

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

bakalářské prezenční studium  
2009 – 2012

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

Michaela Demeterová

Srovnání etického kodexu České televize a kodexu BBC

**Praha 2012**

**Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Josef Musil, CSc.**

**COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE**

Bachelor Full - Time Studies  
2009 - 2012

**BACHELOR THESIS**

Michaela Demeterová

Comparison of Guidelines of Czech Television and Guidelines  
of BBC.

**Prague 2012**

**The Bachelor's Thesis Work Supervisor: RNDr. Josef Musil, CSc.**

### **Prohlášení**

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 15. 3. 2012

*Michaela Demeterová* .....

## **Poděkování**

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu bakalářské práce RNDr. Josefovi Musilovi, CSc. za metodické vedení, věcné připomínky, za cenné rady, odborné vedení a čas, který mi ochotně věnoval.

Poděkování patří také mojí rodině i přátelům za morální a finanční pomoc během celého studia.

## **Anotace**

Bakalářská práce „Srovnání Etického kodexu BBC a kodexu ČT“ se věnuje komparaci dvou dokumentů vybraných veřejnoprávních médií. Teoretická část je věnována teorii mediální komunikace a médiím, vysvětluje pojmy důležité pro pochopení zásad etického kodexu. Dále, Česká televize a BBC jsou rozebrány z hlediska legislativy, historie a programového schématu. Tato hlediska zároveň mapují vztah těchto institucí k dodržování a uplatňování etických a demokratických principů. V praktické části jsou porovnány vybrané jednotlivé obsahově podobné části etických kodexů.

## **Klíčové pojmy**

Česká televize, etika, etický kodex České televize, kodex BBC, historie BBC, historie České televize, komparace, média, regulace, společnost BBC, veřejnoprávní televize

## **Annotation**

Bachelor's Thesis "Comparison of the Editorial Guidelines of BBC and Editorial Guidelines of Czech Television" consists of two parts. First, the Theoretical part deals with the theory of media communication and media, explains the concepts important for understanding the principles of the Editorial Guidelines. Furthermore, the Czech Television and the BBC are discussed in terms of legislation, history and program schedule. These terms also describe the relation of these institutions to respect and application of ethical and democratic principles. Second, in the Practical part individual sections are compared to selected content forms of Editorial Guidelines.

## **Key words**

Czech television, Comparison, Ethics, Editorial Guidelines of Czech television, Editorial Guidelines of BBC, History of BBC, History of Czech television, Media, Regulation, Corporation BBC, Public Television

# OBSAH

<b>ÚVOD .....</b>	<b>8</b>
Teoretická část	
<b>1. Teorie komunikace a médií .....</b>	<b>9</b>
1.1. Druhy komunikace.....	10
1.2. Hromadné sdělovací prostředky .....	12
1.3. Funkce médií.....	13
1.4. Duální systém vysílání.....	14
1.5. Veřejnoprávní média.....	15
<b>2. Česká televize .....</b>	<b>17</b>
2.1. Historie České televize .....	17
2.2. Česká televize v letech 1953 – 1989.....	18
2.3. Česká televize po roce 1989 .....	19
<b>3. British Broadcasting Corporation .....</b>	<b>23</b>
3.1. Historie BBC.....	24
<b>4. Regulace médií .....</b>	<b>26</b>
<b>5. Etický kodex.....</b>	<b>29</b>
Praktická část	
<b>6. Aktuální problematika: Média v rozporu s etikou .....</b>	<b>32</b>
<b>7. Srovnání etického kodexu BBC a kodexu ČT .....</b>	<b>34</b>
7.1. Etický kodex BBC a Kodex ČT.....	34
7.2. Pojmy novinářské etiky .....	36
7.3. Zaměstnanci .....	41
7.4. Náboženství a etika.....	42
7.5. Komerční obsah .....	43
7.6. Kontroverzní obsah.....	44
7.7. Dětské publikum .....	46
<b>8. Obecný závěr z porovnání .....</b>	<b>47</b>
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>49</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>51</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....</b>	<b>54</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>55</b>

## ÚVOD

Žijeme v době, kdy se nejvyšší hodnotou stávají informace. Proto existují prostředky, které nám zprostředkovávají informace a poznání - média. Ta, která pokrývají široký okruh příjemců mediálního obsahu se nazývají masová. Existují specifická veřejnoprávní média, která mají sloužit veřejným zájmům, demokratickému státnímu zřízení a nabízet pestrý výběr kvalitních a ověřených služeb. Aby plnila svoji službu, musí být oproštěna od veškerých závislostí na státní moci i jiných subjektech. Záměrem této práce je analyzovat a porovnat Kodex BBC (Editorial Guidelines) a Kodex České televize – dva obdobné dokumenty, které vymezují činnosti a povinnosti těchto organizací. Zkoumání je prováděno formou studií obou dokumentů a vytyčení společných částí, které jsou srovnatelné z hlediska celku i obsahu, které jsou zkoumány a porovnány.

Celý text je rozdělen do osmi základních kapitol, úvodu a závěru. Kapitola Teorie komunikace a médií si klade za úkol vysvětlit základní terminologii, seznámit čtenáře s hromadnými prostředky, vymezit úlohu médií ve společnosti se zaměřením na veřejnoprávní služby. Kapitola druhá je věnována historii České televize od počátku, popsán je i způsob jejího fungování. Třetí kapitola se soustřeďuje na historii společnosti British Broadcasting Corporation a její fungování. Čtvrtá a pátá kapitola se věnují významu etického kodexu a regulací médií. V šesté kapitole je čtenář seznámen s aktuální problematikou etiky v novinářském pojetí. Navazuje kapitola sedmá, ve které je srovnán etický kodex BBC a ČT z mnoha úhlů, zaměřena je především na zásadní pojmy novinářské etiky. V poslední kapitole jsou shrnuty poznatky autorky z komparace.

Tato práce je věnována velice atraktivní a v českém prostředí doposud ne příliš vědecky prozkoumané komparaci kodexů veřejnoprávních médií.

Cílem je na základě studia Kodexu České televize analyzovat mechanismus jejich fungování a provést komparaci s kodexem BBC na základě vybraných částí v odpovídajícím charakteru.



## 1. Teorie komunikace a médií

Samotný název komunikace vznikl z latinského *communicatio*, což znamená sdělení či sdílení. Tento termín je však používán dle následující definice. „Komunikace je přenos informace pomocí znakového systému, uskutečňovaný mezi lidmi přímo nebo pomocí technicko-organizačních prostředků.“ (Musil, J., *Sociální a mediální komunikace*, 2010, str. 11)

Informace v této souvislosti znamená každý obsah procesu komunikace. Informací může být např. novinářská zpráva, referát, komentář, popis, údaj o přesném času nebo o počasí, ale také literární či výtvarné nebo hudební dílo, sdílení názorů, postojů atd.

Každá komunikace zahrnuje vysílatele – komunikátora a příjemce – komunikanta (recipienta) informace, pramen (zdroj) informace, který může být totožný s vysílajícím, dále sdělení samotné a jeho (materiální) nosič – signál nebo kanál pro přenos informace. (Tamtéž, 2010)

Rozhlas a televize jako masová média vzrostla z technologií, které existovaly před nimi – z telefonu, telegrafu, pohyblivé i nehybné fotografie a nahrávání zvuku. Rozhlas se zdál být spíše technologií hledající využití, než aby reagoval na poptávku po nové službě či novém obsahu, a přesně totéž lze říci o televizi. Obě média si musela obsahy vypůjčit od existujících médií – a jejich nejoblíbenější obsahy jsou proto odvozené: filmy, hudba, příběhy, zprávy i sport. Možná hlavní žánrová inovace, společná rozhlasu i televizi, spočívá v jejich schopnosti přímého sledování, přenášení a zaznamenávání událostí ve chvíli, kdy se dějí. Dalším charakteristickým rysem rozhlasu a televize je vysoký stupeň regulace, kontrola a udělování licencí veřejnými institucemi – původně se jednalo o technickou nezbytnost, později se z toho stala směs demokratického rozhodování, státních zájmů, ekonomických výhod a prostých institucionálních zvyklostí. Souvisí s tím i třetí historicky důležitý rys rozhlasu i televize, jímž je pro ně typická distribuce od centra k periférii a spojování celostátní televize s politickým životem a mocenskými centry

ve společnosti. Důsledkem popularity těchto médií je i jejich politický význam. Prakticky nikde si však nevydobyła jako svoje nezadatelné právo takovou svobodu, aby mohla vyjadřovat svoje názory volně a chovat se politicky naprosto nezávisle. (MCQUAIL, D., *Úvod do teorie masové komunikace*, 2002, s. 39)

## **1.1. Druhy komunikace**

Mezilidskou komunikaci lze třídit podle různých hledisek. Následující text přináší příklady vybraných základních postupů.

### **1.1.1. Přímá a nepřímá komunikace**

„Komunikace může probíhat přímo mezi komunikujícími (přímá interpersonální komunikace) nebo nepřímo, zprostředkovaně pomocí technicko-organizačních prostředků.“ (Musil, J. *Sociální a mediální komunikace*, 2010, s. 19)

Komunikační řetězec přímé komunikace je tvořen pouze komunikátorem a komunikantem, ať už jde o jednotlivce nebo skupiny; nic jiného kromě lidských osob není ke přímé komunikaci zapotřebí.

U nepřímé komunikace naproti tomu přistupuje nějaký technický prostředek, ve složitějších případech zajištěný organizační strukturou, protože dosah komunikačních prostředků (kanálů) vlastních člověku není dostačující. Tento prostředek, potřebný pro nepřímou komunikaci, se nazývá obecně (komunikační) médium. Příkladem média může být telefon, obraz, socha, kouř kouřových signálů atp. Je třeba ihned dodat, že v běžné řeči se pod pojmem médium zpravidla rozumí pouze hromadný sdělovací prostředek.

Jde o proces, v jehož rámci se „nabízejí obsahy (tedy sdělení) určené prvotně ke krátkodobému užití (zpravodajství, zábava), které mají aktuální charakter a jsou formálními organizacemi s vnitřní hierarchií, pravomocí a odpovědností, užívajícími vyspělé technologie sloužící k multiplikaci

vyrobeného sdělení a jeho distribuci s pomocí rozmanitých zprostředkujících technik k masovému, disperznímu a anonymnímu publiku, a to veřejně, tedy bez omezení přístupu, jednosměrně, tedy bez možnosti výměny role podavatele a příjemce, a nepřímou, tedy s odloženou a institucionalizovanou zpětnou vazbou, a to vše s určitou periodicitou produkce, která je nabízena průběžně.“

(JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost.*, 2007, s. 39)

### **1.1.2. Verbální a neverbální komunikace**

Verbální komunikace je taková, jejíž znakový systém je založen na slovech. Veškerá ostatní komunikace je neverbální. Je důležité, že rozlišení verbální a neverbální komunikace znamená mnohem více, než jen označení komunikačního kanálu. Verbální komunikace zdaleka neprobíhá jen pomocí pronášených a slyšených slov: patří do ní ovšem i písmo včetně např. Braillova, dále znakování neslyšících a další se slovem spojené způsoby komunikace.

Nepřímá verbální komunikace se především díky vynálezu písma ze značné části uskutečňuje vizuálně, i když zavedení mobilních telefonů toto tvrzení rychle zpochybňuje. Ani nepřímá vizuální verbální komunikace není vázána pouze na písmo, patří sem i znaky (pokud je jeho význam možný vyjádřit slovy). Nepřímá nepísmová vizuální verbální komunikace je potřebná zejména v situacích vyžadující rychlost nebo při potřebě překonávání jazykových bariér (např. dopravní či turistické značení, kartografické značky apod.). (Musil, 2010)

Neverbální komunikace zdaleka není jen řeč těla (mimika, haptika, proximika atd.), jak to bývá chápáno psychologii. Ve skutečnosti je mnohem bohatší v oblasti neverbální komunikace a mnohem bohatší v oblasti komunikace nepřímé, jelikož zahrnuje veškeré umění kromě umění slovesného (literatury.) To je důležité především s ohledem na televizi a video, neboť větší část přenášené informace má v těchto médiích neverbální charakter. Případný „překlad“ neverbálně komunikovaného sdělení do slov může být zejména

v případě umění velmi obtížný, a např. u hudby, baletu či výtvarného umění je v podstatě nemožná. (Tamtéž, 2010)

### **1.1.3. Dělení podle komunikačního kanálu**

Dalším důležitým tříděním je dle použitého komunikačního kanálu, jímž znakový systém vnímá komunikant (recipient). Komunikační kanál může být založen na kterémkoliv smyslu nebo smyslové kombinaci. Pro lidskou a masovou komunikaci jsou mimořádně podstatné dva kanály – vizuální a akustický. Verbální komunikace realizovaná prostřednictvím akustického kanálu (hlasu) je u člověka biologicky založena a představuje jeden z nejtypičtějších rysů lidskosti. Jazyk ztělesňuje pro současného člověka základní nástroj komunikace, jehož důležitost je zřejmá z toho, jakou roli hraje při společenské identifikaci. Nejedná se jen o jazyk jako podstatný znak národní příslušnosti. Lidé se v detailech používání stejného jazyka liší podle příslušnosti k sociální skupině, samozřejmě i podle věku atp. (Musil, 2010)

## **1.2. Hromadné sdělovací prostředky**

Hromadné sdělovací prostředky mají v lidském životě mimořádně významnou roli už z prostého časového pohledu: Člověk v západní civilizaci věnuje nejvíce času spánku a práci. Pořadí těchto dvou bloků se může lišit, ale na třetím místě je vždy doba věnovaná sledování různých médií. (Musil, 2010)

„V nejvyspělejších zemích jsou sumární čísla pro veškerá média vyšší a pohybují se kolem 60 hodin týdně.“ (Musil, J., *Sociální a mediální komunikace*, 2010, s. 42)

Hromadné sdělovací prostředky, pro něž je většinou používán běžný výraz „médiá“, se dělí na tiskové a elektronické. Mezi tisková média patří zejména knihy, časopisy, plakáty, letáky, atp. Pro hromadnou sociální komunikaci mají největší význam noviny, hlavně deníky a týdeníky, dále časopisy. V současnosti získávají novou kvalitu tím, že jsou vydávány také

v elektronické podobě. Mezi elektronická média spadají především tradičně rozhlasové a televizní vysílání, obzvláště významná jsou média, v jejichž plném názvu figuruje slovo „vysílání“.

Definovat tento pojem však není snadné, podle Musila (2010) však lze určit podstatné znaky vysílání v tradičním pojetí, ke kterému patří zejména:

- záměrné a systematické sestavování programu určeného pro větší množství recipientů (posluchačů nebo diváků);
- šíření signálu (různého typu a různými cestami) nesoucího obsah vysílání z jednoho místa k většímu množství konečných recipientů (point-to-multipoint) jako hlavní znak, který odlišuje tradičně vysílání od telekomunikací;
- možnost současného příjmu a vnímání obsahu vysílání větším počtem recipientů.

Pozice internetu je v současnosti ještě v jistém ohledu rozporuplná. Stále existují odborníci, kteří odmítají jeho zařazení mezi hromadné sdělovací prostředky s poukazem na to, že internet má celou řadu dalších možností a funkcí, které u klasických médií (včetně televize) neexistují; jde především o interaktivitu umožňující postupné mizení rozdílu mezi komunikanty a recipienty. Internet umožňuje každému, aby předložil informace široké veřejnosti formou blogů apod. Na straně druhé existují shody s funkcemi klasickým médií, proto je chápání internetu jako hromadného sdělovacího prostředku postupně prosazováno.

### **1.3. Funkce médií**

Funkce médií primárně lze chápat jako uspokojování potřeb jednotlivců a malých skupin. Z tohoto pohledu lze v současných médiích na základě obsahu nebo i žánrových znaků rozlišit podle Musila (2010) následující funkce:

- informační, jež zahrnuje zprávy, komentáře, reportáže, aktuality atp.; jejich cílem je zvýšit nebo přestavět obsah vědomí diváka na základě určitých prvků reality;
- zábavné - zahrnující hudbu, dramatické formy, literární formy, humor, hudební a filmové klipy, sportovní přenosy (které nejsou informační formou) a ostatní formy zábavy – a to v celé šíři od „vysoké“ kultury až po lidovou zábavu;
- komerční (reklama, obecněji komerční text nebo komerční vysílání s jasným cílem zajistit finanční prostředky pro provoz média a event. (u komerčních médií) dosáhnout zisku.

#### **1.4. Duální systém vysílání**

Zákon č. 468/1991, ve kterém byly v r. 1991 stanoveny podmínky provozování rozhlasového a televizního vysílání, zavádí duální systém, který je založený na paralelní existenci komerčního rozhlasového i televizního vysílání jako jedné složky systému a veřejnoprávních subjektů jako složky druhé. *(Zákon č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů)*

K obecnému odlišení vysílání veřejné služby a komerčního vysílání může sloužit pouze jediný a zároveň dostačující znak, kterým je způsob financování. Komerční vysílání je financováno z výtěžku vlastní komerční činnosti, kdežto vysílání veřejné služby má zajištěno nekomerční financování z jiných zdrojů, ať už jsou jimi příjmy ze státního rozpočtu nebo zákonem nařízené přímé platby občanů. Veřejnoprávní vysílání tedy představuje službu veřejnosti za peníze veřejnosti a má tedy saturovat potřeby jednotlivců i společnosti a možná také – v určité míře – potřeby institucí státu. Za plnění těchto potřeb má zákonem zajištěny ekonomické podmínky existence. (Musil, 2010)

## 1.5. Veřejnoprávní média

Veřejnoprávní média jsou součástí duálního systému, který zahrnuje soukromé či komerční stanice a veřejnoprávní média. Existují vedle sebe vysílatelé, kteří vysílají na základě přidělené licence a finance získávají převážně z prodeje vysílacího času inzerentům, a vysílatele, jejichž existenci zajišťuje zákon (vysílatelé ze zákona) a prostředky získávají převážně z koncesionářských poplatků. Licencované mediální subjekty se často označují jako „soukromé“ či „komerční“ stanice. Vysílatelé ze zákona jako „média veřejné služby“ či veřejnoprávní média“.

Veřejnoprávní média nejsou závislá na státním rozpočtu, financována jsou z televizních poplatků a zákonem vymezené podnikatelské činnosti, rozhodujícím zdrojem příjmů je televizní poplatek. Doplňkovým zdrojem příjmů je podnikatelská činnost (reklama, sponzoring aj.).

Veřejnoprávní média musí dodržovat kritéria informační kvality zpravodajství, což znamená, dodržovat relevanci, pravdivost, srozumitelnost a aktuálnost informací.

Základním problémem veřejné služby (nejen ve vysílání) je celospolečenská shoda na definici úkolů služby a způsob kontroly jejich plnění. Úkoly musí být definovány dostatečně konkrétně, jinak jsou nekontrolovatelné. To zároveň znamená, že platnost zadání pro veřejnou službu bude omezená konkrétní situací v každé zemi, tedy bude omezená místně i časově. Zájem veřejnosti, která tím či oním způsobem provoz veřejnoprávní vysílání financuje, činí z kontroly vysílání významné publikum. V důsledku místních a časových rozdílů v požadavcích na veřejnoprávní vysílání se zdá, že k obecnému odlišení vysílání veřejné služby a vysílání komerčního může sloužit jediný, zároveň však dostačující znak a tím je způsob financování. Komerční vysílání je financováno z výtěžku vlastní komerční činnosti, kdežto vysílání veřejné služby má zajištěno podstatným dílem nekomerční financování z jiných zdrojů, ať už to jsou příjmy ze státního rozpočtu nebo zákonem nařízené přímé platby občanů (platí pro ČR).

Základní úkoly stanovuje zákon 468/1991 Sb. např. pro televizi veřejné služby takto:

- poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů;
- přispívání k právnímu vědomí obyvatel České republiky;
- vytváření a šíření programů a poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel se zřetelem na svobodu jejich náboženské víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby tyto programy a pořady odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit vzájemné porozumění a toleranci a podporovat soudružnost pluralitní společnosti;
- rozvíjení kulturní identity obyvatel České republiky včetně příslušníků národnostních nebo etnických menšin;
- výroba a vysílání zejména zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, dramatických, sportovních, zábavných a vzdělávacích pořadů a pořadů pro děti a mládež.

Česká televize je dále ze zákona provozovatelem multiplexu veřejné služby, má mít síť vlastních zpravodajů a regionální studia, vytváří archivní fondy a podporuje českou filmovou tvorbu. (Musil, 2010)



## 2. Česká televize

Česká televize (dále jen ČT) byla zřízena ke dni 1. ledna 1992 zákonem o České televizi jako veřejné služby. Statutárním orgánem je generální ředitel, který je jmenovaný Radou České televize na šestileté období. Rada ČT má patnáct členů, které volí a odvolává Poslanecká sněmovna, a to tak, aby v ní byly zastoupeny významné regionální, politické, sociální a kulturní názorové proudy.<sup>1</sup>

Televize má několik organizačních částí, a to jsou studia v Praze, Brně a Ostravě. Vysílání má nyní digitální programy ČT1 a ČT2, ČT4 a ČT24. Mezi další služby patří také vysílání Teletextu ČT, Teletextu Expres a on-line vysílání na [www.ivysilani.cz](http://www.ivysilani.cz). Mezi doprovodné služby patří skryté titulky a VPS kód. ČT je členem mnoha mezinárodních organizací, mezi nejvýznamnější z nich patří organizace EBU (European Broadcasting Union), PGI (Public Broadcasting International) a DVB (Digital Video Broadcasting). Výše televizního poplatku činí 135 Kč měsíčně pro domácnost paušálně za libovolný počet televizních přijímačů.<sup>2</sup>

### 2.1. Historie České televize

Historie České televize je komplikovaná politickými událostmi. Vzhledem k režimovým změnám a rozdělení Československa musela Česká televize (dříve Československá televize) projít několika změnami a většina historiků dělí její dějiny na dějiny od roku 1953, kdy bylo zahájeno pravidelné vysílání a na dějiny po roce 1989. Je třeba však podotknout, že první pokusy o televizní vysílání můžeme pozorovat již v 30. letech 20. století, kdy byl zahájen televizní výzkum a debata o zavedení televizního vysílání do Čech. Než se

---

<sup>1</sup> Vše o ČT. ČESKÁ TELEVIZE. *Základní informace o ČT* [online]. © 1996–2012 [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

<sup>2</sup> Česká televize. *TV poplatek* [online]. © 1996–2010 [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: <https://tvp.ceskatelevize.cz/poplatky/faq.php>

však mohlo dospět ke konkrétním výsledkům, přerušily vývoj televize válečné události a na dvě desetiletí byl výzkum zastaven, obnoven byl po válce.

## **2.2. Česká televize v letech 1953 – 1989**

První pokus o šíření audiovizuálního signálu v tehdejší Československu proběhl v roce 1948 v rámci Mezinárodní výstavy rozhlasu MEVRO v Praze. Zkušební televizní vysílání bylo však zahájeno až 1. května 1953 ze Studia Praha v Měšťanské besedě. Čas vysílání byl zpočátku omezen, nejprve televize vysílala jen tři dny v týdnu (v létě jen dva dny), na podzim 1953 se pak počet vysílacích dnů rozšířil na čtyři a 25. února 1954 bylo televizní vysílání označeno generálním tajemníkem za pravidelné. V roce 1955 se počet dnů vysílání zvýšil na šest dní v týdnu a od 29. prosince 1958 televize své pořady vysílala po celý týden. Záhy začala vznikat studia v Ostravě, Bratislavě, Brně a Košicích. Současně s rozvojem studií přibýval i počet diváků. Koncem 60. let byla překročena hranice 3 milionů koncesionářů a vláda rozhodla o vytvoření druhého programu. Dne 10. května 1970 bylo Československé vysílání televize obohaceno o druhý program. V roce 1973 na něm bylo zahájeno pravidelné barevné vysílání. Pravidelného barevného vysílání na prvním programu se diváci dočkali v roce 1975.

Přelomovým pro Českou televizi byl 17. listopad 1989. Zatímco venku probíhaly demonstrace kvůli nenaplněným slibům o politických a hospodářských reformách a potlačování lidských práv, zaměstnanci televize se sešli v garážích přenosové techniky, kde požadovali objektivní zpravodajství, stažení prokomunistických redaktorů, odvysílání přímého přenosu z demonstrace na Václavském náměstí a rázně se odmítli postavit do čela protestního hnutí KSČ. Dne 22. listopadu zaměstnanci opět demonstrovali proti neobjektivnímu zpravodajství a pohrozili účastí na generální stávce. Pod tlakem protestujících zaměstnanců bylo v pátek 24. listopadu v Televizních novinách oznámeno odstoupení Miloše Jakeše a objevily se první studentské záběry z Národní třídy. V sobotu 25. listopadu

byl ustaven Stávkový výbor ČST, který definitivně odmítl jednat s vedením KSČ. Pod tlakem stávkového výboru vedení souhlasilo s přímým přenosem ze shromáždění Občanského fóra na Letenské pláni. Večer na obrazovce vystoupil nový vedoucí KSČ a poprvé i Václav Havel. Zpravodajství již bylo objektivní a vyvážené.

V pondělí 27. listopadu bylo v ČST založeno Občanské fórum a pracovníci televize poté manifestačním průvodem podpořili probíhající generální stávku. Téhož dne vláda odvolala tehdejšího ústředního ředitele. Důležitým počinem bylo odvysílání dokumentu o událostech 17. listopadu a Václav Havel představil program Občanského fóra. V garážích přenosové techniky pak 30. listopadu oznámil nový ředitel shromážděným pracovníkům, že televize přestala být ideovým nástrojem jedné politické strany.

### **2.3. Česká televize po roce 1989**

Po listopadové revoluci začalo v České televizi docházet ke změně koncepce a programového schématu. Od 4. září 1990 byl jako federální nadále vysílán pouze první program, s novým názvem F1. Stávající druhý program se rozdělil na český okruh ČTV a slovenský okruh S1. Od května 1991 začal dokonce vysílat třetí český program OK 3 (na Slovensku TA 3) na okruhu dříve blokovaném pro sovětské vysílání. Ještě za trvání federace přijala Slovenská národní rada zákon, kterým 1. července 1991 vznikla Slovenská televize. K 1. lednu 1992 pak byla stejným způsobem zřízena Českou národní radou Česká televize. Československá televize tedy v roce 1992 zůstávala pouze provozovatelem vysílání na federálním okruhu F1, pro který vyráběla zpravodajství. Spolu s rozdělením Československé federace zanikla i Československá televize.

Česká televize tedy vznikla 1. ledna 1992 podle zákona o České televizi (zákon č. 483/1991 Sb.)<sup>3</sup> jako televizní služba pro veřejnost České republiky.

---

<sup>3</sup> Zákon č. 483/1991 Sb. České národní rady o České televizi, ve znění pozdějších předpisů

Ještě v lednu 1992 vytvořila ČT své programové schéma a organizační strukturu a začala své vysílání na bývalém okruhu ČTV. Prvním generálním ředitelem se stal 1. dubna 1992 Ivo Mathé a 15. dubna 1992 byl pak na návrh nového generálního ředitele přijat první Statut České televize.

Za jednu z největších novodobých krizí České televize lze považovat souběh událostí, který nastal v roce 2000. Nový generální ředitel Dušan Chmelíček začal uskutečňovat některé diskutabilní kroky při rozdělování financí pro tvůrčí skupiny a ve zpravodajských pořadech se objevovaly informace, které nebyly ověřené, anebo byly jednostranně zaměřeny. Rada České televize vyjádřila názor, že Chmelíček tak ohrozil nezávislost ČT a zpochybnil její veřejnoprávní funkci<sup>4</sup>. Ten však svou vinu popřel. Konflikt mezi Radou ČT a generálním ředitelem vyvrcholil, při schvalování rozpočtu televize na rok 2001, kdy generální ředitel požadoval schválení rozpočtu se schodkem více jak 455 miliónů korun, což bylo pro Radu nepřijatelné a 12. prosince 2000 Chmelíčka odvolala.

Rada ČT se rozhodla rychle jednat a vyhlásila výběrové řízení pouze s týdenní lhůtou pro přihlášení uchazečů na funkci generálního ředitele České televize. Jediný den pak Radě stačil k tomu, aby z přihlášených 33 uchazečů zvolila novým generálním ředitelem České televize Jiřího Hodače. Zaměstnanci i veřejnost považovali tento postup Rady za neuvážený a dnem jmenování nového ředitele vznikla občanská iniciativa „Česká televize – věc veřejná“ a ve své petici protestovala proti mechanismu volby Rady ČT. Způsob volby pobouřil především pracovníky zpravodajství, kteří 20. prosince založili Krizový výbor a o svých požadavcích informovali veřejnost v hlavním zpravodajství. „Ve zpravodajské relaci Události zaměstnanci ČT prostřednictvím krizového výboru vyjádřili svůj protest proti volbě Jiřího Hodače generálním ředitelem ČT. Odmítli mechanismus výběrového řízení a zpochybnili kompetenci Rady ČT pro plnění její funkce stanovené zákonem o ČT. Podle protestujících byli členové rady ve svém rozhodování ovlivňováni

---

<sup>4</sup> Podle Rady ČT zbyla nezávislost zpochybněna tím, že Chmelíček nechal stáhnout vydání pořadu Klekánice, které se zabýval hospodařením akciové společnosti Sazka

politickými stranami, které je do rady nominovaly.“ (Köpplová, B. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*, 2003, s. 328)

Jiří Hodač se přes odmítavý postoj zaměstnanců i veřejnosti ujal funkce generálního ředitele. ČT poprvé vysílala dvě verze zpravodajství. Jednu vysílal tým v čele s Janou Bobošíkovou, která byla zvolena Hodačem v různých prostorách mimo budovu Kavčích hor, odkud své zprávy vysílali redaktoři zpravodajství, kteří proti volbě ředitele protestovali.

Jiří Hodač se snažil si vynutit respekt za každou cenu, na jeho popud bylo přerušeno vysílání téměř na jeden den. Hodač však krizi nezvládl a utrpěl celkový kolaps, který způsobil, že už se do své funkce nevrátil a rezignoval. O krizové situaci mimořádně jednaly i obě komory parlamentu a v noci z 12. na 13. ledna poslanecká sněmovna Radu ČT odvolala a ukončila tak první porevoluční krizi České televize, po níž následovala tajná volba, z níž vyšel vítězně Jiří Balvín. Prvním krokem prozatímního ředitele byl následující den podpis dohody o ukončení stávky se zástupci odborů z České televize. Jiří Balvín sestavil nové prozatímní vedení České televize a zaměřil se na základní stabilizaci činnosti České televize, což se brzy podařilo.

Již podle nového znění zákona o České televizi zvolila Poslanecká sněmovna nyní patnácti členou Radu ČT. Rada ve shodě se zákonem ustavila 21. června 2001 svůj nový poradní orgán pro ekonomické záležitosti ČT - pětičlennou Dozorčí komisi. Prozatímní ředitel přijal v červenci opatření, která z jejich zjištění vyplývala, a v září pak ke zjištěním forenzního auditu přijala stanovisko Rada ČT. Forenzní audit nepřinesl překvapivá zásadní zjištění.

Rada ČT vyhlásila výběrové řízení na generálního ředitele ČT. V říjnu proběhla nejprve neveřejná, a potom veřejná slyšení přihlášených uchazečů, a 31. října bylo ukončeno výběrové řízení volbou Jiřího Balvína generálním ředitelem ČT. Jiří Balvín se této funkce ujal s platností od 15. listopadu 2001. (KÖPPLOVÁ, B., 2003)

V současnosti je generálním ředitelem ČT Petr Dvořák, který se této funkce ujal 1. října 2011. Během roku 2011 ČT postupně vypnula desítky analogových vysílačů. Většina zbývajících se odmlčí do poloviny roku 2012. Česká televize

tak v souladu s vládním nařízením o Technickém plánu přechodu (TPP) do poloviny roku 2012 ukončí provoz celkem víc než 900 analogových vysílačů a dokrývačů.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> ČESKÁ TELEVIZE 2011, ČT [cit. 2012-02-25],  
[http://img5.ceskatelevize.cz/boos/image/contents/publikace-ct/pdf/ct\\_2011.pdf](http://img5.ceskatelevize.cz/boos/image/contents/publikace-ct/pdf/ct_2011.pdf)

### 3. British Broadcasting Corporation

British Broadcasting Corporation (zkr. BBC), britská rozhlasová a televizní společnost, vznikla jako vůbec první veřejnoprávní vysílací subjekt na světě. Činnost a existence BBC se opírá o právní dokumenty, jimiž je Královská charta (Royal Charter); Licence a Dohoda (Licence and Agreement). Královská charta usměrňuje mimo jiné poslání a základní cíle BBC. Licence a Dohoda se zabývají detailně kompetencemi a povinnostmi BBC a definují její financování. Licenci a Dohodu uzavírá BBC s ministerstvem za záležitosti vysílání. BBC je odpovědná dvanáctičlenné Radě guvernérů BBC (BBC Board Governors), jejichž členové jsou jmenováni na pětileté funkční období Královskou radou. Guvernéri dohlížejí na činnost společnosti, jmenují generálního ředitele a nejvyšší vedení.

BBC nevysílá žádnou komerční inzerci a je financována převážně z poplatků (licence fee) domácností. Roční poplatek činí 145,5 liber, měsíčně tedy necelých 13 liber (přibližně 384 Kč)<sup>6</sup>.

Druhým příjmem jsou aktivity BBC Worldwide, komerční složky BBC, která po celém světě provozuje televizní kanály, prodává pořady, videonahrávky, zvukové nosiče, knihy a časopisy z produkce korporace. BBC World Service, zahraniční rozhlasové vysílání ve třiačtyřiceti jazycích, financuje vláda. V současnosti má BBC deset televizních programů: BBC One; BBC Two; BBC Three; BBC Four; BBC News (zpravodajský kanál); BBC Parliament (parlamentní kanál); BBC HD (kanál ve vysokém rozlišení); BBC Alba (kanál pro Gaelsko); CBBC (kanál pro děti od 6 do 12 let); CBeebies (kanál pro děti od 0 do 6 let); BBC Earth (dokumentární kanál o přírodě a kulturách) a zpravodajský BBC World Service a deset rádiových stanic.

---

<sup>6</sup> Kurz ČNB, 23.3.2012,  
[http://www.cnb.cz/cs/financni\\_trhy/devizovy\\_trh/kurzy\\_deviozoveho\\_trhu/denni\\_kurz.jsp](http://www.cnb.cz/cs/financni_trhy/devizovy_trh/kurzy_deviozoveho_trhu/denni_kurz.jsp)

Britské médium veřejné služby také zkoumá nové technologie, včetně přenosu obrazu do mobilních telefonů, možnosti internetu a digitálního rozhlasu. Jde se o kolos, jehož rozpočet je vyšší, než rozpočet kteréhokoliv dalšího provozovatele vysílání ve Velké Británii. Ročně celá korporace hospodaří s více než 4 miliardami liber, to je asi 118 miliard českých korun.

### **3.1. Historie BBC**

British Broadcasting Company byla založena na podzim roku 1922 předními výrobci rozhlasových přijímačů. Své vysílání zahájila z londýnského studia 14. listopadu 1922; poté začalo vysílání také v Manchesteru a Birminghamu. V roce 1925 bylo možné poslouchat BBC takřka na celém území Velké Británie. Generálním ředitelem se stal skotský inženýr John Reith. Záběr BBC byl v prvních letech vysílání široký – od zpráv a rozhovorů přes rozhlasové hry a vzdělávací pořady až po hudbu, sport a dětské programy. V roce 1927 královna udělili BBC první „Královskou chartu“ (Royal Charter) a BBC změnila svůj název na British Broadcasting Corporation. Královská charta připravovaná vládou, která je dodnes základní normou BBC, určovala cíle, pravomoci a povinnosti společnosti. Od svého počátku byl hlavním zdrojem financování poplatků za vysílání. Na začátku třicátých let BBC rozšířila své služby zřízením Empire Service (dnešní BBC World Service), kde proběhlo první cizojazyčné vysílání – v arabštině, následovně i v dalších jazycích, přičemž v září 1939 přibyla i čeština. Na konci války bylo možné poslouchat BBC ve čtyřiceti různých jazycích.

Třicátá léta s sebou přinesla první zkušenosti s novým médiem, čímž byla televize. V přímém přenosu se jako první pořad vůbec vysílala kabaretní revue. Vysílalo se s výjimkou neděle dvakrát denně, vždy jednu hodinu odpoledne a večer.

Pravidelné televizní vysílání započalo 2. listopadu 1936 z Alexandra Palace a pokračovalo do 1. září 1939, kdy bylo z preventivních důvodů pozastaveno (existovala obava, že by vysílače mohly posloužit pro navigaci nepřátelskému



letectvu). Televizní vysílání v Británii bylo obnoveno v červnu 1946, k jeho masovému rozšíření došlo až v polovině padesátých let.

V září roku 1955 přišla BBC o svůj televizní monopol: vysílat začal televizní kanál ITV (Independent Television), první komerční televizní stanice v Evropě, vzniklo tak komerční prostředí, které mělo pozitivní vliv na kvalitu programů BBC. Od roku 1964 bylo možné sledovat druhý program veřejnoprávní televize BBC2, jenž začal v témže roce vysílat barevně (BBC1 o dva roky později). V osmdesátých letech BBC rostla výrazná konkurence, vysílat začal např. nový televizní kanál Channel 4 (1982), poklesla také reálná hodnota koncesionářského poplatku a zmenšování objemu peněz uvnitř veřejného sektoru za vlády premiérky Margaret Thatcherové. BBC se potýkala na přelomu osmdesátých a devadesátých s otázkou podoby dalšího působení. Generální ředitelé Michael Checkland a následně i John Birt iniciovali sadu opatření a změn s cílem učinit veřejnoprávní médium konkurenceschopným. Celá korporace byla důkladně restrukturalizována (došlo k redukci personálu, snižovaly se provozní náklady a rušily některé aktivity). Díky úsporám, podpořené financemi získanými ze zvýšení diváckých poplatků od roku 1996, BBC mohla investovat do nových programů a služeb.

V letech 2001 – 2003 došlo k radikálním programovým změnám: byl spuštěn BBC pro Wales (BBC 2W), také BBC Four, přibýly dva nové dětské kanály (CBeebies a CBBC), a BBC Choice bylo nahrazeno BBC Three (kanál zaměřený na diváky mezi 25 a 34 lety).

Přibýlo také pět digitálních rozhlasových stanic, povětšinou úzce specializovaných na menšinové publikum. Naopak se po takřka osmdesátiletém působení rozpadlo výukové oddělení (Education Department), které se staralo např. o vysílání do škol.

V lednu 2004 se veřejnost zajímala o smrt Davida Kellyho, vědeckého poradce ministra obrany, následkem čehož rezignovali na své funkce Andrew Gillian a další (viz. kapitola 6). Michael Grade se stal ředitelem BBC v květnu 2004 a to na dobu čtyř let. V současnosti je na jeho místě Mark Thomson.

## 4. Regulace médií

Svoboda tisku je pro žurnalisty vrcholovou hodnotou. Pro řadu jiných je větší hodnotou svoboda občana, také svoboda od tlaku, ovlivňování a manipulace ze strany médií. „Nicméně v praxi se ve fungující demokracii vždy dosahuje shody o potřebě eliminovat jisté nejrizikovější obsahy, byť obsah tohoto pojmu podléhá místním a časovým variacím.“ (Musil, Sociální a mediální komunikace, 2010, str. 194)

Regulace má tedy poněkud skromný účel: snaží se zamezit vybraným (přesně definovaným) nežádoucím jevům. Neoperuje tedy se žádnou představou o optimální budoucnosti, nýbrž s pragmatickým výběrem několika konkrétních rizik, kterým se snaží zamezit, aniž by určovala směr svobodného vývoje.

Regulace mediální oblasti se týká:

- vstupu do tohoto oboru činnosti (licenční a registrační politika, pracující zejména s přirozenými technickými limity, ale reagující často také na možnosti trhu)
- obsahu činnosti (zákazy a další limity nežádoucích obsahů, záruky pro sdělení společensky potřebná a nověji i požadavky na jisté prvky, které ve vysílání musí být zahrnuty)

(Musil, 2010)

Pojmové oddělení obou typů regulace je prvním předpokladem demokratických svobod v oblasti médií. Částečně lze mediální riziko minimalizovat na straně médií autoregulací, odpovědností novinářů a médií. Splnitelnost těchto cílů lze dokazovat bez újmy pro svobodu slova a efektivnost novinářské práce praxe BBC, řízena základním dokumentem s názvem Editorail Guidelines – BBC´ Values and Standards.

Vývoj hromadných sdělovacích prostředků a poznání jejich role, vlivu a moci postupně vede k prosazování nového pohledu na potřebu novinářské etiky, která je v posledních letech stavěna na první místo. „Povinnosti médií jsou v diskusích o etice popisovány tradičními pojmy, které pocházejí z éry klasické tiskové žurnalistiky a v současném používání někdy získávají charakter nebezpečných klišé.“ (MUSIL, J., *Sociální a mediální komunikace* 116s)

### **Pojmy mediální etiky**

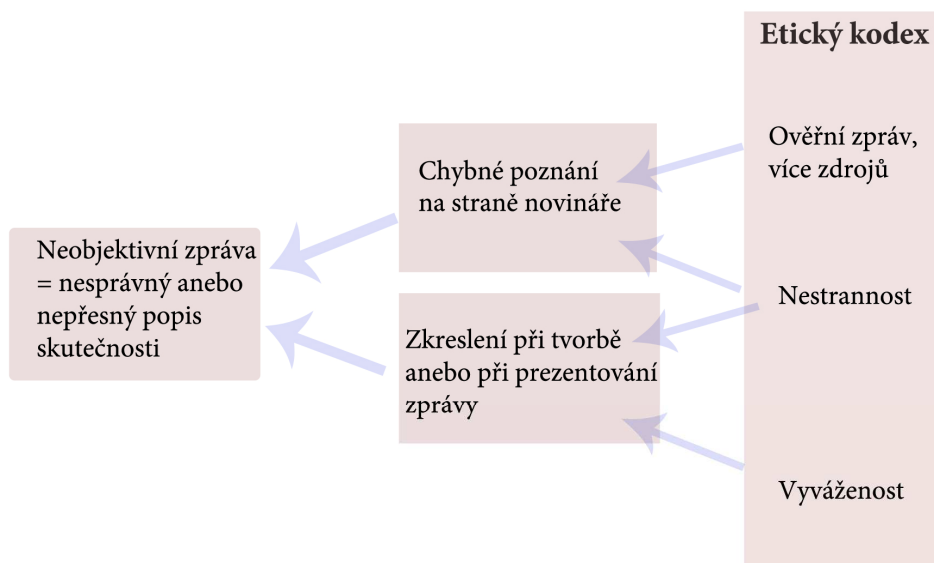
Mezi nejčastěji artikulované normativní požadavky na zpravodajství v liberálně demokratických společnostech můžeme zařadit požadavky objektivitu, vyváženosti a nestrannosti. K objektivitě lze nalézt přinejmenším dvojí přístup. Z hlediska žurnalistické profese je artikulován názor, že objektivita je možná prostřednictvím dosažení určitých profesních (novinářských) postupů. V rámci mediálních studií je ale silně artikulován názor, že objektivita má charakter nedosažitelného ideálu. V prvním (profesním) pojetí jde tedy o určitou komunikační konvenci zajišťující kvalitu, ve druhém pojetí jde o součást ideologie dané společnosti. (TRAMPOTA, *Zpravodajství*, 2006, s. 144)

Vyváženost lze chápat jako ideál předpokládající, že zpravodajství bude poskytovat stejnou možnost přístupu do výpovědí o událostech všem stranám, názorům, pohledům, které jsou důležité ke zpracovávanému tématu události, a zároveň poskytovat prostor všem relevantním tématům v rámci zpravodajství jako celku. (Irena REIFOVÁ & kolektiv, *Slovník mediální komunikace*, 2004, s. 314)

Posledním základním normativním požadavkem je nestrannost. „Média by měla v rámci požadavku nestrannosti působit jako objektivní činitel, který fakta, názory a přesvědčení ve zpravodajství zprostředkovává, a nikoli cíleně usměrňuje a tvaruje.“ (Tamtéž, s. 163)

Schéma vztahů mezi pojmy mediální etiky je popsáno na obr. 1, kde jsou znázorněny příčiny vzniku nepravdivé či nepřesné zprávy a zásady etického kodexu event. regulace, které tyto příčiny mohou vyloučit.

Obr. 2 Schéma vztahů mezi pojmy mediální etiky



(Musil, 2010)

## 5. Etický kodex

Německý sociolog a filosof Max Weber odlišil dva extrémní typy zodpovědnosti podle souboru kritérií pro hodnocení činu: jedním je soubor důsledků činu (etika důsledků), druhým je soubor principů, které vedou k činu (etika smýšlení). Etika důsledků v médiích obnáší problematičnost, která tkví v neúplnosti poznání možných důsledků – umožňuje, aby poznání vycházelo ze zkušenosti, a umožňuje také diskusi, která není možná tváří v tvář svatému přesvědčení etiky smýšlení. Etika smýšlení s sebou nese nebezpečí – vždy je možná obhajoba nejlepšími úmysly, proto je rizikovost hned zřejmá. (Musil, 2010)

Média mají mnohé pozitivní efekty, mezi které jistě patří zpřístupnění kultury, zábavy, zvýšení aktuálnosti informací, bezprostřední poznání atp. Na druhé straně je nutno poznamenat, že většinu těchto fascinujících možností je možno převrátit a zneužít. Moderní média mají velkou sílu.

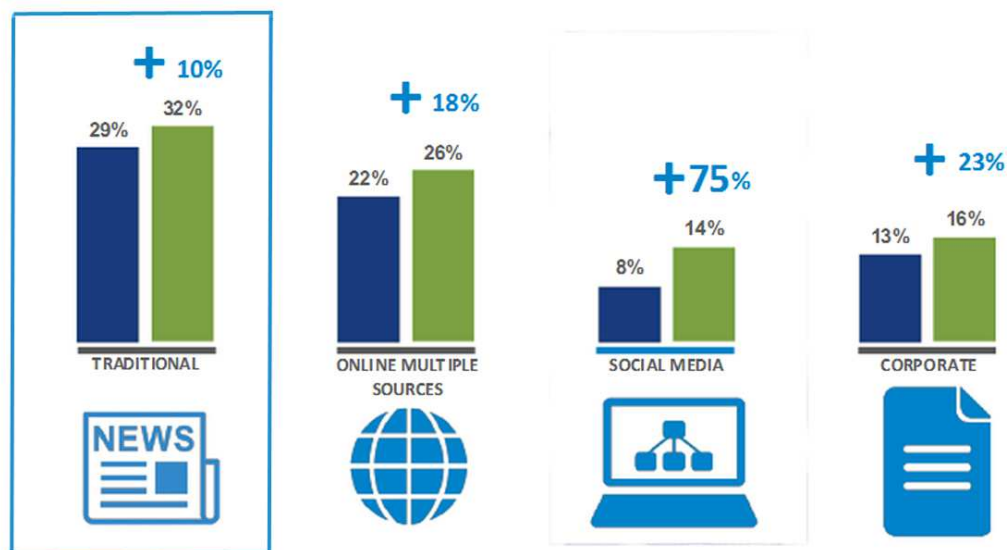
V praxi se vyskytly problémy, které se staly hlavními důvody regulace obsahu. Ta nejvýznamnější rizika popisuje Musil (2010), např. jako jednostranné, nevyvážené a nepluralitní popisování skutečnosti; cílené ovlivňování vědomí i podvědomí; negativismus médií; vliv elektronických médií na děti a mládež představuje samostatný a patrně nejzávažnější problém, protože jde o skupinu psychologicky tvárnou a tedy zranitelnou; a v neposlední řadě i politický vliv elektronických médií - jedná se o ovlivňování vědomí a určitou motivaci chování v politické oblasti.

Obr. 1 Důvěra celosvětové populace v informační zdroje v roce 2011 a 2012

## Diversification of Media

TRUST IN INFORMATION SOURCES

2011  
Informed Public  
2012  
Informed Public



(2012 Edelman Trust Barometer)

Důvěra v média se neuplatňuje osamocena, ale „soutěží“ při tvorbě názorů i postojů s důvěrou v důležité instituce, jichž se názory a postoje týkají. Tato důvěra v instituce se ovšem u většiny opírá do určité míry o informace, které byly získané z médií. Na obr. č. 1 je zobrazena důvěra v informační zdroje. Jedná se o výzkum, který provádí PR agentura Edelman na globálním vzorku lidí, které označuje jako „informovaná veřejnost“<sup>7</sup>. Je zřejmé, že tradiční média převyšují důvěryhodností, online zdroje i sociální média (sociální sítě, blogy, mikroblogy<sup>8</sup>). Poslední sloupec, označený jako Corporate, ukazuje na důvěryhodnost zdrojů veškerých médií. (2012 Edelman Trust Barometer, Executive Summary, Annual Global Study)

<sup>7</sup> Výzkum byl prováděn ve 20 zemích po celém světě na lidech ve věku od 25 do 64 let.

<sup>8</sup> Mikroblog (micro-blog) je podobný blogu s tím rozdílem, že příspěvek svou délkou nepřesahuje 160 znaků (délka jedné sms). Příkladem může být např. globální mikroblogovací server Twitter.

Vliv médií a zejména míra rizika s tímto vlivem spojeného není dána pouze důvěrou v jednotlivá média samotná, ale vztahem a důvěrou občanů k institucím demokratického státu. Vývoj hromadných sdělovacích prostředků a poznání jejich role, vlivu a moci postupně vede k prosazování nového pohledu na potřebu novinářské etiky, která je v posledních letech stavěna na první místo. „Povinnosti médií jsou v diskusích o etice popisovány tradičními pojmy, které pocházejí z éry klasické tiskové žurnalistiky a v současném používání někdy získávají charakter nebezpečných klišé.“ (Musil, J., *Sociální a mediální komunikace*, 2010, s. 116)

Existuje mnoho kodexů etického chování, jež závisejí na tradicích a zvycích příslušné země a na tom, kdo kodex formuluje. Pro posouzení hodnoty a významu etických pravidel novinářské profese je důležité, kdo pravidla formuluje, resp. kdo prosazuje či vynucuje jejich dodržování, neboť motivace jednotlivých konkrétních pravidel je podmíněna jeho zájmy. Můžeme odlišovat pravidla, která na sebe berou novináři sami (např. prostřednictvím svého profesního či odborového svazu), pravidla, která formuluje vydavatel či provozovatel (a předkládá je zaměstnanci jako závazek, např. jako přílohu ke smlouvě), a pravidla, která jsou definována nějakým subjektem stojícím mimo vlastní sféru mediální komunikace (např. parlament). Ukázalo se však, že není jednoduché dosáhnout účinné samoregulace. Přes množství existujících formulací a širokou škálu možného použití se většina kodexů vymezujících mediální etiku zaměřuje hlavně na omezený počet správného profesionálního chování v oblasti zpravodajské žurnalistiky.

## 6. Aktuální problematika: Média v rozporu s etikou

V této kapitole jsou uvedeny dva příklady, kdy došlo k porušení zásad etického kodexu, uvedeny jsou tu proto, aby čtenář pochopil, že se jedná o problematiku stále aktuální.

Ačkoliv je BBC v očích převážné části Britů uznávaným a respektovaným médiem, do její historie lze zařadit i několik případů, kdy byla korporace obviněna mj. z podlehnutí politickým vlivům.

Např. kauza kolem tragické smrti britského doktora Kellyho, odborníka na bakteriologické zbraně. Andrew Gilligan infomoval ve dvou reportážích odvysílaných v květnu roku 2003, že kabinet Tonyho Blaira zveličil hrozbu iráckých zbraní a manipuloval se závěry tajných služeb, aby dosáhl podpory veřejnosti pro vojenský útok na Irák. Přitom se odvolával na informace získané od vysoce postaveného člena zpravodajských služeb. Informátorem, kterému Gilligan vložil do úst vlastní interpretace, byl právě doktor Kelly. Ačkoliv před parlamentním výborem pro zahraniční záležitosti vyloučil, že by potvrdil Gilliganovi snahu vlády zkreslit poznatky tajných služeb, dostal se ovšem do velkého tlaku ze strany médií a vlády a spáchal sebevraždu. Vláda Tonyho Blaire začala obhajovat svoji důvěryhodnost. Výsledkem bylo veřejné vyšetřování vedené Lordem Huttonem (Lord Hutton's Inquire), který zprostil koncem ledna vládu podezření z pochybení, a veškerá vina zůstala na BBC. Lord Hutton konstatoval, že vedení BBC si řádně neuvědomilo, že poznámky reportéra Andrewa Gilligana neobsahovaly důkazy pro Gilliganova nejzávažnější tvrzení a že vedení BBC, včetně Rady guvernérů, mělo tuto záležitost prozkoumat. Výsledkem celé kauzy byly postupné rezignace předsedy guvernérů Gavyna Daviese, generálního ředitele BBC Grega Dykea i reportéra Andrewa Gulligana. (BBC: *The Hutton Report: In Full*. 2003)

O tom, jak snadné je napsat nepravdivou zprávu na českém území, a pak jen vyčkávat, kdy ji bez dalšího zkoumání převezmou velká zpravodajská média, může vypovídat například mylná zpráva, kterou pro internetové



Parlamentní listy napsal jejich autor Václav Prokůpek, člen rasistické Dělnické strany.<sup>9</sup>

Autor této zprávy v únoru 2012 napsal, že v Ústí nad Labem zmizel pokladník i s penězi nově založené romské strany. Tentýž den se zpráva objevila na stránkách iDNES.cz, TÝDEN.cz, Nova.cz, dokonce i ve zpravodajství Českého rozhlasu. Ráno ji přetiskla i Mladá fronta DNES a Právo. Zpravodajství Romea.cz však díky pátrání zjistila, že se jedná o lež. Proč je šíření lži tak snadné? Mezi zpravodajskými médii je silný konkurenční boj, obzvláště ta internetová se předhánějí, kdo z nich dříve něco otiskne. Jediné Právo se k celé skutečnosti vyjádřilo – a to tak, že se sice pokoušeli zprávu ověřit, jenže „snaha o rychlost převážila nad snahou o přesnost“. Otázka „Quis custodiet ipsos custodes?“ (Kdo bude hlídat samotné hlídače?), kterou napsal už sv. Augustin, zůstává nezodpovězena.

Marek Švehla v týdeníku Respekt svým komentářem situaci popisuje následovně: „Po vyostření rasového konfliktu na severu Čech se už několikrát stalo, že média včetně veřejnoprávní televize nebo rádia popisovala jako jednostranný a nevyprovokovaný romský útok něco, co se později během policejního vyšetření ukázalo minimálně jako komplikovaný příklad, kde nelze viníky jednoznačně určit. Čeští novináři inklinují uvěřit zprávám o romském násilí a zlodějství tak snadno, že ignorují své jindy zbožšťované profesní zásady. Vše závisí na samoregulaci, ta však teď nefunguje. To je konstatování, jež profesi škodí víc než všechny ekonomické krize dohromady.“ (Marek Švehla, *Nesnesitelná lehkost lhaní*, Týdeník Respekt, str. 16, ročník XXIII)

---

<sup>9</sup> PROKŮPEK, Václav. Romové založili stranu a už mají problém: Zmizel jim pokladník i s penězi, <http://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/kauzy/Romove-zalozili-stranu-a-uz-maji-problem-Zmizel-jim-pokladnik-i-s-penezi-222538>, [cit. 2012-03-13]

## 7. Srovnání etického kodexu BBC a kodexu ČT

### 7.1. Etický kodex BBC a Kodex ČT

Etický kodex BBC, nazvaný v posledním vydání Editorial Guidelines – BBC Values and Standards<sup>10</sup>, je jedním z nejdůležitějších dokumentů, které kdy BBC publikovalo. Široká veřejnost očekává, že informace, které z BBC dostává, jsou směřodonné, a to je důvod, proč BBC klade velký důraz na spravedlivé normy, přesnost a nestrannost. V perfektním světě by se kodex, podle generálního ředitele BBC, skládal pouze z jedné věty: „Vždy používat svůj nejlepší úsudek“. (Mark Thomson *Editorial Guidelines*, s. 2)

Rozsáhlý dokument se rozprostírá na více než 120 stranách, které jsou členěny do devatenácti částí a pět příloh (viz. Příloha A). V textu je používán plurál 1. osoby, např. „Budeme respektovat soukromí a nebudeme do něj zasahovat bez dobrého důvodu, ať se nacházíme kdekoliv.“<sup>11</sup> Což nasvědčuje i tomu, že tento dokument slouží nejen jako etický kodex, ale plní funkci základní metodické příručky pracovníků BBC a je součástí jejich pracovní smlouvy.

Kodex České televize je dokument, který formuluje všechny zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání. Rozprostírá se celkově na 46 stranách a skládá se z preambule, 26 článků, ustanovení o Etickém panelu a závěrečného ustanovení. (viz. Příloha B) Text je psán nejčastěji ve 3. osobě singuláru, kdy podmětem je veřejná televize, např.: „Česká televize si musí zakládat na otevřenosti, nestrannosti a nezávislosti.“<sup>12</sup>.

Cílem dokumentu je upřesnit zásady a pravidla, kterými se ČT řídí při své činnosti. Na základě kodexu se Česká televize vymezuje jako veřejnoprávní instituce, jejímž cílem je zajistit přístup k informacím, kultuře, vzdělání a zábavě pro všechny občany, přičemž televizi definuje jako instituci, která

---

<sup>10</sup> viz. Příloha C – Etický kodex BBC - originální znění textu a jeho volný překlad

<sup>11</sup> 1.2.8 Privacy

We will respect privacy and will not infringe it without good reason, wherever in the world we are operating.

<sup>12</sup> Kodex ČT, Preambule, str. 4

musí také dostát povinnosti stát vždy na straně lidské důstojnosti, základních lidských práv a svobod a úcty k přírodě a kulturnímu dědictví. Za předpoklad úspěšného plnění takto obecně vytyčeného poslání považuje poznání potřeb občanů a jednotlivých diváckých skupin, proto se ČT zavazuje neustále hledat a posilovat zpětné vazby s veřejností.

ČT přikládá chápání výrazu „kodex“ etický rozměr a s ním spojenou určitou míru obecnosti pojmosloví i obsahu zakotvených postupů. Zákon v tomto případě předpokládá přijetí souboru norem, jež budou vymahatelné, a tedy dostatečně určité a konkrétní.

Proces schvalování tohoto dokumentu Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR spolu se zmíněným odkazem na zákoník práce pak znamená, že se z norem obvykle samoregulačních, stanovených a přijímaných samotným médiem, stávají de facto normy pracovní právní. Má sloužit nejen jako vodítko pro správné rozhodování při řešení konkrétních otázek a problémů televizního vysílání, ale současně má představovat závazek kvality daný divákům a veřejnosti.

Při uplatňování kodexu mohou vzniknout sporné otázky, které je nutno řešit. Posuzováním těchto otázek se věnuje Etický panel ČT, který je poradním orgánem generálního ředitele a skládá se z nezávislých odborníků. Účelem etického panelu je posílit důvěru veřejnosti v odpovědný přístup České televize k otázkám profesní etiky a jejího dodržování.

Již při porovnání obou obsahů (viz. Příloha A, Příloha B), lze konstatovat, že kodexy svou pozornost směřují na odlišné části, které je možné přisuzovat, mj. historickému vývoji a zkušenostem obou televizí. Z uvedeného rozsahu, kdy kodex BBC je téměř třikrát rozsáhlejší, než kodex ČT, lze očekávat, že se korporace věnují nejen v různém rozsahu jednotlivým termínům a specifikám, ale i odlišné problematice. Oba kodexy jsou psány jiným jazykem i způsobem a věnují se také v jiném poměru různým oblastem a termínům.

V níže uvedeném textu jsou popsány pouze nejdůležitější části, které mají odpovídající charakter v obou kodexech a mohly být tedy v této práci zahrnuty.

## **Preambule a Předmluva**

Hned v úvodu je definováno, že užití kodexu BBC by mělo být aplikováno na všem, co zaměstnanci korporace vytváří: „Snažíme se prosazovat redakční hodnoty BBC (Editorial Values) ve všem, co děláme. Ztělesňují naši svobodu a odpovědnost, a stejně jako Etický kodex, platí pro nás veškerý obsah, ať už je vyroben samotnou BBC nebo nezávislou společností pracující pro BBC, a nezáleží, zda je určen pro rozhlas, televizi, on-line, mobilní zařízení, interaktivní služby nebo tištěné slovo.“ (Editorial Guidelines, 1.1 Introduction)

Preambule Kodexu ČT seznamuje především čtenáře s účelem vytvoření tohoto dokumentu, definuje povinnosti televizní veřejné služby a účel její existence.

## **7.2. Pojmy novinářské etiky**

### **Objektivnost (Accountability)**

Hlavním z nedostatků pojmu objektivita je obtížné definování. Dalším z nedostatků pojmu objektivita je nerozlišování dvou situací v případě porušení objektivity: může jít o neobjektivitu způsobenou nedostatečným poznáním na straně novináře nebo o úmyslné nebo neúmyslné zkreslení popisu skutečnosti při prezentování zprávy. Tradiční přístup se zabývá spíše druhou situací a nověji se přitom používá pojem nestrannost. Tento pojem se v textu BBC vyskytuje jen třikrát okrajově jako adjektivum, místo toho je pojem nahrazen konkrétním popisem základních postupů novinářské práce (popsán je způsob ověřování zpráv a požadavky na jejich prezentaci).

V kodexu ČT se tento pojem neobjevuje vůbec, setkat se s ním je možné v preambuli, kde je použit také jako adjektivum. Místo toho je popsán konkrétní postup novinářů.

## **Správnost (Accuracy)**

Správnost v pojetí BBC Guidelines má zároveň také význam českých slov přesnost a pečlivost. Tento přístup běžného jazyka je v podstatě moudrý, protože nepřesné sdělení je v praxi obtížné vyhodnotit co do pravdivosti nebo lživosti. Diplomát často a politik občas asi má důvod (úmyslně) volit méně jasnou, mnohoznačnou, prostě nepřesnou formulaci; novinář by to neměl učinit nikdy kromě případu, kdy zároveň čestně a výslovně přiznává, že přesnější zprávu není schopen podat. To je také jeden z důvodů, které mluví proti přímému referování politiků (o diplomatech nemluvě) v médiích o konkrétních událostech. Jejich mlhavé formulace by se neměly objevit jinak než jako vysloveně označení a doslovný citát. Správnost je v tomto materiálu ústředním pojmem a základním požadavkem na zprávu. (Musil, 2010)

Kodex BBC své pojetí definuje takto: „Naší snahou je zjistit pravdu o tom, co se stalo a jsme odhodláni toho dosahovat s přesností. Přesnost není jen otázkou, jak dosáhnout ke skutečnostem správně, pokud je to nutné, budeme zvažovat náležitá fakta a informace jak docílit pravdy. Přesnost, ve smyslu správnosti, neznamená jen způsob, jak získávat správná fakta, ale pokud je to možné, je potřeba také zvažovat důležitá fakta a informace, abychom docílili pravdy. Náš výstup, jak je vyžadováno – v jádru i povaze, bude poctivě získaný, založený na spolehlivých důkazech, důkladně testován a předkládán v jasném a přesném jazyce. Budeme se snažit být upřímní a otevření vůči tomu, co nevíme, abychom se vyhnuli nepodloženým spekulacím.“ (Editorial Guidelines, 1.2.2 Truth and Accuracy)

BBC tedy chápe správnost jako velmi blízkou pravdivosti zprávy. Zpráva jako popis by se neměla odchylovat, nýbrž má být popsána věrně a natolik detailně, aby divák nemohl získat odlišnou představu. Za správnost se v pojetí BBC Guidelines pokládá především důsledné ověřování zpráv. Je třeba odmítnout spoléhání na jediný zdroj, a pokud není zbytí, musí jít o pojmenovaný pramen.

Podobně si tento význam vykládá i česká veřejnoprávní televize: „Česká televize smí odvysílat zprávu ověřenou alespoň ze dvou důvěryhodných a na sobě vzájemně nezávislých zdrojů.“ Výjimkou jsou informace, které oficiálně zpřístupnily veřejné úřady a instituce, kdy postačí jeden oficiální zdroj. Stejně tak jako BBC, tak i ČT nesmí odvysílat informaci, jejíž původ není znám, diváky je instituce povinna se zdrojem vysílané informace obeznámit, výjimkou jsou převzaté informace od renomovaných zpravodajských agentur. (Článek 5, Etický kodex České televize)

Jazykový projev (vyjadřování hlasatelů, moderátorů a redaktorů) ČT musí působit „jako vzor správného užívání jazyka“ s ohledem na téma a žánr. (Článek 9, Etický kodex České televize)

### **Nestrannost (Impartiality)**

Nestrannost pro BBC znamená zvážit povahu věci, druh mediálního výstupu, pravděpodobné očekávání recipientů a význam věci a našeho přístupu k ní. (Editorial Guidelines, 1.2.3) Za nestrannost obsahu zodpovídá vždy médium. BBC tento pojem vysvětluje jako jádro závazku, které má vůči svému publiku. „Budeme nestranní k veškerým tématům s cílem odrážet šíři a rozmanitost názorů v celé naší produkci jako celku, a to ve vhodné době, aby nebyl žádný významný prvek myšlení vědomě nereflektovaný nebo nedostatečně zastoupený. Budeme spravedliví a nezaujatí při zkoumání hmatatelných (prokazatelných) důkazů a budeme zvažovat podstatná fakta.“ (Editorial Guidelines, 1.2.3)

Nestrannost se týká jak poznání skutečnosti, tak i prezentování zprávy. Nestrannost lze v tomto významu chápat jako opak předpojatosti, dokonce i jako vědomé překonávání vlastních nechtů a předsudků. Myšlenka nestrannosti leží v samém jádru BBC. Žádná programová oblast z ní není vyloučena. BBC slouží národu jako celku, uznává veškerý nejrůznější vkus, názory a perspektivy a reaguje na ně.

Cílem tvůrců pořadů je odrážet, informovat a stimulovat tuto četnost zájmů vysíláním velké tematické rozrůzněnosti. Musejí to být pořady, které jsou pro lidi každého věku, každé víry, barvy, rasy, všech úrovní intelektuálních schopností, i každého pohlaví i sexuálního zaměření. Pořad má právo rozhodnout se analyzovat jakékoliv téma, jakýkoliv argument ve veřejné debatě, pokud jsou pro to dobré redakční důvody. Relace se může rozhodnout zkoumat třeba i jen jednu stranu určité kontroverze či o ní informovat. Musí to ale činit spravedlivě a s integritou. Musí zajistit, aby opačné názory nebyly zkresleny.

BBC zakazuje, aby vysílal své vlastní názory na politické a veřejné otázky; s jedinou výjimkou: smí vyjadřovat své vlastní názory k mediálním záležitostem, avšak pouze prostřednictvím svého tiskového úřadu. Zpravodajství musí být přesné, nestranné, a nesmí být zaujaté. Nabízená vysvětlení událostí musejí být nezávisle přezkoumávána a názory osob musejí být konfrontovány s celou řadou jiných postojů. Je nutné informovat o názorech institucí, které se na dané události podílejí a o jejich hlavních účastnících, avšak dobré zpravodajství musí jít dál. Kvalitní zpravodajství musí nabídnout divákům a posluchačům inteligentní a informovanou analýzu, která jim umožní, aby si vytvořili vlastní názor. (Section 4, Editorial Guidelines)

ČT dbá na přesnost a nestrannost, spočívající ve zpravodajství a aktuální publicistice, především ve zjišťování a ověřování skutečnosti. (Section 5, Editorial Guidelines) Moderátoři diskusních pořadů jsou povinni zachovávat nestrannost, aby divák z jejich vystupování v pořadu nepoznal, jaký k diskutovanému problému nebo diskutujícím zaujímají postoj a dodržují pravidla čestně vedené diskuse a z vlastní iniciativy žádného účastníka nezvýhodní.

V zájmu uchování nestrannosti a neutrality se Česká televize jako instituce musí zdržet zveřejňování vlastních stanovisek k záležitostem veřejného zájmu, vyjma záležitostí dotýkajících se činnosti vymezené jí zákonem a otázek regulace televizního vysílání. Toto ustanovení se nedotýká uveřejňování hodnotících soudů, které nerepresentují názor České televize jako instituce,

uváděných v rámci jednotlivých pořadů v souladu s jejich dramaturgickým pojetím při dodržení pravidel obsažených v Kodexu. (Článek 23, Kodex České televize)

### **Vyváženost (Balance)**

V České republice se tento pojem stal jednou z významných součástí zák. 231/2001. Zákon požaduje, aby „nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě“. (*Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů*)

Hlavní názorové proudy musí dostát rovnoměrnému prostoru k vyjádření. Pojem vyváženosti byl operacionalizován pro potřeby regulace vysílání tak, že je měřen čas věnovaný jednotlivým (politickým) subjektům a kauzám a porovnávají se součty za jisté období. V ČR by ve smyslu časového zastoupení mělo být přihlédnuto k poměru volebních výsledků. Cílem ČT je tedy docílit vyváženosti svého programu včetně porovnání prostoru. (Článek 6.4, Kodex České televize)

V pojetí BBC se tento pojem vztahuje k větším celkům, než je jedna zpráva. V největší míře se týká celé činnosti média. Vyváženost je definována jako pokrytí „široké oblasti témat a pohledů“ a v jednotlivých kauzách to pak znamená „reflektovat svět takový jaký je, včetně všech aspektů lidské činnosti a reality přirozeného světa“. BBC ale vyvažuje své právo vysílat inovativní a náročný obsah s odpovědností, aby tak chránili zranitelné před poškozením a vyhnuli se neoprávněnému útoku. „Budeme citliví a zůstaneme v kontaktu s obecně přijímanými normy a očekáváními, které mají naši diváci vůči obsahu, a to zejména ve vztahu k ochraně dětí.“ (Editorial Guidelines, 1.2.5 Harm and Offence)



Přístup BBC je mnohem podrobnější: specifikuje právě význam vyváženosti v dlouhodobě sledovaných záležitostech a stanoví, že „jednotlivý názor lze prezentovat samostatně, ale nesmí být přitom chybně interpretován názor opačný“. (Editorial Guidelines, 1.2.3 Impartiality)

Význam pojmu vyváženost je v tomto dokumentu také chápán ve smyslu pracovních obecných přístupů zaměstnance k práci, což je právě pojetí vyváženosti v kodexu BBC.

### **7.3. Zaměstnanci**

Tvůrce programů či pořadů považuje ČT za rozhodující předpoklad úspěšného naplňování veřejné služby, obzvláště si je vědoma závazku v oblasti původní tvorby a vlastní výroby pořadů. Proto vytváří dobré tvůrčí zázemí a podmínky pro svobodnou konkurenci nápadů a jejich realizaci, která je založená na rovné příležitosti. Zásadně důležité je, aby si redaktoři ČT při vystupování ve zpravodajských a aktuálněpublicistických pořadech počínali tak, aby divák nemohl rozpoznat, jaký mají na věc, o níž informují, názor.

Je-li to možné a účelné, doprovází uvedení zprávy identifikací redaktorů, kteří za její přípravu nesou odpovědnost. „Editoriální rozhodování v redakcích se řídí především kritérii vyplývajícími z Kodexu. Za obsah zpravodajských a aktuálněpublicistických pořadů odpovídá šéfredaktor příslušné redakce.“ (Článek 5.17. Kodex České televize)

Tvůrci, kteří pracují pro ČT, musí zachovávat Kodex, i kdyby nebyli zaměstnanci ČT, jsou také povinni dodržovat v oboru uznávané samoregulační profesní a etické standardy svých profesí. V případě vzniku konfliktu mezi zásadami je tvůrce povinen na tuto skutečnost upozornit předem odpovědného pracovníka.

Reportér BBC smí vyjadřovat profesionální úsudek, nikoliv však svůj osobní názor, a tento úsudek nesmí být zaujatý a nesmí pomíjet jiné názory. Takový úsudek je nejvhodnější, pokud je nabídnut s autoritou a důvěryhodností zkušeného reportéra či komentátora a když je podpořen jasně předloženými

důkazy. Úsudek musí být zjevně inteligentní a spravedlivý. Diváci a posluchači nesmějí mít možnost poznat z nezávislých pořadů společnosti BBC, jaké jsou osobní názory moderátorů a reportérů. Dobrá novinářská práce umožní divákům nejrůznějšího politického přesvědčení, aby si udělali vlastní závěr sami.

Není vhodné, aby se zaměstnanci BBC nebo pravidelní moderátoři BBC či reportéři BBC, kteří jsou normálně spojováni se zpravodajskými a publicistickými pořady, podíleli na pořadech, které prezentují osobní názor na kontroverzní otázky.

Editořiální odpovědnost BBC spočívá v řetězci, jenž je veden od programového nebo obsahového producenta, až už interního nebo nezávislého, přes divizního ředitele, až po generálního ředitele BBC, který je současně šéfredaktorem. Znalost Etického kodexu je považováno za nezbytnou profesní dovednost a od každého, kdo s BBC spolupracuje, je smluvně vyžadováno, aby se s ním seznámil a používal jej v praxi.

#### **7.4. Náboženství a etika**

Program ČT vychází ve vztahu k náboženským otázkám ze zásady otevřenosti a tolerance rozmanitých náboženství, církví, popř. náboženských společností, věřících, jakož i osob ateistického přesvědčení. ČT se zdrží vysílání pořadů, kterými by byla šířena nesnášenlivost mezi lidmi či skupinami s odlišnou náboženskou orientací, popř. mezi věřícími a osobami bez vyznání. Programový prostor věnovaný náboženství se opírá o rozvrstvení společnosti a její aktuální vztah k duchovní oblasti. Pomůckou jsou údaje z posledního sčítání lidu a odborné analýzy aktuální migrace nových duchovních směrů v Evropě.

Na základě evropské kulturněhistorické tradice se ČT věnuje v různých žánrech a pořadech biblickým tématům a jejich významu pro kulturní vývoj a mravní postoje včetně různých úhlů pohledu na jejich historické i současné interpretace. Současně přibližují pořady ČT myšlenkové a kulturní základy

jiných světových náboženství s ohledem na šíření vzájemného poznání, porozumění a tolerance mezi různými náboženstvími a kulturami.

Na výrazně eticky či nábožensky kontroverzní obsah pořadu je povinna ČT diváky předem upozornit, což učiní tak, že sdělí divákům vhodnou formou faktické informace o charakteru obsahu pořadu.

BBC věnuje problematice celý dvanáctý článek. Korporace respektuje základní lidské právo vykonávat svobodu myšlení, svědomí a náboženského vyznání. To zahrnuje jednotlivce svobodu uctívat, učit, cvičit a dodržovat. Obzvláště v době svátků a festivalů velkých světových náboženství BBC, si je korporace vědoma větší citlivosti.

Otázky týkající se náboženství mohou být zahrnuty v různých programových žánrech (drama, komedie aj.), ale vždy musí být pečlivě zváženo potenciální riziko. Náboženské citlivosti si je BBC vědoma již při odkazování nebo používání jmen, obrázků, božstva, rituálů, bible a jazyka. Veškeré slovní či vizuální odkazy (např. Krucifix, Svátá Bible, Korán, židovský Sabat apod.) musí být editačně odůvodněny. K poradenství při řešení sporných otázek, co se této tematiky týče, má BBC určeno specialisty, kteří jsou na oddělení Náboženství a etiky z World Service.

## **7.5. Komerční obsah**

Česká televize přistupuje k zákonem dovoleným formám vysílání komerčních částí programů, které zavazuje inzerentům, jako k jednomu ze svých zdrojů příjmů, přitom obsah pořadů nesmí být ovlivněn. „Vysílat reklamu a další zákonem dovolené formy komerční prezentace (sponzoring a teleshopping) lze pouze tak, aby divák mohl zřetelně rozpoznat, že jde o komerční projevy osob odlišných od České televize.“ (Článek 21 Kodexu České televize)

Pokud jsou komerční části programu zařazeny v čase bezprostředně před vysíláním pořadů pro děti a mládež, ČT zakazuje obsah, který by mohl nepříznivě působit na vývoj dětí nebo nezletilé mládeže, případně v dětech

cíleně vyvolával pocit méněcennosti, jestliže propagované zboží či službu nezískají. Obzvláště zvýšené opatrnosti dbá ČT při uvádění upoutávek na vlastní pořady, popř. nekomerční upoutávky, které by mohly na vývoj dětí nebo mládeže působit nepříznivě. (Článek 2 Kodexu České televize) ČT smí obchodovat s předměty a právy, které se váží k vysílaným pořadům (merchandising).

Pro veřejnoprávní televizi BBC platí úplný zákaz komerční inzerce. BBC však uvádí činnosti, které by mohly vyvolat problémy v souvislosti s konfliktem zájmů: počínaje psaním závazků (např. pravidelné články, sloupy nebo blogy), přes politické aktivity, veřejná vystoupení a mediální tréninky, až po objevování se v komerčních reklamách a daných podporách. (Editorial Guidelines 15.4.8)

Moderátorům pravidelného zpravodajství nedoporučuje, aby se účastnili propagačních akcí a reklam. Ve výjimečných případech, s předchozím souhlasem BBC, se mohou účastnit propagační činnosti knih, které sami napsali. Žádná taková činnost však nesmí ohrozit moderátorovu pověst v rámci objektivitu nebo nestrannosti. (Editorial Guidelines, 15.4.2)

## **7.6. Kontroverzní obsah**

### **Násilí**

Česká televize si je vědoma nebezpečí, které plyne z častějšího zobrazování násilí, proto v pořadech, které vysílá, nedá větší prostor prezentaci násilí, než jaký je nutný z hlediska uměleckého ztvárnění určitého tématu či zpravodajského nebo publicistického pokrytí skutečnosti. Neodvysílá ani prohlášení, která by mohla podněcovat násilí, jelikož by mohla být odůvodněně chápána jako prohlášení podporující šíření násilí, nenávisti, rasovou nesnášenlivost nebo jiné formy diskriminace či nenávisti založené na netoleranci. Při zobrazení násilí je nutné hledat rovnováhu mezi požadavky pravdivosti, případně autentického uměleckého vyjádření a nebezpečím, že se diváci stanou vůči násilí otupělými. Šokující záběry jsou někdy nutné proto, aby diváci plně pochopili význam sdělení, ale časté šokování diváků vede

k tomu, že je potřeba prezentovat stále více násilí, aby se dosáhlo původního záměru. ČT tedy stanovuje pravidla, které je potřeba dodržovat. Šokující záběry nikdy nesmějí být samoučelné. Obzvláště ve dne je třeba mít na paměti, že se na záběry mohou dívat i děti. Ke každému drastickému záběru je nutné podle ČT přistupovat s vysokou citlivostí. V neposlední řadě je třeba mít na zřeteli, že některé informace mohou nestabilním jedincům nebo i dětem sloužit jako návod.

Podobně se k násilí staví i BBC. Uvádí i nebezpečné imitace, ke kterým patří zejména používání domácích předmětů (nože, kladiva, nůžky), které by děti mohly inspirovat k nebezpečnému experimentování. Dále uvádí faktory umocňující účinek násilí, které je potřeba s násilím zvážit, např. násilí, které je běžnému životu blízké a může tak odrážet osobní zkušenost (např. domácí násilí, rvačka, hospoda, přepadení, atd.); násilí na místech, která jsou považována za bezpečné (rodinný dům, nemocnice); neobvyklé nebo sadistické metody působící bolest, zranění nebo smrt; případy kdy jsou oběťmi ženy nebo děti; sexuální násilí atd.

### **Nahota a sexuálně explicitní chování<sup>13</sup>**

BBC nahotu může do vysílání zařadit před dvacátou první hodinou pouze za předpokladu, že je to patřičně odůvodněno, jelikož předpokládá, že obsah bude sledovat značná část dětského publika. (Editorial Guidelines, 5.4.33) Zobrazení sexu nebo zkoumání sexuálních otázek by mělo být redakčně oprávněné ve všech výstupech BBC a přistupovat k tomu s odpovídající citlivostí. Odůvodněno musí být i zobrazení sexu či zkoumání sexuálních otázek. BBC také přihlíží na to, že tato tematika může některé lidi urážet.

Zatímco diváci v ČR jsou poměrně liberální k výskytu nahoty a scén se sexuálním podtextem ve večerním programu (s ohledem na povahu pořadu), mohou podle ČT považovat za nepřijatelné zařazení podobného obsahu do pořadu zpravodajských či publicistických. Pro zobrazování nahoty nebo sexuálně explicitního chování musí existovat důvod opřený s ohledem

---

<sup>13</sup> Explicitním chováním jsou míněny otevřené projevy sexuality v chování osob.

na povahu pořadu buď o umělecká, nebo o profesionální editoriaální kritéria. Nelze připustit, aby jediným argumentem pro zobrazení nahoty nebo sexuálního aktu se stal pouhý předpoklad zájmu diváků ČT. Pořady s výrazně sexuálně explicitním zobrazením nelze do vysílání ČT zařadit mezi šestou hodinou ranní a dvacátou druhou hodinou večerní (vztahuje se i na upoutávky). Jinak o případném výše uvedeném obsahu ČT vždy diváky bezprostředně před začátkem upozorní. Zařazovat do vysílání pornografické materiály je zakázáno.

## 7.7. Dětské publikum

ČT je v tuzemsku hlavním a prakticky jediným stálým producentem televizní tvorby pro děti a mládež. V Kodexu je dětskému divákovi věnován samotný článek, kde je definován charakter pořadů určených dětskému publiku, popsán závazek vytváření podmínek pro rozvinutí původní tvorby pro děti. Hlavní tematika věnující se dětem ve zbývajících částech Kodexu je vnímána z pohledu povinností a způsobu vytvoření programu pro děti, dále popisuje povinnosti a péči, kterou musí ČT věnovat dětem při pořizování zvukových a obrazových materiálů. ČT zařazuje vhodný obsah pro děti od 6.00 do 20.00.

Britská společnost, jako jedna z mála, vytváří pořady pro děti podle pokynů a za neustálého dozoru týmu dětských psychologů a pedagogů. BBC se obsahu, který je vhodný pro děti, věnuje téměř v každé kapitole, včetně částí, které jsou uvedeny v Kodexu ČT. Celkově se slovo „dítě“<sup>14</sup> v textu BBC objevuje více než stokrát, což nasvědčuje tomu, že se této tématice věnuje opravdu pečlivě a ve velkém rozsahu. BBC vysílá pořady vhodné pro děti od 5.30 do 21.00. Přitom definuje, že 21. hodina je pouhým začátkem přechodu, který nesmí být náhlý.

---

<sup>14</sup> (v orig.) children

## 8. Obecný závěr z porovnání

V ČR je často veřejnoprávní médium vnímáno jako synonymum pro konzervativní, neokázalé nebo také „pro starší“. BBC ukazuje, že televize veřejné služby sice musí stát na hodnotách a prosazovat je, ale současně dovede tyto hodnoty divákovi servírovat atraktivní vkusnou formou.

BBC je nejstarší veřejnou službou v Evropě, v mnoha oblastech i na světě, a přesto patří současně mezi veřejné služby nejmodernější, velmi inspirativní - v pojetí zpravodajství, magazínů, dokumentů; v mixu hodnot a formy televizních pořadů.

Kodex BBC je analyzován v anglickém originále, obsah textu je však srozumitelný i pro osobu, která není rodilým mluvčím. V Příloze C se čtenář může seznámit s vybranými články kodexu v původním znění s volným překladem. Téměř každá část kodexu BBC obsahuje výjimky (často i z výjimek) obvyklého standardu, které byly vytvořeny na základě předchozích zkušeností a jsou tak vynikajícím základem pro poznání struktury a fungování služeb. S ohledem na možné účinky médií jsou některé typy obsahů BBC předmětem zvlášť soustředěné pozornosti. Kodex je přístupný na internetu (s možností individuálního přístupu po registraci), a je stále aktualizován. Dobře formulovaný obsah není pouhou prevencí, ale spíše cílem k dosažení dokonalosti.

Z obsahu, kdy kodex BBC je téměř třikrát rozsáhlejší, než kodex ČT, lze očekávat, že se korporace věnují nejen v různém rozsahu jednotlivým termínům a specifikám, ale i odlišné problematice. Oba kodexy jsou psány jiným jazykem i způsobem a věnují se také v jiném poměru různým oblastem a termínům.

Kodex ČT sice zahrnuje Preambuli, který seznamuje čtenáře s cílem dokumentu upřesnit nutné zásady a pravidla, ačkoliv úvodní text Marka Thomsona plní podobnou funkci v kodexu BBC, působí na čtenáře hlouběji, již z toho důvodu, že je psán osobním způsobem. V Kodexu BBC je poměrně velká část věnována mj. specifikám se zaměřením na praxi s jejich konkrétním

vymezením a popisem, kdy lze obsah do vysílání zahrnout (např. reklama, product placement, problematika drog, kouření, alkoholu, teroristickému jednání, atd.).

Širší rozsah regulativ ČT a následná povinnost seznámit s nimi každého pracovníka by rychleji mohla profesionály vychovat. Je zásadně důležité, aby novináři opustili etiku smýšlení, přijali etiku důsledků a promítli ji do svých etických kodexů a především do novinářské praxe. Základními pojmy novinářské etiky, jako správnost, objektivnost, nestrannost, vyváženost a nezávislost je třeba chápat v kontextu se současným stavem vývoje a rolí médií. Pro potřeby regulace i autoregulace musí být tyto pojmy vnímány tak, aby nebyly jen pouhými ideály v teorii kodexů, nýbrž použitelné jako kritérium pro vlastní praxi. Alibismus médií (resp. pracovníků v médiích) závisí v České republice na jediném regulativu, kterým je prodej, o obsahu tudíž rozhoduje sám čtenář.

Je těžké porozumět tomu, proč jsou rozdíly mezi těmito dokumenty natolik razantní. Podle autorky by důvodem mohl být samotný účel kodexu. Z psychologického hlediska lze předpokládat, že osobní způsob psaní na čtenáře působí hlouběji. Obzvláště v některých případech měla autorka pocit, že se jedná o text psaný záměrně ve formě slibu. Pokud by se důvod rozdílů analyzoval hlouběji, jistě by za zvážení stály i aspekty, jakým může být historie země i samotná novinářská tradice; politické zřízení; životní úroveň a s ní spojená úroveň vysokých škol, ale i povaha obyvatel atd.



## ZÁVĚR

Téma *Srovnání Etického kodexu České televize a kodexu BBC* je obtížně uchopitelné. Pro pochopení problematiky médií je potřeba se seznámit s teorií mediální komunikace i historií veřejnoprávních médií České televize a společnosti BBC, které jsou popsány v prvních třech kapitolách.

Ve čtvrté kapitole je vymezen účel regulace a uvedeny jsou pojmy mediální etiky. Následující část je věnována obecnému seznámení s etickým kodexem, který slouží k posouzení hodnot a významu etických pravidel novinářské profese. Další kapitola zkoumá aktuální problematiku médií a etiky, uvedeny jsou dva příklady, kdy došlo k porušení zásad etického kodexu.

Specifickou částí je srovnání etického kodexu BBC a kodexu ČT. Analýzou obou dokumentů v sedmé kapitole došla autorka ke zjištění markantních rozdílů. Kodex ČT se věnuje stručnému popisu pravidel, oproti tomu se BBC detailně zaměřuje na výjimečné případy, kdy tyto pravidla lze či nelze porušit. Dalším velkým rozdílem je samotný účel dokumentů: Kodexu ČT upřesňuje zásady a pravidla, kterými se televize řídí při své činnosti, dokument je napsán neosobním způsobem. Kodex BBC plní funkci základní metodické příručky pracovníků BBC, v textu je psán osobním způsobem. BBC také podstatnou část věnuje pojmu transparentnost informačního zdroje, s kterou je spojován pojem vyváženost či názorová pluralita, ověřitelnost informace. Tomuto pojmu se kodex ČT nevěnuje vůbec.

Detailněji jsou v jednotlivých podkapitolách popsány klíčové pojmy novinářské etiky v pojetí BBC a ČT: objektivnost (Accountability), správnost (Accuracy), nestrannost (Impartiality), vyváženost (Balance). Pod drobnohled se dostala témata zaměstnanců, náboženství a etiky, komerčního obsahu; kontroverzního obsahu a dětskému publiku.

Poslední kapitolou je krátké zamyšlení, kde jsou soustředěny poznatky z komparace, které autorka stručně shrnuje, po něm následuje závěr.

Pokud by to reálně bylo možné, obzvláště zajímavý by byl poznatek ze zjištění praktického (a faktického) používání kodexů zaměstnanců obou korporací a především ve způsobu vnímání, chápání a znalosti dokumentů.

Ačkoliv lze neskromně konstatovat, že se tato práce nedostane do rukou pracovníkům veřejnoprávních médií, kterým by mohla přinést největší prospěch, inspirativní a aplikovatelné rozdíly pro svou práci mohou v textu nalézt i potenciální pracovníci v médiích (ať komerčních či veřejnoprávních), včetně samotné autorky. Práce může být i dobrým podnětem pro diskusi na toto téma, nikoliv však vyčerpávajícím zdrojem vědění z této oblasti.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 207 s. ISBN 978-807-3672-874.

KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. V Praze: Karolinum, 2003, 461 s. ISBN 80-246-0632-1.

MCQAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002, 447 s. ISBN 80-717-8714-0.

MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Vyd. 1. Překlad Marcel Kabát. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, 256 s. ISBN 978-807-4520-020.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8.

### **Zákonné normy, interní předpisy**

*Kodex České televize: zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání*. Vyd. 1. Překlad Marcel Kabát. Praha: Česká televize, 2003, 46 s. ISBN 80-850-0546-8.

*Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů*

*Zákon č. 483/1991 Sb. České národní rady o České televizi, ve znění pozdějších předpisů*

*Zákon č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání,*

*znění pozdějších předpisů*

## **Časopis**

ŠVEHLA, Marek. Nesnesitelná lehkost lhaní: Česká žurnalistika má velký problém. *Respekt*. Praha: R-PRESSE, spol. s r.o, 2012, č. 9. ISSN 0862-6545.

## **Internetové zdroje**

Česká televize 2011. ČT [online]. 2011 [cit. 2012-02-25]. Dostupný z: [http://img5.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/publikace-ct/pdf/ct\\_2011.pdf](http://img5.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/publikace-ct/pdf/ct_2011.pdf)

Česká televize. TV poplatek [online]. © 1996-2010 [cit. 2012-03-29].  
Dostupné z: <https://tvp.ceskatelevize.cz/poplatky/faq.php>

BBC - Editorial Guidelines. *BBC* [online]. 2012 [cit. 2012-02-25]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/guidelines/>

BBC: The Hutton Report: In Full. BBC NEWS [online]. 2003 [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: [http://news.bbc.co.uk/2/shared/spl/hi/uk/03/hutton\\_inquiry/hutton\\_report/html/contents.stm](http://news.bbc.co.uk/2/shared/spl/hi/uk/03/hutton_inquiry/hutton_report/html/contents.stm)

BBC. *The BBC Story: homepage* [online]. © 2012 [cit. 2012-02-01]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/index.shtml>

Historie Československé televize – Kalendárium 1969. [cit. 2012-02-19].  
Dostupný z: [http://www.ceskatelevize.cz/ct/historie/1968-1969.php?leta1968\\_1969kapitola=6](http://www.ceskatelevize.cz/ct/historie/1968-1969.php?leta1968_1969kapitola=6).

Historie Československé televize – Listopad 1989. [cit. 2012-02-19]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct/historie/revoluce.php>.

Historie ČT – Krize. [cit. 2012-02-19]. Dostupný z:  
<http://www.ceskatelevize.cz/ct/historie/krize.php>.

Vše o ČT. ČESKÁ TELEVIZE. Základní informace o ČT [online]. © 1996–  
2012 [cit. 2012-03-29]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

2012 TRUST BAROMETER EXECUTIVE SUMMARY. EDELMAN.  
<Http://trust.edelman.com/trust-download/executive-summary/> [online]. 19.  
ledna, 2012 [cit. 2012-03-20].)

PROKŮPEK, Václav. Romové založili stranu a už mají problém: Zmizel jim  
pokladník i s penězi. [online]. [cit. 2012-03-13]. Dostupné z:  
<http://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/kauzy/Romove-zalozili-stranu-a-uz-maji-problem-Zmizel-jim-pokladnik-i-s-penezi-222538>

# **SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ**

## **Seznam obrázků**

OBRÁZEK 1: SCHÉMA VZTAHŮ MEZI POJMY MEDIÁLNÍ ETIKY

OBRÁZEK 2: DŮVĚRA CELOSVĚTOVÉ POPULACE V INFORMAČNÍ ZDROJE  
V ROCE 2011 A 2012

## SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A - TABLE OF CONTENT: EDITORIAL GUIDELINES BBC....I	I
PŘÍLOHA B - OBSAH ETICKÉHO KODEXU ČESKÉ TELEVIZE.....IV	IV
PŘÍLOHA C - ETICKÝ KODEX BBC.....VI	VI

# PŘÍLOHY

## Příloha A – Editorial Guidelines BBC

### View by Section

#### 1. THE BBC'S EDITORIAL VALUES

- Introduction
- Editorial Values
- BBC Charter and Agreement

#### 2. USING THE GUIDELINES

- Introduction
- Roles and Responsibilities
- Principles and Practices
- Editorial Justification
- Guidance
- Other Sources of Advice

#### 3. ACCURACY

- Introduction
- Principles
- Mandatory Referrals
- Gathering Material
- Finding Contributors
- Note Taking
- Avoiding Misleading Audiences
- Managing Online Content
- Checking Programmes
- Correcting Mistakes

#### 4. IMPARTIALITY

- Introduction
- Principles
- Mandatory Referrals
- Breadth and Diversity of Opinion
- Controversial Subjects
- News, Current Affairs and Factual Output
- Drama, Entertainment and Culture
- Contentious Views and Possible Offence
- Consensus, Campaigns and Scrutiny
- Elections and Referendums
- Impartiality in Series and Over Time
- Personal View Content

#### 5. HARM AND OFFENCE

- Introduction
- Principles
- Mandatory Referrals
- Audience Expectations

#### Content Information

- The Watershed and Scheduling for TV, Radio and Online

- Live Output

- Language

- Violence

- Intimidation and Humiliation

- Nudity

- Sex

- Portrayal

- Alcohol, Smoking, Solvent Abuse and Illegal Drugs

- Suicide, Attempted Suicide, Self-Harm and Eating Disorders

- Imitative Behaviour

- Tragic Events

- Hypnotism, Exorcism, the Occult and the Paranormal

- Flashing Images, Strobing and Images of Very Brief Duration

- Acquired Programmes

#### 6. FAIRNESS, CONTRIBUTORS AND CONSENT

- Introduction

- Principles

- Mandatory Referrals

- Contributors and Informed Consent

- Anonymity

- Contributors, Access Agreements and Editorial Independence

- Deception

- Intimidation and Humiliation

- Right of Reply

- Refusals to Take Part

- Portrayal of Real People in Drama

- Safety and Welfare of Contributors

#### 7. PRIVACY

- Introduction

- Principles

- Mandatory Referrals

- Privacy and Consent

- Secret Recording

- Webcams



CCTV, Third Party Webcams and Other Material from Outside Sources	Hijacking, Kidnapping, Hostage Taking and Sieges
Doorstepping	National Security and Counter Terrorism
Tag-Along Raids	Hostile Environments, High Risk Activities and Events
Reporting Death, Suffering and Distress	
Personal Information	
<b>8. REPORTING CRIME AND ANTI-SOCIAL BEHAVIOUR</b>	<b>12. RELIGION</b>
Introduction	Introduction
Principles	Principles
Mandatory Referrals	Mandatory Referrals
Reporting Crime	Practices
Dealing with Criminals and Perpetrators of Anti-Social Behaviour	<b>13. RE-USE AND REVERSIONING</b>
Dealing with Witnesses and Victims of Crime	Introduction
Investigations into Crime and Anti- Social Behaviour	Principles
<b>9. CHILDREN AND YOUNG PEOPLE AS CONTRIBUTORS</b>	Mandatory Referrals
Introduction	General
Principles	Accuracy Issues
Mandatory Referrals	Fairness, Consent and Privacy Issues
Safeguarding the Welfare of Under 18s	Harm and Offence Issues
Informed Consent for Children and Young People	Syndication and Distribution on Non- BBC Channels and Spaces
The Impact of a Contribution	Requests for BBC Material from Third Parties
<b>10. POLITICS, PUBLIC POLICY AND POLLS</b>	<b>14. EDITORIAL INTEGRITY AND INDEPENDENCE FROM EXTERNAL INTERESTS</b>
Introduction	Introduction
Principles	Principles
Mandatory Referrals	Mandatory Referrals
Reporting UK Political Parties	Product Placement
Political Interviews and Contributions	Product Prominence
Parliamentary Broadcasting	Free and Reduced Cost Facilities, Products and Services
Political Broadcasts	Online Links to Third Party Websites
Elections	Logos and Credits Online
Opinion Polls, Surveys and Votes	BBC Commercial Channels, Services and Products
<b>11. WAR, TERROR AND EMERGENCIES</b>	Game Shows
Introduction	Advertising and the BBC Brand
Principles	BBC Support Services
Mandatory Referrals	<b>15. CONFLICTS OF INTEREST</b>
Accuracy and Impartiality	Introduction
Identifying Victims	Principles
Demonstrations, Disturbances and Riots	Mandatory Referrals
Staged Events	News and Current Affairs
Threats and Hoaxes	Other Output Areas
	External Activities
	Declaration of Personal Interests
	Personal Benefits

On-air Talent, Commercial Advertising, Promotional Activity and Endorsements	Game Shows and Quizzes
Talent or Agent-owned Independent Production Companies	Talent Shows and Programmes
16. EXTERNAL RELATIONSHIPS AND FUNDING	Offering Life Changing Opportunities
Introduction	Phone-in Programmes, User Generated Content Online, Mobile Content, Games and Interactive TV
Principles	18. THE LAW
Mandatory Referrals	Introduction
Funding from BBC Commercial Services, the Open University and Co-Productions	Mandatory Referrals
Co-Funding	General
Ticket Sales, Makeovers, Location and Production Initiatives, Public Value Partnerships, Sponsored BBC On-Air Events, Sponsored Awards	Defamation
BBC Off-Air Events	Privacy
Joint Editorial Initiatives and Events	Contempt
Sponsored Third Party Events	Victims of Sexual Offences
The National Lottery	Other Reporting Restrictions
Charities	Children and the Law
17. INTERACTING WITH OUR AUDIENCES	Copyright and Other Intellectual Property Rights
Introduction	Data Protection Act
Principles	19. ACCOUNTABILITY
Mandatory Referrals	Principles
Competitions	BBC Trust
Voting	Ofcom
Awards	Feedback and Complaints
Pre-recorded or Repeated Programmes	20. APPENDIX 1: THE OFCOM BROADCASTING CODE
Prizes	21. APPENDIX 2: CODE OF CONDUCT FOR COMPETITIONS AND VOTES
The Interactivity Technical Advice and Contracts Unit (ITACU)	<u>22. APPENDIX 3: STATEMENT OF POLICY ON ALTERNATIVE FINANCE</u>
Telephone Services	23. APPENDIX 4: FRAMEWORK FOR FUNDING PRIZES AND AWARDS
	24. APPENDIX 5: GUIDELINES FOR BBC COMMERCIAL SERVICES ON EDITORIAL INTEGRITY AND INDEPENDENCE FROM EXTERNAL INTERESTS

(BBC - Editorial Guidelines. *BBC* [online]. 2012 [cit. 2012-02-25]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/guidelines/>)

## **Příloha B - Obsah Etického kodexu České televize**

- Čl. 1 Divák – občan na prvním místě
- Čl. 2 Zvláštní pozornost dětskému divákovi
- Čl. 3 Poplatník televizního poplatku – otevřený vztah
- Čl. 4 Tvůrce – základní předpoklad úspěchu
- Čl. 5 Péče o informace ve zpravodajství a aktuální publicistice
- Čl. 6 Diskusní pořady a pluralita
- Čl. 7 Otázky náboženství a etiky
- Čl. 8 Umělecké pořady a vkus
- Čl. 9 Jazykový projev
- Čl. 10 Vzdělávací a osvětové pořady
- Čl. 11 Zábavní pořady
- Čl. 12 Sportovní vysílání
- Čl. 13 Zákaz diskriminace
- Čl. 14 Presumpce nevinny
- Čl. 15 Respekt k soukromí
- Čl. 16 Pravidla při natáčení
- Čl. 17 Zobrazování
- Čl. 18 Živé vysílání
- Čl. 19 Kritické situace
- Čl. 20 Charitativní a dobročinná činnost
- Čl. 21 Komerční části programu
- Čl. 22 Střet zájmů
- Čl. 23 Česká televize jako instituce
- Čl. 24 Péče o archivní fond
- Čl. 25 Základní pravidla hospodaření
- Čl. 26 Žaloby a správní řízení

ETICKÝ PANEL

*(Kodex České televize: zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání.*

*Vyd. 1. Překlad Marcel Kabát. Praha: Česká televize, 2003, 46 s. ISBN 80-850-0546-8.)*

## **Příloha C – Etický kodex BBC - originální znění textu a jeho volný překlad**

### **Introduction**

We seek to uphold the BBC's Editorial Values in all we do. They embody our freedoms and responsibilities and, like the Editorial Guidelines, apply to all our content, whether it is made by the BBC itself or by an independent company working for the BBC, and whether it is made for radio, television, online, mobile devices, interactive services or the printed word. What follows are challenging requirements, but they are essential to everything we do.

### **1.2.2 Truth and Accuracy**

We seek to establish the truth of what has happened and are committed to achieving due accuracy in all our output. Accuracy is not simply a matter of getting facts right; when necessary, we will weigh relevant facts and information to get at the truth. Our output, as appropriate to its subject and nature, will be well sourced, based on sound evidence, thoroughly tested and presented in clear, precise language. We will strive to be honest and open about what we don't know and avoid unfounded speculation.

### **1.2.3 Impartiality**

Impartiality lies at the core of the BBC's commitment to its audiences. We will apply due impartiality to all our subject matter and will reflect a breadth and diversity of opinion across our output as a whole, over an appropriate period, so that no significant strand of thought is knowingly unreflected or underrepresented. We will be fair and open-minded when examining evidence and weighing material facts.

### **Úvod**

Snažíme se prosazovat redakční hodnoty BBC (Editorial Values) ve všem, co děláme. Ztělesňují naší svobodu a odpovědnost, a stejně jako Etický kodex, platí pro náš veškerý obsah, ať už je vyroben samotnou BBC nebo nezávislou společností pracující pro BBC, a nezáleží, zda je určen pro rozhlas, televizi, on-line, mobilní zařízení, interaktivní služby nebo tištěné slovo.

### **1.2.2 Pravda a přesnost**

Naší snahou je zjistit pravdu o tom, co se stalo a jsme odhodláni toho dosahovat s přesností. Přesnost není jen otázkou, jak dosáhnout ke skutečným správně, pokud je to nutné, budeme zvažovat náležitá fakta a informace jak docílit pravdy. Přesnost (správnost) neznamená jen způsob, jak získávat správná fakta, ale pokud je to možné, je potřeba také zvažovat důležitá fakta a informace, abychom docílili pravdy (ve smyslu pravdivosti). Náš výstup, jak je vyžadováno – v jádru i povaze, bude poctivě získaný, založený na spolehlivých důkazech, důkladně testován a předkládán v jasném a přesném jazyce. Budeme se snažit být upřímní a otevření vůči tomu, co nevíme, abychom se vyhnuli nepodloženým spekulacím.

### **1.2.3. Nestrannost**

Nestrannost je jádrem závazku, které má BBC vůči svěmu publiku. Budeme nestranní k veškerým tématům s cílem odrážet šíři a rozmanitost názorů v celé naší produkci jako celku, a to ve vhodné době, aby nebyl žádný významný prvek myšlení vědomě nereflektovaný nebo nedostatečně zastoupený. Budeme spravedliví a nezaujatí při zkoumání hmatatelných (prokazatelných) důkazů a budeme zvažovat podstatná fakta.

### **1.2.4 Editorial Integrity and Independence**

The BBC is independent of outside interests and arrangements that could undermine our editorial integrity. Our audiences should be confident that our decisions are not influenced by outside interests, political or commercial pressures, or any personal interests.

### **1.2.5 Harm and Offence**

We aim to reflect the world as it is, including all aspects of the human experience and the realities of the natural world. But we balance our right to broadcast innovative and challenging content with our responsibility to protect the vulnerable from harm and avoid unjustifiable offence. We will be sensitive to, and keep in touch with, generally accepted standards as well as our audiences' expectations of our content, particularly in relation to the protection of children.

### **1.3.3 Agreement**

The Agreement forbids any BBC service funded by the licence fee or grant-in-aid from carrying advertising or sponsored programmes. To protect editorial integrity and independence, the BBC has drawn up its own guidelines on standards for advertising and sponsorship for its commercial television and online services.

### **2.2.1 Editorial Responsibility**

Editorial responsibility in the BBC rests with the editorial chain of management from programme or content producer, whether in-house or independent, through to divisional director, and to the BBC's Director-General, who is the editor-in-chief.

Knowledge of the Guidelines is an essential professional skill, and everyone who makes the BBC's content is contractually required to familiarise themselves with them and work within them.

### **1.2.4 Redakční bezúhonnost a nezávislost**

BBC je nezávislá na vnějších zájmech a opatřeních, které by mohly ohrozit její redakční integritu. Naši diváci by měli mít jistotu, že naše rozhodnutí nejsou ovlivněna vnějšími zájmy, politickými nebo komerčními tlaky, nebo jakýmkoliv osobními zájmy.

### **1.2.5 Úhona a přečin**

Naším cílem je reflektovat svět takový jaký je, včetně všech aspektů lidské činnosti a reality přirozeného světa. Ale vyvažujeme naše právo vysílat inovativní a náročný obsah s odpovědností, abychom chránili zranitelné před poškozením a vyhnuli se neoprávněnému útoku. Budeme citliví a zůstaneme v kontaktu s obecně přijímanými normami a očekáváními, které mají naši diváci vůči obsahu, a to zejména ve vztahu k ochraně dětí.

### **1.3.3 Dohoda**

Dohoda zakazuje jakoukoliv službu BBC, která by byla financována z koncesionářských poplatků nebo grant-in-aid (dotace, grant) z vysílání reklam nebo sponzorovaných pořadů. Pro ochranu redakční integrity a nezávislosti, vytvořila BBC svá vlastní pravidla o normách pro reklamu a sponzorství pro jeho komerční televizi a on-line služby.

### **2.2.1 Editační odpovědnost**

BBC spočívá v editačním řetězci vedení programového nebo obsahového producenta, ať už interního nebo nezávislého, přes divizního ředitele, až po generálního ředitele BBC, který je šéfredaktorem. Znalost Etického kodexu je nezbytná profesní dovednost a od každého, kdo s BBC spolupracuje, je smluvně požadováno, aby se s ním seznámil a pracoval s ním.

### 3. Accuracy

The BBC is committed to achieving due accuracy. The term 'due' means that the accuracy must be adequate and appropriate to the output, taking account of the subject and nature of the content, the likely audience expectation and any signposting that may influence that expectation.

Therefore, we do all we can to achieve due accuracy in all our output, though its requirements may vary. The due accuracy required of, for example, drama, entertainment and comedy, will not usually be the same as for factual content.

The requirements may even vary within a genre, so the due accuracy required of factual content may differ depending on whether it is, for example, factual entertainment, historical documentary, current affairs or news.

Accuracy is not simply a matter of getting facts right. If an issue is controversial, relevant opinions as well as facts may need to be considered.

When necessary, all the relevant facts and information should also be weighed to get at the truth.

Where appropriate to the output, we should:

- gather material using first hand sources wherever possible
- check and cross check facts
- validate the authenticity of documentary evidence and digital material
- corroborate claims and allegations made by contributors wherever possible.

In news and current affairs content, achieving due accuracy is more important than speed.

### 3. Správnost

BBC je odhodlána dosáhnout příslušné přesnosti. Termín 'příslušné' znamená, že přesnost musí být přiměřená a vhodná k výstupu, s přihlédnutím k předmětu a povaze obsahu, pravděpodobnému očekávání publika a veškerému značení, které mohou ovlivnit jejich očekávání. Proto děláme vše, co můžeme, abychom dosáhli příslušné přesnosti ve všech našich výstupech, i když jeho požadavky se mohou lišit. Příslušné přesnosti není požadováno stejně např. pokud se jedná o drama, zábavu a komedii, jako je tomu u věcného obsahu.

Požadavky se mohou lišit i v rámci žánru, a tak příslušné přesnosti požadované faktického obsahu se mohou lišit v závislosti na tom, zda jde například o věcnou zábavu, historickou dokumentaci, publicistické pořady nebo zprávy (zpravodajství). Přesnost není pouze otázkou získávání správných informací. Je-li záležitost kontroverzní, měla by se příslušná stanoviska, stejně jako skutečnosti, zvážit. V případě potřeby by měly být všechny relevantní skutečnosti a informace rovněž zváženy tak, aby bylo docíleno pravdy.

V případě potřeby výstupu, bychom měli:

- sbírat materiál s použitím zdrojů z první ruky, pokud je to možné
- kontrolovat a prověřovat skutečnosti
- ověřovat pravost listinných důkazů a digitální materiálů
- podepírat tvrzení a obvinění učiněná ze strany přispěvatelů všude tam, kde je to možné.

Ve zpravodajství a publicistických pořadech je dosažení přiměřené přesnosti důležitější než rychlost.

### **3.4.5 Material from Third Parties**

Material supplied by third parties needs to be treated with appropriate caution, taking account of the reputation of the source.

We should normally only rely on an agency report if it can be substantiated by a BBC correspondent or if it is attributed to a reputable news agency.

We should only use other material supplied by third parties if it is credible and reliable. This includes weather reports, financial markets information and music charts. We need to ensure that any credit given for the use of third party material is in accordance with BBC credit guidelines.

**3.4.6** We should only broadcast material from third parties who may have a personal or professional interest in its subject matter if there is a clear editorial justification. The material should be labelled. This includes material from the emergency services, charities, and environmental groups.

### **5.4.34 Sex**

In all BBC output the portrayal of sex, or the exploration of sexual issues, should be editorially justified and treated with appropriate sensitivity. In post-watershed content, we must be able to justify the frank and realistic portrayal of sex and the exploration of themes and issues which some people might find offensive.

## **12. Religion**

The BBC respects the fundamental human right to exercise freedom of thought, conscience and religion. This includes an individual's freedom to worship, teach, practise and observe.

### **3.4.5 Materiál z třetích stran**

S materiálem dodávaným třetími stranami je potřeba, aby bylo zacházeno s odpovídající opatrností, s ohledem na pověst zdroje. Obvykle se spoléháme pouze na agenturní zprávy, pokud to může být doloženo korespondentem BBC nebo pokud je zdroj přičítán renomované tiskové agentuře.

Měli bychom používat pouze materiál dodaný třetími stranami, pokud je důvěryhodný a spolehlivý. To zahrnuje informace o počasí, finanční trhy a hudebním žebříčku. Musíme si být jisti, že veškerý převzatý materiál z třetí strany je v souladu s Kodexem BBC.

**3.4.6** Měli bychom vysílat pouze materiál od třetích stran, který může mít osobní nebo profesní zájem o jeho předmět, pokud je zřejmé redakční odůvodnění. Takovýto materiál by měl být označen. Zahrnuje to materiál od záchranné služby, charitativních a ekologických skupin.

### **5.4.34 Sex**

Zobrazení sexu, nebo zkoumání sexuálních otázek, by mělo být ve všech výstupech BBC redakčně oprávněné a přístupována s odpovídající citlivostí. Ve večerním vysílání, musíme být schopni odůvodnit upřímné a realistické zobrazení sexu a zkoumání témat a otázek, které někteří lidé možná uráží.

## **12. Náboženství**

BBC respektuje základní lidské právo vykonávat svobodu myšlení, svědomí a náboženského vyznání. Což zahrnuje svobodu jednotlivce uctívat, učit se, cvičit a dodržovat.

### 12.2.3

We must be aware of the religious sensitivity of references to, or uses of, names, images, deities, rituals, scriptures and language at the heart of the different faiths and ensure that any uses of, or verbal or visual references to, them are editorially justified within generally accepted standards. Examples

include the Crucifixion, Holy Communion, the Qur'an, the Jewish Sabbath and similar

### 12.2.3

Musíme si být vědomi náboženské citlivosti při odkazování nebo používání, jmen, obrázků, božstva, rituálů, bible a jazyka v srdci různého vyznání a zajistit, aby veškeré využití nebo slovní či vizuální odkazy byly editačně odůvodněny podle všeobecných uznávaných norem. Např. Krucifix, Svatá Bible, Korán, židovský Sabat apod.

**15.4.2** Regular BBC news presenters should not undertake promotions, endorsements or advertisements for any company, outside organisation or political party. In exceptional circumstances, with the prior approval of the BBC, they may undertake promotional activities for books which they have written. Any such activity must not jeopardise a presenter's reputation for objectivity and impartiality.

**15.4.2** Moderátoři pravidelného zpravodajství BBC by neměli provádět propagační akce, podpory nebo reklamy pro žádnou firmu, organizaci nebo politické strany. Ve výjimečných případech, s předchozím souhlasem BBC, mohou provádět propagační činnosti pro knihy, které napsali. Každá taková činnost nesmí ohrozit moderátorovu pověst v rámci objektivitu a nestrannosti.

**15.4.8** There are many external activities which are likely to raise issues in connection with conflicts of interests. These range from writing commitments (such as regular articles, columns or blogs), through to political activities, public appearances and media training, to appearing in commercial advertisements and giving endorsements.

**15.4.8** Existuje mnoho externí činnosti, které by mohly vyvolat problémy v souvislosti s konfliktem zájmů. Počínaje psaním závazků (např. pravidelné články, sloupky nebo blogy), přes politické aktivity, veřejná vystoupení a mediální tréninky, až po objevování se v komerčních reklamách a daných podporách.



## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Michaela Demeterová**

**Obor: Sociální a mediální komunikace**

**Forma studia: Prezenční**

**Název práce: Srovnání etického kodexu BBC a kodexu ČT**

**Rok: 2011/2012**

**Počet stran textu bez příloh: 50**

**Celkový počet stran příloh: 9**

**Počet titulů české literatury a pramenů: 10**

**Počet titulů zahraniční literatury a pramenů:**

**Počet internetových zdrojů: 11**

**Vedoucí práce: RNDr. Josef Musil, CSc.**