

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

# **Vnímání objektivit mediálních obsahů specifickou věkovou skupinou**

Magisterská diplomová práce

**Bc. Tomáš Holešovský**

**Vedoucí práce:** Mgr. Renáta Sedláková, Ph.D.

Olomouc 2019

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně za použití uvedených zdrojů a literatury.

Počet znaků: 148 737

Ve Starém Městě .....

## Poděkování

Velmi tímto děkuji vedoucí mé diplomové práce Mgr. Renátě Sedlákové, Ph.D. za připomínky k mé práci, kontrolu a pečlivost. Rodině, přítelkyni a přátelům za podporu, a především respondentům, kteří byli ochotni poskytnout data, bazální pro tento výzkum. Zpracování diplomové práce bylo umožněno díky účelové podpoře na specifický vysokoškolský výzkum udělené Univerzitě Palackého v Olomouci Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR.

## Abstrakt:

Tato diplomová práce ve své úvodní části zkoumá pojem objektivita z více pohledů (filozofie, metodologie věd, psychologie, mediální studia, žurnalistika, právo). Speciálně se pak zaměřuje na problém objektivitu zpravodajských sdělení. Uvádí také teoretický rámec, ve kterém proběhl následný kvalitativní výzkum specifické věkové části publika, a sice recipientů narozených v roce 1964 a dříve, aby tak byla zachycena změna státního režimu před a po tzv. sametové revoluci. Tímto rámcem je v první řadě ve své době novátorský přístup Stuarta Halla ke komunikaci a ve druhé řadě empirický výzkum Davida Morleyho, hledajícího ideologickou rovinu zpráv právě skrze Hallův model komunikace. Za metodou výzkumu v této práci byl zvolen hloubkový rozhovor kvůli komplexnosti zkoumaného pojmu objektivita. Vzorek tvoří 13 informantů splňujících věkové kritérium. Zjištěním této práce mj. je, že informanti definují objektivitu trojím způsobem: jako opozitum vůči zaujatosti a ideologii, jako pravdu a jako charakteristický rys „seriózních“ zpráv, který je odlišuje od bulvárních. Zároveň výzkum koresponduje s výsledky jiných výzkumů a statistik, zabývajících se nízkou úrovní mediální gramotnosti seniorů.

Klíčová slova: objektivita, kvalitativní výzkum, hloubkový rozhovor, senioři, Stuart Hall, David Morley, média, mediální gramotnost.

Abstract:

This thesis presents term objectivity from more scientific views (Philosophy, Methodology of Science, Psychology, Media Studies, Journalism, Law). However, it focuses mainly on the topic of news objectivity. The paper brings also theoretical framework consisting of Stuart Hall's communication model and David Morley's consequential work. In last part of the thesis are presented findings of own qualitative research, exploring how specific age group of audience (the sample consists of 13 informants born in 1964 or earlier) understand the term objectivity, especially in comparison between the eras of socialistic Czechoslovakia and the era after so called velvet revolution. Through the method of in-depth interviews were collected data not only about news objectivity, but also about media consumerism etc. Among the findings we can observe that informants see objectivity in three modes of usage: as an opposite term to biased news and ideology, as a truth and as a opposite feature to tabloid way of news coverage. The research conclusions correspond with the results of other researches and statistics concerning media literacy of seniors.

Key Words: objectivity, qualitative research, in-depth interview, seniors, Stuart Hall, David Morley, media, media literacy.

# Obsah

|   |    |
|---|----|
| Úvod.....   | 8  |
| 1 Objektivita.....  | 10 |
| 1.1 Filozofie .....   | 10 |
| 1.1.1 Antická filozofie.....  | 11 |
| 1.1.2 Středověká a novověká filozofie .....                                 | 13 |
| 1.1.3 Moderní filozofie.....  | 15 |
| 1.1.4 Pravda.....   | 16 |
| 1.1.5 Pravda a objektivita .....  | 18 |
| 1.2 Metodologie věd.....  | 19 |
| 1.3 Psychologie .....   | 21 |
| 1.4 Mediální studia .....   | 22 |
| 1.5 Žurnalistika.....   | 23 |
| 1.5.1 Jazyková a stylistická podoba objektivit v žurnalistice .....         | 24 |
| 1.5.2 Právo a objektivita – mediální objektivita v právu .....              | 27 |
| 1.5.3 Žurnalistická objektivita jako rituál .....                           | 29 |
| 2 Vybraný model komunikace a další teoretické předpoklady výzkumu .....     | 33 |
| 2.1 Hallův model kódování a dekódování.....                                 | 34 |
| 2.1.1 Problém objektivit podle Hallova modelu .....                         | 37 |
| 2.2 Empirický výzkum Davida Morleyho .....                                  | 38 |
| 2.2.1 Everyday Television: Nationwide .....                                 | 39 |
| 2.2.2 The Nationwide Audience (Structure and Decoding) .....                | 40 |
| 2.3 Specifika percepce mediálních obsahů seniory .....                      | 44 |
| 2.3.1 Senioři a tzv. nová média .....                                       | 44 |
| 2.3.2 Senioři na sociálních sítích.....                                     | 46 |
| 2.3.3 Problematika orální historie při výzkumu seniorského publika .....    | 48 |
| 2.4 Faktografie výzkumu – stručná historie poválečného Československa ..... | 50 |

|   |    |
|---|----|
| 3 Metoda výzkumu.....   | 54 |
| 4 Objektivita mediálních obsahů a jejich percepce seniory ..... | 57 |
| 4.1 Mediální konzumace .....                                    | 58 |
| 4.2 Mediální konzumace v mládí .....                            | 60 |
| 4.3 Změna zpravodajství za 30 let.....                          | 62 |
| 4.4 Objektivita jako pojem .....                                | 64 |
| 4.5 Novinář a média .....                                       | 66 |
| 4.6 Veřejnoprávní média, reklama a objektivita .....            | 68 |
| 5 Závěr.....  | 70 |
| Zdroje .....  | 73 |
| Bibliografické zdroje.....                                      | 73 |
| Další zdroje: .....   | 78 |
| Přílohy .....   | 79 |
| Příloha 1.....  | 79 |
| Příloha 2.....  | 80 |
| Příloha 3.....  | 81 |
| Příloha 4.....  | 82 |
| Příloha 5.....  | 82 |
| Příloha 6.....  | 83 |
| Příloha 7.....  | 84 |
| Obrázky .....   | 87 |
| Obr. 1 .....  | 87 |
| Obr. 2 .....  | 87 |
| Obr. 3 .....  | 88 |
| Obr. 4 .....  | 88 |
| Obr. 5 .....  | 88 |
| Obr. 6 .....  | 89 |
| Obr. 7 .....  | 89 |

# Úvod

*„Epistemologicky poselství (televizní, pozn. TH) také předstírá, že plyne na dvou rovinách: na subjektivní a objektivní. Do první kategorie spadá reklama, do druhé všechny ostatní pořady.“* [...] *„Analýza televizních programů ukazuje (...), že všechny programy jsou v zásadě reklamou. Fakt, že tato reklama zůstává příjemci často skryta, její účinek jenom zesiluje: působí „podprahově“. Svět se vlivem televize jeví příjemci jako série částečně skrytých imperativů, tedy podle Kelsena jako svět „magicko-mýtický“. Jenomže tyto imperativy se řídí zájmem vlastníka televizního systému, ne nějaké „transcendence“. Což vede ke zpředmětnění („reifikaci“) a instrumentalizaci příjemce, a to je v podstatě motiv veškerého televizního poselství.“* (Flusser, 2009: 84) Takto českoněmecký filozof médií Vilém Flusser popisuje vlastnosti televize jakožto epistemologického nástroje běžného příjemce, diváka. Dotkl se tak částečně problému, kterému se budu v této diplomové práci věnovat.

Ačkoli se Flusser ve své práci „specializuje“ na televizi jako na signifikantní a nejsilnější (a stále ještě „nové“) médium své doby, problematiku objektivitu můžeme zkoumat u všech mediítypů či dokonce médií jak v užším, tak širším slova smyslu<sup>1</sup>. Objektivita je termín, který je užíván jak v odborných diskurzích, tak ve veřejné sféře nejen v souvislosti s médii. U zpravodajských médií však je objektivita problémem epistemologickým, esenciálním. V této práci se budu snažit zevrubně popsat stav poznání o pojmu objektivita napříč perspektivami od filozofické počínaje, přes psychologickou, mediálně studijní, až po (mediálně)právní a žurnalistickou. Cílem je tak představit hlavní problém, a sice, že pojem existuje na několika úrovních lidského poznání, přičemž v různých oborech stojí na různých stupních abstrakce a může se stát neuchopitelným, nepopsatelným. Bude také diskutován rozdíl mezi objektivitou, subjektivitou, intersubjektivitou a objektivitou a pravdou.

Součástí této práce je i empirický výzkum. Ten je zaměřen na zkoumání publika, jelikož mediální studia jsou oborem, ve kterém tato práce vzniká. Publikum je pak předmětem výzkumu, v intencích modelu fázi zkoumání médií, popsaného Haroldem Lasswellem, ležící ve fázi „komu“ je něco sdělováno určitým kanálem, určitým producentem. Práce se pokouší přiblížit to, jak specifické publikum vnímá mediální obsahy a média samotná z jedné konkrétní perspektivy, která se zaměřuje na objektivitu zpravodajsko-publicistických sdělení. Zkoumané publikum vedle jiných má jednu společnou vlastnost; jeho členové jsou starší 55 let. Věková

---

<sup>1</sup> Zatímco médii v širším smyslu slova rozumíme cokoli, co dokáže nést informaci, v užším smyslu mluvíme o masových médiích či v poslední době oblíbených sociálních médiích.



hranice byla vymezena na základě socio-historického faktu, totiž změny systému státního zřízení, který v konečném důsledku, na základě mého předpokladu, měl vliv nejen na mediální konzumaci<sup>2</sup> v obecném slova smyslu, ale zvláště na vnímání objektivitu zpravodajsko-publicistických mediálních obsahů. Jednou z hlavních otázek výzkumu bude, zda vůbec k nějakému posunu došlo, případně, co bylo důvodem změny vnímání (ne)objektivitu mediálních sdělení před a po tzv. sametové revoluci, zda ideologická nutnost nebo praktická zkušenost. Informanti tak byli dotazováni na to, jaké charakteristiky podle nich má objektivita mediálních obsahů, jsou-li současné zpravodajsko-publicistické obsahy podle nich objektivní a zda obdobné obsahy vnímali jako objektivní i v době vlády státní propagandy Československé socialistické republiky. Data, potřebná k zodpovězení výzkumné otázky nastíněné výše, byla získána pomocí hloubkových rozhovorů. Tuto metodu považuji za nejlepší možnou vzhledem k netransparentnosti samotného pojmu objektivitu a nedostatečnosti jiných výzkumných metod proniknout dostatečně k podstatě složitěho problému.

Cílem práce, jak už bylo naznačeno výše, je popsat to, jak specifická část mediálních publik vnímá zpravodajské obsahy z pohledu jejich objektivitu. Ačkoli je z různých pohledů pojem objektivita (a ne vždy s tímto konkrétním označením) zkoumán v různých pracích poměrně hojně, tato práce se pokusí spojit tyto pohledy a zjištění a sumarizovat je v koherentním textu, který bude doplněn právě oním výzkumem, který poskytne další pohled na objektivitu, tedy pohled publika, kterému jsou mediální obsahy distribuovány.

---

<sup>2</sup> Mediální konzumaci myslím veškerý intencionální přístup k mediálním obsahům, tedy konkrétně sledování televize, poslech rádia, čtení novin, časopisů, prohlížení zpravodajských a lajfstajlových webů na internetu apod.

# 1 Objektivita

Pojem objektivita je v běžné populaci zanesen parazitickými konotacemi, a dokonce objektivita v současnosti funguje stejně, jako mýtus, jak jej vymezil Roland Barthes. Objekt je slovo latinského původu a označuje cokoli samostatně existujícího. Na rozdíl od subjektu, který pozoruje, je objekt pozorován, je trpný – pasivní. Pokud bychom měli uvést nejbližší synonymum, automaticky řekneme předmět, jenže to samozřejmě není přesné, neboť zatímco předmět většinou odkazuje na hmotnou věc, objekt bychom měli chápat jako obecný jev, entitu, která se nepřiklání ani ke hmotné, ani k nehmotné podstatě svého bytí. Slovy fenomenologie, pokud je základní charakteristikou jakéhokoli jsoucna, že je, pak objekt je sociálně konstruované, protože je jazykově uchopené, takovéto jsoucno. Stále ale můžeme rozeznat nejasnost hranice mezi jakýmkoli jsoucnem a objektem. Můžeme si také položit otázku, zda je možné veškerá jsoucna rozdělit mezi subjekty a objekty. Pokud bychom zastávali pozice raně křesťanské filozofie, jediným subjektem by byl Bůh a vše ostatní pak objekty. V dnešní postmoderní době naopak zastáváme spíše názor, že každý objekt se v určitou chvíli za určitých podmínek může stát subjektem.

## 1.1 Filozofie

Každopádně problematika „jsoucna“ a „bytí“ je bazální pro teoretické uchopení objektivity v rámci filozofie. Jak uvádí Blecha (2004: 15,16), víceméně až do rozvinutí částicové fyziky na počátku 20. století<sup>3</sup> (zvláště v bádání Nielse Bohra) jsme se nemuseli ptát, zda to, co „je“ (tedy co nějakým způsobem dokážeme poznat), skutečně existuje nebo se objevuje pouze proto, že toto „jsoucno“ pozorujeme. Jenže to je přece zároveň problém objektivistický<sup>4</sup> – pokud něco existuje jen, pokud to pozorujeme, musíme to pozorovat každý zvlášť trochu jinak. To znamená, že se každému v určitém okamžiku „jsoucno“ jeví jinak – nemá tedy rigidní, ustálenou povahu, nemůžeme tedy hovořit o objektivní existenci. Respektive, musíme si položit otázku, zda „objektivita“ je prisuzována „jsoucnu“ – objektu, nebo poznávání a referování o něm – subjektu.

Filozofie nicméně podle Blechy je „(...) zvláštní myšlenkové úsilí, které si klade za cíl zkoumat jednotlivá jsoucna nikoli jako ostatní vědy v jejich dílčích projevech, ale z hlediska toho, že jak

---

<sup>3</sup> Stojí za připomenutí, že postmoderní směry zejm. společenských věd mohly se svými teoriemi přijít až po změně veřejného diskurzu, navozené „objektivními“ přírodními vědami, hlavně královnou těchto věd – fyzikou. Ne náhodou je postmoderní charakterizována „relativismem“ tedy původně fyzikální paradigmatem, vzniknuvší z bádání Alberta Einsteina, vykrytalizované v jeho teoriích relativity.

<sup>4</sup> V práci budu referovat ke klastru teorií a myšlenek, vztahující se k problému objektivity hovořit jako o objektivismu.

*a proč vůbec jsou, tedy z hlediska jejich bytí (...).*“ (Blecha, 2004: 16) Tato definice nám však ukazuje, že předmět této práce nebude možné uchopit z čistě filozofického pohledu, protože bude zkoumat právě pouze jednu vlastnost „jsoucen“.

### 1.1.1 Antická filozofie

Za jistou formu objektivistického rozporu můžeme považovat počáteční představy o arché – pralátce, principu uspořádání světa. Thaletova voda, Anaximenův vzduch – zástupci tzv. hýlozoismu<sup>5</sup>. To jsou poněkud klamavé metafory. Anaximandros věc promýšlel více do hloubky. „*Co určuje povahu jednotlivých věcí daleko obecněji a trvaleji než např. voda nebo vzduch? Zřejmě především to, co je umožňuje odlišit, vymezit (zvýraznění I. B.) vůči ostatním jsoucům, co z nich dělá jednotliviny. Základní formou pomíjivé a smyslové věci je vskutku mez (zvýraznění I. B.) (...).*“ (Blecha, 2004: 22) Anaximandros tak užívá pojmu apeiron jakožto pralátky – neomezené jakoukoli svou mezí, kvalitou. Základní vlastností jsoucen je tak diskontinuita. Zde můžeme vidět určitou spojitost s Derridovým differance – tedy principem, na jehož základě můžeme z neohraničené masy vyčlenit jednotliviny a těm přiřazovat určité vlastnosti. Pokud jsou jsoucna vyčleněna z apeironu, pralátky, na základě svých kvalit, svých mezí, musí existovat objektivní činitel tohoto vyčlenění, tedy samotná existence těchto mezí. Je možné, aby byly tyto hranice jiné, než objektivní? Neurčitost neomezenosti není ani objektivní, ani jiná. Konkretizace, hraničnost a vytváření mezí se pak zdá procesem přírodním, přirozeným, nezávislým na jakékoli vnímající mysli – tedy objektivním. Až následné užití, interpretace, poznání těchto konkrétních příkladů neomezenosti jsou zatíženy subjektivní zkušeností.

Za nejvýznamnější popis objektivní či její problematizace můžeme mimo „tradičních“ filozofických studií v době antiky pokládat Platónovu jeskyni idejí. Platón představuje ideje jako ideální jsoucna, tedy něco, co bychom mohli připodobnit k onu původnímu principu uspořádání, jako byly různé podoby arché hýlozoistů. Platónovo Podobenství o jeskyni (viz např. Platón, 2001) nám nabízí konkrétní objektivistický „praproblém“, resp. ukazuje na konkrétní situaci obecnou povahu problému objektivní poznání.

Ačkoli se Platón formou dialogu mezi jeho učitelem Sókratem a Glaukónem snaží představit právě myšlenku ideje jakožto principu organizace chaosu, snad nevědomky nám tím poskytuje první velký záchytný bod pro možnou dataci vzniku debaty o objektivitě. V Platónově Podobenství o jeskyni nalezneme všechny tři pozice, ze kterých můžeme náš svět popisovat

---

<sup>5</sup> Hýlé – z řeč. látka, hmota a Zoé – život. (Blecha, 2004: 22)

– subjektivní, objektivní a intersubjektivní. Využijme obrázek (obr. 1) ke stručnému popsání Platónova konceptu. Zády ke vchodu do jeskyně jsou upoutáni lidé tak, že se nemohou otočit a rozhlížet se kolem sebe. Za jejich zády plane oheň, který vrhá stíny lidí a jimi nesoucích předmětů na zeď jeskyně před spoutanými. Spoutaní nikdy nepoznali nic jiného, než tyto stíny – nemají důvod pochybovat, že to, co vidí, je skutečné a takové, jaké se jim jeví. Všichni spoutaní by se shodli na tom, co vidí, tedy by poznávali intersubjektivně. Jejich poznání by bylo zdánlivě objektivní, avšak ve skutečnosti by neznali skutečnou příčinu či podobu (například barvu) objektů, jejichž stíny vidí. Jeden či jedna ze spoutaných by se nějakým způsobem osvobodil/a a spatřil/a by, že to, co celou dobu se svými spoluvězni považovali za objektivně poznané, je ve skutečnosti něčím úplně jiným – stíny nabydou jiných tvarů a kvalit, zobrazuje se tak jiná realita. Dotyčný by poté samozřejmě zprvu nevěřil tomu, co vidí a považoval by to paradoxně za klam, jeho oči, přivyklé tmě, by v záři ohně těžko dokázaly rozeznat to, co ještě před chvílí rozeznávaly dokonale. Postupně by se ale smířil s tím, že to, co pozoroval upoután, byl jen zlomek „skutečné“ reality. Svou cestu poznání by však neukončil zde, ale vydal by se na povrch, kde veškerou realitu osvětluje slunce. Prožíval by obdobný šok tomu, který prožil prvně u ohně. Opět by se mu zjevila naprosto jiná realita než ta, kterou byl schopen poznat ať už v poutech čelem ke zdi nebo poté u onoho „klamajícího“ ohně. Jeho subjektivní poznání prošlo dvěma drastickými otřesy – to, co prve považoval za objektivně reálné, vidí teď jako pouhou část větší reality, jako část celistvého obrazu. Vně jeskyně poznává opět realitu jen stěží, neboť na oslnivé slunce není jeho zrak připraven. Pokud by se chtěl vrátit a vyprávět svým bývalým spoluvězňům o tom, že to, co oni považují za „pravdu“, za skutečnou realitu, je jen stínem stínu, pravděpodobně, jak uvádí Platón, by mu jen stěží uvěřili. Můžeme tedy rozeznat pozici subjektivní, kdy každý z vězňů poznává a prožívá „svou“ realitu. Nicméně reality vězňů, ač se budou jistě trochu lišit v interpretacích, budou mít společné gros – vězni budou sdílet realitu, která bude intersubjektivně pravdivá. Otázkou však je, kde najdeme onu objektivitu. Platón vkládá v Ústavě Sókratovi do úst toto: „*Tento tedy obraz, milý Glaukóne, připojme celý k tomu, co bylo řečeno nahoře: prostor jevíci se zraku jest jako ten žalární příbytek a světlo ohně v něm hořícího je síla slunce; k tomu pokládej výstup nahoru a dívání se na věci nahoře za vzestoupení duše do pomyslné oblasti a nechybíš se mého mínění, když si je přeješ slyšeti. Bůh sám ví, zdali jest pravdivé.*“ (Platón, 2001: 216) Platón tak velmi nadčasově přináší myšlenku toho, že ani náš svět, na kterém bychom se shodli ve většině všichni lidé na Zemi, nemusí být tím „pravdivým“ světem, tou objektivní realitou. Pokud se však podíváme na celý příběh s odstupem, jistou objektivistickou pozici můžeme přece jen nalézt – ne však v Platónově vyprávění samotném, nýbrž v tom, že daný příběh vůbec Platón vypráví. Zatímco

jednotlivé subjekty příběhu poznávají své (inter)subjektivní reality a objekty<sup>6</sup> (připusťme, že jedinými jsou, schopnými rozumově uvažovat jsou lidé) nejsou schopny nám zprostředkovat své reality, jsou tedy nepoznatelné, jedinou objektivní pozici v příběhu zastává vypravěč<sup>7</sup>. Mou zásadní poznámkou k Platónově podobenství o jeskyni jakožto objektivistickému problému je to, že jedinou objektivní realitu jsme, jakožto komunikující bytosti, které konstruují své reality na základě výměny významů, schopni postihnout jediné z nezaujaté pozice, pozice mezi nekonečnou, bezmeznou variabilitou universa (které nejsme s to dosáhnout) a mezi (inter)subjektivním poznáváním a prožíváním – tedy z pozice mezi = metapozice, obecně popisované spíše jako juxtapozice.

### 1.1.2 Středověká a novověká filozofie

Jak dále popisuje Blecha, obdobím, kdy se zájem o epistemologii značně rozrůstá, a dokonce se stává středem filozofického bádání, je ale až novověk či spíše renesance. Na počátku novověku tak vygradoval jeden středověký filozoficko-teologický spor – spor o univerzálie. Spor o univerzálie je ale přísně vzato veskrze objektivistickým problémem – existují nejprve pojmy, dle kterých rozeznáváme jsoucna okolo nás nebo až jsoucnum přikládáme jména? Pokud existují pojmy před věcmi (ante res), znamená to, že tyto pojmy mají nějakou objektivní příčinu své existence. Pokud ale nalézáme slova až po tom, co něco objevíme, jde o (inter)subjektivní poznávání skutečnosti. Kompromisem je pak umírněný realismus, který de facto říká, že pojem a jsoucno jsou dvojčediné; znamená to, že věc a slovo jsou jedno. Není tedy možné subjektivní pravdy, neboť každý pojem je zároveň objektem. V tomto kontextu ale musíme poznamenat, že nemůžeme přece myslet něco, co nemůžeme myslet a nemůžeme myslet ani nic, pro co nemáme jméno, protože myslíme díky pojmům a ty si vytváříme v myslí pomocí jazyka. Vidíme tak, že zatímco subjektivní poznání by odpovídalo spíše umírněnému realismu, objektivní poznání krajnímu realismu, intersubjektivní poznání bychom mohli přiřadit nominalismu, který je dán ve své podstatě relativismem jazykového uchopení světa.

Od 16. století můžeme v rámci epistemologie mluvit o empirismu<sup>8</sup>, jakožto novém, ale stále dominantnějším myšlenkovém proudu. Už „zakladatel“ empirismu Francis Bacon identifikoval

---

<sup>6</sup> Pochopitelně můžeme spekulovat o tom, že jediná objektivní realita je nám skutečně nepoznatelná, neboť bychom museli být schopni poznat realitu objektů, které však nemají prostředky (komunikační), jak nám podat zprávu o tom, jak vypadá „jejich realita“, kterou jednak konstituují a jednak jsou jí konstituovány.

<sup>7</sup> Vypravěčova pozice musí být z logiky vždy objektivní, jelikož není nic, s čím bychom ji mohli srovnat, jak ji ověřit, verifikovat či falzifikovat. Dostáváme se však na úrovni žurnalistické do problému – totiž objektivitu můžeme zkoumat jen u faktálních tvrzení, ne u tvrzení názorových.

<sup>8</sup> Empirismus je epistemologické paradigma, které tvrdí, že svět je poznatelný skrze naše smysly, resp. že lidské poznání vychází z bezprostřední smyslové zkušenosti.

čtyři chyby či dysfunkce lidského poznání a sice čtyři „idoly“ (idoly rodu, jeskyně, trhu a divadla), které prý ovlivňují naše základní poznání, tzn. jsou určitými vrozenými predispozicemi pro předsudky. Bacon se tak vlastně snaží popsat okolnosti, které znemožňují objektivní poznání. Postupně se historicky nicméně prosazuje spíše paradigma racionalismu, které sice uznává smyslové vjemy jako prvotní zdroje informací, nicméně minimálně na stejnou úroveň řadí rozum, jakožto princip apriorní, vrozený – princip pochopení smyslových vjemů. Zdá se tak, že pokud jste vyznavačem/vyznavačkou empirismu, vaše pravda, objektivní poznání, vychází ze smyslů, z popsatelných jevů. Pokud jste racionalista/ka, je toto tvrzení zpochybněno, protože nemůže být objektivního (tedy pravdivého) poznání bez rozumového (a rozumného) uchopení smyslových vjemů. Na příkladu přechodu od empirismu k racionalismu vidíme největší problém v popsání toho, co je to objektivita – ani sama objektivita totiž není pojem, který by mohl být v každém paradigmatu (a tedy univerzálně platně, objektivně) uznán za pojem stejného významu, nemůže být tedy objektivním poznáním, což tak vlastně platí prakticky vždy. Jak píše Blecha (2004, 106), v rámci racionalismu rozlišujeme dvě krajní polohy – subjektivismus a objektivismus<sup>9</sup>. Je zřejmé, že pokud máme v rámci filozofie vůbec přemýšlet o objektivitě poznání, nemůžeme se soustředit na to, jaké poznání považujeme za objektivně pravdivé, ale jaké existují cesty/způsoby poznání/metody<sup>10</sup>, které nám umožní objektivně poznávat realitu kolem nás. Samotná povaha poznání (subjektivní/objektivní) je předmětem filozofického bádání minimálně už od 17. stol. Descartes ve své Rozpravě o metodě také představuje čtyři konkrétní doporučení, jak by měla ona metoda dosažení „pevného bodu“, v našem kontextu „pravdy“, vypadat (viz Descartes, 2016). Tyto kroky, by dle Descarta měli vést k podobným zjištěním, jehož dosáhl on, se svou formulí „Dubito ergo cogito, cogito ergo sum.“ – pochybuji, tedy myslím, myslím, tedy jsem. To je poněkud zprofanovaná myšlenka, nicméně stále má svou hodnotu – zvláště dnes v době dezinformací a fakenews. Jak nám ale metoda pomůže při naší práci se subjektivitou, intersubjektivitou a objektivitou? Pokud jediným objektem, který můžeme skutečně a pravdivě poznat je myslící subjekt, pak musí následovat otázka, zda se jedná o objektivitu nebo subjektivitu takového poznání. Pravděpodobně obé, ale nesmíme zapomenout na to, že poznání je takový soubor získaných informací, který je přenosný a sdělitelný, sdílený. Navíc, pokud je objektivní poznání možné pouze interně – subjektivně a až poté jej budeme sdílet, nutně k tomu musíme užít sdílené nástroje, jako je přirozený jazyk. Je tedy jasné, že se dostáváme

---

<sup>9</sup> Blecha uvádí objektivismus jako konkrétní paradigma gnoseologie, v této práci nicméně pracuji s termínem objektivismus ve větším rozsahu než filozofickém, viz pozn. pod čarou č. 3.

<sup>10</sup> Více viz např. Descartes, 2016.

do neřešitelné nesmyslné smyčky – objektivní poznání je možné, ale jen subjektivně – pak to logicky nemůže být objektivní poznání.

Zároveň také vidíme, že jako vědecké poznání je označováno takové, které je „pravdivé“, objektivně platné. Kant například nastiňuje problematiku objektivismu, když rozlišuje věci o sobě a věci pro nás. Zatímco věci o sobě chápeme jako skutečné objekty, tedy entity, které existují, aniž bychom na ně nějak působili (byť našimi smysly a tím je poznávali), věci pro nás jsou smyslovým aparátem zpracované jevy, které tyto entity vytvářejí. „*Nikdy nebudeme moci vědět, jak vypadá věc o sobě. Věc o sobě tu je, ale je zásadně nepoznatelná.*“ (Blecha, 2004: 120) To je, zdá se, filozofická definice objektivnosti – není to něco, čemu my sami přisoudíme charakteristiku nezávislého, samostatného, trpného objektu, ale je to to, co nemůžeme poznat, protože jakmile bychom to poznali, stane se z daného objektu dílčí systém prvků poznání, který ale byl již nějak zaznamenán smysly.

### 1.1.3 Moderní filozofie

Skučené filozofické prameny současné vědy musíme ale hledat u pozitivistů. Pozitivismus nově představuje „fakta“ jakožto pozitivní danosti, které lze určitými (empirickými nebo logickými) procesy metod prověřit. Pozitivismus tak jako by rezignoval na to, kriticky přistupovat k počátečnímu bodu poznání, tedy jak je prováděno (můžeme říci, že rezignoval na objektivní poznání), ale spokojil se konkrétními poznáními jako takovými (což můžeme označit za poznání intersubjektivní). Stále jde o fakta, ta jsou nicméně daná a mohou se měnit pouze vědeckými důkazy, nikoli filozofickými úvahami o jejich podstatě, jako to dělá metafyzika.

Novopozitivismus 20. století pak přinesl obrat, který je klíčový i pro mediální studia, což je obor, ve kterém je tato práce psána a jehož optikou nahlížíme i na poznatky jiných věd a disciplín. Tímto obratem je obrat k jazyku, jako k výsostnému nástroji vědecké komunikace, jazyku, který schraňuje vědecké objevy a předává je dál. Analytickou filozofií, tedy filozofií, která si jako cíl určila popsat pravidla pro jazyk, kterým by bylo možné objektivně poznávat realitu, se zabývali například Ludwig Wittgenstein, Bertrand Russell, členové Vídeňského kroužku, aj.<sup>11</sup>

Určitou naivitu pozitivismu (tedy existenci pozitivního faktu) kompenzuje směr fenomenologie. Fenomenologie odhaluje maskování „objektivního“ pozitivismu, a připomíná,

---

<sup>11</sup> Uveďme příklady zásadních děl těchto autorů: WITTGENSTEIN, Ludwig. 2007. *Tractatus logico-philosophicus*. Přeložil Petr GLOMBÍČEK. Praha: OIKOYMENH. Knihovna novověké tradice a současnosti. ISBN 978-80-7298-284-4; RUSSEL, Bertrand. 1927. *Problémy filozofie*. Praha: Čin; CARNAP, Rudolf. 1968. *Problémy jazyka vědy*. Praha: Svoboda.

že to, co se zdálo být objektivní, je zase jen určitá shoda, tedy intersubjektivní pravda. Nástrojem, jak přejít od pozitivismu k fenomenologickému poznání je dle Edmunda Husserla tzv. fenomenologická redukce, tedy snaha očistit daný jev od všech předsudků, jistou zkušeností ovlivněných a přisouzených vlastností. Těžko ale dokážeme překonat problém výše nastíněný, totiž, že i kdybychom fenomenologickou redukcí dosáhli objektu ve své podstatě (objevili bychom „věc o sobě“), aby se toto poznání stalo poznáním, musí být uživateli reprodukováno a k tomu je potřeba jazyka, který ve své podstatě objektivní poznání neumožňuje.

Samostatnou kapitolou jsou postmoderní teorie, které staví především na mnohosti, nejednoznačnosti, proměnlivosti a subjektivitě realit, ve kterých žijeme. Ať už máme na mysli Michela Foucaulta, Jürgena Habermase či Jacquese Derridu a Jeana Baudrillarda, Johna Searla ad., tito autoři vždy mluví o fluiditě a nestálosti podoby okolního světa, závislé na našich interních nastaveních, a především na úzích, které platí v sociálním prostředí, ve kterém žijeme.

## **1.1.4 Pravda**

V předchozích kapitolách jsem se snažil stručně popsat, jak historicky probíhala a probíhá diskuze o tom, jakou zvolit cestu, abychom byli schopni pravého poznání. Poznání má ale jeden velký cíl. A tím je bezpochyby dosažení pravdy, objektivně platné skutečnosti, která nelze vyvrátit žádnými spekulacemi, je (empiricky, experimentálně, logicky či jinak) potvrditelná a je univerzální. Podle Blechy (2004: 154) můžeme rozlišit čtyři pojetí pravdy: ontologické, korespondenční, koherenční a konsenzuální a skupinu ostatních.

### **1.1.4.1 Ontologické pojetí**

Mezi zástupce tohoto pojetí patří třeba Platón, jehož ideje jsou těmi pravými jsovcy a pomocí rozpomínání se nám ukazují a tím se nám ukazuje i pravda. Podobnou metodu poznání pravdy zastává i fenomenologie. Pravda je v tomto pojetí chápána jako vlastnost jsovců, například u lidí říkáme, že je někdo „skutečný gentleman“ nebo že je „falešný jak pětník“. Co se týče objektivit takovéto pravdy, nemůžeme s jistotou říci, zda je pouze subjektivní anebo subjektivně dosažená objektivní pravda. Fenomenologická redukce je sice propracovanější a naší době bližší než Platónovo rozpomínání, opět je ale lehce napadnutelná z objektivistické (naší) pozice v tom smyslu, že nepředkládá žádné důkazy, které by byly univerzálně platné a shodli by se na nich všichni zúčastnění i nezúčastnění.



#### 1.1.4.2 korespondenční teorie

Tato teorie vztahu je poněkud alibistická v tom, že se nesnaží postihnout podstatu věci poznávané, ale jen akt poznávání. Na druhou stranu je to možná skutečně jediný zodpovědný přístup k realitě, resp. k poznávacímu procesu a tím i k objektivitě jako takové. Ona korespondence, tedy vztah, je vztahem mezi faktem a tvrzením. Lépe je možné tyto pojmy uchopit v angličtině jako truth-maker (fakt) a truth-bearer (tvrzení). Korespondenční teorií pravdy se zabývá zejm. analytická filozofie, jejíž logické soustavy a argumenty zde nebudeme rozebírat<sup>12</sup>.

#### 1.1.4.3 Koherenční a konsenzuální teorie

Koherenční teorie staví i na potenciálně absurdních tvrzeních, která bychom sama o sobě jen těžko pokládali za pravdivá (například rohlík je ovoce) – pokud více takových tvrzení je koherentních, jsou pravdivá, např.: rohlík je ovoce, ovoce je zdravé, rohlík je zdravý. Jen těžko si dokážeme představit podobný princip užívaný při vědeckém poznání. Konsenzuální teorie je ve své podstatě pragmatická – za pravdivé považuje to, co je užitečné, to, na čem se subjekty shodli, že budou považovat za pravdivé, protože jim to umožňuje fungovat v okolní realitě a je to tedy užitečné. Příkladem by mohla být teplotní stupnice – pro člověka je jistě užitečné, že ví, že při 100 °C se při normálním atmosférickém tlaku vaří voda. Nicméně tato stupnice není ničím jiným než arbitrárním, náhodným shlukem tvrzení, která sice zapadají mezi ostatní pravdy, to z nich ale nedělá tvrzení o nic pravdivější, než tvrzení „mám hlad“.

#### 1.1.4.4 Další teorie pravdy

K pravdě ale můžeme přistupovat různými způsoby, záleží, jaká kritéria zvolíme: může být *„pravda absolutní (věčná, úplná, popř. nezávislá na podmínkách poznání) nebo relativní (proměnlivá, historicky podmíněná), subjektivní (platná jen pro určitý subjekt) nebo objektivní (platná obecně a takto i závazná).“* (Blecha, 2004: 156) Která z těchto teorií je ale pravdivá? Dostáváme se do argumentačního kruhu, který, popisující nám pravdu, znemožňuje onu pravdu skutečně poznat. Nebo je závěr daleko jednodušší – naše poznání zatím nedošlo takové úrovně, abychom byli s to pravdu poznat; brání nám v tom například nedokonalost našeho jazyka. Nebo je také možné, že žádná pravda neexistuje a veškerá realita kolem nás je jen souhrn pravděpodobností, které ale (v intencích kvantové fyziky) kdykoli se jim přiblížíme, poznáváme, že to, co se snažíme nazvat pravdou, pravdou není.

---

<sup>12</sup> Více viz např. ČERNÝ, David. 2001. Korespondenční teorie pravdy. *Distance: Revue pro kritické myšlení* [online]. 2001(1.) [cit. 23.2.2019]. ISSN 1212-7833. Dostupné z: <http://www.distance.cz/rocnik-2001/1-cislo-5/korespondenčni-teorie-pravdy>

„Vnímající subjekt zakouší své vlastní vnímání vždy pouze za použití svého těla, jež pro něj není transparentní a jehož fungování mu z velké části uniká. S plnou jasností se mu ukazují pouze výsledky, tj. věc a svět. Cogito je proto zároveň nepochybné i zahalené tmou.“<sup>13</sup> (Merleau-Ponty, 2017: 30) Onen prostor mezi „nepochybným“ a „tmou“ je podle mne právě oním prostorem, kde bychom měli hledat pravdu. Vzhledem k povaze člověka jako myslícího subjektu, zatíženého veškerou svou a rodovou zkušeností, nicméně nemůžeme jasně stanovit hranice, ve kterých pravda funguje, totiž hranice objektivního, intersubjektivního a subjektivního. Od osamostatnění se vědy od náboženství už nikdo nepochybuje o subjektivitě subjektu-člověka. Tím spíš ale musíme kriticky přistupovat k tomu, co až do této chvíle člověk sesbíral za vědění, a ještě kritičtěji pak přistupovat k tomu, co lidé pokládají za objektivní (což nezdá se ztotožňují s pravdou).

### 1.1.5 Pravda a objektivita

Z výše popsaného můžeme vyčíst, že zatímco pravda je cílem, objektivita je způsobem, jak cíle dosáhnout. Ani jedno však nedokážeme uspokojivě popsat natolik, abychom byli schopni exaktně a s jistotou tvrdit, co je pravda a jaký je objektivní způsob, jak se jí dobat. Určitý náčrt toho, jak by v (filozofické) praxi měla vypadat ona objektivita podává zástupce americké analytické filozofie, Donald Davidson: „Pokud interpret, jenž zná pravdu a má správné interpretace světa, shledá mluvčího tvrzení za správná, pak musí mít mluvčí z velké části pravdu.“ (Davidson, 2005:44) Jinými slovy, pokud „vševědoucí“<sup>14</sup> interpret shledá, že mluvčí pronáší pravdivá tvrzení, musí tato tvrzení skutečně být pravdivými. Davidson přisuzuje znalost pravdy ideálu „vševědoucího“ interpreta. Tato myšlenka je jistě lákavá, nicméně triviální – pokud máme dostatek informací (znalostí), dokážeme říci, co je pravda a co ne. Odkud a jak ale získáme ony informace je otázka zásadnější. V obecném slova smyslu a v rámci výše řečeného je to jistě poznávací proces. Ukazuje se ale, že v moderní době stále více poznáváme realitu mediální spíše než realitu „reálnou“ a podle některých už dokonce buď „reálnou“ realitu nejsme schopni poznat anebo ta již vůbec neexistuje (viz např. Baudrillard, 2001). V tomto kontextu je jasné, že zatímco pojem pravdy je holistický problém (pokud ovšem nebudeme rezignovat na jeho zpřesnění a zůstaneme u laicky pragmatického tvrzení, že pravda je to, co je nám užitečné<sup>15</sup>), pojem objektivit je problém, který dokážeme zařadit do určité

---

<sup>13</sup> Francouzský filozof Maurice Merleau-Ponty se v citované stati, ale i v celé své badatelské činnosti zabýval poznáním a pravdou v souvislosti s fyziologickými pochody těla. Snažil se takřkajíc propojit tělo, ducha a připojit k nim něco, co by vysvětlovalo právě neuchopitelnost pojmů jako je například pravda.

<sup>14</sup> Označení, které Davidson často používá.

<sup>15</sup> Nesmíme si ale takové tvrzení plést s Machiavellským „účel světi prostředky“, jde spíše o odkaz na pragmatismus Bertranda Russela ad.

teorie a studovat jej (například v rámci gnoseologie). To ale stále neznamená, že bychom byli schopni dojít k jasnému definičnímu uchopení pojmu objektivita a jako takový jej užívat v této práci.

## 1.2 Metodologie věd

Vzhledem k povaze „moderní vědy“ jako takové, tedy souboru činností, uplatňující se v rámci určitého odvětví lidské činnosti, využívající specifické nástroje k dosažení specifického cíle – poznání, tedy metod, podle specifických pravidel (zvláště pak logiky), za účelem shromáždění znalostí a vědomostí, můžeme mluvit o počátcích moderní vědy právě u pozitivismu. Jedou z nejdůležitějších osobností, která se zasloužila o jakousi katalogizaci a utřebením věd a vyhlášení určitého manifestu moderní vědy 20. století, byl Karl Raimund Popper, rakousko-britský filozof s českými kořeny a zástupce kritického racionalismu. Za počátek diskuzí o moderní vědě nicméně považujeme práci Thomase Samuela Khuna – *Struktura vědeckých revolucí*<sup>16</sup>. Právě důraz na logiku jakožto řídicí mechanismus moderní vědy je signifikantním bodem pro objektivistickou optiku. Ačkoli moderní vědy (ať už tzv. exaktní, přírodní, nebo společenské a humanitní) proklamují svou objektivitu, která je pro ně jedním ze sebeurčujících pilířů, na kterých stojí, a veškeré své úsilí a teorie se snaží podložit právě logickými argumenty, popřípadě důkazy, právě Kuhnova paradigmata nám ukazují, jak jsou tyto snahy liché. To ovšem neznamená, že bych chtěl na tomto místě kritizovat vědu jako takovou nebo objevy a zjištění, která jsou v našich společnostech uznávána jako objektivně platná. Znamená to, že bych chtěl poukázat na problém, který se z mikro a semi-makro pohledu zdá jako neexistující, neboť každý vědec, provádějící svůj výzkum jistě řekne, že se snaží, aby výsledky jeho práce byly pravdivé a ve shodě se skutečným stavem věcí ve světě. V makro pohledu ale vidíme, že ani tak exaktní věda, jako je fyzika, si ve své historii nevystačila pouze s jediným, všezahrnujícím paradigmatem<sup>17</sup>, a tedy nemůžeme mluvit o tom, že věda jako taková odkrývá objektivní pravdu. „*Od samého počátku vědecké činnosti plyne z poukazu v učebnicích, že vědci usilovali o právě tu speciální objektivitu, kterou ztělesňuje přítomné paradigma.*“ (Kuhn, 1997: 141) Instituce vědy v současné společnosti funguje jako garant, mediátor, soudce toho, co je pravdivé a co není. Problém vědy je v tom, že ani ona sama neví, kde leží objektivní pravda, a tak tato nejistota, která má naopak za cíl se nejvíce přiblížit objektivitě poznání je

---

<sup>16</sup> KUHN, Thomas S. 1997. *Struktura vědeckých revolucí*. Praha: OIKOYMENH. ISBN 80-86005-54-2

<sup>17</sup> Mezi nejvíce přelomovými vědeckými revolucemi ve fyzice jmenujme například newtonskou fyziku (gravitace a termodynamické zákony) a einsteinovskou fyziku (obecná a speciální teorie relativity). Tyto revoluce měly zásadní vliv na to nejen kam se zaměřuje těžiště bádání (včetně změny metod, jak vyzdvihuje třeba právě Kuhn), ale také na to, jak chápeme svět kolem nás a to, jak funguje.

zneužita jako argument pro subjektivní pravdu v podobě eklekticismu. Každý vědec, provádějící vědeckou činnost se v době moderní vědy musí potýkat s problémem vyčlenit sebe sama ze své práce a za užití „schválených“ postupů co nejvíce objektivizovat své bádání, a tak i jeho výsledky, tedy ideálně pravdu. I při tvorbě této práce se musím jako autor zprostit určitých výrazů, které například nejsou jednoznačné a mohlo by tak dojít k nepochopení předkládaných myšlenek nebo chybám v závěrech. *„Všichni jsme si příliš zvykli pohlížet na vědu jako na činnost, která se neustále pohybuje blíže a blíže nějakému cíli, který jí příroda předem vytýčila. Musí nějaký takový cíl vůbec existovat? Nemůžeme vysvětlit existenci vědy i její úspěchy vývojem stavu poznání, kterého společenství vědců v daném období dosáhlo? Pomáhá nám skutečně představa, že existuje úplné, objektivní, pravdivé vysvětlení přírody a že správným měřítkem vědeckých výsledku je to, jak dalece nás tyto výsledky přibližují konečnému cíli? Pokud bychom se naučili nahrazovat pojem vývoje „k tomu, co chceme vědět“ vývojem „od toho, co víme“, pak by touto záměnou zmizelo mnoho obtížných problému.“* (Kuhn, 1997: 168, 169) Zdá se, že filozofie moderní vědy není ve své podstatě ničím jiným, než snahou objektivizovat svou činnost na co nejvyšší a nejširší úrovni a co nejvíce se tak přiblížit ideálu pravdy. To ale neznamená, že by se dokázala odpoutat od paradigmat, naopak. Subjektivitu eklekticismu a objektivismus pozitivismu vyměnila za intersubjektivitu inter a multiparadigmatického vědění. V praxi se tato charakteristika projevuje například (podobně jako v žurnalistice) nutností citování různých zdrojů nebo v konkrétních výzkumech jako statistické výpočty chybovosti nebo kodérská reliabilita. Nicméně je to právě dílo Karla R. Poppera, které nám (možná poprvé) explicitně vyjadřuje popis objektivity a subjektivity. Činí tak sice v relaci k vědeckému poznání, už při prvním přečtení je nicméně zřejmé, odkud pramení současné vnímání objektivního a subjektivního: *„Mé použití termínů „objektivní“ a subjektivní“ není nepodobné Kantovu. Ten používá slovo „objektivní“, aby ukázal, že vědecké poznání musí být zdůvodnitelné nezávisle na rozmarech kohokoli: zdůvodnění je „objektivní“, může-li být v principu testováno a pochopeno kýmkoli (...).“* (Popper, 1997: 24) Popper také elegantně řeší rozdíl mezi objektivitou a intersubjektivitou. *„(...) objektivita vědeckých tvrzení spočívá ve faktu, že mohou být intersubjektivně testována.“* (ibidem) Ukazuje tak, že objektivita, intersubjektivita a subjektivita nejsou rovnocenné pojmy, ale intersubjektivní procesy a jevy náleží pod způsoby objektivního poznávání světa. Zkoumání subjektivní stránky lidského poznávání Popper přisuzuje psychologii (ibidem).

## 1.3 Psychologie

Zatímco filozofie je velmi vhodným počátečním bodem při výzkumu pojmu objektivita a metodologie věd je zase disciplínou, která na objektivitě staví, a musí tak mít její jasné definování, psychologie nám přibližuje to, jak vlastně objektivita funguje, má fungovat nebo si alespoň myslíme, jak by fungovat měla. Zvláštní důležitosti pak zkoumání objektivitu nabývá ve vztahu k psychologii médií – jak prožíváme a vnímáme mediované obsahy? Jak funguje náš mozek při zpracovávání informací? Dokážeme na základě monitoringu mozkových funkcí rozlišit subjektivitu (názor, hodnoty) a objektivitu (obecné, objektivní, informace)?<sup>18</sup>

V rámci systému psychologie nás s ohledem na vnímání objektivitu zajímá tzv. fenomenologie psychiky, zvláště pak procesuální hledisko analytické, tedy poznávací procesy (vnímání, představy, myšlení a řeč), emoce a motivace (Nakonečný, 2013: 228). Upozorním na tomto místě na zjevný, nicméně důležitý rozdíl – tato práce se sice ve své analytické části zaměří na „vnímání pojmu objektivita“, to ale neznamená vnímání v čistě psychologickém slova smyslu, ale spíše jako laický protějšek pojmů jako zdání, pocit, znalost.

Vnímání je jednou ze základních činností mozku/osobnosti, která slouží k čítí a uchopení světa, reality kolem nás tak, abychom v ní mohli existovat a koexistovat. „*Obvykle je vnímání charakterizováno jako smyslovými orgány zprostředkovaný a v mozku se vytvářející obraz vnějšího i vnitřního prostředí organismu.*“ (Nakonečný, 1997: 381, 382) English a Englishová (1958) nicméně dle Nakonečného uvádí šest definicí pojmu vnímání, které se sice ve větších či menších detailech liší, jádrem však zůstává výše řečené. Není zde tak místo pro diskuzi nad tím, zda je vnímání subjektivní nebo objektivní povahy – je vždy subjektivní, neboť nikdy nelze přesně zopakovat podmínky, které při vnímání nastávají, tudíž jsou pokaždé jiné (jiný úhel pozorování, jiná nálada pozorujícího, změna světla, jiná výška dvou pozorujících, jiný čas, a tedy jiná situace) a tedy subjektivní, jedinečné. A přece jsme svědky toho, že se skrze subjektivní vnímání dobíráme objektivní pravdy (alespoň to tvrdíme v rámci vědy) – činíme tak skrze intersubjektivní kompromis. Ten můžeme charakterizovat jako sumu podobností, jejíž komprimací může vzniknout koherentní sada dat a ty lze následně (intersubjektivně) analyzovat tak, že různí interpreti dochází ke stejným závěrům. Příkladem může být třeba průzkum, zkoumající oblíbenost či kvalitu určitého audiovizuálního díla: každý z diváků určitého filmu jej vnímá více či méně rozdílně, to ale neznamená, že se neshodou na hlavní postavě, času či

---

<sup>18</sup> Touto poslední otázkou se zde nebudu zabývat, jelikož spadá do naprosto odlišné vědy a tradice zkoumání; takovýto výzkum by byl doménou psychologizující neurologické, biologické vědy.

místě, kde se děj odehrává a záplectce; jejich interpretace se mohou začít lišit na úrovni popisu charakterů postav a můžeme najít i parametry, na kterých by se v sebevětším počtu diváků ani dva z nich neshodli (například, jak daný film ovlivnil jejich život včetně nálady, životních postojů atd.). Vnímání probíhá v centrální nervové soustavě, přičemž postihuje jak podněty vnější, tak vnitřní a vytváří tak obrazy v mysli jedince. Tyto obrazy se snažili zachytit ve svých teoriích mj. zakladatelé vědy o znacích Ferdinand de Saussure a Charles Sanders Peirce. Znaky, zastupující realitu, totiž dokáží vyvolat stejné kognitivní procesy, jako reálné objekty světa kolem nás. Ony obrazy jsou vlastně bity informací. „(...) informace se vnímáním vlastně tvoří, neexistuje jako něco na subjektu nezávislého; ve vnímání vystupují informace jako senzoričká data vytvářená stimulací smyslových orgánů.“ (Nakonečný, 1997: 382) Takovéto chápání vnímání je subjektivistické a relativistické, neboť, jak uvádí Nakonečný, vnímání okolního světa není „pasivním snímkováním“, ale aktivním vytvářením konstrukcí vnějšího, objektivního světa. Autor dále také problematizuje hranice vnějšího a vnitřního světa (zde pro nás hranice objektivního a subjektivního) – tato hranice není vždy zřetelná a entity z obou stran tuto hranici prostupují. Například: jak jsme řekli výše, objektivní, vnější svět se nám vždy nějakým způsobem jeví – to znamená, že určitým způsobem působí na naše smysly a kognici a v naší mysli formuje obraz vnímaného → z objektivního se nutně stává subjektivní, z vnějšího vnitřní. A naopak: smutek, který v nás vyvolá určitá informace se projeví navenek jako pláč → vnitřní se stalo vnějším; subjektivní se stalo objektivním.

## 1.4 Mediální studia

Mediální studia jakožto obor veskrze teoretický (ač s praktickými účinky) objektivitu jako takovou přímo neproblematizuje. Je to ale úzká provázanost se žurnalistikou, jakožto praktikující disciplínou mediálních studií, a zároveň mediální studia jako obor, v jehož rámci vzniká tato práce, které musí být v této práci alespoň zmíněny v relaci k objektivitě. Vzhledem k multiparadigmatičnosti a interdisciplinaritě mediálních studií je nicméně nesmírně obtížné vybrat určité koncepty, které s objektivitou pracují, protože upozorněním na jeden bych neupozornil na množství dalších. Zmíním tak pouze teoreticko-praktický paradox, se kterým se v rámci mediálních studií, a zvláště mediálních analýz, setkáváme. Zatímco v teoretické rovině logické či empirické důkazy hovoří spíše v neexistenci objektivit<sup>19</sup>, analytická praxe (zvláště

---

<sup>19</sup> Zde mám na mysli zejm. právě sémiotickou tradici zkoumání (viz například níže Hall, 2005), mediocentrické i sociocentrické paradigmata zkoumání médií: jazykový relativismus až determinismus (více např. Whorf, 1956), diskurzivní povahu sociální reality (více Foucault, 2002), technologickou podmíněnost vnímání reality (více McLuhan, 1991) nebo objektivisticky kontradikční paradigma jako neomarxismus (více např. Althusser, 1971) a další.

komerční a veřejný diskurz) nejenže zřídka pochybuje o neexistenci objektivitu a vyžaduje ji, ani ji nijak neproblematizuje jako (ne)existující<sup>20</sup>. V této perspektivě se až zdá, že objektivita zpravodajství tak, jak ji dnes široce chápeme, je postavená na „common-sensu“ a principu „taken-for-granted“; je tedy těmito charakteristikami vlastně definována vládnoucí hegemonickou strukturou. Což je ale paradox par excellence – stojí tu tak dva pojmy s antagonistickými významy, které jsou ale součástí jedné „mateřské“ struktury, která je vytvořila<sup>21</sup>. Není tak divu, že všeobecně panuje neshoda na tom, co to vlastně objektivita je (není), jak by (ne)měla vypadat a jaké (ne)jsou její charakteristiky. Mám za to, že pokud jakémukoli členovi širší veřejnosti položíte otázku, co je to objektivita, začne ji popisovat v rámci mediálního diskurzu<sup>22</sup>. K popisu a analýze takovýchto reakcí konečně tato práce slouží. Proto se zaměřím spíše na další kapitolu (1.5. Žurnalistika), kde pojem objektivita je jaksi „domácí“ a kde máme určité kategorie, dle kterých ji můžeme zkoumat či popisovat.

## 1.5 Žurnalistika

Žurnalistická disciplína by se dala označit za podmnožinu výzkumného záběru mediálních studií. Prakticky se samozřejmě zabývá daleko širší škálou témat, ale sama žurnalistika je předmětem výzkumu jen několika oborů, mezi kterými můžeme jmenovat právě mediální studia, lingvistiku, literární vědu, historii a podobné příbuzné disciplíny. V této kapitole představím základní koncepty, které tematizují objektivitu v žurnalistice – jazyková a stylistická podoba objektivitu, právní zakotvení a soubor těchto předpokladů při její praktické aplikaci. Proč je ale objektivita zvláště pro žurnalistiku tak důležitá? Westerståhl popisuje, že je to zejména demokratická ideologie, která dominantně vyžaduje informovanou společnost, aby se jedinci do této společnosti náležející mohli svobodně rozhodovat, mít názor, a tento názor svobodně vyjádřit u voleb. Z pohledu zkoumání praxe žurnalistů to tak vypadá, že objektivita je hegemonická/ideologická, jelikož objektivní zpravodajství vyžaduje pouze demokracie (a příbuzné způsoby vládnutí jako konstituční monarchie), zatímco diktatura apod. objektivní zpravování nepotřebuje vzhledem ke své nedemokratičnosti.

---

<sup>20</sup> Zejm. komerční mediální analýzy zpravodajského obsahu mají jako jeden ze středobodů svých výstupů, ale hlavně zadání zkoumat tzv. objektivitu zpráv – tedy nestrannost, vyváženost, neutralitu aj. připisované parametry.

<sup>21</sup> K podobné úvaze docházím i v kapitole 2.1.1, kde ji rozpracovávám v kontextu Hallova komunikačního modelu.

<sup>22</sup> Uznávám, že možná jde o mylný předpoklad, zapříčiněný oborovým zaměřením a „profesionální deformací“ výzkumníka. Ve výzkumu, provedeného v rámci této práce, na tuto otázku také neodpovím, protože se zaměřuje právě na problém mediální objektivitu, s čímž byli informanti předem vždy srozuměni.

### 1.5.1 Jazyková a stylistická podoba objektivit v žurnalistice<sup>23</sup>

V jazyce existují prvky – lexikální, stylistické jednotky – které jsou považovány za prvky standardní mluvy a prvky, které svou přítomností v různých pozicích plní jinou funkci, než je jejich původní. Obecně takové jazykové výrazy označujeme jako (ne)příznakové. Dle Jílka (2009) mohou být součástí objektivní zprávy oba druhy jednotek. Ty příznakové nicméně upravují text tak, že je sice živější<sup>24</sup>, nicméně svou povahou narušují podobu textu (ať už pozitivně či negativně z pohledu čtenáře) a odvádí tak od objektivistického ideálu protokolárních vět<sup>25</sup>. Mj. jazykověda pracuje s pojmem objektivní slohotvorné činitele – jsou to vnější podmínky, které mají vliv na vytvoření komunikátu; tvůrce komunikátu by si jich měl být vědom, pokud tvoří daný komunikát s jistým záměrem. Existují i subjektivní slohotvorné činitele, ty jsou dány vlastnostmi, schopnostmi, znalostmi a obecně charakteristikou komunikátora. Nicméně, Kunczik (1995: 140, 141) identifikuje v rámci textových žánrů (jinak také vzorců) objektivizační postupy, tedy praktiky žurnalistů, profesionálních komunikátorů, které tito používají, aby snížili riziko zaujatosti, obsažené ve zprávě (viz kapitola 1.5.3.) a (zdánlivě) naplnili hodnoty objektivit jako je nestrannost, nezaujatost, neutralita aj. Tyto postupy jsou:

- Uvádění protikladných názorů: vzhledem k povaze žurnalistických zdrojů, jimiž jsou většinou pouze názory nebo vyjádření<sup>26</sup>, je objektivizačním postupem uvedení opozitního názoru (či ještě lépe více různých názorů, pro což ale většinou není dostupný mediální prostor) a může tak docházet k polarizaci názorů publika a zjednodušení inkriminované (pseudo)události či „informací“;
- Prezentace dodatečných důkazů: na podporu či k vyvrácení medializovaných údajů může sloužit doplnění dalších „faktů“ – jak ale nejen Kunczik upozorňuje, fakta nejsou „objektivně“ dané jasnosti, ale sociálně podmíněné entity. Proto je doplňování dodatečných důkazů jen „*doplňováním faktů, u kterých nepanuje taková shoda o jejich pravosti, těmi, které vykazují vysoké hodnoty „univerzální platnosti,“*“ popisuje Kunczik (1995: 141);

---

<sup>23</sup> V rámci této práce se v této podkapitole budu soustředit na doménu českého jazyka; diference mezi „objektivností“ různých jazyků nebo možností těchto jazyků vyjádřit objektivitu nebo její parametry je tématem pro jinou práci.

<sup>24</sup> V žurnalistické praxi často užívaný pojem.

<sup>25</sup> Pojem protokolární věty se rozšířil zejm. v rámci filozofického novopozitivismu (viz např. Carnap, Creath, Nollan, 1987).

<sup>26</sup> Viz také „pseudoudálost“ u Boorstin, 2012 a Lippman, 2015.



- Užití uvozovek: citace je typickým příkladem snahy odosobněním žurnalisty od prezentovaných „faktů“. Samotné citace však neříkají nic o objektivitě komentovaných událostí a mohou být užity kontradikční citace nebo může být užito více citací, prezentujících různé názory a pohledy na věc;
- Rozčlenění informace do správného pořadí: zpráva by měla nabývat tzv. tvaru obrácené pyramidy – tedy v úvodu obsahu nejdůležitější informace, na konci background. (Kunczik, 1995)

Jílek (2009: 57, 58)<sup>27</sup> vztahuje základní odlišnost zpravodajství a publicistiky k informativní funkci jazyka, čímž se v zásadě odlišuje od fikčních obsahů, ale svou specifickou institucionální podobou, zaměřenou na jednoduchost a porozumění u recipienta se odlišuje také od odborných žánrů. I zde stručně identifikuje objektivitu zpravodajských sdělení jako takové texty, které nejsou subjektivní a jsou dokumentárně laděné. Hlavním rysem žurnalistických zpravodajsko-publicistických obsahů je přítomnost informativní funkce ve specifickém slova smyslu. *„Informativní funkci (...) chápeme jako snahu původce sdělení o pouhé vyrovnání tzv. informačních obsahů, která je důsledně oddělena od záměru přímo ovlivnit (podtržení VJ) názory či chování jednání příjemců.“* (Jílek, 2009: 58) Dále také popisuje objektivitu jakožto charakteristický a esenciální prvek zpravodajství, který má nejen obsahovou a jazykovou, ale také společenskou (společensko-odpovědnostní) funkci. Jako na konkrétní atributy objektivitu pak odkazuje na tzv. Westerstáhlova kritéria (Westerstáhl, 1983). Ve svém článku Westarstáhl (1983: 403) jasně deklaruje rozdílnost chápání filozofického pojmu objektivita a objektivitu v žurnalistickém, praktickém slova smyslu. Objektivita je pak dle něj *„dodržování určitých norem nebo standardů“* (ibidem) a odklání se tak od čistě lingvistického pojetí objektivitu ke spíše lingvisticky determinovanému chápání diskurzivnímu, tedy jako určitému institucionalizovanému typu společenského jednání, které spojuje s etikou. Jeho schéma objektivitu a jejích komponentů (viz obr. 4) se, dle jeho slov, nesnaží kategoricky určit, co je to objektivita žurnalistických obsahů, ale spíše na pedagogické rovině postihnout prvky, které jsou v praxi považovány za nástroje či komponenty objektivitu. Westerstáhl daná kritéria vyabstrahoval ze švédské mediální legislativy (sic!), načež sám upozorňuje. Také zdůrazňuje, že kritérium objektivitu, ač se tak velmi často děje, by nemělo být, při analýzách či samotném diváckém vnímání, aplikováno na jednotlivé konkrétní obsahové celky (jako například jeden

---

<sup>27</sup> Ačkoliv jde spíše o publikaci učebnicového typu, její užití jako zdroje by nemělo být pokládáno za nedostatek, ale spíše za pozitivum vzhledem k tomu, že popisujeme, jak pracují žurnalisté (studenti žurnalistiky), kterým je tato publikace primárně určena.

článek, jedna rozhlasová či televizní reportáž), ale spíše na logické celky vysílání/pokryvání daných témat. Konkrétně popisuje Westerståhl tyto aspekty objektivitu:

1) Faktičnost, dále se skládající z:

- a. pravdivosti (srovnání s reálnou událostí; úplnost zprávy, přesnost, úsilí nemást a nezatajovat fakta),
- b. relevance (aktuálnost a vztah k důležitosti pro publikum) a
- c. informativnosti (pragmatická stránka zprávy – zpráva bude pochopena, zaznamenána a popř. zapamatována).

2) Nestrannost, dále se skládající z:

- a. vyváženosti (ideální poměr prostoru, udělený jednotlivým stranám, názorům) a
- b. neutrality (nepodjaté informování, neutralita prezentace, nezastávání názoru ale pouhá prezentace faktů). (popis dle Jílek, 2009: 58, 59)

Westerståhl nicméně poukazuje na určité nuance, které jednotlivým aspektům objektivitu přikládají větší, menší důležitost či jiné vlastnosti. Např. pravdivost nemusí být vždy absolutní, jak se může zdát, a přesto je zpráva objektivní: „*Průměrná novinová stránka obsahuje tucty drobných chyb. Tyto drobnosti ale nemusí do určitého množství ovlivnit hlavní prezentovanou informaci.*“ (Westerståhl, 1983: 415) u aspektu relevance popisuje autor možnost „manipulovat“ se zprávami v tom smyslu, že určité médium může více poukazovat na určitý fenomén nebo na konkrétní aspekt zprávy než jiná média. Jako příklad můžu uvést tzv. migrační krizi druhé poloviny desátých let 21. století. Nadreprezentace pro konkrétní část publika nerelevantních informací vybudila určitý druh morální paniky (viz Cohen, 2011). V případě nestrannosti/vyváženosti (v angl. se často užívá jako opozitní pojem „biased“) jde o problém, který v současnosti není vyřešen. Jednak jde o problém dvou metod nestrannosti: je nestranné dávat (podle zprofanované fráze) pět minut Hitlerovi a pět minut Židovi? a jednak, v drtivé většině případů nejde o dva, polární případy, které je potřeba reflektovat, ale o škálu názorů – měl by jim být poskytnut všem stejný prostor? Westerståhl (1983: 418) navíc uvádí příklad z vlastní výzkumné praxe, kdy analyzoval zpravodajské obsahy veřejnoprávní televize NRK, týkající se jednoho norského referenda. Žurnalisté a jejich médium, tak striktně dodržovali pravidla stejného poskytnutého prostoru, že vytvořila naprosto umělé, realitě neodpovídající prostředí. Posledním aspektem, který Westerståhl problematizuje, je neutralita novináře/média. Signifikantním se dle něj problém stává například při rozhovorech s politiky, kdy je žádoucí<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> o vhodnosti takovéhoho přístupu můžeme velmi dobře pochybovat, skutečností však je, že práce novináře, jakožto „hlídačho psa demokracie“ je tímto postojem přímo determinována. Například některé zpravodajsko-

pokládat kritické otázky a přimět tak politika projevít svůj skutečný názor. Zároveň však vzniká nebezpečí, že daný novinář se automaticky přesune (nebo tak bude alespoň vnímán) na opozitní stranu, a tedy do pozice, kdy zastává určitý názor<sup>29</sup>. Zdá se tedy, že ačkoli jsou Westerståhlem konkretizovaná kritéria objektivitly až jakousi modlou mediálních analýz, jejich artikulací vzniká snad ještě více otázek než konkrétních řešení.

### **1.5.2 Právo a objektivita – mediální objektivita v právu**

Právo v žurnalistické praxi funguje jako jakási mezní hranice, za kterou už není možná interpretace textu tak, aby odporoval nejnižší profesní úrovni. Mimo psané právo vytvořené zákonodárnou mocí státu (právní normy), existují i vnitřní etické kodexy (normy autoregulační), které si vytvářejí jednotlivé organizace samy. U nich však neexistují žádné univerzální parametry toho, jak by měly tyto kodexy vypadat nebo sankce, které by se udělovaly za jejich nedodržení. Obecně mediální právo<sup>30</sup> je dle mého v současnosti poněkud poddimenzovanou oblastí, co se týče zájmu jak akademiků, tak zákonodárců či příslušných orgánů (viz např. Nieminnen, 2007 nebo Chaloupková, 2019). Nicméně opět vzhledem k prostoru v této práci a nemožnosti referovat o všech zákonech, smlouvách a multilaterálních dohodách, obsahující prvky mediálního práva, se budu soustředit na české mediální právo, či na takové, které přímo ovlivňuje fungování mediálních institucí v České republice, viz příloha 7. Vedle soudů, jakožto vrchních instancí rozhodování o mediálních zákonech, existují (nejen) v ČR tzv. mediální rady; ty jsou zřízeny při každé z veřejnoprávních institucí, plus jedna tzv. velká rada – Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Nechci se však na tomto místě zabývat kontroverzemi kolem těchto institucí, ale chci se zaměřit na problematiku objektivitly, kterou mj. tyto orgány regulují. Je také potřeba upozornit, že v České republice, ale také třeba ve Velké Británii a jiných evropských státech existuje statut tzv. veřejnoprávních mediálních institucí/organizací či médií veřejné služby<sup>31</sup>, u kterých je povinnost být objektivní či spíše povinnost zpravovat objektivně deklarována v zákoně a působí tak jako vzor pro další, komerční, mediální organizace; k tomu se váže i jistá vyšší míra společenské odpovědnosti

---

publicistické pořady by tak ztratily svůj význam – Otázky Václava Moravce by se tak mohly stát opravdu prostými otázkami bez reálných odpovědí, což je to, proč se na daný pořad diváci dívají: chtějí znát odpovědi na problémy, které politici mají nebo by měli řešit.

<sup>29</sup> Tato problematika je dle mého velmi aktuální nejen v českém mediálním diskurzu, ale v souvislosti se všemi populistickými a extremistickými stranami: měl by žurnalista pouze pokládat nekonfliktní otázky nebo by měl být politikovi, který, v obecné míře „objektivně“, například lže, být oponentem i v rámci zpravodajství a nejen publicistiky?

<sup>30</sup> Označují jako „mediální právo“ nebo „mediální zákony“ takové právní předpisy, které přímo regulují či jinak upravují právní vztahy s důrazem na oblast médií jakožto specifickou doménu aplikace práva.

<sup>31</sup> Zatímco pojem „veřejnoprávní“ chápeme jako uzákoněnou podobu určité instituce ve smyslu služby veřejnosti, pojem veřejná služba je pojmem obecnějším, spíše mediálně-politickým. Více např. Barđoel, Lowe, 2007.

a zpravidla také vyšší důvěra veřejnosti či kvalita obsahu těchto institucí (srov. Dragomir et al., 2005).

Právní definici objektivitu bychom v, minimálně českých zákonech, hledali těžko; český zákonodárce tak bere objektivitu jako pojem taken-for-granted, který není třeba specifikovat a nadále jej problematizovat. Zdá se tak, že funguje na určitém principu „common sense“. To je příznačné ze dvou důvodů: 1) jasně se tak ukazuje hegemonická struktura vlády práva, která, aniž by danou charakteristiku definovala, ji požaduje<sup>32</sup> a 2) objektivitu řadí mezi další jevy, inkorporované pod právní termín „skutečnosti obecně známé“. Jedním z nejtýpicetějších příkladů, jakým způsobem české právo zachází s pojmem objektivita nacházíme v Zákoně o České televizi: „*Hlavními úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání jsou zejména a) poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů (...).*“ (§ 2 odst. 2 zákona č. 483/1991 Sb. o České televizi) Tato vágní vysvětlivka však plně odpovídá charakteristice práva jako takového<sup>33</sup> a také zde můžeme nalézt zajímavou část o „ve svém celku vyvážených“ informacích, kterou bychom mohli doložit poznámku Jürgena Westerstähla (viz výše) o potřebě analýzy objektivitu zpravodajských programů jako celku. Obdobnou formulaci o objektivitě a vyváženosti (pomiňme nonsensuální formulaci, opět v referenci k Westerstählovým kritériím) najdeme i v zákoně č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři, zákoně o Českém rozhlasu (484/1991 Sb.), tiskovém zákoně (46/2000 Sb.) a zákoně o rozhlasovém a televizním vysílání (231/2001 Sb.). Zákon 231/ 2001 Sb. o rozhlasovém a televizním vysílání je poněkud specifictější, co se týče popisu konkrétní podoby „objektivního“ mediálního obsahu: § 31 odst. 1-4 zákona č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání: „(1) *Provozovatel vysílání a provozovatel převzatého vysílání má právo vysílat programy svobodně a nezávisle. Do jejich obsahu lze zasahovat pouze na základě zákona a v jeho mezích. (2) Provozovatel vysílání poskytuje objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů. Názory nebo hodnotící komentáře musí být odděleny od informací zpravodajského charakteru. (3) Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivitu a vyváženosti a zejména 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*

---

<sup>32</sup> Což přináší jistou míru volnosti při jejím hodnocení, která je nicméně v podstatě negativním jevem.

<sup>33</sup> Zde mám na mysli právní principy, které udávají určitou volnější podobu práva tak, aby nebylo (tak jako ve své jazykové podstatě být nemůže) vyčerpávajícím seznamem, ale podkladem, vodítkem při interpretativní práci soudů, srov. Hamilton, 1994.

*postavení v politickém a společenském životě. (4) Provozovatel vysílání ze zákona je povinen sestavovat programovou skladbu tak, aby ve svém vysílání poskytoval vyváženou nabídku pro všechny obyvatele se zřetelem na jejich věk, pohlaví, barvu pleti, víru, náboženství, politické či jiné smýšlení, národnostní, etnický nebo sociální původ a příslušnost k menšině.“* Zajímavostí může být případ z roku 2016, kdy televize Prima neodvysílala avizovaný díl pořadu Show Jana Krause, údajně kvůli přítomnosti velkého množství známých osobností, celebrit, kteří do pořadu přišli nesouhlas s politikou prezidenta Miloše Zemana, protože by tak porušila výše citovaný zákon a čekal by ji od Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen RRTV) postih. RRTV však takovýto výklad zákona dementovala s tím, že televize o tomto výkladu byla zpravena a že dotyčný pořad zásady objektivit a vyváženosti nemůže porušovat, neboť jde o pořad zábavný, nikoli zpravodajsko-publicistický. Vytvořila tak nejen prakticky-právní precedens, ale umožnila tak položit otázku, zda hodnot objektivit, vyváženosti, nestrannosti apod. mohou nabývat pouze mediální obsahy zpravodajské a publicistické a ne ostatní (zábavní, dokumentární, fikční<sup>34</sup>, ...). Je také vhodné zdůraznit, že české zákony pracují prakticky výhradně s objektivitou mediálních obsahů, a ne mediální praxe, tj. dodržování hodnot objektivit při výrobě mediálních sdělení. Právním dokumentem, který naopak poukazuje na nutnost určité eticko-normativní praxe spojené se snahou o vytváření objektivních zpravodajsko-publicistických obsahů (zejm. v rámci autoregulace) je rezoluce Rady Evropy z roku 1993 č. 1003<sup>35</sup> a rezoluce 2066 z roku 2015<sup>36</sup> stejného orgánu. Ani jeden dokument však neodkazuje či nepopisuje na způsob, jakým by konkrétně měla být objektivita naplněna. Zdá se tak, že stejně jako ve všech ostatních vědních disciplínách, ani v právu, ačkoli s pojem objektivita také pracuje, není tento termín nikterak definován. Nedodržení objektivit však zákony znají a soudci či odpovědné správní orgány mohou subjekty za porušení této žurnalistické hodnoty sankcionovat; to se děje zejména v rámci soukromoprávních vztahů, popřípadě veřejnoprávních a správních deliktů.

### **1.5.3 Žurnalistická objektivita jako rituál**

V této části práce představím zejména práci Gaye Tuchmanové a částečně výzkumy Glasgow University Media Group (dále jen GUMG). Zatímco Tuchmanová prováděla etnografický výzkum práce novinářů, GUMG se zaměřili na podobu a pravidla zpravodajského diskurzu a (ne)existence mediální(ch) realit(y). Tato podkapitola by tak měla přiblížit objektivitu

---

<sup>34</sup> Konkrétně otázka (ne)možnosti objektivit fikčních obsahů se mi zdá velmi zajímavá, hodná dalšího výzkumu.

<sup>35</sup> Dostupné zde: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16414> [cit. 24.3.2019]

<sup>36</sup> Dostupné zde: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=21960&lang=en> [cit. 24.3.2019]

z pohledu toho, jak v praxi „vzniká“ objektivita zpravodajských sdělení, jak se tvoří objektivní zprávy na straně enkodérů, žurnalistů, zatímco praktický výzkum této práce by měl alespoň částečně popsat, jak je tato zakódovaná objektivita dekódována publikem na druhé straně komunikačního procesu, viz kapitola 4.

Tuchmanová (1972) přirovnává novináře k výzkumníkům sociálních věd v tom smyslu, že obě povolání mají objektivitu jako skrytou, nicméně nosnou konstrukci jejich práce. Zatímco sociolog si může dovolit (sebe)reflexi a svou práci upravit či zkritizovat, novinář pro takové opatření nemá prostor ani možnosti. Tato (sebe)reflexe je do určité míry nahrazena autoregulačními a hierarchickými regulačními principy redakcí. Na praktické úrovni novinář zkrátka nemá možnost dohledat veškeré zdroje, pokud takové vhodné vůbec existují, a využít je. Je pod časovým tlakem, který formuje podstatu novinářské profese<sup>37</sup>. Ve své jiné práci, vycházející však ze stejného výzkumu, (Tuchmanová, 1973) pohlíží na žurnalistickou činnost jako na specifickou práci, sestávající z „okamžiků nouze“<sup>38</sup>. Tuchmanová (1972) nicméně svým výzkumem zejména zjistila, že objektivita, ač je deklarována novináři jako dosažitelný cíl, k němuž jim dopomáhají různé nástroje a děje se tak v zájmu publika, ve skutečnosti je rituálem, který má pouze chránit novináře a další zúčastněné před možnými (drahými) soudními spory a jejich následky (finanční následky, ztráta dobrého jména, ad.).<sup>39</sup> Klíčovými subjekty v těchto soudních sporech tak nejsou „všední příjemci zpráv“, ale „dotčení příjemci zpráv“, tedy osoby, kterých se dané obsahy přímo týkají – buď poskytl novináři výpověď nebo článek pojednává o problému, který se jich týká atd. Objektivita tak slouží jako štít před nebezpečími jako nařčení z nadřezování, ze zaujatosti apod., což je logické vzhledem k podstatě objektivitě – buď jste objektivní novinář nebo zaujatý, žádný mezistupeň neexistuje. „*Předpokládají, že pokud každý z reportérů sesbírá a strukturuje „fakta“ v odosobněném, vyváženém stylu, uzávěrky budou dodrženy a soudní spory odvráceny.*“ (1972: 664) Dále

---

<sup>37</sup> Stojí za zdůraznění, že Tuchmanová citovaný text publikovala v roce 1972, kdy většina novinářské práce probíhala v terénu, maximálně u telefonního aparátu. Po více než 40 letech se situace radikálně změnila a časový pres i konkurenční prostředí se zvýšili, čemuž dopomohl mj. internet.

<sup>38</sup> Odkážu zde na pojem Ulricha Becka „riziková společnost“ (Beck, 2018). Sama Tuchmanová popisuje novinářskou profesi jako jednu z těch, která pracuje s takovými nouzemi (tj. riziky) na denní bázi ba dokonce na nich přímo stojí (stejně jako třeba profese hasičská či zdravotnická).

<sup>39</sup> Tuchmanová doslova popisuje, že takový soudní spor by mohl zapříčinit i bankrot redakce, popřípadě by znamenal takovou finanční újmu, že by noviny nemohly působit v takové míře jako doposud. Vzhledem k tomu, že výzkum probíhal v americkém „metropolitním deníku, jehož náklad byl asi 250 000 výtisků“ (Tuchmanová, 1972: 661) musím tuto tezi z dnešního pohledu problematizovat. Hypotetické případy jsou jedna věc, ale v současnosti probíhá (nebo proběhlo) na českém mediálním území několik soudních sporů s vydavatelskými a poškození vysoudili odškodné v řádech milionů korun. Žádná redakce kvůli takovému soudnímu sporu neskončila. Nechci tak kritizovat práci Tuchmanové, spíše poukazuji na hodnoty novinářů, kterým se autorka ve své práci věnovala.

Tuchmanová (1972: 674, 675) poukazuje na určitou synchronnost novinářské práce a všeobecně platného vědění, common sensu – fakta, která nejsou v souladu s common sensem nemohou být otištěna, protože v očích publika by vypadala jako nesmyslná, neověřitelná, neobjektivní. Proto si novináři vytvořili určité postupy (v rámci teorie je popisujeme jako mediální rutiny, více viz např. Shoemakerová, Reese, 1996), které mají zabezpečit, že zpráva bude objektivní (viz také kapitola 1.5.1). *„Zdá se, že postupy při tvorbě zpráv, vyjádřené jako formální charakteristiky novinářských sdělení a novin jsou ve skutečnosti strategiemi, kterými se novináři chrání před kritikou a dokazují tak objektivitu (...)“* (Tuchmanová, 1972: 676) Ač to tak vypadá, tyto strategie nemusí nutně vytvářet objektivitu z několika důvodů: 1) vytvářejí u novináře selektivní vnímání, 2) nesou nesprávné tvrzení, že fakta „mluví za sebe“, 3) nejsou ve své podstatě legitimní a umožňují vyjádřit novinářův názor, 4) jsou svázány s editoriaální politikou konkrétní organizace. Nejen, že jsou procesy tvorby zpráv ritualizované, kategorie zpráv, vytvořené samotnými profesionály tyto lidé nejsou s to uspokojivě definovat, a tak Tuchmanová (1973: 129) říká, že: *„Zpravodajské organizace zpracovávají „zdánlivě“ neočekávané události (viz Tuchmanová, 1973: 117 Table 1, pozn. TH), zahrnující i „stavy nouze“ a katastrofy, díky určité typizaci<sup>40</sup> těchto událostí, která jim umožňuje s těmito událostmi pracovat rutinně, podle „způsobu, jakým se události dějí“.*“ Tuchmanová dodává zamyšlení, že rituální charakter určité činnosti je přítomen vždy, hrozí-li určité riziko, a to nejen v žurnalistické profesi. Objektivní zpravování jako ideál novinářství není výjimkou a zdá se tak, že definovat objektivitu jako rituál je snad pouhou operacionalizací problému, nikoli jeho konceptuálním uchopením.

Minimálně za zmínku stojí i práce Glasgow University Media Group<sup>41</sup>, které se ve stejném období jako David Morley, tedy na konci 70. a počátku 80. let 20. století věnovaly analýzám televizního obsahu. Zatímco Morleyho ale zajímala spíše ideologická stránka dekódování, členové GUMG se zaměřili na podobu zpravodajského obsahu jako takového; zvláštní význam v tomto ohledu pak měly publikace *Bad News* (1976) a *More Bad News* (1980), které byly z vícero důvodů pionýrské – poprvé například byla prováděna analýza zpravodajských

---

<sup>40</sup> Tuchmanová (1973: 115-117) popisuje zásadní (spíše metodologický) rozdíl mezi formálním analytickým pojmem „kategorie“ utvořeným vlastně až ex-post a pojem „typ“ či „typizace“ jakožto „živelním“, rutinizovaným až habitualizovaným a institucionalizovaným zacházením se souborem určitých jevů, vycházející z podstaty věci samotné, z toho, jak se věci dělají. To do značné míry koresponduje nejen se zjištěními Tuchmanové (1972 i 1973), ale zejména s novinářskou praxí.

<sup>41</sup> Výzkumný tým pod hlavičkou Univerzity v Glaskově začal působit v roce 1974. Do týmu výzkumníků můžeme zařadit například Johna Eldridge, Jenny a Seliu Kitzingerovy nebo Grega Phila; více viz Eldridge, 2000.

televizních obsahů v takovém měřítku<sup>42</sup>. Jejich výzkum se mj. zaměřil na to, jak se lišilo v té době zpravování jediných dvou televizních stanic ve Velké Británii – veřejnoprávní BBC (British Broadcasting Corporation) a komerční ITN (Independent Television News). Členové GUMG tak dokázali s užitím velkého množství důkazů popsat, jak jsou zprávy konstituovány jak z pohledu kvantitativního (výběr zpráv, jejich řazení a frekvence), tak také z kvalitativního (narativní konstrukce a vizuální reprezentace). Prvním zjištěním bylo, že mezi oběma stanicemi nepanuje nikterak velký rozdíl v organizaci a výběru obsahu. Naproti tomu, že obě strany deklarovaly výjimečnost a exkluzivitu, užívaly stejné zdroje a stejné narativní konstrukce, dodržovaly tak určitý sdílený kód produkce televizního zpravodajství. Zadruhé, odtud už bylo možné začít mluvit o něčem, co dnes nazýváme mediální rutiny a logika včetně konceptů jako agenda setting, gatekeeping a zpravodajské hodnoty. Jinými slovy, v dané chvíli dokázali popsat, jak jsou události zakódovány, jak probíhá produkce zpráv, na jakých principech. Zatřetí, nyní mohli výzkumníci alespoň částečně popsat, jak probíhá (nebo spíše jak by měla) probíhat percepce zpravodajství u publika. Mohli konstatovat, že na základě určitých profesních žurnalistických postupů, zprávy nevytvářejí zrcadlový odraz světa, ale jistým způsobem jeho kulturně predisponovanou podobu. Začtvrté, si položili otázku: pomáhá způsob vytváření televizního zpravodajství vysvětlit a vyjasnit reálné události ve světě nebo mystifikuje, zatemňuje je a dělá je nejasnými? Samotný počáteční přístup výzkumníků však stál na straně tvrzení, že zprávy nejsou tak objektivní, jak se zdají (ne snad ve smyslu předpojatosti, ale vytváření jiného světa (jiných světů) než toho „reálného“, ze kterého čerpají při tvorbě jednotlivých zpráv), proto Bad News, jelikož, dle členů GUMG by zprávy mohly být „lepší“, takové, které by více odpovídaly každodennímu světu publika. A zapáté, výsledkem byla skepse vůči obecnému common senseovému tvrzení, že existuje něco jako objektivní zprávy a něco jako předpojatost. Výsledkem výzkumu tak byla nakonec snaha spíše ukázat, jaké prostředky se ve snaze o objektivní zpravování užívají. Závěry výzkumných zpráv byly v dotčených kruzích přijaty velmi nevráživě, když například konkrétní novináři výsledky brali jako útoky na jejich profesní integritu. Práce (More) Bad News tak ukázaly, že se na zpravodajský obsah musíme dívat úplně jinak – ne jako co nejuvěrnější obraz reality kolem nás, který se zaštiťuje objektivitou práce těch, kteří jej tvoří, ale jako na specifický diskurz, který je ze své podstaty sociálně determinován a pojem objektivita (ač ten středem práce skupiny

---

<sup>42</sup> Šlo o 5 měsíců zpravodajského obsahu analyzovaného kvantitativní obsahovou analýzou, dále byly prováděny i interview i zúčastněné pozorování.



GUMG nebyl) musíme začít chápat ve zcela jiném kontextu, než jak jsme jej definovali doted', tedy jako dosažitelnou, žádanou a zásadní vlastnost zpravodajského obsahu.

## 2 Vybraný model komunikace a další teoretické předpoklady výzkumu

V první části práce jsem se snažil v co největším okruhu nastínit vědy a vědní disciplíny, z jejichž pozice můžeme pohlížet na termín objektivitu. Učinil jsem tak vzhledem k tomu, že daný pojem je ústředním bodem výzkumu, popsaného níže. Většina 20. století byla v rámci mediálních studií ovlivněna dvěma dominantními přístupy k popisu účinků médií: první linkou výzkumů vedla představa tzv. onnipotenčních médií a jejich účinků, které média mají na publikum. Předmětem výzkumů tak bylo, co dělají média s publikem? V polovině 20. století přichází myšlenka zcela opačná – publikum, individualizované (spíše v psychologických intencích) může mediální obsahy interpretovat dle vlastní libovůle, původce zprávy nemá naprosto žádnou kontrolu nad tím, jak bude jeho zpráva dekódována a jaké tím pádem bude mít účinky. Model, který by dokázal popsat jak intence původce zprávy (kódování zprávy), tak proces nejednoznačného příjmu zprávy (dekódování), představil v roce 1973 Stuart Hall<sup>43</sup>. Komunikační model (de)kódování byl pro zaměření Centra pro současná kulturní studia (CCCS) typickým, neboť dokázal popsat jak to, jak je ideologie vpravována do mediálních obsahů, tak to, že různorodé kulturní prostředí může mít vliv na to, jak dané zprávy bude publikum přijímat a chápat, a také na základě nich i posléze jednat. Nejvýznamnější empirickou prací, která se snažila platnost tohoto teoretického modelu komunikace testovat, byl soubor textů. tzv. Media Group CCCS s označením The Nationwide Project. Vedoucím pracovníkem projektu Nationwide byl zvolen David Morley, který v letech 1975 a 1976 provedl výzkum podvečerního zpravodajsko-publicistického pořadu BBC The Nationwide. V roce 1978 je publikována první část výzkumu – Everyday Television: Nationwide, kde Morley společně s Charlotte Brunsonovou analyzovali vybrané části pořadu Nationwide z textuálně-analytického hlediska, více viz 2.2.1. O dva roky později, 1980, vydávají i druhou část projektu: The Nationwide Audience – Structure and Decoding, kapitola 2.2.2. Už z názvu je patrné, že zatímco první část tzv. The Nationwide Television Studies se zaměřila na část kódování obsahu na straně vysílatele, část druhá se soustředila na publikum a dekódování zakódovaného obsahu.

---

<sup>43</sup> Profesor a výzkumný pracovník v Centru pro současná kulturní studia (CCCS) při Univerzitě v Birminghamu

## 2.1 Hallův model kódování a dekódování

V roce 1973 Stuart Hall představil v pravidelném sborníku prací Birminghamského CCCS stať Encoding/Decoding (někdy uváděnou s podtitulem „in the Television Discourse“), která nastavila zcela nové paradigma vědeckého zkoumání mediální komunikace a jejích účinků. Zatímco omnipotenční teorie médií byla technicistní a teorie „uses and gratification“ psychologizující, Hallův koncept (de)kódování stojí na sémiotických základech; proto také označení nového paradigmatu jako interpretativní či sémiotické.

Hallův model obsahuje čtyři klíčové fáze komunikačního procesu: produkce (zakódování události do podoby zprávy), cirkulace (využití znakových prvků k rozšíření zprávy, její sdílení), distribuce/konzumpce (nejen samotné přijetí zprávy, ale její pochopení, způsob čtení<sup>44</sup>) a reprodukce<sup>45</sup>. Každá z fází není samostatně fungující jednotkou, ale komplexní, nedělitelnou strukturou – komunikace je úspěšná jen pokud všechny její části jsou úspěšně naplněny; mohou však být naplněny rozličnými způsoby. *„Produkce a percepce televizní zprávy tak nejsou identické děje, ale jsou propojené: jsou to oddělené momenty, existující v rámci totality formované sociálními vztahy komunikativního procesu jako celku.“* (Hall, 2005: 119) Hlavní roli v tomto modelu hraje samozřejmě to, co je jím přenášeno. U Halla jsou to v souladu s výše nastoleným sémiotickým paradigmatem *„význam a zprávy ve formě znakových nosičů specifického druhu, organizovaných, stejně jako jakákoli jiná forma komunikace nebo jazyka, skrze operace kódů uvnitř syntagmatických řetězců diskurzu.“* (Hall, 2005: 117) Hall představuje svůj model (mediální) komunikace na příkladech televizního diskurzu ze dvou důvodů: 1) televize se tehdy stává dominantním médiem a je tudíž příznačné aplikovat u ní nejnovější vědecké teorie a 2) televize je vhodným příkladem, na kterém může Hall vysvětlit, že jeho teorie není platná pouze v rámci verbálního diskurzu, ale i diskurzu obrazového a že mezi verbální stránkou a obrazovou stránkou zprávy v jádru nejsou až takové odlišnosti, jak by se na první pohled mohlo zdát (srov. Lapčík, 2012). Hall také vypočítává základní předpoklady sémiotického přístupu k analýze (či vůbec chápání) médií – *„Události mohou být označovány v rámci zvukově-vizuální formy televizního diskurzu. Ve chvíli, kdy se historická událost stane souborem znaků (a to je v rámci jakékoli komunikace vždy, pozn. TH) daného diskurzu, stane se subjektem komplexních formálních „pravidel“ daného jazyka.“* (Hall, 2005: 118) Jak dále popisuje, je to diskurz a jeho pravidla, díky kterým komunikace dostává smysl a jsou to

---

<sup>44</sup> Nadále budu užívat pojmu „čtení“ v intencích Hallova „reading“, tedy ne pouze jako skutečné čtení textu ale jako komplexní činnost příjmu mediovaného sdělení a jeho (kritickou) percepci.

<sup>45</sup> Z orig. production, circulation, distribution/consumption, reproduction (Hall, 2005: 117).

dekódované významy, které „mají efekt“. Představuje také schéma svého modelu (viz obr. 3) a ukazuje na něm, jak rozdílné mohou být determinanty, které ovlivňují jak zakódování zprávy, tak dekódování, a tak může vznikat asymetrie v rámci komunikačního aktu. „*To, co nazýváme „zkreslení“ nebo „nedorozumění“ vychází přesně z nedostatku ekvivalence (zvýraznění SH, pozn.) kódů mezi dvěma stranami komunikační výměny.*“ (Hall, 2005: 120) Ve stati se také hlásí k paradigmatu jazykového relativismu/determinismu, když říká, že „*Realita vně jazyka existuje, je ale nepřetržitě mediována jazykem a skrze jazyk: a to, co můžeme znát a říci, musí být produkováno v rámci diskurzu a skrze diskurz.*“ (Hall, 2005: 121) Zabývá se také vztahem naturalizace určitých kódů v tom smyslu, že takové kódy, které se nám zdají přirozené a denotativní jsou ve skutečnosti natolik rozšířenými, sdílenými a habitualizovanými kódy, že je velmi těžké je nevnímat jako ovlivněné diskurzem, ve kterém fungují. Takovéto naturalizované kódy umožňují nicméně vytvořit ekvivalenci v rámci komunikačního aktu a jsou tak často ideálním a vyhledávaným nástrojem producentů (zvláště mediálních) sdělení. Zároveň objasňuje, že kategorie konotace/denotace jsou velmi užitečnými analytickými nástroji, nejsou však jakýmsi odrazem/popisem skutečnosti, nýbrž právě uměle vytvořenými kategoriemi. Díky pojmům konotace/denotace tak můžeme, podle Halla, identifikovat ideologicky činné prvky jazyka. Ne nepodobně jako Barthes objasňuje, že „*Je to konotativní úroveň znaku, kde působí aktuálně převládající ideologie a ovlivňuje tak proces označování. Na této úrovni můžeme jasně vidět aktivní intervenci ideologie v a na diskurz: zde je znak otevřen novým akcentům (...).*“ (Hall, 2005: 122) Ještě více a zřetelněji tento princip platí u vizuálních znaků, naráží tak právě na televizní diskurz a zvláště reklamu. Tyto konotativní úrovně referují k „*významovým mapám*“ (Hall, 2005: 123), které jsou základními kameny jakékoli kultury a společnosti, jelikož zdánlivě na přirozeném zobrazování externí, skutečné vnější reality vytvářejí sociální, tedy platnou realitu. Takovýto přístup nicméně nesmíme chápat jako bezbřehý pluralismus, kde neexistuje dominantní struktura, ale jen výčet možností. Aby společnost mohla fungovat (a zdá se, že funguje), je potřeba, aby existoval daný diskurz. Jak uvádí Hall, konotativní kódy si nejsou rovny, vždy existuje v rámci různých kultur určitý stupeň blízkosti některých významů – vytváří se tak „*dominantní kulturní kód*“ (ibidem). „*Různé oblasti společnosti se zdají být vytyčeny v rámci diskurzivních domén, hierarchicky uspořádaných do dominantního nebo preferovaného čtení (zvýraznění SH).*“ (ibidem) Právě tyto dominantní struktury vytvořené dominantními kódy jsou ideologickými institucionalizovanými vzory (mediální) komunikace, které nám říkají jak to, co věci znamenají, tak to, jak máme jednat a čemu máme věřit, tak také to, co o světě kolem sebe víme či vědět můžeme, jak věci fungují, proč tak fungují a co by se stalo, kdybychom to chtěli změnit.

Hall upozorňuje, že v komunikačním procesu skutečně může dojít k nedorozumění či nepochopení, uvádí ale, že zvláště u mediálních producentů se toto nepochopení často plete s tím, že producent cítí, že recipient nepochopil zprávu tak, jak chtěl producent – nebyl tedy dodržen standardní proces a recipient (dekodér) se odklonil od preferovaného čtení. Jakkoli je konečné dekodování činností ryze individuální, vykazující velké či malé, ale vždy nějaké odchylky od preferovaného čtení, vždy existuje (musí existovat, aby byl naplněn komunikační potenciál) určitá úroveň reciprocit mezi momentem kódování a dekodování. Na základě této argumentace pak Hall představuje tři (čtyři) „hypotetické pozice, ze kterých můžeme konstruovat dekodování televizního diskurzu“ (Hall, 2005: 125). Jsou to:

- Dominantně-hegemonická pozice – dekodující se pohybuje v rámci dominantního kódu; jde o případ „perfektně transparentní komunikace“.
  - Hall definuje dílčí část dominantní pozice, vytvořenou profesionálním kódem – je aktivní vždy, když profesionální mediální kodér zakóduje zprávu, která ale již je výsledkem hegemonické semiózy. Jinými slovy, jde o profesionální (de facto také profesní) kód, který je užít tehdy, když mediální profesionál vytváří mediální obsah referující o nějakém aspektu sociální reality (tedy téměř vždy). Zároveň jsou ale tyto profesionálové na dominantním kódu, a tedy dominantní ideologii značně nezávislí, protože užívají vlastní kritéria a metody (zvláště technického rázu) a zpravují o dominantní i alternativní struktuře sociální reality. To je důležitý moment pro tuto práci, zabývající se objektivitou<sup>46</sup>, Hall totiž říká: „*Jak jsou mediální profesionálové schopni pracovat oběma způsoby: tedy užívat jak jejich vlastní „relativně nezávislé“ kódy, tak jednat ve prospěch (reprodukce) hegemonického označování událostí? Jde o komplexní problém (...). Musí být uvedeno, že mediální profesionálové jsou propojeni nejen institucionální pozicí sebe sama jako „ideologického aparátu“, ale také jako struktura přístupu (tj. systematické zpřístupňování určitých elitních jedinců a jejich „definici situace“ v televizi).*“ (Hall, 2005: 126)
- Vyjednaná pozice – většina publika rozumí adekvátně tomu, co a jak je sdělováno zejm. v abstraktním, globálním měřítku, nesdílí ale stejný kód (zkušenosti se sociální realitou

---

<sup>46</sup> Neobjektivita zpravodajsko-publicistických sdělení tak často může být pouze odchylkou v ekvivalenci kódů kodéra a dekodéra. Zároveň kritika ze strany publika, že jsou tyto obsahy neobjektivní může být zapříčiněna jednoduše tím, že nereferejí o podobě (hegemonicky) platné reality, ale o její podobě z pohledu alternativní ideologie.

situovanou, konkrétní). Je ovlivněn zejm. nerovným přístupem k a do diskurzu a rozdílnou logikou fungování moci.

- Opozitní pozice – publikum perfektně rozumí tomu, co je na denotativní i konotativní úrovni znaků sdělováno, globálně ale zprávu užívá/čte v naprosto odlišném ideovém (ideologickém) rámci. Detotalizuje hegemonický kód zprávy, aby jej retotalizoval ve svém vlastním referenčním rámci (Hall, 2005: 127).

### 2.1.1 Problém objektivit podle Hallova modelu

Stuart Hall tak nabízí analytický nástroj, který dokáže identifikovat ideologické prvky mediálních obsahů a následně je hledat i v interpretacích publika a zjistit tak, nakolik je či není určitá komunikace efektivní nebo jaký je její záměr. Toho využil David Morley, když v rámci dané politické situace Velké Británie 70. let 20. století testoval Hallův model na publiku pořadu BBC Nationwide – viz kapitola 2.2. V této teoretické části práce využiji Hallův komplexní přístup k mediální komunikaci, abych zjistil, jak publikum (ne)přebírá (ne)objektivní charakter zpráv. Z pohledu žurnalisticko-analytického se musíme na tomto místě zeptat – Na čí straně se nachází odpovědnost za objektivitu zpravodajství? Na producentovi – enkodérovi? Nebo na recipientovi – dekodérovi? Na první pohled je jasné, že aby mohla být zpráva pokládána za objektivní (v žurnalistickém slova smyslu), musí být tyto nároky kladeny na ty, kteří zprávu vytváří, tedy mediální profesionály. Objektivitu bychom dokonce mohli zařadit mezi prvky, znaky dominantního kódu profesionálního (profesního). Nicméně, jak popsal Hall, aby mohla být zpráva dekódována tak, jak by si producent představoval (tedy v tomto hypotetickém případě jako objektivní), musí nastat ekvivalence mezi kódy producenta a recipienta, musí oba náležet ke stejnému diskurzu. To ale není do značné míry možné právě kvůli užívání různých kódů. Za léta etablování novinářské činnosti jistě došlo do jisté míry k naturalizaci vztahu mezi profesionálním kódem mediálních producentů a jejich publikem<sup>47</sup> stále jsou však prvky, které publikum nemůže vidět a rozumět jim, dokud daný jedinec publika nebude mít znalosti profesionálního kódu<sup>48, 49</sup>. Nyní ale musím položit ještě jednu otázku – je objektivita antiideologická? Pokud by byla, stála by tak mimo dominantní kód a nebylo by

---

<sup>47</sup> Lapčík (2012: 16,17; pozn. pod č. 16) pojmenovává tento jev diskurzivizace.

<sup>48</sup> Takovými prvky se zabývá například celá teorie tzv. mediálních rutin. Tyto poznatky nejsou nedostupné, nicméně široká společnost (můžeme užít i pojem veřejnost) v nich sále nemá úplný přehled – zde už mluvíme o jisté mediální gramotnosti (viz kapitola 2.3).

<sup>49</sup> Ponechme stranou otázku, zda by poté byl profesionální kód stále ještě profesionálním, rozuměla by-li mu většina společnosti/publika. Nejde podle mě jen o žurnalistické rutiny, které by měly být součástí mediální gramotnosti širší veřejnosti, ale o mnohdy habitualizované procesy a dokonce nevědomé vlivy, které utváří profesionální žurnalistický kód v pravém slova smyslu, ve své komplexnosti. Konkrétně může jít například i o osobní vztahy mezi novináři, vztahy v rámci mediální organizace, vnitřní neveřejné předpisy, nepsaná pravidla redakcí apod.

možné ji inkorporovat do úspěšné komunikační události. Pokud by nebyla, není pak objektivitou tak, jak ji chápeme v žurnalistickém slova smyslu – viz kapitola 1.5.1, protože právě antiideologičnost je podstatou objektivitu (tj. prezentovat různé názory a pohledy, nestránit, vyvažovat názory atd.).

## 2.2 Empirický výzkum Davida Morleyho

Jak jsem popsal již v úvodu kapitoly 2, David Morley byl součástí týmu mediální skupiny při Centru pro současná kulturní studia, která dostala za úkol popsat mediální pokrytí či spíše porozumění mediální realitě publikem, prezentované v britských médiích. Tehdejší politická a socioekonomická situace nebyla ve Spojeném království stabilní. Období 70. let bylo satureováno zejm. problémy v těžebním průmyslu a na to navazujícími stávkami horníků a dalších příbuzných dělnických profesí. To vedlo mj. k vyhlášení stavu „národní nouze“ a omezení dodávek elektřiny na tři dny v týdnu a konečně i k předčasnému vyhlášení voleb. Mezi největší stávky řadí Morley ty z let 1972 a 1974. Tato situace navodila atmosféru i v samém CCCS, kde studenti protestovali za to, aby se současný stav společnosti začal i vědecky zkoumat v zázemí tradice CCCS, tedy institutu silně ovlivněného marxistickou teorií a na ni navazujícími teoretiky ideologie – Louistem Althusserem a Antoniem Gramscim, ale také sémiotikou Umberta Eca a Rolanda Barthese.

Právě zaměřením na média jako ideologický aparát v intencích tzv. ISA<sup>50</sup> a ne na zpravodajství skrze teorii zpravodajských hodnot byl originální a vítaný. Stejně tak nepanovala v CCCS široká shoda na tom, že by se měl tým kolem Morleyho zabývat právě pořadem Nationwide, který nepatřil mezi ryze zpravodajské programy a současníci by jej zařadili spíše do odlehčené, syžetové publicistiky. Právě koncepce pořadu byla vhodným objektem ke studiu Gramsciho hegemonie v praxi. Onen odlehčený, regionální étos pořadu byl určen méně náročnému publiku a mj. stavěl na jednoduchosti a přímočarosti bez složitých větných konstrukcí a zatěžování diváků údaji a statistikami. Jinými slovy, snažil se působit na diváka a jeho „selský rozum“, který je v pojetí Antonia Gramsciho jedním z pilířů hegemonie<sup>51</sup>. Celý projekt se potýkal také s nedostatkem financí a lidských zdrojů – ačkoli byli do konzultací zvláště druhé části projektu

---

<sup>50</sup> Koncept ISA – ideologických státních aparátů Louise Althussera přímo souvisí s autorovým chápáním ideologie. ISA jsou společenské, politické instituce, skrze které stát kontroluje a determinuje chování a jednání svých obyvatel a vytváří tak ideologický status quo. Více viz Althusser, 1971.

<sup>51</sup> Autoři pak popisují, že diváci popisují daný pořad jako oblíbený a zábavný, ale v podstatě „o ničem“. Morley argumentuje ve druhé části (The Nationwide Audience), že právě tato charakteristika vede k uvědomění si, že program znázorňuje „to přirozené“, tedy to, co se nevymyká tzv. selskému rozumu; v konečném důsledku je tak zdrojem hegemonické moci, více viz kap. 2.2.2.

pravidelně přizývání i ostatní členové Media Group, včetně Stuarta Halla, veškerou teoretickou i empirickou vědeckou činnost provedli sami David Morley a Charlotte Brunsonová.

### 2.2.1 Everyday Television: Nationwide

Jak bylo řečeno výše, první část projektu nesla název Everyday Television: Nationwide, zpracovával jej Morley společně s Brunsonovou, zabývala se textuální analýzou obsahu pořadu Nationwide a publikována byla v roce 1978. Samotný televizní pořad Nationwide BBC vysílala od roku 1966<sup>52</sup> do roku 1983 jakožto zpravodajsko-publicistický, odlehčený program, který měl být odpovědí na kritiku BBC, že neposkytuje onu „veřejnou službu“ ve smyslu pokrytí a prezentace regionů a je příliš centralistická, metropolitní a londýnská. Jak si ale všímají Morley s Brunsonovou: „(...) v programu jsou obvykle užívány odkazy na regiony směrem z Londýna a jsou tak užívány k naplnění regionálního prvku zprávy, která má celonárodní důležitost; regiony samy většinou zprávy (orig. – stories) neiniciují.“ (Morley, 2005: 27) Jak dále autoři popisují, Nationwide obsahuje zpravidla kratší reportáže/zprávy, ne delší než 10 minut<sup>53</sup>, složených z lehčích a závažnějších událostí. Ty závažnější údajně slouží k udržení diváckého zájmu. „(...) regionální variace jsou řízeny z centrálního studia v Londýně. Londýn je absentujícím regionem, neviditelným nositelem národní jednoty. Technicky i ideologicky je srdcem programu.“ (ibidem) Dále Morley charakterizuje pořad zařazením do programové skladby jako vhodný či vyrobený na míru podvečernímu času, kdy nastává ve vysílání přelom mezi programem pro děti a hlavní večerní zpravodajskou relací. Podle Morleyho je diskurz Nationwide poměrně jasný – snažit se události prezentovat jasně, stručně, vystihnout hlavní, pro diváky v dané lokalitě či sdílící stejné obavy a hodnoty, myšlenku. V rámci Everyday Television: Nationwide Morley s Brunsonovou analyzovali sumu 29 dílů pořadu a 182 jednotlivých příspěvků<sup>54</sup> mezi lety 1975-1977. Šlo o textuální a diskurzivní analýzu, využívající mix konkrétních přístupů, nicméně jak jsem uvedl výše, jednalo se zejména o techniky stojících na identifikaci jednotlivých lingvistických prvků, přičemž inspiraci autoři hledali zejména v sémiotice Rolanda Barthesa a teorii ideologie Louise Althussera. Mezi konkrétní příklady analýzy můžeme uvést například analýzu odkazů,

---

<sup>52</sup> Morley s Brunsonovou uvádějí rok 1966 (Morley, 2005: 25), nicméně databáze IMDb uvádí jako rok vzniku pořadu rok 1969 ([cit. 8.3.2019] dostupné z: <https://www.imdb.com/title/tt0199252/>) a stejně tak dataci 1969 uvádí oficiální dokument BBC z roku 1991, věnující se právě reflexi pořadu Nationwide ([cit. 8.3.2019] dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=E2OSXHORIEg>, čas 1:19).

<sup>53</sup> Pokud bychom brali Nationwide jako čistě zpravodajský pořad, z dnešního pohledu formulace „kratší reportáže, ne delší než 10 minut“ působí neuvěřitelně, vzhledem ke standardní délce reportáží nejen v českém prostředí mezi dvěma a třemi minutami. Nicméně, musíme brát v potaz odlišný profil pořadu, který má splňovat spíše publicistické charakteristiky. V tomto ohledu bychom mohli Nationwide srovnávat spíše s pořadem 168 veřejnoprávní České televize a zde by délka reportáží kolem 12 minut byla standardem.

<sup>54</sup> Autory označované jako „items“.

intertextuality a oslovení, přičemž sami autoři zvýrazňují například roli osobních zájmen atd. Zvláštní pozornosti pak z blíže nespecifikovaných důvodů stal díl Nationwide z 19. května 1976<sup>55</sup>. Hlavním cílem analýzy bylo pokusit se identifikovat tzv. preferované čtení (viz kapitola 2.1), tedy jakousi ideologickou (ne nutně v pejorativním slova smyslu) nosnou linku vysílání, či intence vysílatele<sup>56</sup>.

Jak také uvádí autoři, inspirovaní Barthesem, program předkládá divákům „mýtus národa dnes“ (Morley, 2005: 108). Studie také poukazuje a to, že analyzované relace jsou ideálním právě pro přenos common-sense v tom ohledu, že odlehčený televizní publicistický pořad může ukazovat právě takový svět „jaký se zdá“, ne „jaký skutečně je“. Výborně tak odpovídá potřebám Nationwide jakožto odlehčeného, až zábavného pořadu, a zároveň je na něm možné pro Morleyho a Brunsonovou analyzovat a ukázat, jak je ideologie/hegemonie a jejich privilegovaně zakódované zprávy možné či nemožné číst jinak než dominantně. Ideologii pak rozumí autoři: „ne jako co je skryto a zamlčené, ale přesně opačně to, co je spíše otevřené, zřejmé a manifestní (...)“ (Hall, 1977: 325<sup>57</sup> In Morley, 2005: 113)

V části *Everyday Television: Nationwide* tak Morley s Brunsonovou identifikují konkrétní sémiotické, rétorické i organizační nástroje realizačního týmu pořadu Nationwide, díky kterým jsou moderátoři, redaktoři i vedení stanice schopni produkovat takový program, jaký produkují; tedy obsahově jednoduchý až zábavní, soustředěný na publicistiku regionů Velké Británie, ale přitom (ať už úmyslně či nikoli) vytvářející určitý ideologický obraz reality, jako bychom mohli konstatovat u jakéhokoli jiného audiovizuálního (zpravodajského) díla. V rámci této diplomové práce jsem uvedl i tuto, první, část projektu Nationwide, nicméně je zde spíše pro doplnění obrazu o Morleyho práci a nastínění výzkumné pozice spíše než, pro demonstraci „vzorového“ případu. Tato část Morleyho práce je zde uvedena spíše pro koherentnost textu než pro benefity, které by mohla přinést výzkumu v této práci, který se nebude zabývat analýzou obsahu, ale publika.

## **2.2.2 The Nationwide Audience (Structure and Decoding)**

Zatímco první část výzkumného projektu Nationwide zpracovával David Morley společně s Charlotte Brunsonovou, tu druhou už vedl výhradně sám Morley, ačkoli přiznává kredit také

---

<sup>55</sup> Stejný díl byl pak logicky využit i v druhé části výzkumu, tedy *The Nationwide Audience*.

<sup>56</sup> Morley užívá jako označení těch, jak konkrétních, tak institucionálních osob a funkcí, pojmu „team“ (tým) a zahrnuje tam jak „vedení televize“ či pořadu, tak hlavně moderátora a jednotlivé zpravodaje; team jsou ti, kteří se jakýmkoli způsobem podíleli na přípravě pořadu.

<sup>57</sup> Hall, 1977.



ostatním členům CCCS Media Group, jako v části první. Pokud práce *Everyday Television: Nationwide* měla za cíl identifikovat zakódované preferované čtení nebo privilegovanou interpretační linii pořadu<sup>58</sup>, pak *The Nationwide Audience* byla zaměřena na publikum a to, zda tito diváci skutečně čtou, reflektují daný pořad a jeho obsah tak, jak zamýšleli jeho tvůrci, tedy v dominantním kódu, či nikoli, a zda mají vliv na způsob tohoto čtení různé demografické, ekonomické, sociální a kulturní determinující proměnné.

V úvodu Morley vysvětluje aplikaci modelu komunikace Stuarta Halla. Konkrétně uvádí, z čehož budu vycházet i já při výzkumu v této práci, že 1) konkrétní událost může být zakódována do podoby zprávy mnoha způsoby; 2) zprávu lze vždy v rámci sociální komunikace dekodovat mnoha způsoby. Samozřejmě v nich můžeme identifikovat určité privilegované významy (viz kapitola 2.2.1), ty ale nikdy nevytváří dokonalý celek jednoho „typu čtení“. 3) Samotné zvýznamňování určitých prvků zprávy je stejně problematické, jako přisuzovat konkrétní zprávě jeden daný význam v rámci jednoho převládajícího čtení. (Morley, 2005: 129) Morley tak konstatuje, že jakoukoli zprávu nemůžeme chápat jako předem danou sadu významů, jako jeden „unilaterální“ znak (odkazuje tak na teorie omnipotenčních médií<sup>59</sup>), ale ani jako disperzní, neukončený klastř významů, ze kterého si každý divák vytáhne, co se mu (ne)líbí<sup>60</sup>. Chápe tak zprávu jako potenciál, jehož jednotlivé prvky se zvýznamňují až podle toho kdo, a za jakých okolností je zpráva čtena. Potenciál ale neznamená bezbřehost, ale již nějaký předdefinovaný soubor, ze kterého je možné vybírat, Morley zprávu označuje za „strukturovanou polysémii“ (ibidem). Hlavní premisou výzkumu je, že ne individuality (samozřejmě do určité míry ano), ale (sub)kulturní skupiny jsou hlavním nositelem faktorů, které ovlivňují to, jak bude zpráva dekodována, pochopena a jaké bude mít její příjem důsledky, efekty<sup>61</sup>. Problémem, který se Morleymu nicméně nepodařilo úplně vyřešit, byla interference různých diskurzivních struktur a vazeb, ve kterých se pohybuje zkoumané publikum. Různé

---

<sup>58</sup> Ačkoliv se mi nepovedlo dohledat žádné relevantní reference k první části výzkumu (kromě součásti publikace Morley, 2005: 303, „References“), fakt, že sám Michael Barratt, moderátor pořadu, se vůči těmto závěrům poměrně ostře ohradil, znamená to, jak už to u takových prací bývá, že pokud Morley s Brunsonovou netrefili přímo střed terče, ocitli se se svým hodnocením dostatečně blízko.

<sup>59</sup> Viz např. Lasswell, 1935.

<sup>60</sup> Zde odkazuje na soubor teorií „uses and gratification“.

<sup>61</sup> Takovýto přístup musím vyjasnit: jednak vychází z výzkumné tradice CCCS (tedy inspirace Marxem, Benjaminem, Barthesem aj.), kde hraje velkou roli chápání ideologických struktur společnosti zkoumané zejména skrze třídní (Marx) a posléze (sub)kulturní (tzv. Frankfurtská škola a francouzská sémiotika) agregáty. Jednak musíme Morleyho argumentaci chápat z praktického hlediska, kdy studium dekodování zpráv různými způsoby stojí na vztažení recepce mediálních obsahů k většímu celku, než individuou právě z výše zmíněných „ideologických“ důvodů. Výzkum v rámci této práce s podobnými problémy nepracuje, jelikož není jeho primárním zaměřením ideologická podstata zpráv, ale jiná jejich kvalita – objektivita.

kulturní kódy zasahují do čtení zprávy a ovlivňují tak právě to, co se Morley rozhodl zkoumat, tedy zda příslušnost v určité kulturní či sociální skupině ovlivňuje, jakým způsobem čtete danou zprávu. Morley se snaží problém vyřešit teoreticky tím že konstatuje, že při analýze nemůžeme vycházet z čistě textuálního aspektu zprávy, ale musíme vzít v potaz prostředí a podmínky, za kterých je publikem přijímána a dekodována; publikum je tak ovlivňováno ekonomickými, politickými a ideologickými faktory. (Morley, 2005: 138) Dále také Morley poukazuje na to, abychom jeho hypotézu nezjednodušili: „*Je samozřejmě neadekvátní prezentovat demografické/sociologické faktory – věk, pohlaví, rasu, třídní zařazení – jako objektivní koreláty nebo determinanty rozdílného způsobu dekodování, aniž bychom se nepokusili specifikovat jak (zvýraznění DM) intervenují do procesu komunikace.*“ (Morley, 2005: 139)

Vlastní Morleyho výzkum probíhal na vzorku 18 a 11 skupin, převážně studentů učilišť, středních škol, vysokých škol, ale také zástupcům obchodní komory („trade union“) a stážisty centra pro menežment, a probíhal metodou „*focused interview*“ (Morley, 2005: 154). Prvním 18 skupinám, které obsahovaly 2 až 13 informantů (viz Příloha 1<sup>62</sup>) pustil Morley díl pořadu Nationwide z 19.5.1976, tedy díl, který byl Morleym a Brunsonovou analyzován v první části výzkumného projektu Nationwide. Druhým skupinám, obsahujícím od 2 do 9 informantů (viz Příloha 1 – šlo zejm. o studenty nebo praktikující z oborů ekonomiky), prezentoval speciální vydání Nationwide Budget Special z 29.3.1977. Každé skupině přitom přehrál jeden z dílů a řídil následnou diskuzi o tom, co informanti zhlédli, která trvala kolem 30 minut. Diskuze byly nahrávány a transkripty analyzovány s pomocí poznámek z průběhu diskuzí. Hlavní prací bylo srovnání analýzy Nationwide s reakcemi na dané jednotlivosti z pořadu v rámci skupin. Morley tak dokázal identifikovat, kde se dekodované významy shodují s těmi intencionálně zakódovanými a zhodnotit, k jakému typu „Hallová“ čtení dochází – dominantnímu, vyjednanému nebo opozitnímu. Morley upřesňuje co bylo cílem jeho výzkumu, totiž zjištění, zda dekodování závisí na 1) základních sociodemografických ukazatelích jako věk, pohlaví, rasa, a socioekonomická třída; 2) členství publika v rozdílných formách kulturních rámců

---

<sup>62</sup> Přílohou 1 je tabulka, kterou zpracoval David Morley, aby tak schematicky demonstroval složení jednotlivých skupin dle školy, kterou daná skupina jedinců studovala, dále jsou přítomny determinanty jako rozmezí věku informantů ve skupině, jejich rasa, pohlaví, kurz, ve kterém se skupinou byl pořízen rozhovor, stručná charakteristika studovaného oboru/budoucí povolání a zařazení do ekonomických tříd.

Jediným vodítkem, proč byly vybrány tyto specifické skupiny je tabulka v příloze 2, tedy výsledky kvantitativního šetření BBC, které ukazuje zastoupení jednotlivých segmentů obyvatelstva v publiku pořadu Nationwide. I tak ale zůstává nezodpovězenou otázkou, proč Morley vybral výhradně studenty jakožto informanty. Sice naznačuje, že by to mohlo být hlavně proto, že studenti, zvláště přímo v hodinách, tvoří víceméně ustavenou sociální strukturu – skupinu, což by odpovídalo potřebám výzkumu. Další výhradou může být zvolení vzorku i ve vztahu k průzkumu BBC: zatímco v Morleyho vzorku je poměr žen a mužů asi 62:38, v publiku je tento poměr 54:46 a v reálné populaci Británie v roce 1970 pak zhruba 52:48.

a jejich identifikací (formální (politická strana) i neformální (subkulturní skupiny)); 3) tématu (zvláště s důrazem na rozlišení „témat, která se nás týkají“ a těch, která až tolik ne či vůbec; to může znamenat také, zda se liší dekódování zprávy, pokud byl recipient sám účasten reálné a následně mediované události<sup>63</sup>); 4) kontextu (tento determinant autor nezkoumal<sup>64</sup>).

Závěry Morleyho výzkumu jsou považovány za minimálně nejednoznačné; možná také kvůli určitým nedostatkům v metodě/vzorku. Nicméně dle Morleyho „učňové, školáci a manažeři jsou skupinami, které se ve svém dekódování pohybují nejbližší dominantnímu kódu programu“ (Morley, 2005: 266). Dále autor nerozřazuje jednotlivé skupiny kategoricky do tří oddílů, odpovídající třem druhům čtení, ale spíše na stupnici dominantní čtení – vyjednané – opozitní. Upozorňuje, že evidentně nezáleží pouze na ekonomické třídě, ale vždy na kombinaci třídního postavení s konkrétními (až individuálními) diskurzy. Také objasňuje, že nenašel spojitost mezi politickou orientací a způsobem dekódování zprávy. Morley představuje vhodně zvolený schematický rozbor zjištění jeho výzkumu – viz obr. 2 a také rozřazení jednotlivých skupin do klastrů, náležejících formám jednotlivých třech typů dekódování – viz příloha 3. Morley tak konstatuje, že „*Sociální pozice v žádném případě přímo nekoreluje s dekódováním. (...) Všichni sdílejí obecnou třídní pozici, ale jejich dekódování jsou ovlivněna různými směry diskurzy a institucemi, ve kterých jsou účastni.*“ (Morley, 2005: 269) Morleyho výzkum z naší současné perspektivy hodnotíme spíše jako neúspěšný, ve smyslu (ne)potvrzení platnosti teoretického Hallova modelu (de)kódování empirickým výzkumem. Nesmíme nicméně zanedbat jeho podíl na ustanovení nového výzkumného paradigmatu – interpretativního. Také jeho přístup z pohledu zkoumání publika ovlivnil nejednu generaci. V rámci této práce se budu soustředit na využití poznatků zvláště z druhé části projektu Nationwide, vzhledem k tomu, že nemám v úmyslu analyzovat konkrétní mediální obsah. Zatímco Morley hledal korelaci mezi sociálním statutem a „vnímáním ideologie“ konkrétního pořadu, tato práce bude zkoumat publikum z toho hlediska, co vlastně v mediálních (zpravodajsko-publicistických) obsazích hledají. To ovšem neznamená, že bych rezignoval na snahy o napodobení Morleyho modelu ve smyslu hledání korelace proměnných – vlastností a charakteristik jednotlivých členů publika a jejich odpověďmi.

---

<sup>63</sup> Morley ve své době už musel vědět o studii na toto téma od Langa a Langové (1953), kteří potvrdili, že lidé danou událost vnímají jinak, jsou-li jí osobně přítomni nebo ji vnímají pouze zprostředkovaně, skrze média. Autor se však o této studii ani nezmiňuje.

<sup>64</sup> Morley lituje, že z organizačních a časových důvodů nebyl schopen tento aspekt dekódování zahrnout ve studii, nicméně nabízí příklad, jak by se způsob dekódování v různých kontextech mohl měnit, a sice rozdílnost čtení zprávy doma, v přátelském a známém prostředí se všemi jeho sociálními a ideologickými limity, a čtení zprávy například v práci či ve škole, za naprosto jiných podmínek.

## 2.3 Specifika percepce mediálních obsahů seniory<sup>65</sup>

V této práci bude proveden výzkum na vzorku, jehož členy charakterizuje zejména věková hranice – všichni mají více než 55 let. Tato podmínka byla zvolena protože daní jedinci měli příležitost „číst“ jak mediální obsahy v době totality před rokem 1989, tak po tomto zlomovém společensko-politickém okamžiku, více viz kapitola 3. Jde tedy o lidi starší, u kterých je potřeba prozkoumat zejména specifika percepce mediálních obsahů jako taková, ale zvláště musíme problematizovat tzv. mediální gramotnost s důrazem na gramotnost technickou či digitální<sup>66</sup>. Nejen praktické kompetence, ale také osobnostní historie či světónázor jsou prvky, ze kterých by se nakonec měl složit celý obraz vnímání pojmu objektivita u starších členů publika.

### 2.3.1 Senioři a tzv. nová média

Podle demografických výzkumů roste a bude růst podíl starších lidí v populaci<sup>67</sup>, což s sebou nese výzvy jak pro vzdělávací instituce, tak pro ty sociální, a neméně také pro technologické organizace a prodejce. Pochopitelně musíme brát v potaz nejen kvantitativní stárnutí obyvatelstva, ale i odlišné kvalitativní stárnutí, které (například díky lepší zdravotní péči) nemusí být natolik zjevné, postupuje jinak rychle a je ovlivněno jinými determinanty. Jinými slovy, za několik let bude existovat velká skupina populace, která sice bude relativně stará, nebude ale vykazovat takové známky stárnutí, jako generace předešlé. S tím je podle mě spojen právě i požadavek na to, aby tyto generace starších lidí měla určitou úroveň mediální, technické a digitální gramotnosti. Burkhard Schäffer z Universität der Bundeswehr München<sup>68</sup>, analyzoval různé kvantitativní i kvalitativní německé výzkumy rozdílnosti užívání médií

---

<sup>65</sup> „Senior“ je poněkud vágní označení pro člověka, kterého neoznačíme ani jako mladého, ani jako „ve středních letech“, zpravidla jej ztotožňujeme s člověkem, který pobírá starobní důchod; v této práci budeme pracovat s označením senior jako s označením člověka, který překročil věkovou hranici 55 let. Ačkoli je stáří v tuzemsku spojováno zvláště s dosáhnutím důchodového věku (za ten se stále označuje věk 65 let), spojit něco tak individuálního s čistě ekonomickým ukazatelem se nejeví jako ideální kombinace. Více viz např. Vidovičová, Gregorová, 2007.

<sup>66</sup> Problematika mediálních gramotností je natolik aktuální, dynamicky se rozvíjející, a komplexní, že není možné ji na tomto místě podrobně rozebrat. V rámci této práce bereme mediální gramotnost jako kompetenci (určitý potenciál schopností a dovedností), které si socializovaný jedinec dokáže bez zvláštního talentu osvojit, a které referují k percepci světa okolo skrze média – masmédia a v současnosti také tzv. sociální média či sociální sítě. S tím souvisí také problematika gramotnosti technické, která se částečně s gramotností mediální překrývá, nicméně nejde o dvě synchronní oblasti – technická gramotnost je kompetence ovládat technická zařízení; digitální gramotnost je pak kompetencí ovládat taková zařízení a rozumět jejich fungování, která pracují na základě digitálního kódu – tedy v současnosti téměř veškerá technika okolo nás (od digitální kuchyňské váhy a teploměru, přes tzv. chytrou televizi a mobilní telefon, až po počítač a obdobná zařízení). Viz např. Sloboda, Schorb, 2010; Niklesová, Bina, 2010; Jiráček, 2004; Jiráček, Wolák, 2007.

<sup>67</sup> Více například zde: <https://data.oecd.org/pop/elderly-population.htm> [cit. 12.3.2019] nebo zde: <https://www.czso.cz/csu/czso/ea002b5947> [cit. 12.3.2019].

<sup>68</sup> Německé akademické a výzkumné prostředí se na problematiku mediální gramotnosti a mediální výchovy takřka specializuje. Jejich přístup není ani tak mediálněstudijní, jako spíš pedagogický, nicméně i takové paradigma je v rámci této práce vítáno.

různými skupinami populace se zaměřením právě na tzv. nová média a rozdíly v užívání médií různými generacemi. Využívá termínu Jürgena Wittpotha (1994) „generation-specific cultures of media practice“ – tedy teorie specifické generační kultury užívání médií (zkráceně GMPC), aby popsal specifické faktory, které od sebe dělí jednotlivé generace ve způsobu užívání a „rozumění“ médiím i technice. Schäffer shrnuje, že zejména kohorty mladých jsou signifikantní svým chápáním fungování nových technologií (a tak i médií) a tak tuto svou činnost naturalizují. (Schäffer, 2007: 35) Je to pochopitelné vzhledem k vývojové psychologii a socializaci – mladší člověk se snáze sžije s novými technologiemi než starší, který už něco zná a nově přichodící diskurz úplně nerespektuje (ve své podstatě pokrokovosti a novosti ani nemůže) stávající návyky a instituce. Platí to ale i opačně, a tak můžeme uvést klasický příklad, že zatímco senior se musí učit rozumět používání domácího počítače a studentovi tato aktivita přijde přirozená, senior zase nemá problém napsat dopis, čemuž se student musí naučit. Ve své podstatě jde o technologicky podmíněné habity, které formují nejen kvantitu mediální konzumace, ale také její kvalitu a schopnost porozumění. Na zkoumání mediální konzumace seniorů v letech po začátku nového milénia a v současnosti tak můžeme empiricky testovat hypotézy např. Marshalla McLuhana o „dvojím zrození média“, „zpětném zrcátku“ apod. To ale není cílem této práce. Každopádně zatímco například Lev Manovich (2002) přikládá tzv. novým, digitálním médiím revoluční charakter, zdrženlivější přístup např. Marka Lapčíka (2009) se zdá více relevantní i vzhledem k problematice GMPC – mladí lidé nepřestali užívat „stará“ média (tiskoviny, televizní tok, ...) a starší lidé zase začínají užívat ta „nová“ (tablety, sociální sítě, ...). „Tyto skupiny (starších lidí, pozn. TH) mají tendenci přistupovat k počítačům a internetu s modelem pečlivě navržené a provedené akce, směřující k určitému cíli. Pro ně, jakožto poválečnou generaci, je takovýto přístup adekvátní.“ (Schäffer, 2007: 36) Autor uvádí konkrétní příklad, kdy nová technologie funguje na zcela jiném principu, než ta stará – když v mládí chtěli současní senioři poslat dopis, museli vše pečlivě promyslet, aby pak psaní nebylo plně chyb, a aby se nemuselo napsat celé znovu. Tito lidé jsou pak „uchvácení“<sup>69</sup> možnostmi počítačových textových editorů, které dovolují do jakékoli části textu kdykoli zasáhnout a opravit ji<sup>70</sup>. (ibidem) Výše jsem uvedl, že praktiky, které provozují lidé s (novými) technologiemi a médii jsou podmíněným technologickým habitem. Podle Schäffera (2007: 37)

---

<sup>69</sup> Z orig. „and above all – amazed“ (Schäffer, 2007: 36).

<sup>70</sup> Samozřejmě můžeme diskutovat nad tím, že právě tato změna poskytuje prostor pro to nad daným textem nepřemýšlet a že sice naplňujeme určité novomediální kompetence, ztrácíme ale zase jiné; to nakonec ukazuje i současná tuzemská debata o státních maturitách a kompetenci porozumění textu, v rámci které se často akcentuje právě „lenost“ dětí a studentů nad textem přemýšlet dopředu a to, že hlavně děti už nečtou. (viz například: <https://www.respekt.cz/spolecnost/ani-ty-nebudes-mit-maturitu-jak-zahnat-deti-na-uciliste> [cit. 12.3.2019]).

to je pravda jen částečně; zatímco u mladých lidí (zvláště teenagerů a adolescentů) jde skutečně o „relativně snadnou habitualizaci způsobu nakládání s médii“ u seniorů jde o pracovní (namáhavé) „procedury racionálně-kognitivní akvizice“. Kohorty mezi, tedy čtyřicátníci a padesátníci, jsou podle Schäffera mezičlánkem – sice své mládí prožívali bez digitálních technologií a nemají je tak snadno habitualizované, zároveň s nimi však přicházejí do styku zejm. v práci, kde se díky každodenní zkušenosti s těmito technologiemi habitem stávají. Nicméně stále musí (hlavně kvůli novým variacím technologií a „aktualizacím“) vyvíjet onu racionálně-kognitivní práci, aby byli schopni si fungování těchto technologií vizualizovat<sup>71</sup> a pracovat tak s nimi. Otevírá také otázku vzdělání či dokonce výchovy seniorů k práci s novými technologiemi (médii), nicméně nijak do hloubky ji nerozebírá a poněkud morbidně, ale pragmaticky říká, že „problém se vyřeší sám“, až současní mladí budou sami v důchodu. Samozřejmě se na druhou stranu otevírá otázka krátkozrakosti takového tvrzení vzhledem k tomu, že můžeme předpokládat inkorporaci stále novějších a novějších technologií, které budou vyžadovat stále nové dovednosti – jinými slovy – stále zde budou ti „opožďení“ a ti, kteří jsou „in“; to je vlastně teorie difuzionismu Everetta M. Rogerse (1962), jde o tzv. digital gap divide.

### 2.3.2 Senioři na sociálních sítích

Senioři se prokazatelně odlišují kvalitou biologických a sociálních procesů od mladší části populace. Další odlišností je opět evidentní rozdílnost v ekonomické (ne)aktivitě<sup>72</sup> a osobní historii. Anja Leistová (2013) se ve své shrnující studii zaměřila na využívání tzv. sociálních sítí<sup>73</sup> seniory. V první řadě poukazuje na studii (Lee, Chen, Hewitt, 2011), která zkonkretizovala „funkční kapacity“, které ovlivňují přístup a práci seniorů s moderními ICT<sup>74</sup>:

---

<sup>71</sup> Schäffer mluví o estetické složce učení se novým technologiím a popisuje, že zvláště pro seniory je estetická a uživatelská (chcete-li ergonomická) přívětivost technologií jedním z nejdůležitějších faktorů na cestě k jejich ovládnutí. (Schäffer, 2007: 38, 39)

<sup>72</sup> Pokud jde o ekonomickou neaktivitu, mám na mysli starobní důchod; pokud o ekonomickou aktivitu, nemyslím tím ale jen „pracující důchodce“, ale také práci, kterou vykonávají pro společnost – hlídání dětí, výpomoc v různých organizacích i vlastní rodině a především, v relaci k (novým) médiím, určitou free labour. Za zmínku jistě stojí koncepty jako participativní kultura (viz Jenkins, 2006), digitální darová ekonomika (viz Booth, 2010) nebo komodifikace příjemců (viz Jiráček, Köpplová, 2003). Senioři se tak („po připojení se online“) stali skupinou, na níž se vyplatí směřovat reklamu, a která má dosud neobjevený tržní potenciál – můžeme tak říci, že pokud nejsou ekonomicky aktivní, jsou jistě „ekonomicky užiteční“ svou prací v online prostředí a svou spotřebou.

<sup>73</sup> Jakkoli může být toto označení fenoménu online platformě virtuálních komunit neadekvátní vzhledem k tomu, že sociální sítě se vytvářejí od okamžiku vzniku společnosti jako takové, rozšířenost a užitelnost tohoto označení nedovoluje na tomto místě syntetizovat pojem, který by více odpovídal povaze věci.

<sup>74</sup> ICT – Information Communication Technology; pojem, užívaný pro označení široké škály moderních technologií, jejichž fungování je založeno na binárním kódu.

- interní faktory
  - intrapersonální (zvláště nedostatečné sebevědomí – „tohle nezvládnou“, „na tohle jsem už starý“);
  - funkční (schopnost orientace v neznámém prostředí, rychlost myšlení, poruchy paměti);
- externí faktory
  - strukturální („počítač si nemohu dovolit“, nedostupnost uživatelské podpory a služeb);
  - interpersonální („nikdo mě to nenaučil“, určitá názorová bublina odmítající nové technologie).

Samozřejmě musíme zmínit i fyziologické bariéry (problémy se zrakem, upadající jemná motorika ad.), nicméně dá se říci, že podobné problémy má nebo může mít drtivá většina tzv. internetové populace a není důvod tento faktor zdůrazňovat u seniorů. Vedle „funkčních kapacit“ Leistová (2013) identifikuje také určité bazální znalosti (např. znalost pojmů jako ikona, soubor, vyhledávač, ...), jejichž absence je pro seniory důvodem ke strachu z nezvládnutí technologie či její prosté uživatelské nepřístupnosti. Další, neméně důležitou problematickou oblastí (spíše vnímání sociálních sítí seniory) je určitá psychologická náročnost adaptace seniorů na jinou úroveň kultury (jazyková kultura – slang, obrazová kultura – memy, osobnostní kultura – sebe prezentace, ...) *„začátečníci vnímají nedostatek znalosti kódu sociálního jednání v online komunitách, a proto odmítají v těchto komunitách participovat. Je to proto, že online sociální normy se liší od těch offline. V offline kontextu je chování spíše formálního charakteru, samozřejmě kromě situací s kamarády, příbuznými a blízkými známými, zatímco v online prostředí se většina uživatelů chová neformálně a stejně tak komunikuje s dalšími členy komunity.“* (Leistová, 2013) Obdobně upozorňuje na diferenci mezi již zmíněnou sebe prezentací a sebereprezentací v obou prostředích, což opět vzbuzuje jistý ostych a neochotu se zapojit do online komunit. Nejinak je to také při vnímání sebe(re)prezentace ostatních členů – senioři, zdá se, mají problém fungovat v nezřídka anonymním online prostředí. Obdobný problém, jak uvádí Leistová, je možné najít také u mladých (i nejmladších) uživatelů online komunikačních nástrojů – ti jsou ale schopni se přizpůsobit, vytvořit si návyky, které zvětšují jejich bezpečnost a komfort v online prostředí *(„upravování osobních nastavení, pravidelné odstraňování online obsahu, seberegulace v podobě sdílení jen nezávadného obsahu“* (Leistová, 2013)). Nicméně, stále zvyšující se podíl seniorů na sociálních sítích není zapříčiněn pouze posunem v generacích, ale také trendem,

jehož příčina je v pozitivních aspektech užívání sociálních sítí a nových médií (zvláště pro seniory) – nabídka zábavy všeho vkusu (včetně například filmů pro pamětníky), řešení problému samoty zapojením se do jiných než offline komunit (řešení například pro ty s omezenými možnostmi pohybu) nebo zkrátka přístup k sociálnímu kontaktu, který by jinak než online nebyl možný (vyhledávání starých spolužáků, srazy, zájmové skupiny, tipy pro volný čas, seznamky či dokonce sexuální služby). Nakonec nesmím opomenout zmínit aspekt sociálních sítí, který je esenciálně ambivalentní, totiž charakteristika online prostředí jako prostředí anonymního, asynchronního a založeného na výměně textů a obrazů; právě pro seniory, kteří se mohou cítit jako pro společnost nepotřební, nesplňující její standardy (pracovní, sociální, estetické, ...) je takovéto prostředí vhodným místem, kde mohou uspokojovat/mírnit svou deprivaci ze sociální izolace (nikdo je nebude soudit na základě věku, ekonomické či sociální situace apod.). Podrobněji se tématem výhod a rizik starších lidí na internetu či ve spojení s novými médii zabývají například i Reifová s Fišerovou (2012: 3), které objasňují, že u seniorů je velmi důležitá motivace, aby se přinutí začít se učit něčemu novému – novým médiím, mj. i proto, že žijí své životy orientováni spíše na přítomnost a nechtějí si ji tak kazit něčím nepříjemným.

### **2.3.3 Problematika orální historie při výzkumu seniorského publika**

Klíčovou studií pro tuto práci přináší Reifová (2015), když pomocí dat z polostrukturovaných rozhovorů v rámci focus groups na vzorku 40 seniorů popisuje, jak informanti sledovali televizní seriály v době totality (v období normalizace), a jak o tomto sledování referují. Těchto 40 informantů bylo v roce 2012 dle Reifové vybráno, protože splňovali věkovou hranici (ta je u autorky dána velmi podobně jako v této práci), tedy že se narodili v roce 1955 nebo dříve a v roce 1975 jim tak bylo minimálně 20 let (věk, u něž se předpokládá již vyvinutá osobnost, která je schopna kriticky reflektovat své okolí i širší společenský kontext). Reifová také postupovala obdobně jako je metoda této práce – 6 skupinám během cca 90 minut trvajících diskuzí prezentovala videoukázky jakožto „*artefakty a podněty*“ (Reifová, 2015: 81). Autorka popisuje problém metody, která v podstatě spadá do orální historie, v souvislosti s lidskou pamětí a parafrázuje Thomsona (Thomson, 2011: 79 in Reifová, 2015: 82): „*Thomson nabízí pestrý přehled pochybností o využití paměti jako nástroje k těžbě dat. Podle něj se v pozdním věku paměť zhoršuje, je postižena nostalgií a ovlivněna osobnostmi informanta<sup>75</sup> a výzkumníka – a, především, je nahrazována rekonfigurovanými verzemi kolektivní nebo*

---

<sup>75</sup> Z orig. narrator – vypravěč. Reifová užívá tohoto slova v souladu s tradicí metody, neboť jí provedené rozhovory popisujeme jako narativní; informant je tedy vypravěčem své vlastní historie.



*retrospektivní paměti*“. Dále Reifová upozorňuje na důležitý prvek, který brání tomu, abychom mohli považovat příběhy informátorů za pravdivé a stoprocentně spolehlivé – autorka mluví o tzv. dislokaci paměti, tedy situaci, kdy historii člověka ovlivní zpravidla vnější podnět (který má ale intrapersonální důsledky) tak silný, jako je například radikální změna politického režimu, což se stalo jak informantům Reifové, tak informantům zúčastněných na výzkumu v rámci této práce. U paměťové dislokace ale nejde o nějakou malfunkci či fyziologickou vadu paměti, ale spíše o psychický proces, podobný kognitivní disonanci Leona Festingera (Festinger, 1957). Z výsledků kvalitativní analýzy Reifové vyplývá, že u informantů docházelo při sledování seriálů za socialistické totality ke dvěma typům reakcí – kognitivním a emočním. K prvnímu typu Reifová uvádí: *„Na sledování těchto seriálů je vzpomínáno jako na činnost prováděnou automaticky, bez reflexe, jako element každodenní rutiny. Dívat se nebo se nedívat nebylo dilema většiny informantů; sledovali seriály automaticky s minimálním kognitivní aktivitou.“* (Reifová, 2015: 86) Tuto kognitivní nečinnost vysvětlují dvojím způsobem – jednak všudypřítomností státní propagandistické komunikace zaměřenou na politizaci každodenního života (z čehož byli informanti „unavení“ a „neteční“ či „otrávení“) a jednak pocitem nemožnosti jakkoli změnit či ovlivnit právě politiku, která je jim vštěpována ve všem, včetně jejich každodenních rutin. Právě každodennost a rodinný život byli dle Reifové (2015: 87) signifikantem normalizační doby; mj. tak došlo ke zvětšení a zdůraznění privátní sféry, což se projevilo například baby-boomem. Každopádně veškeré kognitivní aktivity, prodělávané vůči normalizačním seriálům při jejich sledování, se vyznačovaly opozitním čtením<sup>76</sup>. Druhý typ reakcí popisuje Reifová jako emoční, které informanti popisují jako reakce, nad kterými zkrátka nepřemýšlí, jsou víceméně spontánní. *„Byly to obzvláště emoce smutku, iritace a zlosti.“* (ibidem) o seriálech a jejich nových epizodách nicméně informanti hovořili v rámci denních rutin se svým okolím jak v práci, tak doma, a to nikoli nekriticky (což dle Reifové dělali zejm. informanti vykonávající dělnické profese; na rozdíl od pracovníků administrativních, kteří byli v kritice obsahů mírnější). Jendou z nejtypičtějších nekognitivních reakcí, kterou informanti Reifové popsali, že při sledování prováděli/zažívali, byl smích, zpravidla ironický a kombinovaný s komentáři k obsahu. Nicméně Reifová upozorňuje, že bychom neměli tento ironický přístup připodobňovat k ironickému sledování, analyzovaného Ien Angovou (1985), v případě sledování seriálu Dallas; u informantů Reifové šlo totiž o „(...)

---

<sup>76</sup> Případně šlo o čtení tzv. vyjednané (viz kap. 2.1), kdy informanti popsali, že sice seriály sledovali a vnímali jejich příběhy, činili tak ale jen z toho důvodu, aby v nich mohli identifikovat propagandistické prvky, které interpretovali opozitně v tom smyslu, že o čem „režim“ skrze seriály mluví či nemluví je pro vládu nanejvýš problematické a snaží se tak obyvatelstvo buď mystifikovat nebo uklidnit.

*krajní reakci, kterou si dané osoby neužívaly.*“ (Reifová, 2015: 89) Došlo také na případ explicitního opozitního čtení či spíše z něj vycházejících praktik – jeden z informantů, kněz, kázal proti sledování těchto seriálů a exkorporaci ideologických elementů kultury – tedy přivlastnění si nástrojů dominantní ideologie těmi „bezmocnými“ a jejich následné využití deklarované jako proti dominantní ideologii (Fiske, 1987: 315 dle Reifová, 2015: 89). Reifová nicméně problematizuje samotné základní rozčlenění na „kognitivní“ a „nekognitivní“, emoční reakce na seriály. Tvrdí, že ačkoli sami informanti referovali o reakcích typu smích nebo naštvání jako o nekognitivních, nutně i při tomto typu reakcí museli vnímat daný obsah a racionálně jej zpracovat; odvolává se při tom na studii Liesbet van Zoonen (2005). Klíčovým zjištěním pak je specifikace efektů tzv. paměťové dislokace na vlastní výzkumnou práci, kterou budu muset zohlednit i v této studii. Ve výzkumu tak musí být zohledněn fakt, že to, co informanti prezentují jako danosti, jsou ve skutečnosti paměti ovlivněné fragmenty historie, rekonstruované pod vlivem změny diskurzu moci. Jak Reifová (2015: 90) uvádí, „*paměť je vždy rekonstruktivní*“ a tak hlavní zjištění jejího výzkumu, tedy odpor informantů přiznat, že seriály určitým „normálním“ způsobem zpracovávali (orig. cognitive denial), je nutno brát pouze jako jednu stranu mince. Pokud totiž vezmeme v potaz právě snahu paměti přizpůsobovat si historii požadavkům současnosti a tvrzení informantů, že nebyli aktivně zapojeni do ideologické persvazivní funkce seriálů, musíme spolu s Reifovou (2015: 91) konstatovat, že tato dvě tvrzení si odporují a Reifová to dokládá například takto: „*Dalším znakem nahrazování paměti upravenými verzemi historie u informantů, bylo užívání ahistorického jazyka. Tedy takového, obsahujícího lexikální jednotky, které v inkriminované době nebyly standartní součástí slovníku informantů.*“ (Reifová, 2015: 90) Jazyk tak ukázal, co si myslí nyní, ne to, jak vnímali dané jevy před 30 40 lety v době normalizace.

Představené tři výzkumy jsou jen zlomkem toho, jak můžeme specifikovat konzumaci médií lidmi seniorského věku, jsou ale zároveň nosnými pilíři této práce, jelikož přinášejí jak teoretické, tak metodologické poznatky a přístupy, kterých níže využiji, abych popsal relativně velmi specifickou část mediální reality a jejího vnímání určitou skupinou populace.

## **2.4 Faktografie výzkumu – stručná historie poválečného Československa**

Jak jsem již zmínil, a jak je rozpracováno níže (kapitola 3), informanti tohoto výzkumu se narodili v roce 1964 nebo dříve. Nyní se tak nacházejí na hranici seniorského věku, někteří pobírají starobní důchod, jiní ještě nikoli. Všechny ale pojí hlavní charakteristika – velkou část

života prožili v podmínkách, kdy státu vládla de facto jediná strana, Komunistická strana Československa (dále jen KSČ) a zároveň v době tzv. normalizace, tedy po příchodu vojsk Varšavské smlouvy na naše území v noci z 20. na 21. srpna 1968. Komunistická strana se dostala k moci v únoru 1948. Už zde ale narážíme na ideologický výklad dějin – někteří tuto změnu politického režimu označují jako puč, ač jej provedla strana, která (více či méně demokraticky) vyhrála volby. Podobných nejasností je více: jak nazývat celé období vlády KSČ? Jako období diktatury? Socialismus? Komunismus? Totalita? Každý z těchto pojmů je ve svém významu odstíněn od těch ostatních, a přece se v současném veřejném diskurzu tato označení nekriticky prolínají a nahrazují jedno druhým. Už zde, na úrovni obecného popisu vidíme onu „paměťovou dislokaci“ (jak o ní hovoří Reifová – viz výše), která je kolektivní paměťovou dislokací či spíše diskurzem, který nerespektuje historické události, ale zpravuje individua v rámci tohoto diskurzu o alternativní historii dané společnosti, kterou většina současného obyvatelstva žije<sup>77</sup>. Nicméně v této práci není prostor na sémantickou analýzu dějepisných pramenů; chtěl jsem jen poukázat na důležitost nedůsledných operací se slovy, zvláště v kontextu této práce. Podrobněji se touto problematikou zabývá například Petr Sedlák (Sedlák, 2013).

KSČ se dostává k absolutní moci v Československu v roce 1948 po volbách do parlamentu. Proč se tak děje je dodnes poněkud nejasné; možná byla situace zapříčiněna sociálně-ekonomické faktory, možná poválečná letargie obyvatelstva, možná promyšlená komunistická propaganda (viz Fidelius, 2016); pravděpodobně ale více faktorů najednou. „(...) platilo přesvědčení, že v únoru rozhodla jednak brilantní taktika vedení KSČ, především (skoro geniálního) Klementa Gottwalda, a jednak amatérský výkon předáků nekomunistických stran, kteří se dopouštěli chyb jako na běžícím pásu. Všichni mluvili a psali o legálním, ústavním řešení a měli na mysli demisi pouhých dvanácti ministrů, když pro odvolání vlády bylo zapotřebí, aby z vlády odstoupila nadpoloviční většina jejích členů.“ (Veber, 2009: 5) 20. února totiž podávají nekomunističtí členové vlády demisi. Chtějí zastavit rozšiřování komunistické ideologie (a jejích zástupců) do státních struktur, a doufají, že prezident Edvard Beneš tuto demisi nepřijme nebo jmenuje úřednickou vládu. Prezident ale pod tlakem „lidu“ demisi přijímá a pod staronovým předsedou vlády Klementem Gottwaldem vniká Národní fronta – politická entita složená z politických stran pod vedením KSČ. Veber (ibidem) popisuje tento problém takto: „V závěru svého rozsáhlého článku má (Kaplan, 1978, pozn. TH) zvláštní tvrzení:

---

<sup>77</sup> Tím chci říci, že každý „historický fakt“ je pouze diskurzivním prvkem, jenž tento diskurz formuje; stejně tak, jak to popisuje Foucault (2002)

demokraté prý svými chybami způsobili, že komunisté mohli představit Únor jako projev souhlasu velké části obyvatel (...) s komunistickou politikou, souhlasu, kterého by ve volbách na jaře 1948 nedosáhli. Jenže z textu vyplývá, že souhlas lidí s komunistickou politikou považuje za skutečný, a tvrdí, že převážná část československé veřejnosti komunistické řešení jednoznačně podporovala, to už ovšem je jen mínění či názor, ale fakta tuto tezi nepotvrzují.“ Zvláště v 50. letech 20. století se komunistický režim snaží pevně uchopit do svých rukou nejen státní aparát, moc soudní a moc zákonodárnou, ale i každodennost svých obyvatel; dělá to skrze silnou a všudypřítomnou propagandu represivní akce jako zatýkání a dokonce popravy. V roce 1960 je vytvořena nová ústava a vzniká tak Československá socialistická republika s vedoucí úlohou KSČ a socialismem jakožto hlavním politickým programem. V roce 1968 přichází tzv. Pražské jaro, s ním Alexandr Dubček jako první tajemník KSČ a postupná mírná demokratizace. Československá společnost „*Prodělala hospodářskou krizi, politické otřesy, ideologické přemety. Stále více občanů, zejména mladých, odmítalo vnucený styl života, jejich zájmy a požadavky se prodíraly na přední místo sociální, ekonomické a politické důležitosti.*“ (Kaplan, 2002: 404 in Vilímek, 2008: 7) Na podzim, 21. srpna 1968 ale proti tomuto demokratizujícímu procesu zasáhly konzervativní komunistické kruhy v Sovětském svazu a hranice ČSR překračují vojska Varšavské smlouvy, které na státním území zůstávají až do roku 1991. Rok po obsazení státu vojsky se na protest proti tomu a všeobecné letargii obyvatelstva vůči situaci upálil student Jan Palach a následovali další. Ani to však reakci „lidu“ nevyvolalo. Následuje období tzv. normalizace, tedy návratu k „normálním“ poměrům, nastaveným čistkami komunistů v 50. letech. Roste však aktivita disentu, například je vytvořena Charta 77, která upozorňuje na porušování lidských práv v zemi. „*V polovině 70. let prudce stoupla populační křivka. Tento nárůst je označován jako „baby boom“. Dětem, které se v této době narodily, se říká Husákovy, protože prezidentu Gustávu Husákovi jsou připisovány zásluhy za aktivní přístup k propopulační politice. Příčin nárůstu populace je samozřejmě více. Důležité je zmínit, že schválené legislativní úpravy vycházely z idejí reformních let šedesátých. A mnohé se začaly projevovat až s odstupem několika let.*“ (Rámišová, 2013: 40) V roce však 1989 dochází k pádu režimu nastoleného a udržovaného KSČ a začíná reorientace země na Západ a do struktur, jako nejprve v roce 1999 NATO a později v roce 2004 Evropské unie. V roce 1993 vznikají dva samostatné státy – Česká republika a Slovenská republika. Od levicového socialismu a komunismu se společnost téměř ze dne na den přeměnila na kapitalistickou, což nutně muselo mít vliv na její paměťovou intergritu a také na práci médií nejen z pohledu fungování, ale také vzhledem

k prezentovanému obsahu. Právě tento přelom by měl být jedním z kritických bodů paměťové distorze informantů, a tak i jejich interpretací objektivit zprávy „před a po“.

V krátkosti popsána poválečná historie Československa a České republiky, a zvláště její kritické body (invaze vojsk a tzv. sametová revoluce) jsou oněmi distorzními body, přes které se rozprostírá lidská paměť a které na tuto paměť mají zásadní vliv.

### 3 Metoda výzkumu

Jako metodu jsem zvolil kvalitativní hloubkové dotazování. Není prakticky jiný způsob, jak generovat potřebná data vzhledem k tomu, že jde o výzkum publika a výzkumná otázka, „Jak vnímají lidé starší pětapadesáti let mediální obsahy z hlediska jejich objektivit?“, je zaměřena výhradně na jedince publika; využiji také poznatků metody historického výzkumu – orální historie. Jak už bylo uvedeno, ale jak také poznamenává Hendl, „*Orální historie jsou cenným zdrojem informací o mnoha historických tématech. Pomáhají porozumět příčinám a motivům událostí. Orální historie však závisejí na paměti, zkušenostech a interpretacích jedinců. Ty mohou být zatížené systematickou chybou v závislosti na časovém odstupu od události nebo v důsledku selektivnosti paměti.*“ (Hendl, 2005 :137) Hrozí tak riziko, že generujeme interpretace interpretací a místo faktů tak zaznamenáváme pouze příběhy. Nicméně, „*Síla kvalitativních dat spočívá v tom, že jsou přirozeně uspořádaná a popisují každodenní život.*“ (Hendl, 2005: 161) Nesnažíme se tak pouze kvantifikovat určité jevy, ale spíše je pochopit, proč je něco tak a ne jinak.

Hloubkový rozhovor je obtížný v tom, že vyžaduje od tazatele velkou míru empatie a schopností vést rozhovor tak, aby byl pro informanta příjemný, zároveň ale aby byl skutečným zdrojem dat (Sedláková, 2014: 213-217). Zároveň půjde trochu o tzv. fenomenologické rozhovory, jelikož pro tuto práci je klíčový fenomén objektivit a to, jak jej informanti vnímají. Hendl k tomu upozorňuje, že je vhodné se snažit, „*(...) aby dotazovaný konstruoval (Co se stalo?), a ne, aby vzpomínal (Na co si vzpomínáte, že se stalo?)*.“ (Hendl, 2005: 181) Autor tak vyjadřuje de facto podstatu vedení takovýchto rozhovorů – přimět informanta k sebereflexivnímu postoji vůči svým prožitkům a vzpomínkám. Na základě konstrukce svých vzpomínek je totiž možné z nich vyabstrahovat (i latentní) postoje a hodnotové rámce. To jak informant o něčem (v tomto případě svých prožitcích při čtení mediálních obsahů před a po tzv. sametové revoluci) mluví, vypovídá o tom, co si o dané problematice myslí, a jak ji (a sebe v jejím rámci) reflektuje. Ne, že by tohoto cíle nebylo možné dosáhnout i „vzpomínáním“, v něm ale tyto hodnotové konstrukce mohou být pro pozici výzkumníka oslabeny, jelikož zde by šlo o naprosto subjektivní rozpomínání a kontrola výroků informanta by nemohla být objektivizována. Zároveň také budou využity prvky narativního rozhovoru; ten Hendl doporučuje, existuje-li „*(...) skepse vůči možnosti získat přístup ke zkušenosti jedince prostřednictvím schématu otázka-odpověď.*“ (Hendl, 2005: 176) Což je případ i této práce vzhledem k problematice pojmu objektivita a nemožnosti jasného definování v rámci

vědeckého diskurzu, natož pak v obecné řeči. K analýze dat budou použity doslovné transkripce rozhovorů. Konkrétně je metodický postup naplánován tak, že budou provedeny hloubkové, tedy neuzavřené, nestandardizované rozhovory na téma objektivit dle připraveného scénáře. V něm jsou zahrnuty i (audio)vizuální motivační prvky, stejně, jako to udělala ve svém výzkumu Reifová (2015: 81). Jde o předem vybrané mediální obsahy, které mají vybudit informanty k reakci; vybral jsem dvě audiovizuální ukázky – reportáž Televizních novin (hlavní zpravodajské relace) Československé televize z 30.7.1988 o návštěvě ministra zahraničí Německé spolkové republiky Hanse Dietricha Genschera v Moskvě (čas 1:10)<sup>78,79</sup> a reportáž Událostí (nástupce Televizních novin na pozici hlavní relace) České televize z 22.10.2015 o Zadržování české delegace v Moskvě<sup>80,81</sup>. Dále jsem pak vybral také dvě tištěné ukázky: článek Rudého práva z 1. února 1970 Nová vlna mrazů v Polsku (viz příloha 4)<sup>82</sup> a článek ze stejného periodika z 2. ledna 1985 Všechny síly pro zachování míru (viz příloha 5)<sup>83</sup>. Zatímco audiovizuální ukázky jsou velmi podobné svým tématem (odkazy na Moskvu a mezinárodní politicko-bezpečnostní situaci; návštěvy zahraničních představitelů), ale jsou řazeny každá na jiný pól paměťové distorze (jedna před tzv. sametovou revoluci, druhá po ni), textové ukázky jsou ze stejné historicko-politické éry, přesto jeden můžeme považovat za faktickou, „objektivní“, krátkou zprávu o extrémním počasí, kterou přinesla Česká tisková kancelář, druhý článek je širokým (ideologickým) popisem názorů vrchních představitelů státu(ů) tzv. východního bloku. Tyto ukázky nicméně slouží pouze jako pomocný materiál, který by měl informantům pomoci při artikulaci svých myšlenek co možná nejpřesněji a nejrelevantněji. Vzhledem k věkovému rozdílu výzkumníka a informantů využiji prvků tzv. chápatějšího rozhovoru: „*Být dotazovanému dobrým komunikačním partnerem neznamená jeho výpovědi slovně posuzovat. Jde spíše o zaujaté přitakání a další mimická gesta naznačující, že jej soustředěně posloucháme a že to, co říká, nás zajímá a je pro náš výzkum důležité.*“ (Sedláková, 2014: 214, 215) Nicméně, abych získal ještě více dat, která mohou upozornit na možné vztahy v socio-demografické rovině informantů<sup>84</sup>, bude informantům předložen ještě standardizovaný dotazník, zaměřený na určitá (vzhledem k poli vědeckého bádání této práce) relevantní data (viz příloha 6). Tento dotazník budou informanti vyplňovat společně

---

<sup>78</sup> Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=QFH5zyB-yPI> [cit. 20.3.2019]

<sup>79</sup> V transkriptech uváděná jako Ukázka 3.

<sup>80</sup> Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1097181328-udalosti/215411000101022> [cit. 20.3.2019]

<sup>81</sup> V transkriptech uváděná jako Ukázka 4.

<sup>82</sup> V transkriptech uváděná jako Ukázka 1.

<sup>83</sup> V transkriptech uváděná jako Ukázka 2.

<sup>84</sup> Tímto problémem se vlastně veskrze zabýval právě David Morley při výzkumu The Nationwide Audience, viz kapitola 2.2.2.

s výzkumníkem, aby nedošlo ke zkreslení nebo neúplnosti dat a zároveň tím bude dosaženo určitého navození atmosféry rozhovoru. Ačkoli by měl kvalitativní výzkum postupovat, co se týče množství dat, až k bodu, kdy dochází k saturaci dat, tedy od informantů již není možné nová data získat, k podobnému postupu v rámci této práce není dostatek zejm. časových zdrojů. Výběr vzorku pak bude mít určité charakteristiky kvótního výběru (vzhledem k tomu, že jedna z kvót je dána samotnou podstatou výzkumu a výzkumnou otázkou – lidé narozeni v roce/před rokem 1964), nicméně konkrétní výběr bude záviset zejména na schopnostech výzkumníka oslovit dané jedince a přesvědčit je na účasti k výzkumu.

Domnívám se, že metoda byla vybrána oprávněně včetně korektního zdůvodnění. Absence mé větší praktické zkušenosti s touto metodou, i přes předvýzkum a korekce výzkumného nástroje, a pravděpodobně obtížnost samotného tématu často během samotných rozhovorů vedla k tomu, že jsem se v roli výzkumníka stal pouze generátorem otázek, na které mi informanti odpověděli nevím, odpověděli na něco jiného, než jsem se ptal nebo neodpověděli vůbec. Při vlastní analýze jsem si pak sebekriticky uvědomoval, že některá témata jsem u respondentů ukončil dříve, než by bylo vhodné, některá jsem naopak zbytečně rozváděl a některé jsem vůbec nezmínil. I tak si nicméně myslím, že množství dat a jejich analýza níže přinesly určité poznatky.



## 4 Objektivita mediálních obsahů a jejich percepce seniory

V následující části práce se pokusím aplikovat poznatky z teoretického rámce této práce na data sesbíraná od informantů<sup>85</sup>. Tato data byla sesbírána na jaře roku 2019 metodou hloubkového rozhovoru<sup>86</sup>. Rozhovor bylo ochotno poskytnout 13 informantů, kteří se narodili v roce 1964 nebo dříve. Celkem šlo o 4 muže a 9 žen ve věku od 55 (spodní hranice pro zařazení do vzorku) po 86 let; průměrný věk informanta byl téměř 68 let. 6 informantů stále ještě (byť alespoň na částečný úvazek) navštěvuje zaměstnání (jsou to LM, VO, PB, LB, JZ a RH), 12 informantů již dosáhlo hranice odchodu do důchodu (nedosáhla pouze RH). Žádný z respondentů<sup>87</sup> nemá vystudovanou pouze základní školu, všichni absolvovali standardní střední školu, středoškolskou nástavbu (tzv. večerní školy) nebo vysokou školu (6 vysokoškolsky vzdělaných informantů – LM, MM, VO, MO, JZ a LB). Dva informanti jsou podnikatelé – LM v oblasti třídění a zpracování barevných kovů, VO se zabývá službami v oblasti hydroizolací. Oba však do práce chodí sporadicky a většinu času tráví doma či nějakou jinou činností jako prací na zahradě a turistikou. 4 informantky (ED, BH, ET a LS) spolupracovaly v oddělení mzdové účtárny. LB stále pracuje jako učitel na gymnáziu a zároveň byl donedávna politicky aktivní na obecní úrovni. JZ je referentkou importního oddělení potravinářské firmy a RH je administrativní pracovnící ve stejné nadnárodní společnosti. Manželé EB a PB tráví většinu času doma, PB občas chodí vypomáhat do svého bývalého zaměstnání, kde se zabýval strojními technologiemi; jeho manželka pracovala v administrativě. MM má vystudovanou potravinářskou technologii a bývala marketingovou ředitelkou firmy, ve které stále pracují JZ a RH, nyní je však v důchodě. MO pracovala v sektoru bankovníctví. Všichni informanti mají alespoň jednoho potomka (RH a manželé PB a EB, stejně jako manželé MO a VO), nejvíce pak tři (LS, BH). Pouze manželé PB a EB a JZ a RH zatím nemají vnoučata. ET a BH mají shodně 6 vnoučat, a dokonce už i pravnoučata. Všichni<sup>88</sup> respondenti a respondentky jsou ženatí nebo vdané. 9 informantů bydlí ve vlastním rodinném domě, ostatní v bytech. LB bydlí na vesnici, ET, BH, v okrajových městských obvodech, zbytek respondentů ve velkém městě s počtem obyvatel nad 100 000 (ED, LS) nebo ve městě s méně než 50 000 obyvateli (PB, EB, VO, MO, JZ, LM, MM, RH). Většina informantů (12) byla někdy na dovolené u moře, a to dokonce

---

<sup>85</sup> u citací uvádím iniciály respondentů a řádek transkriptu, na který odkazují.

<sup>86</sup> Reflexi v otázce vhodnosti této metody a jejího správného užití uvádím v závěru kapitoly 3.

<sup>87</sup> Pojmy informant a respondent užívám jako synonyma z čistě stylistických důvodů.

<sup>88</sup> RH nechtěla tento údaj neposkytla.

v posledních 12 letech (10); další dvě informantky byly naposledy u moře v 80. letech (ED a ET). Jediná RH prozatím na dovolené u moře nikdy nebyla. Pouze 3 informantky (RH, BH a ET) uvedly, že nedisponují (ani ve společném vlastnictví manželů) automobilem. Informantka RH uvedla, že se nikdy nezúčastňuje voleb<sup>89</sup>. Naopak drtivá většina informantů (10) zaznačila, že se voleb účastní vždy, 2 informantky (ED a LS) pak chodí k volebním urnám většinou. Obecně informanti ve vzorku náleží ke střední třídě. Toto tvrzení je možné podpořit jejich dosaženým vzděláním, vlastnictvím auta, možností trávit dovolenou v zahraničí nebo vlastnictvím přístrojů, užívaných nejen k příjmu mediálních sdělení, ale také zábavě a komunikaci jako televizor, PC nebo notebook, tzv. chytrý telefon, radiopřijímač apod. Také to, že ač je 12 informantů již v důchodu a 6 z nich alespoň občas chodí ještě do práce ukazuje (i podle jejich osobnostních charakteristik a například vzdělání), že se tak děje protože jsou stále ceněnými pracovníky spíše než že by pracovali kvůli finanční nouzi. Většina respondentů jako své koníčky uvedla turistiku (pěší i cyklo), čtení knih, luštění křížovek, výlety, činnosti s vnoučaty či rodinou apod.

Tato část práce bude nadále rozdělena do podkapitol, které odpovídají jednotlivým tematickým částem rozhovorů. Interview totiž byly strukturně rozčleněny do tematických sekcí, abych dosáhl uvedení informantů do kontextu tematiky médií, zpravodajství a objektivitu a abych jim pomohl artikulovat odpovědi na mé otázky, nezřídka snažící se postihnout oblasti života, nad kterými tito lidé nikdy nepřemýšleli<sup>90</sup>. Mohu shrnout, že informanti měli většinou problém buď vůbec pochopit, na co se jich ptám (pak samozřejmě následovala korekce otázky), nebo na tuto otázku či její varianty relevantně odpovědět<sup>91</sup>. Vnímám předmět této práce, tedy objektivitu, jako velmi komplexní, jenž je u informantů ovlivněn různými aspekty – ať už intenzitou mediální konzumace (či její historickou změnou), schopností reflexe změny ve zpravodajství, socioekonomickým statusem nebo dalšími faktory. Proto následující podkapitoly nastiňují nejen odpověď na prostou otázku, co je to objektivita, ale i širší pohled na chápání médií informanty.

## 4.1 Mediální konzumace

Předpokladem pro odpovídající analýzu toho, jak informanti (zastupující publikum) vnímají či definují objektivitu, je jejich určitá úroveň vystavování se účinkům médií a mediálních obsahů.

---

<sup>89</sup> [Celé volby (jí případnou neobjektivní, pozn.), já ani k volbám nechodím, mě to celé připadá jako taková dopředu naplánovaná fraška. Ale to je jenom můj názor, může to být určitě jinak. (RH/186, 187)]

<sup>90</sup> [To opravdu nevím, nad tím jsem nikdy nepřemýšlela (BH/211)], [Já jsem o tom takhle nikdy nepřemýšlel, nevím (LM/18)].

<sup>91</sup> Více viz kapitola 5 – Závěr.

Ve vzorku se nenacházel ani jeden respondent, který by média a jejich obsah vůbec nesledoval. Intenzita mediální konzumace, stejně jako preferované mediotypy a konkrétní mediální organizace (redakce a „značky“) se u informantů podstatně lišily. Jedna informantka popsala, že ačkoli se snaží mít všeobecný základní přehled o dění v jejím okolí, jediným silnějším zdrojem takových informací je pro ni portál Seznam:

[...televizi nemám, noviny taky neodebírám, v práci poslouchám rádio, doma vůbec, a co ještě je jako média? Dívám se na internetu na Seznam, abych byla aspoň trochu v obraze. (RH/5,6)].

Jiná respondentka zase pravidelně odebírá či čte dvoje noviny, sleduje hlavní večerní zpravodajskou v televizi a přes den ještě sleduje zprávy na internetu:

[Víc se zaměřuju na televizi někdy sobota neděle, kdy se snažím v programu najít něco, co by tam mohlo být rozumného a nedaří se mně to. Ale spíš je to takový přežitek z minulosti, kdy přes ten týden člověk na tu televizi vůbec neměl čas ... (MM/14-16)].

Můžu tak konstatovat, že ve vzorku se nachází informanti náležející do různých částí spektra jak času věnovaného médiím, tak také užívání jednotlivých mediotypů. Důležitou součástí byla také otázka (ne)využívání internetu jakožto zdroje zpráv a informací. 11 informantů odpovědělo, že mají přístup na internet ať už díky pevnému připojení doma nebo skrze mobilní data. Dle šetření Českého statistického úřadu (dále jen ČSÚ) z roku 2018<sup>92</sup> byl podíl internetové populace lidí ve věku 55 až 74 let v roce 2017 65 % reálné populace; trend je navíc zřejmý, každoročně se tento podíl zvětšuje o několik procent, viz obr 5. Zároveň však pouze 2 informanti odpověděli, že mají účet na tzv. sociální síti, který aktivně využívají. Touto službou je v obou případech Facebook:

[... podívám se na Facebook na zprávy. (PB/11)],

[Jo, Facebook? To je taky médium? (RH/10)].

Oba nicméně uvedli, že zprávy na Facebooku nepřijímají formou odběru příspěvků zpravodajských serverů, ale buď je pravidelně aktivně vyhledávají (PB) nebo naopak čtou ty zprávy, které jim algoritmus sítě sám navrhne (RH). Žádný z informantů přímo neuvedl e-mail,

---

<sup>92</sup> Český statistický úřad, 2018. Informační společnost v číslech – 2018: Kapitola C. Praha: Český statistický úřad. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech#> [cit. 14.4.2019].

jakožto zdroj zpráv nebo zábavy. Nicméně jeden informant uvedl e-mail a obsah, který mu je tímto kanálem distribuován, jako jakýsi korigující prvek ve vnímání světa:

[Nebo kámoš mně píše na mail nějaké pikantní věci, které se v Novinách ani neobjeví nějaké ty politické, všelijaké sračky. Takže to by se člověk divil, jak je to překroucené, ať z jedné nebo z druhé strany. (PB/88-90)].

Stejný informant také uvedl, že pravidelně navštěvuje stránky sítě Youtube, kde hledá ale spíše zábavu:

[Podívám se na ty zprávy a pak se podívám, na co chcu, třeba na Youtube. (PB/72)].

Nejmladší informantka, která navíc média příliš nesleduje, uvedla, že také využívá služeb Youtube:

[...protože já to (Cesty k sobě<sup>93</sup>, pozn.) poslouchám na Youtubu. (RH/54,55)].

Z dalšího šetření ČSÚ vyplývá, že 28 % obyvatel ČR ve věku 55-64 let používá sociální sítě, ve věkové skupině 65+ je to ale už pouhých 7,9 %; u starobních důchodců pak 9,3 %, viz obr. 6. Ve vzorku je tak zobrazeno to, co říkají statistiky – čeští senioři tzv. sociální sítě moc nevyužívají. Každopádně je nevyužívají (až na dvě výjimky) informanti tohoto výzkumu jako zdroj zpráv, a to přesto, že zpravidla mají přístup k tzv. novým médiím a umí s nimi zacházet:

[Já ten počítač pouštím tak dvakrát za týden. (ED/6)].

Ke zpravování však preferují média „stará, tradiční“ mj. z důvodů, popsaných v kapitole 2.3.2:

[Ne, tomu už nerozumím (počítačům, pozn.). Já jsem totiž odcházela do důchodu, a ještě nebyly ty počítače na stolech<sup>94</sup>. (BH/45)].

## 4.2 Mediální konzumace v mládí

Cílem bylo také zachytit změnu v mediálním chování informantů v čase. Respektive, snažil jsem se, aby přemýšleli nad tím, jak přistupovali k médiím ve věku 18, 20 let a jak nyní. Když nejstarší informantce bylo 18 let, ještě v Československu ani nevysílala televize, je logické, že se mediální návyky informantů změnily. Jak jsem ale naznačil výše, nové ICT technologie tuto

---

<sup>93</sup> Cesty k sobě je internetový mediální projekt, který má vedle svého Youtube kanálu s asi 28 tisíci odběrateli [cit. 15.4.2019] ještě vlastní webovou stránku. Tematicky se videa tohoto projektu zaměřují na esoterická, sociální, zdravotní a společenská témata. Dostupné z: [https://www.youtube.com/channel/UCQzF4yx6j\\_VQstTW3\\_Ha1Og](https://www.youtube.com/channel/UCQzF4yx6j_VQstTW3_Ha1Og) [cit. 15.4.2019].

<sup>94</sup> Informantka popisuje PC, tedy osobní počítače, rozměrově odpovídající současným technologiím. Uvedla ale, že již znala z osobní zkušenosti tzv. sálové počítače.

generaci ve vztahu k médiím příliš neovlivnily. U některých informantů došlo ke zintenzivnění mediální konzumace, u některých naopak k útlumu. Tyto změny mají širší socio-ekonomicko-demografické důvody<sup>95</sup>, jako je například úplná změna prostředí:

[...my jsme samozřejmě měli doma hospodářství. 18 20, takže to jsem vlastně už byla zaměstnaná, protože jsem dělala dvouletou ekonomku...(EB/12,13)],

[(Zprávy) i přes internet, někdy si pustíme i tu televizi, protože to běží tak to slyšíš. A večer většinou ty zprávy hlavní, na jedné, na druhé nebo na třetí stanici. (EB/9,10)].

Dva informanti uvedli, že média byla v jejich mládí jistým nástrojem spojení s jiným světem, než který znali ze své každodennosti:

[...poslouchali jsme rádio Luxembourg a rádio Vatikán. Rádio Svobodná Evropa, to jsem neposlouchal, nebyl jsem žádný disident, že bych poslouchal Hlas Ameriky, to ne, prostě rádio Luxembourg a rádio Vatikán, tam výborně hráli a u nás tam bývaly nějaké písničky...(LB/72-74)],

[Rádio jsme měli, ano, to už jsme měli za první republiky. To naši si koupili kdysi rádio a za války se poslouchal Londýn. To si pamatuju, mama mě vždycky vystrčila za dveře, protože tam přišli sousedé, někteří poslouchat taky, takže sem tam někdo chtěl říct něco k tomu, takže já jsem musela vypadnout, abych něco někde neřekla. (BH/36-39)]<sup>96</sup>.

Co se týče vztahu informantů k mediálním obsahům za doby socialistického Československa, tedy za doby jejich mládí a středního věku, hodnotí ho buď negativně nebo veskrze negativně<sup>97</sup>:

[...na mě to působí tak jakože to tam řekli a že ti to vtloukají do hlavy, jak oni to vždycky říkali. (ED/68)].

---

<sup>95</sup> Mezi konkrétními důvody můžeme zmínit změnu bydliště, ukončení studia a začlenění do pracovního procesu, změny v rodině jako manželství, rodičovství nebo třeba zvýšení mzdy, změnu zaměstnání apod.

<sup>96</sup> Ačkoli informantka vyprávěla o době, kdy byla ještě mladší než 18 let, vypovídá tato její zkušenost o přístupu k médiím v jejím mládí natolik, že bezesporu ovlivnila i její vnímání médií v budoucnosti.

<sup>97</sup> Zde se dají odpovědi informantů volně přiřadit k jednotlivým typům Hallových čtení a také ke zjištěním výzkumu Reifové (2015): informanti popisují totalitní zpravodajství jako propagandistické, tedy bez nějak významné informační hodnoty (tedy jej hodnotí negativně), které ale i tak určitým způsobem (opozitně) vnímali; nebo přiznávají, že ač totalitní zpravodajství bylo spíše propagandistické, daly se v médiích najít užitečné články či reportáže (hodnotí jej tak veskrze negativně, vyjednaně) nebo tvrdí, že sice věděli o existenci různých médií za doby socialistického Československa, záměrně je však ignorovali a vybírali si taková média, která dle nich byla propagandou zasazena potenciálně nejméně nebo vůbec (jako třeba časopisy ABC nebo Stadion).

Žádný z informantů nepopisoval totalitní zpravodajství a obecně tehdejší mediální obsah jako vysoce kvalitní, dobrý nebo vyhledávaný. Vyjádřit jejich vztah k těmto mediálním obsahům velmi pomohly pomocné artefakty, tak jak je popisují v kapitole 3.

### 4.3 Změna zpravodajství za 30 let

Data k této části jsem získal téměř výhradně z experimentální části rozhovorů, kdy byl informantům předložen reálný textový a audiovizuální zpravodajský materiál. Článek o mrazech v Polsku z roku 1970 (viz příloha 4; v transkriptech označovaný jako ukázka 1) byl jakousi zkouškou informantů, zda jsou schopni podle formy textu (jak je text napsán, jaká jsou užívána slova, fráze, sloh, ale i o čem se referuje)<sup>98</sup> identifikovat možnost, zda se jedná o text reálný, tedy publikovaný, popřípadě určit, kdy k této publikaci došlo. Chtěl jsem tak po informantech, aby označili text za součást zpravodajského diskurzu. Dle očekávání všichni označili text za reálný nebo potenciálně publikovatelný:

[Tak, mohlo by to vyjít. Si myslím, že by to mohlo vyjít. (ET/52)],

[Mohl (vyjít). Já si myslím, že jo, proč ne. (EB/57)].

Ve většině případů pak ale informanti skutečně měli problém zařadit text do období, kdy by mohl být uveřejněn<sup>99</sup>. Bez výjimky jako první problematizovali fakta, a ne formu článku, sloh:

[Jó, tak kdy byly takové mrazy? Já si pamatuju, když byl velký mráz, to bylo v roce 48, 47 48. to bylo sněhu a mrazy. (ET/54, 55)].

Na přímou výzvu, aby odhlédli od tématu a soustředili se na text samotný, většina informantů nebyla schopna reagovat nebo tuto výzvu ignorovali. Každopádně všichni respondenti označili článek Všechny síly pro zachování míru jako více či méně propagandistický, který nenese žádné praktické informace a není tedy objektivní

[Tady je více méně propagace socialismu (ukázka 2, pozn.) a toto (ukázka 1) je takové normální, tak jak to asi bylo. (VO/51)],

[Tohle je vyloženě propagandistický článek. Jak je Sovětský svaz dokonalý a co všechno dělá. To je úplně jasné. To jsme ani nečetli, to jsme se jenom podívali,

---

<sup>98</sup> Záměrně text nebyl prezentován ve své původní podobě novinového článku z Rudého práva (viz příloha 4), ale v podobě prostého, na počítači napsaného a vytištěného textu.

<sup>99</sup> Většina informantů tipovala nedávnou minulost (současné století), někteří konec minulého století a několik respondentů uvedlo, že text by mohl vyjít kdykoli.

a ...to byly pořád stejné fráze, stejné věty o tom, jak oni všechno dělají dokonale. (LB/204-206)].

Přesně opačně hodnotili právě ukázkou 1, tedy jako praktickou, ze života, dokonce i objektivní:

[Tož toto (ukázka 2, pozn.) je taková kravina, toto jako přeletím, to vůbec, to bych ani nečetl, protože to je politika a to mě vůbec... to (ukázka 1) je takové informativní, že se to mohlo stát, že tam ty mrazy mohly poškodit ty kolejnice, ale tohle vůbec. (PB/135-137)].

U audiovizuálních ukázek (ukázky 3 a 4), tedy reportáží Televizních novin a Událostí, a jejich srovnání, však informanti ve svých výpovědích a popisech nebyli tak jednotní. Většinou sice charakterizovali zprávu z roku 1988 opět jako propagandistickou, zpravující tak, jak chce Sovětský svaz, zároveň však reportáž z roku 2015 nevnímají jako kvalitnější a už vůbec ne jasnější:

[Tady slyšíš de facto dvě strany nebo tři strany: slyšíš stranu sovětskou<sup>100</sup>, slyšíš stranu naši a jsou tam různé názory. Tady ta první reportáž byla jednostranně zaměřena Sovětský svaz, Sovětský svaz, ale že by tam někdo mluvil za tu německou stranu, to tam prostě vůbec nebylo. (LB/245-248)],

[Myslím si, že ta druhá je spíš objektivnější. Ta první mně připadala vyloženě, že je tak opravdu dělaná na zakázku. (EB/71, 72)<sup>101</sup>],

[Mně se líbila více ta první jakoby jednodušší. Pak už to člověk přestane vnímat. Bylo to víc rozvláčné. (MO/71,72)] a

[...není tak tendenční (ukázka 1, pozn.), tak hrubě, jak to bylo dřív, ale přesto ta reportáž 2015 na mne nepůsobí úplně dobře, protože kromě nějakých náznaků nebylo jasné o co jde. Nebylo tam jasně řečeno o co šlo, nebylo průkazně doloženo, nějakým písemným záznamem, byly tam nějaké náznaky, že je to šikana ze strany Rusů, ale nepůsobilo to přesvědčivě. To ta první reportáž byla naprosto jasná. My jsme ti dobří a oni jsou ti špatní. (LM/56-60)].

---

<sup>100</sup> Zde měl respondent na mysli stranu ruskou, nicméně i tento „freudovský přeřek“ vypovídá o tom, jak tento informant zprávu vnímá.

<sup>101</sup> Vyjádřením „dělaná na zakázku“ chtěla respondentka vyjádřit tendenčnost reportáže a to, že její obsahová podoba je diktována politicky.

Všichni informanti nicméně odpověděli, že se (televizní) zpravodajství za těch asi 30 let, které dělí obě uvedené ukázky, změnilo, i kdyby by to mělo být pouze po technické stránce. Vzhledem k tomu, že vzorek je, co se týče věku, vzdělání a socioekonomické třídy spíše homogenní, odpovědi respondentů se ve vztahu k ideologii zpráv velmi neliší. Odkazují tak zde na Morleyho výzkum a zároveň také na paměťovou distorzi, zmíněnou u práce Reifové – vztah informantů k ideologičnosti zpráv z totalitní éry (jak ukázka 2, tak ukázka 3) je jistě poznamenán současným diskurzem a tím, jak se na tyto zprávy díváme ze současné perspektivy. Troufám si odhadnout, že zatímco v době, kdy prezentované ukázky byly aktuálními zprávami, informanti by je dekodovali jiným způsobem, než to dělali při výzkumu. Byl by aktivní jiný typ Hallova čtení.

## 4.4 Objektivita jako pojem

Nejproblematictější částí rozhovorů byly, dle mého očekávání, klíčové otázky týkající se objektivitu zpráv. Ačkoli někteří informanti sami zmínili objektivitu jako charakteristický rys, kterého mohou zprávy nabývat, ani tito nebyli schopni komplexněji popsat, co si pod pojmem objektivita představují. Odpovědi respondentů nejčastěji obsahovaly srovnání objektivitu a propagandy či intencionálního stranění jakožto protikladů

[No můj názor je, že zprávy vůbec nejsou objektivní. A že tam někdo tahá za nitky a stejně je to všechno jenom taková manipulace a podsouvání informací. (RH/170/171)]<sup>102</sup>

anebo ještě častěji objektivitu chápou jednoduše jako pravdu

[No, podle mě objektivita by mělo být, že by to mělo být pravdivé. Objektivní jako že by to mělo být pravdivé, že by to nemělo být nějak zkreslené nebo takové zaonačené nebo tak. (LS/91, 92)]<sup>103</sup>,

popřípadě také jako charakteristiku „seriózních“ zpráv, tedy ne zpráv, hledající senzaci, skandály apod.

---

<sup>102</sup> u této informantky lze nicméně konstatovat, vzhledem k jejím dřívějším výpovědím, že nemá důvěru ve zpravodajství (a médiím obecně) jako instituci. Zároveň však říká (viz str. 59), že chce „být v obraze“ a k tomu jí slouží portál Seznam.cz. Nutně tak nemůže číst zprávy v opozitním kódu, protože pak samotná tato činnost neměla smysl. „Být v obraze“ totiž má především hodnotu v sociálních interakcích, spíše by tak docházelo k čtení vyjednanému, které by následně bylo konfrontováno se sociálním okolím respondentky.

<sup>103</sup> Tato informantka ani u jedné ukázky nezmínila její (ne)ideologičnost nebo jakýkoli vztah zpravodajství k ideologii. Naopak vždy popisovala zprávy v relaci k praktickému aspektu – ať už šlo o obsah zpráv spíše než o formální stránku, nebo o etickou povahu novinářské práce, kterou ale vztáhla k zasahování do soukromí, ne k zastávání politického nebo ideologického postoje.



[Pravdu, abych se nehonil jenom za nějakými senzacemi, aby to zvýšilo náklad těch novin nebo sledovanost, ale aby to skutečně, aby tam dostala prostor i ta druhá strana, aby se na to zeptali víc lidí a ti lidé se k tomu mohli vyjádřit a aby si to mohli porovnat a ne, že se tam zeptám jednoho člověka a ten něco řekne a pak si celý národ myslí, že to tak funguje. (LB/292-295)]<sup>104</sup>.

Jedna informantka charakterizovala objektivitu jako opak publicistického textu s přítomností názoru<sup>105</sup>:

[No objektivita je snažit se co nejpřesněji vyjádřit průběh nějakého děje a oprostit se od nějakých názorů a nechat toho diváka, posluchače, čtenáře, aby si ten názor vytvořil sám. (MM/184, 185)].

Při hlubším popisu objektivitě pak často uvádějí jako klíčové nutnost zahrnout více názorů, a právě tento aspekt objektivitě zdůrazňují ve srovnání se zprávami ze socialistického Československa:

[Objektivita je dost těžký pojem, protože musíte znát názor jedné i druhé strany. Pokud jsou tam zastoupeny obě strany, pak by to snad mělo být objektivní. (VO/67, 68)],

[Tak toto (ukázka 1) vychází z nějaké skutečnosti, kdežto toto je ryzí politika (ukázka 2), spíš tendenční politika. Zprávy dělíme na tři druhy pravdivé, pravděpodobné a ty ostatní<sup>106</sup>. (LM/50, 51)].

Obecně se dá říci, že respondenti definovali objektivitu v žurnalistickém slova smyslu<sup>107</sup>. Zároveň to ukazuje na další typickou vlastnost všech informantů – ať už pokládají alespoň nějaké zpravodajství na českém mediálním trhu za objektivní, nebo tvrdí, že všechny zprávy jsou zmanipulované, argumentují tak pouze v úzkém směru, zahrnující právě žurnalistickou praxi a nikoli širší (například filozofický) pohled. Informanti nereflektovali společenskou úlohu

---

<sup>104</sup> Tento informant vycházel ze své vlastní zkušenosti, kdy kriticky během rozhovoru popisoval práci redaktorů České televize. Podle něj tito redaktori nepostupovali eticky správně, čímž utrpěla i objektivita zprávy.

<sup>105</sup> Tato definice je samozřejmě problematická, neboť žurnalistické texty zpravidla dělíme na zpravodajské a publicistické, přičemž ty druhé, ač s přítomností názoru autora, a i přes odlišná pravidla jejich tvorby, stále musí být objektivní.

<sup>106</sup> Jako pravdivé respondent uvedl sportovní výsledky, jako pravděpodobné předpověď počasí a ostatní jako všechny ostatní – tedy že všechny ostatní nejsou pravdivé, objektivní. Na této satirické odpovědi je jasně ukázána skepse a kritické myšlení, s jakým ke zpravodajství přistupuje.

<sup>107</sup> Tedy tak, že vždy zmínili alespoň jeden z aspektů objektivitě dle Westerståhla – ať už to byla pravdivost, informativnost, vyváženost nebo neutralita. Relevanci naopak nezmninil ani jeden z informantů, což může být vysvětleno tím, že tento prvek objektivitě berou jako samozřejmý, „taken-for-granted“.

zpravodajství či média jakožto (dys)funkční prvek společnosti. Jediná reflexe ideologie přicházela v momentě srovnání zpráv před a po tzv. sametové revoluci, kdy informanti popisovali ukázky z doby socialismu za propagandistické a ideologické. Otázkou však zůstává, zda jde skutečně o jejich názor a zkušenost nebo spíše přebírají aktuální rétoriku (viz Reifová, 2015). S tím souvisí i reflexe ideologie a jejího působení skrze diskurz na sebe jako osobnost. Způsob, jakým Morley hledal (ne)souhlas s ideologií prezentovanou v Nationwide, je cestou, jak hledat samotnou ideologii ve zprávách – jinými slovy, zatímco nyní informanti hodnotí objektivitu jistým způsobem, který je nepochybně determinován současným diskurzem, v minulosti, v čase, kdy předkládané ukázky 1, 2 a 4 byly aktuální, by ji jistě definovali jinak, opět pod vlivem tehdejšího diskurzu. Navíc, musím znovu odkázat na problém, který jsem již prezentoval výše (kap. 2.1.1) – je objektivita zpravodajství součástí ideologie? Je nicméně nutné podotknout, že nezřídka respondenti označovali za neobjektivní a tendenční jakékoli zprávy s politickým tématem:

[Toto (ukázka 2, pozn.) je zaměřené určitě na tu politiku, toto (ukázka 1, pozn.) je takové objekt ... možná objektivnější. Toto je vyložene politika si myslím. (EB/62, 63)].

Jedna respondentka (ET) na rozdíl od ostatních uvedla, že článek, jakým je ukázka 2 by mohl dneska klidně vyjít, přičemž by se zabýval politikou Evropské unie – snažila se tak popsat něco jako eurounijní propagandu. Jiná respondentka (MM) zase uvedla, že podobné články jako ukázka 2 stále vychází, ale

[...klidně někde KLDR...(MM/135)].

## 4.5 Novinář a média

Ačkoli informanti dokázali určitým způsobem popsat práci novináře a proces tvorby článku, nepřesnosti v jejich odpovědích nebo jejich vlastní otázky týkající se médií obecně i zpravodajství jsou jasným důkazem nízké míry znalostí o mediálních rutinách i o fungování médií:

[Ale přijde mi, že se to změnilo teda ta novinářská práce, že to bylo dobrodružnější než sedět v kanceláři a telefonovat. Si představuju novináře, že se prostě pohybuje, jo, všude no.... Jak oni to vlastně ti novináři mají? Oni jsou 24 hodin na telefonu? (RH/228-230)].

Neznalost konkrétních postupů samozřejmě není žádnou základní neznalostí; spíše poukazují na nízkou úroveň mediální gramotnosti (nejen) mezi seniory (viz také obr. 7). Na druhou stranu je potřeba pozitivně hodnotit tendenci téměř všech respondentů ke kritickému myšlení o médiích; toto myšlení většinou hraničí s představou médií, která jsou na denní bázi úkolována politiky či majiteli:

[Ono záleží, budeš někde a budou ti dávat 50 tisíc měsíčně a když ti ten druhý nabídně 250, tak můžeš aji cigánit, žejo. A někteří jsou prostě „co bych si nezacigánil za 250 tisíc...“ (PB/6-8)].

Obecně lze intenzitu mediální konzumace informantů hodnotit jako průměrnou (čtou pravidelně noviny či časopisy, sledují zprávy v televizi, poslouchají rádio, někteří pracují se zpravodajskými servery), většina informantů ale zprávy neověřuje, nedohledává zdroje, neporovnává informace ve zprávách mezi sebou:

[Já nejsu nějaký odborník tady v tomto, já jen co mě zaujme tak se na to podívám dále, ale už nehledám nikde nic. (JZ/36, 37)].

Mezi respondenty ale byly i výjimky:

[Výzkumník: ... porovnáváte třeba tu stejnou zprávu z různých zdrojů? Třeba když si něco přečtete na tom iDnesu, tak jestli potom se na to zaměříte i v těch zprávách na Nově...? Informantka: Ano, a někdy je to opravdu rozdílné. (LS/22-25)],

[...už se nad tím musím zamyslet svým selským rozumem a říct si ne, to je blbost. (ED/118, 119)].

Respondenti tak přikládají povinnost být objektivní čistě na novináře, zároveň však říkají, že žurnalisté jsou poměrně lehce ovlivnitelní například tím, kdo je majitelem redakce a v konečném důsledku závisí na integritě a morálce každého jednotlivce, nehledě na konkrétní redakci či „značku“:

[...do toho nevidíš, když pokud ten novinář opravdu chce být objektivní a nezaujatý a je to férový člověk a má kolem sebe tým stejných lidí tak bych věřila, ale já nevím kdo to je... (JZ/248-250)].

Na otázku, zda existují nějaké úřední orgány nebo zákonné instituce<sup>108</sup>, které hlídají či upravují objektivitu zpráv, většina informantů nebyla schopná odpovědět, případně se snažili vlastními slovy popsat úřad Rady pro rozhlasové a televizní vysílání:

[U těch veřejnoprávních taky jako samozřejmě funguje jako firma, ale je to firma více sledovaná pod kuratelou nějaké Rady pro rozhlasové, televizní vysílání... (MM/236, 237)].

Na otázku, zda jsou některá média, redakce či novináři lepší, objektivnější než jiní, odpovídali informanti, že nemají dostatečný přehled o tom, aby nějaké médium/redakci jako objektivnější mohli označit:

[Nedokážu posoudit, nevím. (VO/64)].

## 4.6 Veřejnoprávní média, reklama a objektivita

Předpokládal jsem, že senioři, často označováni jako riziková skupina z pohledu chudoby, budou ke koncesionářským poplatkům velmi kritičtí. Informanti však k poplatkům přistupují smířlivě až nezaújatě<sup>109</sup>:

[Tak, jsme si na to zvyklí, že to platíme...pořád mluví, že to chtějí zvyšovat, tak to s tím bych moc nesouhlasila, protože to, co tam dávají, to už stačí za ty peníze, co platíme. (ET/35, 36)].

Nicméně i v otázce koncesionářských poplatků, resp. toho, proč je vlastně informanti platí, je vidět nedostatek znalostí:

[Tak já nevím, akorát mám pocit, že třeba za televizi se mi to zdá zbytečné, když platíme ještě satelit. Takže mi přijde, že je to zdvojené, ale rádio ano. (MO/43, 44)].

Veřejnoprávní média většina respondentů nevnímá jako vzory nebo ideální případy novinářské práce (nejen, co se objektivitu týče):

[...někdy se ta Česká televize o to snaží, a někdy se toho nevyvaruje, že si tam přihřeje svoji polívčičku. Jinak ty komerční televize, jak říkám, na Primu se nediváme, ta Nova ta si samozřejmě vybírá to, co se jí hodí, aby přitáhla co nejvíc

---

<sup>108</sup> Ať už konkrétní zákony nebo judikatury, tak podzákoné předpisy a vnitřní etické kodexy nebo mezinárodní dokumenty.

<sup>109</sup> Což naopak odpovídá charakteristice respondentů jako členů spíše středních socioekonomických tříd, viz úvod kap. 4.

diváků, takže tam se na to...když se na to dívám, vždycky si říkám, jo tak když ukážou nějaké obrazové zpravodajství tak samozřejmě člověk vidí svýma očima<sup>110</sup> a když něco komentují, tak tam je potřeba si dávat pozor. (MM/187-191)],

[No já si myslím, že ten Barrantov, že má objektivnější zprávy... oproti České televizi. (ET/118-120)].

Kvitují ale malé množství reklamy na veřejnoprávních kanálech<sup>111</sup> oproti těm komerčním. Ačkoli informanti často popisovali problematiku korupce novinářů a jejich ovlivnění vnějšími faktory, zpravidla si nedokáží představit, že by reklama a inzerenti mohli ovlivňovat konkrétní zprávy (jednotlivé články či reportáže) nebo konečnou podobu, například, novin (samozřejmě mimo grafickou podobu):

[...myslím, si, že by kvalitnější (bez reklamy, pozn.) nebyly, protože třeba myslím tady ty regionální noviny, by už neměly mnohdy ani o čem psát. Ono se toho zase tolik neděje. (LB/158, 159)].

---

<sup>110</sup> V tomto vyjádření může pozorovat prvek epistemologického privilegia televize z pohledu publika – tedy že to, co je psáno se dá zfalšovat, ale obraz „mluví za vše“. Je to další příklad „starého myšlení“ o médiích, kterému chybí znalost nových technologií nebo minimálně absence reflexe těchto technologií na současný každodenní svět informantů a publika.

<sup>111</sup> Ani zde jsem u informantů nenarazil na poučenější názory. Mám na mysli například zákonem předepsaný čas pro reklamy ve veřejnoprávní televizi nebo alespoň problematizace tohoto tématu ve spojení s pojmy reklama, sponzor pořadu, product placement apod.

## 5 Závěr

Jedním z cílů práce bylo koherentně systematizovat alespoň část poznatků, které máme o objektivitě, a to v různých vědních disciplínách. Výsledkem měl být text, který bych využil při výzkumu publika, zaměřeného na objektivitu mediálních obsahů v době socialistické Československé republiky a v současnosti. Moje práce není vyčerpávajícím seznamem přístupů k pojmu objektivita v rámci různých věd, ale spíše základní příručkou pro ty, kteří by se chtěli touto problematikou zabývat hlouběji v jiných kontextech. Na základě poznatků, syntetizovaných z více zdrojů, si dovoluji říci, že objektivita je sice pojem značně abstraktní a vědecky těžko operacionalizovatelný. Je přítomný jak ve veřejném, tak odborném diskurzu, a to nás nutí jej nezavrhnout jednoduše jako nedosažitelný ideál, ale přijmout jej jako součást lidského poznání, které je potřeba nadále zkoumat. Odpovědět na výzkumnou otázku „Jak vnímají lidé starší pětapadesáti let mediální obsahy z hlediska jejich objektivit?“ tak není možné jednou větou, ale spíše širším popsáním praktik publika, návyků informantů a jejich postoje k médiím. Domnívám se, že co se týče hlavní výzkumné otázky, došlo k saturaci dat. Jistě by každý další informant odpovídal trochu odlišně, nicméně gros odpovědí by zůstávalo stejné. Co se týče ostatních aspektů výzkumu, jako je mediální konzumace a přístup k médiím včetně znalostí o nich, ty jsou determinovány tak specificky a na tak individuální úrovni, že dosáhnout saturace dat by bylo velmi obtížné, ne-li nemožné.

V kapitolách 1.1–1.1.5 jsem se snažil popsat to, jak k objektivitě přistupuje filozofie, totiž nejčastěji jako charakteristice procesu poznávání, jako k cestě, na jejímž konci má být pravda, tedy pravdivé poznání skutečnosti. Následovala kapitola s filozofií blízce spojená, popisující, že dominantním paradigmatem metodologie věd je myšlení K. R. Poppera, ve kterém je objektivita ústředním pojmem. V kapitole věnované psychologii jsem se snažil položit rámeček problému vnímání světa kolem nás na individuální úrovni a de facto tak relativizoval existenci objektivit jako takové. V kapitolách 1.4 a 1.5 jsem se přiblížil objektivitě jako pojmu tak, jak je tradičně vnímána ve veřejném diskurzu, tedy ve spojení s médii, s jejich zpravodajským obsahem. Představil jsem podrobněji postupy, kterými se řídí novináři při své práci nebo ty okolnosti, které jejich práci ovlivňují z právního hlediska.

Další část práce již byla přípravou teoretického materiálu, potřebného k nastavení rámce, ve kterém byl později proveden výzkum publika. Komunikační model Stuarta Halla a navazující práce Davida Morleyho byly inspirací nejen při interpretaci dat výzkumu, ale také jako takové byly využity k popsání objektivit jakožto mediálního pojmu.

Samotné výsledky výzkumu provedeného na skupině 13 informantů formou hloubkových rozhovorů sice nemají reprezentativní charakter kvantitativních dat, nicméně některá zjištění korespondují s výsledky šetření kvantitativních výzkumů (viz např. STEM/MARK, 2018) a se statistikami. Jiné poznatky přinášejí nový pohled na mediální chování, mediální konzumaci a rozumění (fungování) médií specifickou věkovou skupinou. Respondenti dle předpokladů konzumují mediální obsah více, než, když dospívali, nicméně nepodařilo se mi sesbírat žádná data, která by tento vývoj přisuzovala změně státního režimu, jako spíš obecnému trendu rozšíření (nových) mediálních technologií a socioekonomickému vývoji. V hodnocení mediálního obsahu obou historických ér informanty jsem však identifikoval takové názory, které popisují změnu kvalit tohoto obsahu, zvláště co se týče objektivit zpravodajských sdělení před a po tzv. sametové revoluci. Obecně popisují současné zprávy jako objektivnější než ty z doby komunistické diktatury. Samozřejmostí je deklarovaná změna v technickém podání těchto zpráv. Zde musím upozornit na výsledky práce Ireny Reifové, popisující tzv. paměťovou distorzi, popsanou v kapitole 2.2.3. Samotnou objektivitu informanti definují jako 1) protiklad stranění, absenci ideologie, 2) prostou pravdu nebo 3) jako charakteristiku „seriózních zpráv“, tedy jako nehonění se za senzace a skandály. Zároveň objektivitu popisují v intencích aspektů objektivit Jürgena Westerstähla s výjimkou relevance. Zde je dle mého vidět přejímání profesního/odborného novinářského diskurzu širší veřejností. Upozorním také na nedostatečné znalosti inkriminované skupiny publika (což potvrzují i statistiky a jiné výzkumy) z prostředí médií a novinářské profese. Tuto skutečnost zdůrazňuji zejm. ve spojení s diskuzí o tzv. nových médiích, všudypřítomné ikonosféře a každodenním přístupem publika do mediasféry. Podařilo se mi ale u informantů identifikovat jistou skepsi a kritické myšlení ve spojení s médii dneška i minulosti. Je ovšem otázkou, zda toto kritické myšlení využívají na denní bázi, v každodenním přístupu k médiím nebo jde o vedlejší jev výzkumu, tedy tzv. efekt morčete. Zároveň bych však zdůraznil, že tato skepse a kritika se zdají být u informantů spíše znakem nedůvěry v média jako instituce demokratické společnosti s odkazem na vlastnické struktury a politické tlaky než jistou antiideologickou iniciativou. Je proto zajímavé, že respondenti nejčastěji mluvili o selhání objektivního zpravodajství právě na individuální úrovni (novináři jsou ovlivněni právě majiteli média, penězi a politickými talky), ale kontrolní orgány nejsou schopni identifikovat, ba ani nejsou přesvědčeni o jejich existenci. Vnímání zpravodajství se pro informanty během jejich života změnilo od jasně ideologicky podmíněného (ovlivněného) po finančně podmíněné (ovlivněné), ovšem s výhradami. Hlavním důvodem pro druhé je podle mě nedostatečná mediální gramotnost seniorů a je otázka, zda se situace bude s měnícími se generacemi měnit či nikoli. David Morley hledal u informantů

odpověď na otázku, zda je skrze zprávy prezentovaná ideologie u nich přijímána či nikoli. V této práci jsem se snažil tuto „obecnou“ ideologii nahradit ideologií objektivit a zjistit, zda ji informanti ve zprávách čtou v dominantním kódu. Zjistil jsem, že jen částečně, tedy spíše vyjednaně, protože zatímco pojem objektivit chápou tak, jak je ukotvená v žurnalistickém diskurzu, její skutečnou existenci v textech, produkovaných tímto diskurzem ji nacházejí jen zřídka.



# Zdroje

## Bibliografické zdroje

1. ALTHUSSER, Louis. 1971. Ideology and Ideological State Apparatuses In: *Lenin and Philosophy and other Essays*. New York: Monthly Review Press.
2. ANG, Ien. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen & Co.
3. BARTHES, Roland. 2004. *Mytologie*. Praha: Dokořán. Bod (Dokořán). ISBN 80-86569-73-x.
4. BAUDRILLARD, Jean. 2001. *Dokonalý zločin*. Přeložila Alena Dvořáčková. Olomouc: Periplum. ISBN 80-902836-7-5.
5. BECK, Ulrich. 2018. *Riziková společnost: Na cestě k jiné modernitě*. Praha: Slon. ISBN 978-80-7419-267-8.
6. BLECHA, Ivan. 2004. *Filosofie*. 4. opr. a rozš. vyd. Olomouc: Nakladatelství Olomouc. ISBN 80-718-2147-0.
7. BLUMLER, Jay G., KATZ, Elihu. 1974. The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*. Beverly Hills: Sage Publications. **40**(1). ISSN 0033-362X
8. BOORSTIN, Daniel J. 2012. *The image: a guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage Books, a division of Random House. ISBN 978-0679741800.
9. BOOTH, Paul. 2010. *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang. ISBN 9781433110719
10. CARNAP, Rudolf, CREATH, Richard, NOLLAN, Richard. 1987. On Protocol Sentences. *Noûs* [online]. **21**(4) [cit. 23.3.2019]. DOI: 10.2307/2215667. ISSN 00294624. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/2215667?origin=crossref>
11. CARPENTIER REIFOVÁ, Irena, FIŠEROVÁ, Sylvie. 2012. Ageing on-line in risk society: Elderly people managing the new risks via new media in the context of decreasing ontological security. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* [online]. **6**(2) [cit. 18.3.2019]. DOI: 10.5817/CP2012-2-5. ISSN 18027962. Dostupné z: <https://cyberpsychology.eu/article/view/4266/3305>
12. COHEN, Stanley. 2011. *Folk devils and moral panics: the creation of the Mods and Rockers*. New York: Routledge. ISBN 0-203-82825-9.

13. ČERNÝ, David. 2001. Korespondenční teorie pravdy. *Distance: Revue pro kritické myšlení* [online]. 2001(1) [cit. 23.2.2019]. ISSN 1212-7833. Dostupné z: <http://www.distance.cz/rocnik-2001/1-cislo-5/korespondencni-teorie-pravdy>
14. DAVIDSON, Donald. 2005. *Truth, Language, and History*. Oxford: Clarendon. ISBN: 9780198237570
15. DESCARTES, René. 2016. *Rozprava o metodě: jak vést správně rozum a hledat pravdu ve vědách*. Přeložil Karel ŠPRUNK. Praha: Oikoymenh. Knihovna novověké tradice a současnosti. ISBN 978-80-7298-212-7.
16. DRAGOMIR, Marius, RELJIĆ, Dušan, THOMPSON, Mark, GRÜNWARD, Andreas (eds.). 2005. *Television across Europe: Regulation, policy and independance*. Budapest: Open Society Institute. ISBN 07-619-6885-7.
17. ELDRIDGE, John. 2000. The Contributin of the Glasgow Media Group to the study of Television and Print Journalism. *Journalism Studies*. Routledge, 1(1), 113-127. ISSN 1469-9699.
18. ENGLISH, Horace B., ENGLISHOVÁ, Ava Ch. 1958. *Comprehensive Dictionary of Psychological and Psychoanalytical Terms*. London.
19. FESTINGER, Leon. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
20. FIDELIUS, Petr. 2016. *Řeč komunistické moci*. Praha: Triáda. ISBN 978-80-7474-186-9
21. FLUSSER, Vilém. Za fenomenologii televize. In: FORET, Martin, LAPČÍK, Marek a Petr ORSÁG. 2009. *Myšlení komunikace a médií: Diskurz(ivní analýza) zpravodajství*. Olomouc: Univerzita Palackého. Str. 79–94. ISSN 1804-0365.
22. FOUCAULT, Michel. 2002. *Archeologie vědění*. Praha: Hermann a synové. ISBN 80-239-0124-9
23. GERBNER, George. 1964. Ideological perspectives in news reporting. *Journalism Quarterly*, 41(4).
24. HALL, Stuart et. al. 1976. The unity of current affairs TV In: *Culture, media, language: working papers in cultural studies*. 9. London: University of Birmingham
25. HALL, Stuart. 1977. Culture and the ideological effect In: CURRAN, James et. al. (eds). *Mass Communication and Society*. Arnold: London.
26. HAMILTON, Alexander. 1994. *Listy federalistů: Soubor esejí psaných na podporu nové Ústavy předložené federálním Shromážděním 17. září 1787*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého. ISBN 80-7067-390-7.

27. HENDL, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-2
28. CHALOUPKOVÁ, Helena. 2019. *Mediální právo: komentář*. Praha: C.H. Beck. Beckova edice komentované zákony. ISBN 978-80-7400-725-5.
29. JENKINS, Henry. 2006. *Convergence culture*. New York: New York University Press. ISBN 0-8147-4281-5
30. JÍLEK, Viktor. 2009. *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-2218-3.
31. JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. 2003. *Média a společnost*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-466-3
32. JIRÁK, Jan, WOLÁK, Radim. (eds.). 2007. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis.
33. JIRÁK, Jan. 2004. Mediální gramotnost jako kompetence svého druhu. In: DOPITA, Miroslav, STANĚK, Antonín. (eds.): *Výchova k demokratickému občanství a vzájemné toleranci v multikulturní společnosti*. Olomouc: Univerzita Palackého, s. 177–186.
34. KAPLAN, Karel. 1978. *Úvahy o nevyhnutelnosti února*. Paříž: Svědectví. Číslo 55.
35. KAPLAN, Karel. 2002. *Kořeny československé reformy 1968*. Brno: Doplněk.
36. KUHN, Thomas S. 1997. *Struktura vědeckých revolucí*. Praha: Oikoymenh. ISBN 80-86005-54-2.
37. KUNCZIK, Michael. 1995. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-134-x.
38. LANG, Kurt, LANGOVÁ, Gladys E. 1953. The Unique Perspective of Television and it's Effects: a Pilot Study. *American Sociological review*. Pp. 2–12, (18).
39. LAPČÍK, Marek. 2012. *Televizní zpravodajství jako paradox*. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN 978-80-244-3326-4
40. LAPČÍK, Marek. K epistemologii komunikace/médií: je třeba hledat nové paradigma? In: FORET, Martin, LAPČÍK, Marek a Petr ORSÁG. 2009. *Myšlení komunikace a médií: Diskurz(ivní analýza) zpravodajství*. Olomouc: Univerzita Palackého. Str. 11–34. ISSN 1804-0365.
41. LASSWELL, Harold. 1935. *World politics and personal insecurity*. New York: Free Press
42. LEE, Bob, Yiwei CHEN, HEWITT, Lynne. 2011. Age differences in constraints encountered by seniors in their use of computers and the internet. *Computers in Human*

- Behavior* [online]. **27**(3), 1231-1237 [cit. 13.3.2019]. DOI: 10.1016/j.chb.2011.01.003. ISSN 07475632. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0747563211000070>
43. LEIST, Anja K. 2013. Social Media Use of Older Adults: a Mini-Review. *Gerontology* [online]. **59**(4), 378-384 [cit. 13.3.2019]. DOI: 10.1159/000346818. ISSN 1423-0003. Dostupné z: <https://www.karger.com/Article/FullText/346818>
44. LIPPMANN, Walter. 2015. *Veřejné mínění*. Přeložil Ladislav KÖPPL. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0939-3.
45. LOWE, Gregory Ferrell, BARDOEL, Jo (eds.). 2007. *From public service broadcasting to public service media*. Göteborg: Nordicom. ISBN 978-91-89471-53-5.
46. MANOVICH, Lev. 2002. Principy nových médií [online]. 55-76 [cit. 12.3.2019]. Dostupné z: <http://www2.iim.cz/wiki/images>
47. MCLUHAN, Marshall. 1991. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon. ISBN 80-207-0296-2.
48. MERLEAU-PONTY, Maurice. 2017. *Proměna vnímání a zkušenost pravdy: podklady ke kandidatuře na Collège de France*. Přeložil Jan Halák. Praha: Oikoymenh. Oikúmené. ISBN 978-80-7298-236-3.
49. NAKONEČNÝ, Milan. 1997. *Encyklopedie obecné psychologie*. Praha: Academia. ISBN 80-200-0625-7.
50. NAKONEČNÝ, Milan. 2013. *Lexikon psychologie*. 2., podstatně rozš. vyd. Praha: Vodnář. ISBN 978-80-7439-056-2.
51. NIEMINEN, Hannu. 2007. Towards the democratic regulation of European media and communication. In: CARPENTIER, Nico et. al. (eds.). *Media technologies and democracy in enlarged Europe*. Tartu: Tartu University Press. S. 55-74. ISBN 978-9949-11-745-1.
52. NIKLESOVÁ, Eva. BÍNA, Daniel. 2010. *Mediální gramotnost a mediální výchova*. Studijní texty. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.
53. PLATÓN. 2001. Kniha sedmá. *Ústava*. 3. vyd. Praha: Oikoymenh. S. 213-244. ISBN 80-7298-024-6.
54. POPPER, Karl Raimund. 1997. *Logika Vědeckého bádání*. Praha: Oikoymenh. ISBN 80-86005-45-3
55. RÁMIŠOVÁ, Šárka. 2013. Podporované, či opovrhované? Životní úroveň svobodných matek v období normalizace. *Paměť a dějiny*. Praha: Ústav pro studium totalitních režimů. **7**(4), 40-47.

56. REIFOVÁ, Irena. 2015. A study in the history of meaning-making: Watching socialist television serials in the former Czechoslovakia. *European Journal of Communication* [online]. **30**(1), 79-94 [cit. 13.3.2019]. DOI: 10.1177/0267323114565744. ISSN 0267-3231. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323114565744>
57. ROGERS, Everett M. 1962. *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
58. SEDLÁK, Petr. 2013 Proč tak snadno? Silné a slabé stránky revize vykládání diktatury KSČ a jejího nástupu v únoru 1948. *Dějiny-teorie-kritika*. **10**(1), 30–55. ISSN 2464-5370
59. SEDLÁKOVÁ, Renáta. 2014. *Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-9641-3
60. SHOEMAKER, Pamela, REESE, Stephen D, 1996. *Mediating the message*. White Plains. New York: Longman. ISBN 0-8013-1251-5.
61. SCHÄFFER, Burkhard. 2007. The Digital Literacy of Seniors. *Research in Comparative and International Education*. **2**(1), 29-42.
62. SLOBODA, Zdeněk, SCHORB, Bernd. 2010. Teorie mediální pedagogiky. In: MAŠEK, Jan, SLOBODA, Zdeněk, ZIKMUNDOVÁ, Vladimíra. (eds.): *Mediální pedagogika v teorii a praxi*. Plzeň: Pedagogická fakulta Západočeské univerzity v Plzni. 7–11.
63. TUCHMAN, Gaye. 1972. Objectivity as a strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. Chicago: *American Journal of Sociology*. **77**(4), 660-679.
64. TUCHMAN, Gaye. 1973. Making news by doing work: Routinizing the unexpected. Chicago: *American Journal of Sociology*. **79**(1), 110-131.
65. VEBER, Václav. 2009. Jak to bylo s demisemi v únoru 1948. *Paměť a dějiny*. Praha: Ústav pro studium totalitních režimů. **3**(1), 5-10.
66. VIDOVIČOVÁ, Lucie, GREGOROVÁ, Eva. 2007. Věkové normy v sociologické perspektivě. *Sociální studia/Social studies*. Brno: Fakulta sociálních studií. **4**(1-2), 201-217. ISSN 1803-6104.
67. VILÍMEK, Tomáš. 2008. Občanská společnost a její význam v období Pražského jara. *Paměť a dějiny*. Praha: Ústav pro studium totalitních režimů. **2**(2), 6-17.
68. WESTARSTÅHL, Jörgen. 1983. Objective news reporting. *Communication research*. Thousand Oaks: Sage Publication. **10**(3), 403-424.
69. WHORF, Benjamin Lee, 1956. *Language, Thought and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. Cambridge: MIT Press.

70. WITTPOTH, Jürgen. 1994. *Rahmungen und Spielräume des Selbst: ein Beitrag zur Theorie der Erwachsenensozialisation im Anschluß an George H. Mead und Pierre Bourdieu*. Frankfurt nad Mohanem: Diesterweg.
71. ZOONEN, Liesbet van. 2005. *Entertaining the citizen: when politics and popular culture converge*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield. ISBN 074252907x.

## Další zdroje:

1. Český statistický úřad, 2018. Informační společnost v číslech – 2018: Kapitola C. Praha: Český statistický úřad. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech#> [cit. 14.4.2019].
2. Český statistický úřad, 2018. Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2018: 6. Sociální sítě. Praha: Český statistický úřad. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/nakupovani-pres-internet-jednotlivci-pro-soukrome-ucely> [cit. 15.4. 2019].
3. <https://www.imdb.com/title/tt0199252/>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=E2OSXHORIEg>
5. Reportáž Televizních novin: <https://www.youtube.com/watch?v=QFH5zyB-yPI> [cit. 20.3.2019]
6. Reportáž Událostí: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1097181328-udalosti/215411000101022> [cit. 20.3.2019]
7. Rezoluce 1003: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16414> [cit. 24.3.2019]
8. Rezoluce 2066: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=21960&lang=en> [cit. 24.3.2019]
9. STEM/MARK, 2018. Mediální gramotnost je v Česku nízká – pouze čtvrtina dospělé populace v ní dosahuje uspokojivé úrovně. Praha: STEM/MARK. Dostupné z: <https://www.stemmark.cz/medialni-gramotnost-je-v-cesku-nizka-pouze-ctvrtina-dospele-populace-v-ni-dosahuje-uspokojive-urovne/> [cit. 15.4.2019].

# Přílohy

**Příloha 1** – Morleyho protokol o jednotlivých skupinách a jejích informantech (Morley, 2005: 159-161); vysvětlivky – WC = working class (jedinec pochází z tzv. dělnické třídy), MC = middle class (jedinec pochází z tzv. střední třídy).

| Phase 1: Nationwide 19/5/76 |                                      |  |               |
|-----------------------------|--------------------------------------|--|---------------|
| Group No.                   | Institution                          | Profile of Group   | Size of Group |
| 1                           | Birmingham Polytechnic               | Apprentice Engineers, Block Release HND Course. Mainly white, all male, aged 20–26; Working Class (WC) | 10            |
| 2                           | Birmingham Polytechnic               | Apprentice Metallurgists, Day Release HNC Course. All white/male, 21–25; WC                            | 6             |
| 3                           | Birmingham Polytechnic               | Apprentice Telephone Engineers, Block Release (City & Guilds). All white/male, 18–20; WC               | 13            |
| 4                           | Birmingham Polytechnic               | Apprentice Electricians, Block Release HNC. All white/male, 21–29; WC                                  | 13            |
| 5                           | Matthew Bolton Technical College     | Apprentice Telecommunications Engineers, Block Release HNC. All white/male, 17–19; WC                  | 12            |
| 6                           | Matthew Bolton Technical College     | Apprentice Lab Technicians, Block Release ONC. 4 women, 9 men, all white, 17–19; WC                    | 13            |
| 7                           | Birmingham University                | Arts Degree Students. 3 men, 3 women, all white, 20–24; Middle Class (MC)                              | 6             |
| 8                           | London College of Printing           | Film/Photography Diploma Students. White/male, 24–26; MC   | 2             |
| 9*                          | Hackney College of Further Education | Full-time 'A' level Sociology Students. 8 men, 4 women, 6 white, 6 black, 17–29; WC                    | 12            |
| 10                          | Christopher Wren School              | Schoolboys (3rd year) studying for 'O' levels. 8 white, 5 black, 14–15; WC                             | 13            |
| 11                          | Hackney College of Further Education | Full-time Commercial Studies Students. All women, mainly black, 17–26; WC                              | 9             |
| 12                          | Christopher Wren School              | Schoolboys (4th year) studying for 'O' levels. 3 white, 3 black, 15–16; WC                             | 6             |
| 13                          | City College (E. London)             | Full-time CSE General (Literacy) Students. 5 women, 2 men, all black, 17–18; WC                        | 7             |
| 14                          | Philippa Fawcett College             | Teacher Training Course Students. Mainly white, all women, 19–20; MC                                   | 12            |
| 15                          | Philippa Fawcett College             | Teacher Training Course Students. All white, mainly women, 21–46; MC                                   | 6             |

|   |  |  |    |
|---|--|--|----|
| 16  | Hackney College of Further Education     | Full-time Community Studies Students. All women, all black, 17–19; WC                          | 9  |
| 17  | Hackney College of Further Education     | Full-time Community Studies Students. All women, 3 white, 5 black, 17–19; WC                   | 8  |
| 18  | London College of Printing               | Photography Diploma Students. 8 men, 3 women, all white, 19–6; MC                              | 11 |
| Phase 2: Nationwide Budget Special 29/3/77  |  |  |    |
| 19  | Birmingham University                    | Arts Degree Students. All white, 2 women, 1 man, 19–21; MC                                     | 3  |
| 20  | TUC Training College                     | Full-time TU Officials on inservice training. All white/male, 29–47; WC                        | 6  |
| 21  | Midland Bank Training College            | Bank Managers on in-service training. 6 men, 1 woman, all white, 29–52; MC                     | 7  |
| 22  | TUC Training College                     | Full-time TU Officials on inservice training. All white/male, 24–64; WC                        | 5  |
| 23  | Polytechnic of Central London            | Shop stewards on part-time Labour Studies Diploma Course. All white, 5 men, 2 women, 23–40; WC | 7  |
| 24*   | Hammersmith College of Further Education | Part-time students on TU Studies course. 2 women, 1 man, all white, 24–32; MC                  | 3  |
| 25  | Hackney College of Further Education     | Full-time 'A' level Sociology students. 6 women, 2 men, mainly black, 18–37; WC                | 8  |
| 26  | London College of Printing               | Print Management Trainees. All men, 3 white, one black, 22–39; MC                              | 4  |
| 27  | London College of Printing               | Apprentice Printers. Both white/ male, 18–19, WC   | 2  |
| 28  | London College of Printing               | Print Management Trainees. All male/black, 22–39; MC   | 5  |
| 29  | Midland Bank Training College            | Bank Managers on in-service training. All white/male, 35–53; MC                                | 9  |
| *Owing to a fault in the tape recording these groups had later to be omitted from the analysis. |  |  |    |

**Příloha 2** – Výsledky dotazníkového šetření BBC ohledně složení publika Nationwide z roku 1974 (Morley, 2005: 161-162); vysvětlivky – u-mc = upper-middle class (vyšší střední třída), l-mc = lower-middle class (nižší střední třída), WC – working class (dělnická třída), sloupec Audience udává celkový počet osob daného segmentu, sloupec Composition udává procentuální zastoupení daného segmentu na celkovém publiku, sloupec Population as a whole pak udává procentuální zastoupení daného segmentu v celkové populaci Velké Británie.

|  | Audience | Composition | Population as a whole |
|--|----------|-------------|-----------------------|
|  | 000's    | %           | %                     |



|         |       |       |       |
|---------|-------|-------|-------|
| Total   | 5,899 | 100.0 | 100.0 |
| u-mc    | 321   | 5.4   | 6.0   |
| l-mc    | 2,140 | 36.3  | 24.0  |
| WC      | 3,438 | 58.3  | 70.0  |
| Total   |       |       |       |
| males   | 2,772 | 46.1  |       |
| females | 3,177 | 53.9  |       |

**Příloha 3** – Morleyho rozřazení skupin informantů do tří základních klastrů dle způsobu dekódování zprávy (Morley, 2005: 268, 269).

#### Forms of Dominant Code

##### Groups

|          |  |
|----------|--|
| 26       | Print Management: radical Conservative     |
| 21, 24   | Bank Management: traditional Conservative  |
| 1–6 & 27 | Apprentices: Populist-Conservative/cynical |
| 10, 12   | Schoolboys: deferential (?)                |

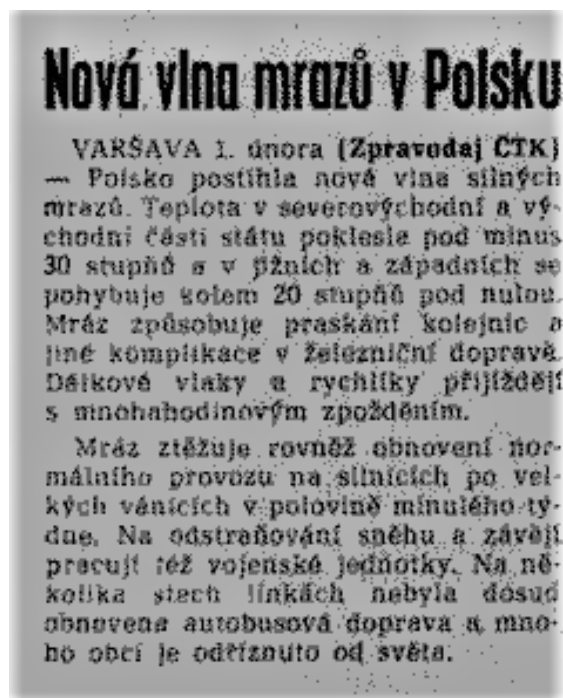
#### Forms of Negotiated Code

|        |   |
|--------|---|
| 14, 15 | Teacher Training College Students: Conservative Leavisite   |
| 7, 19  | University Arts Students: radical Leavisite                 |
| 8, 18  | Photography Students: technician 'professional' perspective |
| 20, 22 | Trade Union Officials: Labourist 'official' perspective     |

#### Forms of Oppositional Code

|                    |  |
|--------------------|--|
| 11, 13, 16, 17, 25 | Black F.E. Students: alienated 'critique of silence': sub-cultural perspective |
| 23                 | Shop Stewards: radical rank & file perspective: class perspective              |

**Příloha 4** – Článek Rudého práva z 1. února 1970 Nová vlna mrazů v Polsku; zpráva však byla přepsána v textovém editoru tak, aby ji (její časové zařazení a periodikum, ve kterém byla otištěna) nebylo možné během rozhovorů lehce identifikovat:



**Příloha 5** – Článek Rudého práva z 2. ledna 1985 Všechny síly pro zachování míru:



**Příloha 6** – Protokol rozhovoru, zahrnující údaje o sociálním, ekonomickém a demografickém postavení informantů:

### **PROTOKOL ROZHOVORU**

1) Rámcové údaje

|       |                           |
|-------|---------------------------|
| Datum |                           |
| Místo |                           |
| Čas   | Start: _____ Konec: _____ |

2) Průběh rozhovoru

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Atmosféra rozhovoru       |  |
| Problémy / Rušení         |  |
| Verbalizační schopnosti   |  |
| Další pozn. a zajímavosti |  |

3) Údaje informanta/informantky

|                          |                               |
|--------------------------|-------------------------------|
| Jméno / Pohlaví          |                               |
| Věk                      |                               |
| Vzdělání                 |                               |
| Práce (současná, minulá) |                               |
| Důchodce                 | ANO / NE                      |
| Vdaná/ženatý             | ANO / NE                      |
| Děti                     | MÁ (KOLIK _____) + věk / NEMÁ |
| Vnoučata                 | MÁ (KOLIK _____) + věk / NEMÁ |
| Pozn. a zajímavosti      |                               |

4) Údaje k bydlišti a socioekonomický status

|                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| Druh bydlení    |                          |
| S kým bydlí     |                          |
| Okolí bydliště  |                          |
| Bydliště (obec) |                          |
| Dovolená        | TUZEMSKO / ZAHRANIČNÍ    |
| Pobyt u moře    | ANO / NE      KDY? _____ |

|   |   |
|---|---|
| Vlastní (a užívá)                           | TV / PC (nebo notebook) / SMARTPHONE / RADIOPŘIJÍMAČ / PŘEDPLATNÉ NOVIN / PŘEDPLATNÉ ČASOPISU |
| Připojení k internetu doma<br>či přes mobil | ANO / NE  |
| Auto (i ve spol. vlastnictví)               | MÁ / NEMÁ   |
| Volební účast                               | VŽDY / VĚTŠINOU / OBČAS / NIKDY   |
| Víra  |   |
| Zajímavosti, pozn.                          |   |

**Příloha 7** – seznam vybraných právních předpisů, které mají minimálně potenciál zasahovat při soudním rozhodování do oblasti médií a mediálního práva:

1. ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky
2. Listina základních práv a svobod, publikována usnesením předsednictva České národní rady č. 2/1993 Sb. jako součást ústavního pořádku
3. zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád
4. zákon č. 2/1969 Sb. o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky
5. zákon č. 81/1966 Sb., o periodickém tisku a o ostatních hromadných informačních prostředcích
6. zákon č. 200/1990 Sb., o přestupcích
7. zákon č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání
8. zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi
9. zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu
10. zákon č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích
11. zákon č. 103/1992 Sb., o Radě České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání
12. zákon c. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů
13. zákon č. 82/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou při výkonu veřejné moci rozhodnutím nebo nesprávným úředním postupem a o změně zákona České národní rady č. 358/1992 Sb., o notářích a jejich činnosti (notářský řád)
14. zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon)

15. zákona č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech
  16. zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a změně dalších zákonů
  17. zákon č. 150/2002 Sb., soudní řád správní
  18. zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti
  19. zákon č. 500/2004 Sb., správní řád
  20. zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích
  21. zákon č. 235/2006 Sb., kterým se mění zákon c. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony
  22. zákon č. 418/2011 Sb., o trestní odpovědnosti právnických osob a řízení proti nim
  23. zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání)
  24. zákon č. 305/2013 Sb., kterým se mění zákon c. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon), ve znění pozdějších předpisů; včetně důvodové zprávy
  25. zákon č. 322/2016 Sb., kterým se mění volební zákony a další související zákony
  26. směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o určitých aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodního styku v rámci vnitřního trhu
  27. směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. 3. 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách)
  28. Úmluva o ochraně lidských práv a základních svobod, publikována pod c. 209/1992 Sb.
- 
- 1) rezoluce č. 1 o budoucnosti veřejnoprávního vysílání z roku 1994 (tzv. Pražská rezoluce)
  - 2) deklaráce Výboru ministrů o zajištění nezávislosti veřejnoprávního vysílání v členských státech ze dne 27. 9. 2006
  - 3) doporučení Parlamentního shromáždění 1641 (2004) o vysílání veřejné služby
  - 4) doporučení Parlamentního shromáždění 1878 (2009) o financování vysílání veřejné služby
  - 5) doporučení Výboru ministrů R (96) 10 k zárukám nezávislosti veřejnoprávního vysílání

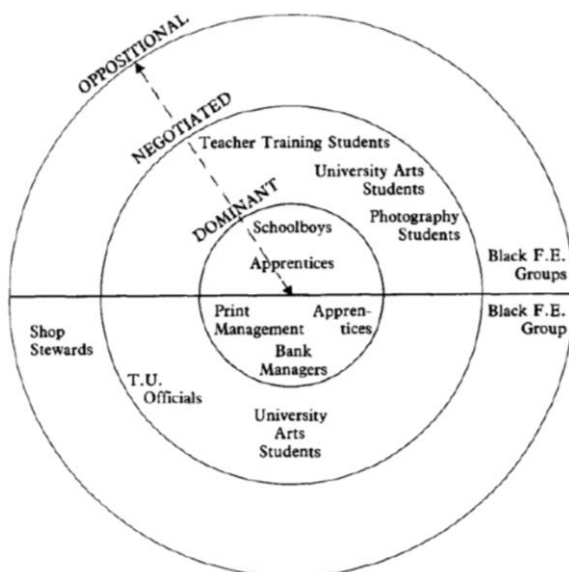
- 6) doporučení Výboru ministrů Rec (2000) 23 o nezávislosti a funkcích regulačních orgánů pro oblast vysílání
- 7) doporučení Výboru ministrů Rec (2003) 9 k opatřením na podporu demokratické a sociální úlohy digitálního vysílání
- 8) doporučení Výboru ministrů Rec (2007) 3 o úloze médií veřejné služby v informační společnosti
- 9) rezoluce Parlamentního shromáždění 1636 (2008) o indikátorech pro média v demokracii

# Obrázky

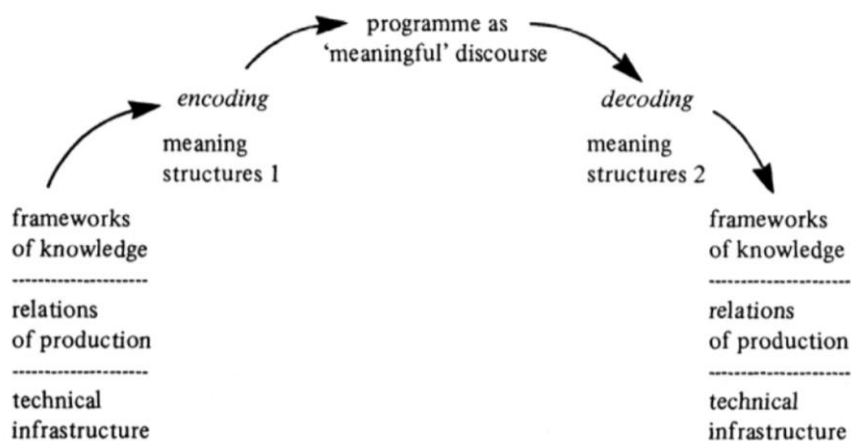
**Obr. 1** – Platónovo podobenství o jeskyni, Jan Saenredam, podle Cornelise van Haarlem, 1604, Albertina, Vídeň. (Zdroj: Wikipedia, cit. 28.1.2019, dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Podobenstv%C3%AD\\_o\\_jeskyni#/media/File:Platon\\_Cave\\_Saenredam\\_1604.jpg](https://cs.wikipedia.org/wiki/Podobenstv%C3%AD_o_jeskyni#/media/File:Platon_Cave_Saenredam_1604.jpg))



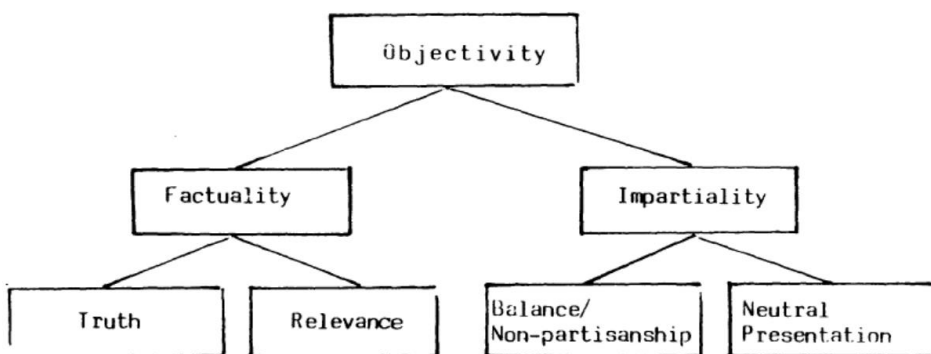
**Obr. 2** – Schéma výsledků Morleyho analýzy (Morley, 2005: 268)



**Obr. 3** – Model komunikace kódování a dekódování dle Stuarta Halla (Hall, 2005: 120).

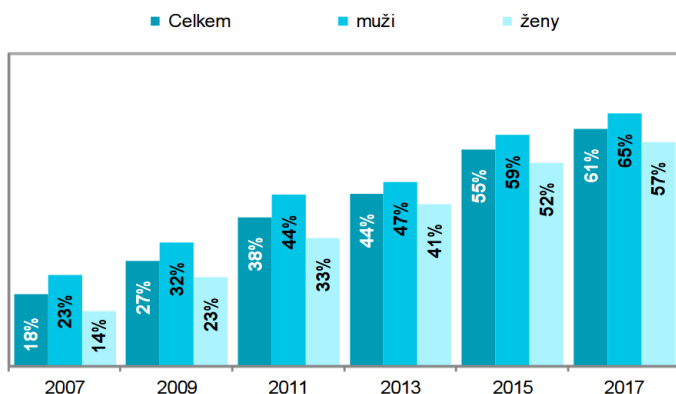


**Obr. 4** – Diagram zobrazující Westerstáhlova kritéria objektivit žurnalistických obsahů. (Westarstáhl, 1983: 405)



**Obr. 5** – statistika podílu české internetové populace vůči reálné české populaci ve věkové skupině 55 až 74 let. (ČSÚ, 2018)

**Graf C19** Jednotlivci ve věku 55 až 74 let používající internet



podíl z celkového počtu jednotlivců (mužů a žen) ve věku 55 až 74 let

Zdroj: ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci, 2018



## Obr. 6 – demografické složení českých uživatelů sociálních sítí. (ČSÚ, 2018)

Tabulka 41: Jednotlivci v ČR používající sociální sítě, 2018

|                                  | Celkem         |                 |                 | Pro soukromé účely - použili alespoň 1x za posl. 3 měsíce |                 |                 | Pro pracovní účely - používají pravidelně (alespoň jednou týdně) |                 |                 |
|----------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|---|-----------------|-----------------|--|-----------------|-----------------|
|                                  | v tis.         | % <sup>1)</sup> | % <sup>2)</sup> | v tis.  | % <sup>1)</sup> | % <sup>2)</sup> | v tis.   | % <sup>1)</sup> | % <sup>2)</sup> |
| <b>Celkem 16+</b>                | <b>4 521,8</b> | <b>51,6</b>     | <b>64,0</b>     | <b>4 469,3</b>  | <b>51,0</b>     | <b>63,3</b>     | <b>647,7</b>   | <b>7,4</b>      | <b>9,2</b>      |
| <b>Pohlaví</b>                   |                |                 |                 |   |                 |                 |  |                 |                 |
| Muži 16+                         | 2 135,1        | 50,1            | 60,5            | 2 108,4   | 49,4            | 59,7            | 339,7  | 8,0             | 9,6             |
| Ženy 16+                         | 2 386,7        | 53,1            | 67,6            | 2 360,9   | 52,6            | 66,8            | 307,9  | 6,9             | 8,7             |
| <b>Věková skupina</b>            |                |                 |                 |   |                 |                 |  |                 |                 |
| 16–24 let                        | 854,2          | 97,0            | 97,9            | 854,2   | 97,0            | 97,9            | 23,5   | 2,7             | 2,7             |
| 25–34 let                        | 1 248,3        | 90,0            | 91,0            | 1 245,6   | 89,8            | 90,8            | 185,0  | 13,3            | 13,5            |
| 35–44 let                        | 1 218,7        | 70,5            | 72,2            | 1 197,8   | 69,3            | 70,9            | 210,4  | 12,2            | 12,5            |
| 45–54 let                        | 675,4          | 46,7            | 49,9            | 658,3   | 45,5            | 48,7            | 140,9  | 9,7             | 10,4            |
| 55–64 let                        | 366,2          | 28,0            | 36,2            | 356,5   | 27,2            | 35,3            | 77,2   | 5,9             | 7,6             |
| 65+                              | 159,0          | 7,9             | 20,7            | 156,8   | 7,8             | 20,4            | 10,6   | 0,5             | 1,4             |
| <b>Vzdělání (25+)</b>            |                |                 |                 |   |                 |                 |  |                 |                 |
| Základní                         | 141,4          | 20,4            | 55,4            | 141,4   | 20,4            | 55,4            | 3,6  | 0,5             | 1,4             |
| Střední bez maturity             | 1 087,9        | 36,8            | 51,1            | 1 079,4   | 36,5            | 50,7            | 59,9   | 2,0             | 2,8             |
| Střední s maturitou + VOŠ        | 1 470,9        | 53,1            | 60,9            | 1 443,7   | 52,1            | 59,7            | 271,7  | 9,8             | 11,2            |
| Vysokoškolské                    | 967,4          | 66,7            | 69,5            | 950,5   | 65,5            | 68,3            | 289,0  | 19,9            | 20,8            |
| <b>Ekonomická aktivita (16+)</b> |                |                 |                 |   |                 |                 |  |                 |                 |
| Zaměstnaní                       | 3 127,3        | 62,1            | 65,1            | 3 076,7   | 61,1            | 64,1            | 621,8  | 12,4            | 13,0            |
| Ženy na RD*                      | 350,3          | 89,4            | 91,3            | 350,3   | 89,4            | 91,3            | 7,9  | 2,0             | 2,1             |
| Studenti                         | 644,5          | 98,2            | 98,5            | 644,5   | 98,2            | 98,5            | 5,7  | 0,9             | 0,9             |
| Starobní důchodci                | 210,3          | 9,3             | 22,9            | 208,3   | 9,3             | 22,7            | 7,4  | 0,3             | 0,8             |

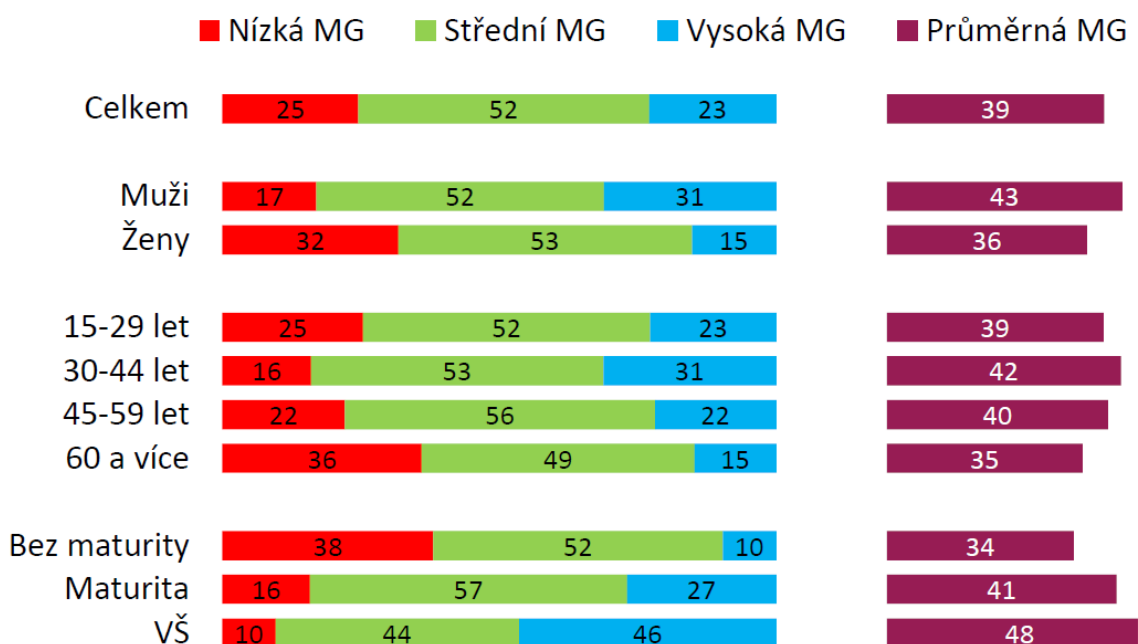
<sup>1)</sup> Podíl z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině

<sup>2)</sup> Podíl z jednotlivců v dané socio-demografické skupině, kteří použili internet v posledních 3 měsících

\* zahrnuje i ženy na MD a ženy v domácnosti

## Obr. 7. – dosažená kompetence mediální gramotnosti dle výzkumu agentury STEM/MARK (2018).

### Mediální gramotnost v sociodemografických skupinách



Všichni respondenti, n=1561 [údaje v %]