

VYBRANÉ ATRIBUTY PROFESNÍHO SEBEPOJETÍ ČESKÝCH NOVINÁŘŮ¹

// Professional Self-Image of the Czech Journalists: Selected Attributes

Jaromír Volek

Masarykova univerzita, Brno

Jan Jiráček

Univerzita Karlova, Praha

ABSTRACT

Habits, professional standards, routines, as well as the opinions of “press people” can offer at least partial answers to questions dealing with journalists as a specific socio-professional community. The article is based upon results of research project “Czech Journalist” taken between the years 2003 and 2005 and its aim is to trace the basic types of their “professional self-definition”. The results suggest that along with traditional approaches of the journalistic profession (the “educational”, “advocate/adversarial” and “neutral/objective” types of journalists), there is a subgroup stressing a distinctive “career/pragmatic” approach to the role of being a journalist. Journalism is understood as an individual development tool, as a “fast track” towards an individual career (not only within the journalistic profession) by this subgroup.

KEY WORDS:

Czech journalists – journalistic profession – mass media – professionalization – professional values – professional self-image – professional self-definition

KLÍČOVÁ SLOVA:

čeští novináři – masová média – profesionalizace – profesní hodnoty – profesní sebepojetí – profesní sebedefinice

„Žurnalista sdílí se všemi demagogy [...] stejný osud: postrádá pevnou sociální klasifikaci. Patří do jakési kasty páriů, která je ve „společnosti“ sociálně vždy hodnocena podle svých mravně nejnižší stojících představitelů. Podivné představy o novinářích a jejich práci jsou proto běžné.“

Max Weber

Politika jako povolání (1918/19)

Společenská role českých novinářů byla od vzniku samostatné Československé republiky konfrontována s tolika mocensko-politickými proměnami a zvraty, že lze s jistou nadsázkou popsat příběh této skupiny jako historii neustálých pokusů o profesní emancipaci, které vždy s neodvratnou pravidelností končily na svém počátku. Je jen málo povolání, kde by se profesní/profesionální kánony a pravidla měnily v posledních sedmdesáti letech tak často jako v případě novinářského povolání, pravidelně podrobovaného mocensko-ideové „očistě“. Období uvozená roky 1939, 1945, 1948, 1968 sebou vždy neodbytně přinášela „nové“,

¹ Předkládaný text je jedním z výstupů práce realizované za finanční podpory GAČR v rámci projektu č. 403/02/0136 „Český novinář“ řešeného v letech 2002-2005.

ideologicky motivované redefinice profesní novinářské role. Zatím poslední transformaci tato role prodělala po roce 1989, kdy došlo k dramatické institucionální a profesní proměně, jež začala zhroucením organizace mediální produkce a její politické kontroly. Nově se ustavila vlastnická struktura médií a změnilo se složení novinářské obce: mnozí novináři profesi opustili, jiní se adaptovali na nové poměry, do českých médií se po nucené dvacetileté přestávce vrátila řada zkušených novinářů a nastoupila nová generace žurnalistů začátečníků. Ti všichni byli konfrontováni se dvěma klíčovými trendy, které překračují rámce české mediální krajiny – s rychlým nástupem nových informačních a komunikačních technologií a se silící ekonomickou i kulturní globalizací, která významně akcelerovala proces komercializace celého mediálního sektoru. Pozdně moderní žurnalisté jsou dnes nuceni spojit svou tradiční kritickou roli referenta o událostech a interpreta společenských jevů s technickými požadavky a možnostmi, které poskytují nové komunikační technologie. Pracovní výkon novináře tak má stále méně povahu osobní výpovědi či svědectví a představuje stále více naplňování pouhé administrativní role v odcizeném systému globálních komunikací. Jedním z důsledků tohoto trendu je i postupná deintelektualizace novinářského povolání v historickém procesu jeho nedokončené profesionalizace.

Na tomto pozadí se nově utvářelo/ří profesní sebepojetí českých novinářů, tedy jejich vztah k vlastnímu povolání, představy o jeho roli, vědomí (ne)odpovědnosti vůči veřejnosti, vlastníkům médií i profesním kolegům. Cílem tohoto textu je poskytnout základní informaci o aktuálním stavu procesu hledání této profesní sebedefinice.

1. Žurnalistika jako profese?

Podíváme-li se podrobněji na odbornou literaturu, zjistíme, že zde neexistuje jedna kanonizovaná definice vymezující, co je to profese a co předpokládá proces profesionalizace. Užívaná kritéria se různí (viz např. Willenski 1964, Friedson 1994). Problematický je již samotný význam pojmu profese. Někteří kritici oprávněně upozorňují na skutečnost, že jej nelze užívat jako neutrální analytickou kategorii, jelikož v sobě nese de facto hodnotící, respektive pozitivní označení dané činnosti.²

Diskuse o tom, zda lze chápat žurnalistickou činnost jako profesionální aktivitu, která má svá pevná pravidla sdílená drtivou většinou novinářů, se vede intenzivně již minimálně poslední století, kdy začalo být kritérium profesionality chápáno jako institucionální nástroj její společenské prestiže.³ Motivace k dosažení statutu profese je u novinářství podobná

2 Současně se, zvláště v posledních letech, objevuje stále častěji kritika procesu profesionalizace, a to především za to, že vede k monopolizaci výkonu určitých činností a v tomto smyslu způsobuje sociální uzavírání, respektive sociální exkluzi (Larson 1977) a v neposlední řadě podporuje trend slepé závislosti na expertním věděni. (Beck 2004)

3 První pokusy reflektovat otázky profesionalizace novinářů můžeme zaznamenat již na konci předminulého století (např. Pendleton 1890, Lawrence 1903, MacDonagh 1913) a především v první třetině století minulého (Carr-Saunders – Willson 1933, Rosten 1937). Předmětem systematictějšího vědeckého výzkumu se stalo dané téma až na konci šedesátých let a především v sedmdesátých letech minulého století (Tunstall 1970, 1971, Boyd-Barrett 1970, Matejko 1970, Johnston 1971, Johnston – Slawski – Bowman 1973, 1976). Postupně se tak v řadě zemí realizovaly výzkumy, které více či méně reflektovaly téma profesionalizace novinářů na úrovni národních států (Windahl – Rosengren 1978, Kepplinger – Vohl 1976, Wilhoit – Weaver 1996, aj.). Zajímavá je v tomto smyslu například komparativní studie Pattersona, Donsbacha (1996), která nabízí srovnání amerických, britských, italských, německých a švédských novinářů a jejich profesních postojů. Ze zemí bývalého východního bloku je třeba zmínit výzkumy Curryové (1990) („polský novinář“), Brečkové a Šrámka (1991) a Holiny (1997) („slovenský novinář“) a německé výzkumy Böckelmann a Mahleho (1994) a Schneidera, Schönbacha a Stürzebechera (1994) analyzující situaci východoněmeckých novinářů po sjednocení obou zemí. Uvedený výčet není samozřejmě vyčerpávající a má jen naznačit, že uvedené téma je relevantním vědeckým problémem řadu let v řadě zemí. Pokus reflektovat pozici českých žurnalistů představují pouze ankety z roku 1967 a 1991. Jejich metodologické limity ale neumožňují uvedená data využít pro srovnání se zahraniční situací ani s výzkumem, který jsme provedli letech 2002–2004.

jako u jiných profesí. Žurnalisté *profesionálové* jsou schopni efektivněji kontrolovat hranice své komunity a současně mají vyšší legitimitu při formování veřejné agendy. Nejde tak jen o snahu po zkvalitnění vlastního pracovního výkonu, ale zvyšuje se prestiž dané profesní komunity, která s sebou nese i vyšší stabilitu zaměstnanecké pozice, možnost plánování profesní kariéry a v neposlední řadě i ekonomické výhody. Pro žurnalisty tak platí, že profesionální status jim umožňuje zvýšit hodnotu určitých zdrojů-informací, kterými disponují a jež mají de facto povahu komodit. To ve svém důsledku posiluje jejich expertní status a zároveň zvyšuje i jejich hodnotu na trhu práce. Současně se ale ukazuje, že profesionalizace vede k monopolizaci výkonu tohoto povolání a má ve svém důsledku povahu obranného profesního mechanismu legitimujícího existenci této profese slepou závislostí na určitém typu expertního vědění. Vzniká tak postupně *profesní ideologie*, která vede k více méně nereflektovanému „administrativnímu“ naplňování profesních kánonů.

Obecně platí, že označení „profese“ předpokládá zvládnutí určité odbornosti na základě specializované přípravy, jež poskytuje vyšší míru pracovní autonomie a společenské prestiže, ale je současně i nástrojem omezení přístupu k výkonu daného povolání. „Profesionalizace“ je tak procesem, v rámci kterého získávají specifické pracovní aktivity status profese. Můžeme ji tak zjednodušeně vymezit jako proces přijímání atributů, které mají v obecné rovině povahu (a) *strukturální* a (b) *postojovou*, tj. zahrnují na jedné straně úroveň formálního vzdělání a požadavky vymezující podmínky pro vstup do profese, na druhé straně jsou utvářeny vlastním vztahem k profesi, respektive k tomu, co si představuje profesionál, že tvoří jádro jeho zaměstnání.

Profesní model žurnalisty tak má jednak svou „technickou“ dimenzi, vycházející ze systematického vědění získaného prostřednictvím dlouhodobé přípravy, jednak se odvozuje od stupně, ve kterém se profesionálové přizpůsobují sadě norem a pravidel dané profese. Ty určují nejen obsah pojmu „technická kompetence“, ale též náplň „ideálu poskytované služby“. Specifičnost tohoto modelu je tak dána naznačenou dvojdmostí, která se manifestuje v typických profesních rozporech: mezi profesní svobodou a závislostí; mezi ideologickou povahou publikovaných obsahů a snahou o jejich kritickou reflexi; mezi sledováním privátních (partikulárních) zájmů a službou veřejnosti; mezi mechanickým výkonem profese a tvůrčí svobodou. Uvedené napětí přesně ilustroval dnes již klasický text Penna Kimballa (1963), který si klade otázku, zda je žurnalismus „umění, řemeslo nebo profese“. Kimball zde do jisté míry předjímá profesní žurnalistickou typologii, se kterou přišel koncem sedmdesátých let John Merrill (1977), když rozlišuje „vědecký“ a „umělecký“ žurnalismus a odděluje tak základní novinářské funkce – neutrální a analytickou (interpretační).

Výsledkem uvedených sporů či nejasností je stav, kdy se řada teoretiků i samotných novinářů kloní k názoru, že povolání novináře představuje pouze semi-profesi, pro kterou je charakteristický velmi volný postoj k profesním standardům (Weaver – Wilhoit 1996, Hoyer - Epp 1994). V obou případech se objevuje argument, že žurnalistika nesplňuje většinu z předpokladů profesionalizace, respektive že je splňuje jen podmíněně.⁴

4 Jedná se o (1) dovednosti založené na teoretických znalostech, (2) absolvování specializované výuky a praxe, (3) formálním ověřování kompetence členů profese, (4) existenci (profesní) organizace, (5) respektování profesionálního kodexu činnosti a (6) altruismus služby.

2. Profesní sebepojetí: teoretický a výzkumný rámec

Sociologický výzkum zabývající se typologií profesní role, respektive profesním sebepojetím novinářů, je relativně bohatý a zahrnuje řadu kvantitativních i kvalitativních studií. Mezi nejvýznamnější patří výzkum Johnstona, Slawskiho a Bowmana (1976: 122-123). Autoři zde rozlišují dva základní profesní typy – novináře *neutrály* a novináře *participanty*.⁵ První sleduje kritérium *nothing-but-the-truth* a považuje za svůj úkol „přinášet pouze zprávy, jež mohou být verifikovány a prezentovány způsobem, který neodráží osobní hodnoty pisatele (autora)“. Druhý typ sleduje kritérium *whole-truth* a je pro něj typická snaha „vyhledávat všechny relevantní zprávy a připravovat zpravodajství s dostatečnou péčí a dostatečně důkladně, aby všechny důležité informace byly prezentovány“. Podle tohoto pojetí tak formují žurnalisté svou profesní identitu ve vztahu k jedné nebo druhé koncepci.

Po jedenácti letech revidovali Weaver a Wilhoit (1986, 1996) původní Johnstonovu typologii a přicházejí se třemi typy, které označují jako *šířitele* (disseminator), *interpreta*, *vykladače* (interpreter) a *odpůrce, kritika* (adversarial). První typ koresponduje s Johnstonovým *neutrálem*, ale více akcentuje rychlost informování co nejširšího publika. Druhý typ má blízko k Johnstonovu *participantovi*, leč zdůrazňuje výkladovou, interpretační roli žurnalisty. Poslední představuje profesní sebepojetí novináře, který preferuje kritický pohled na představitele vlády a světa podnikání. Oba výzkumy se shodují, že čisté typy jsou ale zastoupeny velmi slabě.⁶ Vedle těchto nejcitovanějších výzkumů se můžeme setkat s řadou terminologických variant uvedených typů i s jejich rozvedením.⁷

Jako celek naznačují uvedené výzkumy existenci dvou typologických variant vycházejících z novinářského profesního sebepojetí:⁸ typ, který vidí svou funkci v roli „zrcadla“ odrážejícího realitu, a typ, který za svůj klíčový úkol považuje „interpretaci“ obrazu zachyceného v onom zrcadle. Detailnější analýza pak ukazuje, že jen velmi malá část žurnalistů zapadá bezesbytku do „čistých typů“. Ukazuje se, že žurnalisté jsou mnohem pluralitněji orientovaní, než může jakákoliv škála zachytit.

3. Cíl výzkumu a konstrukce výběrového souboru

Jak jsme naznačili, cílem této statě je načrtnout základní kontury profesního(ch) sebepojetí

5 S podobnou typologií přišel i Janowitz (1975). Jen žurnalistu *neutrála* označuje jako *výrobce* (procesor) a místo o novináři *participantovi* hovoří o *advokátovi*, jenž zastupuje práva těch, kteří nemají ve společnosti zastání.

6 V prvním výzkumu se přihlásilo pouze k jedné variantě necelých 10 % žurnalistů, v druhém dokonce jen 2 % dotázaných novinářů.

7 Například kvalitativní studie Delmera D. Dunna (1969) identifikovala čtyři typy reportérů: *tradicionalistu*, *interpreta*, *zástupce veřejnosti* (má blízko k Weaverovu a Wilhoitovu *advokátovi*) a *spolutvůrce politiky*. Poslední typ je srovnatelný s novináři *aktivisty*, o kterých píše Argyris (1974). Ten rozlišuje *reportéra-aktivistu* (reporter/activist), jenž primárně necítí povinnost sdělovat více než vlastní názor, *reportéra-výzkumníka* (reporter/researcher) zaměřeného na interpretační funkci a reportéra *tradicionalistu* (traditionalist), jenž klade důraz na řemeslnou stránku výkonu žurnalistické profese. Podobně Culbertson (1983) rozlišuje mezi žurnalisty *tradicionalisty*, *interprety* a *aktivisty*. Nejpropracovanější typologii vytvořila Janet Bridgesová (1991), jejíž studie je specifická v tom, že se soustředila na šéfredaktory (managing editor), u kterých více či méně převažuje spíše manažerská funkce, ale bývali výkonnými novináři a stále ovlivňují povahu editoriaální agendy. Bridgesová rozdělila americké šéfredaktory do tří základních typů a tří subtypů. Vedle více méně tradičních, výše zmíněných variant, identifikovala typ žurnalisty *obchodníka orientovaného na čtenáře* (reader-oriented bussinessperson), jehož profesní, hodnotová orientace odráží především komerční tlak, pod kterým se novináři/šéfredaktoři stále více ocitají. Jde de facto o přístup, který připisuje značný význam výzkumu chování čtenářského publika a potřebám inzerentů. Z dalších výzkumů zaměřených na typologii novinářské role připomeňme alespoň McLeoda a Hawleyho (1964), Ismacha a Denise (1978) a Cherryovou (1985).

8 Různá velikost a struktura dotazovaných souborů i použitá metodologie (v drtivě většině kvantitativní) neumožňují exaktní komparaci uvedených zjištění.

českých žurnalistů.⁹ Budeme tak věnovat pozornost představám českých novinářů o vlastní profesní roli, respektive o hodnotách, které s ní spojují. Naším cílem je nabídnout k diskusi alespoň hrubé rysy vztahu „českého novináře“ k vlastní práci, její společenské roli a významu.

Při konstrukci kategorie *profesního sebepojetí* žurnalisty jsme vycházeli jednak z výše uvedených výzkumů, respektive využili jsme některé baterie otázek, které se standardně používají při identifikaci kategorie profesní role. Následně jsme se pokusili v kvalitativní části výzkumu zohlednit skutečnost, že současná česká novinářská obec je do jisté míry formována jak zkušenostmi a představami o novinářství před pádem „starého režimu“, tak zkušeností s proměnou žurnalistické práce v 90. letech minulého století, charakterizovanou především přejímáním profesních hodnot akcentujících pojetí novinářské práce jako marketingového nástroje zaujetí pozornosti. Profesní sebepojetí žurnalisty tak chápeme jako složité předivo subjektivních a intersubjektivních postojů motivovaných jak profesními zkušenostmi a životními projekcemi, tak vědomím historického profesního kontextu.

Hlavní výzkumná otázka, kterou jsme si v tomto smyslu položili, se týká jednak vztahu českých novinářů k vybraným atributům jejich profesní aktivity, nepřímo tak testuje, do jaké míry domácí žurnalisté akceptují vybrané profesní předpoklady, a současně hledá odpověď na to, do jaké míry se čeští žurnalisté odlišují ve sledovaných aspektech od svých zahraničních kolegů.

Vzhledem k tomu, že v České republice neexistuje spolehlivá opora výběru, respektive databáze, která by poskytovala základní informace o sociodemografické struktuře domácích novinářů, museli jsme vymezit základní soubor samostatně. Pro vymezení základního souboru jsme využili databáze českých tištěných a audiovizuálních médií působících na celostátní a regionální úrovni. Výběrovým kritériem byl výrazný podíl média na aktuální zpravodajsko publicistické produkci pro širokou veřejnost.¹⁰ Kategorii novináře jako základní analytickou jednotku jsme vymezili v souladu s většinovým pojetím vyskytujícím se v zahraničních výzkumech jako člena redakce, který se přímo podílí na formování editoriaální agendy v hlavním nebo vedlejších pracovním poměru. Takto definovaný základní soubor čítal 2 585 novinářů. (viz tab.1, 2).

tab. 1: Struktura základního souboru z pohledu vybraných sociodemografických charakteristik

Pohlaví	%	n	Věk	%	n	Vzdělání	%	n
Muž	60 %	1510	18–29 let	34,8 %	900	Vysokoškolské	47,9 %	1238
Žena	40 %	1075	30–39 let	30,9 %	799	Vysokoškolské neukončené	3,8 %	135
			40–49 let	18,8 %	486	Studující vysokou školu	5,2 %	99
			50–59 let	13,0 %	336	Středoškolské	40,9 %	1057
			60 +	2,5 %	64	Základní	2,2 %	56
CELKEM	100 %	2585		100 %	2585		100 %	2585

9 Analyzovaná data jsou součástí širšího projektu „Český novinář“, který zahrnoval: a) kvantitativní reprezentativní šetření mezi žurnalisty (sběr dat provedla v období červen–září 2003 agentura Focus) b) reprezentativní výzkum názorů dospělé populace na profesi žurnalisty (sběr dat provedla v období září–říjen 2004 agentura Opinion Windows) c) hloubkové rozhovory s vybranými novináři, které realizovali autoři výzkumu.

10 Oporu výběru tvořilo 109 redakcí, resp. masových médií. Vyloučili jsme časopisy životního stylu s nižší periodicitou (čtrnáctideníky a měsíčníky), volnočasové magazíny a tituly/stanice vykazující zřetelnou zájmovou či žánrovou orientaci (hudební rozhlasové stanice ap.). Na základě takto vytvořeného seznamu jsme písemně oslovili jednotlivé redakce a požádali je o vyplnění screeningového dotazníku, který obsahoval informace o základních sociodemografických charakteristikách žurnalistů v daném médiu. Sledovali jsme následující ukazatele: a) počet členů redakce, b) pohlaví c) vzdělání d) věk e) pracovní pozice f) počet přispěvatelů bez zaměstnaneckého vztahu.

tab. 2: Zastoupení žurnalistů v základním souboru pohledu organizačně technických kritérií

Pracovní pozice	%	n	Typ média	%	n	Dosah média	%	n
Řídící pozice	19 %	491	Tištěná	63 %	1603	Celostátní	71 %	1835
První stupeň řízení	81 %	2094	Audiovizuální	37 %	982	Regionální a lokální	29 %	750
CELKEM	100 %	2585		100 %	2585		100 %	2585

Ve třetí fázi konstrukce výběrového souboru jsme ze základního souboru vytvořili projekci strukturu potenciálních respondentů, kteří podle základních sociodemografických charakteristik (pohlaví, vzdělání, věk), typu média (tištěná/audiovizuální), respektive jeho dosahu (celostátní a regionální) reprezentovali jako celek soubor základní (struktura výběrového souboru viz tab. 3 a 4).¹¹

tab. 3: Struktura výběrového souboru z pohledu vybraných sociodemografických charakteristik (projekce vytvořená na základě struktury základního souboru)

Pohlaví	%	n	Věk	%	n	Vzdělání	%	n
Muž	60 %	243	18–29 let	37 %	149	Vysokoškolské	48 %	192
Žena	40 %	163	30–39 let	30 %	122	Středoškolské	50 %	206
			40–49 let	20 %	81	Základní	2 %	8
			50–59 let	11 %	46			
			60 +	2 %	8			
CELKEM	100 %	406		100 %	406		100 %	406

tab. 4: Zastoupení žurnalistů ve výběrovém souboru z pohledu organizačně technických kritérií (projekce vytvořená na základě struktury základního souboru)

Pracovní pozice	%	n	Typ média	%	n	Dosah média	%	n
Řídící pozice	19 %	79	Tištěná	63 %	257	Celostátní	71 %	287
První stupeň řízení	81 %	327	Audiovizuální	37 %	149	Regionální a lokální	29 %	119
CELKEM	100 %	406		100 %	406		100 %	406

¹¹ Vlastní dotazování provedli vyškolení tazatelé, kteří oslovili jednotlivé respondenty podle kvótního rozpisu zahrnujícího výše uvedené následující znaky. Dotazování probíhalo většinou v redakcích a průměrná délka rozhovoru nepřesáhla šedesát minut.

4. Profesní sebepojetí – základní faktory

Jak vyplývá z výše naznačené diskuse (či spíše sporu), je každá definice míry profesionalizace žurnalistického povolání jen provizorní. Jinými slovy vždy jde o relativní míru determinovanou danou novinářskou skupinou, v daném čase a ve vztahu k většinově užívaným komunikačním technologiím. Proto v naší studii nehovoříme o jakémisi pevně daném korpusu profesních kritérií, ale o profesním sebepojetí či sebedefinici, která indikuje vztah novinářů k vybraným profesním atributům. Ty byly zvoleny tak, aby umožňovaly komparaci s podobnými zahraničními výzkumy a současně zakládají možnost sledovat proměny této profesní sebedefinice.

Obecně lze konstatovat, že si čeští novináři svou profesní komunitu příliš neidealizují. Jak naznačuje sémantický diferenciál (viz tab 5) i hloubkové rozhovory, domácí žurnalisté mají jisté pochybnosti, zvláště pokud jde dodržování etických standardů novinářské činnosti (viz graf 1).

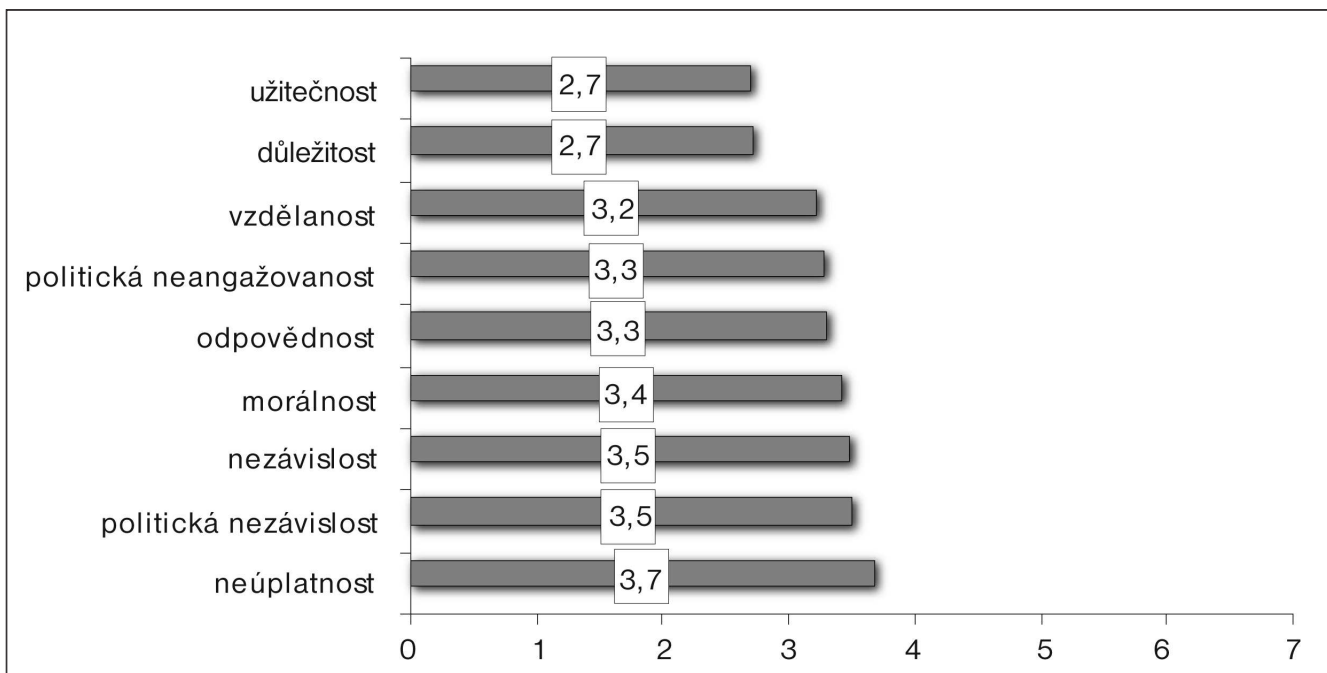
tab. 5: Které z uvedených charakteristik se Vám vybaví, když si představíte průměrného českého novináře?¹²

	1	2	3	4	5	6	7	
Užitečný	13 %	36 %	29 %	15 %	4 %	3 %	0 %	Neužitečný
Důležitý	14 %	36 %	27 %	16 %	6 %	3 %	0 %	Zbytečný
Vzdělaný	6 %	26 %	32 %	18 %	13 %	5 %	1 %	Nevzdělaný
Odpovědný	7 %	24 %	26 %	22 %	15 %	6 %	0 %	Neodpovědný
Morální	5 %	17 %	31 %	32 %	10 %	6 %	0 %*	Nemorální
Politicky neangažovaný	9 %	27 %	16 %	32 %	12 %	5 %	0 %*	Politicky angažovaný
Nezávislý	8 %	20 %	21 %	30 %	13 %	8 %	1 %	Závislý
Politicky nezávislý	6 %	20 %	20 %	33 %	14 %	6 %	1 %	Politicky závislý
Neúplatný	6 %	16 %	19 %	34 %	16 %	9 %	1 %	Úplatný

*n=1

12 Na závěr dotazování jsme použili techniku sémantického diferenciálu. Respondenti-novináři byli požádáni, aby se pokusili asociovat vybrané charakteristiky s průměrným českým novinářem.

graf 1: Které z uvedených charakteristik se Vám vybaví, když si představíte průměrného českého novináře? (průměrné hodnoty)



Uvedenou pochybnost naznačuje i rozložení odpovědí na otázku: „Jaký by měl být vliv novinářů na formování veřejného mínění?“. Velká většina respondentů považuje faktickou roli žurnalistů jako tvůrců mínění za silnou (85 %), ale s tímto stavem souhlasí jen polovina novinářů (51 %) (viz tab. 6).

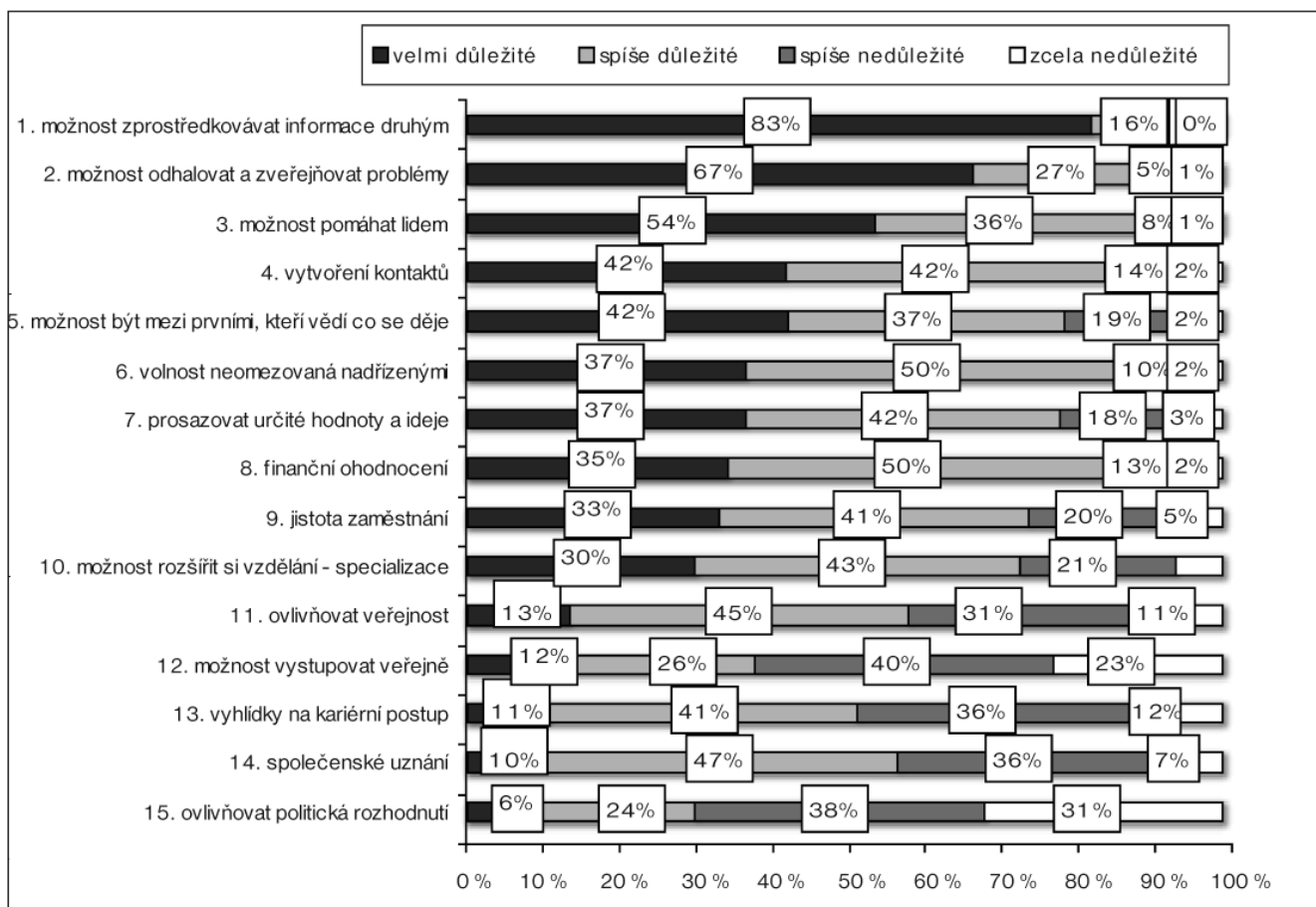
tab. 6: Reálný a ideální vliv novinářů na formování veřejného mínění (n=406)

	velmi silný ————— velmi slabý										Ø
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Jaký je vliv novinářů na formování veřejného mínění?	18 %	28 %	27 %	12 %	8 %	4 %	1 %	1 %	0 %	0 %	2,9
Jaký by měl být vliv novinářů na formování veřejného mínění?	4 %	12 %	18 %	17 %	26 %	9 %	6 %	6 %	1 %	0 %	4,4

Vlastní kvantitativní obraz profesního sebepojetí jsme měřili za pomoci mírně modifikované baterie proměnných, kterou již dříve vytvořili Weaver a Wilhoit (1996) (viz tab 1) a jež je stále používána v řadě dalších výzkumů a umožňuje mezinárodní komparaci. Dotázaní novináři tak hodnotili na čtyřbodové škále důležitost vybraných profesních atributů, které byly operationalizovány tím způsobem, aby reprezentovaly výše popsané základní přístupy k roli novináře: (a) *neutrální* (žurnalista jako „zrcadlo“), (b) *aktivistický* (novinář jako „interpret“ obrazu zachyceného v mediálním zrcadle). Poslední sada proměnných-indikátorů se soustředila na (výzkumně poněkud přehlížené) pojetí novinářské role, které akcentuje (c) *instrumentální* či *pragmatický přístup k výkonu profese* (jako důsledek komodifikace médií a komercializace jejich obsahů).¹³

¹³ Tato perspektiva se okrajově začíná v odborné literatuře objevovat až v 90. letech 20. století. (např. Bridgesová 1991)

graf 2: Jak důležité jsou pro Vás následující aspekty Vaší novinářské práce?¹⁴



Jak ukazuje graf 2, rozložení odpovědí (v kategoriích velmi+spíše důležité) naznačuje, že nejsilněji se dotázaní novináři ztotožňují s rolí „obránce slabých“, kterého snaha pomoci druhým motivuje k vyhledávání problémů. Plní tak *pátračsko-advokátní* funkci (položky 1, 2, 3, 5). O něco slabší je identifikace s přístupem k výkonu novinářské profese jako *prostředku individuální kariéry* (položky 4, 6, 8, 9, 12, 13, 14). Relativně nejméně se identifikovali dotázaní novináři s rolí profesionálního *tvůrce mínění* či *vychovatele* (7, 11, 12, 15).¹⁵

Uvedená data ale poskytla pouze základní informace. Pokusili jsme se proto analýzu prohloubit a zjistit, zda naznačené profesní přístupy obstojí, budou-li podrobeny *faktorové analýze*.¹⁶ Výsledky naznačují, že předpoklad existence tří základní faktorů profesního sebepojetí byl korektní (tab. 7).

14 Druhostupňová analýza nám umožnila interpretovat jen některé následující vztahy jako statisticky významné:
 a) význam možnosti prosazovat určité hodnoty a ideje stoupá s věkem, nejvíce tento aspekt oceňují novináři ve věkové skupině 40–49 (91 %) Cr. V = 0,29 (p < ,001).
 b) význam kariérního postupu klesá s rostoucím věkem, nejdůležitější je pro nejmladší věkovou skupinu 17–24 (74 %) Cr. V = 0,28 (p < ,001).
 c) význam finančního ohodnocení je nejvyšší u novinářů pracujících v soukromých médiích (87 %), nejnižší v médiích institucionálních (50 %) Cr. V = 0,25 (p < ,001).
 d) význam možnosti rozšířit si vzdělání klesá s rostoucím věkem, nejvyšší je ve skupině 17–29 (86 %) Cr. V = 0,25 (p < ,001).
 e) naopak význam společenského uznání roste se zvyšujícím se věkem, nejvíce tento aspekt oceňují žurnalisté, jejichž věk překročil padesátku 51+ (71 %) Cr. V = 0,27 (p < ,001).

15 Index identifikace s „pátračsko-advokátní funkcí“=1,52; index identifikace s možností „kariéry“=1,01; index identifikace s funkcí „vychovávajícího tvůrce mínění“=0,68. Index byl konstruován tak, že jsme procentní rozložení odpovědí na otázku „Jak důležité jsou pro Vás následující aspekty Vaší novinářské práce?“ (viz. tab. 5) násobili arbitrárně přiřazenými hodnotami („velmi důležité“=2, „spíše důležité“=1, „spíše a rozhodně nedůležité“=0) a následně vydělili stem (maximální hodnota indexu 2).

16 Použili jsme explorační faktorovou analýzu. Metoda rotace varimax.

tab. 7: Faktorová analýza – faktory profesního sebepojetí¹⁷

POLOŽKY	FAKTOR 1	FAKTOR 2	FAKTOR 3
1. možnost zprostředkovávat informace druhým	0,012	0,017	0,672
2. možnost odhalovat a zveřejňovat problémy	0,014	0,215	0,796
3. možnost pomáhat lidem	0,002	0,291	0,602
5. možnost být mezi prvními, kteří vědí, co se děje	0,261	0,148	0,470
7. prosazovat určité hodnoty a ideje	0,070	0,645	0,213
12. možnost vystupovat veřejně	0,229	0,690	0,068
15. ovlivňovat politická rozhodnutí	-0,106	0,596	0,149
11. ovlivňovat veřejnost	-0,016	0,740	0,133
8. finanční ohodnocení	0,514	-0,033	-0,018
4. vytvoření kontaktů	0,465	0,117	0,320
6. volnost neomezovaná nadřízenými	0,543	-0,021	0,170
9. jistota zaměstnání	0,686	0,084	-0,038
13. vyhlídky na kariérní postup	0,739	0,154	0,010
10 možnost rozšířit si vzdělání – specializace	0,499	-0,113	0,321
14. společenské uznání	0,502	0,250	-0,111

Faktor 1 sytí nejvíce proměnné, které naznačují prioritu naplňování individuálních potřeb spojených s kariérou a seberealizací (13, 9, 6, 8, 14, 10, 4). Nejsilnější faktorový náboj či motivační faktor zde představuje možnost profesní kariéry. Ta je spojována jak s vysokou finančním odměnou, tak s určitou mírou svobody. Seberealizační zabarvení tohoto faktoru posilují proměnné 10 a 4, které akcentují možnost rozšiřovat si vzdělání a získávat sociální kontakty. Jak dále ukážeme, tento přístup je typický pro pohled začínajících novinářů.

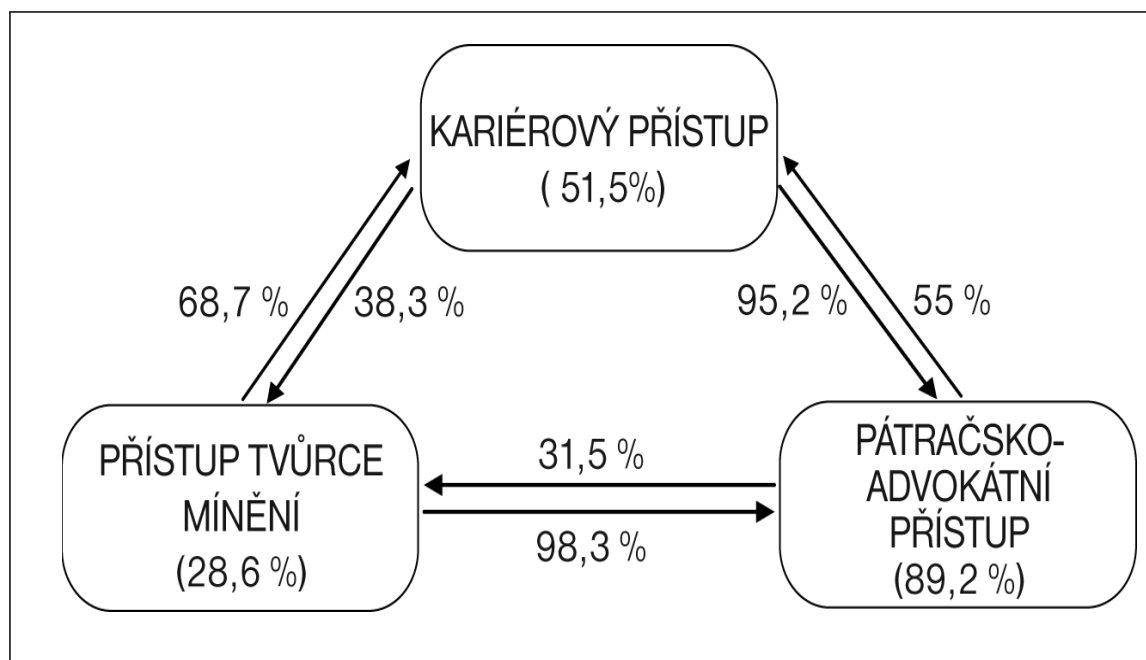
Faktor 2 zdůrazňuje ty aspekty pracovního výkonu, které souvisejí s možností veřejně prezentovat vlastní názory a současně jejich prostřednictvím formovat postoje veřejnosti (11, 12, 7, 15). Masové médium je zde vnímáno jako tribuna pro prezentaci vlastních hodnot. Nejvyšší hodnotu faktorového náboje nese možnost „ovlivňovat veřejnost“. Jde o pojetí, kterému již nestačí prostě odrážet realitu, ale snaží se formovat veřejné mínění. Uvedené profesní sebepojetí má blízko k profesnímu přístupu označovanému v zahraničních výzkumech *participant* (Johnston, Slawski, Bowman 1976), *interpret* (Weaver, Wilhoit, 1996), *reportér-aktivista* (Argyris 1974) či *spolutvůrce politiky* (Dunn 1969).

¹⁷ V tabulce jsou tučně vyznačeny faktorové náboje vyšší než 0,45. Uvedené tři faktory vysvětlují 54 % rozptylu.
 Reliabilita prvního faktoru – Cronbachovo Alfa 0,686.
 Reliabilita druhého faktoru – Cronbachovo Alfa 0,654.
 Reliabilita třetího faktoru – Cronbachovo Alfa 0,610.

Faktor 3 naznačuje profesní motivaci odhalovat společenské problémy (nejsilnější faktorový náboj), a to jako službu veřejnosti. Motivace „pomoci druhým“ je zde doprovázena potřebou včasného zprostředkování informací. Je zajímavé, že tento faktor představuje z pohledu výše zmíněných výzkumů profesní mix. V jednom faktoru jsou přítomny dva aspekty blízké pojetí Weavera a Wilhoita (1996): přístup označovaný jako „odbojný, kritický“, a přístup akcentující neutrální roli „šířitele“ informací. Tuto zdánlivou inkonzistenci se pokusíme vysvětlit dále za pomoci detailnější analýzy sociodemografických a hodnotových charakteristik determinujících jednotlivá profesní sebepojetí.

Uvedené faktorové řešení de facto staví na jednu stranu pomyslné škály druhý a třetí faktor, které představují přístupy orientované na „službu společnosti/veřejnosti“, zatímco první se orientuje na „službu sobě“. Jde vlastně o dvě krajní polohy definující škálu postojů od vypjatě „sociocentrického“ po vypjatě „egocentrický“.

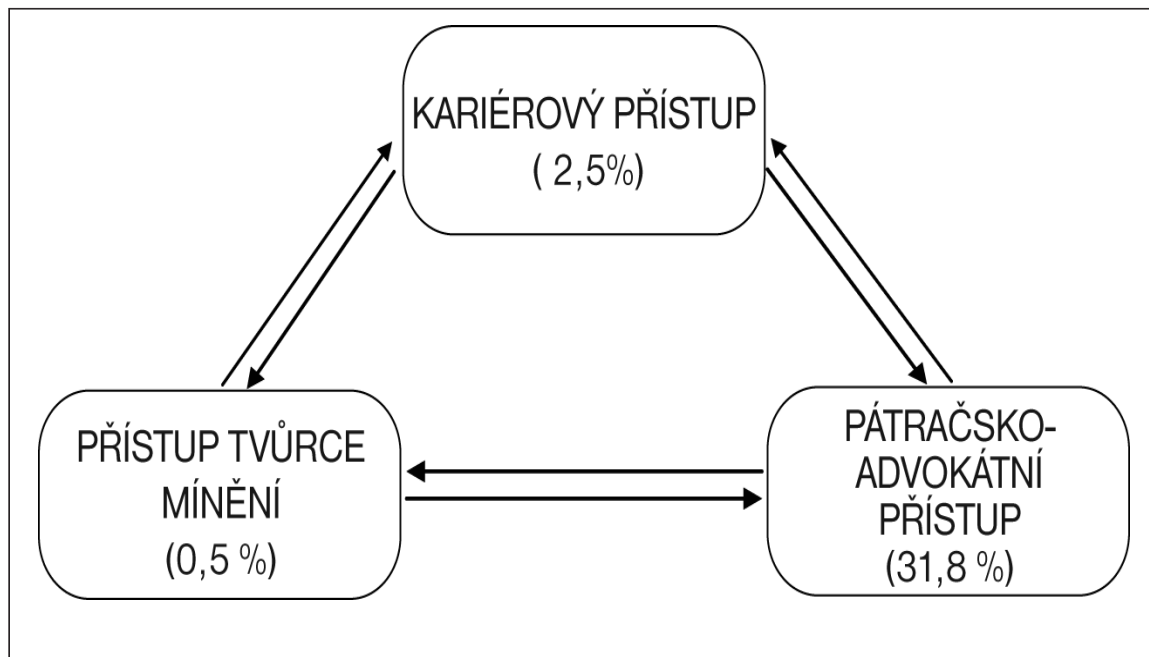
schéma 1: Kvantitativní zastoupení jednotlivých faktorů podle kategorie „velmi důležité“¹⁸



Musíme ale upozornit na velmi nízké zastoupení tzv. „čistých typů“. Schéma 1 sice ukazuje, že se nejvíce dotázaných novinářů (89,2 %) hlásí k pátračsko-advokátnímu pojetí a nejméně k možnosti *formovat veřejné mínění* (28,6 %), leč velká část z nich kombinuje prvky všech tří perspektiv. O „čistém“ profesním sebepojetí tak můžeme hovořit především ve vztahu k pátračsko-advokátní orientaci, kterou považuje za velmi důležitou třetina novinářů (31,8 %), aniž by se přitom hlásila jak jednotlivě, tak současně k dalším přístupům (viz schéma 2).

18 K pátračsko-advokátnímu přístupu se hlásí téměř devadesát procent (89,2 %) dotázaných novinářů. Z nich ale 55 % považuje současně za velmi důležitý kariérový přístup a necelá třetina (31,5 %) možnost *formovat veřejné mínění*. Kariérový přístup volí polovina (51,5 %) dotázaných novinářů. Z nich ale drtivá většina (95,2 %) současně volí pátračsko-advokátní přístup. Více než třetina (38,3 %) se pak současně hlásí k možnosti *formovat veřejné mínění*. Přístup tvůrce mínění volí nejméně žurnalistů (28,6 %), z nichž se současně drtivá většina (98,3 %) hlásí k pátračsko-advokátní orientaci a dvě třetiny (68,7 %) ke kariérovému přístupu.

schéma 2: Kvantitativní zastoupení jednotlivých faktorů – čisté typy



3.1. Determinanty profesních sebepojetí

V druhé části analýzy jsme se pokusili prohloubit charakteristiku naznačených tří profesních sebepojetí. Využili jsme kvantitativní korelační analýzu, kterou jsme doplnili a rozšířili o kvalitativní data získaná prostřednictvím hloubkových rozhovorů.

Většina sociologů zabývajících se profesionalizací, respektive profesní socializací (např. Moore 1969, Friedson 1994), předpokládá, že proces zrození profesionála je determinován řadou proměnných či jejich řetězcem. Jde o sociodemografické faktory (rodová pozice, věk, vzdělání), o vlastní profesní charakteristiky (délka profesní kariéry, zastávaná pracovní pozice či míra odpovědnosti) a v neposlední řadě i o základní rámce hodnotové orientace, která hraje významnou roli v tzv. intelektuálních profesích. Pro účely analýzy jsme zvolili s ohledem na koncept profesního sebepojetí následujících šest faktorů:

- 1/ rodová pozice
- 2/ fyzický a profesní věk
- 3/ rozsah a typ vzdělání
- 4/ charakteristika média
- 5/ povaha vlastní pracovní činnosti
- 6/ obecná hodnotová orientace (politická orientace)

Uvedené faktory jsme následně operacionalizovali do dvanácti nezávislých proměnných (viz tab. 8).¹⁹ Přestože jsou hodnoty některých prediktorů nízké, celkově vysvětlují 61 %, respektive 34 % variability daných faktorů (I. profesní přístup,²⁰ II. a III. profesní přístup²¹).

¹⁹ Uvedená zjištění můžeme brát pouze jako orientační, jelikož hodnoty jednotlivých koeficientů jsou nízké. Abychom mohli naše data dále komparovat, postupovali jsme podobně jako Johnston, Slawski a Bowman (1976), kteří pracovali s korelačními koeficienty, jejichž hodnota byla vyšší než ,060 (-,060) a byly statisticky odlišné od nuly na 95 % hladině významnosti. Není bez zajímavosti, že hodnoty v našem výzkumu jsou mírně vyšší než uvedené americké studii, která stále patří k nejcitovanějším výzkumům ve vztahu k danému tématu.

²⁰ I. přístup $R=0,783$, $R^2=0,614$

²¹ II. přístup $R=0,580$, $R^2=0,336$, III. přístup $R=0,581$, $R^2=0,337$

tab. 8: Determinanty profesního sebepojetí (Pearsonův korelační koeficient)²²

	I. Profesní přístup akcentující individuální kariéru	II. Profesní přístup akcentující formování veřejného mínění	III. Profesní přístup akcentující pátračsko- advokátní hodnoty
I. Rodová pozice			
pohlaví (žena)	,065	,009	-,016
II. Fyzický a profesní věk			
věk respondenta (nejnižší)	,097	-,175	,069
profesní věk (nejnižší)	,080	-,098	,086
III. Vzdělání			
středoškolské vzdělání	,063	-,083	,077
specializace (nežurnalistické obory)	,024	-,097	,064
IV. Médium			
celostátní média	,083	,017	-,098
tištěná média	-,080	-,045	,063
V. Pracovní odpovědnost a zatížení			
pozice na 1. stupni řízení	,239	,015	,027
počet médií pro něž pracuje (jedno)	-,087	-,021	,075
pracovní (časové) zatížení (nejnižší)	-,061	-,026	-,155
VI. Hodnotová orientace			
levicová politická orientace	-,112	,061	-,099
liberální politická orientace	-,022	,100	,061

Relativně nejlépe diferencují mezi jednotlivými profesními přístupy *fyzický a profesní věk*.²³ Pozitivní hodnoty obou proměnných zvyšují pravděpodobnost inklinace k profesnímu sebepojetí akcentujícímu *názorovou či výchovnou* roli novináře. Naopak nižší věk determinuje příklon ke dvěma zbývajícím pojetím.²⁴

22 Abychom s jednotlivými faktory mohli dále pracovat jako s proměnnými, vybrali jsme proměnné vysoce sycené jednotlivými faktory a následně jsme vypočetli pro každého respondenta skór v těchto třech faktorech definovaný jako průměr odpovědí respondenta na příslušných proměnných.

23 Průměrný věk českého novináře činí 36 let (medián 34). Své profesi se věnuje průměrně 11 a půl roku (medián 9 let).

24 I když existuje mezi oběma proměnnými silný vztah ($r=0,811$), považujeme za relevantnější prediktor fyzický věk.

*Vzdělání*²⁵ (jak vysokoškolské, tak odborné žurnalistické) determinuje především inklinaci k profesním hodnotám spojeným s *formováním veřejného mínění*. V případě prvního a třetího faktoru je tomu právě naopak. Zvláště u třetího profesního přístupu (pátrací a advokátní role) se ukazuje jako relativně silný prediktor středoškolské vzdělání.

Hodnoty třetí sady prediktorů odrážejí váhu *typu mediální organizace*.²⁶ První a třetí typ profesního přístupu zde o něco lépe diferencuje *dosah média*. Zatímco se *kariérové hodnoty* objevují spíše v celostátních a elektronických médiích, s pojetím novináře jako *pátrajícího advokáta* se setkáváme spíše v tištěných médiích na regionální a lokální úrovni.

*Pracovní odpovědnost či pozice*²⁷ se ukazuje jako vůbec nejsilnější prediktor, ale jen v případě „*kariérové orientace*“. Pro ni je určující pozice podřízeného, tedy v daném případě toho, kdo usiluje o profesní postup. U zbývajících faktorů nejsou hodnoty statisticky významné. Je zajímavé, že *kariérovou orientaci* v celoplošných médiích charakterizuje vyšší počet pracovních úvazků²⁸, zatímco pro *pátrající advokáty* pracující na „periferii“ v malých médiích je určující vysoké pracovní vytížení²⁹ v jednom médiu. V případě *kariérové orientace* jde zřejmě o mladé novináře pracující ve velkých městech, kde se nabízí více dalších novinářských příležitostí, než mají lokální a regionální novináři.

Hodnotové či přesněji politické preference potvrzují většinovou pravicovou orientaci českých novinářů.³⁰ Determinují jak příklon ke *kariérové orientaci*, tak i k *advokátsko-pátrací roli*. Naopak u žurnalistů spojujících své profesní pojetí s možností *formovat veřejné mínění* lze zachytit náznak jistého postojového rozštěpu. Na jedné straně vykazují velmi slabou levicovou determinaci, na straně druhé silnější inklinaci k liberálním hodnotám.

Pro doplnění a rozšíření tohoto kvantifikovaného obrazu jednotlivých profesních sebepojetí jsme využili metodu hloubkových rozhovorů³¹. Všem dotazovaným novinářům byla předložena k posouzení a spontánnímu komentování shodně formulovaná modelová profesní sebepojetí novináře sestavená tak, aby v konkretizovaných modifikacích zahrnovala výše

25 Vzdělání jsme vzhledem k celkovému rozložení dichotomizovali na (a) základní a středoškolské, (b) vysokoškolské. Výběrový soubor tvořila necelá polovina vysokoškoláků (48 %), polovina středoškoláků (50 %) a 2 % novinářů se základním vzděláním. V případě druhé proměnné indikující profesní specializaci jsme dichotomizovali studijní specializace na (a) bez speciálního žurnalistického vzdělání, (b) vystudovaná žurnalistika. Pouze necelá pětina novinářů (19 %) absolvovala tento obor.

26 Média jsme vzhledem k malému souboru členili pouze podle dosahu na (a) celostátní, (b) regionální/lokální a dále podle typu na (a) tištěná (b) elektronická.

27 Proměnná nabývá pouze dvou hodnot: (a) žurnalisté na I. stupni řízení, (b) žurnalisté zastávající řídicí pozice. Do druhé kategorie jsme zahrnovali jak žurnalisty, kteří odpovídají za čistě profesní výkon svých kolegů (editoři, vedoucí vydání/rubrik), tak i ty, kteří dělí svou profesi na žurnalistiku a manažerství (někteří zástupci šéfredaktora), a konečně ty, kteří de facto museli na pravidelnou novinářskou práci rezignovat (šéfredaktoři).

28 Jde o proměnnou, která měří počet hlavních a vedlejších pracovních poměrů.

29 Jde o proměnnou, která měří počet hodin, jež novinář stráví týdně výkonem novinářského povolání.

30 Proměnná *politická orientace* měří sebezaražení novinářů na levicovo-pravicové ose. Více než polovina zvolila na desetibodové škále (1 levice/10 pravice) přinejmenším hodnotu 7 (medián 7, průměr 6,54, modus 8). Diferencovanější rozlišení ukazuje, že 56 % dotázaných se hlásí k čisté pravici (hodnoty 7–10), necelá pětina (17 %) deklarovala středolevicovou orientaci (hodnota 5) a 15 % čistě levicové zaměření (1–4). K pravému středu (hodnota 6) se hlásilo 12 % novinářů.

31 Do souboru 38 dotazovaných byli zahrnuti aktivní žurnalisté v různém postavení a s rozdílnou profesní zkušeností. První skupinu tvořili novináři v řídicích funkcích, tedy šéfredaktoři, popřípadě zástupci šéfredaktora, hlavní editoři či vedoucí vydání, kteří rozhodují jak o organizaci práce v redakci, tak formují editoriální agendu (u citací označování „V“). Druhou skupinu představovaly „novinářské celebrity“, tedy významní představitelé profese, kteří svým způsobem české novinářství reprezentují před veřejností a před politickou elitou, jsou mediálně viditelní a jejich názor je vnímán jako autoritativní (u citací označování „C“). Nakonec jsme se zaměřili na novináře-začátečníky, kteří se v daném prostředí pohybují jen krátce a teprve hledají či formulují svůj postoj k novinářské profesi. Tato skupina mohla naznačit, jaké představy má o tomto povolání nastupující generace (u citací označování „Z“). Rozhovory byly vedeny s novináři pracujícími v celostátních i regionálních zpravodajsky orientovaných médiích.

vedené možné typy profesního sebepojetí vytvořené na základě rozboru předpokládané historické a politické podmíněnosti přístupů k novinářskému povolání, tedy (1) odpovědnosti vůči národnímu celku, (2) odpovědnosti za sociální spravedlnost, (3) odpovědnosti za upevňování demokratických principů a (4) odpovědnosti za prosperitu vydavatele/vysílatele. Analýzu odpovědí jsme pak již vztahovali ke třem výše zmíněným profesním sebepojetím a hledali jsme zvýznamňování jednotlivých typů. Porovnání výše naznačené kvantitativní analýzy s kvalitativními daty, respektive hledání náznaků opakujících se schémat v pojmenování vztahu k jednotlivým modelovým sebepojetím, potvrzuje a dále rozvíjí ty základní profesní kontury, které naznačila faktorová analýza.

Kariérová profesní orientace se ukazuje jako nejsilnější motiv, který vykazují začínající novináři. Pragmatismus přítomný v tomto profesním sebepojetí vysvětlují novináři tlakem mediální produkce, který eliminuje případné ideální představy. Jako klíčový argument se zde objevil odkaz na postupující komercializaci novinářské práce: „...Myslím, že absolutní většina novinářů to bere jako obživu. Nevstupovali do novin kvůli tomu, ale bere to jako obživu...“ (V7), popřípadě „...primární funkcí je podílet se na získávání a udržení těch čtenářů, o něž vydavatelé či vysílatelé a redakci jde. Což je samozřejmě teze podnikatelská. A s tou já mám občas problémy, protože ne vždycky, ne vždycky se může krýt s tím, co já vnímám jako nějaký důvod, proč to existuje ... ta služba informační nemusí být prostě totéž, co přinese udržení čtenářů a posluchačů a diváků. Ono je to podle mě konflikt, kterej těžko lze vyřešit...“ (V13). Někdy se objevovalo explicitní odmítání tradičnějšího „vychovatelsko-buditelského“ pojetí doplňované „vyvíňující“ úvahou obsahující implicitní představu o samostatnosti čtenářů při vytváření vlastních postojů: „Myslím si, že tu nejsem moc od toho, abych vzdělával spoluobčany, nebo abych zvyšoval jejich kulturní úroveň, mám ale zato, že jsem tady k tomu, abych kladl otázky ... aby se čtenáři zamysleli nad tím či oním, a ne abych jim sugeroval hotové recepty...“ (C7) „... To, že novinář má speciální společenské postavení a snaží se měnit svět, s tím absolutně nesouhlasím a není dobře, když novinář takhle vystupuje...“ (V3)

Profesní sebepojetí akcentující *možností formovat veřejné mínění* determinuje na rozdíl od předchozí orientace vyšší věk i míra profesní zkušenosti a především vysokoškolské vzdělání žurnalistického směru. Novináři hlásící se k tomuto přístupu vidí smysl své práce v tom, že budou „měnit svět“, ale nejsou si touto orientací v dané společenské situaci zcela jistí, a tak se částečně „schovávají“ za liberálně-neutrální profesní ideologii (relativně silný prediktor indikující příklon k liberálním hodnotám). Zároveň je zde ale patrná i přítomnost levicového citění. Je zřejmé, že „vychovatelské“ zaměření a vyšší věk a profesní zkušenost nejsou jednoduše smířitelné s dominujícím liberálně-neutrálním pojetím novinářské role. Setkáváme se zde s příkladem hodnotového rozporu, který se týká především starší generace českých novinářů. Ti byli socializováni v profesním kódu, jenž měl v základech tradičnější model novináře jako „hlasu veřejnosti, který má formovat společenské hodnoty“. Není tedy překvapující, že se nedokáží zbavit tradičního, v daném kulturním okruhu klíčového pojetí novinářství jako *poslání*. Na druhé straně ale tito novináři více či méně vědomě spojují toto pojetí se silně ideologicky kontaminovaným pohledem na žurnalistiku v době budování tzv. reálného socialismu. Přihlášení se k liberálním hodnotám překládaným profesně jako liberálně-neutrální postoj proto můžeme chápat jako únik před pravolevým dělením světa, které u řady starších novinářů tvořilo integrální součást jejich profesní přípravy i části kariéry (jako by pod „liberálními mimikry“ probleskovalo „aktivistické“ pojetí žurnalistiky coby profese, která má „měnit svět“). V jistém smyslu se zde setkáváme s protipólem kariérové orientace. Tito novináři prožívají zřetelný konflikt mezi tím, co považují za „reálný stav věci“ (které profesní

sebepojetí v současné české novinářské obci podle nich skutečně převládá), a tím, co mají za „žádoucí stav věci“ (které profesní sebepojetí by v současné novinářské obci podle nich mělo převládat). Toto napětí odbývají odkazem na jakési přirozené či samozřejmé součásti žurnalistické práce: „...vytváří veřejné mínění, což svým způsobem novináři dělají. Snaží se měnit svět, upozorňují na chyby, upozorňují na černotu, která se děje ve společnosti. Mám pocit, že tam to poslání prostě je.“ (C1) „Já třeba říkám, že jistý speciální společenský poslání má... právě v tom, že prostě nějakým způsobem nabízí jistej pohled na svět, nabízí jistej pohled na hodnoty ...“ (C4) Ti respondenti, kteří vysvětlují (a tím obhajují) vliv novinářské činnosti jako její „přirozenou“ součást, mají tendenci předmět tušeného vlivu novinářské činnosti vymezovat převážně abstraktně („společnost“, „veřejné mínění“, „svět“). Druhý argument bránící „vychovatelské“ profesní sebepojetí poukazuje na nepatrnost reálného dopadu takového snažení: „I když si to mnozí myslíme, že se ho vlastně snažíme měnit... protože kdybysme si zase řekli, že to, co píšem, věci a ten svět nemění, tak pak popíráme to, proč se vlastně snažíme na některé nepravosti ukazovat...“ (C6) Tato racionalizační strategie (založená fakticky na principu odmítnutí odpovědnosti za případné důsledky vlastní činnosti) zřejmě vychází z deklaratorně liberálního pojetí žurnalistiky, které masivně pronikalo do českého mediálního prostředí na počátku 90. let jako ideové a etické podhoubí probíhající privatizace a komercializace českých médií. Za zmínku stojí, že k obhajování „přirozeného“ vlivu novinářské práce se uchýlovaly především novinářské „celebrity“ – snad ve snaze smířit vědomí své reálné autority s vědomím, že tento vliv odporuje simplifikované verzi liberálně-neutrálního pojetí žurnalistiky, jež se v českém prostředí ujala.

Třetí pojetí žurnalistické role jako „pátrajícího advokáta“ vyznávají zvláště žurnalisté s nižším (středoškolským) vzděláním pracující na „periférii“ v regionálních nebo lokálních médiích. Vzhledem k tomu, že jde de facto o novináře samouky, kteří mají nízké formální vzdělání (středoškolské) a nevystudovali žurnalistiku ani jiné příbuzné obory, lze toto ne zcela koherentní pojetí chápat spíše jako intuitivní představu o tom, co výkon novinářské profese vyžaduje (a je patrně podporováno i těsnějším kontaktem s příjemci, a tedy s přímější odezvou na vlastní produkci). I zde převažuje pravicová a mírně liberální orientace, která ale v tomto případě nebrání přistupovat k výkonu profese z pohledu obrany slabých. Ještě silněji než v předchozím typu se zde promítá pojetí žurnalistiky jako služby veřejnosti, která má za úkol poskytovat věcně správné, ověřené a nepředpojaté informace, popřípadě aktivně vyhledávat společenské nepravosti.

4. Závěr

V průběhu posledního půlstoletí se původní ideál žurnalistů profesionálů nezávislých na formálním řízení, seberegulujících své chování primárně ve vztahu k profesním asociacím a kodexům, značně problematizoval, a to zvláště v souvislosti s expanzí diktátu ekonomické a technologické racionality. Profesní socializace českých novinářů se v tomto smyslu ještě zkomplikovala. Vedle spíše latentního než manifestního střetu mezi starší a nastupující novinářskou generací se zde po celá devadesátá léta setkáváme s více méně nereflexovaným hledáním nové profesní definice. Výsledkem je značná rozkolísanost novinářského profesního sebepojetí. Většina českých žurnalistů se v tomto smyslu brání uzavření do jednoho profesně-hodnotového paradigmatu – podobně jako jejich zahraniční kolegové. (Weaver 1998) Výraznější je pouze přístup spojující „pátračské“ a „advokátské“ hodnoty, který v zásadě přitakává dominantní liberální profesní ideologii.

Vedle těchto tzv. tradičních profesních sebepojetí se v domácích podmínkách objevuje i přístup „kariérový“, který akcentuje především individuální pracovní postup a zároveň je pro něj určující rezignace na pojetí práce žurnalisty jako agens sociální změny. Uvedené profesní sebepojetí u novinářů akcentujících tento přístup zcela vytěsnilo tradiční novinářské trauma plynoucí z konfliktu mezi tlakem na zvyšování prodejnosti média a normotvornou sociální funkcí novinářů.

Jako nejsilnější prediktor diferencující jednotlivé profesní přístupy se ukázal být fyzický věk. Čeští novináři se tím odlišují například od amerických kolegů, jejichž profesní sebepojetí diferencuje především formální vzdělání. (Weaver a Wilhoit 1996) Jak naznačily i hloubkové rozhovory, můžeme v českých podmínkách hovořit o latentním generačně-profesním konfliktu. Současně je ale třeba mít na paměti fakt, že pro české novináře jako celek je určující profesně-rolová pluralita. Jakkoliv by se mohlo zdát, že jde o důsledek nástupu nové profesně nevyhraněné generace žurnalistů, zůstává skutečností, že podobné profesní rysy potvrzují i výzkumy realizované v zemích, kde se povolání žurnalisty vyvíjelo bez výrazných otřesů a ideologických proměn. Zdá se tedy, že jde spíše o jakousi profesní konstantu, která reflektuje nejen postmoderní pluralitní diktát, ale i povahu práce žurnalisty, jež vyžaduje vysokou míru profesní flexibility a současně není příliš výrazně reglementována.

PhDr. Jaromír Volek, PhD. Teoretik masové komunikace, vedoucí studijního směru „mediální studia“ na Katedře mediálních studií a žurnalistiky FSS MU. Vystudoval sociologii na FF MU. Od roku 1995 přednáší na FSS MU teorie médií a specializuje se zvláště na problematiku mediálních publik a na jejich vztah k novým ICT. V posledních letech se zabývá výzkumem profesní role českých žurnalistů. E-mail: volek@fss.muni.cz

doc. PhDr. Jan Jiráček Teoretik médií, zástupce vedoucí Centra pro mediální studia. Absolvoval Filosofickou fakultu UK, obor angličtina-čeština. Učil český jazyk a stylistiku na Fakultě žurnalistiky UK. Od roku 1990 do současnosti přednáší na Fakultě sociálních věd UK problematiku médií, zajímá se hlavně o roli jazyka a řeči a o analýzu zpravodajství. V roce 1993 se podílel na založení Katedry mediálních studií na UK FSV, o tři roky později pomáhal založit Centrum pro mediální studia CEMES při téže fakultě. V letech 1992–1997 působil jako proděkan pro zahraniční styky UK FSV, od roku 2000 je proděkanem pro studijní záležitosti. E-mail: jirak@mbox.fsv.cuni.cz

Literatura:

- Altheide, D. L. 1995. *An Ecology of Communication*. New York: Aldine de Gruyter.
- „Anketa SČSN“. 1967. *A survey on education, social and economic aspects of life of journalists*. Praha: Materiály V. sjezdu SČSN.
- Argyris, Ch. 1974. *Behind the Front Page*. San Francisco: Josey-Bass Publisher
- Beck, U. 2004. *Riziková společnost*. Praha. Slon.
- Böckelmann, F. – Mahle, W.A. 1994. „Arbeitslosigkeit und Berufswechsel.“ Pp. 19-141 in *Journalism in den neuen Ländern: Ein Berufsstand zwischen Aufbruch und Abwicklung*, ed. by Böckelmann, F. – Mast, C. – Schneider, B. Konstanz: Konstanz Universität-Verlag.
- Boyd-Barrett, O. 1970. „Journalism Recruitment and Training: Problems in Professionalization.“ Pp. 181-201 in *Media Sociology*, ed. by Tunstall, J. London: Constable.
- Brečková, D. – Šrámek, L. 1991. *Novináři dennej tlače Slovenska*. Bratislava: Novinářský študijný ústav.
- Bridges, J. A. 1991. „Daily Newspaper Managing Editors' Perceptions of News Media Functions.“ Pp. 728 in *Journalism Quarterly*, 68(4).
- Carr-Saunders, A. M. – Willson, P. A. 1933. „Journalists.“ In *The Professions*. London: Oxford University Press.
- Culbertson, H. 1983. „Three Perspectives of American Journalism.“ In *Journalism Monographs*, June 1983.

- Curry, J. 1990. *Poland's Journalists Professionalism and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Dunn, D. D. 1969. *Public Officials and the Press*. New York: Addison-Wesley Publishing.
- Friedson, E. 1994. *Professionalism Reborn. Theory, Prophecy and Policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Holina, V. 1997. *Zmeny novinárskej profesie na Slovensku*. Bratislava: Slovenský syndikát novinárov.
- Hoyer, S. - Epp, L. 1994. *On Professionalization of Journalism and Civic Society: An Historical Perspective*. (Referát prednesený v Rize v červnu 1994.)
- Cherry, D. L. 1985. „Newspaper's People's Significant Other. Ethics as a Function of Reference Groups.“ Pp. 633-649 in *Newspaper Research Journal*, Spring 1985.
- Ismach, H. A., Denis, E.D. 1978. „A Profile of Newspaper and Television Reporters in a Metropolitan Setting.“ Pp. 739-743 in *Journalism Quarterly*, vol. 55.
- Janowitz, M. 1975. „Professional Model in Journalism: The Gatekeeper and Advocate.“ In *Journalism Quarterly*, Winter 1975.
- Johnston, T. 1971. *Newsmen and Newswork*. Urbana: University of Illinois Press.
- Johnston, W. C. - Slawski, E. - Bowman, W. 1973. „The Professional Values of American Newsman.“ Pp. 522-540 in *Public Opinion Quarterly* 36, Winter 1973.
- Johnston, W. C. - Slawski, E. - Bowman, W. 1976. *The News People. A Sociological Portrait of American Journalists and their Work*. Urbana: University of Illinois Press.
- Kepplinger, H. M. - Vohl, I. 1976. „Professionalisierung des Journalismus?“ Pp. 309-343 in *Rundfunk und Fernsehen*, vol. 24.
- Kimball, P. 1963. „Journalism: Art, Craft, or Profession?“ Pp. 242-260 in *The Professions in America*, ed. by Lynn, K. Boston: Beacon Press.
- Larson, M. S. 1977. *The Rise of Professionalism. A Sociological Analysis*. London: Berkeley.
- Lawrence, A. 1903. *Journalism as Profession*. London: Hodder-Stoughton.
- MacDonagh, M. 1913. *The Reporters' Gallery*. London: Hodder and Stoughton.
- Matejko, A. 1970. „Newspaper Start as a Social System.“ Pp. 168-180 in *Media Sociology*, ed. by Tunstall, J. London: Constable.
- McLeod, H. - Hawley, S. 1964. „Professionalization among Newsmen.“ Pp. 529-539 in *Journalism Quarterly*, vol. 41.
- Merrill, J. C. 1977. *Existential Journalism*. New York: Hastings House Publisher.
- Moore, W. 1969. *The Professions. Roles and Rules*. New York: Russel Sage Foundations.
- Patterson, T. E. - Donsbach, W. 1996. „News Decisions: Journalists as Partisan Actors.“ Pp. 455-468 in *Political Communication*, 13.
- Pendleton, J. 1890. *Newspaper Reporting in Olden Times and Today*. London: Elliot Stock.
- Rosten, L. C. 1937. *The Washington Correspondents*. New York: Harcourt, Brace.
- Schneider, B. - Schönbach, K. - Stürzebecher, D. 1994. „Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Struktur, sozialen Lage und zu den Einstellungen von Journalisten in den Neuen Bundesländern.“ Pp. 145-230 in *Journalism in den neuen Ländern: Ein Berufstand zwischen Aufbruch und Abwicklung*, ed. by Böckelmann, F. - Mast, C. - Schneider, B. Konstanz: Universität-Verlag,
- Tunstall, J. 1971. *Journalists at Work*. London: Constable
- „Výzkum SNČR“ 1991. *Výzkum společenského postavení, sociální pracovní situace - členů Syndikátu novinářů ČR*.
- Weaver, D. - H. Wilhoit, G. C. 1996. *The American Journalist in the 1990s. U. S. News People at the End of an Era*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Weaver, D. 1998. *Global Journalist. News people Around the World*. New Jersey: Hampton Press
- Weaver, David, H., Wilhoit, Cleveland, G. (1986): *The American Journalist*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Weber, M. (1998): Politika jako povolání. In: *Metodologie, sociologie, politika*. Praha. Oikoymenth, s. 246-296.
- Wilenski, H. 1964. „The Professionalization of Everyone?“ Pp. 137-158 in *American Journal of Sociology*, vol. LXX, (September).
- Windahl, S. - Rosengren, K. E. 1978. „Newsmen's professionalization. Some methodological problems.“ Pp. 466-473 in *Journalism Quarterly*, vol. 55.