

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**

2016–2017

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Pavλίna Mocková**

**Etický kodex novináře**

Praha 2017

Vedoucí bakalářské práce: ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník, Ph.D.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR FULL-TIME STUDIES**

**2016–2017**

**BACHELOR THESIS**

**Pavλίna Mocková**

**Code of Ethitics for journalists**

**Prague 2017**

**The Bachelor Thesis Work Supervisor: ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník, Ph.D.**

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

*Pavčina Mocková* .....

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala ThDr. et PhDr. Radku Mezuláníkovi, Ph.D., za odborné vedení, připomínky a cenné rady, které mi poskytl při zpracování této absolventské práce.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zaměřuje na etickou rovinu žurnalistické práce. Pojednává o morálních pravidlech a zásadách. Teoretická část vysvětluje základní pojmy, které se vyskytují v mediálním prostředí. Tyto pojmy jsou dále zasazeny do kontextu novinářské práce. Významnou kapitolou teoretické části je etický kodex novináře. Následuje pojednání o Syndikátu novinářů České Republiky. Jsou zde vysvětleny orgány Syndikátu a jeho stanovy. Praktická část práce se věnuje analýze rozhovorů se členy etické komise Syndikátu. V poslední části se nachází diskuze k problematice etického chování novinářů.

## **Klíčová slova**

Etická komise, etické chování, etický kodex novináře, etika, média, syndikát novinářů, žurnalistika.

## **Annotation**

This thesis focuses on the ethical plane journalistic work. Discusses the moral rules and principles. The theoretical part explains the basic concepts that appear in the media environment. These concepts are put into the context of journalism. An important part of the theoretical part of the Code of Ethics for journalists. Following discussion of the Syndicate of Journalists of the Czech Republic. There are explained the authorities of the Syndicate and its statutes. The practical part is devoted to analysis of interviews with members of the ethics committee of the Syndicate. The last part is a discussion on the issue of ethical conduct for journalists.

## **Keywords**

Ethical behavior, ethics, ethics committee, journalism, journalist code of ethics, media, the syndicate of journalists.

## OBSAH

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ÚVOD.....</b>                                    | <b>8</b>  |
| <b>TEORETICKÁ ČÁST.....</b>                         | <b>10</b> |
| <b>1 ZÁKLADNÍ POJMY.....</b>                        | <b>10</b> |
| 1.1 Etika.....                                      | 10        |
| 1.1.1 Hlavní etické teorie.....                     | 10        |
| 1.2 Žurnalistika.....                               | 12        |
| 1.3 Média.....                                      | 14        |
| <b>2 ETIKA MÉDIÍ.....</b>                           | <b>15</b> |
| 2.1 Úrovně působení etiky médií.....                | 16        |
| <b>3 ETIKA V SOULADU S ŽURNALISTIKOU.....</b>       | <b>20</b> |
| 3.1 Etické otázky novinářské práce.....             | 21        |
| 3.2 Etika v novinářské činnosti.....                | 23        |
| 3.2.1 Novinářská etika v pojmech.....               | 24        |
| <b>4 ETIKA MÉDIÍ V KODEXECH.....</b>                | <b>30</b> |
| 4.1 Historie etických kodexů v České republice..... | 30        |
| 4.2 Význam etických kodexů.....                     | 31        |
| 4.3 Syndikát novinářů ČR.....                       | 32        |
| <b>PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>                          | <b>36</b> |
| <b>5 ANALÝZA ROZHOVORŮ.....</b>                     | <b>36</b> |
| 5.1 Diskuze.....                                    | 44        |
| <b>6 ZÁVĚR.....</b>                                 | <b>46</b> |
| <b>7 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>               | <b>48</b> |
| <b>SEZNAM ZKRATEK.....</b>                          | <b>51</b> |
| <b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>                           | <b>52</b> |

## ÚVOD

Informace se z celého světa pomocí médií dostávají rovnou k nám. Mají vliv na naše životy a určitým způsobem se nás dotýkají. Mají také vliv na náš úsudek. Jedná se o situace, kdy se snažíme rozlišit pravdu od fikce. Odpověď na otázku, proč je tak těžké poznat a definovat „pravdu“, hledají etikové Patterson a Wilkins. Dle jejich názoru je moderním problémem tzv. posun povahy pravdy. Tento problém tkví v globalizaci publika. Znamená to, že se zjevná fakta stávají předmětem rozlišných interpretací kulturně a geograficky rozdílných čtenářů a diváků. Mezi předpoklady novinářského povolání patří bezúhonnost, oddanost a snaha najít pravdu i přesto, že by daný novinář měl větší prospěch ze lži.<sup>1</sup>

Tématem bakalářské práce je Etický kodex novináře. Toto téma si autorka zvolila z důvodu zájmu o tištěná média. Dalším důvodem byl zájem o danou problematiku, jelikož se jedná o studijní obor, kterému věnovala.

Novináři mají velkou moc, jelikož oni sami rozhodují o tom, jakým způsobem daný článek napíše, jakým způsobem čtenářům informaci podají. Žurnalisté mají vlastně společenskou odpovědnost, protože jim čtenáři důvěřují. Věří tomu, že informace jsou pravdivé, že pocházejí z důvěryhodných zdrojů. Také předpokládají, že je autor objektivní a nejedná ve vlastní prospěch. Vladimír Hudec ve své knize uvádí: „Žurnalistika má pro publikum sociálně orientační význam, formuje i vyjadřuje jeho diferencované veřejné mínění, postoje a činy.“<sup>2</sup>

Je pochopitelné, že nátlak, který je v dnešní době vyvíjen na žurnalisty, je o mnoho větší než byl před dvaceti lety. Jedná se o situace, kdy se novinář dle vlastních zkušeností rozhoduje, co se sdělením může stát a co ne, co čtenář považuje za zajímavé a co naopak za méně důležité. To se může na obou stranách lišit. Autorka chce ukázat, kdo a v jakých situacích má právo rozhodovat o tom, co bude prezentováno recipientům vybraného média.

---

<sup>1</sup> PHILIP PATTERSON AND LEE WILKINS. *Media ethics: issues and cases*. 6th ed. London: McGraw-Hill, 2008, s. 22 ISBN 9780071101844.

<sup>2</sup> HUDEC, Vladimír. *Úvod do teorie žurnalistiky: vysokoškolská učebnice pro stud. fak. žurnalistiky*. Praha: Novinář, 1982, s. 64



Bakalářská práce obsahuje teoretickou a praktickou část. Teoretická část je rozdělena na čtyři kapitoly. V úvodu první kapitoly jsou objasněny základní pojmy – etika, žurnalistika a média. Další kapitola se věnuje mediální etice, funkci etiky v médiích a také úrovním, ve kterých se mediální etika pohybuje. Poté se autorka věnuje propojení etiky s žurnalistikou. V této kapitole se pojednává o profesní etice žurnalisty. Jsou zde uvedeny etické zásady, podle kterých by měl každý novinář jednat. Dále popisuje, jakého chování by se měl novinář vyvarovat. Poslední kapitola pojednává o etickém kodexu novináře. Nejprve o historii a vzniku kodexu, jeho významu v novinářské činnosti a také o Syndikátu novinářů České republiky. Jedná se o sdružení, jehož úkolem je dohled nad dodržováním etického kodexu. Činnost Syndikátu je úzce spojena s morálkou a etikou v novinářské praxi, což patří do konceptu celé bakalářské práce. Každý, kdo se žíví žurnalistikou, se může stát členem Syndikátu novinářů.

Kodex, podle kterého se novináři v České republice řídí, byl naposledy aktualizován v roce 1999. Cílem této bakalářské práce je analyzovat kodex a zjistit, zda je kodex stále dostačující. Autorka se proto rozhodla oslovit členy komise Syndikátu. Dle jejího názoru může pouze komise poskytnout ty nejrelevantnější informace. Členové komise totiž řeší prohřešky vůči kodexu, a proto ví nejlépe, kde má kodex svá hluchá místa. Cílem praktické části je analyzovat odpovědi členů komise, se kterými autorka uskutečnila rozhovor.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 ZÁKLADNÍ POJMY

Na začátku bakalářské práce je nezbytné přesně definovat a charakterizovat žurnalistické pojmy. Účelem definice je přesnost významů uváděných pojmů.

### 1.1 Etika

Etika je vědecká disciplína, která zkoumá normy lidského jednání. Vychází ze skutečnosti, že lidé dokáží jednat – svobodně se rozhodnout k nějakému činu dle svého rozumu a nesou za toho chování plnou odpovědnost.<sup>3</sup>

Etiku dělíme na:

- 1) metaetiku – analyzuje jazyk morálky,
- 2) fundamentální etiku – řeší základní pojmy etiky,
- 3) normativní etiku – vysvětluje problematiku etiky tím, že ji přenesse na určitý okruh jednání. Normativní nebo také aplikovanou lze rozdělit na individuální a sociální etiku.<sup>4</sup>

#### 1.1.1 Hlavní etické teorie

##### Deontologická etika

Za jednu z nejrozšířenějších etik se považuje deontologická etika, v níž centrální roli hraje kategorie povinnosti. V souladu s deontologickými etickými teoriemi se člověk chová morálně pouze tehdy, když jedná na základě povinnosti, tj. mravního zákona, který je dobrem sám o sobě. Tato teorie klade důraz na motiv jednání, nikoliv na jednání samotné nebo jeho následky. Jediným motivem morálního jednání je povinnost.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*. Praha: Zvon, 1994, s. 9. ISBN 80-7113-111-3.

<sup>4</sup> Tamtéž.

<sup>5</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 62. ISBN 978-80-8101-376-8.

K nejvýznamnějším deontologickým koncepcím patří etická teorie německého filozofa Immanuela Kanta. Jeho učení o kategorickém imperativu je klasikou v dějinách etiky. Kant říká, že pokud člověk jedná s radostí, má toto jednání pouze empirickou hodnotu, je spojeno se smyslem, tedy s nesvobodou. Pokud ovšem vykonává činnost z povinnosti, zbavuje se všeho smyslového a povinnost je tedy to, co ho zavazuje nebo donucuje.<sup>6</sup>

### **Utilitaristická etika**

Utilitarismus nachází zdroj morálky v přirozeném úsilí člověka vyhledávat slast a vyhýbat se utrpení. Pro utilitarismus není primárním motivem samotné jednání, ale jeho důsledky. Jestliže důsledky jednání přinesou dobro, je jednání morálně správné. Základem utilitaristické etiky je princip užitečnosti, který považuje za nejvyšší cíl morální činností zabezpečit maximum štěstí pro největší počet lidí. Jedním ze spoluzakladatelů klasického utilitarismu se považuje Jeremy Bentham, který věřil, že maximum slasti a minimum nepříjemného se dá vypočítat pomocí hedonistického kalkulu. Profil a obsah kalkulu si každý určuje sám, protože každý člověk má individuální potřeby a zájmy.<sup>7</sup>

### **Etika lidských práv**

V posledních letech se stále více prosazuje etika založená na prosazování a dodržování lidských práv. Myšlenka všeobecně platných lidských práv vychází z etiky přirozeného práva, které uznává rovnost lidí před zákonem. Lidská práva vyplývají ze samotné existence člověka jakožto rodové bytosti a vztahují se na každého a příslušníka lidského rodu. Dnes se problém lidských práv posunul na vyšší humánní úroveň – vztahuje se i na lidské embryo a také na lidi, kteří se jsou kómatu apod.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 63. ISBN 978-80-8101-376-8.

<sup>7</sup> Tamtéž.

<sup>8</sup> Tamtéž.

## **Etika zodpovědnosti**

V etice zodpovědnosti se jednání považuje za morální jen ve chvíli, když subjekt zvážil předvídatelné důsledky svého jednání vůči všem dotknutým stranám. Pokud v procesu rozhodování zjistil, že svým jednáním poškodil některou ze zainteresovaných stran, měl od daného jednání opustit. Pokud vykonaným skutkem subjekt poškodil člověka, skupinu nebo přírodu, musí nést za své jednání a jeho následky zodpovědnost.<sup>9</sup>

## **1.2 Žurnalistika**

*„Novinářské povolání i produkt této činnosti, který obsahuje informace o aktuálním dění ve společnosti a názorech na toto dění. Její součástí je sběr, třídění zpracování a distribuování aktuálních informací a faktů prostřednictvím médií.“<sup>10</sup>* Pojem žurnalistika není jednoduché vyjádřit pouze jedinou definicí. Současná žurnalistika využívá spoustu nových postupů a taktik při práci v tisku. Žurnalistiku ovlivňují nové mediální formy, které žádná definice žurnalistiky nespecifikuje. Co nejpřesnější definice by neměla opomínat tyto stanoviska.<sup>11</sup>

### **Žurnalistika jako praktická činnost**

Dřív byl novinář definován jako „člověk, který se živí psaním do časopisu nebo do novin“. Díky této definici jsme mohli oddělit žurnalisty od autorů. Jestliže výraz „novinář“ přisoudíme každému, kdo je placený za články, které se uveřejní v tištěných médiích, pak můžeme považovat za novináře např. akademika, kterému jednou týdně zveřejní recenzi knihy nebo politika, který do novin čas od času přispěje nějakým sloupkem. Otázka zní: „Je novinářem člověk, který je odměněn za výsledek svého psaní nebo je to ten, který pobírá plat za pravidelné příspěvky?“<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 65. ISBN 978-80-8101-376-8.

<sup>10</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 44. ISBN 978-80-7277-266-7.

<sup>11</sup> BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004, s. 31. ISBN 8071788716.

<sup>12</sup> Tamtéž.

## **Žurnalistika jako odborné mistrovství**

Sparksova a Splichalova definice žurnalisty vychází z tzv. odborného mistrovství. Představa odborného mistrovství odděluje ty novináře, kteří pravidelně píšou od těch, kteří „prostě jen“ publikují své texty. Podle této definice je osoba novinářem jen za předpokladu, uzná-li je za novináře profesní skupina, ve které se pohybuje. Etický kodex Asociace profesních novinářů důrazně rozlišuje, zda se mezi zpravodajstvím a prosazováním stanovisek klade důraz na profesní bezúhonnost. Asociace australských novinářů je odpovědná za etický kodex, který se musí australští novináři řídit. Část etického kodexu charakterizuje novináře jako člověka, který je zaměstnaný v soukromé sféře, ale má zároveň odpovědnost vůči veřejnosti.<sup>13</sup>

## **Žurnalistika jako povolání**

Na širší vymezení povolání odpovídá jen Sparksova a Splichalova třetí formulace žurnalistiky, která klade morální odpovědnost na jedince. Je-li jisté povolání považováno za zaměstnání, pak jeho součástí musí být i morální rozměr. Etikové Wilkins a Patterson tvrdí, že žurnalistika je v této době povoláním, protože na redaktora jsou kladeny dvě novodobé povinnosti: povinnost podílení se na rozvoji politické činnosti a povinnost říkat pravdu vyšší než u jiných lidí. Willkins a Patterson tvrdí, že definovat to, co je pravda, nebylo nikdy složitější, jelikož informace z celého světa k lidem proudí v rychlém sledu a pohlcují jejich schopnost tuto pravdu vytrždit. Za žurnalistu můžeme považovat stále zaměstnance nebo externí pracovníky pro tisk, rozhlas, tiskové služby nebo jiné agentury. Mohou to být také pracovníci v tiskových odděleních organizací.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004, s. 32. ISBN 8071788716.

<sup>14</sup> BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004, s. 35. ISBN 8071788716.

### 1.3 Média

Termínem média se v této bakalářské práci rozumí souhrn všech masových komunikačních prostředků – tištěných, rozhlasových, televizních a on-line. Média představují veřejnou formu komunikace, která směřuje od jednoho informačního zdroje k velkému množství příjemců. V tomto kontextu se užívá výraz „masová média“.<sup>15</sup>

Rozlišujeme také pojmy *média* a *mediální systém*. Média jsou základní jednotkou a součástí mediálního systému. Zvláštnost mediálního systému tkví v jeho spojení s veřejným zájmem. Společenská role mediálního systému je poskytování služby veřejnosti ve veřejném zájmu. Média utvářejí veřejné mínění. Podle Barelsona je veřejným míněním odezva lidu, což znamená jeho souhlas, nesouhlas či naprostá lhostejnost.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 19. ISBN 978-80-8101-376-8.

<sup>16</sup> BERELSON, Bernard, Paul Felix. LAZARFELD a William N. MCPHEE. *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign. Midway reprint ed. Chicago: University of Chicago Press, 1954. Midway reprints, s. 98. ISBN 0226043509.*

## 2 ETIKA MÉDIÍ

Etika médií je aplikovaná etika, která kriticky reflektuje morálku a etiku a v oblasti médií ve všech jejích formách a na všech úrovních. Je to normativní etika, která studuje mediální oblast na základě hodnot. Předmětem společenské disciplíny etika médií je zkoumání morálky a rozvoj etiky v celé mediální sféře.

Etika médií se zároveň rozebírá v projektování nových etických pravidel pro mediální sféru, v jednotlivých strukturách i komplexně. Hlavní úlohou etiky médií je teoreticky-praktické zdůvodnění přítomnosti všeobecně platných etických norem a principů ve sféře médií. Jako aplikovaná etika je teoretickým i praktickým východiskem pro mediální tvorbu založenou na hodnotách, které se vytvářejí ve veřejném zájmu a v zájmu lidstva.<sup>17</sup>

Pojmu etika médií je významově blízký pojem novinářská etika. Tento pojem vznikl ještě dříve než etika médií. Tak jako je žurnalistika jádrem médií, a její poslání – shromažďovat, zpracovat a šířit informace je stavebním kamenem každé mediální oblasti, tak i novinářská etika představuje základ etiky médií. Součástí etiky médií je i také zkoumání morálky a rozvoje etiky v jiných mediálních pracovních činnostech, například činnost kameramana, střihače, zvukaře, hudebního redaktora, ale i činnost tvořivých mediálních pracovníků, jako např. režiséři, dramaturgové, scénáristé a moderátoři.<sup>18</sup>

### **Funkce etiky médií**

Etika v médiích plní několik významných funkcí. Jedná se především o tyto úkoly:

1. kriticky analyzuje platné a fungující morální normy a principy ve všech médiích,
2. diagnostikuje hlavní etické problémy v oblasti médií,
3. projektuje nové etické principy a normy pro oblast médií,
4. vytváří postupy na implementaci etických norem a principů do mediální sféry na všech jejích úrovních,

---

<sup>17</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 22. ISBN 978-80-8101-376-8.

<sup>18</sup> Tamtéž.

5. vypracovává metodiku řešení etických dilemat v jednotlivých sférách mediální tvorby,
6. vypracovává metodiku etického vzdělávání a tréninků pro mediální pracovníky.<sup>19</sup>

## 2.1 Úrovně působení etiky médií

Společenskovední disciplína etika médií vyžaduje, aby se morální a etické problémy v médiích nezkoumaly paušálně, s čím se můžeme běžně setkat v teorii i praxi, protože takový postup vede k povrchním a zjednodušeným závěrům a etice a morálce v médiích. Etika médií zkoumá úroveň morálky a rozvoj etiky v žurnalistice na různých úrovních. Jedná se o tyto úrovně:

- mikroúroveň,
- meziúroveň,
- makroúroveň,
- globální úroveň.<sup>20</sup>

### Mikroúroveň etiky médií

Tuto úroveň vytvářejí všichni jednotlivci, kteří se podílejí na tvorbě mediálních produktů, kupují si tyto produkty a nebo jsou v určitém věcném kontaktu s mediálními oblastmi. V prvním řadě se jedná o novináře, reportéry, moderátory – všechny, kteří pracují v mediální sféře jako zaměstnanci. Patří sem také čtenáři, diváci a posluchači – veškerí konzumenti zpravodajských a jiných produktů. Každý jednatel, který se nějakým způsobem stýká s oblastmi médií, je i nositelem morálky a etiky v médiích. Jednatel rozhoduje o sledovanosti programu, a tím o jeho dalším osudu. Jiný jednatel – manažer rozhoduje, jak zaplatí účinkujícím v daném programu. Do této úrovně patří také osoby, které se nazývají zdrojem informací nebo objektem zájmu.

---

<sup>19</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 24. ISBN 978-80-8101-376-8.

<sup>20</sup> Tamtéž.



Také jejich morálka se podílí na vytváření kvality mediálních produktů, například účastníci různých reality show.<sup>21</sup>

### **Meziúroveň etiky médií**

Na meziúrovni nese zodpovědnost za rozvoj etiky v médiích mediální podnik, který produkuje a nabízí zpravodajský nebo zábavní program. Za kvalitu programů a současně za dodržování etiky v médiích nese přímou zodpovědnost vrcholové vedení a vlastníci médií. Meziúroveň tvoří mediální podniky, redakce deníků a časopisů, rozhlasové stanice i zpravodajské agentury.<sup>22</sup>

### **Makroúroveň etiky médií**

Makroúroveň etiky médií tvoří organizace, které působí na celostátní úrovni. Zodpovědnost za etiku v médiích nesou výkonové orgány státu, zákonodárné orgány, ale i veřejnost, jejíž organizovanost a působení jako „subjektu“ je problematické. Na makroúrovni se vytváří hlavní legislativní rámec pro média. Jeho hlavním úkolem je garantovat svobodu projevu a tisku pro činnost médií. Vstup státní regulace do médií je z hlediska rozvoje demokracie nevíтанý, ale někdy nevyhnutelný. V demokratickém státě se tak děje pouze v případech, pokud je ohrožený veřejný zájem nebo základy demokracie.<sup>23</sup>

### **Globální úroveň etiky médií**

Vznikem mediálních nadnárodních monopolů a mediokracie globální regulace etiky médií nabyla mimořádný význam. Globální úroveň etiky médií nabyla mimořádný význam, je to záležitost mediálních globálních hráčů, tj. mediálních oligarchů, kteří vlastní důležité mediální podniky, diktují ekonomické podmínky pro své zaměstnance i obchodní partnery a rozhodují o kvalitě mediálních produktů. Kromě nich se na spoluodpovědnosti za rozvoj etiky v médiích podílejí organizace a instituce s celosvětovou působností, jako je OSN, Rada Evropy a celosvětové odborné organizace, které chrání zájmy pracovníků v oblasti médií. Tyto organizace z různých

---

<sup>21</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 25. ISBN 978-80-8101-376-8.

<sup>22</sup> Tamtéž.

<sup>23</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 26. ISBN 978-80-8101-376-8.

úhlů pohledu vystupují na obranu svobody projevu a tisku v celosvětovém měřítku. Jejich úkolem je vytvořit bezpečný prostor na získávání informací ze strany novinářů, a tím uskutečnit právo světové veřejnosti na informace.<sup>24</sup> Zpravodajství většinou vzniká jako výsledek působení mediálních odborníků v dané organizace. Tyto organizace jsou charakteristické efektivní dělbu práce, vysokou úrovní hierarchizace, rozdělením odpovědnosti a rolí.<sup>25</sup>

### **Cenzura v médiích**

V tomto slově nalezneme několik významů. Jednou z definicí je třídění informací a jiných významů s ohledem na předem určené hodnoty. Z pohledu žurnalistiky se jedná o způsob kontroly, se kterým se v novinářské práci setkáváme. Prvotní cenzurní úřad byl založen ve Frankfurtu v roce 1586. Za jeho vznikem stojí arcibiskup Mohučský. Jako první použil termín „cenzor“, což latině znamená „přísný posuzovatel“. Většinou se jedná o násilný zásah proti právům autora textu. Tento zásah vede k okleštění textu, někdy až k zákazu tvorby.<sup>26</sup> Cenzura může být vnímána jako usměrňovatel, který se řídí předem danými pravidly a hodnotami. Odnoží cenzury je autocenzura, tzn. cenzura autora samotného. Autocenzura je uskutečňována pod výhrůžkou sankce za chování, které je považováno za nepřípustné. Cenzura se také dělí na přímo a nepřímou.

### **Veřejný zájem v mediální sféře**

S pojmem veřejný zájem se docela často setkáváme diskuzích s etikou jako hlavním tématem. Žurnalista řeší dilema, zda bude veřejně prospěšné uveřejnit danou skutečnost. Jedná se o podstatu jeho novinářské práce. Informace, které žurnalista zveřejňuje, přispívají k „obecnému blahu“ a čtenáři mají právo na to, být informováni. Identifikace přesného pojmu veřejný význam je složité, jelikož jej můžeme najít v jiných významech, a to např. v ekonomice, právu či společnosti. Kritik Milan Šmíd se již po dlouhou dobu zabývá situací v mediální sféře a tvrdí, že jednotné vymezení pojmu veřejný zájem nelze určit. Může existovat pouze základní zásada, jejíž dodržování bude společností považováno za prospěšné, jelikož bude podporovat materiální a duchovní

---

<sup>24</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 27. ISBN 978-80-8101-376-8.

<sup>25</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 22. ISBN 8073670968.

<sup>26</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, s. 44. ISBN 978-80-7277-266-7.

blahobyt.<sup>27</sup> V roce 2000 byl etický kodex novináře v České republice doplněn o pojem veřejný zájem. Pojednává v zásadě o využívání nepoctivých prostředků k získávání informací. To, zda jsou dané prostředky nepoctivé, se posuzuje v závislosti na veřejný zájem v situacích, kdy se příslušná informace publikuje. Dále novinář nesmí dostat dotčenou osobu do osobní tísně či do jiných nesnází.

---

<sup>27</sup> CUDLÍN, Karel, OSVALDOVÁ, Barbora, Radim KOPÁČ a Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, ed. *O reportáži, o reportérech*. Praha: Karolinum, 2010, s. 88. ISBN 9788024617817.

### 3 ETIKA V SOULADU S ŽURNALISTIKOU

Profesní novinářská etika je souhrn etických požadavků pravidel a závazků, kterými se řídí všichni členové novinářské obce. To znamená, že novinářská profesní etika vztahuje i na ty, kteří nemají speciální vysokoškolské vzdělání, a i přesto vykonávají žurnalistické pracovní aktivity. Profesní etika provází novináře od počátků žurnalistiky, i když její obsah a formy jsou historicky podmíněné společenským vývojem, historickými událostmi, používáním nových technologických a technických prostředků, ale i společensko-vědním poznáním.

#### **Současné proměny žurnalistiky a profesní etiky**

Žurnalistika je profesí s mimořádným významem. Ve společenském vývoji, v rámci společenské dělby práce, jí připadl úkol prostřednictvím dostupných technických prostředků shromažďovat, zpracovávat a šířit pravdivé informace. Mediální teoretik Denis McQuail tvrdí, že se naše tradiční představy o novinách začaly vytvářet přibližně v druhé polovině 19. století, když buržoazní tisk představoval jeden z vrcholů v dějinách tisku.<sup>28</sup> V tomto období se pod vlivem nových společenských a technologických okolností dospělo ke kvalitnímu poskytování informací, což vedlo ke vzniku elitních novin a dotvoření žurnalistiky jako profese, jejíž posláním jsou objektivní informace o událostech.<sup>29</sup>

Konec 20. a začátek 21. století výrazným způsobem ovlivnil obsah novinářské profese a modely zaměstnávání v této oblasti. V celosvětovém měřítku narůstá počet novinářů, kteří zaměstnávají sami sebe – tj. volných novinářů, kteří své služby nabízejí více zaměstnavatelům z různých typů médií. Nároky na práci novináře se enormně zvýšily, praxe požaduje všestranného novináře, který umí pracovat s kamerou či mikrofonem, psát a připravovat další jiné výstupy, převzít na sebe i korektorské práce. Mezinárodní federace novinářů konstatuje, že se ztrácí „tradiční hranice mezi audiovizuální žurnalistikou a tiskem. Současné přeměny novináře sblížují, ale často za cenu kvality a úrovně.

---

<sup>28</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 126. ISBN 9788073675745.

<sup>29</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 92. ISBN 978-80-8101-376-8.

### **3.1 Etické otázky novinářské práce**

Hlavními etickými problémy, se kterými se při své práci novinář může setkat, můžeme rozdělit na několika oblastí.

#### **Narušování soukromí**

Jedná se o situaci, kdy novinář porušuje právo na ochranu soukromí jednotlivce nebo skupin osob. Docela často se s narušováním soukromí setkáváme u článků o obětech trestného činu nebo při zprávách o životě slavných osobností. Jako narušování soukromí se dá považovat i nedodržení principu presumpce nevinny.

#### **Klamání**

Klamáním označujeme kategorii etických otázek zahrnujících novinářské postupy, jež klamou čtenáře. Klamavé mohou být také zdroje informací a předměty zpravodajství. Jedná se například o situace, kdy se novinář vydává za někoho jiného.

#### **Úplatky**

Úplatky jsou především hmotné a finanční výhody ve formě daru, poukázek, vstupenek nebo jiných předmětů od subjektu, který má za cíl jakkoliv ovlivnit žurnalistu při tvorbě článku, tento subjekt si tak očekává příznivé zpravodajství. Je možno přijmout knihu či pero, ale dům či auto už ne. Pokud novinář hodnotný dar přijme, můžeme ho podezřít z ovlivnění na svobodném rozhodnutí.<sup>30</sup>

#### **Střet zájmů**

Jestliže se novinář angažuje v politice nebo jiných podobných mimopracovních aktivitách, může zpravidla nastat střet zájmů při posuzování jeho novinářské práce. Jako střet zájmu je považován např. je-li novinář šéfredaktorem nebo redaktorem a zároveň komunálním politikem. Střet zájmů nastane taky situaci, když novinář provozuje

---

<sup>30</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 97. ISBN 80-717-8925-9.

poradenskou činnost pro politiky nebo pokud bude novinář vyzdvihovat firmu, ve které vlastní akcie.

### **Osobní účast na zprávě**

Další kategorií této skupiny je osobní účast na zprávě. V krizových situacích je novinář více než nezaujatý pozorovatel přímý účastník zprávy. Jestliže se stal svědkem nějaké vážné dopravní nehody, pokud je účastníkem válečného konfliktu nebo pokusu o sebevraždu. V těchto situacích vystupují etické otázky: Má redaktor či přihlížet a natáčet televizní reportáž nebo má zachránit člověka, který se pokouší o sebevraždu?

### **Plagiátorství**

Mezi poslední patří plagiátorství. Jedná se o přebírání cizího textu nebo jeho jednotlivých částí a vydávání je za vlastní. Může se jednat o převzetí zpravodajských nebo publicistických námětů bez uvádění zdroje, které se dané problematice věnovalo jako první. V některých situacích je docela náročné rozeznat mezi rešeršní prací a opisováním. „Když opisuješ od jednoho autora, je to plagiát; když opisuješ od mnoha, je to rešerše“ tvrdí literární kritik Wilson Mizner.<sup>31</sup>

### **Svoboda slova**

Základní hodnotou v informační společnosti je bezpochyby svoboda projevu. Je rozumné, že nelze očekávat to, že formy realizování tohoto práva zůstávají nezměněny při změně komunikace, kterou přinesl vývoj elektronických a přitom moderních médií, a také vývoj struktury společností. Nové problémy skutečně přináší a přinesla praxe. Německá studie tvrdí jeden z nejvýznamnějších problémů, a to z konce osmdesátých let dvacátého století. Tato studie poukázala na to, že 85 % novinářů si připisuje za kladné dopady zpráv morální zásluhy, ale pouze 25 % je ochotných připustit si, že jsou morálně zodpovědní za negativní důsledky. Pro svou práci novináři často požadují speciální práva, která jdou nad obecná práva občanů.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 52. ISBN 80-717-8925-9.

<sup>32</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského 2010, s. 113. ISBN 978-80-7452-002-0.

### 3.2 Etika v novinářské činnosti

Dle německého sociologa a filosofa Maxe Webera odlišil dva radikální typy zodpovědnosti dle souboru kritérií pro zhodnocení činu: jeden z těchto činů je souborem důsledků činu, druhý z těchto činů je soubor principů, který vede k činu.

V médiích problematičnost etiky důsledků spočívá hlavně v neúplném poznání důsledků. Zároveň je to přesně aspekt, který dovoluje, aby poznání rostlo se zkušeností, a také umožňuje diskusi, která tváří v tvář není možná přesvědčení etiky, a to smýšlení. Diskuse vrací žurnalisty z místa „nad společností“ do místa člena společenství.

Žurnalisté pokládají za riskantní téma zodpovědnosti, jelikož může otevírat prostor k možnému zneužívání proti svobodě projevu.

Dle klasického žurnalistického pojetí jsou rizika zneužití médií dostatečně omezená, a to samočisticí schopností žurnalistické komunity, tak jako to je v komunitě vědců. Je tedy zdůrazněna kolektivní zodpovědnost. Proti tomu je však námitka, že nelze hovořit jen o pomyslné zodpovědnosti médií jako celku, jelikož zodpovědnost svou povahou nemůže být moc rozptýlená a vidina médií „jako celku“ se dostává do přese požadovanou kulturní a názorovou pluralitou. V této souvislosti všichni znamenají nikdo.<sup>33</sup>

Osobní zodpovědnost novináře je jedna ze stran mince s důrazem na morální zřetel zodpovědnosti. O individualistickou etiku se nejedná - ale existuje naopak institucionalizovaný společný rozměr v etických panelech, a také etických kodexech redakcí, mimo jiné dalších formách autoregulace, která je opřena a sebereflexi médií. Další stránka mince je zodpovědnost „médií jako celku“, a to je zodpovědnost vedení médií. Zde jde hlavně o právní akcent, který na konkrétního novináře dopadá zprostředkovaně formou důsledků pro kariéru. Každá chyba má tedy v demokratickém světě, respektive každý skandál médií, pokud je tedy odhalen, dva subjekty: Média jako

---

<sup>33</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 114. ISBN 978-80-7452-002-0.

celek a jako autora konkrétního novináře. Dříve či později nespolehlivý vydavatel i “Profláknutý” název krachují - dle vyspělosti společnosti jako komplexu. A neschopný či prolhaný novinář vymizí z trhu (většinou dříve) prostě protože ho žádný slušný vydavatel nezaměstná.<sup>34</sup>

### **3.2.1 Novinářská etika v pojmech**

Tradičními pojmy jsou v diskuzích o etice popisovány povinnosti médií, které pochází z éry tiskové klasické žurnalistiky a někdy v současném používání dostávají charakter klišé, a to nebezpečných.

#### **1) Správnost**

Správnost má význam slov českých pečlivost a přesnost. Tento přístup normálního jazyka je ve své podstatě moudrý, jelikož nepřesné sdělení je obtížné v praxi vyhodnotit ve smyslu lživosti nebo pravdivosti. Politik občas a diplomat často má asi důvod (neúmyslně) zvolit méně jasnou, mnohovýznamovou, prostě nepřesnou formulaci; kromě případu, kdy čestně a zároveň výslovně přizná, že není schopen podat přesnější zprávu, by to neměl novinář učinit nikdy. Toto je taky jeden z (vedlejších) důvodů, které stojí proti přímému zpravování politiků (nemluvě o diplomatech) v médiích o událostech konkrétních. Jejich nejasné formulace by se objevit neměly jinak než jako doslovný a označený citát, a to výslovně.<sup>35</sup>

Hlavně důsledné ověřování zpráv se pokládá za cestu ke správnosti. Spoléhání na jeden zdroj je třeba odmítnout, a pokud nelze jinak, musí jít o pramen pojmenovaný.

#### **2) Objektivnost**

Stále častěji vedou potíže, které jsou spojeny s naplňováním a definováním požadavku objektivnosti k nahrazení nároku přesného a jasného vyjádření různorodých existujících

---

<sup>34</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 114. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>35</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 116. ISBN 978-80-7452-002-0.



různých názorů, představ a hodnotících postojů; toto pojetí plurality - ať už aplikovaná na aktivitu jednoho určitého (hlavně “silného”) média či chápaná jako většina názorově rozmanitých spolužijících médií na stejném trhu - je zřejmé, že je široce přijímána a odpovídá aktuálnímu komunikačně propojenému a diversifikovanému světu.<sup>36</sup>

Dalším z nedostatků pojetí objektivita je nerozlišení dvou situací, a to v případě, že je objektivita porušena: může jít o neobjektivní chování dané nedostatečným poznáním na straně novináře či o neúmyslné nebo úmyslné zkreslení popisu skutečnosti při prezentaci zprávy. Pojem nestrannost se používá při druhé situaci a jím se zabývá tradiční přístup. Hlavní přístupy a požadavky, které pomohou zajistit správnost, jsou vyvážený přístup, nestrannost a hlavně všeprostupující požadavek poctivosti.

### **3) Nestrannost**

Nestrannost se týká prezentování zprávy i poznání skutečnosti. Právě při sběru materiálů, a to pro zprávu, může docházet k výběru či protřídění faktů. Jako opak předpojatosti se jeví v tomto významu nestrannost, dokonce až jako úmyslné překonávání vlastních předsudků a nechtů. Novinářská znalost a dovednost řemesla se jeví tedy již při práci “v terénu” a žádá vždy vzít povahu věci k úvahu, druh mediálního výstupu, možné očekávání recipientů a věcný význam a našeho přístupu k ní.

Médium vždy odpovídá za nestrannost obsahu. To, že jsou nestranní akademicky vzdělaní lidé či novináři jiných organizací, nelze automaticky předpokládat a jestli dostávají ve zpravodajství prostor, potom o jejich možném spojení s jistými konkrétními hledisky musí být zcela informováni recipienti.

Mnohem více je zdůrazňována při prezentování zpráv nestrannost. Hlasatelé a novináři i s moderátory zpravodajství a aktualit mohou uplatnit postoj odborný, ale nesmějí vyjádřit mínění osobní o politických záležitostech či politických nebo průmyslových sporech. Osobní názory na takové záležitosti našich hlasatelů, moderátorů či novinářů nesmějí naši recipienti rozeznat z výstupů BBC nebo z pořadů. Je jasné, jak daleko tyto

---

<sup>36</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 116. ISBN 978-80-7452-002-0.

alkálie přesahují zvyklosti většiny našich pracovníků médií. V českém jazyce to znamená velkou opatrnost již při užívání každého adjektiva, jelikož většina z nich má nádech hodnotící. Zvláště v médiích elektronických vstupují do hry i složky neverbální komunikace. Moderátor či hlasatel musí umět ovládat také řeč svého těla, a také paralingvistické složky řeči, z důvodu nevědomé nekontaminace zprávy svým přístupem či názorem.<sup>37</sup>

Nestrannost je velmi zásadní nejen u vlastní prezentace zpráv, ale již při výběru zpráv (kde se pojí požadavek vyváženosti) a konečných obrazových a textových úpravách (stříh, krácení). Právě zde je nezbytně nutné a obtížné pokračovat tak, aby se konečný verdikt zprávy nelišil od skutečnosti. Musil uvádí, že i zprávy o teroristických útocích musí být objektivní a nechat na příjemci vyhodnocení toho, kdo se čím a vůči komu provinil.

Kladený důraz na konečné vyznění má velký význam na danou skutečnost: Žurnalista nese zodpovědnost nejen za to, co již řekl, ale také za to, jak to veřejnost okolí. Požadavek na nestrannost se týká všech vyhodnocení, které zprávy přináší. Tyto výstupy nejsou závislé na žánru, nestranné musí být i kratší zpravodajské útvary jako např. anotace, perex, referát či headline. Pro interview platí jedno pravidlo: musí být vedeno tak, aby tázaný měl vždy možnost dostatečně odpovědět na kladené otázky. Zvláštní význam získá požadavek na nestrannost u moderování debatních a diskuzních pořadů.<sup>38</sup>

Jestliže novináři porušují zásady nestrannosti, je to důsledkem a zároveň jasným důkazem toho, že neznají své řemeslo. V některých případech se jedná o úmyslnou manipulaci. Ve finálním výsledku to nemusí být poznatelné a z pohledu příjemce a z pohledu kvality zpráv to není podstatné: Jestliže není zpráva ve výsledném podání nestranná, je nekvalitní a špatná a tím pádem je i daný mediální pracovník špatný.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 118. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>38</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 119. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>39</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 119. ISBN 978-80-7452-002-0.

#### **4) Nezávislost**

Stejně jako u objektivitu má nezávislost do určité míry přesvědčující smysl. Určité závislosti se mohou omezovat soustavnými opatřeními v souladu s regulací přístupu k médiím.

#### **5) Vyváženost**

Hlavní význam pojetí vyváženosti směřuje k mnohem větším celkům než je pouze jedna zpráva. V největší míře se to dotýká celkové činnosti médií. Hlavně u veřejnoprávních médií, jako např. BBC, to znamená pokrýt širokou oblast témat a náhledů na problematiku. V jednotlivých případech to znamená: ukazovat názorové konflikty a všechna důležitá rozdílná mínění. V České republice se toto pojetí stalo jednou z důležitých částí zák. 231/2001. Tento zákon vyžaduje, aby „*nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě*“.<sup>40</sup>

Pojem vyváženost má v reálu o dost významnější etický smysl. Vyváženost je vnitřně propojena jednou ze čtyř důležitých předností - s uměřeností, kterou uznával již Platón a Aristoteles. Zároveň nemůže existovat bez podstatných vlastností, jako jsou například statečnost, rozumnost a spravedlivost.

Je důležité vyvážit právo na svobodu informací a projevu s naší odpovědností, například respektování ochrany dětí a respektování soukromí. Formulace této definice velice důsledně odpovídá etice důsledků. Ve vrcholném médiu se akceptuje novodobý etický přístup, aniž by to jakýmkoliv způsobem ohrozilo prestiž, kvalitu a význam jeho práce.

#### **6) Obrana demokracie**

Idea o postavení médií jako „hlídacím psu demokracie“ prosazuje určitou kombinaci nezávislosti, a to směřuje k vyšší úrovni médií nad parlamentem a nad ostatními mechanismy moci demokracie bez toho, aniž by zavedla demokratickou volbu

---

<sup>40</sup> Tamtéž.

a kontrolování této supervize. Zrovna v tomto směru chybí mechanismus odpovědnosti médií.<sup>41</sup>

Uváděné klasické pojmy (nezávislost, objektivnost, obrana demokracie), které se zavedly především jako bojová mota zápasu o demokracii a svobody demokracie v 19. století, byly přeneseny po 2. světové válce do světa, ve kterém se rozvíjela elektronická média. V průběhu svého stále se zrychlujícího rozkvětu přinesla především elektronická média z pohledu svého účinku a získaného vlivu úplně novou kvalitu. Automatické užívání pojmů z tiskového období bez další diskuse nových spojení může být nekorektní a také výhradně zavádějící.

Neustále zvětšující se vliv hromadných sdělovacích prostředků na životy jedinců a na fungování státu a společnosti požaduje odpovídající postavení osobní zodpovědnosti žurnalistů a všech pracovníků v médiích. Je velice důležité, aby redaktori opustili od etiky myšlení a aby přijali etiku důsledků a tu si promítli do jednotlivých etických kodexů a v první řadě do své novinářské práce.

Podstatnými pojmy novinářské etiky, jako nestrannost, objektivnost, vyváženost, správnost a nezávislost je důležité pochopit v souvislosti se současným stave role médií a jejich vývojem. Pro potřebu autoregulace a samotné regulace musíme tyto pojmy operacionalizovat tak, aby nebyly jen honosnými ideály, ale aby se také daly použít jako měřítko pro praxi.

Dosažitelnost těchto cílů bez toho, aniž by došlo k újmě na svobodě slova a efektivnosti novinářské praxe, prokazuje práce BBC, jež je řízená základním spisem Editorial Guidelines – BBC` Values and Standards.<sup>42</sup>

### **Omezují etická pravidla svobodu slova?**

Počátky přeměny mediálního systému v ČR po roce 1989 jsou typické nepřítomností hlubší debaty o etických problémech novinářské práce. Média a žurnalisté, kteří existují

---

<sup>41</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 122. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>42</sup> MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 124. ISBN 978-80-7452-002-0.

více než 40 let v totalitní společnosti nahlíželi na normativní regulaci jako na omezování nejen svobody slova, ale také na omezování samotných médií. Hlavním principem byla svoboda slova a její nejširší vymezení, kterým novináři v té době argumentovali. První opravdová diskuse o etické rovině žurnalistů a fungování médií v ČR probíhá až v do první poloviny 90. let. Prvním médiem, které se po roce 1989 zhostilo této novátorské ideje, byla Česká televize.

V roce 1995 Rada ČT schválila, díky návrhu generálního ředitele televize, Statut ČT, jehož součástí byl Kodex ČT. Tento Kodex obsahoval zásady vytváření televizního programu, kapitoly o etice žurnalistiky a o zahrnování materiálů, které zobrazují násilí.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 53. ISBN 80-717-8925-9.

## 4 ETIKA MÉDIÍ V KODEXECH

Žurnalistika je povolání, jež má právo na svobodu projevu. I přesto se zde objevují samoregulační normy. Výrazným znakem těchto norem je fakt, že jejich dodržování je zcela dobrovolné.

### 4.1 Historie etických kodexů v České republice

Ještě před koncem roku 1989 byli novináři značně omezováni, jelikož byli zvyklí na totalitní režim. Po listopadu 1989 byly veškeré omezení nebo jen návrhy na regulaci značně kritizovány. V průběhu transformace médií se začala vyvíjet myšlenka samoregulace, aby někdo mohl relevantně smýšlet nad etickými problémy novinářské práce. Novináři tuto samoregulaci viděli jen jako další omezování. Viděli v tom další cenzuru a omezení svobody slova a potažmo médií. Novináři na své práci považovali svobodu projevu slova jako jedno z nejdůležitějších, proto nechtěli přijmout pravidlo o samoregulaci.

O faktu, že by novináři nesli společenskou odpovědnost, se začalo mluvit až v druhé polovině 90. let. Za tímto celým etickým počinem stojí s tou největší mírou pravděpodobnosti Česká televize, která vydala Kodex ČT. Ten poukazoval na zodpovědnost žurnalisty při práci, neutralitu názorů ve zprávách a svobodou slova. Obsahem Kodexu České televize je rezoluce o tom, co obecně v médiích je a není přínosné. Obsahuje ale také pasáž, ve které autoři podotýkají, že nelze určit pravidla, která jsou neměnná. Po třech letech od vydání Kodexu ČT byl přijat Etický kodex novináře.<sup>44</sup>

Ve většině českých deníků se etické kodexy začaly vytvářet již po roce 2000. Mezi první patřil zpravodajský časopis Týden, který se do tohoto procesu zapojil již v roce 1998. Etický kodex časopisu Týden obsahoval šest stran a byl zveřejněn v roce 1998. Soubor principů, které byly v Kodexu obsaženy, vystihovaly pojmy „nepředpojatost,

---

<sup>44</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 56. ISBN 80-717-8925-9.

respektování práv jednotlivce na ochranu soukromí, přesnost, otevřenost, plagiátorství, rozmanitost ve smyslu svobody projevu menšin, konflikt zájmů apod. Část předmluvy tohoto etického kodexu citoval Moravec takto: „Redakce časopisu Týden si uvědomuje vliv, jaký média mají. Čím je tento vliv větší, tím oprávněnější jsou vysoké nároky na výkony žurnalistů; musejí být přesné a srozumitelné, nestranné, citlivé, inteligentní. Proto jsme se rozhodli přijmout a zveřejnit tento podrobný redakční kodex. Nám umožní snazší orientaci při rozhodování uvnitř instituce, veřejnosti nabídne možnost lépe porozumět dilematům, jež ani v médiích nejsou jen černobílá...“<sup>45</sup> V poslední části předmluvy redaktori Týdnu uvádějí, že se žurnalistou může stát v podstatě každý. Příčinou je nutkání k ochraně svobody projevu. Jestliže novináři na svobodu slova nahlížíjí pouze z tohoto úhlu, dá se toto označit za krátkozraké. Novináři si uvědomují riziko, kdy kritika vlastních chyb může pocházet z normy, kterou si oni samotní nastavili.<sup>46</sup>

Po čtyřech letech následují časopis Týden další tiskoviny, které si stanovily svůj kodex. Hospodářské noviny uzákonily svůj etický kodex a staly se tak prvním následovníkem časopisu Týden. Obsah kodexu je zaměřen spíše na redaktory. Ti díky dokumentu získali návod, jak ve své profesi jednat eticky a zajistit novinám serióznost. Cílem kodexu Hospodářských novin je hospodářský a také společenský úspěch. Dalším následovníkem se v roce 2002 stala Mladá Fronta Dnes a po dvou letech se připojil také řetězec regionálních deníků Vltava-Labe-Press.

## 4.2 Význam etických kodexů

To, jak je společnost vyspělá a také to, jaký charakter má společnost, můžeme vyvodit podle způsobu, jakým média komunikují navenek. Témata, jakými se média zabývají, forma, ve které informací podávají a také etika, podle které se média řídí – to všechno můžeme považovat za ukazatele kvality a úrovně žurnalistické práce. Pravidla, která byla přijata se stala ukazateli společných principů. Ale i tak nastávají situace, kdy se

---

<sup>45</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 56. ISBN 80-717-8925-9.

<sup>46</sup> Tamtéž.

střetnou dvě etické zásady, protože nejsou tak úplně všeobecné. Etické zásady slouží více jako pomyslný základ při rozhodování, díky čemuž udržují prestiž a také morálku dané profese. Existenci a následné dodržování kodexů můžeme zhodnotit kladně i přesto, že rozhodnutí jedince nemůže být kodexem nahrazeno.

Kodex je považován za předpis, který reguluje práci a chování redaktorů v České republice i jiných evropských zemích. Každý kodex má ovšem jinou podobu a je zaměřený na jiné hlediska. Neexistuje totiž žádná obecná šablona, podle které by etické kodexy byly vytvořeny. Smysl všech kodexů je ukotven ve zodpovědnosti, předcházení konfliktním situacím a dále je ukotven v kooperaci mezi občany a svobodami a právy novinářů. Všechny kodexy mají hned několik významů. Mezi jeden významný patří snaha o vymezení hranice požadovaného chování. Toto je způsob, jakým se instituce snaží veřejně nastavit svůj standard a mantinely. V komplikovaných situacích je díky těmto mantinelům usnadněno rozhodování. Jedná se například o situace, kdy je novinář pod tlakem a nemůže se poradit se svými kolegy. Díky kodexu je v organizaci vytvořeno stabilní a důvěryhodné prostředí. To má dobrý vliv na vztahy s klienty, obchodními partnery a dobré vztahy v organizaci. Dále může sloužit jako obrana proti přehnanému etickému očekávání.<sup>47</sup>

### 4.3 Syndikát novinářů ČR

Organizace Syndikát novinářů ČR sám sebe definuje takto: *„je dobrovolným profesním sdružením novinářů. Jeho členem se může stát každý aktivní novinář, ať už pracuje na stálý pracovní poměr, nebo volně spolupracuje s několika redakcemi. Člen je povinen dodržovat Stanovy a především řídit se Etickým kodexem novináře. Syndikát novinářů je politicky neutrální, nezávislý na ideologických, náboženských, politických a ekonomických státních i soukromých strukturách. Aktivně se angažuje za svobodu shromažďovat, analyzovat a šířit informace prostřednictvím tištěných a elektronických médií, svobodu vyjadřovat názor včetně svobody kritizovat, oponovat vládám*

---

<sup>47</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 57. ISBN 80-717-8925-9.



*a politickým a ekonomickým strukturám, veřejným nebo soukromým.*“<sup>48</sup>

Členem Syndikátu se může stát novinář zaměstnaný v médiích, novináři na volné noze a také studenti. Každý člen je povinen zaplatit roční členský příspěvek.<sup>49</sup> Syndikát novináři vydá mezinárodní novinářský průkaz. Řada organizací po celém světě uznává platnost tohoto průkazu. Každý člen Syndikátu musí dodržovat Etický kodex novináře a předepsané Stanovy. Obecné zařazení instituce, vznik, cíle, poslání, podmínky pro členství a jeho druhy, to všechno popisují Stanovy Syndikátu novinářů ČR. Dále popisují povinnosti členů a jejich základní práva, jmenují orgány syndikátu a určují pravidla pro vznik profesního sdružení novinářů. Stanovy zahrnují také Deklaraci principů novinářského chování.<sup>50</sup> Ke kontrolám byla zřízena Komise pro etiku.

### **Etický kodex syndikátu novinářů ČR**

V České republice se etický kodex novináře dělí na tři části. V první části kodexu má občan právo na pravdivé, nezkreslené a včasné informace. Tato část se zabývá problematikou získávání informací a jejich zdrojů. V další části jsou znázorněny požadavky na vysokou profesní úroveň žurnalistiky. Podle kodexu se povaha novinářské profese charakterizuje zodpovědností vůči veřejnosti. To požaduje vysoký stupeň profesionality. Dále kodex zmiňuje, že novinář je zodpovědný za všechny své vytvořené texty a také nesmí přijímat úplatky. Kodex se zabývá také otázkou střetu zájmů. Poslední část kodexu klade důraz na důvěryhodnost, serióznost a slušnost. Díky těmto principům roste autorita médií. Poslední aktualizace kodexu proběhla 25. listopadu 1999 na požadavek Komise pro etiku.<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> Syndikát novinářů ČR, z.s. [online]. [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/syndikat/>

<sup>49</sup> Syndikát novinářů ČR, z.s. [online]. [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/syndikat/clenstvi/>

<sup>50</sup> Tamtéž.

<sup>51</sup> JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, s. 57. ISBN 80-717-8925-9.

## **Stanovy Syndikátu novinářů ČR**

Tato část se zabývá účelem a cíli syndikátu a jeho orgány. Členové orgánu se zabývají chodem tohoto sdružení. Všechny poklady pro tuto část byly čerpány ve stanovách Syndikátu novinářů ČR.

Členové Syndikátu si v právní rovině stanov určili cíl, jehož smyslem je respektování Listiny základních práv a svobod, a dále také uplatňování novinářských práv při konfliktech nebo při přípravě legislativy. Posláním syndikátu se po profesionální stránce soustřeďuje na standardy a úroveň žurnalistiky pod patronátem Etického kodexu novináře. To je spojeno také se spoluprací se školami při vytváření programů další odbornou edukaci v tomto oboru. Mezi hlavní cíle patří poskytování informací a podklady v profesních záležitostech, daňových, mzdových, pracovně právních a v záležitostech týkajících se autorských práv. Další část se zabývá úrovní sociálních a právních podmínek novinářů, ochrany bezpečnosti v zaměstnání při výjimečných událostech. Cílem syndikátu je také podpora a utváření spolupráce s jinými institucemi v České republice i v zahraničí.<sup>52</sup>

## **Orgány Syndikátu novinářů ČR**

Mezi stále orgány patří Řídící výbor, Valná hromada a Kontrolní skupina. Nejvyšším orgánem Syndikátu je Valná hromada. Členy Valné hromady jsou delegáti, kteří jsou hlasováním voleni vždy tři roky. Valná hromada rozhoduje na základě jednacího řádu. Svolává se jednou za tři roky. Valnou hromadu v mimořádných situacích může svolat jedna třetina delegátů. Dalším orgánem je Řídící výbor. Ten má na starost udělování čestného členství a určuje výši členských poplatků.

Řídící výbor má celkem dvacet pět zástupců je volen Valnou hromadou v tajných volbách. Stejně jako je tomu u Valné hromady i zde se uplatňuje tříleté volební období. Tento orgán má kancelář v čele s vedoucím. Tato kancelář plní koordinační, administrativní a organizační funkci. Předseda jmenuje vedoucího kanceláře a k němu jsou zvoleni tři místopředsedové. Mezi činnosti Řídícího výboru spadá např. každoroční odsouhlasení zprávy o rozpočtu a hospodaření Syndikátu. Samostatným statutárním

---

<sup>52</sup> Tamtéž.

orgánem Syndikátu je předseda, který se zodpovídá Řídícímu výboru.

Dále je tady poslední orgán a tím je Kontrolní skupina. Je to skupina tří osob, které jsou zvoleny v tajných volbách. Volba má platnost opět 3 roky. Členové Kontrolní skupiny nemohou zároveň být členy Řídícího výboru. Jejich úkolem je dohlížení na dodržování stanov a hospodaření Syndikátu. V čele této skupiny stojí předseda a místopředseda, kteří se zodpovídají Valné hromadě. Výsledky své práce předkládá Řídícímu výboru i Valné hromadě a informuje i ostatní členy Syndikátu, a to jednou ročně.

### **Etická komise Syndikátu novinářů ČR**

Etickou komisi ustavuje Syndikát novinářů. V této komisi je jedenáct členů. Součástí nadpoloviční většiny komise jsou vždy členové Syndikátu. Zbytek členů jsou odborníci z novinářské praxe. Členové musí být vlastníky lustračního osvědčení, dle kterého se provádí lustrace státních zaměstnanců a dalších osob.<sup>53</sup> Lustrační osvědčení je vydáno na požádání instituce za účelem výkonu stanovených funkcí, ustanovování nebo jmenování. Etická komise v první řadě čerpá z Etického kodexu novinářů. Výsledky jejího rozhodování jsou hlavně obecná stanoviska, ale i posudky k daným případům porušování novinářské etiky.

Na webových stránkách Syndikátu je pomocí formuláře možné podat podněty k projednání. Může se jednat například o prohřešek novináře. Komise si zdroje podnětů získává sama od členů Syndikátu, od jiných novinářů a dále od veřejnosti. Všechna stanoviska a usnesení, která Komise vydá, hlavně dostat také žurnalisté, kterých se daný případ týká.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Syndikát novinářů ČR, z.s. [online]. [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/slozeni-a-stanovy/>

<sup>54</sup> Tamtéž.

## PRAKTICKÁ ČÁST

### 5 ANALÝZA ROZHovorŮ

Téměř všechny novinářské redakce se mají svůj vlastní etický kodex, podle kterého se řídí. Jednotlivé kodexy se liší, jiný kodex najdeme v seriózních novinách a odlišný bude v bulváru. Jednotný kodex pro novinářskou praxi udává Syndikát novinářů České republiky. Závazně jej musí dodržovat členové tohoto Syndikátu. V zahraničních redakcích najdeme např. kodex BBC, který patří mezi uznávané kodexy.

V praktické části se autorka rozhodla zaměřit na etický kodex SNČR a zjistit, jakým způsobem na tuto problematiku nahlíží členové komise SNČR. Dle autorčina názoru může komise podat ty nejpřesnější informace, protože řeší prohřešky vůči kodexu. Autorka oslovila všech devět členů komise a odpovědi obdržela od předsedkyně SNČR Barbory Osvaldové, Marty Bystrovové a Jana Jůna. K lepším výsledkům analýzy by jistě dopomohlo osobní setkání s respondenty. Jelikož se jedná o žurnalisty, je pochopitelné, že jejich časové možnosti jsou omezené, a na osobní setkání si nenašli čas. Proto autorka využila možnost dotazování formou elektronické pošty – emailu. I přesto získala zajímavé odpovědi, které jsou přínosné.

#### **Metodika práce**

Jako výzkumnou metodu si autorka zvolila rozhovor. Je to druh explorační metody, ve které probíhá přímá komunikace se zkoumanými respondenty. Dotazování jsou stimulováni ke komunikaci pomocí otázek. Předem připravené otázky jsou orientovány na daný cíl.<sup>55</sup> Součástí práce je analýza, která bude provedena porovnáváním odpovědí jednotlivých respondentů a resumé bude zasazeno do celkového kontextu. Otázky budou strukturovány tak, aby odpovědi na ně byly co nejkonkrétnější a recipienti se k nim mohli dostatečně vyjádřit. Dotazy budou směřovat k celkovému hodnocení stávajícího novinářského kodexu. Autorka si stanovila tuto hypotézu:

H1: Členové komise se shodli, že stávající kodex je dostačující.

---

<sup>55</sup> DUPUY, Ernest. *Úspěšný dialog*. Praha: Portál 2002, s. 94. ISBN 8071786667.

## Profily jednotlivých respondentů

### doc. PhDr. Barbora Osvaldová



- žurnalistka, pedagožka, předsedkyně komise SNČR
- nar. 1950 v Praze
- vystudovala Fakultu sociálních věd a publicistiky
- vedoucí katedry žurnalistiky na UK<sup>56</sup>

Zdroj: In: IDNES.cz/Blog [online]. Praha: iDNES.cz/Blog, 2008 [cit. 2017-02-18].  
Dostupné z: <http://osvaldova.blog.idnes.cz>

### Mgr. Jan Jůn



- žurnalista, držitel ceny Ferdinanda Peroutky
- šéfredaktor britských deníků Time & Tide, Property Monthly Review a Property Gazette
- londýnský korespondent analytické publicistiky<sup>57</sup>

Zdroj: In: Radio Praha [online]. Praha: Radio Praha, 2011 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [www.radio.cz](http://www.radio.cz)

### Marta Bystrovová



- publicistka, novinářka, pedagožka
- nar. 1947 v Praze
- redaktorka kulturní rubriky Lidových novin<sup>58</sup>

Zdroj: In: Česká pozice Informace pro svobodné lidi [online]. Praha: Česká pozice, 2015 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [www.ceskapozice.lidovky.cz](http://www.ceskapozice.lidovky.cz)

<sup>56</sup> In: Osobnosti.cz [online]. Praha: agnes218, 2006 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://www.osobnosti.cz/barbora-osvaldova.php>

<sup>57</sup> In: Media mania [online]. Praha: Media mania, 2015 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [www.mediamania.tyden.cz](http://www.mediamania.tyden.cz)

<sup>58</sup> In: Paměť národa [online]. Praha: Vilém Faltýnek, 2016 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [www.pametnaroda.cz](http://www.pametnaroda.cz)

## **Analýza rozhovorů**

### **1. V čem vidíte nejzásadnější problém v etickém chování novináře?**

Barbora Osvaldová je toho názoru, že si novináři neověřují pravdivost informací a neuznávají presumpci nevinny.

Marta Bystrovová je stejného názoru jako Barbora Osvaldová a poukazuje na zveřejňování informací bez toho, aniž by byly ověřeny alespoň ze dvou zdrojů. Dále dodává, že jsou novináři při honbě za atraktivitou schopni zveřejňovat intimní informace lidí. Jedná se například o podrobné informace o rodinných problémech známých osobností, jejich zdravotním stavu, či osobních ztrátách. Bystrovová považuje za neetické zaměňování reklamy, např. PR materiálů za redakční texty, kdy je pro čtenáře složité rozlišit, o jaký typ článku se jedná. Zpochybňuje také to, že se reklamy zaměřené na děti vysílají v čase dětských programů. Nikdo tento prohřešek neřeší, protože si lidé nestěžují.

Jan Jůn vidí naopak zásadní problém v bulvárních médiích, a dále v elektronických a internetových médiích. Solidní média odmítají zveřejňování materiálů z etických důvodů, zatímco existence elektronických médií je s tímto zveřejňováním úzce spojena.

Už se nejedná jen o přinášení informací a zpráv o tom, co se děje, ale o jejich dovedné vymyšlení, o senzaci a hru na události, kterou akceptuje většina čtenářů, kteří v tom hledají více než pravdu, pobavení. K těm horším patří ta internetová média, jelikož tady se v podstatě každý, bez novinářského vzdělání, může založit vlastní publikaci, psát a šířit lživé zprávy. Jako příklad uvedu Parlamentní listy, které s Parlamentem nemají vůbec nic společného a to spousta čtenářů neví.

### **2. Jak novináři vnímají etický kodex? Pomáhá jim nebo je naopak omezuje?**

Podle Jana Jůna jsou novinářské prohřešky a porušení etických kodexů různě závažné a někdy se jich novináři dopouštějí jen díky své neznalosti. V demokratických zemích má kodex omezit novinářské výstřelky, které často bývají příčinou senzachtivosti či lenosti si ověřovat a porovnávat informace z více zdrojů a podobně. Podle Jůna má platit pravidlo, kdy 90 procent je příprava a jen deset procent je samotné psaní

či reportování. Toto by novináři měli vědět. Díky novinářské práci mají redaktoři jistá privilegia v přístupu k informacím, proto by měli omezit jakousi pudovost ve svém chování a přijmout zodpovědnost. Novinář má v podstatě podobné postavení řádného občana, který se má chovat zodpovědně nejen ve smyslu občanských práv, ale i jiných povinností, jako například chodit k volbám, být ochoten pomoci ve výjimečných situacích, náhlých pohromách nebo jen při nevolnosti spoluobčana.

Marta Bystrovová je toho názoru, že dobrému novináři etický kodex pomáhá a špatného omezuje. Barbora Osvaldová uvádí, že to záleží pouze na redakci. Tato stručná odpověď poukazuje na fakt, že redakce si své etické kodexy určují samy. Takže omezování kodexem nebo naopak jeho pomoc při novinářské práci záleží pouze na dané redakci.

Díky dodržování etického kodexu se novinář často ochrání před profesionálním zostuzením - například, pokud si zprávu, z lenosti či spěchu, nechce ověřit a tím pádem zveřejní novinářskou „kachnu“ nebo nevědomky uškodí třetí straně. Jestliže novinář dodržuje etický kodex, nemůže dojít k záměrnému zvýhodnění spřízněné osoby na úkor jiné.

### **3. Měl by být etický kodex právně vymahatelný nebo by měl plnit jen poradní funkci?**

Jan Jůn se domnívá, že etický kodex by měl být vždy vymahatelný, jinak neplní svou funkci. Ve smyslu vymáhání se myslí udělení sankce novináři příslušnou etickou komisí. V otázce etického kodexu se ale o právní vymahatelnosti nemůžeme bavit, protože právně vymahatelné mohou být pouze zákony dané společnosti. Mnoho etických komisí se nezabývá stížnostmi, pokud tyto případy byly projednávány soudy. Pokárání novináře či odebrání novinářského průkazu nejsou právními akty ve smyslu platných zákonů. Jsou to sankce ve smyslu neetického chování, které nemůžeme považovat za chování protiprávní či zločinné.

Podle Barbory Osvaldové by etický kodex právně vymahatelný být neměl. Zákony a soudy jsou od toho, aby vykonávaly tuto funkci.

Etický kodex má být směrodatný pro vydavatele, kteří mají být za jeho porušování

stíhání pouze v rámci svého média. Marta Bystrovová tvrdí, že etický kodex má být směrodatný pro vydavatele, kteří mají být za jeho porušování stíhání pouze v rámci svého média. Za právně vymahatelné považuje prohřešky proti tiskovému zákonu, záměrné překrucování reality, nepravdy, úmyslné poškozování osoby, o které píšeme a prohřešky proti občanskému zákoníku, za které se považuje ochrana osobnosti nebo porušování občanské svobody.

Jako příklad lze uvést neetické jednání novinářů ČT, Marka Wollnera a Davida Hladíka. V reportáži Stíny minulosti, kterou v září odvysílala Česká televize, došlo k záměrnému poškození Pavla Tykače. Reportéři použili zkreslující archivní sestřihy a nepravdivé zavádějící informace. Stížnost podala advokátní kancelář Poledne Rotta. Kancelář v zastoupení Ing. Pavla Tykače uvádí, že pořad byl v rozporu s Kodexem České televize a klient byl v pořadu značně poškozen. Komise SNČR uvedla, že o oprávněnosti pochybení může rozhodnout pouze nezávislý soud.

#### **4. Je čas na změnu nebo úpravu stávajícího kodexu z roku 1999?**

Podle Marty Bystrovové není potřeba jakkoliv upravovat stávající kodex, stačí ho prostě dodržovat.

Oproti tomu Barbora Osvaldová je toho názoru, že kodex je od roku 1999 stále stejný, obsahuje pouze obecné informace a nebere v potaz rozvoj internetu, který od roku 1999 značně rozšířil pole svého působení, a to hlavně co se zpravodajství týče. Dále chce Osvaldová žádat o to, aby se komise věnovala pouze těm případům, které nebudou starší než jeden rok. Kodex ale považuje za dostačující a stačilo by určité doplnění.

Pan Jůn se této problematice nevyjádřil.

Novinářský kodex by se měl aktualizovat a rozšířit o část, která bude pojednávat o etickém chování novinářů na poli on-line zpravodajství. Etický kodex obsahuje obecné informace, které by měly být plané jak pro novináře tištěných médií, tak pro novináře elektronického zpravodajství. Nicméně je v dnešní době on-line zpravodajství natolik rozšířené, že by to měl etický kodex brát v potaz.



## 5. Který z dalších kodexů považujete za nejlepší?

Jan Jůn považuje za nejlepší kodex českého Syndikátu. Druhým nejlepším kodex je podle Jůna kodex britské NUJ – odborové organizace britských novinářů. Jako mínus tohoto kodexu uvádí, že je krátký a některé jeho body se vykládají různě. Zmiňuje také ustavení nezávislé organizace Impress, kterou má pod patronátem královská charta. Ta dohlíží na média a má možnost udílet pokuty vydavatelům, až do výše milion liber. Ta dohlíží na média a má možnost udílet pokuty vydavatelům, až do výše milion liber. Mimo jiné může z médií vymáhat omluvy obětem/poškozeným?? apod. Dále existuje organizace Ipso (Independent press standards organization), což je samoregulační orgán vydavatelů celostátních a místních novin ve Velké Británii. Ipso vede Alan Mosley, bývalý apelační soudce a státní organizace Impress. Organizaci Impress chtěla vláda udělit právo vymáhat vysoké pokuty a k tomu soudní výlohy podle tzv. sekce 40, proti které média tvrdě bojují.

Marta Bystrovová vyzdvihuje česká etický a dále kodex BBC, který se stal předlohou pro některé české kodexy.

Barbora Osvaldová souhlasí s Martou Bystrovovou a za nejlepší považuje český etický kodex a zároveň kodex BBC a zmiňuje také kodex Bud' opatrný, kterým se řídí skandinávské země.

Důležitou organizací, která pomáhá žurnalistům díky etickému kodexu je International Federation of Journalists. Byla založena v roce 1926 v Paříži. Dnes má 600 000 členů ve 140 zemích. IFJ podporuje mezinárodní akci na obranu svobody tisku a sociální spravedlnost prostřednictvím silných, svobodných a nezávislých odborů novinářů. IFJ vydala mezinárodní deklaraci, která je považována za standard profesionálního chování novinářů. Popisuje standardy při shromažďování, přenosu, šíření a komentování zpráv. SNČR je členem IFJ od 1. Července 1991.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> In: European Federation of Journalists [online]. Brusel: European Federation of Journalists, 2015 [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: [www.europeanjournalists.org](http://www.europeanjournalists.org)

## **6. Jak hodnotíte etiku v českých a zahraničních médiích?**

Jan Jůn vidí stejný problém v etice český i zahraničních médií. Problémem jsou internetová média a skutečnost, že i bez novinářského vzdělání a ohledu na etický kodex může kdokoliv vydávat svůj vlastní internetový časopis. Problémem jsou také tzv. sociální média, kde může kdokoliv záměrně šířit lživé zprávy, aniž by se jednalo o novináře, a toto jednání jde velmi složitě regulovat. (komise ministerstvo vnitra – sireni blabolů). Dotázaný hodnotí etickou situaci českých a zahraničních médií jako lepší, než v předešlých letech.

Barbora Osvaldová považuje etikou v českých a zahraničních demokratických zemích za stejnou ve většině případů. V tomto ohledu s ní nesouhlasí Marta Bystrovová. Ta vidí v zahraničí větší možnost postihů za nedodržování etických kodexů, např. větší finanční sankcí. V českých bulvárních médiích o etice nelze hovořit, protože její porušování je tady na denním pořádku. V zahraničních médiích záleží na obecně platné morálce a na tom, co považují za únosné. Jde o snahu etickou hranici nepřekračovat.

Jestliže srovnám etiku v médiích českých a zahraničních a zaměřím se na internetová média, jak podotkl Jan Jůn, etické kodexy v redakcích a zpravodajských portálech mají většinu společného. Jako příklad uvedu kodex BBC zvaný Editorial Guidelines. Tímto kodexem se řídí všechny redakce, které spadají pod BBC, včetně internetového zpravodajství. Editorial Guidelines nařizuje, aby se online obsah neustále aktualizoval. V kodexech, kterými se řídí české internetové zpravodaje, nejsou žádné aktualizace zmíněny.

Kodex The New York Times je ve srovnání s těmi českými poměrně podrobnější. Více se orientuje na střet zájmů a větším způsobem zasahuje do osobního života redaktorů. V tomto jsou zahraniční kodexy o dost přísnější než ty české.

## **7. Jsou v zahraničí přísnější sankce za nedodržení kodexu než u nás?**

Jan Jůn považuje sankce v zahraničí o dost přísnější, kde uvádí situaci v Británii. Téměř ve všech evropských zemích mají novinářské organizace své webové stránky, kde jsou uvedeny jednotlivé kodexy a postihy za nedodržení daného kodexu. Problémem je, že ne každý novinář si to dokáže přeložit i přes to, že by měl umět plyně hovořit dvěma

světovými jazyky. Barbora Osvaldová s Janem Jůnem souhlasí v tom, že v Británii jsou postihy o dost přísnější než u nás. Ke stejnému názoru se přiklání i Marta Bystrovová, která zmínila postih za nedodržení kodexu BBC.

## **8. Co dělat pro zlepšení etiky v českých médiích?**

V této otázce se odpovědi všech třech respondentů shodují. Základem pro zlepšení etiky v českých médiích je výchova a vzdělávání novinářů. Podle Jana Jůna ke zlepšení pomůže vyvěšení kodexů v redakcích, pravidelné schůze redaktorů, kde se o etice bude hovořit a důsledně dbát na jejím dodržování. Problém vidí v situacích, kdy lidé kritizují nedodržování etických pravidel a své stížnosti posílají rovnou komisi Syndikátu. Za efektivnější považuje, kdyby lidé v těchto situacích poslali stížnost přímo do daného média. Marta Bystrovová mimo jiné navrhuje zaměstnávat zkušené editory a vedoucí redaktory, kteří by se věnovali elévům a jakýmsi způsobem je vychovávali k profesionální zdatnosti a k zodpovědnosti. Účelem by bylo elévy naučit, že dopad toho, co zveřejní, může mít následky pro konkrétní osoby. Začínající novináři by měli vědět, že účelem médií je objektivně informovat a ne sloužit k osobním cílům daného člověka.

Východiskem pro zlepšení etiky v českých médiích je dostatečná znalost etického kodexu a neustálá kontrola daného média nad novinářem. Ke zlepšení etiky by také pomohly větší finanční postihy za porušení, které jsou v zahraničí vyšší než u nás. Například porušení kodexu BBC může vést až ke ztrátě zaměstnání.

## **9. Máte nějakou statistiku členů, kteří kodex porušili nebo byli napomenuti?**

Obě respondentky uvedly, že se žádná statistika nevede. Nicméně Marta Bystrovová je toho názoru, že velkým problémem je všeobecná lhostejnost vůči prohřeškům proti etice. Je to problém zanedbané výchovy, společenského klimatu a stanovení hranic – co lze a co ne. Zákony tomu nepomohou, může pomoci trvalé opovržení nad novináři, kteří etické normy porušují, jejich vyčlenění ze společnosti a kladení důrazu na dodržování morálky ve všech vrstvách společenského života. Bystrovová ale podotýká, že toto všechno je úkol, jehož splnění trvá poněkud dlouho.

Pan Jůn se k této problematice nevyjádřil.

Etická komise Syndikátu novinářů ČR řeší častá podání, většinou oprávněná, týkající se zneužívání či neprofesionálních postupů v médiích. Velmi často se týkají regionálních tiskovin, které „slouží“ místním úřadům, píší zaujatě a zveřejňují texty, jež podporují nebo znevažují podnikatele. Hodně připomínek směřuje k soukromým televizím, mnohdy se řeší případy, kdy dochází k neetickému nakládání s fakty ryze soukromého charakteru (uvádění jmen a bydliště osob teprve souzených, fotografie ze smrtelných nehod). Na toto však komise může pouze upozornit vedení redakcí, požádat o vysvětlení, ovšem nemůže je postihovat.

#### **10. Můžete vyjmenovat nějaké prohřešky, kvůli kterým byli novináři vyloučeni ze Syndikátu?**

Jan Jůn a Barbora Osvaldová uvedli, že za etické problémy nikdy nikdo ze Syndikátu vyloučen nebyl, zatímco Marta Bystrovová poukázala na pár příkladů, které ovšem také nevedly k vyloučení. Jednalo se o střet zájmů, kdy novinář psal ve prospěch podniku, ve kterém byl osobně zainteresován a nebo poškodil pověst konkurenční firmy.

Je tady ovšem jedna kauza z roku 1999, která pojednává o vyloučení člena ze Syndikátu. Jednalo se žurnalistu Jana Křečka, který se dle komise dopustil neetického chování. Když televize vysílala přímý přenos vstupu ČR do NATO, začal Jan Křeček na protest pískat tak nahlas, že celý ceremoniál přerušil. Jan Křeček se přitom do sálu Pražského hradu, kde se ceremoniál konal, dostal díky své novinářské legitimaci. Jelikož Křeček využil své novinářské výsady k prosazování osobních postojů, komise se rozhodla jej vyloučit ze Syndikátu. Tímto chováním porušil pravidla etického chování.

### **5.1 Diskuze**

Prvořadým úkolem etického kodexu všech novinářů je sloužit veřejnosti pravdivými informacemi. V případě konfliktů zájmů musí tento hlavní cíl mít vždy přednost před jinými, rovněž oprávněnými cíli. Mezi tyto cíle patří například snaha o ekonomický zisk nebo konkurenceschopnost. V dnešní společnosti se žurnalistou může stát opravdu každý, odborník či nevzdělanec, ignorant či pravdomluvný lhář. Média musí pochopit,

že mají roli tvůrce normy. Pokud tuto roli nepřijmou, nebude nikdy s čím srovnávat. Neutrpí tím jen žurnalistika, ale celá společnost.

U seriózních médií je důležité, aby si jednotlivé redakce vytvářely své vlastní vnitřní etické kodexy a snažily a se o utváření norem. To, co můžeme v seriózních médiích považovat za samozřejmé je přesnost, nestrannost, nepředpojatost a ochrana soukromí. Toto se ovšem nedá právně vymáhat a proto je důležité, aby tato otázka dobrých mravů panovala v každé redakci, aby na to dohlíželi šéfredaktoři, ale také jednotliví novináři. Ale každá mince má dvě strany a toto břímě nemůže nést pouze redakce. Závisí to také na poměrech dané společnosti a na tom, jaké mravní hodnoty daná společnost uznává. Pouze společnost rozhoduje o tom, co přijme a co odmítne a podle toho se odvíjí témata, kterými se média zabývají. Média lidem dávají to, co chtějí. S tím ovšem souvisí mediální gramotnost občanů, která je ovlivněna výchovou, vzděláním a vzory. Novinářská etika je proto mnohem širší a hlubší problém než jen problém etického kodexu.

Pro výzkum byla stanovena tato hypotéza: H1: Alespoň tři členové komise se shodli, že stávající kodex je dostačující.

Hypotéza se potvrdila. Dotázaní členové komise ve svých odpovědích vyzdvihují český etický kodex.

## 6 ZÁVĚR

Média jsou prostředky masové komunikace, které mají velký vliv. Jsou součástí společnosti a proto často bývají předmětem veřejné diskuze. Podílí se na vytváření vztahů ve společnosti a mají také vliv na socializaci členů ve společenském systému. „*V mediální oblasti najdeme kvalitu s dlouhodobějšími cíli, dobře odvedené řemeslo i snahu o snadno a rychle vydělané peníze. Avšak i v oblasti médií musí mít podnikání jistá pravidla a zachovávat profesní standardy a etické normy.*“<sup>60</sup>

Mediální etika byla jedním z hlavních témat, kterými se tato bakalářská práce zabývala. Etická rovina médií je úzce spjata s novinářskou praxí. V úvodních kapitolách jsou popsány základní pojmy mediální etiky a poté se teoretická část práce zaměřuje na vznik etických kodexů. Dále je uveden konkrétní kodex, který vydal Syndikát novinářů ČR.

V praktické části bakalářské práce autorka analyzovala rozhovory se třemi členy komise Syndikátu. Mezi respondenty patřili: předsedkyně komise Barbara Osvaldová, Marta Bystrovová a Jan Jůn. Respondentům autorka položila deset otázek, které byly směřovány k funkci současného etického kodexu. Záměrem bylo zjistit, zda členové komise Syndikátu považují tento kodex za dostačující. Podle odpovědí a následné analýzy autorka zjistila, že stávající kodex považují dotázaní za dostačující. Což potvrdilo i jedinou stanovenou hypotézu.

Žurnalistika patří mezi profese, které mají možnost k nahlédnutí do života zajímavých osob, objevují senzace a odhalují emotivní příběhy lidí. Otázkou ovšem zůstává, co z toho má novinář hledat. Podle italského novináře Montenelliho je důležité se odpovědět na otázky kam jdeme, odkud přicházíme a k čemu jsme na tomto světě. Bakičová a Ruß-Mohl jsou jiného názoru: „*pokud novináři přestanou klást takovéto otázky a důkladně a neustále znova hledat odpovědi, pokud budou místo materiálů jdoucích do hloubky stále více libovolně chrlit nejrůznější povrchnosti, pokud redakce budou dále dávat všanc svou důvěryhodnost, pokud se stále více a více nechají*

---

<sup>60</sup> RUS-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Přeložil Hana BAKIČOVÁ. Praha: Grada, 2005, s. 61. ISBN 8024701588.

*degradovat na kolečko v giganticky velkém stroji reklamního a zábavného průmyslu, tak to nebude s budoucností žurnalistiky a s informacemi pro nás všechny vypadat nejlépe.*<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> RUB-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Přeložil Hana BAKIČOVÁ. Praha: Grada, 2005, s. 272. ISBN 8024701588.

## 7 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*. Praha: Zvon, 1994. ISBN 80-7113-111-3.

BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004. ISBN 8071788716.

DUPUY, Ernest. *Úspěšný dialog*. Praha: Portál, 2002. ISBN 8071786667.

HUDEC, Vladimír. *Úvod do teorie žurnalistiky: vysokoškolská učebnice pro stud. fak. žurnalistiky*. Praha: Novinář, 1982.

JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005. ISBN 80-717-8925-9.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 9788073675745.

MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7.

CUDLÍN, Karel, OSVALDOVÁ, Barbora, Radim KOPÁČ a Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, ed. *O reportáži, o reportérech*. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 9788024617817.

REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010. ISBN 9788081013768.

RUB-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Přeložil Hana BAKIČOVÁ. Praha: Grada, 2005. ISBN 8024701588.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 8073670968.



## Seznam použitých zahraničních zdrojů

BERELSON, Bernard, Paul Felix. LAZARSELD a William N. MCPHEE. *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign*. Midway reprint ed. Chicago: University of Chicago Press, 1954. Midway reprints. ISBN 0226043509.

PHILIP PATTERSON AND LEE WILKINS. *Media ethics: issues and cases*. 6th ed. London: McGraw-Hill, 2008. ISBN 9780071101844.

## Seznam použitých internetových zdrojů

Syndikát novinářů ČR, z.s. [online]. [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/syndikat/>

Syndikát novinářů ČR, z.s. [online]. [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/syndikat/clenstvi/>

Syndikát novinářů ČR, z.s. [online]. [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/slozeni-a-stanovy/>

IDNES.cz/Blog [online]. Praha: iDNES.cz/Blog, 2008 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://osvaldova.blog.idnes.cz>

Radio Praha [online]. Praha: Radio Praha, 2011 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [www.radio.cz](http://www.radio.cz)

Osobnosti.cz [online]. Praha: agnes218, 2006 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://www.osobnosti.cz/barbora-osvaldova.php>

Media mania [online]. Praha: Media mania, 2015 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [www.mediamania.tyden.cz](http://www.mediamania.tyden.cz)

Česká pozice Informace pro svobodné lidi [online]. Praha: Česká pozice, 2015 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [www.ceskapozice.lidovsky.cz](http://www.ceskapozice.lidovsky.cz)

Paměť národa [online]. Praha: Vilém Faltýnek, 2016 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: [www.pametnaroda.cz](http://www.pametnaroda.cz)

European Federation of Journalists [online]. Brusel: European Federation of Journalists, 2015 [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: [www.europeanjournalists.org](http://www.europeanjournalists.org)

## **SEZNAM ZKRATEK**

SNČR – Syndikát novinářů České republiky

PR – Public relations

## SEZNAM PŘÍLOH

|  |    |
|--|----|
| Příloha A – Rozhovor s Barborou Osvaldovou.....          | I  |
| Příloha B – Rozhovor s Martou Švagrovou Bystrovovou..... | II |
| Příloha C – Rozhovor s Janem Jünem.....                  | V  |

## **Příloha A – Rozhovor s Barborou Osvaldovou**

### **1. V čem vidíte nejzásadnější problém v etickém chování novináře?**

*Neověřuje informace, nectí presumpci nevinny.*

### **2. Jak novináři vnímají etický kodex? Pomáhá jim nebo je naopak omezuje?**

*To záleží na redakci.*

### **3. Měl by být etický kodex právně vymahatelný nebo by měl plnit jen poradní funkci?**

*Právně vymahatelný by být neměl, na to existují zákony a nezávislé soudy..*

### **4. Je čas na změnu nebo úpravu stávajícího kodexu z roku 1999?**

*Ano, budu žádat o to, abychom se mohli věnovat jen případům, které nebudou starší než rok. Také je problém s internetem, od roku 1999 se rozvinul a v kodexu jsou jen obecné formulace. Nicméně si myslím, že kodex stále plní svou funkci a je dostačující.*

### **5. Který z dalších kodexů považujete za nejlepší?**

*Za nejlepší považuji český kodex a dále Kodex Bud' opatrný - to jsou skandinávské země a kodex BBC.*

### **6. Jak hodnotíte etiku v českých a zahraničních médiích?**

*Když se podíváte do světa, v demokratických zemích jsou etické problémy většinou stejné*

### **7. Jsou v zahraničí přísnější sankce za nedodržení kodexu než u nás?**

*Ve Velké Británii se etické problémy hodně řeší.*

### **8. Co dělat pro zlepšení etiky v českých médiích?**

*Výchova, výchova a výchova.*

### **9. Máte nějakou statistiku členů, kteří kodex porušili nebo byli napomenuti?**

*Statistiku si neděláme.*

### **10. Můžete vyjmenovat nějaké prohřešky, kvůli kterým byli novináři vyloučeni ze Syndikátu?**

*Za etické problémy nikdy nikdo ze SNČR vyloučen nebyl.*

## **Příloha B – Rozhovor s Martou Bystrovovou**

### **1. V čem vidíte nejzásadnější problém v etickém chování novináře?**

*Spíše v neetickém chování. Tedy například zveřejňováním dohadů bez ověření faktů z nejméně dvou zdrojů, v apriorním přístupu k tématu (to znamená, že je reportér předem nasměrován k určitému vyústění podle prvotního předpokladu, s jakým téma začal zjišťovat, a nereflktuje, co se dozvěděl během svého zkoumání a co mu po případě zkomplikuje jeho „předem jasný“ výsledek). Také necitlivé zacházení s informacemi intimního rázu, což se děje v honbě za atraktivitou za každou cenu (patří sem mj. i podrobné popisy zdravotního stavu známých osobností, jejich osobní ztráty či rodinné problémy – i s vědomím, že někdy tito lidé podobné informace sami prozrazují, seriózní novinář je nemá zveřejňovat).*

*Z mého pohledu je rovněž neetické zaměňování reklamy a PR materiálů za redakční texty, tak, že čtenář je nemusí viditelně rozlišit, neoznačení reklamy tím, že jde o „sponzory“, mediální partnery aj., využívání reklamy zaměřené na děti v časech kolem dětských programů v televizích (zákon to nepřipouští, ale podívejte se někdy, jak se dodržuje, přesto, že existuje etický panel reklamy, resp. Asociace PR agentur, etický panel České televize atd.). Nikdo si nestěžuje, takže nejsou ani postihy. Přitom je jasné, že zákaz dětské reklamy a reklamy určené dětem se týká i soukromých kanálů.*

### **2. Jak novináři vnímají etický kodex? Pomáhá jim nebo je naopak omezuje?**

*Dobrému novináři pomáhá, vnímá ho jako samozřejmost. Špatného omezuje.*

### **3. Měl by být etický kodex právně vymahatelný nebo by měl plnit jen poradní funkci?**

*Právně vymahatelné jsou prohřešky proti tiskovému zákonu (nepravdy, záměrné překroucení reality s úmyslem poškodit toho, o kom píšeme...) a proti občanskému zákoníku (porušování osobní svobody, ochrana osobnosti). Což by mělo stačit. Etický kodex je / měl by být směrodatný pro vydavatele či zřizovatele, který by jeho porušování měl stíhat v rámci svého média.*

#### **4. Je čas na změnu nebo úpravu stávajícího kodexu z roku 1999?**

*Myslím, že etický kodex není třeba upravovat, jen ho prostě dodržovat. Což předpokládá je znát.*

#### **5. Který z dalších kodexů považujete za nejlepší?**

*Za nejlepší považuji český kodex a poté etický kodex BBC, podle něj se formulovaly i některé nově vznikající kodexy české.*

#### **6. Jak hodnotíte etiku v českých a zahraničních médiích?**

*V bulvárních médiích o etice nelze hovořit, její porušování je tu vlastně náplní a cílem, v ostatních je snaha v různé míře jakousi etickou hranici nepřekračovat. V zahraničních médiích záleží na obecně platné morálce, na tom, jak kvalifikovaní právníci s médii pracují, co se obecně považuje za únosné, a také se projevuje více než u nás obava z postihů – mají větší rezonanci a finanční tresty jsou citelně vyšší.*

#### **7. Jsou v zahraničí přísnější sankce za nedodržení kodexu než u nás?**

*Nepracovala jsem v zahraničí, ale vím, že třeba v BBC jsou velmi přísné a jsou tam přísnější postihy než u nás.*

#### **8. Co dělat pro zlepšení etiky v českých médiích?**

*Zaměstnávat zkušené editory a vedoucí redaktory, kteří budou mít čas věnovat se začínajícím novinářům a vychovávat je nejen k profesionální zdatnosti, ale také k zodpovědnosti. Učit je, že média nejsou bezohlednou zbraní určenou k libovolnému užívání, že dopad toho, co zveřejní, může mít dalekosáhlé následky pro konkrétní osoby; že úkolem médií je objektivně informovat a ne sloužit určitým lidem a určitým cílům...*

#### **9. Máte nějakou statistiku členů, kteří kodex porušili nebo byli napomenuti? Co si o tom myslíte?**

*Myslím si, že velkým problémem je všeobecná lhostejnost k prohřeškům proti etice. Je to věc společenského klimatu, zanedbané výchovy, stanovení mezí, co lze a co ne. Zákony tomu patrně nepomohou, jen trvalé opovržení nad lidmi, kteří etické normy porušují, jejich vyčlenění ze slušné společnosti, důraz na dodržování morálky ve všech vrstvách společenského života. Což je úkol na generace.*

**10. Můžete vyjmenovat nějaké prohřešky, kvůli kterým byli novináři vyloučeni ze Syndikátu?**

*Kromě kriminálních deliktů šlo zejména o střet zájmů (novinář psal ve prospěch podniku, v němž byl osobně zainteresován - což je samo o sobě nepřípustné - nebo naopak poškodil pověst konkurenční firmě).*



## **Příloha C – Rozhovor s Janem Jünem**

### **1. V čem vidíte nejzásadnější problém v etickém chování novináře?**

*Problémem ale jsou tzv. bulvární média, včetně elektronických a internetových, jejichž existence přímo závisí na zveřejňování materiálů, které solidní média odmítají právě z etických důvodů, ale právě proto je údajně kupuje jistý druh čtenářů.*

### **2. Jak novináři vnímají etický kodex? Pomáhá jim nebo je naopak omezuje?**

*Jak známo, prohřešky či porušení etických kodexů jsou různě závažné a někdy se těch zdánlivě nejmírnějších dopouští novináři z neznalosti. V demokratických zemích bývá pravidlem, že etické kodexy omezují novinářské výstřelky, zapříčiněné senzacechtivostí či jen snahou vyniknout, psaním či reportováním ovlivněným osobními emocemi, únavou a nepozorností, či jen lajdáctvím, leností ověřovat, porovnávat informace z více zdrojů a podobně, ve smyslu dlouho platícího pravidla, že 90 procent je příprava a jen deset procent samo psaní, či reportování. Novináři toto dobře vědí (nebo by měli) a vzhledem k tomu, že novinářská práce jim dává jistá privilegia přístupu k informacím, by také měli přijmout zodpovědnost a tedy i omezení pudového chování, která v jistém smyslu pomáhá kvalitě jejich práce. Je to do jisté míry podobné postavení řádného občana, který se chová zodpovědně ve smyslu nejen občanských práv, ale i povinností, například chodí k volbám, je ochoten pomoci v případě výjimečných situací, pohrom či jen třeba nevolnosti spoluobčana...*

### **3. Měl by být etický kodex právně vymahatelný nebo by měl plnit jen poradní funkci?**

*Domnívám se, že musí být vždy vymahatelný ve smyslu udělení možnosti sankcí příslušné etické komisi v médiu, nebo v novinářské organizaci, neboť jinak nemá smysl, neplní funkci odstrašení před neetickým chováním, ale právní vymahatelnost je něco jiného. Právně vymahatelné jsou a existují kvůli řádu ve společnosti zákony té společnosti a mnoho etických komisí novinářů se nezabývá stížnostmi, pokud jsou případy projednávány soudy, neboť pokárání novináře či sankce typu pokuty, neb dočasné odebrání novinářského průkazu (jako v Británii) nejsou právními akty ve smyslu zákonů, ale jsou přesto sankcemi neetického chování, které ještě nepřerostlo do chování protiprávního či zločinného.*

## **5. Který z dalších kodexů považujete za nejlepší?**

*Pokud vím, jeden z nejlepších je (po kodexu českého Syndikátu) kodex britské NUJ, tedy odborové organizace britských novinářů. Je ale krátký a některé body se dají vykládat různě. Dále je tady nezávislá organizace IMPRESS pod patronátem královské charty, která by dohlížela na média a měla možnost udílet pokuty vydavatelům až do výše milion liber a vymáhat z nich omluvy obětem a podobně. Jako další je tady organizace – IPSO, samoregulační orgán vydavatelů celostátních a 2000 místních novin vedený sirem Alameem Mosesem, bývalým apelačním soudcem a systémem arbitráže bez soudních přelíčení státní organizací IMPRESS, s minimem členů, většinou internetových publikací (financované soukromě bývalým automobilovým závodníkem Maxem Mosleyem, který byl před časem médií napaden), které ale vláda chtěla udělit právo vymáhat vysoké pokuty a navíc soudní výlohy i v případě vítězství u soudů, podle tzv. sekce 40, proti které média tvrdě bojují.*

## **6. Jak hodnotíte etiku v českých a zahraničních médiích?**

*V éře internetu, kde každý i bez novinářského vzdělání a nutnosti ohlízet se na etické kodexy může vydávat svůj vlastní internetový časopis, či noviny. Ještě větším problémem pro dodržování etického chování jsou tzv. „sociální média“, kde je situace natolik vážná, že se nimi šíří i záměrně lživé zprávy a jelikož ani nejde o novináře, nedají se regulovat. Celkově je však nutno konstatovat, že v těchto médiích se situace v posledních letech zlepšila.*

## **7. Jsou v zahraničí přísnější sankce za nedodržení kodexu než u nás?**

*Ano, napovídá to třeba uvedená situace v Británii. Novinářské organizace ve většině evropských zemí mají své websites, kde jsou jejich kodexy a často i systém postihu a pokut a to že dobrý novinář by měl plynně hovořit alespoň dvěma světovými jazyky a umět si to přeložit, je nasnadě...*

## **8. Co dělat pro zlepšení etiky v českých médiích?**

*Zlepšit výchovu a vzdělávání novinářů, vyvěsit v redakcích kodexy, občas svolat schůzi redaktorů a o etice pohovořit a podobně. Kritika nedodržování etických pravidel nemusí vždy směřovat coby stížnost etické komisi Syndikátu, ale často je efektivnější, když si čtenáři „svá“ média hlídají a bombardují stížnostmi přímo...*

**9. Máte nějakou statistiku členů, kteří kodex porušili nebo byli napomenuti?**

-

**10. Můžete vyjmenovat nějaké prohřešky, kvůli kterým byli novináři vyloučeni ze Syndikátu?**

*Pokud vím, tak za prohřešky vůči etice nikdo nikdy ze Syndikátu vyloučen nebyl.*

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Pavlína Mocková

**Obor:** 7202R026 - Sociální a mediální komunikace (Bc. SMK Voš)

**Forma studia:** prezenční

**Název práce:** Etický kodex novináře

**Rok:** 2017

**Počet stran textu bez příloh:** 40

**Celkový počet stran příloh:** 7

**Počet titulů českých použitých zdrojů:** 12

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů:** 2

**Počet internetových zdrojů:** 10

**Vedoucí práce:** ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník, Ph.D.