oslovuje široké publikum a disponuje schopností zaujmout čtenáře, což z ní dělá nedílnou součást obsahu jednotlivých médií, kterým přináší komerční úspěch.⁶⁶

Sportovní žurnalistika ve srovnání s ostatními novinářskými odvětvími často bojuje o svou rovnoprávnost. Této problematice se ve své studii *Sports journalism Still the 'toy department' of the news media* věnuje David Rowe, který polemizuje o tom, zda je vhodné, aby byla sportovní žurnalistika nazývána jako – „oddělení hraček“ („toy departement“) žurnalistiky.⁶⁷

⁶⁴ BOYLE, Raymond. Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media [online]. 1 st ed. Routledge. 2020 [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781000697902. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 11.

⁶⁵ Tamtéž, s. 8-11.

⁶⁶ Tamtéž.

⁶⁷ ROWE, David. Sports journalism Still the 'toy department' of the news media?. Journalism [online]. 2007, 8(4), 385-405 [cit. 2023-02-11]. ISSN 14648849. Dostupné z: doi:10.1177/1464884907078657.

Rowe ve své studii posuzuje, zda je sportovní novinářině právem přiřazeno poněkud pejorativní označení „oddělení hraček“, a to na základě analýzy textových produktů a postupů novinářů a srovnáním dostupných údajů, které čerpá zejména z dosud největšího mezinárodního průzkumu žurnalistiky z roku 2005 – Sports Press Survey. Sportovní žurnalistiku sám Rowe zkoumá v kontextu australských sportovních médií. Autor ve své studii neposuzuje čtenost zpráv neboli oblíbenost sportovního zpravodajství ve společnosti, ale zaměřuje se spíše na kontext sportovního zpravodajství.⁶⁸

Sám Rowe dochází ve své studii k závěru, že označení sportovní žurnalistiky jako „oddělení hraček“ je příznačné pro společensky níže postavené žurnalistické zaměření. V jednotlivých částech studie uvádí faktory, které sportovní žurnalistiku na tuto pozici řadí. Jde o závislost na tržní ekonomice a jednotlivých sportovních organizacích, nedostatečné zahrnování širšího kontextu do zpráv o sportu, chybějící kritickou analýzu a o nedostatek zdrojů.⁶⁹

Rowe sděluje, že sportovní média jdou „ruku v ruce“ s tržní ekonomikou, v centru dění jsou ty sporty, které jsou pro média marketingově lukrativní a okrajové sporty zůstávají „mimo záři reflektorů“. Sportovní média díky tomu působí jako „roztleskávačky“ svých oblíbených sportů, týmů nebo sportovců, s čímž souvisí problematika objektivit a nestrannosti.⁷⁰

Boyle v tomto kontextu uvádí, že sportovní žurnalistika je sice důležitou součástí novinářiny, ale nepatří mezi ta nejprestižnější žurnalistická odvětví. Nižší status je sportovní žurnalistice přisuzován proto, že se zabývá populární kulturou, zábavou a tzv. soft news. Zároveň sportovní žurnalistika často nepodléhá novinářským normám a parametrům, která ostatní odvětví splňují, a i proto je nejen díky tématu, o kterém je referováno – sport, ale i díky způsobu, jak je o něm informováno, zařazena mezi méně prestižní odvětví.⁷¹

Sportovní žurnalistice je vyčítán nedostatek kriticko-analytického žurnalistického přístupu. Tímto přístupem je dle Roweho vnímán postup, kdy novináři nepíší pouze o sportu a sportovních událostech, ale „dívají se i za hranice sportovního světa“. Sportovní žurnalistika se dle Roweho studie velmi málo soustředí na dopad sportu na společnost a na aktuální společenské problémy ve sportu jako jsou rasismus, sexismus, korupce nebo genderová

⁶⁸ Tamtéž.

⁶⁹ Tamtéž.

⁷⁰ Tamtéž.

⁷¹ BOYLE, Raymond. Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media [online]. 1 st ed. Routledge. 2020 [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781000697902. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 7-10.

vyváženost. Ta je i otázkou v samotných sportovních redakcích, v nichž působí velké procento mužů oproti ženám.⁷² Rowe skutečnost nedostatku kriticko-analytického referování o sportu bez orientace na problematiku zkoumal na australském prestižním médiu Sydney Morning Herald, kdy mu při porovnání s ostatními odvětvími vyšlo, že sport v orientaci na společenské problémy výrazně zaostává. Většina článků splňovala spíše charakter „sportovního povídání“ než kritické analýzy.⁷³

Sportovní žurnalistika a sport sám o sobě existují „jako svět ve světě“. Jde o samostatně fungující organismus, který je velmi uzavřený, ať už po stránce obsahu, práce novinářů nebo vzniku nových zdrojů. Sportovní žurnalistika nemá ambice zasahovat mimo sportovní prostředí například do oblasti společenských věd nebo politiky. Sportovní obsah je až nezdravě závislý na svých tradičních zdrojích, čímž se prohlubuje uzavřenost sportovní branže a je zabraňováno diverzifikaci odvětví.⁷⁴

Sportovní žurnalistika se i díky uzavřenosti a neměnnosti nachází v kruhu, kdy novináři stále pokládají banální otázky – *Jak hodnotíte zápas?* Namísto toho, aby docházelo k interakcím s okolním světem, který by zvýšil kreativitu, dodal inspiraci, zvýšil ambice této specializace či zavedl do sportu důležité otázky z oblasti politiky, společnosti a kultury.⁷⁵

Sport, kdyby se obdobně jako ostatní žurnalistická odvětví zabýval i jinými oblastmi než dle Roweho dekontextualizovanými retrospektivami sportovních událostí, by mohl mít šanci bojovat o vyšší postavení mezi žurnalistickými odvětvími. Nicméně je třeba zohlednit otázku, kterou si autor studie pokládá v jejím shrnutí – *„Otázkou není, zda sportovní žurnalistika je, nebo není oddělením hraček, ale zda jsou sportovní novináři a publikum s obsahem spokojeni.“*⁷⁶ Přesto, že dle Roweho studie sportovní žurnalistika v mnoha ohledech nesplňuje normy, které ostatní odvětví naplňují, referuje o něčem, co je prvoplánově vnímáno jako zábava. Tím naplňuje požadavky svého publika, které se o sport, jenž je velkým společenským tématem, zajímá. Rowe sice zastává označení sportovního zaměření „oddělením

⁷² Autorka se této problematice podrobněji věnuje v podkapitole 1.4.4 Genderová nevyváženost mezi sportovními novináři.

⁷³ ROWE, David. Sports journalism Still the 'toy department' of the news media?. Journalism [online]. 2007, 8(4), 385-405 [cit. 2023-02-11]. ISSN 14648849. Dostupné z: doi:10.1177/1464884907078657.

⁷⁴ Tamtéž.

⁷⁵ Tamtéž.

⁷⁶ Tamtéž, s. 401: *„The key question is, therefore, not whether sports journalism is, indeed, the toy department of the news media, but whether its controllers and practitioners are content to operate within the self-imposed and isolating limits that leave it continually open to professional challenge and even contempt.“* (předklad vlastní)

hraček“, ale zároveň deklaruje, že sportovní odvětví je pro žurnalistiku důležité a nezaslouží si opovržení.⁷⁷

Boyle nastiňuje problematiku nerovnoprávnosti sportovního zaměření s ostatními odvětvími žurnalistiky ve své publikaci skrze rozhovory se sportovními novináři. Boyle potvrzuje Roweho slova o „oddělení hraček“ a nižším statusu sportovní žurnalistiky, který souvisí s její komercializací a uzavřeností. Dodává, že na sportovní odvětví jsou kladeny menší požadavky, co se týče psaní. Nicméně na druhou stranu uvádí, že status sportovního novináře závisí hlavně na médiu, ve kterém novinář pracuje – jak si médium cení sportu, tak si cení sportovního novináře. Zároveň dle Boylem dotazovaných informantů sportovní žurnalistika v posledních letech nabyla na profesionalitě. O sportu už nemohou psát pouze lidé, které to baví, ale kteří mají určitý talent a schopnosti, případně žurnalistické znalosti.⁷⁸

Sportovní odvětví stále roste, vznikají nová média, která na jednu stranu usnadňují sportovním novinářům najít uplatnění. Na druhou stranu se utváří vysoce konkurenční prostředí, které je, pomine-li se boj o rovnoprávnost mezi žurnalistickými odvětvími, problémem ve sportovní žurnalistice.

Dalším problémem, který nastává uvnitř sportovního prostředí, jenž působí na rovnoprávnost mezi žurnalistickými odvětvími, jsou bývalé sportovní hvězdy, které zastávají nejčastěji pozice sportovních komentátorů nebo redaktorů. Bývalí sportovci sice mají do „svého sportu“ neobyčejný vhled, nicméně jim často chybí žurnalistické vzdělání. Demotivujícím prvkem pro samotné novináře je, když při ucházení se o práci nedostanou přednost před bývalými sportovními hvězdami. Sportovní prostředí tímto dává společnosti najevo, že ve sportovním zaměření žurnalistiky může pracovat více méně každý – každý fanoušek, který má k dispozici psací prostředek, když danému sportu rozumí. Na statusu sportovní žurnalistice dle Boyleho ubírá i fakt, že má problém s výše zmíněnou objektivitou. Některým novinářům se jako sportovním fanouškům určitých celků nedaří udržet si nestrannost, což značně přispívá k neprofesionalitě a ztrátě žurnalistických hodnot.⁷⁹

⁷⁷ Tamtéž, s. 385–405.

⁷⁸ BOYLE, Raymond. Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media [online]. 1 st ed. Routledge. 2020 [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781000697902. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 8-11.

⁷⁹ BOYLE, Raymond. Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media [online]. 1 st ed. Routledge. 2020 [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781000697902. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 8-11. srov. ROWE, David. Sports journalism Still the 'toy department' of the news media?.

1.3 Novinář

Třetí kapitola teoretických východisek se zaměří na vymezení pojmu novinář. Autorka se v této části práce soustředí na pojetí novináře odborným diskurzem, na jeho role a funkce ve společnosti. Nastíněna bude také práce současných českých novinářů a jejich postavení ve společnosti v post-transformační fázi. Autorka se rovněž bude zabývat sebepojetím českých novinářů a českých studentů žurnalistických oborů v současné žurnalistické etapě.

1.3.1 Kdo je to novinář?

Definovat novináře neboli žurnalistu je stejně náročný úkol jako vymezit samotnou žurnalistiku. Existuje totiž několik definic toho, kdo je, či není novinář. Předtím než autorka nastíní, jak k problematice přistupují autoři z odborné sféry, definuje pro další potřeby rozdíl mezi pojmem profese a povolání.

Pojmy profese a povolání, „*kterými rozumíme ucelený soubor spolu souvisejících činností vykonávaných v rámci zaměstnání*“,⁸⁰ jež působí jako synonyma, mají ve skutečnosti odlišný význam.⁸¹ Profese je odbornou přípravou podložené povolání, které nemůže vykonávat každý, protože přístup k jejímu výkonu je regulovaný a řídí se podle profesní etiky.⁸² Od pojmu profese je pak odvozen termín profesní identita, tedy to, jak se daný jedinec ztotožňuje se svou profesí či jak je profese globálně vnímána skrze její historické formování.⁸³ Odborný diskurz není schopen vymezit jednu definici pojmu žurnalista především proto, že se autoři nejsou schopni dohodnout, zda je novinářina profesí.

McNair považuje výkon práce novináře za profesi. Novinářská profese a její vykonavatel – novinář neboli žurnalista je dle McNaira definován jako „autorizovaný vypravěč pravdy“ nebo také jako „oprávněný šířitel faktů“,⁸⁴ který musí pracovat podle jednotného kodexu chování. Kodex o jednotném neboli správném chování se nazývá etický kodex.

Journalism [online]. 2007, 8(4), 385-405 [cit. 2023-02-11]. ISSN 14648849. Dostupné z: doi:10.1177/1464884907078657.

⁸⁰ MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 91.

⁸¹ Autorka rozdíl mezi profesí a povoláním v teoretickém i analytickém úseku reflektuje, nicméně během polostrukturovaných rozhovorů používá termíny pro nematění problematiky neznalých informantů a informantek jako synonyma.

⁸² NEŠPOR, Zdeněk R. Encyklopedie v dějinách české sociologie [online]. 2018 [cit. 2023-02-09]. Dostupné online. <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Profese>.

⁸³ MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 91.

⁸⁴ MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Přeložila Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6. s. 67-68.

Etický kodex zaručuje, že vykonavatelé žurnalistické profese jsou bezúhonní a důvěryhodní, tudíž naplňují svůj status „informátorů o pravdě“⁸⁵. Etický kodex vychází z žurnalistické etiky, která novinářům usnadňuje vzbudit důvěru publika.⁸⁶

Žurnalistická etika je kulturním zdrojem formování profesní identity novináře.⁸⁷ Určuje, jak je profese formována a kontrolována. Dle etiky je usuzováno, jak by se novinář měl či neměl chovat, co by měl či neměl dělat. Stanovovány jsou rovněž normy dané profesí a závazky, které je nutné plnit nebo zákazy, které je třeba dodržovat.⁸⁸ Z etických kodexů a jejich požadavků také implicitně vyplývá charakteristika novinářů, respektive požadovaných atributů pro jejich pracovní výkon.⁸⁹ Mezi dva autory, kteří se ve svých publikacích zabývají formulováním etického kodexu pro novináře patří McQuail a Moravec.

McQuail při formulaci kodexu uvádí, že je třeba, aby novinář předkládal pravdivé a přesné informace, byl nezaujatý a nestranný. Dále také dle autora žurnalista musí dodržovat respekt k soukromí a musí být nezávislý na partiálních zájmech. Novinář musí mít dle McQuaila na paměti odpovědnost, a to nejen tu společenskou, ale také odpovědnost vůči státu a zákonu. V neposlední řadě uvádí autor jako součást kodexu požadavek na slušnost a dobrý vkus.⁹⁰ Moravec se s McQuailem shoduje v oblasti nenarušování soukromí, explicitně se vymezuje proti střetům zájmů, osobní účasti na zprávě či úplatkům. Dodává také povinnost novináře vyvarovat se klamání a plagiátorství.⁹¹

Jak již bylo uvedeno výše McNair vnímá práci novináře jako profesi, která má své normy, jež vyplývají z profesní identity. Holmes a kol. posilují tento argument tím, že novinářina se nyní stává více podmíněna požadavkem odborného středoškolského či vysokoškolského vzdělání⁹². Absolventi vysokých škol v oboru Žurnalistika

⁸⁵ Tamtéž.

⁸⁶ Tamtéž.

⁸⁷ VALČEK, Peter. 2016. Etika – Informace – Média. Olomouc: Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci. s. 6.

⁸⁸ MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 151.

⁸⁹ Jde například o nestrannost, neúplatnost, respekt k soukromí snaha o objektivitu apod. MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Přeložil Jan JIRÁK, přeložil Marcel KABÁT. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002, c1999. ISBN 80-71787140.s. 152. srov. MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 169-171, s. 303-307.

⁹⁰ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Přeložil Jan JIRÁK, přeložil Marcel KABÁT. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002, c1999. ISBN 80-71787140.s. 152.

⁹¹ MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 169-171, s. 303.

⁹² Na druhou stranu redakce dle Holmese a kol. bojují s obavou, že pokud zaměstnají pouze absolventy žurnalistických oborů, získají pracovníky, kteří sice budou svou práci dělat odpovědně, avšak stroje a identicky.

či v nehumanitním oboru s žurnalistickou přípravou jsou aktuálně pro svou spolehlivost v redakcích vítáni.⁹³

Kunczik popisuje novinářinu jako otevřenou profesi⁹⁴ „*Ačkoli její provádění vyžaduje určité schopnosti, jako schopnost rychle vyhledávat, sbírat a zpracovávat informace, nevyžaduje žádné specifické oprávnění, licenci nebo atestaci.*“⁹⁵ Kunczik dodává, že se novinářina nevyznačuje žádnými specifickými atributy či požadavky, které by ji odlišovaly od ostatních zaměstnání.⁹⁶ Novinář dle Trampoty nenabývá své hodnoty díky vzdělání, ale díky častým mezilidským kontaktům, které zaměstnání nabízí, ne-li vyžaduje.⁹⁷

Trampota dále uvádí, že novinářem se díky otevřenosti profese v demokratickém systému může stát každý, což má svá pozitivita i negativa. Mezi pozitiva lze zahrnout diverzifikaci novinářů⁹⁸, kterou uvádí ve své publikaci i Holmes a kol.⁹⁹ Naopak stinnými stránkami může být nejednotné vnímání novinářských norem a poslání a rozkolísaný pohled na role a poslání médií ve vztahu ke společnosti zejména u začínajících redaktorů, kteří si neprošli jednotným vzdělávacím systémem.¹⁰⁰

Jirák a Köpplová problematiku vymezení žurnalisty spojují i s vývojem technologií, a tudíž s masmédií stoupající různorodostí pozic v médiích. V mediální sféře dnes nepracují jen novináři, ale i fotografové, grafici, kameramani, či zaměstnanci marketingových agentur.

I proto dochází v mediálních domech k diverzifikaci a zaměstnávání jsou stále i lidé s nižším vzděláním, vzděláním mimo obor a z různých etnických a sociálních skupin. HOLMES, Tim, Sarah HAWIN a Glyn MOTTERSHEAD. *The 21st Century Journalism Handbook* [online]. 1st ed. Routledge. 2014 [cit. 2023-4-11]. ISBN: 9781317864769. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1555219/the-21st-century-journalism-handbook-essential-skills-for-the-modern-journalist-pdf>. s. 17.

⁹³ HOLMES, Tim, Sarah HAWIN a Glyn MOTTERSHEAD. *The 21st Century Journalism Handbook* [online]. 1st ed. Routledge. 2014 [cit. 2023-4-11]. ISBN: 9781317864769. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1555219/the-21st-century-journalism-handbook-essential-skills-for-the-modern-journalist-pdf>. s. 17.

⁹⁴ KUNCZIK, Michael. 1998. cit. podle TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8. s. 49.

⁹⁵ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8. s. 49.

⁹⁶ KUNCZIK, Michael. 1998. cit. podle TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8. s. 49.

⁹⁷ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8. s. 49.

⁹⁸ Tamtéž.

⁹⁹ HOLMES, Tim, Sarah HAWIN a Glyn MOTTERSHEAD. *The 21st Century Journalism Handbook* [online]. 1st ed. Routledge. 2014 [cit. 2023-4-11]. ISBN: 9781317864769. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1555219/the-21st-century-journalism-handbook-essential-skills-for-the-modern-journalist-pdf>. s. 18.

¹⁰⁰ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8. s. 49.

Autoři upozorňují na fakt, že žurnalistika obsahuje různorodé stavovské rozdíly, ale zároveň disponuje nízkou úrovní standardizace, respektive profesionalizace.¹⁰¹

Profesionalizací, respektive její nízkou mírou a nejistou ústřední profesionální dovedností novináře se zabývá i McQuail. McQuail definuje mediální professionalismus jako „odmítání amatérismu“ s čímž souvisí vyvarování se „*vnějším zásahům, přijímání hodnocení pouze od kolegů profesionálů a směřování k jisté izolaci od tlaku veřejnosti a managementu.*“¹⁰² McQuail díky studii Tuchmanové z roku 1978 dochází k závěru, že nesnadno definovaný professionalismus tkví v naplnění požadavků dané zpravodajské organizace s vysokou dávkou objektivit.¹⁰³

O profesionalitě, která je vnímána jako „*jako institucionální nástroj společenské prestiže*“¹⁰⁴ a problematičtém pojetí práce žurnalisty jako profese referují i Volek s Jirákem. Profese je dle autorů na jedné straně vymezena požadavky na formální vzdělání, což žurnalista nespĺňuje. Na druhé straně je profese charakterizována představou o tom, co je pro daného pracovníka neboli profesionála jádrem jím vykonávané profese.¹⁰⁵ Novinařina dle odborníků z řad teoretiků i samotných novinářů, na které autoři odkazují, spĺňuje pouze některé předpoklady profesionalizace, a to pouze podmíněně. Vzhledem k tomu se dá práce novináře označit jako semi-profese neboli poloprofese charakteristická velmi volným postojem k profesním standardům.¹⁰⁶

Definice žurnalisty je problematičká, protože se odborníci zcela neshodují už na bazálním faktu, zda jde o profesi či nejde. Většina zmíněných autorů se přiklání ke stanovisku, že práce novináře je semi-profesí. Jde o jakýsi kompromis, se kterým přichází při definování novinářské činnosti i McQuail, který ji označuje jako veřejné povolání. Práce novináře má dle McQuaila veřejný prospěch, může ovlivňovat události, má veřejnou

¹⁰¹ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 165.

¹⁰² MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Přeložil Jan JIRÁK, přeložil Marcel KABÁT. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002, c1999. ISBN 80-71787140. s. 225.

¹⁰³ Tamtéž, s. 225-226.

¹⁰⁴ VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45, 101 s. ISSN 1801-9978. s. 22.

¹⁰⁵ Tamtéž, s. 23.

¹⁰⁶ WEAVER, David H. a Cleveland G. WILHOIT. 1996. HØYER, Svenn a Epp LAUK. 1994 cit. podle VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45, 101 s. ISSN 1801-9978. s. 23.

odpovědnost a silně preferuje seberegulaci, což ji staví výše než do pozice povolání. Na druhou stranu autor uvádí, že je třeba, aby se činnost novináře vylepšila v oblasti vzdělání a tréninku.¹⁰⁷

1.3.2 Čeští novináři v post-transformační fázi

1.3.2.1 Práce současného novináře

Současnou žurnalistiku a práci soudobých novinářů změnily následující faktory: změna režimu v posledních třiceti letech, post-transformační procesy v žurnalistice v demokratickém uskupení a také technologický rozvoj. Technologický pokrok přesunul práci novinářů do online prostoru, kde byla ovlivněna konvergencí a hybridizací¹⁰⁸. Práce novinářů v moderní etapě také čelí hrozbám v podobě amatérských pokusů o novinářskou činnost a fenoménu dezinformace.

Jirků provedl smíšený výzkum na téma, jak se novinářská profese změnila vzhledem k vývoji technologických trendů poslední doby.¹⁰⁹ Z interpretovaných dat výzkumu vyplývá, že většina redakcí reaguje na technologický vývoj a požaduje po svých zaměstnancích, aby se mu přizpůsobili.¹¹⁰

Dle získaných dat prezentuje Jirků, že mezi českými novináři v tuzemských médiích je viditelná konvergence, například při crossmediálním způsobu, kdy je obsah publikován na více než jedné platformě.¹¹¹ Konvergence se projevuje i při samotném definování práce novináře. Multitasking se stal synonymem pro každodenní pracovní náplň žurnalisty. Až 74,3 % dotazovaných novinářů muselo vykonávat dvě a více činností, přičemž jejich platové ohodnocení zůstalo stejné.¹¹² Průměrný plat novináře například v roce 2021 čítal 44 036 Kč, průměrný plat muže byl 49 097 Kč a průměrný plat ženy činil 39 571 Kč¹¹³.

¹⁰⁷ MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Přeložila Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložila Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9. s. 108.

¹⁰⁸ JIRKŮ, Jan. Žurnalistická profese 2.0. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020. ISBN 978-80-246-4610-7. s. 50.

¹⁰⁹ Tamtéž, s. 58-93.

¹¹⁰ Jen 5,4 % dotazovaných uvedlo, že jejich zaměstnavatel nereaguje na zavádění technologických novinek. Tamtéž, s. 79.

¹¹¹ V České republice se dle odpovědí dotázaných objevuje obsah jednoho novináře na dvou a více platformách v případě 80,1 % dotazovaných. Tamtéž, s. 71.

¹¹² Tamtéž, s. 73.

¹¹³ Pro srovnání s průměrnými platy populace v roce 2021 – průměrná mzda činila 40 777 Kč, průměrný plat muže byl 43 787 Kč a průměrný plat ženy 37 125 Kč. WOLF, Petr. Průměrná mzda podle profesí, regionů, pohlaví a jejich složek. KupníSíla.cz [online]. GTO. Solutions, 31.8.2022 [cit. 2022-11-10]. Dostupné z: <https://www.kupnisila.cz/prumerna-mzda/>.

Žurnalistika kvůli nepříliš vysokému platovému ohodnocení nepatří mezi nejatraktivnější povolání. Navíc u novinářů s novými a náročnějšími požadavky vzniká tlak, stres a frustrace, které mohou zapříčinit pocit vyhoření. Pocit vyhoření je u novinářů velmi častý a řadí jej společně s velkou mírou stresu mezi nejméně přitažlivá povolání. Atraktivitě novinařiny kromě výše zmíněného nepřidává ani nepředvídatelná pracovní doba, která novinářům často díky mnoha povinnostem a požadavkům zasahuje do soukromého života.¹¹⁴

I přes nárůst nároků ze strany zaměstnavatele, byla většina novinářů z řad dotazovaných se zařazováním technologických novinek do svého pracovního procesu spokojena¹¹⁵. Technologické inovace totiž přinesly pro novináře i řadu ulehčení běžného pracovního procesu, například šablonovité softwarové publikační systémy využívá 56,8 % dotázaných. Většina novinářů také oceňovala online prostorem urychlenou zpětnou vazbu, která pomáhá pohotově eliminovat případné chyby.¹¹⁶

I přes rychlost doby novináři stále spatřovali dobře odvedenou práci ve zpracování textu se soulady kvalitní novinářské práce, což potvrdilo 47,7 % dotázaných – „základ novinářské práce je vzdělání a rozhled redaktora, jeho odborná a mravní úroveň, a tu žádná technologie nezaručí,“ uvedl jeden z dotázaných.¹¹⁷

Nárůst povinností, nízké platové ohodnocení a další již výše uvedené problémy nejsou jedinými charakteristikami novinářské činnosti moderní doby. S průnikem neprofesionálních podavatelů obsahu do žurnalistiky¹¹⁸ vyvstala otázka – *Může být dnes novinářem každý?*

Dle Osvaldové může být podavatelem produkujícím obsah v kyberprostoru každý. Novináři kvůli časovému tlaku nejsou schopni získávat a zpracovávat všechny informace a produkce neprofesionálních podavatelů z řad příjemců tyto jejich deficity vyplňuje. Jde o tzv. koexistenci novinářů s podavateli z řad tzv. občanské (participační) žurnalistiky.

¹¹⁴ ERT. Stres a nekonečná pracovní doba. Nejhorší povolání je novinařina. IDnes.cz: Zpravodajství [online]. MAFRA, 24.4.2013 [cit. 2022-10-11]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/novinarina-jako-nejhorsipovolani.A130424_122412_zahranicni_ert srov. ŘEZNIČKOVÁ, Aneta. Novinařina je nejméně přitažlivé zaměstnání. Může za to stres a časová náročnost. Generace 20: Časopis studentů VOŠP [online]. Vyšší odborná škola publicistiky, 4.8.2016 [cit. 2022-10-11]. Dostupné z: <https://www.generace20.cz/domaci/novinarina-je-nejmene-pritazlive-zamestnani-muze-za-to-stres-a-casova-narocnost>.

¹¹⁵ Spokojenost se zaváděním technologií do pracovního procesu uvedlo 78,4 % dotázaných novinářů. JIRKŮ, Jan. Žurnalistická profese 2.0. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020. ISBN 978-80-246-4610-7. s. 80.

¹¹⁶ Novináři nejčastěji dostávají zpětnou vazbu skrze e-maily či sociální sítě. Tamtéž, s. 86-88.

¹¹⁷ Tamtéž, s. 89.

¹¹⁸ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. Vydání třetí, revidované. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020. ISBN 978-80-246-4612-1. s. 130.

V důsledku produkce obsahu neprofesionály mohou mít příjemci pocit, že může být novinářem každý. Toto zdání je ale mylné, novinářem totiž není každý, kdo produkuje zprávy.¹¹⁹ Novinář například musí minimálně dodržovat pravidla novinářské etiky.

S technologickým vývojem se změnila i práce novinářů se zdroji. Okruh zdrojů – informace, které novinář potřebuje pro vytvoření textu, je poměrně široký a jde o různé typy zdrojů. Dříve byly využívány spíše tradiční zdroje, dnes je dáována přednost online zdrojům. V současné době, kdy je jedním z hlavních zdrojů dat novinářovy práce internet, se otevřela možnost ke snadnému přístupu k nepřehlednému množství informací. Je třeba, aby se novináři zorientovali v tom, co je pro vytvoření zprávy či textu, respektive pro recipienty opravdu důležité.¹²⁰ V online prostředí vzrostla také obliba sekundárních zdrojů, kterými mohou být zprávy tiskových agentur, obsah jiných médií či například data statistických úřadů.

Novinář musí při práci s tradičními i online zdroji provádět důkladnou rešeršní činnost a měl by pro tvorbu obsahu vždy využít více na sobě nezávislých zdrojů. Soudobý novinář je při práci se zdroji pod tíhou vytvořenou nejen informačním přetlakem, ale i faktem, že jeho publikum má ke zdrojům stejný přístup jako on. Často tak může být o dané problematice lépe informované či může být při vyhledávání informací rychlejší. Z novinářů se díky této skutečnosti sice stávají méně uplatnitelní zprostředkovatelé zpráv, ale na druhou stranu zaujímají pozice analytiků interpretujících informace – dostupné informace třídí, zasazují je do kontextů a otevírají publiku díky své profesní kvalifikaci možnost, jak si zprávu interpretovat.¹²¹

1.3.2.2 Postavení novinářů v současné společnosti

O profesionalitě bylo výše referováno jako o nástroji společenské prestiže. Slovo prestiž znamená dle Moravce vážnost či věhlas. Jde o pojem, se kterým „*se pojí pozitivní hodnocení, ocenění či úcta, jež se prokazuje osobám, sociálním pozicím, činností apod.*“¹²² Prestiž spojená s profesionalismem zároveň dodává autonomii dané profesi. Novinářská práce

¹¹⁹ Tamtéž.

¹²⁰ STEJSKAL, Jan. cit. podle ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1661-2. s. 7-13.

¹²¹ ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1661-2. s. 119-122.

¹²² MORAVEC, Václav. *Proměny novinářské etiky*. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 94.

v posledních deseti letech zaznamenala podle dat Centra výzkumu veřejného mínění značný propad v žebříčku prestiže povolání.¹²³

Současná společnost neřadí novináře mezi prestižní povolání. Zároveň je dle Moravce ve veřejném diskurzu viditelná klesající důvěra v novináře a žurnalistiku.¹²⁴ Děje se tak zejména v zemích, které podle typologie Halina a Manciniho náleží k severoatlantickému (liberálnímu) mediálnímu systému.¹²⁵ Novináři a zpravodajská média ztrácí svou pozici hlavně v zemích euroamerických čili v nejvyspělejších zemích světa, kde by novináři měli být strážci demokracie. Mezi tyto země se řadí i Česká republika.¹²⁶

Česká republika se dle dat Českého sociálněvědního datového archivu z roku 2016 zprostředkovanými Volkem a Urbánikovou potýká s nedůvěrou v novináře a zpravodajství, což uvedlo 46 % dotázaných, dalších 25 % zaujímalo k důvěře médiím neutrální stanovisko – ani důvěra ani nedůvěra.¹²⁷ Viníky úpadku důvěryhodnosti českých novinářů jsou dle Moravce: nástup éry fragmentovaných publik¹²⁸, proměna základů novinářské praxe¹²⁹ a vznik možnosti diskutovat o daných tématech na sociálních sítích bez přítomnosti novináře. Dle dat agentury Kantar a Moravce z roku 2016 publikum vnímalo novináře zejména jako ty, kteří nehájí žádné zájmy, ale zajímají se jen o bulvární skandály – 42 % respondentů. Tomu,

¹²³ Do roku 2008 figurovala práce novináře v první polovině dvaceti šesti zkoumaných povolání. V roce 2019 se umístila v jeho poslední třetině. Na prvním místě tohoto žebříčku, který na základě přiřazování bodů sestavuje veřejnost, se tradičně umísťují lékaři, zdravotní sestry a učitelé. Na opačné straně žebříčku se umísťuje uklízečka a nově i poslanec. Tamtéž, s. 95-96.

¹²⁴ „Někteří autoři (např. Kohring, Matthes, 2007) píšou o skepsi adresované médiím (media skepticism), tedy o subjektivním pocitu nedůvěry vůči zpravodajským médiím hlavního proudu, jiná dokonce o silícím trendu opovrhování médii.“ Tamtéž, s. 101.

¹²⁵ Dle typologie Halina a Manciniho, která je uvedena v publikaci *Systémy médií v postmoderním světě* z roku 2008. Dělí autoři systémy na tři modely „podle geografické oblasti, klíčového prvku politického systému, jež je vnímáme jako zásadní pro pochopení odlišujících vlastností, které označují vztah médií a politiky v každém modelu: středomořský (mediteránní) neboli polarizovaně-pluralitní model (např. Francie, Řecko, Itálie, Portugalsko, Španělsko), severo/středoevropský model neboli demokraticko-korporativistický např. Rakousko, Belgie, Dánsko, Finsko, Německo, Norsko, Švédsko, Švýcarsko), severoatlantický neboli liberální model (např. Velká Británie, Spojené státy americké, Kanada, Irsko).“ Tamtéž.

¹²⁶ Tamtéž.

¹²⁷ Médiím nejméně věřili dotazovaní ve věkové skupině od 18 do 29 let, dále lidé se základním vzděláním, lidé s příjmem do 10 000 Kč. Dle povolání šlo o nezaměstnané či studenty, médiím také nejméně důvěřovali jejich slabí konzumenti. VOLEK, Jaromír a Marina URBÁNIKOVÁ. *Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi*. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 94-98.

¹²⁸ Se vznikem a rozvojem internetu mají konzumenti více možností, jak čerpat zpravodajský obsah než jen z hlavní zpravodajské relace v televizi. MORAVEC, Václav. *Proměny novinářské etiky*. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 104.

¹²⁹ Žurnalistika funguje pod zesilujícími marketingovými kritérii, kdy je konzument oslovován více bulvárními články či jsou články seriózní kombinovány se zábavnými prvky. Tamtéž, s. 105.

že novináři hájí zájmy veřejnosti a jsou tzv. hlídacími psy demokracie, věřilo jen 9 % respondentů.¹³⁰

Česká republika má dle výzkumů co do činění s dlouhodobou nedůvěrou v novináře, jež odráží stav několika let klesající důvěryhodnosti v žurnalisty a zpravodajská média. Úpadek ale není způsoben izolovaně mediálním segmentem, nýbrž jde o krizi důvěry novinářské profese, která je zapříčiněna narůstající nedůvěrou v novináře ve společnosti.¹³¹

1.3.3 Sebepojetí českých novinářů v post-transformační fázi

V předkládané diplomové práci se autorka zabývá tím, jak studenti žurnalistických oborů neboli budoucí novináři, vnímají postavení sportovních novinářů v současném společenském kontextu. Jedním ze stěžejních bodů teoretických východisek je proto sebepojetí novinářů v post-transformační fázi. Touto problematikou se ve dvou výzkumech zabývá Jaromír Volek (v roce 2006 s Janem Jirákem a v roce 2017 s Marínou Urbánikovou).

Sebepojetí novináře je představa žurnalisty o „*vlastní profesní roli, respektive o hodnotách, které s ní spojují.*“¹³² Volek s Jirákem zkoumali sebepojetí novináře na vzorku 2 585 novinářů, z nichž bylo 60 % mužů a 40 % žen.¹³³

Dle výzkumu Volka s Jirákem „*si čeští novináři svou profesní komunitu příliš neidealizovali*“¹³⁴ a sebepojetí vnímali jako rozkolísané. Sebepojetí současných žurnalistů ovlivnily dle autorů výše zmíněné post-transformační faktory a technologický rozvoj, ale i ekonomická situace a střet starší generace a mladé nastupující generace. Právě fyzický věk podle autorů diferencuje profesní sebepojetí novinářů v České republice.¹³⁵

¹³⁰ Tamtéž, s. 103-106.

¹³¹ Například politici haní novináře před svými voliči – kupříkladu označují obsahy novinářů za klamně, čímž vytváří spirálu nedůvěry vůči žurnalistům. Tamtéž, s. 104-107.

¹³² VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45, 101 s. ISSN 1801-9978. s. 25.

¹³³ Vzorek obsahoval věkovou skupinu počínaje 18. rokem a konče kategorií 60 + – nejzastoupenější skupinou byli žurnalisté ve věku 18-29 let – 34,8 %. Zastoupení novináři měli různé dosažené stupně vzdělání, přičemž nejčetnější skupinou byli vysokoškolsky vzdělání žurnalisté – 47,9 %, nejmenší zastoupení měli absolventi základní školy – 2,2 %. Vzorek obsahoval novináře z řídicích pozic i z pozic prvního stupně řízení, početnější byla druhá skupina – 81 %. Respondenti pracovali v tištěných 63 % médiích i v audiovizuálních médiích 37 %. Většina respondentů – 71 %, zastávala pozici v celostátním médiu, přičemž 29 % novinářů pracovalo v regionálních a lokálních médiích. Tamtéž, 25-26.

¹³⁴ Tamtéž, 27.

¹³⁵ Hovoří se o tzv. latentním generačně-profesním konfliktu. VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45, 101 s. ISSN 1801-9978. s. 36-37.

V první části výzkumu byli respondenti dotazováni na důležité atributy spojené s prací novináře. Jako tři charakteristiky spojené s průměrným českým žurnalistou si respondenti nejčastěji vybavili neúplatnost, politickou nezávislost a nezávislost obecně. Naopak na opačné straně škály se umístila užitečnost. Čeští novináři si uvědomovali, že mají ve společnosti silnou míru podílu na tvorbě veřejného mínění, přesto tento aspekt nevnímali při své práci jako nejdůležitější.¹³⁶

Za nejdůležitější aspekty své práce považovali dotazovaní možnost zprostředkovávat informace druhým, možnost odhalovat a zveřejňovat problémy a možnost pomáhat lidem. Z toho vyplývá, že novináři se nejčastěji ztotožňovali s funkcí pomoci ostatním neboli pomoci slabším – pátračsko-advokátní přístup. Méně zastoupené bylo budování vlastní kariéry – kariérový přístup (např. vytvoření kontaktů, volnost neomezovaná nadřízenými, finanční ohodnocení aj.). Relativně nejméně se respondenti identifikovali s rolí tvůrce mínění a vychovatele – přístup tvůrce veřejného mínění (např. ovlivňování politického rozhodnutí, možnost vystupovat veřejně, ovlivňovat veřejnost a prosazovat určité hodnoty a ideje). Sebepojetí českých novinářů bylo většinou kombinací tří výše uvedených přístupů, naopak málokdy šlo o „čisté“ profesní sebepojetí.¹³⁷

Druhá část výzkumu se zabývala determinanty profesního sebepojetí. Sebepojetí, respektive profesionalizace, je determinováno řadou proměnných či jejich řetězcem, jde o: rodovou pozici, fyzický a profesní věk, rozsah a typ vzdělání, charakteristiku média, povahu vlastní profesní činnosti a obecnou hodnotovou orientaci.¹³⁸ Determinanty společně s aspekty řadily novináře ke třem výše uvedeným profesním sebepojetím.¹³⁹

Z výzkumu vyplynulo, že v České republice bylo nejvýraznějším typem sebepojetí v post-transformační fázi mínění pátračsko-advokátní, které v podstatě souhlasí s dominantní liberální profesní ideologií.¹⁴⁰

¹³⁶ Tamtéž, s. 28-29.

¹³⁷ Tamtéž, s. 30-31.

¹³⁸ Determinanty sebepojetí se promítaly do hodnotových oblastí různými způsoby. Například vysokoškolsky či odborně vzdělaní novináři tíhli spíše k s profesionalizací spojeným hodnotám jako jsou tvorba veřejného mínění. Naopak středoškolsky vzdělaní inklinovali k advokátní a pátračí roli. V případě kariérového přístupu novináři upřednostňovali práci v celostátních elektronických médiích. Kariérovým přístupem se nejčastěji vyznačovali mladí novináři, kteří se raději koncentrovali ve velkých městech, kde je více možností. U novinářů s kariérovým přístupem či s přístupem pátračsko-advokátním bylo nejčastějším politickým názorem smýšlení pravicové, naopak u novinářů formulujících veřejné mínění byla větší inklinace k liberálním hodnotám a levicovému smýšlení. Přístup tvůrce veřejného mínění se nejčastěji objevoval u zkušenějších a starších novinářů. Tamtéž, s. 34-36.

¹³⁹ Tamtéž, s. 32.

¹⁴⁰ Tamtéž, s. 36.

1.3.4 Sebepojetí českých studentů žurnalistických oborů

v post-transformační fázi

Volek s Urbánikovu uvádí, že „významnou součástí formování profesní identity novinářů představuje žurnalistické vzdělání, které je prvním krokem profesní socializace pro stále větší počet žurnalistů.“¹⁴¹ V posledních letech se novinářská praxe více prolнула s akademickým polem. Přípravu novinářů pokrývá univerzitní sféra a došlo ke zrodu žurnalistického vzdělávacího pole.¹⁴² Univerzitní výuka se snaží usměrňovat formování profese, které vzniká uvnitř často konfliktních stran – mezi požadavky organizace či redakce a cíli, normami, požadavky a hodnotami žurnalistiky. „Univerzitní studium tak formuje nejen profesní očekávání a hodnoty adeptů žurnalistického povolání, ale i sdílená etická kritéria a solidaritu s ostatními kolegy.“¹⁴³ Vzdělání pomáhá budoucím novinářům získávat ty schopnosti a vědomosti (kapitál), které jim nebyly dány zděděnými dispozicemi. Zároveň vzdělání do vysoké míry ovlivňuje profesní identitu novináře a zvyšuje míru autonomie profese.¹⁴⁴

Nabízí se otázky – *Kdo jsou studenti žurnalistických oborů v České republice a jaké je jejich profesní sebepojetí v současné žurnalistické etapě?* Odpovědi poskytuje výzkum Volka a Urbánikové. Do českého žurnalistického vzdělávacího pole vstupovalo dle výzkumu více žen – 69 % než mužů – 31 %.¹⁴⁵ Většina účastníků výzkumu pocházela z měst, nejvíce z nich pak z menšího města¹⁴⁶. Více než polovina českých studentů studovala kromě oboru Žurnalistika ještě jeden obor či už absolvovala jiné vysokoškolské vzdělání.¹⁴⁷ Více jak dvě třetiny studentů mělo v době výzkumu za sebou zkušenost s prací novináře. První žurnalistické zkušenosti čeští studenti získali většinou ještě před nástupem na vysokou školu – 36 %, ale zároveň 29 % dotázaných nemělo se žurnalistikou ještě žádné praktické zkušenosti.¹⁴⁸

¹⁴¹ VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 199.

¹⁴² Tamtéž.

¹⁴³ Tamtéž, s. 200.

¹⁴⁴ Tamtéž, s. 199-200.

¹⁴⁵ Výzkum byl proveden v roce 2017 a účastnilo se ho 412 studentů žurnalistických oborů. Tamtéž, s. 202.

¹⁴⁶ Menší město je autory definováno jako město mezi 10 000 a 100 000 obyvateli. Tamtéž, s. 205.

¹⁴⁷ Tamtéž, s. 208.

¹⁴⁸ Mezi další uvedené aspekty budoucích novinářů řadí autoři například i politickou orientaci či náboženské vyznání aj. Tamtéž, s. 201-214.

Dle Volka s Urbánikovou bylo problémem českých studentů slabé *illusia*¹⁴⁹, které může do budoucna zapříčinit další oslabování žurnalistické profese. U studentů bylo v otázce *illusia* zkoumáno jednak (první dimenze), jaká je jejich identifikace s profesí v rámci pěti dílčích typů – studijní motivace, zájem o kariéru novináře, profesní motivace, kariérní představy o povolání. V rámci druhé dimenze byli studenti podrobeni otázkám týkajících se identifikace s profesními rolemi, epistemologickými a etickými postoji.

V rámci identifikace s profesí a motivací ke studiu žurnalistiky odpovědělo 97 % studentů, že si Žurnalistiku zvolilo proto, že je tento obor zajímavý.¹⁵⁰ O kariéru novináře už mělo zájem méně než dvě třetiny dotazovaných. Zbylí studenti se chtěli profilovat v reklamě či marketingu, jako PR specialisté nebo jako tiskoví mluvčí. Zejména první volba – práce v reklamě a marketingu, by v zájmu profesionalizace a oborového *illusia* neměla připadat v úvahu.¹⁵¹

Hlavním důvodem, proč se čeští studenti nechtěli realizovat v žurnalistice byly až pro 50 % nízké mzdy a náročné pracovní podmínky, 37 % uvedlo, že je novinařina nebaví a 23 % se domnívalo, že by mělo omezené možnosti psát, protože novináři nemají dostatečnou autonomii¹⁵². Naopak důvodem, proč se čeští studenti chtěli realizovat v žurnalistice¹⁵³ bylo sebevyjádření, to uvedlo až 94 % z nich.¹⁵⁴ Z výzkumu dále vyplynulo, že čeští studenti vnímali

¹⁴⁹ „*Illusio je víra v profesi a smysluplnost novinářské činnosti, jež představuje klíčovou komponentu profesní identity.*“ BORDIEU, Pierre. 2000. cit. podle VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 200.

¹⁵⁰ Zároveň ale čeští studenti uvedli, že si obor Žurnalistika vybrali proto, že je to nevyhraněný obor, který navíc není náročný k zisku vysokoškolského titulu. Respondenti si při odpovědích mohli dle autorů zvolit maximálně dvě možnosti. VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6.s. 216-218.

¹⁵¹ Respondenti si při odpovědích mohli dle autorů zvolit maximálně dvě možnosti. Tamtéž, s. 118-220.

¹⁵² Tamtéž, s. 222.

¹⁵³ Respondenti byli zařazeni do tří skupin motivace na základě odpovědí na otázky autorů. Většina dotázaných studentů uvedla, že chce mít kreativní zaměstnání, protože ji baví psát či tvořit videa. Další početná skupina – 56 % měla k práci novináře altruistickou motivaci. Jen 25 % českých studentů chtělo být novinářem kvůli motivaci egoistické. Autoři dále rozdělovali studenty i dle jejich tematických zaměření. Tvůrci populárně-kulturních iluzí – 36 % – kulturní tematický směr žurnalistiky (preferenci práce v časopise, rovněž připouští možnost realizovat se v oblasti životního stylu), idealističtí aktivisté – 33 % témata politické žurnalistiky (práce ve zpravodajských denících nebo týdenících, v celostátních médiích veřejné služby), opatrní egoisté – 31 %. Poslední skupina měla méně vyhraněné představy o konkrétní rubrice (nejvíce se přiklápěla ke kultuře), spíše se orientovala na pragmatické stránky práce – finanční ohodnocení a prestiž. Chtěla se realizovat tak, aby jí byla navrácena investice do studia a zděděného kapitálu. Sport mezi tematickými oblastmi nefiguroval. Tamtéž, s. 221, 223-224.

¹⁵⁴ Respondenti si při odpovědích mohli dle autorů zvolit maximálně dvě možnosti. Tamtéž, s. 221.

žurnalistiku jako semi-profesi s nízkou mírou autonomie, která má nízkou prestiž a bojuje s nedůvěrou recipientů obsahu.¹⁵⁵

V otázce žurnalistických rolí se studenti shodli, že tou nejdůležitější je zprostředkovávat zprávy veřejnosti, a to tak, aby měla k dispozici co nejobjektivnější informace co nejrychleji, a to i proto, aby mohla činit informovaná politická rozhodnutí.¹⁵⁶ Většina studentů považovala za další důležité role žurnalistiky i analyticko-interpretální roli a kontrolní roli.¹⁵⁷ Zároveň nejvyšší procento dotazovaných přijímalo také roli učitele, která zahrnuje intelektuální rozvoj publika.¹⁵⁸

V otázce epistemologických východisek, která jsou dle Hanitzsche „základní filozofickou oporou novinářů při výkonu jejich činnosti proto, že legitimita žurnalistické činnosti je nevyhnutelně spjatá s nárokem si poznání a pravdy,“¹⁵⁹ čeští studenti inklinovali více k nízkému objektivismu. Z čehož vyplývá, že byli srozuměni s tím, že prakticky není možné docílit toho, aby byl novinář neutrálním a objektivním informátorem. Ideálu se dá pouze přiblížit pomocí empirických faktů. Čeští studenti se vyznačovali i nízkým empirismem, preferovali spíše analýzu a interpretaci faktů než jejich pouhé prezentování¹⁶⁰. V otázce etiky se projevoval fakt, že čeští studenti vnímali žurnalistiku jako semi-profesi, tudíž nebyli zcela přesvědčeni o existenci jednotného etického standardu. Etiku vnímali jako něco, co si každý novinář vykládá individuálně.¹⁶¹

Sebepojetí a profesní identitu českých novinářů zasáhl minulý režim a následné post-transformační procesy, které z práce žurnalisty utvořily v očích samotných novinářů semi-profesi s nízkou mírou prestiže, důvěryhodností ze strany publika a také s nízkou mírou autonomie. Dle Volka s Urbánikovou žurnalistické vzdělání nepomáhá upevnit profesní identitu novináře, protože utváření profesních postojů je příliš složité na to, aby se dalo

¹⁵⁵ Tamtéž, s. 227-233.

¹⁵⁶ Tamtéž, s. 234-236.

¹⁵⁷ Analyticko-interpretální role přináší recipientům analýzu a interpretaci komplexních problémů. Kontrolní role pasuje novináře do funkce „hlídáčiho psa demokracie“. Respondenti byli do uvedených kategorizací rolí zařazeni na základě výzkumu Johstona, Slawskiho a Bowmana (1973) a Weavera s Wilholtem (1996). Tamtéž, s. 235.

¹⁵⁸ Tamtéž, s. 227-236.

¹⁵⁹ HANITZSCH, Thomas. 2007. cit. podle VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 237.

¹⁶⁰ Respondenti byli zařazeni do kategorií epistemologických východisek dle Likertovy škály o čtyřech stupních – míra objektivismu a na základě míry souhlasu s výroky dosahující hodnot 0 až 2 body – indexy nízkého a vysokého empirismu. VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 238.

¹⁶¹ Tamtéž, s. 237-240.

formovat jen pomocí odborného vzdělání. Nicméně z výzkumu vyplynulo, že sebepojetí budoucích novinářů je stejně rozkolísané jako sebepojetí samotných žurnalistů.¹⁶²

¹⁶² Tamtéž, s. 249.

1.4 Sportovní novinář

Ve čtvrté kapitole teoretických východisek autorka představí pojem sportovní novinář. Autorka definuje sportovního novináře, charakterizuje jeho odlišnosti od ostatních odvětví a soustředí se na rozdílné vlastnosti a atributy práce sportovních novinářů. Autorka se rovněž zaměří na postavení sportovních novinářů ve společnosti očima jejich kolegů z jiných specializací v minulém režimu. Dále se autorka bude věnovat i genderové nevyváženosti ve sportovních redakcích. Vyústěním kapitoly bude představení současného společenského postavení sportovních novinářů.

1.4.1 Vymezení pojmu sportovní novinář

Těžištěm teoretických východisek předkládané magisterské diplomové práce je sportovní novinář. *Kdo je to sportovní novinář?* Sportovní novinář je žurnalista, který informuje o dění ze sportovního světa. Pomocí reportáží, rozhovorů, medailonů aj. se snaží přinášet recipientům nejen fakta, ale i poutavé příběhy.¹⁶³ Sportovní odvětví žurnalistiky je ekonomicky velmi důležitou součástí médií a sportovní novináři jsou nepostradatelnou součástí tohoto segmentu¹⁶⁴, který je v mnoha zemích nejzastoupenějším tematickým odvětvím žurnalistiky.¹⁶⁵

1.4.2 Specifika práce sportovních novinářů

Ze specifických aspektů, kterými se sportovní novináři odlišují od ostatních odvětví, pro ně pramení výhody i nevýhody. Mezi výhody práce sportovních novinářů patří velmi stabilní a předvídatelný rozvrh akcí, o kterých referují, stejně tak jeho nasycenost – ve sportovním světě se každý den něco děje a sportovní novináři mají stále o čem psát.

Mezi další výhody či usnadnění práce sportovního novináře lze řadit i práci se zdroji. Zatímco kolegové sportovních žurnalistů z jiných tematických zaměření musí hledat několik na sobě nezávislých zdrojů, sportovní novináři využívají ready-made sources, což by se dalo volně přeložit jako „hotové zdroje“. „Hotovými zdroji“ jsou například výsledky zápasů. Sport

¹⁶³ NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>. s. 17.

¹⁶⁴ ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>. s. 7.

¹⁶⁵ NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>. s. 17.

pracuje s výsledky, statistikami a čísly, na kterých zakládá svůj obsah. Sportovní novinář při tvoření reportáže například nemusí kvůli výsledku „řešeršovat“ tolik na sobě nezávislých zdrojů, má ho k dispozici jako „hotový zdroj“ na mnoha oficiálních sportovních webech či aplikacích a o jeho správnosti tím pádem není pochybováno.¹⁶⁶

K výhodám práce sportovního novináře náleží i to, že profesionální sportovci jsou zvyklí komunikovat s médii¹⁶⁷ a ve většině případů mají i ve smlouvách uvedenou povinnost spolupráce s nimi. Mezi výhody práce sportovního novináře lze počítat i fakt, že pokud ji dělá někdo, kdo je sportovním nadšencem, jeho koníček se stane prací – neboli, jak píše Andrews – „*může jít o nejlepší práci na světě*“.¹⁶⁸

Výhody či usnadnění přinesly sportovní žurnalistice i technologické inovace. Největší zlom přinesl televizní přenos, který v současné době postupně nahrazují online přenosy a streamy. Přenos, ať už televizní nebo i online, usnadňuje práci novinářům¹⁶⁹, kteří nyní ve všech případech nemusí během zápasu do terénu.¹⁷⁰ V závislosti na technologickém rozvoji a konvergenci už také sportovní novináři nemusí vyrážet do terénu s rozsáhlou aparaturou, protože k nafocení, natočení, nahrání i sepsání reportáže jim stačí jedno zařízení.¹⁷¹

Poněkud rozporuplné je, zda mezi klady nebo zápory práce novináře zařadit komunikaci se zdroji a tvoření vzájemných vztahů. Sportovní novináři musí mít širokou síť kontaktů, se kterou ale udržují jiné vztahy než jejich kolegové z ostatních tematických zaměření.

¹⁶⁶ ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>. s. 7.

¹⁶⁷ NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>. 17.

¹⁶⁸ ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>. s. 7: „*sports journalism can be the best job in the world.*“ (překlad vlastní).

¹⁶⁹ ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. Novinář a jeho zdroje v digitální éře. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 9788024616612.

¹⁷⁰ Například když má novinář za úkol pouhý online přenos nebo reportáž ze zápasu, vystačí si s přenosem, nicméně pravidlem zůstává, že kamera nenahradí vlastní oči a že na obrazovce nejde vidět vše. Tento usnadňující technologický prvek by měl zůstat jen jako doplňkový, pokud chce novinář přinášet kvalitní práci.

¹⁷¹ Konvergence sice na jednu stranu usnadňuje nejen sportovním žurnalistům práci, ale zároveň redukuje počet zaměstnanců v redakcích a zvyšuje konkurenci v už tak velmi konkurenčním sportovním odvětví. MORITZ, Brian Peter. Rooting for the story: Institutional journalism in the digital age. [online]. New York, 2014 [cit. 2022-11-30]. Dostupné z: <https://surface.syr.edu/etd/171/> etd Dizertační práce. Syracuse University. s. 104-111.

Sportovní žurnalista musí mít s kontakty vztahy loajální a důvěrné, ale nikoli příliš intimní. Zároveň, aniž by porušil důvěru svých zdrojů, musí naplnit očekávání svého publika.¹⁷²

Aby sportovní novinář zajistil svou relevanci, musí vytvářet čtivé a poutavé příběhy, ale zároveň musí být ve své práci s manažery sportovních organizací ostražitý. Jak již bylo uvedeno výše či v podkapitole 1.2.3 Současná sportovní žurnalistika, sportovní novináři se musí naučit pracovat se svými zdroji. Musí umět vybalancovat jejich nechuť ke spolupráci s externími novináři a vypracovat si u nich důvěru, aby jim byl umožněn přístup k informacím.¹⁷³

Zdroje jsou pro sportovní novináře tak cenné, že je nesvěřují ani kolegům ze své mediální organizace. Dle Nicholsona a kol., věří sportovní novináři více pokrývaným sportovním organizacím než svým kolegům. Ačkoli totiž sportovní organizace po většinu času nechtějí mít s novináři co do činění, občas je potřebují. Manažeři organizací vědí, že sportovní novináři mají spoustu kontaktů, a navíc díky praxi umí zasazovat příběhy do kontextu. Proto sportovní organizace udržují kontakty s minimem externích novinářů, kterým věří.¹⁷⁴

Práce sportovního novináře čítá také nevýhody, a to práci dle harmonogramu sportovních událostí, které se většinou konají ve večerních hodinách nebo o víkendech.¹⁷⁵

Práce sportovního novináře je specifická v požadavcích, které jsou na žurnalisty kladeny. Sportovní žurnalista musí rozumět svému publiku, které často čítá sportovní nadšence s velkým

¹⁷² Sportovní novinář balancuje mezi publikem a zdroji. Pokud se věnuje například jen jednomu sportovnímu odvětví či dokonce jednomu sportu nebo sportovnímu klubu, má omezené množství zdrojů. Na rozdíl od svých kolegů z jiných oborů, nemůže zveřejnit na úkor svých zdrojů často i zajímavý příběh, protože by na něj zanevřely a tím pádem by sice sportovní novinář jednou přinesl senzaci, ale nadále by byl bez důvěry a materiálu zdrojů, tudíž bez práce. NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429.

Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>, s. 17.

¹⁷³ Sportovní organizace často chtějí, aby mediální produkty při spolupráci s externími novináři odpovídaly jejich požadavkům. Mají předem určené respondenty či otázky, které chtějí, aby v rozhovoru zazněly. Mohou chtít také výsledný komunikát upravovat. Jindy zase nemusí mít daná organizace potřebu s novinářem komunikovat a není schopna mu v případě zájmu poskytnout informace pro jeho příběh. S tím musí sportovní novinář počítat a musí se s tím naučit pracovat, jinak hrozí, že přijde o své zdroje. Tamtéž.

¹⁷⁴ Důvěryhodným sportovním novinářem je dle Nicholsona a kol. pro sportovní organizaci ten, kdo se vždy identifikuje, uvede, kde a v jaké podobě bude rozhovor, případně jiný text publikován a také zmíní, kdo bude citován. Zároveň sportovní novinář získává důvěru i tím, že je loajální ke zdroji – v případě, že má článek, co by mohl být senzací, nezveřejní ho pro svou popularitu. Sportovní organizace ale musí brát v potaz, že pokud novinář získá informace, o kterých usoudí, že jsou veřejně prospěšné, může je na úkor loajality zveřejnit. V tom případě přátelské vztahy se zdroji zanikají. NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>, s. 17.

¹⁷⁵ Pokud referují o sportu, který se hraje v zemi s časovým pásmem např. NHL, musí navíc pracovat i v noci či v brzkých ranních hodinách.

přehledem. Dále musí znát nároky svých recipientů a také musí rozumět stylové a obsahové stránce, která je pro jeho publikum vhodná.¹⁷⁶ Sportovní novinář musí mít pro sport zapálení, cit a musí být schopen používat požadovaný jazyk.¹⁷⁷ V neposlední řadě si musí udržovat všeobecný globální přehled o dění ve sportovním světě. Tyto požadavky mohou být pro spoustu novinářů jednoduché a mohou je řadit mezi výhody práce sportovního žurnalisty, pro jiné může jít naopak o zápory.

1.4.3 Postavení sportovních novinářů ve společnosti očima žurnalistů v historickém kontextu

Jak již bylo uvedeno výše, sportovní novináři jsou v rámci tematických zaměření novinařiny „bráni poněkud na lehkou váhu“, a to i kolegy žurnalisty. Tento fakt není novou záležitostí. Kritice museli sportovní novináři čelit nejen ze strany minulého režimu, ale i ze strany kolegů jiných novinářských zaměření, kteří dle Bartalosoové na sportovní žurnalisty „nahlíželi z patra“.¹⁷⁸ Sportovní novináři museli bojovat s urážkami a posměchem ze strany svých kolegů, což zapříčinilo odchody talentovanějších žurnalistů do jiných žurnalistických odvětví.¹⁷⁹

Na druhou stranu se sportovní odvětví stalo oblíbeným vzhledem k faktu, že se vymykalo zmanipulovanému zpravodajství a nucené spolupráci. Ke sportovní novinařině se těchto důvodů obrátili i žurnalisté, kteří měli režimem zakázáno publikovat, a to zejména v období normalizace po roce 1968.¹⁸⁰ V předlistopadové době se dokonce „noviny četly

¹⁷⁶ ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>. s.7.

¹⁷⁷ NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>. s. 17. srov. ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>. s.7.

¹⁷⁸ BARTALOSO VÁ, Věra. Obraz novináře v časopise Československý novinář v 50. letech. [online]. Olomouc, 2012 [cit. 2023-04-15]. Dostupné z: <https://library.upol.cz/arl-upol/cs/csg/?repo=upolrepo&key=69900745863>. Bakalářská diplomová práce. Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce PhDr. Petr Orság, Ph.D. s. 57.

¹⁷⁹ BARTALOSO VÁ, Věra. KDO JE DNES NOVINÁŘ, SOUDRUŽI?: Reflexe novinářské profese stavovskou organizací československých novinářů v letech 1948-1968 [online]. Olomouc, 2021 [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://library.upol.cz/arl-upol/cs/csg/?repo=upolrepo&key=43032190201>. Disertační práce. Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce doc. PhDr. Petr Orság, Ph.D. s. 74, s. 139.

¹⁸⁰ NEMRAVOVÁ, Petra. Vývoj formy sportovního zpravodajství od zahájení vysílání Československé televize do současnosti [online]. Praha, 2018 [cit. 2022-11-18]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/100082/120298738.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

odzadu,“ tedy od sportovních stránek, protože ani sami čtenáři neměli zájem o čtení o politice vládnoucí strany a o cenzurované informace.¹⁸¹

Ačkoli sportovní žurnalistika působila během minulého režimu jako „útočiště“ pro novináře a parciálně i pro část společnosti, samotný režim sportovní odvětví kritizoval. Sportovní redakce byly v 50. letech 20. století obviňovány za nedostatečnou ideologickou interpretaci – výsledky musely být doplňovány ideologickým komentářem.¹⁸² V 60. letech 20. století režim vyčítal sportovním novinářům, že ze sportovců dělají celebrity, čímž posilují nežádoucí kult osobnosti.¹⁸³ Na hlavu novinářů se zároveň snášela i kritika za nezájem o témata nad rámec sportu.¹⁸⁴ Kritizováno bylo rovněž přílišné vyzdvihování elit na úkor mládeže a běžných sportovně i pracovně aktivních dělnických vrstev.

1.4.4 Genderová nevyváženost mezi sportovními novináři

Mezi specifika sportovního odvětví patří největší genderová nevyváženost mezi novináři ze všech žurnalistických oblastí. V roce 2005 poukázala studie anglických deníků, že ze 160 novinářů, kteří se v denících Spojeného království věnují sportu, je zastoupeno jen 14 žen.¹⁸⁵ Novější studie dvou švýcarských frankofonních deníků v roce 2020 odhalila, že ženy produkovaly jen 9 % všech zveřejněných článků, zatímco za 90 % z nich stáli muži.¹⁸⁶ Dle Boczkové a kol.¹⁸⁷ je hlavní příčinou nerovnosti nedostatečná důvěra publika v ženské

Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Milan Kruml. s. 10.

¹⁸¹ DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7 363-131-4. s. 42.

¹⁸² BARTALOSOVÁ, Věra. KDO JE DNES NOVINÁŘ, SOUDRUZI?: Reflexe novinářské profese stavovskou organizací československých novinářů v letech 1948-1968 [online]. Olomouc, 2021 [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://library.upol.cz/arl-upol/cs/csg/?repo=upolrepo&key=43032190201>. Disertační práce. Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce doc. PhDr. Petr Orság, Ph.D. s. 74, s. 139.

¹⁸³ Tamtéž, s. 68, s. 138-139.

¹⁸⁴ Sportovní novináři měli dle minulého režimu informovat nejen o sportovních výsledcích atletů, ale zaměřit se zejména na brannou schopnost mládeže. Tamtéž, s. 138.

¹⁸⁵ BOYLE, Raymond. Sport Journalism: Context and Issues [online]. 1 st ed. SAGE Publications. 2006 [cit. 2023-04-17]. ISBN 9781446223789. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 15.

¹⁸⁶ SCHOCH, Lucie. The Gender of Sports News: Horizontal Segregation and Marginalization of Female Journalists in the Swiss Press. Communication [online]. 2022, 10(4), 746-766 [cit. 2022-11-16]. ISSN 21674795. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/2167479520951162>.

¹⁸⁷ Boczková a kol. ve své studii interpretují data výzkumu Luisi a kol. z roku 2020 a Cummise a kol. z roku 2019, která ukazují, že mužské i ženské publikum přiznalo, že preferuje v pozici sportovního komentátora muže, protože působí věrohodněji a jejich projev je více strhující. BOCZEK, Karin, Leyla DOGRUEL a Christiana SCHALLHORN. Gender byline bias in sports reporting: Examining the visibility and audience perception of male and female journalists in sports coverage. Journalism [online]. 2022, 146488492110633 [cit. 2023-11-16]. ISSN 17413001. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/14648849211063312>.

sportovní novinářky. Ženy se z toho důvodu do sportovních redakcí dostávají stěží, protože nejsou pro svou nízkou kredibilitu poptávány.¹⁸⁸

Dalším důvodem, proč panuje ve sportovním odvětví žurnalistiky genderová nerovnost, je fakt, že ženy nezapadají do hypermaskulinního prostředí sportu. Maskulinní hegemonie, která se dle Schmidta „týká stavu, kdy se chování a vlastnosti, které jsou stereotypně spojeny s muži – jako jsou neústupnost, soutěživost a agresivita, stanou ve společnosti privilegovanými a formují základ dominantní teorie, která uplatňuje sociální kontrolu nad jinými.“¹⁸⁹ Sportovní novinářky se v návaznosti na tuto skutečnost musí často potýkat s tím, že pracují na nižších pozicích, pokrývají pouze méně seriózní témata nebo musí bojovat se sexismem či s diskreditací.

Sportovní redakce dle dat netouží po diverzifikaci, přitom sportovní novinářky mohou přinést do sportovního zpravodajství jiný úhel pohledu na problematiku. Amy Lawrencová, v současné době už bývalá fotbalová novinářka týdeníku The Observer uvádí, že ženy mohou přispět do maskulinního světa sportu odlišným pohledem, prací či interpretací. Lawrencová poukazuje například na práci s emocemi.¹⁹⁰

¹⁸⁸ Tamtéž.

¹⁸⁹ SCHMIDT, Hans C. Forgotten Athletes and Token Reporters: Analyzing the Gender Bias in Sports Journalism. *Atlantic journal of communication* [online]. Routledge, 2018, 26(1), 59-74 [cit. 2022-11-17]. ISSN 1545-6870. Dostupné

z: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/15456870.2018.1398014?needAccess=true&role=button>. s. 60: „masculine hegemony came to refer to the way in which the behaviors and traits stereotypically associated with men—such as toughness, competitiveness, and aggressiveness come to be privileged by society and form the basis of a dominant ideology that exercises social control over others.“ (překlad vlastní).

¹⁹⁰ „Jsem si vědoma toho, že se ve své práci více zaměřuji na emociální stránku věci. Zajímá mě, jakým způsobem lidé vyjadřují sami sebe během hry.“ BOYLE, Raymond. *Sport Journalism: Context and Issues* [online]. 1 st ed. SAGE Publications. 2006 [cit. 2023-04-17]. ISBN 9781446223789. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 15: „I am conscious that I will focus on the more emotional aspect of things in my writing. I am interested in the way that people in the game express themselves.“ (překlad vlastní).

1.4.5 Vnímání sportovních novinářů v současném společenském kontextu

Ve 21. století nabyla sportovní žurnalistika na důležitosti, přesto existují lidé, ať už kolegové novináři nebo jedinci z řad veřejného diskurzu, kteří tvrdí, že sportovní žurnalistika je pouze nekritické podporování sportu za účelem zachování si přísunu práce.¹⁹¹

Vnímání práce sportovního novináře je rozporuplné. Sami sportovní novináři svou práci milují. Dle Nicholsona a kol. disponují vášní pro práci, které se věnují.¹⁹² Sportovní žurnalisté mohou díky své práci cestovat po celém světě a referovat o tom, co je baví z nejlepších pozic na stadionech. Zároveň sportovní novináři přichází do kontaktu se sportovci, kteří jsou sami o sobě ve společnosti velmi populární. Žurnalista se tak sám může stát hvězdou díky tomu, že se bude se slavnými atlety vyjímat na televizních obrazovkách.¹⁹³

Ačkoli se sportovní novináři své práci věnují s vášní, musí se potýkat s překážkami v podobě neochoty komunikace ze strany sportovních organizací či s výsměchem kolegů z ostatních novinářských specializací, kteří vnímají „sportáky“ jako ty, co produkují pro veřejnost neprospěšné soft news a jejichž odvětví není ničím více než „oddělením hraček“.¹⁹⁴

¹⁹¹ Problematice odstranění prostředníka z komunikace sportovních organizací s veřejností, preferencí některých organizací v zachování vztahů s novináři a s tím spojenou deprofesionalizaci žurnalistiky vlivem sociálních sítí se autorka detailněji věnuje v podkapitole 1.2.3 Současná sportovní žurnalistika.

¹⁹² Autoři srovnávají v tomto ohledu sportovního novináře s novinářem, který se věnuje zpravodajství a odkrývá podstatu kriminality. Autoři uvádí, že takovýto novinář vnímá svou práci pozitivně, je rád, že snižuje kriminalitu, ale na rozdíl od sportovního novináře, který má vášeň pro sport, nemá vášeň pro snižování kriminality. NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>. s. 17.

¹⁹³ ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>. s. 7.

¹⁹⁴ NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>. s. 17.

1.5 Předchozí výzkumy a akademické práce

Autorka v tomto oddílu diplomové práce prezentuje předchozí výzkumy a akademické práce, které se zabývaly podobnou problematikou jako předkládaná diplomová práce.

Problematika, kterou se autorka ve své magisterské diplomové práci zabývá, není dosud zpracovaná v žádné publikaci ani akademické práci. Existují ale publikace či texty související s tématem předkládané práce, které se zabývají zkoumanou problematikou odděleně. Řeší buď postavení novinářů ve společnosti (z pohledu studentů žurnalistiky), anebo postavení sportovních novinářů ve společnosti.

Z hlediska postavení novinářů ve společnosti je této diplomové práci nejbližší smíšený výzkum Volka a Urbánikové, který se zabývá sebepojetím českých i zahraničních studentů žurnalistiky.¹⁹⁵ Výsledkům výzkumu českých studentů se autorka podrobněji věnuje ve třetím oddílu teoretických východisek. Pro kontext a srovnání s výzkumem zahraničních studentů zmíní, že sebepojetí českých novinářů a jejich nastupující generace silně zasáhl komunistický režim a následné transformační procesy. Zejména tyto faktory zapříčinily rozkolísané sebepojetí českých novinářů a studentů žurnalistiky či žurnalistických oborů. Novinář je nyní v očích vykonavatelů profese a jejich nástupců vnímán jako semi-profese s nízkou mírou prestiže, důvěry a autonomie.¹⁹⁶

Kromě českých studentů se do výzkumu Volka a Urbánikové zapojili i jejich kolegové z Polska a Švédska. Stejně jako v případě českých studentů vstupovalo do výzkumu více žen.¹⁹⁷ V případě Polska pocházelo nejvíce informantů z menšího města a v případě Švédska z města většího.¹⁹⁸

Výzkum zobrazil některé odlišnosti českých studentů od jejich zahraničních kolegů. Čeští studenti byli oproti dvěma zkoumaným zahraničním skupinám bráni jako méně vyhranění. Toto tvrzení dle Volka s Urbánikovou vyplývá z dat, která ukazují, že během studia žurnalistiky měli už čeští studenti dostudovaný jiný vysokoškolský obor, či studovali dvouoborové programy nebo více studijních oborů zároveň. Menší vyhraněnost může také dle autorů nasvědčovat tomu, že čeští studenti se snažili mít studiem více programů širší

¹⁹⁵ VOLEK, Jaromír a Marina URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 199-249.

¹⁹⁶ Tamtéž.

¹⁹⁷ Do výzkumu vstupovalo celkem 347 polských studentů, z nichž 75 % byly ženy. Švédských studentů bylo dohromady 150, přičemž 61 % z nich byly ženy. Tamtéž, s. 202.

¹⁹⁸ Tamtéž, 202-203, s. 205.

uplatnitelnost na trhu práce, která může současně souviset s nezájmem o budoucí práci novináře.¹⁹⁹

S ohledem na mediální kapitál studentů, ke kterému patří i samotná praxe v médiích, měli studenti z postkomunistických zemí možnost získat praxi ještě před studiem na vysoké škole. Naopak ve Švédsku je dle autorů podmínkou pro praxi v médiích absolvované studium žurnalistiky nebo alespoň doklad o jeho průběhu. Proto švédští studenti získávali praxi nejčastěji až během studia.²⁰⁰

Důraz kladený na vzdělání v oblasti médií se zobrazuje i v illusiu. Švédští studenti se v médiích bez žurnalistického vzdělání obejdou jen těžko, proto byla jejich motivace ke studiu vysoká. Čeští a potažmo i polští studenti si volili studium žurnalistiky i proto, že jde o poměrně jednoduchý zisk vysokoškolského titulu.²⁰¹

Studenti z postkomunistických zemí měli během studia sklon netíhnout k práci novináře, ale inklinovali spíše k PR či marketingu²⁰². Dle autorů se projevila nevyhraněnost českých a polských studentů, ale i neoddělenost zdánlivě příbuzných, avšak zcela odlišných oborů jako jsou Žurnalistika, PR a Marketing na vysokých školách v České republice a v Polsku. U švédských studentů byla hranice mezi žurnalistikou, PR a marketingem mnohem hmatatelnější, jejich zájem o práci novináře byl vyšší a jejich illusio silnější.²⁰³ Se silnějším illusiem souvisí i vyšší míra autonomie žurnalistického pole, kterou švédští studenti vnímali jako vysokou. Naopak čeští a polští studenti komentovali míru autonomie v závislosti na propustnosti s jinými obory jako nízkou.²⁰⁴

Výzkum zobrazil nejen odlišnosti, ale i určité podobné aspekty sebepojetí studentů. Ačkoli motivace ke studiu byla u studentů postkomunistických zemí a Švédska rozdílná, motivace stát se novinářem byla shodná. Studenti toužili v roli novinářů po sebevyjádření.²⁰⁵

¹⁹⁹ Tamtéž, s. 207-208, s. 218-220.

²⁰⁰ Tamtéž, s. 210.

²⁰¹ Tamtéž, s. 209-210.

²⁰² Novináři se chtělo stát 62 % dotazovaných českých studentů a 60 % polských studentů. V marketingu se chtělo realizovat 33 % českých studentů a 35 % polských studentů. Respondenti si při odpovědích mohli dle autorů zvolit maximálně dvě možnosti. Tamtéž, s. 218.

²⁰³ Dotázaní studenti se chtěli realizovat jako novináři až v 95 %. Kariéra v marketingu lákala jen 9 % z nich a do PR by zamířilo jen 5 %. Jeden ze studentů Univerzity v Södertörnu komentoval svůj postoj k volbě kariéry následovně: „*Já bych nikdy s oddělením PR nespolečně pracoval. [...] Žurnalistika se má zabývat rozšiřováním pravdy a práce PR naopak pravdu skrývat.*“ Respondenti si při odpovědích mohli dle autorů zvolit maximálně dvě možnosti. Tamtéž, s. 218-219.

²⁰⁴ Čeští studenti vnímali v 57 % případů míru žurnalistického pole jako nízkou. Polští studenti měli stejný postoj v 54 % případech. Naopak švédští studenti viděli žurnalistické pole jako vysoce autonomní. Tuto odpověď uvedlo 44 % dotázaných. Tamtéž, s. 227-233.

²⁰⁵ Švédští studenti měli navíc v porovnání se svými kolegy z postkomunistických zemí vysokou altruistickou motivaci – sebevyjádření 83 %, altruistická motivace 81 %. Respondenti byli zařazeni do tří skupin motivace na základě odpovědí na otázky autorů. Tamtéž, s. 221.

Naopak důvody odrazující studenty od kariéry novináře se v jednotlivých zemích různily. Pro české studenty představovaly nejčastější problém nízké mzdy, polské studenty žurnalistika nenaplňovala, švédští studenti se obávali, že v médiích nenajdou uplatnění.²⁰⁶ Strach z nenalezení uplatnění mohl u švédských studentů vyvolat fakt, že je novinář vnímán s vyšší prestiží. Až 61 % dotázaných švédských studentů hodnotilo práci novináře jako plnohodnotnou profesi, stejně odpovědělo jen 13 % českých studentů a 25 % polských studentů. Studenti postkomunistických zemí vnímali práci novináře nejčastěji jako semi-profesi²⁰⁷, přičemž uváděli, že dříve žurnalistika profesí byla, dnes už ale toto stanovisko neplatí.²⁰⁸

Z hlediska profesních rolí se dotazovaní studenti nejvíce ztotožňovali s informační rolí, tedy s rychlým zprostředkováním informací veřejnosti a analyticko-interpretační rolí, která veřejnosti nabízí analýzu a interpretaci komplexních problémů.²⁰⁹ Čeští a polští studenti se nejčastěji identifikovali s rolí novináře i jako učitele, který má rozvíjet intelektuálně a kulturně zájmy publika. Zatímco švédští studenti se ztotožňovali spíše s rolí kontrolní – novinář má být hlídacím psem byznysu a podnikatelů a s rolí advokáta – zastávce slabých a neprivilegovaných.²¹⁰

V otázce etiky práce novináře se shodovaly názory studentů z postkomunistických zemí. Polští a čeští studenti vnímali etiku jako něco, co se nelze naučit, jelikož vzniká interpretací každého jedince. Naopak švédští studenti považovali etiku za nejdůležitější část svého odborného vzdělání.²¹¹

Výzkum zobrazil názory dotazovaných studentů z vybraných zemí, které jsou v určitých oblastech homogenní a v jiných se liší. Čeští studenti se ve svých názorech shodovali spíše s polskými kolegy. Dle Volka s Urbánikovou lze stanovit závěry výzkumu pro jednotlivé země, ale při vzorku tří zemí a nedostatku dat nelze vytvářet závěry o globální provázanosti.

Inspiraci pro vlastní výzkum našla autorka kromě výzkumu Volka a Urbánikové rovněž v kvantitativním výzkumu Volka a Jiráka týkajícího se sebepojetí českých novinářů v post-transformační době, jemuž se autorka opět podrobně věnuje ve třetím oddílu teoretických východisek.²¹²

²⁰⁶ Respondenti si při odpovědích mohli dle autorů zvolit maximálně dvě možnosti. Tamtéž, s. 222.

²⁰⁷ Jako semi-profesi vnímalo práci novináře 83 % dotázaných českých studentů a 72 % polských studentů. Tamtéž, s. 228.

²⁰⁸ Tamtéž, s. 229.

²⁰⁹ Respondenti byli do uvedených kategorizací rolí zařazeni na základě výzkumu Johstona, Slawskiho a Bowmana (1973) a Weavera s Wilholtem (1996). Tamtéž, s. 234-235.

²¹⁰ Respondenti byli do uvedených kategorizací rolí zařazeni na základě výzkumu Johstona, Slawskiho a Bowmana (1973) a Weavera s Wilholtem (1996). Tamtéž, s. 236.

²¹¹ Tamtéž, s. 239.

²¹² VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45, 101 s. ISSN 1801-9978

Z akademických prací se tématu předkládané práce v oblasti vnímání postavení novinářů z pohledu studentů nejvíce přiblížila magisterská diplomová práce Barbory Součkové.²¹³ Součková ve své práci pomocí analýzy polostrukturovaných rozhovorů zkoumala vnímání práce novináře z pozice studentů oboru Žurnalistika ze tří českých univerzit – Univerzity Karlovy, Masarykovy Univerzity a Univerzity Palackého v Olomouci. Informanty ve výzkumu byli studenti bakalářských programů, kteří se s žurnalistikou setkali nejen v akademické sféře, ale i v praxi. Autorka práce se zaměřovala zejména na motivaci studentů k volbě oboru a na etické aspekty novinářské práce.²¹⁴

Z výzkumu Součkové vyplynulo, že si studenti obor Žurnalistika zvolili nejčastěji proto, že ho vnímali jako poslání nebo proto, že díky ní mohou realizovat svou kreativitu. Ve střetu s praxí informanti uváděli, že je studium na spoustu věcí nepřipravilo. Práce v médiích pro ně byla psychicky náročná a finančně podhodnocená. Ačkoli informanti považovali žurnalistiku za velmi důležitou, deklarovali, že důvěra v novináře v současné době klesá, což ale dle názorů dotazovaných nesnižuje postavení novinářů ve společnosti. V závěru autorka uvádí, že aby žurnalistika mohla plnit veškeré své funkce, musí být vystavena i kontrole a kritice, aby nová, nastupující generace cítila ideály novinářské práce.²¹⁵

Nedílnou součástí zkoumané problematiky této práce jsou sportovní novináři. Tematicky nejbližší výzkumu předkládané práce je magisterská diplomová práce Markéty Weinlichové²¹⁶, která se ve svém výzkumu zabývá i prestiží sportovního novináře, respektive sebepojetím prestiže sportovního novináře. Informanti Weinlichové, sportovní novináři, hodnotili svou práci jako prestižní. Sportovní žurnalisté vnímali jako prestižní možnost psát do sportovních rubrik nebo také scházet se s předními, úspěšnými a známými sportovci. Rovněž uváděli, že dělají práci, které se nevěnuje každý, což je samo o sobě prestižní.²¹⁷

Tematicky se výzkumu této práce přiblížila i magisterská diplomová práce Martina Mlsa, která se zabývá společenskou úlohou sportovního novináře. Autor za pomoci

²¹³ SOUČKOVÁ, Barbora. Role a postavení novinářské profese v perspektivě studentů žurnalistiky [online]. Praha, 2022. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/176074/120428793.pdf?sequence=1>. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

²¹⁴ Tamtéž.

²¹⁵ Tamtéž, s. 112-114.

²¹⁶ WEINLICOVÁ, Markéta. Aspekty životní dráhy sportovních novinářů v kontextu volby profese [online]. Brno, 2020 [cit. 2023-03-31]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/df2e6/Diplomova_prace_finalni_verze.pdf. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, Katedra společenských věd a managementu sportu. Vedoucí práce Mgr. Milena Strachová, Ph.D.

²¹⁷ Tamtéž, s. 66-67.

kvalitativního výzkumu ve formě dotazníku zjišťoval postoje k problematice od respondentů z řad sportovních novinářů. Mls na základě svého výzkumu vytvořil typologii sportovních novinářů, u které uvádí jako hlavní rozlišovací kritérium míru profesionalizace.²¹⁸

²¹⁸ MLS, Martin, Sportovní novinář a jeho společenská úloha: srovnávací analýza [online]. České Budějovice, 2011 [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: https://theses.cz/id/vc814y/mls_DP.pdf. Magisterská diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Pedagogická fakulta. Katedra společenských věd. Vedoucí: prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

2. METODIKA

Autorka v oddílu metodika představuje vlastní výzkum. Vymezuje jeho cíl, popisuje, proč si pro svůj výzkum vybrala kvalitativní metodu, kterou charakterizuje. Autorka také vysvětluje, proč si zvolila jako techniku sběru dat polostrukturované rozhovory. Techniku rovněž charakterizuje. Oddíl metodika obsahuje i data o informantech výzkumu a zkoumaném vzorku.

2.1 Cíl výzkumu

Cílem předkládané diplomové práce je zjistit, jak studenti žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci vnímají postavení sportovních novinářů v současném společenském kontextu. Cíl výzkumu bude naplněn za pomoci kvalitativního výzkumu analýzou polostrukturovaných rozhovorů, který autorce umožní zodpovězení hlavní výzkumné otázky, jež zní: *Je postavení sportovních novinářů v očích studentů žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci rovnocenné s ostatními žurnalistickými specializacemi?* V rámci této diplomové práce budou zodpovězeny i otázky dílčí, které zní: *Jak studenti vnímají profesi novináře? V čem studenti spatřují specifikum práce sportovního novináře? Co určuje profesní zdatnost sportovního novináře? Jak studenti vnímají úlohu sportu a sportovních médií ve společnosti? Ovlivňuje současná společnost uplatnění sportovního novináře?*

2.2 Vzorek výzkumu

Nedílnou součástí kvalitativního výzkumu s využitím dotazování jako metody sběru dat jsou informanti.²¹⁹ Součástí výzkumu této magisterské diplomové práce jsou informanti z řad studentů a studentek bakalářských žurnalistických programů²²⁰ na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Celkový vzorek bude čítat jednadvacet studentů jednooborové i dvouoborové Žurnalistiky. Z každého ročníku bude náhodně, pomocí online generátoru čísel, vylosováno sedm studentů, se kterými autorka povede dle scénáře

²¹⁹ Dotazování jsou v kvalitativním výzkumu označováni jako informanti nebo komunikační partneři. SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 207.

²²⁰ Tato práce pracuje se vzorkem nejen studentů bakalářských programů Žurnalistika na Katedře mediálních a kulturních studií a žurnalistiky, ale i informantů dvouoborových programů, proto nese vzorek výzkumu název studenti žurnalistických oborů.

polostrukturované rozhovory. Studenti budou kontaktováni za pomoci sociálních sítí či školního e-mailu.²²¹

Dotazování studenti dopředu nebudou vědět, jaký má výzkum přesný cíl. Budou informováni, že se zúčastní výzkumu týkajícího se tematických zaměření studentů žurnalistických oborů, nikoli že má výzkum poskytnout jejich názor na postavení sportovních novinářů ve společnosti, a to proto, aby studenti odpovídali autenticky. Kdyby studenti byli obeznámeni s cílem výzkumu, mohli by se zdráhat odpovědět upřímně na otázky ohledně hodnocení jednotlivých specializací.

Vzorek výzkumu tvoří informanti z řad studentů a studentek bakalářských žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Celkový počet dotazovaných čítá 21 studentů, sedm z každého ze tří ročníků. Informanti byli pro výzkum vybíráni náhodnou metodou – losování pomocí náhodného generátoru čísel.

Do výzkumu vstupovalo 10 mužů a 11 žen ve věkové skupině od 19 do 25 let, přičemž nejvíce informantů mělo v době průběhu rozhovorů 21 let.²²² Nejvíce informantů pocházelo z menšího města.²²³ Dvě třetiny dotazovaných byli absolventy gymnázií, naopak jedna třetina byla v zastoupení absolvované střední školy různorodá.²²⁴ Z celkového počtu dotazovaných studovalo dvanáct jednooborovou Žurnalistiku, devět studentů studovalo dvouoborové programy.²²⁵

Z prvního ročníku se výzkumu zúčastnili: SB (Anglická filologie maior a Žurnalistika minor), KF (Filmová studia maior a Žurnalistika minor), VH (Žurnalistika), TP (Televizní a rozhlasová studia maior a Žurnalistika minor), KR (Žurnalistika), DŠ (Filmová studia maior a Žurnalistika minor) a AW (Žurnalistika).

²²¹ Seznam studentů všech tří ročníků autorka získala díky evidenci studujících na povinných kurzech pro daný ročník. Následně pomocí online generátoru náhodných čísel Pili App – Piliapp: Generátor náhodných čísel [online]. Dostupné také z: <https://cs.piliapp.com/random/number/> bude vylosováno sedm náhodných studentů z každého ročníku.

²²² 21 let mělo v době konání rozhovorů 11 informantů, 5 informantů mělo 20 let, dva 22 let a jedním informantem byly zastoupeny věkové skupiny 19, 23 a 25 let.

²²³ Nejvíce informantů, a to 14 pocházelo z menšího města od 10 000 do 100 000 obyvatel. Pět zbylých informantů pocházelo z vesnice a dva z většího města. K rozdělení měst do kategorií autorka vycházela z publikace Volka a Urbánkové VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVA. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 205.

²²⁴ Čtrnáct informantů absolvovalo jako střední školu gymnázium, dvanáct čtyřletou formu, dva osmiletou formu. Zbylých sedm studentů absolvovalo: střední školu elektroprůmyslovou, střední školu průmyslovou se zaměřením na průmyslový design, střední školu zdravotnickou, střední školu grafickou, střední školu se zaměřením na sociálně právní činnost a lyceum.

²²⁵ Z devíti studentů dvouoborových programů měl Žurnalistiku jako maior jen jeden informant, a to v kombinaci s Televizními a rozhlasovými studii. Zbylých osm studentů studovalo Žurnalistiku jako minor s následujícími obory: Anglická filologie, Filmová studia, Televizní a rozhlasová studia, Politická komunikace a politický marketing, Mezinárodní vztahy a bezpečnost, Divadelní studia.

Ze druhého ročníku participovali ve výzkumu: KB (Žurnalistika), JD (Žurnalistika), LJ (Žurnalistika maior a Televizní a rozhlasová studia minor), MJ (Žurnalistika), NK (Žurnalistika), MK (Politická komunikace a politický marketing maior a Žurnalistika minor) a KO (Žurnalistika). Informanty ze třetího ročníku byli: MB (Mezinárodní vztahy a bezpečnost maior a Žurnalistika minor), AP (Žurnalistika), JP (Žurnalistika), AR (Žurnalistika), AV (Žurnalistika), AV (Žurnalistika) a BZ (Divadelní studia maior Žurnalistika minor)²²⁶.

S informanty vedla autorka polostrukturované rozhovory na základě scénáře viz příloha č. 1 během listopadu a prosince 2022. Průběh rozhovorů byl nahráván na dvě záznamová zařízení a následně přepsán. Autentické odpovědi informantů, které jsou součástí přílohy, sloužily jako materiál pro analytickou část této práce.

Autorka této práce kromě oboru Mediální studia se specializací na žurnalistická studia studuje i bakalářský obor Žurnalistika. Informanti z řad spolužáků, přátel a známých autorky²²⁷ nebyli o tématu či cíli výzkumu nijak informováni. Výzkumu se účastnili za stejných podmínek jako ostatní informanti.

2.3 Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum se rozumí dle Strausse s Corbinovou „*jakýkoli výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace.*“²²⁸ Creswell doplňuje, že kvalitativní výzkum není charakterizován pouze absencí čísel, ale jde o „*proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.*“²²⁹ Kvalitativní výzkum se může například zabývat životem lidí, jejich chováním, vzájemnými vztahy²³⁰, názory a postoji.

Kvalitativní výzkum bývá někdy označován i jako emergentní nebo pružný, a to proto, že ačkoli jsou na začátku výzkumu stanoveny základní výzkumné otázky, mohou být během

²²⁶ V rámci zachování ochrany osobních údajů jsou informanti výzkumu označeni iniciálami. V případě shodných iniciál je k příjmení přidáno jeho druhé písmeno.

²²⁷ Zejména šlo o studenty druhého ročníku, ale autorka díky redakční praxi zná i jednu ze studentek třetího ročníku.

²²⁸ STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN. Přeložil Stanislav JEŽEK. Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie. Boskovice: Albert, 1999. SCAN. ISBN 80-85834-60-X. s. 10.

²²⁹ CRESWELL, John. 1998. cit. podle HENDL, Jan. HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 50.

²³⁰ STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN. Přeložil Stanislav JEŽEK. Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie. Boskovice: Albert, 1999. SCAN. ISBN 80-85834-60-X. s. 10.

sběru dat²³¹ či jejich analýzy modifikovány nebo doplňovány, v závislosti na čemž dochází během výzkumu i k modifikaci výzkumného procesu.

Sběr dat a analýza probíhají během kvalitativního výzkumu souběžně. Výzkumník sbírá data, analyzuje je a na základě analýzy se rozhoduje, zda jsou pro něj získaná data potřebná. Tento postup je opakován v několika cyklech, protože výzkumník data velmi často přezkoumává.²³²

Analýza dat je prováděna induktivně na základě kódování, během něhož výzkumník třídí data dle relevance ke zkoumanému tématu.²³³ Prvním krokem při kódování je operacionalizace dat neboli konceptualizace, kdy si výzkumník stanoví, co jednotlivá data znamenají.²³⁴ Kódování výzkumníkovi pomáhá zobrazit souvislosti mezi daty a nastiňuje možnou analogii mezi analyzovanými údaji.²³⁵ Na základě analýzy poté dochází k výsledné interpretaci dat. Interpretovaná data tvoří závěr výzkumu, který přináší holistický obraz nové teorie na základě předem vysvětlených konceptů.²³⁶

V rámci výzkumu této práce autorka v polostrukturovaných rozhovorech přiřadila kódy opakujícím se pojmům a s nimi souvisejícím jevům. Na základě těchto kódů vznikly v rámci výzkumu této práce kategorie např. vzdělání, motivace a demotivace pro to stát se novinářem, výběr tematického zaměření, vnímání fenoménu sportovního novináře atd. Tento proces Strauss a Corbinová nazývají kategorizace.²³⁷

Kvalitativní výzkum „*informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.*“²³⁸ Z tohoto důvodu autorce přišla tato metoda jako adekvátní pro naplnění cílů předkládané magisterské diplomové práce, která se zabývá názory a postoji studentů, jež budou zkoumány v jejich přirozených podmínkách. Výhodu kvalitativního

²³¹ Během kvalitativního výzkumu jsou sbírána tzv. měkká data. Dle Sedlákové jde o data citlivá jemná a kontextová. Petrušek tato data charakterizuje jako „*data, která nemá smysl do počítače dávat, přesněji data, jejichž povaha by se počítačovým zpracováním kvalitativně změnila a ztratila svou specifikou.*“ PETRUSEK, Miloslav. *Teorie a metoda v moderní sociologii*. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-799-0. s. 127.

²³² Hendl přirovnává činnost výzkumníka k práci detektiva. Uvádí, že „*výzkumník vyhledává a analyzuje jakékoliv informace, které přispívají k osvětlení výzkumných otázek, provádí deduktivní a induktivní závěry.*“ Sběr dat a jejich analýza probíhají i v závislosti na cyklech ověřování v delším časovém úseku. Výzkum má longitudinální charakter. HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 50.

²³³ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 412.

²³⁴ Výzkumník si během konceptualizace stanovuje, označení pro jednotlivé jevy. Tamtéž, s. 413.

²³⁵ Tamtéž, s. 420.

²³⁶ Tamtéž, s. 425.

²³⁷ STRAUSS, Anselm L. a JULIET CORBIN. Přeložil Stanislav JEŽEK. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999. SCAN. ISBN 80-85834-60-X. s. 42-52.

²³⁸ CRESWELL, John, 1998 cit. podle HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 50.

výzkumu vzhledem k výzkumnému problému předkládané práce autorka spatřuje zejména v možnosti hledání idiografických příčinných souvislostí. Za výhodu rovněž považuje i získávání podrobného popisu a vzhledu při zkoumání jedince a skupiny, pružnost výzkumu a fakt zkoumání jedince v přirozeném prostředí.²³⁹

Dle Hendla spočívají nevýhody kvalitativního výzkumu v jeho časové náročnosti, obtížné realizovatelnosti, malé transparentnosti a neprůhlednosti.²⁴⁰ Zmíněné výhody kvalitativního výzkum s ohledem na autorkou zkoumaný fenomén, ale převyšují jeho nedostatky.

2.4 Polostrukturované rozhovory

Pro realizaci kvalitativního výzkumu, který je součástí předkládané diplomové práce, si autorka vybrala metodu dotazování (interview) ve formě polostrukturovaných rozhovorů se studenty žurnalistických programů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci.

Polostrukturovaný rozhovor nebo také semistrukturovaný rozhovor patří dle Sedlákové mezi nejvyužívanější techniky sběru dat kvalitativního výzkumu. „*Polostrukturovaný rozhovor bývá považován za optimální způsob získávání dat, neboť kombinuje výhody standardizované i nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich omezení.*“²⁴¹ Polostrukturovaný rozhovor je rozhovorem polostandardizovaným neboli otevřeným. Jde o rozhovor s návodem či scénářem, který obsahuje stanovené dílčí tematické okruhy rozhovorů, které má tazatel během rozhovoru probrat.²⁴² Scénář rozhovoru a připravenost podkladů tazatele však u polostrukturovaného rozhovoru nebrání tomu, aby byly vzhledem k průběhu dotazování otázky ad hoc přeformulovány či aby byly jiné dotazy doplněny. Scénář napomáhá tazateli udržet se u témat rozhovoru. Pomáhá strukturovanému provedení rozhovorů s více informanty a ulehčuje jejich následné porovnání. Zároveň jeho relativní volnost umožňuje kladení otázek v libovolném pořadí a možnost zapojení se informanta do interview.²⁴³ Tazatel rozhovor neřídí, ale jeho role a role dotazovaného se vyrovnávají²⁴⁴, dotazovaný má možnost nastínit problematiku z vlastní

²³⁹ HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 52-53.

²⁴⁰ Tamtéž.

²⁴¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 211.

²⁴² HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 174 srov. SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 210-211.

²⁴³ HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 174

²⁴⁴ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 210-211.

zkušenosti a prezentovat ji z vlastní perspektivy.²⁴⁵ Dotazovaný poskytuje během polostrukturovaného rozhovoru volně formulované odpovědi²⁴⁶ s využitím hovorového jazyka.²⁴⁷ Odpovědi informantů jsou v podobě citací z rozhovorů v terénu využity v analytických částech prací.²⁴⁸

Předem připravené dotazy pokládané během interview se označují jako primární. Otázky, které jsou pokládány v průběhu rozhovoru, například s cílem získat doplňující odpovědi, se nazývají sekundární či sondážní²⁴⁹. Kromě podnícení dotazovaného k doplňující odpovědi, slouží sekundární otázky i ke zopakování otázky, shrnutí odpovědi dotazovaného nebo k projevení podpůrného projevu porozumění.²⁵⁰ Rovněž také mohou sloužit pro interpretaci kontextu, do kterého problematika zapadá.²⁵¹

Realizaci polostrukturovaného rozhovoru předchází důkladná příprava založená na orientaci v problematice například na základě teoretických východisek a vytvoření scénáře rozhovoru. Uskutečnění rozhovoru začíná přípravou na setkání s informantem, který je vybrán na základě vhodnosti pro danou problematiku. Informant je před setkáním kontaktován, je mu upřesněno, jakého výzkumu se zúčastní, jak dlouho rozhovor potrvá, zdůrazněno je, že se rozhovor bude nahrávat, případně jsou mu přiblížena další specifika. Před zahájením samotného rozhovoru je informant znovu informován o nejdůležitějších aspektech výzkumu a je mu připomenuto, že rozhovor bude nahráván.²⁵² V úvodu rozhovoru se tazatel snaží získat

²⁴⁵ HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 174

²⁴⁶ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 210-211.

²⁴⁷ MIŠOVIČ, Ján. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-285-2. s. 80.

²⁴⁸ HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 51

²⁴⁹ Mišovic dělí dále otázky na vstupní, navazující a zjišťovací, specifikující a přímé otázky, nepřímé otázky, konstrukční otázky, interpretační otázky a otázky odvádějící pozornost. Vstupní otázky zahajují rozhovor, navazující a zjišťovací pobízí informanta k doplnění informací. Specifikující a přímé otázky dodávají explicitnější popis k předchozím obecným odpovědím. Nepřímé otázky se snaží získat názor informanta na smýšlení či názory ostatních. Konstrukční otázky pomáhají tazateli přesunout se z jednoho okruhu témat k dalšímu. Interpretační otázky shrnují to, co už v rozhovoru zaznělo z úst informanta i tazatele. Otázky odvádějící pozornost mohou mít různé cíle, například mohou sloužit k uvolnění atmosféry rozhovoru. MIŠOVIČ, Ján. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-285-2. s. 89-91.

²⁵⁰ Tazatel porozumění vyjadřuje nejen fonetickými podpůrnými projevy, ale i gesty či mimickými projevy. Tazatel může například pokývat či zakroutit hlavou, usmát se nebo mlčením naznačit přestávku v rozhovoru. SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 211. Tyto reakce tazatele však musí zůstat neutrální vůči obsahu. HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 171.

²⁵¹ V otázce kontextu problematiky napomáhají tazateli i simulační otázky, během nichž je dotazovaný postaven do hypotetické situace. Následně se tazatel doptává, jak by se v dané situaci informant choval, jak by jednal či jaký by byl jeho postoj ke vzniklé situaci. HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402. s. 171.

²⁵² MIŠOVIČ, Ján. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-285-2. s. 86-87.

informantovu důvěru s využitím vstupních otázek²⁵³. Tazatel také sleduje celkové verbální i neverbální projevy dotazovaného, na jejichž základě může vyhodnotit²⁵⁴, zda je dotazovaný připraven přejít k hlavnímu okruhu otázek.²⁵⁵

Během dotazování se na hlavní okruh otázek tazatel musí kontrolovat míru koncentrace informanta a udržovat dávku jeho motivace.²⁵⁶ Tazatel během rozhovoru postupuje od obecného ke konkrétnímu, od běžných témat k citlivým či osobním. Náročnější úseky a důležitá témata se snaží prolínat s méně důležitými, což někdy bývá označováno jako maskovací taktika.²⁵⁷

K jádru rozhovoru tazatel dospívá krok po kroku, jakmile získá potřebné informace a dostane se k závěru interview. Ujišťuje se také, že ze strany informanta nešlo o nepříjemné setkání. Tazatel ubezpečí dotazovaného o jeho důležitém podílu na výzkumu a nenechává jej v pocitech, že mu šlo jen o zisk potřebných informací.²⁵⁸

Autorka si zvolila polostrukturovaný rozhovor pro svůj výzkum zejména proto, že jeho prostřednictvím lze efektivně zjistit skryté stránky lidského myšlení a chování. Výhody polostrukturovaného rozhovoru spatřuje rovněž v jeho flexibilitě a pochopitelnosti.²⁵⁹ Přednosti polostrukturovaného rozhovoru shrnuje citace Alvessona v Mišovičově publikaci. Jde o „*relativně volně uspořádaný a otevřený (způsob získávání dat pozn. autorky) vůči tomu, co účastník cítí a reflektuje to, co důležitého a významného říká v souvislosti se závěry výzkumného projektu.*“²⁶⁰

Nevýhody polostrukturovaného rozhovoru spatřuje Mišovič v závislosti odpovědi na otázkách neboli v rozdílech mezi autenticky vyprávěným příběhem a výroci informanta. Hamarová tento nedostatek vyvrací díky svým zkušenostem s vedením polostrukturovaných rozhovorů i spontánně vyprávěných příběhů na stejné téma uvádí, že získaná data nejsou hodnotově rozdílná. Dle autorky „*mezi přirozenými rozhovory pořizovanými v každodenních*

²⁵³ Tamtéž, s. 89-90.

²⁵⁴ MIOVSKÝ, Michal. 2009. cit. podle MIŠOVIČ, Ján. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-285-2. s. 87

²⁵⁵ Verbální a neverbální projevy sleduje tazatel během celého interview. Projevy mu napomáhají reflektovat rozpoložení informanta, podle kterého lze přizpůsobit vedení rozhovoru. Samotné projevy tazatel identifikuje, případně zapisuje, protože mohou být využity i během analýzy. Tamtéž.

²⁵⁶ V závislosti na průběhu rozhovoru případně tazatel zařazuje odlehčující témata, nicméně se k hlavním otázkám opět vrací. MIŠOVIČ, Ján. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-285-2. s. 87.

²⁵⁷ Tamtéž, s. 87.

²⁵⁸ Tamtéž, s. 88.

²⁵⁹ Tamtéž, s. 80.

²⁶⁰ ALVESSON, Mats. cit. podle MIŠOVIČ, Ján. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-285-2. s. 82.

situacích a rozhovory uměle vyprovokovanými v rámci sociologického výzkumu nemusí existovat nepřekonatelná propast v autentičnosti a stylizaci“²⁶¹

Autorka předkládané práce vedla rozhovory na základě scénáře, který je součástí příloh této práce²⁶². Informantů se dotazovala na otázky, které spadají do tematických kategorií na základě dílčích otázek této práce.

Autorka směřovala dotazy tak, aby zjistila, jak studenti vnímají profesi novináře v současném společenském kontextu – *Jaké je dle vašeho názoru postavení novinářů v současné společnosti? Chápete práci novináře jako rovnocennou s ostatními profesemi? Liší se v něčem práce novináře od ostatních povolání?* Dále autorka kladla otázky vztahující se k problematice specifik práce sportovního novináře – *Myslíte si, že sportovní novináři pracují jinak se zdroji než (vaše specializace) ostatní specializace?* Další tematický okruh dotazů se týkal profesní zdatnosti sportovního novináře – *Musí sportovní novinář sportu rozumět a musí ostatní novináři svým zaměřením rozumět (vy vaši)?* Autorka se rovněž zaměřila na vztah sportu a společnosti a společnosti a sportovních médií – *Jaká je úloha sportu a sportovních médií ve společnosti?* V neposlední řadě se autorka informantů dotazovala i na uplatnění sportovních novinářů v současném společenském kontextu – *Jaké je uplatnění sportovních novinářů – klady a zápory oproti ostatním specializacím?*

²⁶¹ HAMAR, Eleonóra. 2008. cit. podle MIŠOVIČ, Ján. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-285-2. s. 107.

²⁶² viz přílohy této magisterské diplomové práce – příloha č. 1: Scénář polostrukturovaného rozhovoru, s. 3-4.

3. ANALYTICKÁ ČÁST

V této části předkládané magisterské diplomové práce autorka za pomoci analýzy zodpoví předem stanovené výzkumné otázky – hlavní a dílčí, které jí dopomohou k naplnění cíle práce. Autorka se konkrétně zaměří na sebepojetí budoucích novinářů z řad studentů žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Zabývat se bude prestiží i krizí novinářské práce. Následně se soustředí na motivaci studentů ke studiu žurnalistiky a na výběr tematických specializací. Autorka se rovněž bude věnovat vzdělání nastupující generace novinářů. V neposlední řadě se zaměří zejména na fenomén sportovní novinář, na jeho odlišnosti od ostatních žurnalistických zaměření, na jeho specifika práce, na jeho profesní zdatnost a uplatnění. Autorka také na základě odpovědí informantů srovná prestiž sportovních novinářů s ostatními odvětvími. Pro analytickou část bude autorka vycházet především z polostrukturovaných rozhovorů s informanty z řad studentů a studentek žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci²⁶³.

3.1 Sebepojetí novinářů nastupující generace

3.1.1 Kdo je, a kdo by měl být novinář?

Prvním krokem pro naplnění výzkumného cíle předkládané práce bylo zodpovězení dílčí otázky *Jak studenti vnímají profesi novináře?* Do problematiky nešlo vstoupit bez otázky, kdo je pro informanty novinář. Zatímco odborné kruhy nejsou schopny vystihnout pojem novinář jednou definicí, dotazovaní studenti měli v tomto ohledu poměrně jasno. Majorita dotazovaných definovala novináře jako člověka, který se snaží objektivně informovat o událostech, a to o těch očividných, ale i o těch pod povrchové. Dle většiny informantů novinář zprostředkovává informace zodpovědně, nezaujatě, nezávisle, pravdivě a co nejrychleji. Informuje nejen o událostech, které se staly, ale i o událostech, co se budou dít. Informace, které novinář přináší by měly být pro příjemce nějakým způsobem přínosné a vhodné.²⁶⁴ Novinář dále dle většiny odpovědí funguje jako zprostředkovatel, který sesumíruje události a předloží je příjemcům v takové formě, aby byly srozumitelné a každý je pochopil.²⁶⁵

Vymezením novináře jako zprostředkovatele se dotazovaní studenti shodovali s českými novináři z výzkumu Volka a Jiráka, kteří svou roli zprostředkovatele vnímali jako

²⁶³ Rozhovory jsou součástí přílohy č. 2 této diplomové práce.

²⁶⁴ viz např. DŠ, 19., 28; KR 16; KO, 10., 16.; VH, 28.; KF, 25.; JD, 19, 20.

²⁶⁵ viz např. NK, 19. a AW, 16.

jednu z nejdůležitějších při své práci.²⁶⁶ I studenti ve výzkumu Volka a Urbánikové hodnotili roli rychlého zprostředkovatele zpráv jako jednu z hlavních.²⁶⁷

Souhrnnou charakteristiku novináře, která obsahovala nejčteněji užitě odpovědi studentů, zkompletovala BZ: „*Možná, že to bude taková moc jako školní definice, ale [...] je to prostě člověk, kterej zprostředkovává informace... a myslím si, že by ten novinář měl ty informace zprostředkovávat tak, aby byly lidem blízky a taky, aby... to nějakým způsobem bylo podstatný pro tu společnost [...], trošku to prostě posunout na ten vyšší level, a přece jenom psát o věcech, který jsou, ať už třeba vzdělávají ostatní lidi nebo přinášejí důležitý, nový informace.*”²⁶⁸

Novináře dále někteří informanti definovali i jako člověka, který pracuje v médiích. AW ke své charakteristice novináře dodal: „*[...] Má tu výsadu a kartičku, že je novinář, že může jít i do zákulisí a může vést rozhovory s různými lidmi.*”²⁶⁹ Důležitost mediální organizace se při charakteristice novináře vybavila i JD, která uvedla, že když se řekne novinář, představí si nejdříve člověka, který tvoří obsah pro seriózní média. Jako novináře naopak nevnímala člověka působícího v bulvárních médiích, respektive si zařazením tvůrce bulvárního obsahu mezi novináře nebyla jistá.²⁷⁰

JD pochybovala, kde končí a kde začíná hranice novinářského zaměstnání. O této hranici polemizovala i VH: „*Tedko, zrovna včera jsem četla, že se za novináře může prohlásit každý,*”²⁷¹ uvedla studentka, která dodala, že pro ni osobně je novinářem někdo, kdo informace zprostředkovává odpovědně.²⁷² Stejně uvažoval i MK, který se při dotazu na charakteristiku novináře otázal: „*Kdo je, nebo, kdo by měl být?*”²⁷³ Následně uvedl, že novinářem může být každý kdo dokáže napsat „něco, co má hlavu a patu,” ale dle jeho názoru, by to měl být někdo, kdo vystuduje žurnalistiku, snaží se zachovávat objektivitu a píše morálně.²⁷⁴

Zatímco většina dotazovaných dokázala více či méně obsáhnout charakteristiku

²⁶⁶ VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45, 101 s. ISSN 1801-9978. s. 30-31.

²⁶⁷ VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 234-236.

²⁶⁸ BZ, 14.

²⁶⁹ AW, 11.

²⁷⁰ viz JD, 9.,10.

²⁷¹ VH, 19.

²⁷² Tamtéž.

²⁷³ MK, 16.

²⁷⁴ MK, 17., 18.

novináře a pojem konkretizovat, někteří informanti jako VH či MK bojovali s obsahem pojmu reálný novinář versus ideální novinář. Přesto i tito informanti zvládli vymezení konkretizovat. Naopak AP přitakal obornému diskurzu, který díky multiparadigmatičnosti typické pro sociální vědy není schopen poskytnout pro konkretizování pojmu novinář jednu definici. „*Novinář, v dnešní světě, asi nemá jednu definici, asi to není [...] dneska jako možný definovat. Asi [...] nikdy to nebylo možný definovat a dneska je to ještě hůř definovatelný než dřív,*“²⁷⁵ uvedl informant, přičemž dodal, že ať už by se pojem novinář pokusil definovat jakkoli, vždy by to bylo nedostatečné.

Úvodní otázka prvního tematického okruhu nastínila, že většina studentů měla o pojmu novinář, až na výjimky, poměrně jednotnou, konkrétní a ucelenou představu. Stejně tak se studenti shodovali v oblasti nejdůležitějších atributů novináře neboli toho, jaký by měl být ideální novinář. Novinář by podle informantů měl být hlavně objektivní²⁷⁶. Dále by měl šířit pravdu, měl by si ověřovat zdroje.²⁷⁷ Mezi další důležité atributy patřila podle informantů upřímnost, spravedlnost, nezájatost a nestrannost.²⁷⁸ Novinář by dále měl být schopný pracovat pod stresem.²⁷⁹ Také by měl disponovat schopností vcítit se do svých respondentů, měl by být empatický a měl by být schopný taktně mluvit s lidmi. Novinář by měl být dle studentů také komunikativní, měl by mít kvalitní slovní projev a dobrou slovní zásobu.²⁸⁰ Dále by měl disponovat velkým rozhledem. Zároveň by měl být spolehlivý, ve své práci efektivní a měl by dělat věci na čas.²⁸¹

Ve srovnání se studií Volka a Jiráka se neúplatnost, kterou dotazovaní čeští novináři považovali za nejdůležitější atribut svého povolání, objevila v odpovědích jen jednou, a to v odpovědi LJ: „*Komunikativní, [...] měl by být asi jako, měl by mít nějaký všeobecný přehled nebo minimálně [...] v tom zaměření, ve kterém se pohybujete, by měl mít nějaký přehled. Asi by měl být neúplatný, objektivní, spravedlivý.*“²⁸²

²⁷⁵ AP, 11.

²⁷⁶ viz např. KO, 16.

²⁷⁷ viz např. JD, 19., 20. a AVY, 23.

²⁷⁸ viz např. KR, 16.; LJ, 19.; DŠ, 28.; KO, 16.

²⁷⁹ viz např. NK, 27.

²⁸⁰ viz např. AR, 20.; LJ, 19; TP, 16.

²⁸¹ viz např. MK, 30.

²⁸² LJ, 19.

3.1.2 Index vnímání žurnalistické profese, prestiž novinářů a jejich společenské postavení

Po získání dat o tom, jak studenti žurnalistických oborů definují pojem novinář, se autorka zabývala vnímáním společenského postavení novinářů v očích veřejnosti a illusiemi studentů²⁸³. Informantům nejprve položila přímou otázku ohledně společenského postavení novinářů a poté nepřímou otázku²⁸⁴ dotazující se na index žurnalistické profese.²⁸⁵

Téměř většina dotazovaných nabývala dojmu, že novináři nemají v současném společenském kontextu dobré postavení. Novináři jsou dokonce, jak informanti uváděli, vnímáni spíše s negativní konotací. Špatné postavení novinářů ve společnosti reflektovala například BZ: „*Já se s tím setkávám každý den [...], že ty reakce na to jsou blbý, když jako člověku řeknu, že studuju žurnalistiku. [...] Tak lidi prostě, si myslím, mají strašně negativně tu žurnalistiku jako nějakým způsobem zaškatulkovanou jako, že novináři jsou prostě ty zmetci, co vám nedají pokoje, co [...] otravujou a píšou nesmysly, a hlavně teda nepravdu, hlavně jako jenom nepravdu a furt jako se snaží ovlivnit něčí prostě názory [...].*“²⁸⁶

Novináři byli dle studentů veřejností vnímáni jako „zmetci“, ale i jako „novinářské krysy“, „hyeny“ či „slídivové.“²⁸⁷ Odpovědi dotazovaných se shodovaly s tezemi Moravce, který referuje o stále se zhoršujícím postavením novinářů ve společnosti, se kterým souvisí i klesající nedůvěra v žurnalisty.²⁸⁸

²⁸³ BORDIEU, Pierre. 2000. cit. podle VOLEK, Jaromír a Marina URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 200.

²⁸⁴ Záměrem autorky bylo zjistit, jak studenti vnímají novináře v porovnání s jinými povoláními bez užití termínu profese a semi-profese, které by informantům nemusely být známé.

²⁸⁵ Výsledkem indexu žurnalistické profese může být vnímání novináře jako profese, semi-profese či fakt, že informanti novináře jako profesi vůbec nevnímají. VOLEK, Jaromír a Marina URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 200.

Výsledek indexu žurnalistické profese se autorka snažila zjistit nepřímou otázkou pomocí srovnání novináře s jedním z nejprestižnějších povolání jako jsou lékaři, a naopak s jedním z nejméně prestižních povolání, kterým je prodavačka. Údaje o prestiži povolání autorka čerpala z Výzkumu veřejného mínění Akademie věd z června roku 2019. Výzkumu veřejného mínění Akademie věd z června roku 2019. Tisková zpráva: Prestiž povolání – červen 2019 [online]. Červen 2019 [cit. 2023-04-04]. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění, 2019. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/ekonomicke/prace-prijmy-zivotni-uroven/4990-prestiz-povolani-cerven-2019>

²⁸⁶ BZ, 15.

²⁸⁷ viz např. BZ, 15.; VH, 21.; LJ, 13; KR, 11.

²⁸⁸ MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 103-106.

Studenti se také snažili zjistit příčinu toho, proč jsou novináři ve společnosti vnímáni negativně. Důvodem byla dle některých odpovědí polarizovaná společnost, kdy většinou sociálně a ekonomicky slabší skupiny obyvatel vnímají novináře negativně, zatímco vyšší vrstvy povolání respektují.²⁸⁹ Negativní postavení novinářů v české společnosti dávali studenti za vinu i politikům či bývalému prezidentovi Miloši Zemanovi.²⁹⁰ Dalším důvodem zapříčiňující špatné společenské postavení novinářů bylo společensky nejednotné vnímání pojmu novinář. Veřejný diskurz vidí totiž dle informantů novináře jen jako toho bulvárního.²⁹¹

Podle Moravce a agentury Kantar vnímala česká veřejnost novináře v roce 2016 zejména jako tvůrce bulvárních obsahů – tuto odpověď uvedlo až 42 % dotázaných.²⁹² Dle autorky tkví tento úsudek v tom, že veřejnost nejčastěji přichází do kontaktu právě s bulvárními médii a bulvárními novináři. Bulvární média jsou nejčtenějšími mediálními

²⁸⁹ Rozdílné vnímání různými sociálními vrstvami vnímala například JD: „Podle mě hodně záleží, jak u koho, protože on se tady taky jako třeba ohledně voleb už nevím, před kolika to bylo lety, když byli prezidentský, tak se strašně mluvilo o rozdělení společnosti [...] A na jednu stranu mi to přijde jako hrozně debilní rozdělení, protože to strašně škatulkuje lidi, ale na druhou stranu na tom něco pravdy trochu je a přijde mi, že tohle rozdělení, i když zase jako nerada používám, protože ty škatulkování, tak se trochu dá aplikovat i na jako, jak lidi vnímají novinářinu a novináře, protože tam se mluvilo o takový ty jako intelektuální vrstvy a takovým tom jako běžným občanovi. [...] Ale taková ti lidé, kteří třeba jako, já nevím, fakt jako studovali vysokou školu, věnujou se nějaký práci, kde musí jako pracovat víc hlavou než rukama, tak mně přijde, že jako tu novinářinu jsou schopni třeba kriticky rozlišovat ty seriózní média a neseřízní, jsou schopni kriticky rozlišovat nějaký jako vlivy politiků na různé redakce a že novinářinu berou víceméně seriózně, že prostě jo, lidi dělají svoji práci [...]“. JD, 11. Rozdílné vnímání novinářů polarizovanou společností dokládá osobní zkušenosti i DŠ: „[...] Co jsem tak z okruhu, [...] moji vesnice tak nějak slyšel, když jsem řekl, že studuji žurnalistiku, tak všichni řekli, že doufají, že nebudu pracovat pro Českou televizi, protože tu sponzoruje vláda a říkají jenom to, co vláda chce [...]“. DŠ, 21.

²⁹⁰ Politiky jako jednu z příčin nedůvěry české společnosti v novináře označuje i Moravec. MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 106-107. Problematiku takto vnímal například KF: „[...] Novináři jsou právě postaveni docela silné kritice ze strany, ať už to je politiků nebo, nebo prostě i celkově společností, třeba jako voliči právě prezidenta, jo, který prostě vidí, jak on s těma novinářema nevychází a nemá je opravdu rád, protože oni prostě šťourají do míst, který on nechce, aby byli objevený. A ten jeho postoj se myslím, že i dost promítá prostě k tomu postoji společnosti a tím, že prostě to je asi majorita, když teda prezident je Zeman [...] (pozn. autorky: rozhovory probíhaly v listopadu a prosinci 2022, kdy byl českých prezidentem Miloš Zeman)“. KF, 21. V této problematice tkvěl problém i podle MK: „[...] Těžko říct jako ty prvoplánový důvody, proč by to tak mohlo být, mě napadá, ehm, jednak za posledních pár let prezidentství Miloše Zemana, že jo, samopal na novináře, ale i předtím vlastně to začínal Václav Klaus, byť byl jako trošku vstřícnější [...]“. MK, 24.

²⁹¹ KO si byla vědoma byla vědoma faktu, že část společnost není schopna rozlišit hranici pojmu novinář, ta, která je, si dle jejího názoru novinářů váží: „Já jsem si vědoma toho, že je tam jakási rozepře mezi tím, kdo je dobrý novinář a kdo ne. Nechtěla bych říct, že kazí pověst, ale jsem trošku obezřetnější k bulvárním novinářům, protože se mi nelíbí některé postoje, které oni zastávají, ale novináři z obecného hlediska podle mě mají dobré ohlasy.“ KO, 11. SB dodala, že nejen bulvární žurnalisté, ale i nové platformy v jistém slova smyslu škodí postavení novinářů ve společnosti: „Já si myslím, že problém je v tom, že v dnešní době je jako velká spousta informací z různých platform, který vůbec nesouvisej s novinářinou. A to může přinášet to, že lidi jako se trošku víc odvrací od toho novinářeni nebo od čtení novin a tý žurnalistiky. A spíš se třeba přikláněj k těm, víc jako popularizujícím platformám, který se snaží třeba i nějak, nechci říct úplně házet špinu na novinářinu, ale může jako se to špatně odrážet v týhleť rovině.“ SB, 14.

²⁹² Moravec. MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2. s. 103-106.

obsahy v České republice²⁹³ a s nimi spojení novináři jsou často i aktéry ve filmech či seriálech. Veřejnost má tak pojem novinář asociovaný s bulvárním žurnalistou.

V této části rozhovoru jeden z informantů přímo uvedl, že sportovní novinář je společností vnímán pozitivněji než jeho kolegové z jiných tematických zaměření. „[...] Já si myslím, že v současné době se na (novináře pozn. autorky) dost jako nadává a jde to asi bych řekl hlavně od politiků, kteří tady vytváří takovou, jako když atmosféru toho, že každý novinář je hyena a vymýšlí si, co chce. [...] A zas, když vezmu ty sportovní novináře, tak u těch je to zase podle mě lepší to postavení, protože se od nich hodně fanoušci a lidi jako dozvídají nové informace, události, přestupy, výsledky zápasu atd. Takže u těch politických je to postavení takové horší, ale třeba u těch sportovních nebo kulturních je podle mě lepší,“ uvedl LJ.²⁹⁴

V otázce sebepojetí samotných studentů s ohledem na hodnotu žurnalistického indexu z odpovědí informantů vyplynulo, že práci novináře považují nejčastěji za semi-profesi. Zatímco pro některé byla práce novináře srovnatelná²⁹⁵ se všemi ostatními povoláními, protože všechna jsou pro chod společnosti nějakým způsobem důležitá, většina informantů referovala o práci novináře jako o povolání, která nevyžaduje takovou míru kompetencí jako prestižnější postavené povolání²⁹⁶, ale zároveň je pro ně váženější oproti v žebříčku prestiže níže postaveným povoláním²⁹⁷.

Ačkoli z odpovědí informantů lze vysoudit, že považovali práci novináře spíše

²⁹³ MAV. Deníky beze změn, nejčtenější jsou Blesk, MF Dnes a Deník. MEDIAGURU [online]. Praha: PHD, 11.8.2022 [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/08/deniky-beze-zmen-nejctenejsi-jsou-blesk-mf-dnes-a-denik/>

²⁹⁴ LJ, 13. srov. NK zase viděla sportovní novináře jako známější než jejich kolegy z ostatních zaměření, přiřkla jim označení celebrity: „[...] Na to mistrovství ve fotbale bude koukat určitě víc jak milion lidí. Takže jsou to vlastně takové malé celebrity naše, no.“ NK, 40.

²⁹⁵ viz např. KF, 22.; KR, 14.; BZ, 16.,17. BZ dokonce uvedla, že je podle ní práce novináře v určitých ohledech, zejména v těch časových, podobná práci lékaře: „No, jako možná s lékařem, asi jak v čem, já to nechci říkat, jako že to je stejný, ale třeba v tom nějakým jako časovým srovnání, když to srovnám právě v rámci těch časů, tak asi možná to je stejně náročný [...]“. BZ, 17.

²⁹⁶ V této souvislosti studenti nejčastěji uváděli, že lékař je důležitější, jelikož zachraňuje lidské životy a nelze ho s žádným jiným povoláním srovnávat viz např. VH, 24.

²⁹⁷ Někteří z informantů definovali novináře jako někoho, kdo musí ke své práci něco umět, musí být znalejší než člověk manuálně pracující, v tomto případě uváděná prodavačka. viz např. KB, 17. Zároveň ale bylo pro takto odpovídající informanty nemožné práci novináře srovnat s lékařem. Lékaře nadřazovali informanti i ostatním povoláním díky schopnosti zachraňovat lidské životy. V porovnání novináře s jinými prestižními povoláními např. s právníkem, už ale brali povolání jako sobě rovné – viz např. VH, 24.-26.

za semi-profesi, usuzovali zároveň, že jde o náročnou práci²⁹⁸, která má navíc velkou společenskou moc – může ovlivňovat masy a nastolovat veřejné mínění. „[...] *Novinář má možnost ovlivňovat [...] široký masu lidí, pokud je to dobrý novinář [...]. On prostě šíří informace a ty informace nás ovlivňují, zároveň novináři svým způsobem, že jo, vybírají to, o čem lidi budou přemýšlet [...]*“²⁹⁹ uvedla AVY.

3.1.3 Krize žurnalistického povolání

21. století přineslo do práce novináře spoustu nových aspektů. S vývojem technologií musela a stále musí práce novináře čelit novým výzvám jako jsou konvergence či vstup občanských informátorů a influencerů do procesu tvorby mediálních obsahů. Nejen tyto faktory, ale i komunistický režim v tuzemsku a následující porevoluční změny zapříčinily, že žurnalistické povolání v současné etapě čelí krizi.

Informanti vnímali největší změnu v práci novináře v post-transformační etapě žurnalistiky právě v nástupu nových technologií. Novináři mají díky technologiím snadnější přístup k informacím, díky konvergenci mohou být multifunkční a mohou svému publiku nabízet více a více atraktivního obsahu. Na druhou stranu i příjemcům se usnadnil přístup k informacím. V turbulentní době se mohou k tomu, co chtějí vědět, dostat dříve než sám novinář. Vzrostl také počet médií, s čímž vznikla i alternativní média, která produkují dezinformace.³⁰⁰ Zároveň do žurnalistiky vstoupili i sami občané, což nastoluje otázku, zda je dnes ještě novinář vůbec třeba, když si každý může založit svůj účet na sociálních sítích a skrz něj informovat masy.

Krizi novinářského povolání v závislosti na moderních technologiích pozorovala například AVY, která uvedla, že v uvozovkách dnes může být novinářem každý, a to za pomoci

²⁹⁸ Náročnost práce novináře spatřovali informanti nejčastěji v časové vytíženosti, stresovém faktoru povolání a rychlosti a tlaku na novináře, to shrnul ve své odpovědi MB: „[...] *No, minimálně hned první věc, která mě napadla, je, že si myslím, že novinář musí být furt, furt musí vidět, co se kolem něho děje, furt se musí dívat na aktuální dění a vím, že i hodně novinářů má potom problém jako s nějakým syndromem vyhoření, že pořád, i když jsou třeba na dovolené, to myslím, že říkal, [...] Jindřich Šídlo [...] v nějakém podcastu, že i když prostě je na dovolené, takže furt kontroluje zprávy, co se kde děje [...]*“ MB, 20.

²⁹⁹ AVY, 28.

³⁰⁰ Nárůst počtu médií a s tím i vznik dezinformací reflektovala řada informantů: „[...] *Vzniká hodně dezinformací, to, že v dnešní době je těžší zorientovat se, co se stalo, co ne a čemu můžeme věřit.*“ uvedl například MJ. MJ, 38. S rozmanitostí médií, ale dle VH nepříbyly jen dezinformace, ale i méně kvalitní obsah: „[...] *Mi přijde, že ten novinář musí víc držet jakoby krok s tou dnešní dobou a [...] nechci říct, že se to jako zhoršilo, ale myslím si, že třeba tedkom jako bulvární časopisy, tak určitě jako v minulém století jako byly nějaké, ale ne třeba v takovém jako množství [...].*“ VH, 48.

sociálních sítí. Uvedla, že společnost je kvůli mnoha informacím přehlcená a novinářům se ztěžuje práce, jak v přemíře zpráv zaujmout a vyniknout.³⁰¹ Krizi novinářského povolání, které napomáhají technologie popsala i AR: „[...] Myslím si, že kdysi bývala ta novinářská profese [...] taková prestižnější, že více si jí lidi jako vážili, protože třeba to nebylo taková samozřejmost, že si jako vytáhneš telefon a všechno si najdeš [...] ze tří zdrojů na počkání a najdeš si třeba ten, co ti vyhovuje nejvíc.“³⁰² AR dodala, že právě díky dosažitelnosti informací má v současné době každý pocit, že může zasahovat do novinářské práce či ji může sám vykonávat: „[...] Každý si může vlastně natáčet podcasty a je dost možné, že to třeba někdo bude poslouchat, jakože založí si nějaký web, ani to nemusí být web, máš Instagram a máš tam nějaké posty nebo na Twitter takže si myslím, že už ta profese docela ztrácí takovéto kouzlo.“³⁰³

Dle Volka a Urbánikové zejména minulý režim a následné post-transformační změny oslabily žurnalistickou profesi. Pád totalitního režimu informantů ve svých odpovědích uváděli, avšak spíše v pozitivním slova smyslu – média jsou nyní svobodnější, odpojila se od politického systému a jsou demokratičtější. DŠ shrnul odpovědi informantů reflektující tuto problematiku následovně: „V minulém století byl [...] komunismus, (novináři pozn. autorky) byli ovlivňováni hlavně vládou [...] museli prostě říkat to, co měli víc nadiktované a teďka se snaží předvádět aktuální informace, které jsou nějak nezaujaté.“³⁰⁴ Stinnou stránku liberalizace médií v oblasti pádu totality a nástupu demokracie studenti nereflektovali.

Vstup veřejnosti do žurnalistiky také zavdává otázce, zda dnes může být novinářem každý. Informanti se v názorech na tuto problematiku rozčleňovali do čtyř skupin. Dle názorů jedné z nich může být dnes novinářem každý.³⁰⁵ Další skupina studentů tento pohled

³⁰¹ AVY, 47.

³⁰² AR, 34.

³⁰³ Tamtéž.

³⁰⁴ DŠ, 53.

³⁰⁵ např. DŠ: „Myslím si, že v dnešní době technologii je asi větší šance na úspěch stát se novinářem, než byla předtím, lidi si mohou zakládat vlastní média víceméně každý den, je jenom otázka času, jestli se dokážou prosadit tak, aby o nich lidi mluvili. Ovšem myslím si také, že je potřeba nějaká znalost toho, jak správně informovat, pokud chtějí být považováni za dobré informační zdroje. Každopádně na tvou otázku bych asi tedy odpověděl, ano, díky technologiím si může mnoho lidí zlepšit představu toho, jak se stát novinářem a těm talentovanějším to vyjde.“ DŠ, 86.

nepřijímala a tvrdila, že novinářem nemůže být každý.³⁰⁶ Třetí skupina uváděla, že dnes novinářem může být každý, ale nemělo by to tak být.³⁰⁷ Poslední skupina udávala, že je pro ni podstatné vymezení pojmu novinář – kdo je, a kdo není novinář.³⁰⁸

3.1.4 Motivace a (de)motivace ke studiu

3.1.4.1 Motivace pro to být novinářem

Sebeidentifikaci s profesí a žurnalistickým polem lze dle Volka a Urbánikové určit již na základě motivace ke studiu.³⁰⁹ Motivace dotazovaných studentů v předkládané práci by se dala rozdělit do tří skupin. První, nejpočetnější skupina, si nebyla po střední škole úplně jistá, co by chtěla dělat, bavilo ji psaní či jiné kreativní činnosti, a tak se rozhodla pro obor Žurnalistika.³¹⁰ Motivace ke studiu se v tomto ohledu víceméně shoduje výzkumem Součkové, jejíž informanti rovněž považovali za motivaci ke studiu kreativitu.³¹¹ Kreativité podobné sebevyjádření bylo motivací rovněž pro dotazované studenty ve výzkumu Volka a Urbánikové.³¹²

Druhá skupina informantů měla za sebou už jinak zaměřené studium, ať už střední

³⁰⁶ například KR: „Myslím si, že novinářem nemůže být každý, že je to..., jednak musí mít gramatiku a svůj styl psaní, aby ten styl byl čtivý a (přemýšlí), mně přijde, že žurnalistika je už trošku na hranici, jakože s uměním. Takže dobrá žurnalistika je, jakože umění, to udělat.“ KR, 64.

³⁰⁷ např. MK: „Teoreticky asi ano, (přemýšlí), může, ale neměl by jím být každý,“ MK, 84. Tento názor zastávala i BZ: „No, možná, že asi by se dalo říct, že trošku jo, ale já si furt stojím za tím názorem, že spíš prostě ne, že (směje se). Je to prostě, jak už jsem říkala, myslím si, že je to zaměstnání jako jakýkoliv, který jiný a jakože by to mohl dělat každé, to si zas teda nemyslím. [...]“ BZ, 75.

³⁰⁸ např. AP: „No, myslím si, že tam prostě furt narážíme na to, že co je novinář, no. Prostě pokud je pro tebe novinář někdo, kdo, eee, kdo jenom má hodně velkej vliv a hodně lidí ho poslouchá, čte nebo sleduje, tak tohle člověk jako může být [...], tak tím novinářem může bejt kdokoliv, ale pokud má být novinář, někdo, kdo projde nějakým výběrovým řízením, aby mohl pracovat v nějakým větším, nebo prostě na nějakým serveru nebo deníku, kde prostě jsou editoři, kde funguje nějaký redakční proces, tak tím novinářem asi jako každý by nemůže.“ AP, 38.

³⁰⁹ VOLEK, Jaromír a Marina URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6.s. 215.

³¹⁰ „Já jsem chtěla psát a řekla bych, že mi to i docela šlo, tak to byla hlavně ta motivace, proč jsem chtěla žurnalistiku.“ AVÁ, 5. Nevyhraněnost a nerozhodnost studentů spadající do první skupiny a volba žurnalistiky byl případ i AP: „Už je to hodně dávno, ale myslím si, že jsem se neuměl moc rozhodnout, kam jít po gymplu, jako lákalo mě spousta oblastí. Víím, že pak bavila, bavily mě jazyky, měl jsem jako, myslím si, že mám cit pro jazyk, ať už pro češtinu, pro cizí a pak k tomu jsem měl spoustu vlastních zájmů, jako třeba geopolitiku, a právě jsem si myslel, že na tý žurnalistice se mi to podaří tak nějak skloubit a, eee, abych vlastně mohl dělat jako, abych se vlastně mohl specializovat trochu, v čem, co mě baví a tak, no.“ AP, 4.

³¹¹ SOUČKOVÁ, Barbora. Role a postavení novinářské profese v perspektivě studentů žurnalistiky [online]. Praha, 2022. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/176074/120428793.pdf?sequence=1>. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.112-114.

³¹² VOLEK, Jaromír a Marina URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6.s. 221.

nebo vysoké školy, která ale dotazované nenaplňovala³¹³, a tak si zvolili žurnalistiku. Do této skupiny patří i studenti, kteří neměli obor Žurnalistika jako svou první volbu vysokoškolského studia.³¹⁴

Třetí skupinu zastupovali informanti z řad budoucích novinářů, kteří si zvolili žurnalistiku proto, aby díky studiu mohli realizovat své zájmy, kterými byl nejčastěji zájem o veřejné dění a informace a sport. „[...] Já bych chtěl být sportovní komentátor fotbal nebo hokej, nebo nějaký takový sport a přišlo mi, že to bude asi nejlepší škola [...] na tu přípravu,“³¹⁵ uvedl student LJ.

3.1.4.2 Motivace pro to nebýt novinářem

Zájem o kariéru novináře u některých informantů během studia opadl či vůbec nevznikl. Studenti netoužili po kariéře novináře zejména proto, že jde o práci, která při své náročnosti není dobře finančně ohodnocena. Za neatraktivní považovali informanti rovněž nedostatek volného času a nekonečnou pracovní dobu.³¹⁶ Dotazovaní studenti se v ohledu neatraktivnosti žurnalistické práce shodovali s informanty Součkové, kteří za odrazující faktory od práce novináře považovali psychickou náročnost a nízké finanční ohodnocení.³¹⁷ Rovněž ve výzkumu Volka a Urbánikové hrálo finanční ohodnocení zásadní roli, která studenty odrazovala od práce

³¹³ Mezi specializované obory středních škol, ve kterých studenti nechtěli v profesní kariéře pokračovat patřilo např. masérství – viz VH, 1.-4. Dva z informantů si zkusili rok v pracovním poměru – viz KF, 80. Jedna z informantek dokonce strávila čas v zahraničí – viz AVY, 6. Mezi současnými studenty žurnalistických oborů byly i informantky, které nejprve zvolily přírodovědně orientovaný vysokoškolský program (viz AVY, 6. a SB, 3.), ale i student, který opustil třetí ročník práv (viz TP, 6.) a rozhodl se věnovat novinářině.

³¹⁴ Prvotní volba studia NK byla medicína: „Ehm, to byla moje ehm druhá volba až, toto byl jako únikový plán. Aa, bylo to něco, co jsem si vybrala, protože jsem věděla, že se tam mám větší šanci dostat [...]“. NK, 3.

³¹⁵ LJ, 5. Zájem o určitou oblast, která je součástí žurnalistiky uvedla i KO: „Kdybych chtěla začít úplně na začátku, tak jsem se hodně zaměřila v době, kdy byl covid, po naší maturitě mě hodně začala zajímat jako televize [...] Informace v televizi a začal mě zajímat hodně to, jak se to vlastně tvoří a díky tomu mě vlastně napadla práce jako novináře jako taková.“ KO, 3. Vlastní zájmy nalezené v různých oblastech žurnalistiky motivovaly ke studiu i MB: „[...] takže v průběhu střední školy jsem do toho začal víc, víc se o to zajímat celkově o novinářinu, nejenom politickou, ale i třeba sportovní, i třeba kulturní, o bulvár a tím, jak jsem se začal o to zajímat, tak jsem si nastudoval nějaká jména, vlastně díval se na různé novináře, jak kde píší, tak jsem si po střední řekl, že to zkusím a že to chci spojit s nějakou politikou [...]“. MB, 3.

³¹⁶ „Myslím si, že je to extrémně podhodnocený, podhodnocená pozice, ať už jako kvalitativně, jako že lidi si prostě toho kvalitního novináře neváží, tak i finančně prostě je to, je to ve srovnání s jinými pozicema na tom trhu fakt hmm špatný a je vopravdu těžký, když jsou takhle jako mladí studenti na tý škole, tak si myslím, že fakt těžký vlastně v nich probudit tu motivaci, aby teda si šli za tím snem, když je ten, jsem tak strašně jako vzdálený a proměnlivý ještě ten mediální trh [...], ty mladý novináři postupem času vlastně se vrhnou třeba do toho s elánem a postupem času odpadávají, protože prostě to je tak strašně, jako, to prostředí vůbec není jako přívětivý.“ AP, 16.

³¹⁷ SOUČKOVÁ, Barbora. Role a postavení novinářské profese v perspektivě studentů žurnalistiky [online]. Praha, 2022. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/176074/120428793.pdf?sequence=1>. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D. s. 112-114.

novináře. Až 50 % dotazovaných uvedlo, že právě nízké mzdy jsou důvodem, proč se v novinářině nechtějí realizovat.³¹⁸

Naopak zajímavým faktem se ukázalo, že studenti dvouoborových programů častěji tíhli k profesní realizaci v žurnalistice, a to i tehdy, když šlo o jejich minor.³¹⁹

3.2 Vzdělání

„Významnou součástí formování profesní identity novinářů představuje žurnalistické vzdělání,“³²⁰ uvádí Volek s Urbánikovou. Vysokoškolské vzdělávací programy a s nimi vzniklé žurnalistické vzdělávací pole se snaží o formování upevnění křehké novinářské profese. Vysokoškolsky vzdělaní novináři dle Volka a Urbánikové disponují teoretickými znalostmi, orientují se v profesní etice a zachovávají novinářskou integritu.

Realita je ale dle dotázaných informantů této práce v mnoha případech taková, že na vzdělání v žurnalistických programech není brán přílišný zřetel, což ve studentech vzbuzuje dojem, že vzdělání není klíčové pro vykonávání práce novináře. Zejména starší ročníky, které už měly za sebou redakční praxi³²¹ uváděly, že na vzdělání v oboru Žurnalistika není při nábořech do médií brán příliš velký ohled.³²² Mnohem větší důraz je kladen na reálné schopnosti a praxi. „Po mně nechtěli vzdělání, po mně chtěli tenkrát portfolio, který já jsem

³¹⁸ VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 199.

³¹⁹ KF, který má jako maior Filmová studia uvedl: „Právě přemejšlim o tom, že mě víc asi začíná bavit ta žurnalistika než ten můj hlavní obor. A možná bych si to teoreticky, jestli teda projde ten zákon, tak bych si to pak teoreticky mohl přehodit, abych jako udělal bakaláře ze žurnalistiky, a ne z filmu.“ KF, 9.

³²⁰ VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6. s. 199

³²¹ Studenti mají povinnost absolvovat v rámci studia jednooborové Žurnalisticky redakční praxi dvakrát (KZU/RPB1N a KZU/RPB2N), doporučuje se v letním semestru druhého ročníku a v zimním semestru ročníku třetího. V rámci dvouoborového studia, kdy je Žurnalistika maior, je nutné absolvovat jednu povinnou praxi. V případě dvouoborového studia, kdy je Žurnalistika minor, figuruje praxe jen jako volitelný předmět. V době rozhovorů mělo za sebou praxi v médiích 11 studentů, z nichž v sedm bylo studenty třetího ročníku, tři studenty druhého ročníku a jedna ze studentek byla z prvního ročníku.

³²² Studenti zároveň uváděli, že záleží na médiu. „(Přemýšlí), to zas asi záleží, kde, protože já si myslím, že zrovna třeba Česká televize si myslím, že to vzdělání požaduje nějak, protože tam zaměstnávají, si myslím lidi, kteří jsou fakt jako vzdělání tady v tomhle oboru jsou, jsou vzdělání v tom zaměření. A potom jsou tady třeba nějaké internetové portály, které, když vidíš, máš na něco zaměření, když vezmeme třeba hry a filmy, tak vidíš, že máš nějakou tu jiskru, do toho vidíš, že máš dobré názory, že prostě píšeš dobře, tak si myslím, že tě zaměstnají bez toho vzdělání k tomu.“ DŠ, 83.

neměla ještě, takže [...]. Chtěli spíš vidět nějakou práci [...],³²³ uvedla studentka třetího ročníku AVY.

Fakt, že vzdělání není pro práci novináře klíčové, uvedla i studentka třetího ročníku AR: *„Teďka jako by jsem ve třetáku, takže asi už na to mám jiný pohled, než jsem měla právě v prváku a myslím si, že vlastně, když chceš být novinář, tak vůbec nemusíš tenhle obor jako studovat.“*³²⁴ AR uvedla, že během studia se její názor na důležitost vzdělání pro práci novináře měnil. Tento trend pozorovala i autorka práce u dalších dotazovaných. Studenti vyšších ročníků, kteří měli zkušenost s prací či praxí v médiích měli jiný pohled než studenti, kteří se ještě do praxe nedostali. Šlo zejména o studenty prvního ročníku, kteří se domnívali, že na vzdělání v oblasti žurnalistiky bude brán při zájmu o práci zřetel. *„Myslím si, že by ho preferovali. Neříkám, že se nemůže stát, že vezmou někoho bez žurnalistického vzdělání, ale myslím si, že už minimálně, že je nás dost [...] nebo [...] bude nás dost [...], co to vzdělání má na to, aby si mohli vybírat z těchhle lidí. A spíš jako upozadili ty, co to žurnalistický vzdělání nemají.“*³²⁵

Studenti celkově bez ohledu na to, jak funguje reálný svět médií uváděli, že je pro ně osobně u novináře spíše důležitá praxe a schopnosti než jeho vzdělání. Například DŠ sdělil, že je důležité, aby měl novinář středoškolské vzdělání, ale vysoká škola už není potřebná, protože existují lidé, co mají pro práci novináře vrozené vlohy či talent: *„[...] Ale potom tady jsou lidi, kteří prostě na to mají vyloženě talent [...], tak si nemyslím, že by potřebovali vysokoškolské vzdělání, [...], když si dokážou sehnat kontakty, dokážou si někde sehnat práci s tím, co umí.“*³²⁶

Skupině preferující reálné schopnosti oponovala méně početná skupina studentů, kteří se domnívali, že vzdělání, ať už v oboru Žurnalistika nebo jen vysokoškolské, je důležité pro výkon práce novináře: *„Mělo by (být u novinářů požadováno vzdělání pozn. autorky), protože znát ty náležitosti, že co daný článek musí obsahovat, co by tam být nemělo. Pak také mít jako slovní zásobu a aby se stále neopakovala stejná slova, takže za mě, to by měl určitě umět novinář.“*³²⁷

Studentům byla v oblasti okruhu otázek týkajících se vzdělání novináře položena i simulační otázka, zda by preferovali vzdělání v oboru Žurnalistika, kdyby oni sami byli

³²³ AVY, 80.

³²⁴ AR, 36.

³²⁵ SB, 61.

³²⁶ DŠ, 57.

³²⁷ AW, 37.

šéfredaktory. Informanti se spíše shodovali, že by na vzdělání, zejména na to žurnalistické, brali ohled, ale důležitější by pro ně byla praxe. Například JD uvedla, že vysoká škola sice u absolventa zaručuje nějaké získané schopnosti, nicméně novinář, který by se dlouhodobě věnoval praxi, může mít tyto schopnosti více méně také. Jako většina dotázaných uvedla, že v každém případě novinář musí ukázat, co umí.³²⁸

Z okruhů dotazů týkajících se vzdělání vyplynulo mimo jiné, že studenti bakalářských oborů mají jiné názory na práci novináře na začátku studia a na jeho konci. Zatímco studenti prvního ročníku častěji uváděli vzdělání jako důležitý aspekt pro práci novináře³²⁹, studenti třetího ročníku vzdělání za esenciální nepožadovali. Pohled na práci novináře neměnily jen získané teoretické znalosti v rámci studia, ale zejména konfrontace s praxí a rozšíření si mediálního kapitálu v oblasti praxe v médiích. Studenti, kteří si vyzkoušeli práci v médiích méně inklinovali k důležitosti vzdělání novinářů.³³⁰ Z tohoto zjištění lze také odvodit, že studenti s méně absolvovanými semestry považovali práci novináře za prestižnější profesi, zatímco studenti vyšších ročníků vnímali práci novináře více jako semi-profesi.

3.3. Výběr tematických zaměření a jejich prestiž

3.3.1 Volba tematického zaměření

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky nabízí pro studenty jednooborové Žurnalistiky a dvouoborových žurnalistických oborů tato tematická zaměření: politická žurnalistika, kulturní žurnalistika, vědecká žurnalistika, ekonomická žurnalistika, sportovní žurnalistika a sociálně-zdravotní žurnalistika. Kromě těchto zmíněných oborů uvedli informanti během rozhovorů i jiné tematické oblasti, které pojmenovali: lifestyle, enviromentální žurnalistika, sociálně–vědní žurnalistika a bulvár.

Dotazovaní studenti měli ve většině případů jasno, jaké tematické specializaci by se chtěli věnovat.³³¹ Zájem o danou oblast plynul nejčastěji z jejich koníčků.³³²

³²⁸ viz JD, 53.

³²⁹ viz např. odpovědi SB, 38.,39.

³³⁰ viz např. odpovědi AR, 36.

³³¹ Informanty nejčastěji lákalo sportovní, kulturní a politické zaměření. Zatímco jedna skupina měla jasně vybrané odvětví, jiná byla na vázkách nejčastěji mezi dvěma oblastmi – sportovní a kulturní (viz např. VH), politická a bulvár (viz např. MB).

³³² Rozhovory autorka zahajovala otázkou na zájmy informantů, kterou chtěla nejen navodit uvolněnou atmosféru, ale zároveň chtěla zjistit, zda zájmy studentů determinují výběr jejich tematického zaměření a také jejich pohled na postavení sportovního novináře ve společnosti.

3.3.2. Vnímání prestiže jednotlivých žurnalistických zaměření

Dotazovaní studenti vnímali novináře nejčastěji jako semi-profesi, která si zaslouží na základě své náročnosti větší společenskou prestiž ze strany veřejnosti. S ohledem na veřejný diskurz poukazovali na fakt, že lidé neumí rozlišit, kdo je, anebo není novinář, případně přisuzují všem tematickým zaměřením bez rozdílu stejný společenský status.

Sami dotazovaní budoucí novináři ale rozdíl mezi jednotlivými tematickými zaměřením pozorovali.³³³ Mezi nejprestižnější tematická zaměření zařazovali nejčastěji žurnalistiku politickou, vědeckou³³⁴ a zdravotní či ekonomickou³³⁵. Jako nejméně prestižní odvětví vnímali kulturní žurnalistiku³³⁶, tematickou oblast životní styl³³⁷ nebo i bulvár³³⁸.

Míru prestiže vnímali studenti ze dvou pohledů, a to buď z hlediska důležitosti a užitečnosti pro společnost³³⁹ obdobně jako Rowe,³⁴⁰ nebo z hlediska zájmu ze strany

³³³ Někteří z informantů nechtěli dělat mezi zaměřením rozdíly, ale nakonec všichni dokázali pomocí argumentů, zkušeností a znalostí určit, která zaměření vnímají jako nejprestižnější a která naopak jako nejméně prestižní. „[...] Já si, z mého pohledu, já si nemyslím, že je nějaké víc prestižnější než druhé, ale kdybych to měla asi nějak seřadit...“ NK, 29.

³³⁴ Někteří ze studentů naopak vnímali vědeckou žurnalistiku jako jednu z nejméně prestižních, a to proto, že je méně čtená než ostatní oblasti, nešlo ale o tolik kontroverzní vnímání jako u sportovní žurnalistiky. např. viz MJ, 20.

³³⁵ např. viz názor TP: „[...] Kdybych měl teda vybrat nejprestižnější, tak... Prvně bych se asi definoval, co tou prestižností myslím. Já bych si to teda asi definoval třeba vzdělaností čtenářů nebo mírou, no to asi ta vzdělanost bude asi tak jako nejlepší, [...] , že za nejprestižnější se budou považovat asi ti ekonomičtí novináři. Případně potom možná ta politika a třeba zpravodajství. No... Jaké máme teda další ještě zdravotnictví třeba ještě to taky asi bude spadat do podobné kategorie.“ TP, 25.

³³⁶ např. viz odpověď KR: „Já si právě myslím, že v naší společnosti, to se zakládá, jakože spousta lidí se zajímá o sport, takže myslím, že vysoko ceněná je ta sportovní. Taková ta, a právě že málo je, tak bohužel ta kulturní, protože těch kulturních je hodně a mají jakože, hůř se uplatní a kultura málo, jako že nezajímá tolik lidí jako třeba sport, bych řekla.“ KR, 17.

³³⁷ viz např. odpověď DŠ: „To se mi nezdá jako takovéto správné do žurnalistiky, o čem by se muselo informovat, jakože je dobré vidět, co trendí nebo tak...“ DŠ, 34.

³³⁸ např. viz odpověď AP: „Myslím si, že to už potom na druhé straně to, kde jako už, ee, končí ta přesně definovatelná pozice toho novináře, to už potom, to už jsme potom jako v tom, v tý mlze, kde se pohybují nějaký ty prostě rádoby, rádoby novináři [...]. Lidi, který píšou pro, ať už je to nějaký bulvár, ale jsou to prostě i třeba nějaký, já si myslím, že jako i pořád v bulváru je potřeba odvést nějakou práci, byť třeba jako není úplně etická, tak ale prostě úplně nejhorší jsou jako lidi, kteří se možná jakoby [...], označují za novináře, ale tak jsou prostě ty, který šíří nejvíce nepravdivé informace prostě, který si napíšu totálně vykonstruovaný článek na Parlamentní listy a prostě, na základě něhož pobouří nějakou skupinu třeba společnosti, tak jestli takovýhle člověk si říká novinář, tak to je to úplný dno.“ AP, 25.

³³⁹ JP se sám chce věnovat sportovnímu zaměření, při přisuzování prestiže jednotlivých zaměření ale sportovní odvětví zařadil na nejméně prestižní pozici, a to z toho důvodu, že bez něj společnost „dokáže žít“: „Tak, protože si myslím, že bez sportu se dá jako žít, tak, takhle, já teda bych to samozřejmě nezvládl, ale není to úplně taková ta nejdůležitější informace pro asi ty čtenáře, no. Kdežto, když se něco děje jakoby na politické úrovni, tak by to asi měl vidět každý nebo ve zdravotnictví, jako bylo teďka s covidem, kdež toho sportu to není asi až tak důležité.“ JP, 31.

³⁴⁰ ROWE, David. Sports journalism Still the 'toy department' of the news media?. Journalism [online]. 2007, 8(4), 385-405 [cit. 2023-02-11]. ISSN 14648849. Dostupné z: doi:10.1177/1464884907078657.

společnosti.³⁴¹ Autorka chtěla, aby informanti sami určili, co považují za kritérium prestiže proto, aby odpovědi dotazovaných zůstaly autentické.

Ačkoli studenti často uváděli, že prestiž vnímají dle míry konzumování daného odvětví, mezi nejprestižnějšími odvětvími se neobjevoval v České republice oblíbený bulvár. Dle autorky tkví vysvětlení ve skutečnosti, že studenti bulvár mnohdy nepovažovali za odvětví či specializaci žurnalistiky. I v případech, kdy dotazovaní zařazovali bulvár mezi nejméně prestižní odvětví, pochybovali, zda je možné považovat ho za žurnalistickou specializaci v pravém slova smyslu.

Sportovní zaměření se v odpovědích informantů objevovalo v kategorii nejprestižnějších, ale i nejméně prestižních zaměření. Z výzkumu vyplynulo, že je sportovní žurnalistika budoucími novináři vnímána kontroverzně. Žádné jiné zaměření totiž nebylo zařazováno na obě strany „osy prestiže“³⁴². Studenti v tomto ohledu potvrdili rozporuplnost vnímání sportovní specializace³⁴³, která zejména v očích těch, kteří ji berou s despektem, bojuje o rovnoprávnost s ostatními zaměřeními.

Sportovní zaměření bylo považováno za nejprestižnější žurnalistické odvětví např. dle SB: „*Já si myslím, že v našem ročníku to budou hodně ti sportáři, ta sportovní. A myslím si, že obecně ta sportovní je hodně populární, protože tam [...] je velký uplatnění [...]. Zatímco si myslím, že v těch ostatních musíš víc bojovat, aby ses jako uplatnila, takže sportáři budou asi nejprestižnější.*“³⁴⁴ Opačný pohled na prestiž sportovního zaměření měl MB: „*A nejméně prestižní, [...] asi mě napadl sport, takže sportovní žurnalistika, ale tím nechci dehonestovat jako sportovní žurnalistiku jako takovou, ale přijde mi, že samozřejmě zase člověk*

³⁴¹ SB viděla prestiž tematických zaměření v zájmu recipientů o daný obsah: „*Všechno to jde ruku v ruce. Myslím si, že jich je nejvíc, že se o tom hodně píše, že je o to hodně zájem. Je to hodně čtený. A takže určitě ano.*“ SB, 23.

³⁴² Například politická žurnalistika byla často vnímána jako nejprestižnější, ale nikým z informantů nebyla zařazena mezi nejméně prestižní zaměření. Naopak kulturní žurnalistika byla často vnímána jako nejméně prestižní, ale neobjevila se zároveň ve výčtu nejprestižnějších zaměření.

³⁴³ ROWE, David. Sports journalism Still the 'toy department' of the news media?. Journalism [online]. 2007, 8(4), 385-405 [cit. 2023-02-11]. ISSN 14648849. Dostupné z: doi:10.1177/1464884907078657. srov. BOYLE, Raymond. Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media [online]. 1 st ed. Routledge. 2020 [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781000697902. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. srov. BOYLE, Raymond. Sport Journalism: Context and Issues [online]. 1 st ed. SAGE Publications. 2006 [cit. 2023-04-17]. ISBN 9781446223789. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>.

³⁴⁴ SB, 22.

*musí umět jako komentovat ty věci tak, aby ti lidé si to, aby je to bavilo prostě udržet nějakou jiných pozornost u toho sportu, ale přijde mi, že ta sportovní žurnalistika je asi taková nejmíň prestižní [...].*³⁴⁵

Sportovní odvětví bylo nejčastěji vnímáno jako méně prestižní těmi, kteří si jako své tematické zaměření zvolili politickou žurnalistiku.³⁴⁶ Naopak jako nejvíce prestižní jej často považovali sami někteří budoucí sportovní novináři³⁴⁷ nebo i kulturní novináři³⁴⁸, kteří chápali sport jako důležitý český fenomén.³⁴⁹

3.4.Vnímání fenoménu sportovní novinář

3.4.1 Kdo je to sportovní novinář?

Sportovní novinář a jeho postavení v současném společenském kontextu očima studentů je ústředním tématem této magisterské diplomové práce. Stejně jako do problematiky týkající se novinářů obecně nešlo vstoupit bez otázky na definici samotného pojmu, neobešel se vstup do tohoto okruhu bez otázky, *Kdo je to vlastně sportovní novinář?* Na rozdíl od jednotné definice pojmu novinář, která více méně neexistuje, je sportovní novinář vymezen poměrně jasně³⁵⁰. I sami dotázaní studenti definovali sportovního novináře poměrně jednotně: *„Tak pod pojmem sportovní novinář si představuju člověka, který mediálně pokrývá dění ve sportu,*³⁵¹ uvedl například TP.

Kromě početnější skupiny informantů, která sportovního novináře vnímala jako člověka, který zprostředkovává recipientům dění ve sportu, ale figurovaly mezi odpověďmi i názory, že sportovní novinář je jen sportovní komentátor. Tento názor uvedl například MB: *„[...] Řekl bych, že je to komentátor. Někdo, kdo umí popsat, co se děje na hřišti a umí to popsat tak, že divákovi, který je třeba hodně dobře obeznámen s pravidly fotbalu, tak ho to neurazí,*

³⁴⁵ MB, 23.

³⁴⁶ viz např. MK nebo TP.

³⁴⁷ viz např. AW a LJ.

³⁴⁸ viz např. KR.

³⁴⁹ viz např. AVY, 38.,39.

³⁵⁰ viz Nicholson: Sportovní novinář je novinář, který informuje o dění ze sportovního světa, snaží se nejen přinášet fakta, ale i poutavé příběhy. NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>. s. 17.

³⁵¹ TP, 38.

*bude se na to dívat dál, protože hodně dobře ví, o co jde, ale na druhou stranu dokáže to okomentovat i tak, že divákovi, který o tom neví vůbec nic, tak mu vlastně vysvětlí nenásilně, co se v té hře děje, [...]. Takže někdo, kdo umí udržet pozornost, asi diváka u toho sportu a třeba tomu ještě dá nějakou přidanou hodnotu navíc.*³⁵²

3.4.2 Vztah informantů ke sportu a sledování sportovních médií

Většinu dotázaných studentů dovedly ke studiu oboru Žurnalistika jejich zájmy. Koníčky daných studentů determinovaly nejen výběr jejich tematického zaměření, ale i jejich preferovaný obsah coby konzumentů médií.

Autorka práce před provedením výzkumu předpokládala, že ti studenti, kteří se aktivně věnují sportu či sport pravidelně sledují, budou považovat sportovní odvětví za prestižní specializaci. Tento předpoklad se během výzkumu nenaplnil. Vztah informantů ke sportu sice většinou formoval to, jaký mediální obsah dotazovaní konzumují, nicméně tento fakt neovlivňoval jejich úsudek o prestiži žurnalistických specializací. Například studenti, kteří se sportu vůbec nevěnovali či jej nesledovali, uváděli jako nejprestižnější odvětví sportovní žurnalistiku.³⁵³ Naopak někteří z informantů, kteří se sportu věnují, sledují jej a chtěli by se realizovat ve sportovní specializaci, ji vnímali jako nejméně prestižní zaměření.³⁵⁴

Vztah informantů ke sportu samotnému byl různý. Mezi studenty byli aktivní sportovci i ti, kteří nesportovali vůbec. Přesto vztah sportu a společnosti, respektive vliv sportu na společnost byl většinou informantů vnímán stejně. Sport je především zábava, která pomáhá společnosti odreagovat se od starostí, napomáhá kondici a pomáhá udržovat zdravý životní styl. Zároveň má sport dle odpovědí informantů pozitivní vliv nejen na fyzickou kondici, ale i na psychické zdraví.³⁵⁵

³⁵² MB, 39.

³⁵³ viz např. KR.

³⁵⁴ viz např. JP.

³⁵⁵ Na sport tímto způsobem nahlížela informantka věnující se profesionálnímu sportu VH: *Tak určitě nějak tu společnost udržovat jako fit. Trošku oddálit zdravotní problémy, když to tak řeknu a určitě i jako zabavit, pobavit, je to určitě dobré pro psychické zdraví [...]* VH, 39. Stejně nahlížel na sport i nesportující MK: *„[...] Sport jako obecně určitě svou úlohu má, nemyslím si, že nutně to musí být organizovaný sport, do kterého tečou fakt jako velký dotace, ale nějak jako tělesná kultura a rozvoj jako zejména u dospívajících a mladých dospělých, tak je to asi důležitý i pro nějaký mentální well-being.“* MK, 39.

Dotazování vnímali nejen samotný aktivní sport, ale i sport v médiích,³⁵⁶ napříč sportovci i nespportovci, za formu relaxace a zábavy³⁵⁷, případně za způsob stmelování společnosti³⁵⁸ či za nástroj podnícení veřejnosti k zájmu o aktivní i pasivní sport.³⁵⁹

Ačkoli bylo sportovní zaměření částí dotazovaných považováno za nejprestižnější část žurnalistiky, odpovědi týkající se vztahu sportovních médií, veřejnosti a sportu ukazují, že prestiž je sportu přisuzována zejména díky zájmu ze strany recipientů než kvůli jeho důležitosti pro společnost. Toto zjištění nahrává označení sportovního oddílu jako „oddělení hraček“ a kritice Roweho, který uvádí, že sport nepřesahuje své uzavřené hranice, nereflktuje společenské problémy a nepřináší tímto společnosti přidanou hodnotu.³⁶⁰

3.4.3 Specifika práce sportovního novináře a určení profesní zdatnosti sportovního novináře

Práce sportovního novináře se vyjma tématu, o kterém novináři referují, liší dle Andrewse především v časové vytiženosti novinářů a práci se zdroji. Dále se odlišuje specifickým jazykem a stylistikou, které konzumenti sportovních médií vyžadují.³⁶¹ Pomocí simulačních otázek, týkajících se srovnání odvětví sportovní novinářiny s informanty

³⁵⁶ Součástí otázky týkající se sledování sportovních médií byl i dotaz na to, jaká média ke sledování sportu studenti využívají. Šlo spíše o maskující otázku, ze které vyplynulo zajímavé zjištění. Ti studenti, kteří sport sledují pro informovanost o veřejném dění, sledují spíše ČT. Studenti, kteří sport sledují pravidelně preferují komerční stanice, která mají více práv na jimi vyhledávaný sportovní obsah – viz např.: „*Tak od každého trochu, ale víc spíše ty komerční, protože ty veřejnoprávní nejsou tolik možná financované, takže... Je tam ta kvalita, ale chybí někdy tam nejsou třeba ta videa různá a ten obsah navíc.*“ AW, 21.

³⁵⁷ viz např. LJ „*Asi to, co jsem teď řekl podobnou hodně, že si každý člověk zapne televizi večer, když chce se podívat na svůj oblíbený tým nebo klub. Takže jako typ relaxace taky.*“ LJ, 27.

³⁵⁸ viz např. AVY: „*Já si myslím, že třeba zrovna jako v Český republice určitě ten sport nebo jako ta média mají jako velký dosah. Myslím si, že Česko je jako poměrně jako takový hrdý národ na jako svoje sportovce, prostě, ať už je to, že hokej nebo tenis, prostě. Já, která jakoby tolik to jinak nesleduju, [...] když je nějaká, nějaká Wimbledon nebo prostě takovýho, tak se mistrovství, hokej, tak se taky ráda koukám na to, prostě mě to baví [...], jakoby nebo baví mě podporovat český národ [...].*“ AVY, 38.

³⁵⁹ SB například upozorovala, že média určují, jak daný sport bude ve veřejném diskurzu populární tím, do jaké míry o něm referují: „*No, určitě ovlivňují, ale do jak velký míry, to je zajímavý otázka – na to by se dala vlastně psát celá bakalářka. Myslím si, že ovlivňují to, jak se o tom sportu píše. To, jak moc se o tom sportu píše a svým způsobem určitě ovlivňují, jak je na ten sport nahlíženo. A myslím si, že i tím, že jako třeba který sport si zvolíme...Hodně často se mluví o hokeji nebo o fotbalu. Takže jako o jakých sportech se rozhodneme, že budeme psát, tak ty jsou sledovanější [...]*“ SB, 29. VH uvedla, že díky médiím může být podnícen zájem veřejnosti o aktivní sportování: „*Určitě si myslím, že ovlivňují už jenom to, že třeba dávají ten sport do popředí, tak si myslím, že to může lidi jako nakopnout a říci ty jo, teď jsem tady četla o Messim, tak budu hrát fotbal, jako jo, takže si myslím, že to ty lidi jako podporuje k tomu sportu a popřípadě, když už ty lidi ten sport dělají, tak je to může motivovat k tomu, aby byl třeba lepší.*“ VH, 40.

³⁶⁰ ROWE, David. Sports journalism Still the 'toy department' of the news media?. Journalism [online]. 2007, 8(4), 385-405 [cit. 2023-02-11]. ISSN 14648849. Dostupné z: doi:10.1177/1464884907078657.

³⁶¹ ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>. s.7.

preferovanou oblastí³⁶², autorka získala odpovědi na dílčí otázky: *V čem spatřují studenti specifikum práce sportovního novináře? Co určuje profesní zdatnost sportovního novináře?*

Simulační otázka promítala studenty do doby, kdy se věnují své profesní kariéře vybraného tematického zaměření. Specifika práce sportovního novináře autorka určovala na základě srovnání, v čem by to informanti měli jako sportovní novináři, respektive ve srovnání se sportovními novináři těžší a lehčí. Z aspektů, které hodnotili informanti jako těžší pro práci sportovního novináře, autorka získala odpověď na otázku – *Co určuje profesní zdatnost sportovního novináře?*

Sportovní žurnalistika se dle odpovědí informantů liší od ostatních zaměření v mnoha směrech. Informanti uváděli, že sportovní novináři mají jednodušší komunikaci s respondenty. Lidé ze sportovního světa a samotní sportovci jsou na medializaci zvyklí, stejně tak organizátoři závodů a zápasů, proto je pro novináře přístup na sportovní akce jednodušší.³⁶³ Rozhovory probíhají v uvolněnější atmosféře, jsou přátelštější a méně vážné.³⁶⁴ Ve sportovním odvětví nemusí novinář znát tolik informací a dat, například nemusí znát historické souvislosti³⁶⁵. Například jeden z informantů s ohledem na nenáročnost sportovního odvětví uvedl, že měl za úkol napsat jakýkoli článek, přičemž mohl napsat „jednoduchý“ sportovní článek, ale vybral si dle jeho slov náročnější investigativní článek.³⁶⁶

³⁶² Pokud si student či studentka zvolili jako tematické zaměření sport, nechala odpovídající autorka srovnávat práci sportovního novináře s libovolným jiným tematickým zaměřením či se zaměřením, které informant či informantka označili za nejprestižnější nebo za nejméně prestižní.

³⁶³ Jednodušší komunikaci s respondenty uváděla například SB: „*Možná, když budou sportáři dělat nějakou reportáž, tak sportovci jsou zvyklí mluvit o tom, co dělají.*“ SB, 34. KB komentovala zase snadnější přístup sportovních novinářů na akce: „*No. Tak možná nějaký ten přístup na tu kulturní akci, [...], ty novináři, jakože sportovní, tam asi jako s nimi se počítá, ale třeba na kulturní akci, jakože třeba na koncertě, kdy jsem třeba byla, tak jsem asi moc těch kulturních novinářů neviděla oproti třeba sportovním.*“ KB, 36.

Tyto dva fakty jsou do jisté míry v rozporu s praxí, kterou zrcadlí ve publikaci Nicholson a kol., kteří uvádí, že sportovní organizace se snaží, aby externí novináři měli menší přístup k hráčům a informacím z klubu, aby mohli regulovat mediální obraz. NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. *Sport and the Media: Managing the Nexus* [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>.

³⁶⁴ viz např. LJ „*[...] Například třeba u těch rozhovorů, [...], pokud se neřeší nějaké jako vážnější téma nebo nějaká kauza nebo něco, tak ten rozhovor je většinou spíš přátelštějších než politický [...].*“ LJ, 41.

³⁶⁵ Informant TP byl dotázán, v čem by to měl jako politický novinář těžší oproti sportovnímu: „*[...] Možná zase, že ta šíře znalostí musí být větší, musí se týkat třeba, já nevím, geografie a historie... To chce třeba možná více znalostí, nevím. [...].*“ TP, 44.

³⁶⁶ „*[...] Jsem psal teda hodně, hodně složitý článek, protože jsem si vybral, jakože dokument, nebo vlastně dokumentaci jednoho zaniklého ústavního hřbitova, který právě máme v Plzni u jedné psychiatrické léčebny, na kterém byl pohřbených jako 15 000 lidí a některý ty lidi byli jako umučení a prostě některý ty lidi byli prostě zabíjí náckama, a tak. Takže prostě já jsem se musel hrabat prostě strašně moc jako archivama, ... psát prostě právníkům a jako z právního hlediska na to nahlížet. A mohl jsem místo toho udělat prostě nějakou sportovní komentář, že prostě Viktorka vyhrála nad Spartou, ale vybral jsem si teda jako tady to složitější téma.*“ KF, 13.

Sportovní novináři dále dle odpovědí studentů nemusí mít strach o své uplatnění³⁶⁷, jelikož ve sportovním světě se stále něco děje a je stále o čem psát, navíc sportovní novináři nemusí často hledat témata. Téma, o kterém mají psát,³⁶⁸ je předem dané.³⁶⁹ Dále byla sportovním novinářům přiřknuta menší společenská odpovědnost.³⁷⁰ Zmíněno bylo také, že sportovní novináři pracují jinak se zdroji, respektive používají „hotové zdroje“.³⁷¹ V neposlední řadě uváděli informanti faktor „práce zábavou“ – tedy, že sportovní novináře často sport baví, mají k němu blízko, protože například se danému odvětví aktivně věnovali a sportu rozumí.³⁷²

Mezi faktory, které určují profesní zdatnost sportovního novináře lze zařadit vhléd do sportovní problematiky³⁷³, s čímž souvislí přehled v daných sportech, znalost taktik, pravidel a hráčů.³⁷⁴ Mezi další aspekty schopného sportovního novináře patří také rychlost a pohotovost³⁷⁵. V tomto ohledu byla informanty vyřknuta slova obdivu směrem ke sportovním

³⁶⁷ Například KR uvedla, že sportovního dění je ve společnosti více, proto se sportovní novináři nemusí strachovat o své uplatnění: „Mám pocit, že kulturních akcí se děje víc, než těch sportovních a kdybych se třeba uplatnila ve vyložené kulturních médiích, třeba [...]“. KR, 29. Tomuto názoru oponovali ti, co spatřovali v množství sportovních médií spíše problém, protože se novinář musí hodně snažit, aby se prosadil viz např. JD, 36.

³⁶⁸ Například AVÁ uvedla: „Asi to, že sport se děje každý den a že i když byl covid, tak v nějakém měřítku ten sport se furt odehrávají, i když prostě bez fanoušků a takhle, ale vždycky byl. Řekla bych, že budou stále jakože žádání, prostě se to furt děje, takže ta žádanost bude snad větší.“ AVÁ, 34. Zcela opačný názor na problematiku měla SB, která naopak odpověděla, že si nastolováním témat ve sportovní žurnalistice není tak jistá, protože ve sportu se nemůže stát něco, co by recipienty vyložené přilákalo pro svou nepředvídatelnost: „Protože ve sportu se nemůže asi stát nic tak zajímavého, aby lidi, co nečtou sport ho začli číst, ale u kultury možná bude o něco málo jednodušší přilákat pozornost čtenářů, kteří by si normálně na takovouhle rubriku ani neokoukli.“ SB, 33.

³⁶⁹ např. viz NK: „[...] Možná v tom, co bych jako by mohla psát, že u toho sportu [...] máš vlastně danej, jeden teoretický okruh toho sportu, když máš třeba ten hokej, tak budeš psát o tom utkání a cokoli, ale u té politiky máš větší spektrum toho, co můžeš jakoby napsat.“ NK, 45.

³⁷⁰ např. viz MK: „[...] Cítil bych asi větší zodpovědnost, takhle to řeknu, kdybych byl ten politický novinář oproti tomu sportovnímu, kdybych byl ten bulvární, tak bych cítil přibližně stejnou nebo možná trochu menší, [...] odpovědnost než ten sportovní novinář.“ MK, 45.

³⁷¹ viz např. AW: Tak... mně osobně přijde [...], že je třeba ta vášeň prostě k tomu sportu, protože většinou jako na ten sport jdou lidi, co buď sport sledují nebo sami sport také dělají, že je tam k tomu ta vášeň.“ AW, 30.

³⁷² Studentka KO, která dříve hrála volejbal by si tak například dokázala představit práci ve volejbalovém prostředí: „Jestli třeba můžu říct jako kontakty většinou, když se podívám na nějaké sportovní novináře, tak do toho sportu třeba v minulosti dělali. Tak v tom mi přijde to plus, že se můžou specializovat na ten sport, který je baví. Tudiž třeba hrála jsem volejbal, můžu komentovat volejbal a můžu přinést ten svůj názor do toho sportu, protože mu rozumím.“ KO, 33.

³⁷³ Informant MB srovnával těžkosti práce sportovního novináře se svou vysněnou kariérou v late night show: „[...] No, asi vlastně bych nemusel mít zas na druhou stranu takový vhléd vlastně do toho tématu, protože když bysme se nějak jenom okrajově bavili o nějakých těch, třeba, kdyby, já nevím, kdyby tam došel herec, herečka, nebo kdyby tam došel i ten sportovec, třeba fotbalista, tak bychom se okrajově bavili třeba o tom sportu, ale ten sportovní komentátor by musel být větší, musí mít větší vhléd do toho tématu, než já bych musel mít.“ MB, 47.

³⁷⁴ Informant KF srovnával práci sportovního novináře a její těžší stránky s prací kulturního novináře: „[...] Asi jako určitě v nějakých aspektech, ale v nějakých aspektech zase jako lehčí, nebudu se muset učit jako všechny taktiky různé, ale prostě budu jenom popisovat, jak se povedly vánoční trhy, jakéj punčák tam dostanem [...]“. KF, 41.

³⁷⁵ Například viz VH, která uvažuje nad kariérou sportovní novinářky: „Tim, že budu muset pracovat rychleji, si myslím, že vlastně vím, že když vlastně je jakoby online, tak, tam se musí vydat článek do pěti minut nebo do deseti minut, že to, právě že dělá kamarád takhle tady na hokej, takže to je jako docela rychlý. A takže asi nejvíc jako

komentátorům.³⁷⁶ Profesní zdatnost sportovního novináře dále určuje schopnost ustát tlak ze strany čtenářů³⁷⁷ a schopnost prosadit se v konkurenčním prostředí.³⁷⁸ V neposlední řadě uváděli studenti jako důležitý faktor zachování objektivitu v případě, že je součástí sportovního klání, o kterém novinář referuje jeho oblíbený tým či sportovec.³⁷⁹

Studenti při identifikaci některých odlišností zmínili i aspekty, které ve své publikaci uvádí Boyle, a to menší požadavky na sportovní novináře, zejména v oblasti psaní, konkurenci ve sportovním prostředí a angažovanost bývalých atletů a atletek do sportovní novinářiny.³⁸⁰

Studenti dále spatřovali specifika práce sportovního novináře v její stereotypnosti.³⁸¹ Jiní informanti zase považovali sportovní zaměření jako jedno z odvětví, do kterého je snadnější se dostat.³⁸² Jedna ze studentek viděla specifikum sportovního novináře také v jeho schopnosti podnítit zájem o sport a sportovní aktivity ve společnosti. Sportovní žurnalistika a sportovní

v tom, no, že ostatní bude mít čas na to si to jako promyslet a upravit si slova a třikrát to dát jako editorovi, zatímco já to prostě budu muset jako vydávat, hned, když budu dělat tu sportovní.“ VH, 46.

³⁷⁶ např. viz JD: „[...] A třeba to televizní komentování mi přijde, že je jako hodně specifický, že to prostě dejte, postavte tam zprávaře a nebude vědět, co má říkat. Jestli je to je tak strašně jako rychlý, a tak strašně podle mě to musí být už zažitý, jak to funguje a co se zmiňuje a na co se kašle, že to je jako docela výkon podle mě.“ JD, 35.

³⁷⁷ TP viděl sport jako hojně konzumovanou oblast, ve které hrají velkou roli emoce fanoušků, kteří často kritizují sportovní novináře za publikovaný obsah: „[...] Jo, asi určitě v něčem jo, tedka z hlavy mě napadá třeba, že se nebudu potýkat s takovým tlakem čtenářů. Dovedu si představit, že to je věc, se kterou se sportovní žurnalisté musí vypořádávat určitě každodenně. Že se nelíbí třeba článek, který byl napsáno o daném klubu nebo podobně.“ TP, 40.

³⁷⁸ např. viz JD: „[...] Jako prostě to svoje jméno, že prostě všichni vědí, kdo je Záruba, [...] nevěděla bych, jak to udělat třeba prostě, aby měl někdo ten svůj specifickéj styl komentování nebo specifickéj styl psaní nějakých delších rozběrů o tom, proč někdo vyhrál, proč někdo prohrál. Jako prosadit se v tom jako individuum mi přijde třeba podstatně těžší než u politický žurny, kde prostě, když se někdo třeba zaměřuje na jednu stranu a pořád je otravuje a pořád s nima má interview, tak už to ho může prosadit, že prostě víte, že tady Karla Králová pořád prostě má interview s Andrejem Babišem a ten s nikým jiným nebude mluvit, než s ní tak prostě už budou všichni vědět, kdo ta paní je.“ JD, 36.

³⁷⁹ AW mluvil o náročnosti zachování objektivitu v případě, kdy musí novinář referovat o svém oblíbeném týmu. Tento ztěžující faktor zmiňovali jen ti informanti, kteří by se do budoucna chtěli profilovat sportovním směrem: „No, samozřejmě jako zůstat stále jako objektivní každý má jako svůj oblíbený tým, nebo někoho oblíbeného a pak psát a zůstat stoprocentně objektivní.“ AW, 31.

³⁸⁰ BOYLE, Raymond. Sport Journalism: Context and Issues [online]. 1 st ed. SAGE Publications. 2006 [cit. 2023-04-17]. ISBN 9781446223789. <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 9.

³⁸¹ Sportovní novinářina postrádá pestrost uvedl TP: „[...] Dovedu si představit, že pokud člověk pracuje ve sportovní žurnalistice, tak si vyprofiluje pár těch sportů, kterým jako skutečně rozumí, jejichž historický kontext zná jako dopodrobna. Nevím, například jako, že intenzivně skladbu těch jednotlivých týmů i třeba z minulosti, takže to se nejde věnovat jako komplexně všemu, kdežto ta politika podle mě více překrývá. Člověk to má prostě pestřejší [...]“. TP, 39.

³⁸² Někteří z informantů specifikovali sportovní novinářinu jako prostupnější oblast žurnalistiky, což například neplatí pro politickou žurnalistiku. Sportovními novináři se běžně stávají například bývalí sportovci, kteří sice disponují velkým přehledem a znalostmi v oblasti sportu, ale menšími znalostmi v žurnalistice: „Řekl bych, že je to mainstreamový, že [...] je hodně velká pravděpodobnost, že ten sportovní novinář například už jako i fotbalista, například hokejista, že už ho sám provozoval, takže je pro něj daleko lehčí se v tom zorientovat a psát o tom možná, než například o politice nebo kulturní žurnalistice.“ MJ, 29.

novináři také čelili kritice. Jeden z informantů považoval sportovní prostředí za uzavřené pro širší veřejnost, a to i díky užívání svého vlastního slangu.³⁸³

Jako specifikum sportovní oblasti žurnalistiky uvedla studentka KO, která se sama chce realizovat ve sportovním zaměření i genderovou nevyváženost odvětví. „*Jelikož jsem žena, tak obecně platí, že ty ženy to mají těžší se jak, kdyby prodrat tou mužskou společností,*“³⁸⁴ uvedla informantka, čímž upozornila na konkurenci prostředí, ve kterém je signifikantní nevyváženost mužů a žen v redakcích, na kterou poukazuje Boyle.³⁸⁵ Jde o prostředí, které je hodně maskulinní a ženy jsou v něm často brány na lehkou váhu³⁸⁶.

KO sice na jednu stranu spatřovala ve svém genderu nevýhodu, na druhou stranu jej ale vnímala i jako přidanou hodnotu: „*[...] Ale když to vezmu z opačné stránky, tak těch žen ve sportu zase není tolik. Než třeba ve vědecké žurnalistice tam máme vědkyně nebo tak, takže v tomhle bych viděla možná i takový drobnější přínos od ostatních, a hlavně žena má trošku jiný pohled na ten sport než třeba muž. A to mi přijde, jako, že by bylo i třeba moje plus do budoucna.*“³⁸⁷ Informantka slovy o jiném pohledu na sport přitakala bývalé sportovní novinářce Lawrencové, která považovala ženský náhled na problematiku a práci s emocemi jako odlišný faktor vnímání sportovní žurnalistiky mužem a ženou.³⁸⁸

³⁸³ Informant AP kritizoval uzavřenost sportovního světa – sportovní žurnalistika dle jeho slov nedává možnost veřejnosti, která se o sport nezajímá do ní proniknout, a to i díky svému specifickému jazyku: „*[...] A, a, ty články jsou konstruovaný, i když jsou to články, tak jsou konstruovaný, prostě jiným způsobem jsou dělaný, tak prostě, aby, aby, přesně pro tu svou cílovku, ale bez nějaký snahy to jako přibližovat asi nějaký tý širší veřejnosti, prostě je to dělaný pro ty, kdo to mají číst.*“ AP, 33.

³⁸⁴ KO, 33.

³⁸⁵ BOYLE, Raymond. Sport Journalism: Context and Issues [online]. 1 st ed. SAGE Publications. 2006 [cit. 2023-04-17]. ISBN 9781446223789. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s.15

³⁸⁶ Kromě KO reflektovala tuto problematiku i AVY, která naopak nemá ambice pracovat ve sportovním prostředí: „*Já se teda přiznám, že vůbec jako nevím, jako ne, hmm. Asi na to úplně nedokážu říct svůj názor, protože jsem v tý sportovní žurnalistice se vlastně vůbec jako nepohybují, nikdy jsem to nezkoušela, takže vůbec jako spíš jako občas jenom třeba jako dočtu, jak jsem už říkala, s tím jako pohlavím, že občas ty ženský, eee, eee, prostě sportovní novinářky jsou trošku utlačovaný [...]*“ AVY, 83. srov. BOCZEK, Karin, Leyla DOGRUEL a Christiana SCHALLHORN. Gender byline bias in sports reporting:

Examining the visibility and audience perception of male and female journalists in sports coverage. Journalism [online]. 2022, 1.22. 2022, 23 [cit. 2022-11-16]. ISSN 1741-3001. Dostupné z <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/14648849211063312>

³⁸⁷ KO, 33. KO, ale i AVÁ s ohledem na gender a sportovní odvětví odkazovaly na Barboru Černoškovou, která pracuje jako moderátorka Branek, bodů, vteřin na České televizi. Pro obě studentky byla Černošková motivací či pomocníkem pro volbu sportovního zaměření. KO, 5 a AVÁ, 39.

³⁸⁸ BOYLE, Raymond. Sport Journalism: Context and Issues [online]. 1 st ed. SAGE Publications. 2006 [cit. 2023-04-17]. ISBN 9781446223789. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>. s. 15.

Sportovní žurnalistika byla informanty dále často srovnávána s tou kulturní, a to zejména informanty, kteří by se chtěli věnovat jedné ze jmenovaných oblastí. Podobnost sportovní a kulturní žurnalistiky nacházeli studenti nejčastěji v tom, že daného novináře musí odvětví bavit, aby se mu mohl věnovat, protože většinou při práci realizuje své koníčky a zájmy.³⁸⁹

Podobnost spatřovali studenti i v pracovním vytížení obou výše zmíněných skupin. Práci těchto novinářů řídí harmonogram sportovních nebo kulturních akcí³⁹⁰. LJ shrnul podobnost prohlášením, že sport je vlastně část kultury a tedy obsah, ačkoli je rozdílný, je si něčím podobný.³⁹¹

Studenti v některých případech dokázali definovat i odlišné oblasti, které uvádí ve své publikaci Andrews – časové vytížení a práce se zdroji. Někteří studenti vnímali, že pracovní doba sportovních novinářů je řízena harmonogramem sportovních událostí: „*A pak třeba, když nevím, jestli to tak vážně funguje, ale myslím si, že třeba, když někdo jde na fotbalové nebo hokejové utkání, tak určitě i to se promítá do pracovní doby. Že to mají možná trošku specifitější kvůli danému, třeba fotbalovému nebo hokejovému utkání.*“³⁹² Někteří studenti také reflektovali odlišnou práci se zdroji, respektive jiné typy zdrojů ve sportovní žurnalistice. O „hotových zdrojích“ referoval například DŠ: „*[...] Sportovní dostane od zdroje, že vyhrál tým, tak to přepíše*“³⁹³. Jiná část studentů v těchto oblastech odlišnosti nespatořovala.³⁹⁴

³⁸⁹ viz např. KR: „*Jo, protože si myslím, že nekulturní člověk by to dělat nemohl, stejně jako nesportovní člověk by nemohl dělat sportovní žurnalistiku, k tomu tam ten nějaký vztah musí prostě být. Ono by se to pak promítlo i v tom článku, i v tom textu, že ten někdo k tomu nemá absolutně žádný vztah. Jako jo, chápu, že to má být jakože úplně objektivní a tak, ale to tam prostě půjde cítit z toho.*“ KR, 39.

³⁹⁰ viz např. VH: „*Myslím si, že v hodně věcech to budou mít podobný, protože si myslím, že ten kulturní novinář musí chodit taky třeba na ty vystoupení a představení. Nejlepší je, když se účastní přímo ty akce a zprostředkovávají vlastně oba dva ty obory vlastně lidem něco jako nového, co by je mohlo zaujmout, takže si myslím, že v tohle to bude jako podobné.*“ VH, 42.

³⁹¹ „*[...] No a taky píšou se třeba reportáže z koncertů, z fotbalových zápasů a je to v podstatě jako sport teda taky brát, jak už jsem říkal, jako kultura určitá. Ne v tom pravém slova smyslu, nevím v tom, co je kulturní žurnalistika, ale přijde mi to jako takto, no, trošku podobné.*“ LJ, 41.

³⁹² AW, 46.

³⁹³ DŠ, 71.

³⁹⁴ Rozdíl v časovém vytížení nevnímala např. informantka NK: „*Jako určitě ano, když sporták bude komentovat tady hokej, fotbal, basket, cokoli, tak bude mít nějaký jiný harmonogram než politiků, kteří se často schází prostě během dne a ty zápasy jsou v noci, ale myslím si, že aji určitě budou pracovat novináři od rána až hodně pozdě do večera a jedno, jestli to je sporták, politik nebo cokoli jiného.*“ NK, 57. AVY zase nespatořovala rozdíl v práci se zdroji a jejich typem, ale v jejich obsahové stránce – každý z daného zaměření se bude zabývat jiným obsahem, ale práce bude stejná: „*Tak oba bysme určitě, [...] se zaprvý účastnili [...] jako jiných akcí, myslím si, že hledali bysme jiný informace, měli bysme jiný zdroje, protože bysme prostě chodili na úplně jiný jako internetový stránky, mluvili bysme s jinými lidma, takže v tomhlectom bysme se lišili, ale furt bysme oba dva podávali prostě informace o tom, co děláme, nebo co zjišťujeme [...].*“ AVY, 41.

Mezi informanty figurovali i studenti, kteří mezi prací jakkoli jinak zaměřeného novináře a sportovního novináře neviděli rozdíl, respektive rozdíl vnímali pouze v tématu, o kterém je referováno.³⁹⁵ Další skupina studentů na otázku nedokázala odpovědět, protože dle svých slov o problematice neměla dostatečné znalosti.³⁹⁶

Studenti také skoro ve všech případech nespatořovali velký rozdíl ve vývoji práce sportovních novinářů za poslední století oproti jejich kolegům z ostatních zaměření.³⁹⁷ Zmíněné byly pouze přenosy – televizní přenosy nebo různé streamy, díky kterým sportovní novináři nemusí pokaždé do terénu.³⁹⁸

Zjistit, v čem spočívá profesní zdatnost sportovního novináře se autorka pokoušela i dotazem na důležitost vzdělání, znalostí o dané oblasti či míře vztahu novinářů k referované oblasti. Informanti se ve všech dotazovaných okruzích dělili vždy na dvě skupiny. Jedna skupina studentů považovala míru vzdělání všech žurnalistických odvětví za rovnocennou.³⁹⁹ Zatímco druhá skupina uváděla, že se domnívá, že ti, kteří dle jejich slov referují o náročnějších a prestižnější vnímané části novinářiny (politika, ekonomie, věda), by měli mít vzdělání vyšší.⁴⁰⁰ Stejně tak rozdělovali studenti i míru vědomostí, kterou by měl mít daný novinář o oblasti, o které referuje. Jedna část studentů uváděla, že by novináři všech zaměření měli mít stejně hluboké vědomosti ve svém oboru⁴⁰¹, kdežto druhá část studentů

³⁹⁵ viz např. AR: „Já úplně nevím, jestli jako to jeden z nás má jakoby těžší a lehčí, jako jsou to, je to jakoby podobná profese, ale obojí je nějak jiné a vlastně... [...]. Asi to nebudu mít úplně těžší nebo nějak výrazně lehčí. Asi to bude docela na podobné úrovni, že vlastně budu mít nějaké, nějaké úkoly, budu vědět, že mám odevzdat nějaké texty nebo nějaké jiné věci [...] Asi si nemyslím, že úplně to jsem schopná jako porovnat, co je lehčí a těžší. Spíš je to prostě jiné téma.“ AR, 32.

³⁹⁶ viz AP a BZ.

³⁹⁷ viz např. NK, 47.

³⁹⁸ viz např. MB, 54.

³⁹⁹ Ať už studenti hodnotili v předchozích otázkách, že by mělo být vzdělání novinářů vysokoškolské či stačí středoškolské, vyměřili by všem zaměřením stejně: „Myslím si, že by to měl být asi stejně, protože bych jako chtěl dělat ten sport, ale kdykoliv se může vlastně naskytnout, dělat něco jiného nebo někdo nařídí, udělat něco jiného, takže si myslím, že by asi každý měl mít jakoby nějaký přehled ve všem a umět se tak nějak jakoby psát o všem, že by neměl na tom být jako na tu jednu, v té jedné linii celou dobu.“ JP, 58.

⁴⁰⁰ Například VH vnímala, že je třeba, aby ti, co se zabývají odvětvími informantkou hodnocenými jako prestižnějšími, a zejména náročnějšími, by měli mít vyšší vzdělání: „No vnímám to tak, [...], že pokud se člověk chce věnovat například té politické, tak určitě musí mít jakoby, má to vzdělání podle mě třeba těžší, než člověk, co třeba píše to kulturní nebo klidně i tu sportovní, protože vlastně se musí naučit, jak ta politika funguje a všechny ty kauzy a musí se v tom jako vyznat, což každý se musí vyznat jakoby ve svém oboru a ve svém zaměření, ale myslím si, že zrovna třeba i ta zdravotní, že to jako mají těžší, protože musí mít i vlastně základy toho oboru, když to tak řeknu.“ VH, 52.

⁴⁰¹ Například NK uvedla, že je třeba, aby měli všichni novináři stejně hluboké znalosti ve svém oboru: „Určitě, to si myslím, že jako jednoznačně, protože když vlastně neví, o čem píše, o čem mluví, tak může to vyznít blbě.“ NK, 53.

považovala za důležité, aby hlubší znalosti měli ti, kteří referují o dle jejich názoru prestižnějších odvětvích žurnalistiky.⁴⁰²

Dva názory dotazované rozdělily do dvou skupin i v případě otázky na vztah novináře k oblasti, o které referuje. Otázka zněla: *Musí novináře bavit oblast, o které referuje, respektive, zda sportovního novináře musí bavit sport?* Část studentů vnímala, že je důležité, aby každého novináře bavilo to zaměření, o kterém píše.⁴⁰³ Druhý názor informantů byl, že naopak zaměření, u kterých vystupují do popředí vlastní zájmy a koníčky (sport a kultura) by měly novináře bavit více.⁴⁰⁴

3.4.4 Uplatnění sportovních novinářů

Jedna z dílčích otázek výzkumu se týkala i uplatnění sportovních novinářů. Předtím, než autorka hledala odpověď na otázku, zda současná společnost ovlivňuje uplatnění sportovního novináře, zjišťovala, jak budoucí novináři vnímají samotné uplatnění žurnalistů. Část studentů měla pocit, že se jim práce v oboru bude hledat dobře.⁴⁰⁵ Druhá skupina informantů se obávala, že bude zaměstnání hledat hůře, hlavně vzhledem k vybranému zaměření.⁴⁰⁶ Studenti bez závislosti na zaměření nejčastěji uváděli, že by se jim práce v oblasti

⁴⁰² Například AR uvedla, že ti novináři, kteří referují o dle jejího pohledu prestižnějších odvětvích, by měli daným oblastem rozumět více než jejich kolegové: „*Já si myslím že právě u těch jako závažnějších témat jako je věda, zdravotnictví a politika, tak tím víc tomu musí rozumět. Protože já si neumím představit, že bych měla třeba dělat rozhovor s nějakým politikem a vlastně nevěděla co jsou nějaké základy a nevěděla co se třeba dělo před deseti lety v té sněmovně nebo tak, takže určitě. A to asi platí úplně u všeho [...]. Ty informace a znalosti nastudované, zažité tak tím líp, že? Prostě třeba jako děláš hadry nebo něco, tak taky je dobré v tom žít a prostě vědět, že tady tohle se dělalo už tehdy, a proto to teď děláš, protože se to vrací, a protože je to takový a takový materiál a takhle.*“ AR, 48.

⁴⁰³ V tomto případě často studenti zastávali všeobecný názor, že je práce nebo to, co dělají, musí bavit. „*[...] Já se [...] zastávám toho, že pokud člověk něco dělá, nějak, tak bylo jako ho to mělo bavit, třeba nedokážu si představit, že já [...], kterou jako absolutně nebaví politika, by jsem šla dělat, jako celej život psát o politice, takže si myslím, že, ... že zrovna ten novinář to má dobré v tom, že vlastně ta jeho práce může být i tím jeho koníčkem.*“ VH, 62.

⁴⁰⁴ Např. studentka KO viděla rozdíl ve sportovním zaměření, které musí být, dle jejich slov, pro daného novináře koníčkem: „*Myslím si, že tohle se na sportovním novináři pozná, když prostě ho ten sport baví, tak i ten jeho projev je jiný. A že i ten divák vlastně u té televize, nebo když to čte, tak to pozná. A neřekla bych, že je to priorita, ale myslím si, že novinář, který chce dělat do sportu, tak prostě nemá rád sport, to podle mě se vylučuje.*“ KO, 41.

⁴⁰⁵ Informanti např. MJ viděli jako hlavní výhodu na současném trhu práce fakt, že médií je spousta, a proto je i spousta možností je uplatnit: „*Je to jednodušší, než to bylo hlavně z těch důvodů, že tady fakt vzniklo tolik možností, kde se může uplatnit, ať už u těch podcastů, co jsou v dnešní době hodně populární. Taky v klasické novinářině psané nebo na online žurnalistice, takže myslím, že to uplatnění je velké, a když má právě tu praxi a jsou s ním spokojení, tak má hodně velkou jako šanci se někde uchytit.*“ MJ, 49.

⁴⁰⁶ Například informantka AR, která by chtěla dělat kulturní žurnalistiku, se obává, že v tomto oboru práci nenajde: „*Já si myslím, že novináři furt jsou jakoby potřeba [...]. Ale třeba právě tím, jak se jakoby ta prestiž toho povolání snižuje, nebo už úplně jako mizí, tak si myslím, že to už není takové terno. Já jsem tady novinářka, takže vy mě tady všichni chcete. Já si myslím, že vlastně už nikdo na tebe jako nečeká nebo takhle. Takže si myslím, že uplatnění určitě je, ale záleží jakoby v jakém oboru, jakém zaměření. Myslím si, že právě třeba ta kultura je trošku v tomhle taková, že to vždycky dělá jeden, dva lidi v médiu, a to jim bohatě stačí [...].*“ AR, 56.

žurnalistiky hledala lépe ve větším městě, protože se tam odehrává z každé tematické oblasti mnoho událostí, o kterých lze potenciálně referovat.⁴⁰⁷

Co se týče samotných sportovních novinářů, tak se studenti domnívali, že to budou mít těžší, jednodušší i stejně těžké ve srovnání se svými kolegy z ostatních zaměření. Těžší zejména proto, že je sportovních novinářů hodně a je náročné se v tomto novinářském odvětví prosadit⁴⁰⁸, dále podle některých informantů proto, že není tolik témat⁴⁰⁹, o kterých by se dalo referovat či proto, že o sport není takový zájem.⁴¹⁰ Poslednímu aspektu odporovala většina informantů, kteří prohlásili, že sportovní novináři budou mít hledání zaměstnání jednodušší, a to právě díky tomu, že je o sport stále velký zájem. Sportovní novináři to budou mít dle odpovědí informantů jednodušší proto, že praxi získávají velmi brzy, tudíž jsou už od studií v oblasti, které se chtějí věnovat, což přináší širokou síť kontaktů, která může napomoci s uplatněním i do budoucna.⁴¹¹ Jednodušší to ale mohou mít dle odpovědí sportovní novináři i proto, že je jednodušší se do této novinářské oblasti dostat skrz nízké požadavky na žurnalisty.⁴¹²

⁴⁰⁷ Šlo spíše o maskovací otázku, která měla v části rozhovorů, které se začaly až příliš týkat jednoho tématu, a to sportu, tento koncept rozbít a odvést pozornost. I autorka došla k závěru, že nezávisle na zaměření, se studenti chtějí koncentrovat kvůli práci do větších metropolí, jako výhodu menších měst sice studenti vnímali menší konkurenci, i tak pro ně bylo zajímavější více pracovních příležitostí – viz např. AR: „[...] Myslím si, že právě čím větší město, tím líp a kor třeba ta Praha, tam se to děje všechno, že tam prostě je většina těch redakcí, které i já sama jakoby sleduju a vim o nich. Jsou prostě tam a určitě to není jako podmínka, že abys pracovala pro někoho v Praze, musíš tam být, ale je to lepší, protože ti řeknou, hej, zítra tady film, jdeš tam prostě a ty tam můžeš jít, že když prostě si někde v Ostravě, tak oni to dají někomu jinému a potom je dost možné, že se ani neozvou příště, takže si myslím, že zrovna jako v téhle práci určitě platí takovéto, že větší město, víc příležitostí, víc možností vůbec, jak s tím nakládat, no.“ AR, 59.

⁴⁰⁸ Konkurenční prostředí sportovní žurnalistiky spatřoval například KF: „[...] Sportáci to budou mít těžší, že jich je jako hodně, prostě pokud nepůjdou tím e-sportem nebo něčím takovým. Myslím si, že jo, myslím si, že jo, asi jo.“ KF, 92.

⁴⁰⁹ V nedostatku sportovních témat spatřovala problém např. VH: „[...] Myslím si, že možná těžší, protože, jak se vlastně pořád v politice něco děje, což jakoby i v tom sportu, ale vlastně politika tady hýbe úplně vším a všechny zajímá politika, tak si myslím, že o to víc těch jakoby politických členů se chce a o to víc politických novinářů bude potřeba.“ VH, 80.

⁴¹⁰ Informantka BZ měla pocit, že ve sportovním odvětví je náročnější se uplatnit proto, že o sport není ve společnosti takový zájem: „Myslím si, že to mají těžší (sportovní novináři pozn. autorky). Možná v tom, že o ty informace ze sportu není takovej hlad, jako třeba v tý politice nebo hospodářství, protože to prostě hejbe světem, že jo, takže možná proto je tam menší, jako, no. Je tam určitě míň jako těch pozic pracovních. A, eee, (přemýšlí), to je možná tak všechno...“ BZ, 76.

⁴¹¹ Spolužáci informanta MB, kteří se chtějí realizovat ve sportovní žurnalistice už během studijních let mají nějakou praxi, která jim mimo jiné přináší kontakty: „Noo, přijde mi, že možná je těch lidí méně o něco a asi se ti lidé můžou více dostat na světlo třeba tím, že píšou pro nějaké regionální sportovní kluby, což vim, že dělá hodně lidí, mám ročníku, že píše třeba pro, pro liberecký hokej a tím, jak už píše, pro liberecký hokej, tak se dostanou třeba k někomu, já nevím, kdo je tam, prostě to má celý ten Liberec, nějaký marketák, třeba má pod palcem, tak ten ho může zase třeba hodit na ty Onlajny, ten ho třeba zase dohodí do printu, já nevím, někam dál třeba, no.“ MB, 85.

⁴¹² Tento názor zastával informant AP: „Tak, myslím si, že ve sportu je právě spousta, i těch vlastně jako poměrně, těch pozic vyžadujících poměrně jako malou tu kvalifikaci a malou, málo nějaký, není potřeba jako mít schopnosti

Informanti rovněž hodnotili uplatnění sportovních novinářů jako srovnatelné s ostatními zaměřenými.⁴¹³ Jiná skupina dotázaných zase nedokázala určit, zda to budou mít sportovní novináři těžší nebo jednodušší, protože záleží na poptávce daného média.⁴¹⁴

V závěru rozhovoru byli rovněž studenti dotázáni, zda by si oni sami dokázali přestavit být sportovními novináři. Studenti, kteří byli již předem rozhodnuti pro sportovní zaměření, odpověděli ano.⁴¹⁵ Informanti, kteří nebyli s oblastí sportu až tak obeznámeni nebo váhali mezi sportem a jiným zaměřením, nejčastěji kulturou, o svém výběru pochybovali – odpovídali, že by museli v dané oblasti zlepšit své znalosti, aby stačili konkurenci.⁴¹⁶ Část informantů odpověděla, že kdyby musela, tak by se do sportovního odvětví lidově řečeno „dokopala“.⁴¹⁷ Poslední skupina jasně uvedla, že ne, protože na toto zaměření nemá dostatečné znalosti a kompetence, navíc často sport nebyl zájmem této skupiny dotazovaných.⁴¹⁸

Skupiny, které byly rozhodnuté pro ano či ne, měly jasné stanovisko. Avšak ti studenti, kteří by se v případě potřeby „donutili“ sportovní žurnalistice věnovat, či ještě nejsou vyhranění, ukazují, že sportovní odvětví může být studenty vnímáno jako volnočasové či oddechové, jehož kompetence nejsou tak složité, aby se je nešlo naučit.

Studenti, kteří by se chtěli realizovat ve sportovní žurnalistice svou budoucí kariéru viděli v komentování Formule 1, NHL nebo fotbalu, ve sportovním zpravodajství

toho investigativního novináře a toho reportéra z toho terénu, že vlastně právě tím, jak je ten sport poměrně jako černobílý, ty fakta jsou prostě daná, tak si myslím, že to není tak těžký třeba v tomhle.“ AP, 72.

⁴¹³ viz např. SB: „[...] Já si myslím, že to sportáči to budou mít v rámci uplatnění...já si myslím, že v konečném výsledku to budou mít podobný, protože sice jich je hodně, ale hledá se jich víc. Takže ono se to tak jako trochu vyruší v tomhle, že v jiných oblastech je jako hodně lidí, ale zase jich není tolik potřeba. Takže sportáči budou mít tu výhodu, že jsou hodně žádaní, ale budou mít nevýhodu v tom, že jich je hodně. A myslím si, že jich bude jako stoupat ten počet, protože je to přece jenom zajímavý jako referovat o sportu. Takže si myslím, že to bude podobný jako v ostatních v ostatních oblastech.“ SB, 63.

⁴¹⁴ např. viz LJ: „[...] To nevím, ale zase, když to třeba vezmu na to regionální, tak jak už jsem říkal, prostě když, když je nějaké médium, nějaké noviny, kde o sportu píšou jeden, dva novináři, tak je to asi jednodušší, ale zas to samé může být v něčem jiném jako o politice může psát málo, takže si myslím, že na tom asi tak nějak, že na to nejde odpovědět nějak všeobecně, že to záleží na tom, na těch jednotlivých médiích.“ LJ, 88.

⁴¹⁵ viz např. LJ, 88.

⁴¹⁶ viz např. KB: „Jakože třeba z těch, kdyby to bylo třeba z těch tanečních soutěží, tak to bylo úplně super. To by mě hrozně bavilo, ale jako že třeba ty jiný sporty, jakože možná by mě to třeba časem začalo bavit, ale musela bych tomu prostě jako, no to už jsem říkala, že jako začít jako víc rozumět, a to už by bylo asi těžší, takže třeba spíš ty věci, čemu rozumím.“ KB, 66.

⁴¹⁷ viz např. KR: „Kdyby už nic, protože z něčeho člověk vyžít musí, tak bych brala i ten sport, ale to už bych radši brala ekonomii.“ KR, 70.

⁴¹⁸ viz např. AR: „M-m (nesouhlasně). Jako mně to nic neříká [...] Takže to je potřeba, ale neumím představit, že bych to dělala. Já si vůbec ani neumím představit, že bych psala nějaký článek o nějakém sportovním jako tématu, mně to vlastně vůbec jako asi, kdyby to třeba bylo něco, mě třeba docela baví jako, jako lidská práva témata a nějaký jako rovnoprávnost a feminismus a tak, kdyby to bylo třeba nějaký článek, co se zabývá jako misogynií v nějakém sportu nebo prostě transgender lidí. Vím, že se teďka hodně jako řeší, takové to, jestli trans lidí, prostě mají zápasit jako třeba v tom plavání. Vím, že se furt řeší to plavání, že mají, jako jestli mají nebo nemají jako se utkávat jako ostatními, i když jsou transgender a třeba, třeba to by mě bavilo napsat jako, nebo to by pomohlo jako si o tom řešit jako zdroje a číst, ale jinak asi ne.“ AR, 71.

v Brankách, bodech, vteřinách v České televizi nebo v online sportovní žurnalistice. Vysněné oblasti těch informantů, kteří se sportovnímu odvětví primárně věnovat nechtěli, byly velmi pestré. Informanti zmiňovali práci v sociokulturní žurnalistice, online médiu zaměřeném na kulturu, časopisech zaměřeném na hry, v časopise zaměřeném na kulturu – například ve Full Moonu, v Esquire, ve zpravodajství Českého rozhlasu i v České televizi, realizaci viděli informanti i v podcastech. Informanti rovněž uváděli práci fotografky a kameramana.

Ti, studenti, kteří se nechtěli věnovat práci v žurnalistice by se rádi realizovali jako politický in-house marketér, psychologka nebo jako součást vlastního cestovního startupu.

Závěr

V předkládané práci se autorka zabývala postavením sportovních novinářů ve společnosti očima studentů žurnalistických oborů. Práce se skládá ze tří oddílů – z teoretické části, metodiky a z části analytické, která obsahuje vlastní výzkum.

V prvním oddílu rozděleném do pěti podkapitol se autorka zabývala teoretickými východisky. V úvodní kapitole objasnila termín žurnalistika, zabývala se její rolí a funkcemi ve společnosti. Zároveň představila pojem žurnalistické pole a zaměřila se na současnou žurnalistiku a českou žurnalistiku v post-transformační fázi.

Ve druhé kapitole se autorka soustředila na sportovní žurnalistiku, její specifika a odlišnosti od ostatních zaměření. Autorka se rovněž zabývala současnou sportovní žurnalistikou. Dále se zaměřila na vztah sportu, společnosti a sportovních médií. V této části se autorka rovněž věnovala problémům sportovní žurnalistiky, které souvisí s rozporuplným vnímáním její rovnoprávnosti mezi ostatními žurnalistickými odvětvími.

Ve třetí kapitole teoretických východisek se autorka zabývala pojmem novinář. Autorka v této kapitole prezentovala problematické vymezení pojmu novinář v závislosti na nejednotném vnímání žurnalistické profese, respektive povolání, odborným diskurzem. Autorka se rovněž v této kapitole zabývala prací a společenským postavením českých novinářů v post-transformační fázi. Představila rovněž výzkumy sebepojetí žurnalistů Volka a Jiráka a sebepojetí studentů žurnalistických oborů Volka a Urbánkové, které se touto problematikou detailně zaobírají.

Ve čtvrté kapitole se autorka zaměřila na sportovního novináře. Definovala jej, objasnila specifické atributy sportovních žurnalistů a jejich práce. Dále se věnovala postavení sportovních novinářů ve společnosti v očích jejich kolegů v historickém kontextu. Autorka v této kapitole prezentovala fakt, že sportovní novináři byli již za totalitního režimu v tuzemsku vnímání svými kolegy s despektem. Autorka se v této kapitole také zaměřila na problematiku genderové nevyváženosti mezi sportovními novináři, zejména ve sportovních redakcích. Vyústěním tohoto oddílu bylo nastínění současného společenského postavení sportovních novinářů.

V páté kapitole teoretických východisek autorka prezentovala tematicky blízké výzkumy a akademické práce, které se zabývají podobnou problematikou jako předkládaná diplomová práce. Kromě prací a publikací, zabývajících se tuzemským kontextem, nastínila i výzkum zahraničních studentů, který provedli Volek a Urbánková.

V teoretické části autorka vysvětlila termíny, které následně využila v části analytické. Analytickou část zpracovávala na základě metodiky, kterou popsala ve druhé části této práce s názvem Metodika.

Autorka realizovala vlastní kvalitativní výzkum. Technikou získu dat byly polostrukturované rozhovory. Vlastní výzkum pomohl naplnit stanovený cíl práce, a to zjistit, jak studenti žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci vnímají postavení sportovních novinářů v současném společenském kontextu. Zároveň výzkum pomohl k zodpovězení hlavní výzkumné otázky: „*Je postavení sportovních novinářů v očích studentů žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci rovnocenné s ostatními žurnalistickými specializacemi?*“ K získu odpovědi na hlavní výzkumnou otázku autorce pomohlo zodpovězení otázek dílčích: *Jak studenti vnímají profesi novináře? V čem studenti spatřují specifikum práce sportovního novináře? Co určuje profesní zdatnost sportovního novináře? Jak studenti vnímají úlohu sportu a sportovních médií ve společnosti? Ovlivňuje současná společnost uplatnění sportovního novináře?*

Analytická část práce se zaměřila na otázky týkající se novinářů obecně, aby mohlo dojít ke srovnání vnímání sportovních novinářů informanty. Z vlastního výzkumu vyplynulo, že dotazovaní studenti měli poměrně ucelenou představu o tom, kdo je novinář, kterého nejčastěji definovali jako zprostředkovatele důležitých a srozumitelných zpráv masám. Studenti se dále shodovali v definici vlastností, které by měl mít novinář, přičemž za nejdůležitější považovali objektivitu. Studenti vnímali rovněž téměř homogenně společenské postavení novinářů, které v současné etapě žurnalistiky označovali za horší.

V oblasti sebepojetí budoucích novinářů a názorech na aspekty práce se pohledy různily. Názory některých studentů pasovaly novináře na semi-profesi, ke které není třeba vysokoškolského vzdělání, což značí jejich nízkou sebeidentifikaci s žurnalistickým polem a profesí novináře. Část kolegů naopak považovala vysokoškolské vzdělání v oblasti žurnalistiky za důležitou součást atributů budoucího novináře, a tudíž vnímala práci novináře jako plnohodnotnou profesi.

Mezi studenty byl v oblasti otázek týkající se vzdělání a praxe či konfrontace praxe se vzděláním viditelný rozpor, a to zejména u studentů vyšších ročníků, kteří už absolvovali praxe v médiích. Studenti těchto ročníků byli často názoru, že vzdělání není při ucházení se o práci novináře určující faktor, jelikož od zaměstnavatelů není často požadováno, protože ti dávají

spíše přednost praxi. Vnímání vzdělání jako nedůležitého může jen prohloubit krizi, o které píše Volek s Urbánikovou, protože dle autorů má být žurnalistické vzdělávací pole jedním z posilujících faktorů rozkolísaného sebepojetí novinářského povolání v post-transformační době.

Vzdělání a jeho volba jsou důležitou součástí profesního života každého studenta. V případě dotázaných studentů žurnalistických oborů se ukázalo, že si často volili obor proto, že je bavilo psát, přičemž tito studenti nebyli v mnoha případech nijak vyhranění. Protipólem k těmto informantům ale byli ti, kteří šli studovat žurnalistiku proto, aby se jednou mohli věnovat svému koníčku či zájmu, respektive o něm psát.

Sebepojetí budoucích novinářů a jejich *illusio* oslabovala už samotná motivace. Ta byla u dotazovaných informantů na začátku studia zpravidla silnější než v jeho průběhu či na jeho konci. Někteří studenti během studia zjistili, že je žurnalistika velmi náročnou prací, která není dostatečně finančně ani společensky oceňovaná, a proto se plánovali po dokončení studia vydat zcela jiným směrem. Na druhou stranu dle odpovědí měla velká část dotazovaných studentů motivaci v médiích pracovat.

Fenomén sportovní novinář byl studenty žurnalistických oborů vnímán jako konkrétní pojem – nejčastěji jako novinář referující o sportu či sportovní komentátor. Menší část studentů si už dokázala představit jeho specifika či odlišnosti práce od ostatních zaměření. Výzkum ukázal, že ačkoli jednotlivá zaměření studují tři roky vedle sebe, neznají příliš specifika práce jiných specializací. Přesto se snažili definovat specifika práce sportovního novináře, mezi kterými uváděli například nižší serióznost obsahu, přátelštější prostředí či nižší společenskou odpovědnost. Někteří z dotazovaných také reflektovali odlišnosti sportovních zaměření definované v příslušných odborných publikacích, jako byly zejména „hotové zdroje“ a předem daný časový harmonogram. Profesní zdatnost novináře byla hodnocena zejména na základě jeho rychlosti, vzhledu do problematiky a znalosti sportovního prostředí.

Sportovní zaměření bylo studenty z pohledu prestiže specializace vnímáno kontroverzně. Část studentů uváděla, že sportovní žurnalistika je prestižní odvětví, zejména díky vysoké sledovanosti sportu. Jiní studenti zastávali názor, že sportovní zaměření je hlavně kvůli jeho nízkému významu pro společnost spíše infotainmentem.

Autorka se před zahájením výzkumu domnívala, že vnímání prestiže sportovního zaměření závisí i na vztahu informantů ke sportu či sledování sportovních médií. Tento

předpoklad se ukázal jako mylný. Studenti, kteří sport nesledovali, jej díky jeho společenské oblibě často považovali za nejprestižnější žurnalistické zaměření, ale naopak i někteří budoucí sportovní novináři hodnotili sportovní specializaci jako nejméně prestižní.

Nejednotný názor na sportovní zaměření se zobrazil i v otázce vzdělání sportovních žurnalistů. Dotazovaní studenti nebyli jednotní v tom, zda by sportovní novináři měli mít stejné vzdělání a vědomosti jako jejich kolegové z jiných žurnalistických specializací. Zatímco část studentů byla zastáncem faktu, že by sportovní žurnalisté mohli mít nižší vzdělání než například prestižněji vnímaní političtí kolegové, jiní informanti byli toho názoru, že vzdělání by měli mít všichni stejné. Studenti se dělili do dvou skupin i v otázce – „práce zábavou“. Část informantů uváděla, že zaměření jako sportovní a kulturní, kdy novinář referuje o svých koníčcích, jej musí více bavit. Druhá část považovala za důležité, aby všechna odvětví bez rozdílu jejich práce naplňovala a bavila.

Dotazovaní se rovněž nemohli shodnout v otázce uplatnění sportovních novinářů. Část studentů se domnívala, že sportovní novináři to budou mít v současném kontextu jednodušší, a to zejména díky značnému počtu sportovních médií, poptávce po sportu, ale i kvůli nižším nárokům na sportovní novináře. Tomuto názoru oponovali informanti, kteří s nárůstem možností uplatnění reflektovali i vzrůstající konkurenci ve sportovním odvětví. Část studentů neviděla v uplatnění sportovních novinářů a ostatních žurnalistických specializací významný rozdíl.

Autorka došla díky analytické části této práce k závěru, že sportovní novináři jsou v očích studentů žurnalistických oborů na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci v současném společenském kontextu vnímání rozporuplně. U první části informantů převládal názor, že sportovní novináři mají v rámci žurnalistických specializací ve společnosti lepší postavení díky tomu, že sport je známým českým fenoménem. Druhá část studentů, zejména ti, kteří si jako budoucí specializaci zvolili politické zaměření, postavení sportovních novinářů deklarovala, a to hlavně pro jejich společenskou nedůležitost.

Bibliografický soupis literatury

Seznam literatury

BENEDICT, Ruth. Kulturní vzorce. Přeložila Jitka FIALOVÁ. Praha: Argo, 1999. Capricorn (Argo). ISBN 80-7203-212-7.

DĚKANOVSKÝ, Jan. Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. Praha: Dokořán, 2008. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-131-4.

HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. Slovník žurnalistiky: Výklad pojmů a teorie oboru. Praha: 2017, Karolinum. ISBN 978-90-246-3752-5.

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRKŮ, Jan. Žurnalistická profese 2.0. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020. ISBN 978-80-246-4610-7.

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

MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Přeložil Jan JIRÁK, přeložil Marcel KABÁT. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002, c1999. ISBN 80-71787140.

MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Přeložila Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložila Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9.

MIŠOVIČ, Ján. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-285-2.

MORAVEC, Václav. Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR. Praha: Academia, 2016. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2572-2.

MORAVEC, Václav. Proměny novinářské etiky. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2.

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. Zpravodajství v médiích. Vydání třetí, revidované. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020. ISBN 978-80-246-4612-1.

PETRUSEK, Miloslav. Teorie a metoda v moderní sociologii. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-799-0.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.

SEKOT, Aleš. Sociologie sportu. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-7315-132-4.

SEKOT, Aleš. Sociologické problémy sportu. Praha: Grada, 2008. Sociologie (Grada). ISBN 9788024725628.

STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN. Přeložil Stanislav JEŽEK. Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie. Boskovice: Albert, 1999. SCAN. ISBN 80-85834-60-X.

ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1661-2.

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

VALČEK, Peter. 2016. Etika – Informace – Média. Olomouc: Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci.

VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia. Praha: Syndikát novinářů ČR, 2006, I., 1., s. 26-45, 101 s. ISSN 1801-9978.

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

Seznam elektronických zdrojů

Elektronické publikace

ANDREWS, Phil. Sports Journalism: A Practical Introduction. [online]. 2. SAGE Publications, 2013. [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781446292808. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>.

BOYLE, Raymond. Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media [online]. 1 st ed. Routledge. 2020 [cit. 2023-04-10]. ISBN 9781000697902. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>.

BOYLE, Raymond. Sport Journalism: Context and Issues [online]. 1 st ed. SAGE Publications. 2006 [cit. 2023-4-17]. ISBN 9781446223789. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1584214/changing-sports-journalism-practice-in-the-age-of-digital-media-pdf>.

BRADSHAW, Tom a Daran MINGUE. Sports Journalism: The State of Play [online]. 1 st ed. Daragh, 2019 [cit. 2022-12-20]. ISBN 9780429999796. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1519422/sports-journalism-the-state-of-play-pdf>.

HOLMES, Tim, Sarah HAWIN a Glyn MOTTERSHEAD. The 21st Century Journalism Handbook [online]. 1st ed. Routledge. 2014 [cit. 2023-4-11]. ISBN: 9781317864769. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1555219/the-21st-century-journalism-handbook-essential-skills-for-the-modern-journalist-pdf>.

MARTINEZ, Sandra M. Modern Journalism: Issues and trends [online]. Society Publishing. 2018 [cit. 2022-11-25]. ISBN 9781774070475. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/2041371/modern-journalism-issues-and-trends-pdf>.

NICHOLSON, Matthew, Anthony KERR a Merryn SHERWOOD. Sport and the Media: Managing the Nexus [online]. 2nd Edition. Routledge, 2015 [cit. 2023-04-03]. ISBN 9781317690429. Dostupné z: <https://www.perlego.com/book/1559318/sport-and-the-media-managing-the-nexus-pdf>.

Akademické práce

BARTALOSOVI, Věra. KDO JE DNES NOVINÁŘ, SOUDRUZI?: Reflexe novinářské profese stavovskou organizací československých novinářů v letech 1948-1968 [online]. Olomouc, 2021 [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://library.upol.cz/arl-upol/cs/csg/?repo=upolrepo&key=43032190201>. Disertační práce. Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce doc. PhDr. Petr Orság, Ph.D.

BARTALOSOVI, Věra. Obraz novináře v časopise Československý novinář v 50. letech. [online]. Olomouc, 2012 [cit. 2023-04-15]. Dostupné z: <https://library.upol.cz/arl-upol/cs/csg/?repo=upolrepo&key=69900745863>. Bakalářská diplomová práce. Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce PhDr. Petr Orság, Ph.D.

MLS, Martin. Sportovní novinář a jeho společenská úloha: srovnávací analýza [online]. České Budějovice, 2011 [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: https://theses.cz/id/vc814y/mls_DP.pdf. Magisterská diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Pedagogická fakulta. Katedra společenských věd. Vedoucí: prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

MORITZ, Brian Peter. Rooting for the story: Institutional journalism in the digital age. [online]. New York, 2014 [cit. 2022-11-30]. Dostupné z: <https://surface.syr.edu/etd/171/> etd Dizertační práce. Syracuse University.

NEMRAVOVI, Petra. Vývoj formy sportovního zpravodajství od zahájení vysílání Československé televize do současnosti [online]. Praha, 2018 [cit. 2022-11-18]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/100082/120298738.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Milan Kruml.

SOUČKOVÁ, Barbora. Role a postavení novinářské profese v perspektivě studentů žurnalistiky [online]. Praha, 2022 [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/176074/120428793.pdf?sequence=1>. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních

studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

WEINLICHOVÁ, Markéta. Aspekty životní dráhy sportovních novinářů v kontextu volby profese [online]. Brno, 2020 [cit. 2023-03-31]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/df2e6/Diplomova_prace_finalni_verze.pdf. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, Katedra společenských věd a managementu sportu. Vedoucí práce Mgr. Milena Strachová, Ph.D.

Odborné studie

BOCZEK, Karin, Leyla DOGRUEL a Christiana SCHALLHORN. Gender byline bias in sports reporting: Examining the visibility and audience perception of male and female journalists in sports coverage. *Journalism* [online]. 2022, 146488492110633 [cit. 2022-11-16]. ISSN 17413001. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/14648849211063312> .

SCHMIDT, Hans C. Forgotten Athletes and Token Reporters: Analyzing the Gender Bias in Sports Journalism. *Atlantic journal of communication* [online]. Routledge, 2018, 26(1), 59-74 [cit. 2022-11-17]. ISSN 1545-6870. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/15456870.2018.1398014?needAccess=true&role=button>.

SCHOCH, Lucie. The Gender of Sports News: Horizontal Segregation and Marginalization of Female Journalists in the Swiss Press. *Communication* [online]. 2022, 10(4), 746-766 [cit. 2022-11-16]. ISSN 21674795. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/2167479520951162>

ROWE, David. Sports journalism Still the 'toy department' of the news media?. *Journalism* [online]. 2007, 8(4), 385-405 [cit. 2023-02-11]. ISSN 14648849. Dostupné z: doi:10.1177/1464884907078657.

Internetové články

ERT. Stres a nekonečná pracovní doba. Nejhorší povolání je novinářina. *IDnes.cz: Zpravodajství* [online]. MAFRA, 24.4.2013 [cit. 2022-10-11]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/novinarina-jako-nejhorsipovolani.A130424_122412_zahranicni_ert .

MAV. Deníky beze změn, nejčtenější jsou Blesk, MF Dnes a Deník. MEDIAGURU [online]. Praha: PHD, 11.8.2022 [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/08/deniky-beze-zmen-nejctenejsi-jsou-blesk-mf-dnes-a-denik/>.

ŘEZNÍČKOVÁ, Aneta. Novinařina je nejméně přitažlivé zaměstnání. Může za to stres a časová náročnost. Generace 20: Časopis studentů VOŠP [online]. Vyšší odborná škola publicistiky, 4.8.2016 [cit. 2022-10-11]. Dostupné z: <https://www.generace20.cz/domaci/novinarina-je-nejmene-pritazlive-zamestnani-muze-za-to-stres-a-casova-narocnost>.

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. Václav Moravec: Zažíváme revoluční mediální dobu. MEDIAGURU [online]. 29.6.2016 [cit. 2022-11-18]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/06/vaclav-moravec-zazivame-revolucni-medialni-dobu/>.

WOLF, Petr. Průměrná mzda podle profesí, regionů, pohlaví a jejich složek. KupníSíla.cz [online]. GTO. Solutions, 31.8.2022 [cit. 2022-11-10]. Dostupné z: <https://www.kupnisila.cz/prumerna-mzda/>.

Ostatní elektronické zdroje a dokumenty

NEŠPOR, Zdeněk R. Encyklopedie v dějinách české sociologie [online]. 2018 [cit. 2023-02-09]. Dostupné online. <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Profese>.

NEŠPOR, Zdeněk R. Socializace. Sociologická encyklopedie [online]. Sociologický ústav AV ČR [cit. 2023-04-04]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Socializace>.

Výzkumu veřejného mínění Akademie věd z června roku 2019. Tisková zpráva: Prestiž povolání – červen 2019 [online]. Červen 2019 [cit. 2023-04-04]. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění, 2019. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/ekonomicke/prace-prijmy-zivotni-uroven/4990-prestiz-povolani-cerven-2019>.