

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

Etika české žurnalistiky

Magisterská diplomová práce

Bc. Nikola REMEŠOVÁ

Vedoucí práce: doc. PhDr. Petr Orság, Ph.D

Olomouc 2021

„Vzácné jsou šťastné časy, kdy si můžeš myslet, co chceš, a říkat, co si myslíš“

Publius Cornelius Tacitus

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně pouze s použitím literatury a zdrojů uvedených v jejich seznamu. Tato práce obsahuje 212 627 znaků.

V Olomouci dne

.....
Bc. Nikola Remešová

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat svému vedoucímu práce doc. PhDr. Petru Orságovi Ph.D za vedení a konzultace mé diplomové práce a všem respondentům, kteří mi odpověděli na mé otázky. Dále chci poděkovat své rodině, která mě po celou dobu studia podporovala.

Anotace

Magisterská diplomová práce je zaměřena na současný stav etiky v českých médiích a soustředí se zejména na etické kodexy. První část poskytuje teoretický podklad pro toto téma. Věnuje se terminologii, za pomoci odborné literatury definuje profesní etiku a etické kodexy. Důležitou součástí je analýza etických kodexů vybraných českých médií a Syndikátu novinářů České republiky. V Praktické části jsou etické kodexy popsány a následně komparovány a podrobněji okomentovány. Další kapitola praktické části je založena na dotazování vybraných odborníků, kteří pracují v mediální sféře. Respondenti jsou novináři, zástupci Syndikátu novinářů ČR, zaměstnanci České televize a Českého rozhlasu a právníci specializující se na mediální právo. Skrze analýzu dotazníků se práce snaží poskytnout vhled do praxe českých médií, zaměřené na eticky sporné problémy. Práce reflektuje jak tištěná, tak i online média. Závěr práce nabízí shrnutí dané problematiky.

Klíčová slova

žurnalistika, etika, Syndikát novinářů ČR, etický kodexy,

Annotation

The master's thesis is focused on the current state of ethics in the Czech media and focuses mainly on codex of ethics. The first part provides a theoretical basis for this topic. The theoretical part deals with terminology and, with the help of professional literature, defines professional ethics and codex of ethics. An important part is the analysis of ethical codex of selected Czech media and the Syndicate of Journalists of the Czech Republic. In the practical part, codex of ethics are described and then compared and commented in more detail. The next part of the practical part is based on interviewing selected experts who work in the media sphere. The respondents are journalists, representatives of the Syndicate of Journalists of the Czech Republic, employees of Czech Television and Czech Radio, and lawyers specializing in media law. Through the analysis of questionnaires, the work seeks to provide insight into the practice of the Czech media, focused on ethically controversial issues. The work reflects both print and online media. The conclusion of the thesis offers a summary of the issue.

Keywords

journalism, ethics, Syndicate of Czech journalists, codex of ethics,

Obsah

| | |
|---|----|
| 1.1. Úvod | 8 |
| 1.2. Média v ústavním pořádku | 10 |
| 1.3. Mediální právo | 16 |
| 1.4. Autoregulační mechanismy v médiích | 19 |
| 1.5. Žurnalistika jako profese | 22 |
| 1.6. Aplikovaná etika a žurnalistika | 27 |
| 1.7. Žurnalistická etika..... | 29 |
| 1.8. Etické kodexy..... | 32 |
| 1.9. Etické prohřešky | 35 |
| 1.10. České mediální prostředí | 40 |
| 1.11. Syndikát novinářů ČR..... | 45 |
| 1.11.1. Etický kodex Syndikátu novinářů České republiky | 47 |
| 1.12. Vybraná média | 50 |
| 1.12.1 Charakteristika vybraných médií | 52 |
| 1.13. Etické kodexy vybraných medií | 54 |
| 2. Metodika výzkumu | 59 |
| 2.1. Praktická část | 61 |
| 2.1.1. Analýza etických kodexů..... | 61 |
| 2.1.2. Shrnutí analýzy | 68 |
| 2.2. Výběr respondentů a jejich představení..... | 71 |
| 2.3. Analýza dotazníků | 74 |
| Závěr | 78 |
| Seznam použité literatury | 81 |
| Přílohy: | 88 |

1.1. Úvod

Tématem této diplomové práce je etika v aktuálním mediálním systému České republiky. Lidské bytosti žijí odjakživa ve světě komunikace, ale my současný život žijeme spíše již ve světě mediální komunikace. Média nám každý den přináší informace, přináší nám informace o hodnotách a postojích, které rezonují společností. Důležitost tématu etiky v české žurnalistice se zvyšuje v souvislosti s neoddiskutovanou rolí médií ve společnosti. Obohacování společnosti skrze média je každodenní rutinou. V moderní společnosti se právě média stala nositelem hodnot a nástrojem šíření sociálních norem společnosti. Mohou tedy nastat obavy z rostoucí a nekontrolovatelné moci médií. Potter popisuje snadnou dostupnost a široké množství sdělení, které média nabízí. Což může vzbuzovat dojem, kdy nám média zprostředkovávají svět v celé jeho rozmanitosti. Současně s tím souvisí úměra, kdy s rostoucím působením médií, roste i vnímání nadřazeného postavení, ve kterém máme vlastní představu o funkčnosti světa (Potter, 1998). Proto můžeme sledovat časté snahy o jakési ovládnutí či kontrolu jejich působení. Média se tomuto snaží často předejít, tak že uplatňují způsoby samoregulace. Jedním z neefektivnějších nástrojů samoregulace jsou etické kodexy. Právě díky dodržování etických kodexů může u čtenářů vzrůstat důvěra v dané médium a zprostředkované informace. Tato diplomová práce chce reflektovat, jak k tomuto tématu přistupují vybraná česká média a jakou roli pro ně hraje etika, etické kodexy a principy samoregulace.

Práce se zaměřuje na rozdílné užití etických pravidel a reflexy etických prohrěšků v nástrojích samoregulace médií. Právě etické kodexy byly vybrány jako primární zdroj dat k analytické části práce. Pomocí analýzy a následné komparace etických kodexů a dotazníkového šetření se bude práce snažit najít odpověď na hlavní otázku – najít a porovnat rozdílnosti mezi chováním veřejnoprávních redakcí a soukromými redakcemi v přístupu médií k eticky problémovým případům.

Vliv sdělovacích prostředků je silný, neboť lidem zprostředkovávají události a lidé si tak mohou utvářet názory a hodnoty. „Žijeme v mediálním světě, který ovlivňuje nejen naše poznání, zručnosti, emoce, ale i identitu a světonázor. Dělá to rychle, dynamicky, flexibilně, v obrovském rozsahu. Mediální svět je globální, univerzální a akční“ (Remišová, 2010, s. 29). Téma je pro svůj význam ve společnosti důležité, hojně diskutované a stále aktuální. Ačkoliv se tento problém v českém mediálním prostředí vyskytuje již od počátku transformace mediálního systému v České republice po listopadu 1989. Oblast etiky médií je oblast, která

se neustále vyvíjí skrze každodenní práci žurnalistů. Tato diplomová práce se zaměřuje na fungování českých médií v praxi a jejich vztahem k etice novinářů. Diplomová práce si klade za cíl najít a porovnat rozdílnosti mezi chováním veřejnoprávních redakcí a soukromými redakcemi v přístupu médií k eticky problémovým případům. Nástrojem analýzy bude komparace etických kodexů vybraných médií a dále analýza dotazníků vybraných profesionálů z tuzemského mediálního prostředí. Analýza používaných kodexů u různých typů médií se zaměří na porovnání odlišností a zásadních rozdílů mezi kodexy vybraných mediálních domů a institucí. Materiálem pro analýzu budou etické kodexy vybraných českých médií: ČT24, iRozhlas, Deník N, Aktuálně.cz, Deník.cz, iDnes a Syndikát novinářů České republiky. Dále práce naváže analýzou dotazníků s profesionály z oblasti médií. Praktická část reflektuje odpovědi novinářů, zástupců Syndikátu Českých novinářů, právníků specializujících se na mediální právo, zaměstnanců České televize a Českého rozhlasu. Cílem bude zjistit postoj respondentů k současnému stavu samoregulace médií, etickým kodexů a jejich uplatněním, etickým prohřeškům. Skrze otevřené otázky se práce bude snažit získat odpovědi, které poslouží jako vhled do každodenní praxe českých médií. Práce vychází ze základů novinářské etiky a žurnalistických etických problémů z praxe. Důvodem pro výběr tohoto tématu je především současná problematika etiky profesionálních žurnalistů, na které je ve společnosti kladen stále větší tlak, nejen skrze veřejnost či politickou elitu, ale také výzvy v podobě nových technologií a nových procesů a změn v novinářské práci. „*Z etického hlediska skrývají v sobě média obrovský potenciál rozšiřovat toleranci mezi různými národy, kulturami, náboženstvími. Demokratický potenciál médií je dnes hrozbou pro každého potenciálního diktátora typu Stalin, Hitler, Pol Pota. Utajování činů namířených proti lidskosti a pošlapání základních lidských práv se díky médiím stává dočasným*“ (Remišová, 2010, s. 28).

1.2. Média v ústavním pořádku

Tato kapitola se bude věnovat mediální legislativě a regulaci, která s ní souvisí. Mediální legislativa a její základní prameny jsou pro tuto práci podstatné, neboť mediální legislativa je považována na vnější regulaci médií a je tak důležitá pro správné uchopení vybrané problematiky. Kapitola se zaměří na Ústavu České republiky, Listin základních práv a svobod a Tiskový zákon. Především pak na svobodu slova a projevu. Zakotvení médií v ústavním pořádku nám napomůže lépe se orientovat v některých problémech, které s médii obecně souvisí.

Média jsou často označována jako ti, kteří implementují právo svobody projevu do reality. Se zvyšujícím se počtem vydávaných titulů roste riziko, že některé z nich by mohlo reprezentovat něco co je považováno za škodlivé chování (Strachota a kol., 2011).

Jedna z hlavních rolí médií, a můžeme říct, že v tom spočívá podstatná moc médií, je, že se podílejí na socializaci jedince, jeho začlenění do společnosti, a celkově formování společenských vztahů (Burton, 2001). S tím souvisí fakt, že média jsou schopna formovat to, co se jedinci dozvídají, a do jisté míry mohou být hlavním zdrojem názorů ve společnosti a veřejného mínění. Novináři mají již od počátku své profese moc říct to, co je důležité a co důležité není, moc vytvořit obraz reality. Média byla v minulosti označována jako takzvaná „čtvrtá moc“, média byla brána stejně vážně jako tradiční moci ve státě, kterými jsou moc legislativní, soudní a výkonné (Ramonet, 2003).

K zárukám kulturní různorodosti patří především svoboda projevu, právo na informace, pluralita sdělovacích prostředků, vícejazyčnost a rovnost v přístupu k uměleckým vyjádřením i vědeckým a technickým vědomostem. Právní úprava na úseku kultury, a především úprava regulace médií je odrazem politické situace, právní vyspělosti a společenské atmosféry. V demokratickém státě je třeba garantovat co největší míru svobody projevu při současném zachování a respektování ostatních práv a svobod, aby byla podporována kreativita a smysluplný dialog (Pouperová, 2010).

Stát má vliv na existenci sdělovacích prostředků v dané společnosti. Z historické zkušeností víme, že podmínky, za kterých stát umožnil existenci sdělovacích prostředků, vždy odpovídal povaze aktuálního vládnoucího politického režimu. V historii České republiky najdeme shodné prvky právních úprav a represí vůči médiím, a to v různých érách naší historie. Bartoň (2004, s. 32) ve svém příspěvku například uvádí, že: „*Zejména povolovací systém pro*

periodický tisk a cenzura existující v daných obdobích jsou typickou snahou státní moci zcela si podřídit a ovládnout tištěná média a zajistit si neomezenou kontrolu nad tím kdo, jakou formou a jaký obsah publikuje“. Pohlédneme-li na současnou situaci v České republice, v kontextu historického vývoje sdělovacích prostředků, právní řád dnes zajišťuje doposud nejvyšší míru svobody projevu. Dalším krokem k rozvoji svobodného mediálního prostředí je současný tiskový zákon, ve kterém je zakotven režim evidence nových médií namísto registračního režimu, to znamená, že vznik práva vydávat periodický tisk již není vázán na potřebnou registraci orgánem státu.

Tiskový zákon (Zákon č.46/2000 Sb.) je platný od roku 2000 a týká se práv a povinností při vydávání periodického tisku. Zákon obsahuje a dále upravuje vymezení pojmů, odpovědnost za obsah periodického tisku, sdělení v periodickém tisku, odpovědnost za obsah reklamy a inzerce, evidence periodického tisku, povinné údaje a výtisky, právo na odpověď, dodatečné sdělení, ochrana zdroje a obsahu informací nebo přestupky.

Média jsou fenoménem současné, tzv. postmoderní informační společnosti. Plní funkci informačního a komunikačního prostředku a jejich kvalitní fungování je nezbytným předpokladem informované a vzdělané společnosti. Po nástupu digitalizace a multimédií podlehl informační systém radikální revoluci. Dosah této revoluce je srovnáván s dosahem Gutenbergova vynálezu knihtisku (Ramonet, 2003). Právě díky technologickému pokroku sílí dosah a moc sdělovacích prostředků.

Média jsou často označována jako tzv. čtvrtá moc ve státě. Média působící jako zprostředkovatel se v průběhu dějin změnila a přinejmenším svou estetikou, způsobem prezentace a performance přijala roli, v níž začala silně ovlivňovat společenské procesy. Média tak nejsou jen komunikační kanály, které přenášejí systémy znaků, ale také jsou považovány za komplexní sociální účelové systémy, které mají vliv na všechny vrstvy společnosti (Pouperová, 2016, s. 18).

Problémovost české novinářské etiky je dnes velmi aktuálním tématem. Problematika spojená s etikou novinářů provází českou žurnalistickou scénu již od počátku transformace mediálního systému v České republice po listopadu 1989. Období transformace je charakteristické absencí hlubší diskuse o etických problémech novinářské práce. Média a novináři existovali více než čtyřicet let v autoritářské, respektive totalitní společnosti, a tak později chápali každou normativní regulaci (včetně principu samoregulace) jako omezování svobody slova a médií (Jiráček, 2005).

Ústavy zemí upravují základní společenské vztahy, do kterých v demokratických společnostech spadají i média. Můžeme tedy reflektovat různá pojetí zahrnutí médií do Ústav či Listin základních práv a svobod. Svoboda projevu byla uznána jako jedna ze základních hodnot, které jsou nezbytné pro mírovou koexistenci světových národů. Nikdo nemohl zpochybnit, že svoboda projevu a informací patří mezi základní pilíře demokratické společnosti. Důležitost bodu o svobodě projevu dokazuje i to, že byl zahrnut do preambule jako jedna ze čtyř základních svobod. Valné shromáždění Organizace spojených národů, které přijalo v roce 1948 Všeobecnou deklaraci lidských práv uvádí: „*Lidé zbaveni strachu a nouze budou se těšit svobodě projevu a přesvědčení.*“ O důležitosti svobody projevu dále hovoří článek 19, který stanovuje: „*Každý má právo na svobodu přesvědčení a projevu, toto právo nepřipouští, aby někdo trpěl újmu pro své přesvědčení a zahrnuje právo vyhledávat, přijímat a rozšiřovat informace a myšlenky jakýmkoli prostředky a bez ohledu na hranice*“ (Kašpar, 1996, s.7). Tato prvotní snaha o pouhý společenský konsensus se přetvořila na mezinárodní dohodu, která slouží jako souhrnný dokument lidských práv. Všeobecná deklarace se považuje za závaznou, pro všechny státy jako část mezinárodního zvykového práva. Následně v roce 1966 byly OSN představeny a Valným shromážděním schváleny dokumenty s názvem Mezinárodní pakt o občanských a politických právech a Mezinárodní pakt o hospodářských, sociálních a kulturních právech, které rozvíjejí výše zmíněnou Všeobecnou deklaraci lidských práv. Tyto dokumenty upravují právo na svobodu slova a tisku článkem 19 Mezinárodního paktu o občanských a politických právech:

- a) Každý má právo zastávat svůj názor bez překážky
- b) Každý má právo na svobodu projevu; toto právo zahrnuje svobodu vyhledávat, přijímat a rozšiřovat informace a myšlenky všeho druhu bez ohledu na hranice, ať ústně, písemně nebo tiskem, prostřednictvím umění nebo jakýmkoli jinými prostředky podle vlastní volby
- c) Užívání práv uvedených v odstavci 2 tohoto článku s sebou nese zvláštní povinnosti a odpovědnost. Může proto podléhat určitým omezením, avšak tato omezení budou pouze taková, jaká stanoví zákon a jež jsou nutná: a) k respektování práv nebo pověsti jiných; b) k ochraně národní bezpečnosti nebo veřejného pořádku nebo veřejného zdraví nebo morálky Mezinárodní pakt (OSN) č. 2200/1966. Tento dokument měl velký vliv na rozvoj práv a zákonů týkajících se lidských práv, a to nejen na národní úrovni, ale i v případě tvorby mezinárodních zákonů. Česká republika jako člen Spojených národů je tedy povinna zajišťovat a ochraňovat tato práva pro každého na svém území a podléhajícího její jurisdikci. Mnoho zemí založilo své ústavy a zákony na Všeobecné deklaraci a národní soudy přijely její normy (Kašpar, 1996, s. 7). Můžeme říct, že Všeobecná deklarace byla počátečním krokem v přípravě Mezinárodní

listiny lidských práv. Stala se jakousi inspirací pro rozvoj právních norem, které upravují oblast lidských práv. Bez deklarace těchto svobod nemůže fungovat žádná demokratická společnost na světě.

Důležitou součástí svobody projevu a informací je svoboda médií. Uvést jednotnou či univerzální definici svobody médií a žurnalistiky je dle některých autorů nemožné. A to hned z několika důvodů: a) liberální koncept svobody tisku vzešel z osvícenství, potažmo revolucí v 18. a 19. století, kdy byly postavení, funkce i obsah tisku odlišné od těch po nástupu éry masových médií, nemluvě o současných digitálních médiích; b) zakotvení práva svobody tisku a žurnalistiky v mezinárodním právu, v čele se Všeobecnou deklarací lidských práv, je natolik obecné, že umožňuje značné množství interpretací, včetně různé míry omezení této svobody. Navíc ne všechny členské státy OSN přistoupily k Mezinárodnímu paktu o občanských a politických právech; c) ač drtivá většina států v nějaké době oficiálně uznává svobodu tisku a médií, setkáváme se s různými přístupy, jež jsou determinovány kulturně-historicky či organizačním uspořádáním společností. Ačkoliv se nedaří dobrat univerzální definice, s pojmy svobody médií a žurnalistiky obecně, můžeme o nich přemýšlet ve dvou rovinách. 1) pojem, který označuje míru svobody, kterou používají média a žurnalisté při své práci nebo 2) míra svobody a přístupu občanů k příjmu obsahů, jež jsou zpravodajskými médii a novináři produkovány (Moravec, 2020, s. 118). Nemůže být pochyb o tom, že svoboda médií a žurnalistiky souvisí s fungováním svobodné společnosti.

V souvislosti s právem přichází pro média i povinnost šířit informace a plnit úlohu takzvaného hlídacího psa. Mezinárodní právo uznalo, že masmédia plní veřejné funkce a ukládá povinnost vládám, aby zajistily ve státě podmínky, které médiím umožní tyto funkce plnit (Kašpar, 1996, s. 22). Stát tedy v tomto případě plní funkci garanta, aby média mohla plnit funkci veřejné služby. Listina základních práv a svobod je součástí ústavního pořádku České republiky. Dále na tomto místě musíme zmínit, že ratifikované a vyhlášené mezinárodní smlouvy o lidských právech a základních svobodách, jimiž je Česká republika vázána, jsou bezprostředně závazná a mají přednost před zákonem (Kašpar, 1996, s. 89). A dále, jsou-li práva a vztahy médií ve společnosti upravována ústavou, děje se to dvojím způsobem. Zaprvé mohou být v ústavě vztahy upravovány výslovným způsobem – zmínkou o jejich svobodném působení, normování podrobností a technikách. Zadruhé jsou vztahy obsaženy v obecných zárukách svobody projevu (Pouperová, 2016, s. 12). Tyto možnosti, a konkrétní úpravy, se v různých zemích světa liší.

Ústava Spojených států amerických, tedy nejstarší ústava na světě, již v roce 1791 počítala s existencí médií a zaručovala svobodu slova a tisku. USA tak počítá s již institucionalizovanou formou tisku, které uznává svobodu stejně jako respektovanou svobodu slova. Na evropském kontinentu ve stejné době vzniká francouzská Deklarace práv člověka a občana, která o tisku také hovoří, ale zmiňuje se o něm jako o technickém způsobu šíření informací či názorů (Pouperová, 2016, s. 12).

Činnost médií, periodického tisku, rozhlasu, televize, je v České republice považován za součást kultury a spadá pod působnost Ministerstva kultury ČR (§ 8 odst. 1 zákona č. 2/1969 Sb. kompetenční zákon). Úkolem státu v této oblasti je především připravit prostřednictvím svých legislativních orgánů taková pravidla, která povedou k nejefektivnější regulaci činnosti sdělovacích prostředků a co nejmenším omezením zaručených práv a svobod, a současně tedy k co možná nejpríznivějšímu rozvoji této oblasti. Rozsah a garance svobody projevu a práva na informace je jasným ukazatelem toho, kolik prostoru je ochoten stát médiím poskytnout (Pouperová, 2016, s. 14-15).

V České republice se Ústava ČR o médiích, sdělovacích prostředcích nezmiňuje. Jedinou zmínku najdeme v ústavním zákonu z roku 1998 o bezpečnosti – ÚZB v Článku 12 – společná ustanovení a zní: „*Rozhodnutí o nouzovém stavu, o stavu ohrožení státu nebo válečném stavu se zveřejňují v hromadných sdělovacích prostředcích a vyhlášují se stejně jako zákon (...)*“ (Čl. 12 ústavního zákona č. 110/1998 Sb. o bezpečnosti ČR). Daný zákon nijak nespecifikuje funkci nebo práva ani ochranu médií, ale počítá s jejich existencí. Tento fakt nám také dokazuje, že stát chápe média jako nástroj pro šíření informací a chápe významnou roli médií. V České republice tak mají média jedinou psanou záruku v Listině základních práv a svobod z roku 1992, čl.17, který říká: „*Svoboda projevu a právo na informace jsou zaručeny*“ dále „*Každý má právo vyjadřovat své názory slovem, písmem, tiskem, obrazem nebo jiným způsobem, jakož i svobodně vyhledávat, přijímat a rozšiřovat ideje a informace bez ohledu na hranice státu*“ (Čl. 17 usnesení č. 2/1993 Sb. listina základních práv a svobod).

S nástupem internetu, se v 90. letech otevřel prostor pro diskusi nad tématem nových regulačních omezení. Na mezinárodněprávní úrovni svobodu projevu garantuje řada dokumentů. Internet s sebou přinesl možnosti neomezených nabídek, svobodného projevu s minimálními náklady a velkým dosahem, pro kohokoliv bez jakýchkoliv regulačních omezení. Tyto možnosti a velký počet nových uživatelů vyvolaly diskuse o hranicích svobody projevu (Pouperová, 2016, s. 73). Z historie již známe případy, které poukázaly na právní mezery spojené s užíváním nových technologií v online prostoru. Tato problematika

je zásadní z hlediska nástupu online žurnalistiky a občanské žurnalistiky, které otevírají prostor pro nové debaty nad etikou žurnalistiky. Novinář v současné době může být považován spíše za součást interaktivní sítě než jako osoba, která má ústřední roli v mnohem lineárnější podobě procesu poskytování informací (Singer, 2008).

1.3. Mediální právo

Tato práce je zaměřená na etické kodexy v oblasti médií. V českém právním systému není ukotven žádný všeobecně platný etický kodex médií. V České republice právní řád spoléhá na individuální etické kodexy jednotlivých mediálních organizací. V případě eticky sporných problémů, které musí řešit soud, je nutné posuzování individuální. Cílem této kapitoly je usadit mediální právo do kontextu dané problematiky a přinést tak lepší pochopení dané problematiky. Etické zásady samy o sobě zůstávají pořád stejné, ale je potřeba měnit jejich odůvodnění v dané společnosti. Stručně uvedu hlavní milníky vývoje mediálního práva. V této části práce se budu také věnovat rovině zákonných norem a zákonů týkajících se médií. Práce bude reflektovat vývoj mediálního práva v České republice a popíše vývoj tiskového práva, nebo vývoj regulace médií a zařazení mediálního práva do systému práva.

Předmětem mediálního práva se rozumí především společenské vztahy, které vznikají v souvislosti s činností médií, vztahy související s ochranou a uplatňováním základního práva na svobodu projevu a dále vztahy, ve kterých se realizuje obsah norem mediálního práva. Hlavním bodem regulování tisku jsou počátky tiskového práva. První předpisy o regulování tisku vznikaly současně se vznikem moderního právního systému, tedy v polovině 19. století. Vzniklé předpisy byly ovlivněny mnoha myšlenkami. Při pohledu do minulosti je můžeme spatřit například při udělování privilegií tiskařům na vydávání knih nebo při praktikování cenzury. Tyto nástroje měly chránit společnost před špatnými vlivy. Ať se jednalo o absolutistický režim či revoluční období nebo tento nástroj vidíme v nedaleké historii, vždy to dokazuje fakt, že si vládnoucí moc uvědomuje sílu tisku a médií.

Stejně jako média, tak i právo je součástí kultury, oba tyto prvky jsou součástí každého národa. Nejen, že ho v určitém slova smyslu charakterizují ale je to také předpoklad pro příznivý vývoj a kvalitní práci při vytváření práva. Kulturou můžeme chápat souhrn materiálních i duchovních hodnot, které společnost tvořila v procesu historického vývoje. V České republice je činnost médií –periodického tisku, rozhlasu a televize, považována za součást kultury. K zárukám kulturní různorodosti patří především svoboda projevu, právo na informace, pluralita sdělovacích prostředků, vícejazyčnost a rovnost v přístupu k uměleckým vyjádřením i vědeckým a technickým vědomostem (Pouperová, 2010, s. 13).

Definice pojmu „médiá“ se v našem právním řádu nevyskytuje. Tento pojem a jeho definici můžeme nalézt pouze jako součást jiného výrazu. Jako příklad můžeme uvést zákon (§ 1 zákona č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy). Zákon uvádí, co se rozumí komunikačními médii: *„Komunikačními médii, kterými je reklama šířena, se rozumí prostředky umožňující přenášení reklamy, zejména periodický tisk a neperiodické publikace, ...“*.

Rok 1989 byl zásadní změnou nejenom pro celou společnost, ale také pro obnovu svobody tisku. V tomto roce byla přijata novela provedená zákonem č. 86/1990 Sb., tedy zákonem, kterým se mění a doplňuje zákon č. 81/1966 Sb., o periodickém tisku a ostatních hromadných informačních prostředcích. Zákon se změnil a doplnil takto: *„V souladu s ústavně zaručenou svobodou projevu, slova a tisku využívají občané periodického tisku a ostatních hromadných informačních prostředků k tomu, aby jejich prostřednictvím získávali informace a veřejně vyjadřovali své názory“*. Novela dále uvádí například: *„Periodický tisk mohou vydávat československé právnické osoby, jakož i českoslovenští státní občané, kteří dosáhli věku 18 let.“* nebo *„Šéfredaktorem nebo redaktorem může být ten, kdo je k tomu občansky a odborně způsobilý“*. Nejen tyto změny, ale především celospolečenská proměna znamenala liberalizaci mediálního prostředí. Svoboda slova byla chráněna nastoleným účinným mechanismem pro její ochranu. A možnost vzniku soukromých vydavatelů a provozovatelů rozhlasového nebo televizního vysílání taktéž přispěla k novému období médií. Tyto změny bylo nutno právně ukotvit. Proto v roce 2000 vznikl tiskový zákon. Tento právní předpis reguluje práva a povinnosti vydavatelů a dalších fyzických a právnických osob v souvislosti s vydáváním periodického tisku na území České republiky. Periodickým tiskem se rozumí noviny, časopisy a další tiskoviny, které jsou vydávány alespoň dvakrát v kalendářním roce, pod stejným názvem a stejným obsahovým zaměřením, v jednotné grafické úpravě. Evidenci periodického tisku vede Ministerstvo kultury. Zákon dále ustanovuje, že je každý vydavatel povinen zajistit, aby na každém vydání periodického tisku byly uvedeny povinné údaje. Za povinné údaje byly stanoveny:

- a) název periodického tisku
- b) označení periodického územního samosprávného celku, jde-li o periodický tisk územního samosprávného celku,
- c) četnost (periodicita) jeho vydávání,
- d) označení regionální mutace, je-li periodický tisk vydáván v regionálních mutacích,
- e) místo vydávání,
- f) číslo a den vydání,

g) evidenční číslo periodického tisku přidělené ministerstvem,

h) název, sídlo a identifikační číslo vydavatele, ...

Dále je také vydavatel povinen dodat stanovený počet výtisků stanoveným příjemcům. Mezi tyto příjemce například patří Národní knihovna České republiky, Národní muzeum v Praze, Ministerstvu, každé krajské knihovně a dalším (§ 17 zákona č. 46/2000 Sb. tiskový zákon).

Mezi prameny mediálního práva v České republice jsou tyto obecně závazné normativní akty:

1) zákon ze dne 22. února č.46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon), ve znění zákona č. 302/2000 Sb. A zákona č. 320/2002 Sb.

2) zákon ze dne 17. května 2001 č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění zákona č. 309/2002 Sb., zákona č. 274/2003 Sb., zákona č. 341/2004 Sb., zákona č. 501/2004 Sb., zákona č. 626/2004 Sb., zákona č. 82/2005 Sb., zákona č. 127/2005 Sb., zákona č. 348/2005 Sb., zákona č. a zákona č. 235/2006 Sb. a zákony upravující činnost médií veřejné služby, jimiž jsou:

3) zákon ČNR ze dne 7. listopadu 1991 č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění zákona č. 36/1993 Sb., zákona č. 253/1994 Sb., zákona č. 301/1995 Sb., zákona č. 39/2001 Sb., zákona č.231/2001 Sb., zákona č.82/2005 Sb. a zákona č. 127/2005 Sb.

4) zákon ČNR ze dne 21. října 1992 č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři

5) zákon ČNR ze dne 7. listopadu 1991 č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění zákona č. 36/1993 Sb., zákona č. 253/1994 Sb., zákona č. 301/1995 Sb., zákona č. 135/1997 Sb., zákona č. 192/2002 Sb., zákona č. 127/2005 Sb.

6) zákon ze dne 8. února 1995 č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích, ve znění zákona č. 320/2002 Sb.

1.4. Autoregulační mechanismy v médiích

Regulace je založena na usměrnění či omezení určitých společenských vztahů, a to v různých oblastech. Mezi regulací výkonu povolání můžeme zařadit zaprvé kontrolu shora a zadruhé kontrolu zdola. První zmíněná kontrola je kontrola prostřednictvím psaných zákonů nebo norem, například Ústavou. Žurnalistika jako profese je státem regulována prostřednictvím právních předpisů a norem týkajících se přímo médií. Je to především zákon o svobodném přístupu k informacím, tiskový zákon, zákon o České tiskové kanceláři a další. Tyto zákony jsem v práci více rozebrala v kapitole o mediálním právu. Druhým způsobem regulace je kontrola zdola. Principem této kontroly je kontrola svobodným trhem a kontrolu spotřebiteli. Příjemci mají možnost volby, mohou si zvolit zprostředkovatele služeb, který jim nejvíce vyhovuje. Dalším způsobem je pak profesní sebekontrola – profesně etická samoregulace. Jiní autoři dělí regulaci médií na vnější a vnitřní. Za vnější kontrolu se rozumí kontrola skrze zákony, normy omezující média, je to například Ústava ČR nebo právní rámec Evropské unie. Vnitřní regulace neboli autoregulace či samoregulace zahrnuje etické a redakční kodexy. Tyto kodexy nemusí mít nutně oficiální psanou podobu, ale médiem určitým způsobem ovlivňují, především pak podobu a obsah mediálních výstupů. Nejčastěji se jedná o dohodu bez jakýchkoliv vnějších donucovacích mechanismů. Podle některých odborníků existují i tzv. hybridní projevy samoregulace. Za takové jsou označeny ty, které vznikají pod tlakem vnějšího světa, například existuje-li hrozba přísnější externí regulace, jsou tyto projevy samoregulace na hraně externí a interní regulace. Tento příklad nastává například při přijímání novinářské etiky v době schvalování nových právních norem – např. tiskového zákona (Moravec, 2020).

Právo a morálka patří mezi základní atributy celospolečenské regulace, a neoddělitelně se podílejí na řešení konfliktních situací, které ve společnosti nastávají buď ve vztahu jednotlivců, nebo jedincem a sociální skupinou. Právě právo a morálka v sobě skrývají soubor ideologicky, politicky, ekonomicky i eticky motivovaných postupů a prostředků, které slouží jako nástroj pro ovlivňování působení médií ve společnosti. Tyto nástroje sehrávají důležitou roli v regulaci médií. Vztah morálky a práva zajišťuje komplexitu regulace, tedy souvztažnost morální regulace (tzn. samoregulace) založené na interních pravidlech, jež jsou přijímány a prosazovány dobrovolně, a právní regulace založené na externích pravidlech, které jsou vymáhána státní mocí (Moravec, 2020, s. 140). Jak již bylo zmíněno, mezi samoregulační nástroje patří například právě profesní etický kodex. Jednotlivé redakce si mohou samy nastavit

pravidla, hranice a směr svého etického působení. Samostatně si tak nastavují normy, které by měli jejich zaměstnanci, tedy tvůrci obsahu, dodržovat při své každodenní práci. Vytváří se tak prostředí, ve kterém jsou novináři regulováni, ale především se jedná o jejich vlastní zodpovědnost a morální respektování daných pravidel. Za cíl regulování médií se považuje omezování škodlivosti obsahu mediálních sdělení a ovlivňování médií. Za další cíl se nejčastěji považuje nasměrování média k větší neutralitě a nestrannosti. Žurnalistická profese se zásadně proměnila s příchodem internetu a digitalizace médií. Nové technologie měly dopad na žurnalistiku, možná více než na jiné profese, protože převrátil ve velmi krátkém časovém úseku tradiční způsoby práce této profese. Nové technologie umožňují to, co někteří označují za ztrátu jedinečnosti. Neskutečnou rychlostí se vyvíjejí komunikační technologie a v souvislosti s tím roste i počet jedinců, kteří se mohou zapojit do komunikace. V této rovině narážíme na rovnici informace = svoboda = demokracie. V demokracii se může každý jedinec označit za novináře a jeho informace může mít nebývalý dosah. Otázka regulace médií je neustále aktuálním tématem. Například autor Václav Moravec upozorňuje na rovinu regulace tradičních médií versus obavy z nemožnosti regulovat internet.

Autor užívá pojem regulační paradox, který se týká i otázky etiky (Moravec, 2016). Nástup internetu, digitálních médií tento jev uvedla do popředí diskuse. V minulosti byla práce novinářů (zprostředkování informace) připodobňován k trojúhelníku. Tento trojúhelník obsahoval tři póly – událost, novinář a občan. Podle Ramoneta (2003) tato trojúhelníková teorie přetvořila na osu, na které leží pouze póly událost a občan. Tento fakt jen dokazuje, že i tisk se snaží takzvaně udržet krok a maximálně využít pokroku digitální revoluce. Internet může být využíván nejen jako doplňkový kanál k šíření obsahů, ale také jako paralelní kanál k prvotnímu šíření. Zároveň může být využíván tak, že jsou obsahy tvořené přímo pro tento distribuční kanál. Tradiční média, která chtějí využít potenciál internetu, tak mohou využít vlastnosti interaktivity se čtenáři, tvořit personalizované sdělení či jinak využívat multimediality. Internetizace médií se také projevila ve změně žurnalistického stylu a grafické podoby, ovlivněné žurnalistickou i estetikou internetu. Při využívání těchto prvků můžeme hovořit o interaktivní žurnalistice. Hlavním znakem interaktivní žurnalistiky je to, že čtenáři mají volbu výběru z mnoha obsahů. Za druhý znak můžeme označit to, že novinář může navázat kontakt se čtenářem. Mohou se tak vytvořit zcela nové vztahy mezi novináři a jejich čtenáři, neboť příjemcům je umožněno ihned reagovat na publikovaný obsah, hodnotit jej nebo alespoň okomentovat či sdělit svůj názor na dané téma. Poskytují tak novinářům zpětnou vazbu na jejich práci. (Jakubowicz, 2013). Čtenáři tak mohou být blíže tvorbě obsahu. *„Žurnalistika v tomto smyslu není jen činností samotných novinářů, ale také všech dalších lidí, kteří musí najít způsob,*

jak pochopit neustále změny, k nimž dochází v „tekuté modernitě“. Lidé navíc využívají možnosti, jež přinášejí nové technologie, aby získali kontrolu nad procesem vyhledávání a přijímání informací nebo aby je sami vytvářeli a šířili“ (Jakubowicz, 2013, s. 193). Takto vytvořená podoba obsahu médií se vyznačuje stále vyšší mírou interakce mezi příjemcem a poskytovatelem. Není pochyb o tom, že nové technologie ovlivňují publikovaný obsah a přinášejí novinářům nové způsoby rozšíření schopnosti sbírat a okamžitě ověřovat a šířit informace a obsahy. Publikované obsahy tak mohou být všestrannější a přesnější. Dané etické standardy a boj o získání důvěry veřejnosti pak zajišťují etickou samoregulaci (Remišová, 2010, s. 97).

1.5. Žurnalistika jako profese

Tato práce se primárně zajímá o žurnalistickou etiku, avšak pro toto téma je nezbytné zasadit žurnalistiku do kontextu samotné profese. Tato kapitola je chápána jako rozvinutí teoretického rámce, který je důležitý pro správné pochopení tématu diplomové práce. Pro komparaci etických přístupů jednotlivých médií, což je jeden z hlavních cílů práce, je nezbytné zasadit práci novinářů do teoretického kontextu. Tato kapitola uvede novinářskou profesi v teoretické podobě. Zmíněna bude také důležitost faktoru důvěry v média. S klesající prestiží novinářů přichází i nedůvěra ze strany společnosti. Právě důvěra je podstatným bodem, na kterém staví jednak celá žurnalistická profese, ale i koncept žurnalistické etiky. Profesní etika se snaží přispět k posilování důvěry veřejnosti v profesi jako celku, ale i každého jednotlivce. Žurnalistická etika je chápána jako prostředek pro budování důvěry a současně vytváření společensky přijatelného obrazu novináře.

Profese či povolání bylo označeno jako trvalá činnost člověka, která je spojena s dělbou práce, zdrojem příjmu a následnou trvalou existenční ekonomickou základnou (Weber, 2009). Dalším důležitým znakem profese je, že utváří profesní identity a ideologie. „*Profesní identita přitom může nabývat jak roviny individuální, která je výsledkem ztotožnění se s profesí, tak roviny globální, jež je důsledkem historického formování profese jako takové*“ (Moravec, 2020, s. 91). Jedinci zastupující žurnalistickou profesi bývají označováni za novináře, žurnalisty nebo mediální profesionály či podavatelé komunikace a souhrnně jsou označováni za důležitý prvek mediální komunikace (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 88).

Profese tvoří podstatnou část sociálního statusu jedince, jedinec je skrze vybranou profesi v průběhu života vzděláván a hodnocen. Všechny tyto faktory souvisejí i s výkonem novinářské profese, která je spojena s etickým chováním novináře. „*Novinář je profesionální komunikátor, jehož práce je strukturovaná a utvářena širokou paletou postupů, konvencí a etických norem i omezeními a hranicemi danými skutečností, že žurnalistika je složitý výrobní proces vyžadující promyšlenou organizace*“ (McNair, 2004, s. 64).

Profese novináře zahrnuje práva a povinnost, svobody a odpovědnost. Předložená práce reflektuje žurnalistiku jako profesi. V současné době se však vedou debaty na téma, zda je žurnalistika považována za profesi nebo za tzv. semiprofesi. Profese tvoří podstatnou část identity člověka. Sociologie dokonce profesi považuje za určující faktor sociálního statusu jedince. V moderní společnosti je profese vázána na dosažené vzdělání a následně do jisté míry

na finančním příjmu a určité moci. Budeme-li čerpat ze sociologického zkoumání profesí, můžeme uvést znaky, které dělí ideální profese od semiprofesí, neboli poloprofesí. Ve 20. století zkoumání profesí vedlo ke stanovení univerzálních znaků, podle kterých můžeme odlišit profese od semiprofesí. Moravec (2020) ve své knize uvádí tyto body:

- 1) propracovaná systematická teorie – podmínkou je existující teorie, na níž je založena praktická stránka výkonu profese. Může být spjata se zvládnutím ukončení vysokoškolského vzdělání v oboru.
- 2) profesní autorita – tento bod vychází z ovládnutí určitých vědomostí, kterými se odlišuje od běžného laika.
- 3) profesní organizace – má více funkcí, například kodifikuje hodnoty a pravidla dané profese a kontroluje jejich dodržování.
- 4) profesní etika – upravuje vztahy v dané profesi, například vztahy profesionálů a klientů nebo vzájemné vztahy mezi kolegy.
- 5) altruismus služby – z profesionálů činí lidi, kteří mají vyšší poslání nebo funkci ve společnosti. Profesionálové nevykonávají danou profesi pouze pro finanční odměnu, ale také protože jsou významní pro společnost.

Málokteré povolání z podstaty naplňuje všechny znaky profese, avšak málokteré nesplňují ani jeden z nich. Proto se otvírá prostor pro diskuse nad kategorizací určitých profesí. Mnoho teoretiků i novinářů vede diskusi nad chápáním žurnalistické činnosti jako profese. Zmiňovaný autor k tomu dodává: *„Diskuse, zda lze chápat žurnalistickou činnost jako profesionální aktivitu, jež má svá pravidla sdílená drtivou většinou novinářů, se vedou intenzivně již minimálně poslední století, kdy začalo být kritérium profesionality chápáno jako institucionální nástroj její společenské prestiže.“* (Moravec, 2020, s. 93).

Ačkoliv má žurnalistika vliv na veřejnost a vlastní potencial ovlivňovat události, řada odborníků ji nechce přisoudit status profese. Práce novinářů je vysoce profesionalizována, proto teoretici hledají jasné ukotvení, kam žurnalistiku zasadit. Jeden z nejvýznamnějších mediálních teoretiků Denis McQuail navrhl označit žurnalistiku jako tzv. veřejné povolání. Podle něho žurnalistika *„akcentuje potřebu být veřejně odpovědná za to, co dělá, a silně preferuje samoregulaci. Je něčím víc než živností nebo řemeslem, a i když není profesí v klasickém slova smyslu, práce novinářů je vysoce profesionalizována.“* (McQuail, 2016, s. 108)).

Další z významných autorů označuje žurnalistiku za strážce veřejné důvěry. Novináři jako zástupci společnosti předkládají skrze zprávy základní zpětnou vazbu, která má napomáhat společnosti v lepším fungování, i tím žurnalistika slouží veřejnosti (Hallin, Mancini, 2008, s. 69). Přesto však prestiž žurnalistické profese u občanů stále klesá. Tento fakt dokazuje i šetření CVVM, která zkoumá prestiž vybraných povolání mezi českou veřejností. Na tomto místě zmíním výzkum Centra pro výzkum veřejného mínění. Pro tuto práci jsem vybrala data z posledního šetření, tedy z roku 2019. Šetření probíhá tak, že respondentům je předložen seznam 26 profesí, ze kterého respondent vybírá povolání, jehož si váží nejvíce, postupně přiřadí všem profesím body podle osobního uvážení. Zkoumaný seznam profesí se opakuje od roku 2011. V posledním šetření z června roku 2019 si profese novinář připsala výrazný propad. Za 15 let se tato profese v žebříčku prestiže propadla o 10 míst. Nyní se profese novináře ocitá na 22. místě. Za profesí novináře se už nachází pouze sekretářka, kněz, uklízečka a na posledním místě poslanec (Tuček, 2019).

V žurnalistice atribut důvěry můžeme nalézt v mnoha případech. Důvěra je nezbytná pro vztah novináře a čtenáře, novináře a jeho zdroj nebo novináře a jeho nadřízené pracovníky. V prvním zmíněném vztahu společnost, tedy čtenáři, důvěřují novinářům, že pro ně tvoří pravdivý obsah. Další zmíněný vztah spoléhá na důvěru skrze zachování anonymity zdroje informací, novinář spoléhá na pravdivost informací a v neposlední řadě musí nadřízený novináři věřit v jeho dobrý úsudek. Důvěru můžeme chápat jako důvěřivost ve spolehlivost osoby nebo celého systému. Moravec tento pojem shrnuje jako: *„spoléhání na určitou vlastnost nebo atribut osoby nebo věci či pravdivost určitého tvrzení..., bývá chápána jako forma dlouhodobějších recipročních vztahů..., staví na každodenní stabilitě a prediktabilitě sociálních vztahů, které mají poskytovat všestranné uspokojení zájmů participačních aktérů.“* (Moravec, 2020, s. 99). Důvěra je tak nedílnou součástí žurnalistiky.

Tento trend můžeme ukázat ještě na jednom výzkumu prováděném v České republice. Důvěra patřící médiím je silně ovlivněna současným děním ve společnosti, a je tak často podrobována výzkumům ze strany odborníků. Na obraz novináře v očích veřejnosti se zaměřil i český sociolog médií Jaromír Volek. Jeho výzkumy z let 2004 a 2016 ukázaly vysokou korelaci mezi nedůvěrou k žurnalistům, respektive médiím a nízkou mírou jejich konzumace zpravodajských médií.

Dalším výzkumem, který nám dokazuje klesající míru důvěry v žurnalistiku, je sociologický výzkum, na kterém se podílel výše citovaný autor Václav Moravec. Výzkum porovnává výsledky ze dvou šetření. Téma výzkumu byla role a motivace novinářů v současné

společnosti. V roce 2012 se zhruba polovina dospělé populace České republiky domnívala, že novináři zastávají částečně zájmy veřejnosti. O šest let později se tato data posunula, a byla to přibližně třetina populace. Šetření ukázalo, že dle většiny dotázaných (v roce 2018) se novináři zajímali jen o bulvární skandály nebo hájili zájmy vlastníků médií. Respondenti měli seřadit dané výroky podle toho, čí zájmy podle nich novináři a reportéři hájí nejčastěji. Výzkum ukázal, že nejčastěji si respondenti myslí (v roce 2016 i 2018), že novináři nehájí žádné zájmy, ale zajímají se jen o bulvární skandály. Další nejčastější odpovědí byla domněnka, že novináři hájí zájmy vlastníků médií nebo že hájí zájmy veřejnosti, nicméně velmi často podléhají tlaku politiků, firem, policie atd. Více informací viz (Moravec, 2020, s. 105).

Pokles důvěryhodnosti zpravodajských médií a novinářů se objevuje nejen v českém mediálním prostředí. Odborníci uvádějí, že jde o multidimenzionální podmíněný fenomén, který má globální sociálně-technologické příčiny, ale i lokální kulturně-politická specifika. Mezi tato specifika například Moravec řadí:

- 1) nástup éry fragmentovaných publik – tento jev souvisí se vznikem a rozvojem internetu, online médií a sociálních sítí, jež vyvázaly konzumenty zpravodajských obsahů z prostoru a času. Dále to souvisí s oslabením identifikace čtenáře s jedním konkrétním médiem. Tyto změny v chování příjemců vedou média k vyšší míře komercializace médií.
- 2) proměna základů novinářské praxe – tato proměna je spjata se zesilující marketingovou stránkou médií. Příjemci jsou stále častěji a více oslovováni bulvárními tématy a žurnalistikou s prvky zábavy.
- 3) lokální socioekonomické či politické otřesy – tyto změny mohou ve společnosti oslabit pocit bezpečí, což se může projevit ztrátou důvěry ve zpravodajská média a novináře, respektive v establishment obecně.

Z výše uvedeného plyne, že nejen že klesá důvěra v novináře a jejich činnost, ale ve společnosti klesá důvěra vůči veřejným institucím obecně (Moravec, 2020, s. 107). Výše zmíněné problémy žurnalistiky souvisí s novinářskou etikou. Všechny doposud známé krize důvěry a veřejné kritiky vůči novinářům vyústily k debatě o systémových změnách, kodifikaci pravidel či samoregulaci médií. Nynější vysoká míra nedůvěry v žurnalistiku obecně a novináře osobně je tak minimálně výzvou pro úvahy o změně v přístupu k médiím. Citovaný autor k tomu ještě dodává: „*Bylo by pošetilé považovat profesní etiku za spasitelku žurnalistiky při úpadcích její důvěryhodnosti, je však realistické ji vnímat jako jednu z hlavních brzd podílu*

novinářů na utváření kultury nedůvěry, která charakterizuje současnou společnost“ (Moravec, 2020, s. 108).

1.6. Aplikovaná etika a žurnalistika

Tato část se zabývá etikou, která je chápána jako jeden z nejzásadnějších aspektů novinářské profese. Teorii etiky médií jsem do práce zařadila z hlediska její funkce, především protože kriticky analyzuje platné a fungující morální normy a principy ve všech médiích a zároveň projektuje nové etické principy a normy pro oblast médií. Etika úzce souvisí s profesí novinářů, ať už z hlediska nedodržování etických pravidel, což může mít za následek ztrátu důvěry nebo ztrátu novinářské kredibility obecně. Etické hodnoty a principy by v sobě měl mít zakořeněný každý novinář. „*Etika médií je aplikovaná etika, která kriticky reflektuje morálku a etiku v oblasti médií ve všech jejích formách a na všech jejích úrovních*“ (Remišová, 2010).

Etika médií plní několik významných funkcí:

- 1) kriticky analyzuje platné a fungující morální normy a principy ve všech médiích;
 - 2) diagnostikuje hlavní etické problémy v oblasti médií;
 - 3) projektuje nové etické principy a normy pro oblast médií;
 - 4) vytváří postupy na implementaci etických norem a principů do mediální sféry na všech úrovních;
 - 5) vypracovává metodiku řešení etických dilemat v jednotlivých sférách mediální tvorby;
 - 6) vypracovává metodiku etického vzdělávání a tréninků pro mediální pracovníky.
- (Remišová, 2010, s. 24)

Aplikovaná etika se týká praktické aplikace morálních hledisek. Tento koncept etiky se zaměřuje na jednání v reálném světě, rozšiřuje pole působnosti etiky mimo akademický filozofický diskurz. Novinářská etika je součástí aplikované etiky. Žurnalistiku, mimo jiné, spojuje s filozofií rys nezávislosti. V žurnalistice můžeme atribut nezávislosti sledovat u práce novinářů, kteří se učí nezávislosti především na úrovni politické, ekonomické i myšlenkové. Novinář by se neměl spojovat s žádnou politickou ideologií, neměl by podléhat tlaku ze strany vlastníků médií a neměl by považovat žádnou vyslovenou pravdu za jedinou možnou. Aplikovaná etika je nejvíce blízká normativní etice. Ta vychází z obecně přijatých norem a snaží se hledat kritéria pro stanovení podmínek jednání, které se dá označit za morálně dobré nebo špatné. Na základě těchto kritérií se pak snaží formovat určité příkazy či zákazy. Dějiny novinářské etiky nám pomáhají zasadit do kontextu také časovou osu proměn aplikované novinářské etiky. Role zpravodajských médií se v čase často proměňovala a s tím i principy novinářské etiky. Můžeme zmínit pět historických etap podle teoretika žurnalistiky Stephana Warda (2009, s. 139-140):

1) dopisovatelská éra žurnalistiky (16.-17.století) – období vynálezu knihtisku a prvních novin zapříčinil kladení základů etického diskurzu.

2) éra veřejné etiky/etiky veřejnosti (18.století) – tisk formoval veřejnou sféru, média nabízejí prostor pro výměnu myšlenek a názorů, které slouží zájmům veřejnosti (tzn. podporující revoluce). Tisk se stává čtvrtou mocí ve státě, svoboda tisku je zakotvena v porevolučních ústavách Spojených států amerických a Francie.

3) etika liberálního tisku (19.století) – pro tuto éru je charakteristické co nejširší uplatnění svobody slova a tisku a požadavek na minimální regulace a zásahy státu. Konec této éry je spjat s komercionalizací a bulvarizací tisku.

4) etika sociálně odpovědného tisku a médií (20.století) – hlavní idea v této etapě byla objektivní žurnalistika založená na faktech a nestrannosti. V této etapě se tvoří etické kodexy, tiskové rady či ombudsmani aj. Dochází k rozdělení médií na seriózní a bulvární.

5) etika konvergentních médií (konec 90.let minulého století) – mezi hlavní znaky této éry patří přehodnocování dosavadních etických rámců. Tato etapa je ovlivněna nástupem digitálních médií.

Aplikovaná etika zkoumá uplatňování teorií etiky v jednotlivých oblastech života společnosti. Aplikovanou etiku můžeme aplikovat na veškerou oblast lidského jednání, proto je zřejmě nejdůležitější oblastí etiky. Do konceptu aplikované etiky můžeme zařadit etiku jednotlivých profesních skupin – tedy profesní etiku. Do této kategorie samozřejmě spadá i etika novinářská. „*Tak jako je novinářství jádrem médií, a jeho poslání – shromažďovat, zpracovávat a šířit informace je stavebním kamenem každé mediální oblasti, i novinářská etika představuje základ etiky médií*“ (Remišová, 2010, s.22). V objektu zájmu jsou úvahy o tom, jak by měli žurnalisté správně jednat při své práci. Aplikovaná etika se snaží odpovědět na mnohé otázky, které se novinářské etiky přímo týkají. Mezi tyto otázky může patřit například: Kde se nachází hranice prolamování soukromí obětí trestných činů? V jaké situaci je etické, aby novinář prozradil svůj zdroj informací? Nebo zda je eticky správné používat skryté kamery nebo mikrofony. Na tento typ otázek se snaží odpovědět novinářská etika. „*Účel novinářské etiky je tak veskrze praktický: objasnit zásady a zlepšit profesní jednání žurnalistů tak, aby docházelo k eticky uvážlivému úsudku*“ (Moravec, 2020, s. 153). Aplikovaná etika si klade za cíl určit konkrétní rozhodnutí v jednotlivých případech nebo určit soubor pravidel, který bude určovat pravidla v určité oblasti. Výsledným výstupem tedy mohou být kodexy.

1.7. Žurnalistická etika

Pojem *etika* je spjat již s řeckou filozofií – vychází z řeckého slova *ethos*, označující zvyklost nebo mrav. Žurnalistická neboli novinářská etika reflektuje práva a povinnosti žurnalisty v kontextu etiky. Obecně se etika označuje za nauku o morálce či mravnosti a jejích pravidlech. Můžeme říct, že etika hodnotí činnosti člověka z perspektivy dobra a zla (Moravec, 2020). Za etické jednání můžeme považovat takové jednání, které směřuje k dobru. Etika obecně se zaměřuje na hodnoty a principy, které mohou usměrňovat lidské jednání především v situacích, kdy existuje možnost volby skrze svobodnou vůli člověka. Za žurnalistickou etiku považujeme etiku týkající se určité profese, tedy profese píšících novinářů a ostatních, kteří se podílejí na vzniku publikujících žurnalistických obsahů. Etika může být chápána jako zdroj porozumění změnám, které v současné době ovlivňují masová média i celou společnost. Žurnalistika jako profese splňuje základní kritéria pro definici vlastního etického řádu. Profesní etika naplňuje funkci regulátoru chování zaměstnanců v souladu s etickými principy profesní skupiny. Cílem je, aby vykonávaná práce odpovídala standardům, které jsou na danou profesi kladeny.

Média jsou nepochybně zprostředkovatelem poznání, které přinášejí veřejnosti. Stejně jako poznání, informace nebo nejnovější zprávy nám média zprostředkovávají etická pravidla. I tento profesní obor se společně se svým vývojem musí vypořádávat se základními normami a požadavky současné společnosti. Média tak zprostředkovávají etická pravidla jednak tím, že se odrážejí v jejich každodenní činnosti, tedy tím, že je sami dodržují, reprodukují, a zadruhé tím, že je sami vytvářejí. Média sama rozhodují, co se dostane k příjemci, a naopak co už je takzvaně za hranicí a není vhodné k zveřejnění. Ačkoliv je v současné době nejdůležitější aspekt legislativní rámec, který reguluje práci každého profesionála. Současně má každý tvůrce obsahu možnost volby a rozhodování o tom, co médium zveřejní, je založeno na rozhodnutí jedince. Každá skupina či jedinec musí činit nespočet rozhodnutí, která mají svou etickou váhu a mohou být předmětem hodnocení z etického pohledu. Aby se mohli správně rozhodovat, musí znát normy morálního chování a měli by být schopni je správně vybrat a aplikovat na svou práci.

Od povolání novináře společnost očekává dodržování profesní etiky. V žurnalistice etika označuje také souhrn zásad, které vznikly na základě obecně sdílených hodnot a kterými

by se měli novináři řídit. Žurnalistická etika tedy souhrnně označuje psané i nepsané normy, které se týkají žurnalistiky. V první řadě mezi ně patří etické kodexy. Zjednodušeně můžeme tedy etické kodexy chápat tak, že stanovují, co je dobré, tedy mravní, a co ne. V dnešní době, kdy novináři čelí vzrůstající nedůvěře ze strany čtenářů, tak mohou pomocí stanovení a dodržování etických pravidel přispět k lepšímu vnímání jejich práce. Právě skrze každodenní řešení eticky sporných situací jsou média prověřována nejen očima čtenářů. Díky dodržování etických kodexů může u příjemců vzrůstat důvěra v dané médium a zprostředkované informace. Denis McQuail ve své definici žurnalistiky konstatuje, že: *„žurnalistika je veřejnou činností (má nebo může mít veřejné důsledky) a musí být vykonávána transparentně a s otevřeností vůči veřejnosti, i když nemusí být vykonávána zrovna pod veřejnou kontrolou, hlavně však v zájmu veřejnosti“* (Jakubowicz, 2013, s.189).

V historickém kontextu vývoje profese novinářů můžeme zaznamenat, že novináři byli v minulosti označováni jako „pozitivní hrdinové“ své doby. Novináři byli prezentováni jako vážení myslitelé své doby. Oproti dnešní realitě, kdy novináři čelí spíše nedůvěře, je to velký posun ve vnímání této profese. Ignacio Ramonet uvádí: *„I když veřejnost dobře cítí, že na kvalitní informovanosti závisí její větší či menší podíl na občanském životě – a tedy kvalita demokracie –, přesto se nechá ukolébat televizním vysíláním, jež mu přislíbují informovanost zábavnou formou..., přicházejí na to, že informovat se je únavné a že právě to je cena demokracie“* (Ramonet, 2003, s. 25). I to mohlo pomoci ke vzniku velmi tenké hranice, kterou musí profesionální novináři uhlídat, aby se nesnažili divákům přinést pouze senzační a zábavné zpravodajství.

Novinářská práce je regulována nejen zákony, ale i etickými předpisy. Ty se v jednotlivých médiích mohou lišit. Nároky na dodržování profesní etiky jsou legitimním výrazem důvěry společnosti, která dává médiím svobodu chovat se autonomně. Vybraná autorka také uvádí, že základní etické požadavky jsou ukotveny v samotné charakteristice profese: *„Přinášet pravdivé informace, být čestný, respektovat právo jiných na svobodu projevu, respektovat lidskou důstojnost, zodpovídat za své skutky a jednání a důsledky a sloužit veřejnému zájmu.“* (Remišová, 2010, s. 87). Porušování etických norem může zapříčinit pokles důvěryhodnosti daného média. Mediální etika by neměla být pouze soubor pravidel a norem, ale měla by usilovat o to být způsobem myšlení, jak dělat žurnalistickou profesi důvěryhodně. Právě důvěra mezi čtenáři a novináři je klíčovým aspektem této profese. Etická žurnalistika by tak měla být přesná a spravedlivá. Novináři by měli být při své práci, tedy při shromažďování, podávání nebo interpretaci zpráv a informací, poctiví a odvažní. Podle etické

komise Společnosti profesionálních novinářů by měl každý novinář hledat pravdu a šířit ji, jednat nezávisle a být zodpovědný. V preambuli etického kodexu Společnosti profesionálních novinářů se uvádí, že: *Členové Společnosti profesionálních novinářů věří, že osvícení veřejnosti je předchůdcem spravedlnosti a základem demokracie. Etická žurnalistika se snaží zajistit bezplatnou výměnu informací, které jsou přesné, spravedlivé a důkladné. Etický novinář jedná čestně*“ (SPJ Code of Ethics, ©2014).

Možnost vytváření svých etických kodexů vyplývá z Deklarace ministrů z Evropské konference o politice hromadných sdělovacích prostředků z roku 1994 (4th European ministerial conference on Mass media policy, ©1994). Tato deklarace dokládá: *„novináři mají právo přijímat své vlastní samoregulační normy například ve formě etického kodexu“* (Syndikát novinářů České republiky, ©1998). Evropská konference se skrze účast a jednání jednotlivých zemí snažila o jakési sladění práv, svobod a odpovědnosti novinářů s právy a svobodami občanů, tak aby nevznikaly konflikty. Novinářská profese je založená na základním právu vyhledávat, přijímat a šířit informace a média jsou považována za prostředek pro výkon tohoto práva. Jakákoliv porušení práva novinářů na vyhledávání, přijímání nebo šíření informací je závažným porušením práva (Kašpar, 1996, s. 33).

Novinářskou etikou se zabývá celá řada teoretiků. Jako příklad můžeme uvést Briana McNaira nebo Denise McQuaila, v tuzemském prostředí to je například Václav Moravec. Zmíněný autor Denis McQuail (2007) vidí etické kodexy jako něco, co udává, jak by média měla fungovat, aby byla seriózní. Fakt, že novináři přijímají jednotlivé etické kodexy, znamená, že tak současně přijímají samoregulaci žurnalistiky. Žurnalistika samozřejmě není regulována pouze interně, tedy etickými kodexy, ale také externě. V současné době je na novináře vyvíjen velký tlak, nejen skrze vlastníky, ekonomickou stránkou médií, ale také veřejností obecně. Může tak vznikat jakési pnutí mezi jednotlivými rovinami žurnalistické práce. Například pnutí mezi novinářskou etikou a ekonomickými faktory jednotlivých redakcí.

1.8. Etické kodexy

V této kapitole práce popíše etické kodexy, které byly použity jako hlavní nástroj pro komparaci etických přístupů vybraných médií. Etické kodexy jsou relevantním zdrojem, neboť jsou označovány za jedny z nejefektivnějších nástrojů samoregulace (Remišová, 2010).¹ Cílem této kapitoly je poskytnout teoretický rámec pro praktickou část diplomové práce.

Etické kodexy neboli profesní kodexy můžeme chápat jako jednu z forem novinářské etiky. Etické kodexy podle Remišové (2010, s. 100) „*představuje souhrn etických norem a principů, které jsou závazné pro každého vykonavatele dané profese. Je kompasem, který vede členy novinářské profese v jejich každodenní činnosti k respektování etických požadavků spjatých s novinářinou*“. Etické kodexy se považují za nástroj, který pomáhá zajišťovat každodenní aktivity a aby jednání všech zaměstnanců odpovídalo daným zásadám. Jedná se o soubory pravidel, které vycházejí z principů a hodnot dané organizace. Etické kodexy slouží k prosazování etického chování, což napomáhá ke zlepšení celkového mediálního prostředí. Etické kodexy přijímají jednotlivé redakce, aby novinářům napomáhaly v otázkách ohledně žurnalistické etiky a každodenních situacích. Kodexy novinářům nabízejí rámec a oporu. Kodexy nejčastěji reflektují zásady a pravidla jednotlivých redakcí. Například kodex České televize říká: „*Kodex má sloužit nejenom jako vodítko pro správné rozhodování při řešení konkrétních otázek a problémů ...*“ (Kodex České televize, ©2003). Etické kodexy jsou součástí profesně etické samoregulace.

Mimo zákonných práv a povinností stanovených danými normami mají média a novináři etickou odpovědnost vůči čtenářům a společnosti. Tato odpovědnost je důležitá, neboť informace a komunikace mají nenahraditelnou roli v naší společnosti, pomáhají formovat osobní postoje občanů a mají vliv na vývoj celé společnosti a demokratického života. Etické kodexy novinářů se od sebe mohou lišit, ale každý z nich požaduje dodržování etických principů pravdivosti a zodpovědnosti. Žurnalistika je označována jako nedílná součást veřejné sféry, proto od ní společnost očekává dodržování etických principů. Žurnalistika je odpovědná především společnosti. „*Porušení etických norem novinářské profese je přímým poškozením pověsti profese s důsledkem ztráty důvěry ze strany veřejnosti. Protože novinářská práce bytostně souvisí s demokracií a svobodou, nerespektování a nedodržování novinářské etiky ovlivňuje i stav a kvalitu demokracie v dané zemi*“ (Remišová, 2010, s. 100). Tématem

¹ Mezi další nejefektivnější nástroje samoregulace patří: mediální nebo tisková rada, ombudsman, vzdělávací systém pro novináře.

odpovědnosti médií vůči společnosti se zabývá i řada odborníků na etiku². Mezi tři hlavní formy odpovědnosti zpravodajských médií a žurnalistiky patří:

a) odpovědnost přidělená zvnějšku – tu můžeme nalézt například v tiskových zákonech, trestním či občanském zákoníku. Na její dodržování dohlíží regulační orgány – například v České republice to je Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

b) odpovědnost společenského konsenzu – tento stav je výsledkem jednání stran, jichž se týká. Nejčastěji se jedná o příslib služby a kvality, které se týkají publika a klientů na oplátku za jejich platby.

c) odpovědnost dobrovolná – dobrovolně přijaté závazky, formy samoregulace žurnalistiky – například etické kodexy, tiskové rady nebo tiskoví ombudsmeni.

V poslední zmíněné dobrovolné odpovědnosti narážíme na téma etických kodexů, které média používají jako nástroj samoregulace (Moravec, 2020, s. 127). Rozsah etického kodexu není nijak obecně upracován, proto se kodexy jednotlivých mediálních domů a institucí velmi liší.

První etický kodex pro novináře byl sepsán roku 1918 ve Francii jako takzvaná Charta novinářů. Další zemí, kde byl sepsán etický profesní kodex, byly Spojené státy americké, tam etický kodex vyšel v roce 1926. Dalším důležitým dokumentem týkající se novinářských práv a svobod byla Deklarace principů novinářského chování, která byla sepsána Mezinárodní federací novinářů. Mezinárodní federace novinářů byla založena novinářskými organizacemi USA a zemí západní Evropy (Moravec, 2020).

Před rokem 1989 v Československu existoval Kodex stranického žurnalisty. V této době plnila žurnalistika především funkci stranického tisku. Od žurnalistů se vyžadovala především lojalita, ideovost a lidovost. Důsledkem toho bylo, že když se tisk stal po roce 1989 svobodným, chyběl zájem o diskusi omezování médií, a tudíž i hlubší diskuse o etických problémech žurnalistiky. V České republice se transformace mediálního systému po listopadu roku 1989 vyznačovala zásadní proměnou normativního prostředí, tedy i zákonů a kodexů. Počátky transformace mediálního prostředí se vyznačovaly především liberalizací externí regulace médií a snahou o jejich odstranění. Z Ústavy byl vyňat článek o vedoucí roli KSČ, Tiskový zákon prošel novelizací, cenzura byla označena za nepřístupnou, a tisk byl oproštěn od

² Mezi odborníky na etiku se řadí: A. Remišová (Etika médií), C. Fink (Media Ethics), CH. Frost (Journalism Ethics and Regulation), S. Ward (Journalism Ethics), G. Lipovetsky (Soumrak povinnosti) atd.

povinnosti rozvíjet socialistické vědomí občanů a spoluvytváření socialistického veřejného mínění (Zákon č.86/1990 Sb.). V tomto revolučním období došlo také k ustanovení profesních sdružení novinářů. Vzniklo například Nezávislé sdružení novinářů, které si kladlo za cíl být jakýmsi protipólem zdiskreditovaného Československého svazu novinářů, tato iniciativa chtěla vytvořit jednotné profesionální sdružení novinářů a mělo mít podobu syndikátu. *„Hlavním smyslem syndikátu by měla být ochrana právní a sociální, dále sledování a garance zachování novinářské etiky, kterou chápeme jako možnost pravidelně a objektivně informovat veřejnost“* (Moravec, 2020, s. 342). Z této iniciativy později vznikl Syndikát novinářů ČR. Otázky týkající se samoregulace žurnalistiky a profesní etiky nebyly v této době prioritou.

Proměny samoregulace žurnalistiky v České republice po roce 1989 se dle Moravce (2020, s. 340) dělí do několika etap.

- 1) údobí minimální (či nulové) samoregulace žurnalistiky (1989 až 1994)
- 2) údobí prvních pokusů o kodifikaci etických principů (1995 až 1998)
- 3) údobí kodifikace etických principů významných celostátních médií a propojení principu externí a interní regulace u médií veřejné služby (1999 až 2003)
- 4) údobí formálního přístupu k samoregulaci a prosazení přísnější externí regulace žurnalistiky (2004 až 2009)
- 5) údobí selhání samoregulace žurnalistiky při zásadních změnách vlastníků zpravodajských médií (2010 až dosud).

Pro Českou republiku byl důležitý rok 1994, kdy se v Praze konala 4. Evropská konference o politice hromadných sdělovacích prostředků. Přítomní ministři přijali deklaraci, která obsahovala bod o právu novinářů na přijímání vlastních samoregulačních normách, například ve formě etického kodexu. *„Kodexy chování novinářů, které byly přijaty v řadě evropských demokratických zemí, se snaží různým způsobem sladit práva a svobody novinářů s právy a svobodami občanů tak, aby se nedostávaly do konfliktu, a stanovit odpovědnost novinářů za jejich činnost“* (Osvaldová, 2011, s. 142).

Následující roky byly důležité pro rozvoj novinářské etiky v České republice. Česká televize vytvořila první etický kodex. Dále Syndikát novinářů ČR v roce 1998, na základě mezinárodních dokumentů, vypracoval také etický kodex novináře. Tento kodex bude práce popisovat v kapitole o Syndikátu ČR.

1.9. Etické prohřešky

Tato práce etické prohřešky reflektuje především ve vztahu k etickým kodexům médií. Pro práci byly zásadní etické prohřešky a nejčastěji se vyskytující problémy novinářské etiky, které jsou označeny za hlavní eticky sporné oblasti. V praktické části práce byly použity jako referenční body pro analýzu etických kodexů. Pro lepší uvedení do kontextu tato část stručně popíše historický vývoj etických prohřešků a zásadní mediální kauzu, která je s nimi spojená. Tato kauza je zde popsána, protože je chápána jako mezníky v etickém přístupu médií.

Počátky toho, co můžeme nazvat neetická žurnalistika, můžeme zasadit do první poloviny 19. století a je spjat s pouličním prodejem. Označení tohoto typu novin se v různých státech lišil³, přesnější je označení „skandální“ jako protipól tisku „kvalitního“ (Osvaldová, 2016)

K tomuto období neodmyslitelně patří vznik takzvané yellow journalism. V americkém státě New York vydavatel Joseph Pulitzer stvořil nový trend žurnalistiky. Takzvaný senzační tisk, který kladl důraz především na emoce a senzacechtivost, přilákal širokou základnu čtenářů. Joseph Pulitzer tak výborně využil technologicky produktivní století a zprostředkoval světu základ pro moderní noviny, které byly provázané s reklamou a novou grafickou stránkou novin. Tento nový trend se ukázal jako efektivní a úspěšně figuroval na trhu (Spencer, 2007, s. 16-17). Spencer ve své knize uvádí jeden důležitý faktor týkající se dědictví Yellow Press. Jde o to, že se integroval pojem svoboda tisku a jeho schopnost přežít na trhu novin, který se v průběhu devatenáctého století stále více integroval do tržní ekonomiky (Spencer, 2007, s. 19-20).

Vznik bulvárních médií v 19.století je spjat se změnami ve společnosti. *„Jedním z mnoha důsledků tohoto vývoje je stírání rozdílu mezi žurnalistikou a ostatními typy mediovaných obsahů, ať v podobě takzvaného infotainmentu či obecně „zezábavnění“ témat, které se tomu ve svém původním významu vzpírají“* (Osvaldová, 2016, s.11). Cílem tohoto nového typu novin nebylo tehdejší společnost informovat, ale spíše pobavit. Čtenáři si mohli vybrat, zda budu číst seriózní noviny nebo bulvární tituly. Seriózní listy volili spíše vzdělání a bohatší občané. Naopak střední a nižší třída upřednostňovala bulvární plátky, skrze které opustili alespoň na chvíli svůj stereotypní život. Bulvární noviny vydávaly krátké texty s výraznými titulky, využívali ilustrace, jednoduchý jazyk a vyznačovali se také nižší cenou.

³ V angličtině to byly penny press, yellow press, v němčině Boulevard-Zeitung, Sensation-Press, ve francouzštině presse a scandale

Zásadní důvod, který ovlivnil bulvarizaci tisku, je, že seriózní média začala využívat bulvární prvky z ekonomického hlediska. Neboť bulvární tisk se dobře prodává. S ohledem na současný svět médií, ve kterém jsou v popředí online média a sociální sítě, tento typ médií dokáže zaujmout. A plnit tak funkci rychlého zaujetí a pobavení čtenáře. Cíl bulvárních médií se neztotožňuje se zásadami novinářské etiky. Dojde-li ke střetu morálních hodnot, nastává u novináře etické dilema. „*V žurnalistice může dilema spočívat v rozhodování, zda uveřejnit něco, co někoho zahanbí. Ať se rozhodnete tak či tak, vždy bude porušena nějaká hodnota, například právo člověka na soukromí. Pocit novináře z důsledků vlastního rozhodování souvisí s morálním hodnotovým systémem, podle něhož se rozhoduje*“ (Burns, 2004, s. 78).

Na tomto místě musíme podotknout, že ne všichni novináři dali přednost morálnímu cítění před senzačním odhalením či neoprávněné kritice. To nám dokazuje fakt, že již od počátku žurnalistické profese byla informace vzácná a považována za moc. Ten, kdo měl v rukou informace, měl v rukou moc. Možná proto se někteří autoři pozastavují nad otázkou, jak mohla novinářská profese projít změnou od „hrdinů společnosti“ k „novým hlídacím psům“. Igancio Ramonet (1996, s. 27) v kapitole věnované mediální pravdě vznáší otázku: „*Proč se tato vznešená koncepce novinářství zřítily? Jak jsme přešli od svého druhu glorifikace novináře, který byl uprostřed sedmdesátých let hrdinou moderní společnosti, k současné situaci, kdy se stal novým hlídacím psem a zaujal čelní pozici v hierarchii bezcharakternosti?*“. Otázka nad sociálním statusem novinářů je ve společnosti i v naší době stále aktuální. Profese je pod neustálým tlakem, nejen od veřejnosti, ale mnohdy i ze strany politiků nebo vlastníků, práce novinářů je znehodnocována a důvěra společnosti klesá. Novináři se tak musí ve své práci snažit o to, aby se zalíbili čtenářům, ale také svým zaměstnavatelům, respektive vlastníkům. V dnešní době možná víc, než kdy jindy platí, že informace jsou jako zboží. Novináři se tak často musí starat o vlivy a tlaky ze strany reklamy či inzerce. Negativní pohled na tuto situaci přinesl i Ramonet (1996, s. 79), který uvádí: „*Tíha všech těchto tlaků a hrozeb vysvětluje, že i když se vyskytuje mnoho případů odporu, kdy se novináři snaží bránit svou etickou koncepcí, vyskytuje se také mnoho případů, kdy to vzdali, ne-li případů tichého souhlasu*“. Tím spíše se otázka etiky a odpovědnosti novinářů dostává do popředí diskusí a získává větší pozornost.

Mediální kauzy, které bulvární tisk využívá, se snaží ve čtenáři probudit silné emoce. K tomu bulvárním médiím často slouží kauzy o jedincích, kteří byli vystaveni nějaké tragédii. Typické pro bulvární média bývá ukazovat jednání, události či okolnosti spojené se znevážením

či narušením mravních principů nebo norem platných pro danou společnost (Osvaldová, 2016). Pro novináře to znamená rozhodování nad vlastními morálními hodnotami.

V tuzemském prostředí se za kauzu, která výrazně ovlivnila novinářské prostředí, označuje tzv. kuřimská kauza. Tato kauza je známá především z hlediska mediálního zpracování daného tématu a obecně přístupu médií. Kauza je označována jako jedna z největších v polistopadových dějinách české žurnalistiky. V tomto případě šlo především o porušení soukromí obětí a pachatelů trestných činů. Tato kauza z roku 2007 se týkala týrání dvou malých chlapců z Kuřimi. Toto období je v České republice (přesněji od roku 2004 do roku 2009), označováno jako etapa formálního přístupu k samoregulaci a prosazení přísnější externí regulace žurnalistiky. V této etapě sehrálo důležitou roli několik sporných medializací trestných činů, jejichž oběti či pachatelé byly děti. Z etického hlediska byla práce novinářů z mnoha pohledů sporná. Pojetí zpravodajství u kuřimské kauzy; a) stíralo hranice mezi seriózními a bulvárními médii; b) prokázalo omezené účinky samoregulace žurnalistiky, jež nedokázala zabránit či zmírnit významné excesy ze strany novinářů; c) vedlo k judikatuře, která se snažila vymezit hranice bezdůvodného zobrazování osob, vystavených těžkému tělesnému nebo duševnímu utrpení způsobem snižujícím lidskou důstojnost (Moravec, 2020). Média v tomto případě porušila nejen zásady žurnalistické etiky, ale také zákon. Seriózní deníky tuto kauzu často pojaly velmi bulvárně a senzacechtivě, na základě tohoto případu došlo také ke zpřísnění externí regulace médií. Důsledkem celé kauzy byl soudní spor televizních stanic a Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, při kterém se snažili vymezit určitou hranici, které by upravovala zobrazování osob, které se staly oběťmi. Asi nejzásadnějším dopadem bylo vytvoření tzv. „náhubkového zákona“⁴, který přijal Parlament ČR v roce 2009 (Moravec, 2020).

I v současné době se novináři musí každodenně potkat s řadou eticky sporných situací. Ne každá vzniklá situace, se kterou se novinář dostane do kontaktu, je popsána v etickém kodexu či jiných profesních pravidlech. Proto se etické prohřešky objevují velmi často. Těmto problémům se věnuje například Syndikát novinářů České republiky, jehož Komise pro etiku zkoumá dané prohřešky a vydává k nim stanoviska. Stanoviska jsou dostupná online na stránkách Syndikátu novinářů ČR. Mezi etické prohřešky, které Komise řeší, patří například používání skryté kamery a poškození zdroje informací, použití nevhodného titulku, které bylo považováno za nerozlišení faktů od osobních názorů, nebo plagiátorství (Syndikát novinářů

⁴ „Náhubkový zákon“ je označení pro novelizaci trestního řádu v oblasti poskytování informací o trestním řízení a osobách na něm zúčastněných. Zákon č.52/2009 Sb.

České republiky, ©Stanoviska komise). Tato práce bere Syndikát novinářů České republiky jako autoritativní organizaci, neboť se jedná o jedinou profesní organizaci sdružující novináře. Všechny výše zmíněné etické prohřešky jsou pro předloženou práci podstatné a těmto tématům se práce bude věnovat v praktické části.

Novinářská profese se po celou dobu vývoje této profese potýká s etickými problémy. Nejen po celý historický vývoj profese, ale novináři se s etickými problémy mohou setkat doslova každý den při výkonu své profese. Novináři se tak dostávají do eticky sporných a vypjatých situací, ve kterých musí zvolit správnou cestu podle svého nejlepšího vědomí a svědomí. Z každodenní zkušenosti novinářů tak vznikl výčet témat, která se označují za etické problémy. Mezi tyto problémy můžeme zařadit: narušování soukromí, střet zájmů, úplatky, klamání osobní účast na zprávě nebo plagiátorství. Přiblížíme si více zmíněné etické problémy a jejich hlavní rysy, jak je uvádí Václav Moravec (in Jiráček, 2005, s. 52-53).

1. Narušování soukromé – jev, kdy novináři porušují právo na ochranu soukromí jednotlivců či skupin. V praxi se s tímto jevem nejčastěji můžeme setkat při referování novinářů o obětech trestných činů nebo při zprávách ze života celebrit.
2. Střet zájmů – nastává zejména při posuzování práce novináře s jeho mimopracovními aktivitami. Za střet zájmů můžeme například považovat politickou kariéru novináře.
3. Úplatky – finanční a hmotné výhody, které nabízejí novináři při jeho práci.
4. Klamání – tato kategorie etických otázek zahrnuje novinářské postupy, které mohou klamat čtenáře, zdroje informací nebo ty, kteří jsou předmětem zpravodajství. V praxi za tento jev můžeme označit příklad, kdy se novinář vydává za někoho, kým není.
5. Osobní účast na zprávě – v případě kdy je novinář přímým účastníkem zprávy, se může přeměnit z nezaujatého pozorovatele spíše svědkem.
6. Plagiátorství – převzetí cizích textů či jejich částí a vydávání je za vlastní.

Novináři se při své práci setkávají s řadou eticky sporných situací, které mohou ovlivnit výkon jejich povolání i obsahy, které vytvářejí. Jedním z možných etických prohřešků, který reflektuje tato diplomová práce, je otištěná karikatura prezidenta Miloše Zemana týdeníkem Respekt. Respekt publikuje investigativní žurnalistiku, komentuje aktuální situaci v domácí i světové politice, ekonomice a společnosti. Ilustrátor Respektu Pavel Reisenauer vytvořil karikaturu, která vyvolala řadu různých reakcí, především na sociálních sítích se stala velmi diskutovanou (viz obrázek v příloze). Mezi negativními názory se objevují názory,

že karikatura zesměšňuje nejen hlavu státu, jeho zdravotní stav, důstojnost, ale i stáří obecně. Někteří kritici toto viděli dokonce jako spor se samotnými hodnotami časopisu Respekt. Mezi pozitivními reakcemi převládá názor, že smyslem karikatury je právě úmyslné zesměšnění a kritika. Etické povinnosti se dle mého názoru netýkají pouze pracovníků ve sdělovacích prostředcích, stejně tak by měli být zodpovědní sami uživatelé. Měli by využívat možnosti výběru a rozlišovat jednotlivá média. Měli by se informovat o médiích, jejich struktuře, způsobu práce a obsahu, který vytvářejí a sdílejí. Měli by využít možnosti zodpovědně se rozhodnout podle etických kritérií, které médium budou sledovat a podpořit ho tak.

1.10. České mediální prostředí

V této kapitole stručně popíšu české mediální prostředí, především jeho vývoj po roce 1989.

„Demokratická teorie obecně předpokládá, že společnost potřebuje žurnalistiku, která je přísným hlídacím psem těch, kdo jsou a chtějí být u moci, která je schopna vypátrat, co je pravda a co lež, a která dokáže představit velkou šíři osvícenských názorů na důležitá témata dne“ (McChesney, 2009, s. 7).

Tato kapitola reflektuje i nástup digitálních médií. Tato komunikační změna, která je spojena se vznikem a rozvojem digitálních médií, ovlivnila další vývoj médií i společnosti. Dle Jiráka a Köpplové (2009, s. 73) vedl k oslabení pozice „tradičních“ médií. *„Po počítační vlně nadšení z nových komunikačních možností, které „digitální předěl“ a nově vytvořený „kyberprostor“ měly otvírat (demokratizace, zapojení více občanů do veřejné diskuse, ...), nastalo na počátku 21. století vystřízlivění motivované vzrůstajícím výskytem sociopatologického chování umožňovaného internetem. Zdánlivě neregulovatelnost internetu vedla také k novým snahám politických elit o manipulaci veřejným míněním s jeho pomocí“.* I tato oblast je spojena s žurnalistickou etikou a tato práce bude reflektovat fenomén online žurnalistiky.

Počátky transformace mediálního systému v České republice po listopadu 1989 jsou charakteristické absencí hlubší diskuse o etických problémech novinářské práce. Média včetně novinářů byla nucena existovat více než čtyřicet let v totalitní společnosti, tudíž každá debata o normativní regulaci byla chápána jako omezování svobody slova a médií. Právě svoboda slova byla brána jako hlavní argument proti jakékoliv snaze o zavedení regulaci, včetně principu samoregulace médií. Toto období je označováno jako období podílu médií na transformaci společnosti z centrálně řízeného modelu netržní ekonomiky a kontroly veřejného prostoru v tržně ekonomickou společnost. Po roce 1989 se média zařadila k politické, společenské a ekonomické proměně české společnosti. Média se zbavila závislosti na státu, stala se součástí tržní ekonomiky a přizpůsobila se novému trendu komercializace mediálního produktu. V České republice vznik duální systém médií, tedy koexistence veřejnoprávních a soukromých médií (Jiráka a Köpplová, 2009, s. 73).

Až v první polovině devadesátých let se v České republice znovu nastolila vážnější diskuse o etické rovině práce novinářů a médií. Především šlo o vztahy externí a interní regulace médií a úlohu novinářské etiky.

Za průkopníka, který se rozhodl zrealizovat myšlenku samoregulace, byla v České republice Česká televize. Rada ČT 27. září 1995 schválila první Kodex ČT. Více se tomuto kodexu budu věnovat v kapitole o kodexech vybraných médií. Důležitým prvkem byl taktéž Etický panel, který byl ustanoven v roce 1995 a stal se konzultačním orgánem vedení České televize (Moravec in Jirák, 2005).

Cílem samoregulace ČT bylo a) přiblížit se západním vzorům⁵; b) akcentovat společenskou odpovědnost média veřejné služby; c) vymezit se vůči nástupu soukromého (komerčního) televizního vysílání a zpravodajství reprezentovaného TV Nova (Moravec, 2020, s. 348).

Dalším zásadním zlomem českého mediálního prostředí se staly snahy o koncentraci vlastnictví zpravodajských médií do rukou oligarchů. *„Čtveřice podnikatelských uskupení u nás kontroluje drtivou většinu zpravodajského obsahu, který se dostane k českým čtenářům a divákům. Jejich podnikání a působení je v přímém střetu zájmů s vlastnictvím médií“* (Wichterlová a Šlerka, 2020). Největší problém je, že tito vlastníci médií jsou ve střetu zájmů mezi oblastí podnikání a vlastnictvím médií. Za střet zájmů se označuje situace, kdy má podnikání vlastníka takový potenciál, že by se vlastníkovi mohlo vyplatit manipulovat s veřejným míněním. Za nejsilnější vlastníky, kteří v České republice vlastní média, jsou považováni: Andrej Babiš, Daniel Křetínský, Marek Dospiva a Jaroslav Haščák (vlastníci Penty), Petr Kellner. Tento problém zásadně ovlivnil vnímání médií v České republice.

Evropská federace novinářů zkoumala současnou situaci českých médií. Zástupci organizace analyzovali české mediální prostředí, na základě setkání se čtrnácti klíčovými informátory, včetně novinářů, redaktorů, ředitelů nebo politiků z různých částí českého mediálního veřejnoprávního i soukromého prostředí. Výstup z šetření EFJ například doporučuje České republice přezkoumání právních předpisů, které se týkají možnosti členů vlády a parlamentu vlastnit média. Zpráva dále uvádí: *„Během mise bylo zjištěno, že blízký vztah předsedy vlády s médii, která vlastnil, je pro demokracii naprosto nepřijatelné; a také na to, jak snadné je vyvíjet tlak na média ze strany parlamentu a vlády prostřednictvím systému propojování přijímání výročních zpráv a volebních rad“* (European federation of journalists, ©2019).

Jako další zjištění EFJ uvádí problém se samoregulačními orgány, podle organizace jsou příliš roztržštěné na to, aby mohly mít skutečný dopad na etické standardy.

⁵ Jako západní vzor byla označována britská BBC

Český mediální trh v posledních letech zaznamenal zásadní změny. Mediální trh je neustále pozměňován majetkovými změnami a změnami u vlastníků jednotlivých médií. Jako jeden z hlavních trendů je odliv zahraničního kapitálu. Velké zahraniční vydavatelské domy, které ještě před lety vlastnily česká média, náš trh opustily, a to především z důvodu klesajících příjmů nejen z prodeje, ale také z inzerce. Některé tituly byly prodány tuzemským investorům. Jedna z významných transakcí proběhla v roce 2013, kdy Daniel Křetínský a Patrik Tkáč odkoupili českou odnož švýcarského vydavatelství Ringier, a Andrej Babiš v čele společnosti Agrofert odkoupil od německého vydavatelství skupinu Mafra. Vlastnictví médií je úzce spjato s jeho financováním a společně s legislativním rámcem tvoří základní faktory ovlivňující chování média. S tímto souvisí i pojem, který se začal v českém mediálním prostředí objevovat, a to je tzv. oligarchizace médií. Tento pojem je vysvětlován jako proces, ve kterém velké mediální domy kupují vlivní podnikatelé, především z důvodu zisku vlivu na veřejné mínění nebo kontrolu nad mediální scénou. Pro současná média je typická vysoká míra závislosti na jejich tržní úspěšnosti. V mediálním prostředí můžeme sledovat trend kumulace médií pod nejsilnější vlastníky (MediaGuru, ©2019). Důsledky tohoto vývoje můžeme sledovat například na propadu České republiky v žebříčku World Press Freedom Indexu, který je indikátorem o svobodě médií a žurnalistiky. Pro srovnání uvádím, že v roce 2015 se Česká republika nacházela na 13. místě, v roce 2020 na 40. místě (Reporters without borders, ©2020). Současná situace českých médií se vyznačuje přechodem mediálních skupin a vydavatelských domů do vlastnictví tuzemských oligarchů. V případě propojování vlivů vlastníků s jejich politickými zájmy selhala samoregulace médií, a to zapříčinilo potřebu novely zákona o střetu zájmů. Dle zákona č. 14/2017 Sb. nesmí být veřejný funkcionář provozovatelem rozhlasového nebo televizního vysílání nebo vydavatelem periodického tisku ani společníkem, členem nebo ovládající osobou právnické osoby, která je provozovatelem rozhlasového nebo televizního vysílání nebo vydavatelem periodického tisku (č. 14/2017 Sb. zákon, kterým se mění zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony). Někteří odborníci nevěří, že je tento zákon dostačující, například protože nereflektuje online média. Zákon má jisté slabiny, jak už nám ukázaly případy z praxe (Eibl, 2019).

S nástupem internetu a digitalizací médií souvisí další pojem a nástup takzvané občanské žurnalistiky. Občanskou žurnalistikou označujeme tvorbu, při které se amatérští tvůrci obsahu sami snaží sbírat informace, upravují je a publikují bez pomoci profesionálních novinářů (Jakubowicz, 2013). Ve spolupráci s internetem, kde se šíření obsahů nedá téměř kontrolovat, nastává profesionální žurnalistice konkurence. Samotní čtenáři se tak mohou

jednoduše stát zprostředkovatelem informací z různých společenských zdrojů, upozorňovat na události a nastolovat agendu veřejné debaty. Denis McQuail (in Jakubowicz, 2013, s. 194) zmiňuje, že: „každý může sledovat události, psát a publikovat. Nemusí to být vázáno na odměnu nebo činnost v nějaké institucionalizované formě“. Jako příklad z tuzemského prostředí můžeme uvést platformou České televize nazvanou iReportér. Tento projekt ČT se snaží oslovit občany. „Staňte se reportérem České televize. Vezměte kameru nebo mobilní telefon a natáčejte zajímavé zážitky a události kolem sebe. Sledujte témata, která vás zajímají a pošlete nám videa z ulice rovnou na obrazovku zpravodajství ČT1 a ČT 24. Stáhněte si aplikaci do mobilu nebo nahraďte svá videa zde a webu. Tvořte své vlastní televizní zprávy“ (Česká televize, ©iReportér). V tomto druhu žurnalistiky můžeme spatřit klad v tom, že rozšiřuje zdroje tradičních zpravodajských médií. Sami očití svědci mohou poskytovat materiály (svědectví, fotografie, videa). Avšak nesmíme opomenout i druhou stránku věci, tento fenomén s sebou přináší i rizika v podobě eticky sporných obsahů. Václav Moravec (2020, s. 62) ve své knize k tomuto dodává: „Jednotlivé formy participativní žurnalistiky v sobě totiž skýtají mnohá rizika, začasné etická, jež se seriózní žurnalistika snažila a snaží eliminovat důsledným dodržováním profesních standardů, např. ověřováním informací, kladením důrazu na přesnost před rychlostí apod.“. Za výsledek občanské žurnalistiky tak můžeme považovat obsah, který vznikl na základě autonomního sběru informací, ve kterém může vymizet rozdíl mezi zpravodajstvím a publicistikou. Podstatné tedy je, že nemusí být vystaven na principu důsledného oddělení faktů od názorů, jako tomu je v tradičním seriózním zpravodajství, které klade důraz na nestrannost. Největší rozdíl můžeme spatřit v tom, že novináři se liší vzděláním, kvalifikací a nastavenými standardy.

Informace dnes musí mít určité kvality, tak aby byly atraktivní pro čtenáře. Proto jsou také média často označována jako instituce, které produkují informační a zábavní sdělení. Nejen sami novináři rozhodují o své práci, často musí vyhovět svým zaměstnavatelům, pro které multimedialita, a především publikování na internetu přináší nové možnosti skrze reklamy či inzerce. V minulosti vzniklo již mnoho výzkumů týkající se tématu, jak internet mění základní žurnalistické normy a hodnoty. Jeden z nich uvádí názory novinářů z 11 evropských zemí na téma vlivu internetu na jejich práci. Výsledky tohoto výzkumu ve své knize uvádí Jakubowicz (2013, s. 205): „Tito novináři pozitivně oceňují roli internetu v praktických aspektech své práce i zjednodušení, která internet přináší: zrychlení průběhu prací, větší dosah šířených obsahů, veřejný a aktivnější kontakt s příjemci. Na druhé straně novináři nechtějí rezignovat na metody tradiční žurnalistiky, a to jak ve smyslu organizačním, tak profesním.

Nemají důvěru, jde-li o solidnost informací, jež se nacházejí na internetu, a tvrdí, že v důsledku toho mají větší těžkosti s hodnocením dostupných informací. Navíc nepovažují internet za účinnější prostředek při plnění svých demokratických úkolů...“.

Pro informačně přetíženou společnost jsou signifikantní některé jevy, mezi které patří například snížení kvality informací, rozmach plagiátorství, nedostatek kreativity, rozkvět konspiračních teorií a dezinformací nebo omezování soukromí. S těmi pojmy souvisí i fakt, že žijeme v takzvané post-pravdivé společnosti. Autoři tento pojem popisují jako situaci, kdy hledání pravdivého poznání založeného na faktech ustupuje do pozadí, hranice mezi pravdou a lží se rozostřují. Důležitější roli mají emoce nebo klamání a lži. (Moravec, 2020).

Řada odborníků a organizací se soustředí na výzkum digitálního zpravodajství v souvislosti s narůstajícím vlivem sociálních sítí. Předložená práce reflektuje výzkum Reuters Institute for the Study of Journalism, podle jimi předložené studie v roce 2017 používala sociální sítě jako hlavní zdroj zpravodajských informací jedna třetina dotázaných (ve věku 18-24 let). V tomto vzorku respondentů, celkem z 36 zemí světa, byla započítána i Česká republika. V této věkové kategorii byly sociální sítě primárním zdrojem. Na druhém místě byly uvedeny online média. Na třetím místě se umístila televize (Newman et al. 2017). Je zřejmé, že sociální sítě se staly vlivným zpravodajským médiem. Ve světle pojmu post-pravdivé společnosti se do popředí dostala diskuse o samoregulaci sociálních sítí nebo vztahování mediální etiky na sociální sítě. Sítě jako Facebook, Instagram, Twitter začaly přehodnocovat svůj postoj, z tvrzení, že jsou pouze technologickou platformou nebo distribučním kanálem, se rozhodli regulovat obsah, neboť si jsou vědomi, že prostřednictvím jejich sítí se obsah i tvoří (Moravec, 2020).

1.11. Syndikát novinářů ČR

V této kapitole práce popíše Syndikát novinářů České republiky, který je považován za jeden z nejvýznamnějších autoregulačních orgánů v České republice. Tuto profesní organizaci jsem pro práci vybrala, neboť v českém mediálním prostředí je zainteresovaná v uplatňování etiky a samoregulačních mechanismech v médiích. Práce považuje Syndikát novinářů za jednoho z hlavních aktérů institucionalizované podoby profesní novinářské etiky. Součástí Syndikátu novinářů ČR je i Komise pro etiku.

Syndikát novinářů České republiky je dobrovolným profesním sdružením novinářů. Na tomto místě je potřeba zdůraznit, že členství v Syndikátu novinářů je čistě dobrovolné. V České republice pro práci novináře není nezbytné mít speciální vzdělání ani vlastnit „novinářskou licenci“ nebo být členem určitého profesního sdružení. Jako tomu je u jiných profesí. Za novináře tak neručí žádná profesní organizace, která by na tuto profesi dohlížela nebo garantovala kvalitu práce novinářů. Syndikát novinářů České republiky je politicky neutrální a nezávislý na ideologických, náboženských, politických a ekonomických státních i soukromých strukturách. Syndikát novinářů je členem Mezinárodní federace novinářů a také Evropské federace novinářů. Je to profesní spolek novinářů mezi jeho hlavní cíle patří hájit principy svobody tisku a dalších sdělovacích prostředků. Mezi stěžejní body organizace patří snaha a angažovanost za svobodu shromažďování, analyzování a šíření informací prostřednictvím médií (©Syndikát novinářů ČR). Členem se může stát každý plnoletý novinář, který je aktivní, ať už jako stálý člen redakce nebo jako novinář, který spolupracuje s více redakcemi, stejně tak se členem může stát i student žurnalistiky. Organizace chápe novináře jako toho, kdo shromažďuje, analyzuje a šíří informace a věnuje této činnosti převážnou část své pracovní aktivity. Členové také musí dodržovat profesní standardy novinářství, etický kodex, dodržovat principy svobody tisku a je nezávislý na jakékoliv politické či ekonomické moci. Syndikát novinářů má své stanovky a etický kodex. Každý člen je tedy povinen dodržovat daná pravidla.

Komise pro etiku spadající pod Syndikát Novinářů České republiky započala své fungování v roce 1998 po schválení Správní radou Syndikátu novinářů ČR. Nyní se Komise především věnuje podnětům, které podávají čtenáři. Komise má jedenáct členů – členové Syndikátu, novináři nebo odborníci, kteří nejsou členi Syndikátu (členové Syndikátu tvoří nadpoloviční většinu). Konkrétní informace a podněty ke zkoumání a přijetí stanovisek komise získává a) vlastní činností; b) od členů Syndikátu novinářů ČR; c) od ostatních novinářů;

d) od veřejnosti. Veřejnost může podat svůj návrh skrze jednoduchý formulář dostupný na internetových stránkách SNČR. Prostřednictvím tohoto dokumentu, který se zakládá na otázkách, kdy a kde byl konkrétní materiál otištěn, a v čem vidíte novinářův prohřešek, lze podat podnět, kterým se Komise může zabývat. Vydávaná stanoviska a závěry se týkají novinářů veřejnoprávních i soukromých médií a zároveň členů i nečlenů Syndikátu novinářů ČR. Komise je dle svých stanov povinna informovat novináře a média, jichž se podněty týkají, a informovat je o rozhodnutých stanoviscích⁶. Základním dokumentem Syndikátu novinářů ČR je etický kodex novináře, který byl schválen valnou hromadou Syndikátu. Tento kodex práce popíše níže.

⁶ V současné době mezi členy Komise patří M. Bystrovová, A. Černý, J. Jirků, J. Jůn, L. Koubská, B. Osvaldová, P. Polanská, R. Sulánský, V. Macková

1.11.1. Etický kodex Syndikátu novinářů České republiky

Základní pravidla chování v profesi mohou být zahrnuta v etickém kodexy dané instituce. Tento nástroj samoregulace je považován za nejučinnější. Etický kodex Syndikátu novinářů České republiky vyplývá z Deklarace ministrů států zúčastněných na 4. Evropské konferenci o politice hromadných sdělovacích prostředků. Tato konference se konala v Praze v roce 1994 (4th European ministerial conference on Mass media policy, ©1994). Organizace na základě těchto mezinárodních i dalších národních dokumentů vytvořila svůj etický kodex pro novináře a vyzývá každého svého člena k dodržování těchto psaných pravidel. Tento etický kodex přijala valná hromada Syndikátu novinářů České republiky dne 18.6.1998. Deklarace uznala, že novináři mají právo přijímat své vlastní samoregulační normy například ve formě etického kodexu. O rok později proběhla ještě jeho aktualizace. Rezoluce číslo 2 této konference také zmiňovala, že kodexy mají být dobrovolně přijaty a uplatňovány, dále, že výkon novinářského povolání je založen především na základním právu na svobodu projevu, zaručenou článkem číslo 10 Evropské konvence o lidských právech (Moravec in Jiráček, 2005). Etický kodex novinářů byl aktualizován pouze jednou, a to v roce 1999, na návrh Komise pro etiku při Syndikátu novinářů ČR. Komise pro etiku při Syndikátu novinářů ČR byla založena roku 1998. Tato komise byla ustanovena po vzniku Etického kodexu novináře a pravidelně se zabývá podněty veřejnosti na sporné žurnalistické postupy či situace (Moravec in Jiráček, 2005). Kodex syndikátu novinářů je významným souborem pravidel, pro žurnalistickou profesi. Syndikát novinářů vyzývá všechny novináře, nejen své členy, k jeho dodržování. Etický kodex syndikátu této práci poskytne potřebnou oporu při komparaci vybraných etických kodexů (Syndikát novinářů České republiky, ©1998).

Etický kodex Syndikátu novinářů ČR je rozdělen na tři části.

1. Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace.
2. Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice.
3. Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu médií.

Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace. První část dokumentu upravuje povinnost jako používání čestných a poctivých praktik při získávání informací, hájit svobodu tisku, odmítat nátlak nebo oddělovat fakta od osobních názorů. Občané demokratického státu bez rozdílu společenského postavení mají právo na informace, to zajišťuje čl.17 Listiny práv a svobod, která je součástí Ústavy České republiky. Toto občanské právo realizují svou činností

novináři. Nezbytně proto přejímají plnou odpovědnost za to, že informace, které přináší veřejnosti, jsou včasné, úplné, pravdivé a nezkreslené. Občan má právo na objektivní obraz skutečnosti, proto je novinář povinen:

- a) zveřejňovat jen informace od zdrojů, které jsou známy, nebo zmínit výhrady
- b) respektovat pravdu bez ohledu na následky, které z toho mohou pro novináře vyplývat, a i přes překážky vyhledávat informace pro všeobecný zájem
- c) klást důraz na rozlišení faktů od osobních názorů, neodchylovat se od pravdy ani v komentářích z důvodu nezaujatosti, novinář nesmí domněnku vydávat za fakt ani zamlčovat jiný fakt
- d) hájit svobodu tisku a médií, odmítat nátlak nebo zásahy státních orgánů
- e) nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informací, nepřijímat úkoly, které jsou v rozporu s jeho profesní důstojností.

Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice. Tento oddíl představuje princip osobní odpovědnosti za zveřejněné obsahy. Důležitým aspektem novinářské profese je odpovědnost vůči veřejnosti, která souvisí s vysokou mírou profesionality ze strany novinářů. Oddíl zmiňuje plagiátorství, střet zájmů, uplácení atd. Z toho vyplývá, že novinář je povinen:

- a) odpovídat za všechny své zveřejněné materiály
- b) nezneužívat výsad, které povolání novináře přináší, vyloučit veškeré činnosti, které mohou vést ke konfliktu zájmů a mohou novináře kompromitovat
- c) odmítat hodnotné dary nebo výhody, nezneužívat profese k podílení se nebo přímo na reklamní činnosti, nepřijímat peníze ve veřejné službě, ani tam, kde by mohlo být jeho postavení zneužito
- d) nezneužívat možný výhod, které vyplývají z členství v Syndikátu novinářů, k uspokojování soukromých potřeb.

Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu médií. Tato část stanovuje povinnosti novináře, při zveřejnění nepřesného nebo neověřeného faktu, okamžité opravy. S ohledem na to je novinář povinen řídit se těmito požadavky:

- a) neprověření nebo nepřesnost informace nic neomlouvá, informace, která se ukáže být nepřesná, musí být neprodleně opravena

- b) zásadně se zakazuje plagiát, v případě reprodukce obsahu musí být uveden autor
- c) novinář je povinen, na přání zdroje informací, zachovávat profesionální tajemství, musí respektovat soukromí osob, nesmí identifikovat jedince bez souhlasu, musí dodržovat princip presumpce nevinny
- d) nesmí využít informace, které získá skrze své povolání, před jejich zveřejněním tak, aby z toho plynuly výhody v jeho prospěch
- e) lži, pomluvy, neprokázané obvinění nebo překroucená fakta nebo dokumenty se považují za nejzávažnější profesionální chyby
- f) novinář nesmí vytvářet obsah, který by podněcoval diskriminaci rasy, barvy pleti, náboženství či pohlaví nebo sexuální orientace.

Etický kodex novináře je závazný pro členy Syndikátu novinářů ČR a k jeho dobrovolnému dodržování vyzývá všechny české a moravské novináře bez ohledu na jejich členství v Syndikátu.

1.12. Vybraná média

Pro tuto diplomovou práci jsem vybrala šest periodik. Jsou to Deník N, Aktuálně.cz, Deník a iDnes, zpravodajství České televize a iRozhlas. Stěžejním pro tuto diplomovou práci byly etické kodexy daných redakcí, respektive daných mediálních domů, pod které vybrané tituly spadají. Pro účely této práce jsem vybrala média na základě hodnocení Fondu nezávislé žurnalistiky. Fond nezávislé žurnalistiky ve svém hodnocení reflektuje dodržování běžných standardů seriózního zpravodajství. Záměrem Ratingu NFNZ je kultivovat české mediální prostředí, pomoci novinářům odvádět profesionálnější práci a také zvyšovat mediální gramotnost čtenářů. Hlavním cílem je také zvýšit povědomí o dodržování základních pravidel žurnalistické práce. Pro výzkum NFNZ používá metodu kvalitativního výzkumu a kódování, na základě předem definovaných kritérií, vybraného obsahu zpravodajských serverů a tištěných deníků. Fond nezávislé žurnalistiky hodnotil česká zpravodajská média podle třinácti kritérií. Mezi kritéria například patřila práce redakcí se zdroji, užívání zavádějících titulků, zprávy a komentáře jsou jasně oddělené, otázka financování, zda je snadno dostupná informace, komu noviny patří, zohledněny jsou také případné střety zájmů vlastníků médií a další (Nadační fond nezávislé žurnalistiky, ©2020). Touto prací reflektované hodnocení kódovalo články v období od září roku 2019 do ledna roku 2020.

Jak bylo již výše zmíněno, mezi mnou vybraná média patří Aktuálně.cz, Deník N, iRozhlas, tyto tituly v hodnocení NFNZ získala nejvyšší hodnocení, označeno známkou A.

O stupeň horší hodnocení, A -, dostal Deník. Internetová verze periodika Deník získala známku B. Internetové stránky dostaly sníženou známku za to, že online zdroje nejsou zobrazeny jako hypertextový odkaz a reklama není jednoznačně odlišena od redakčního obsahu.

Zbývající titul iDnes dostal hodnocení B+, tento titul má snížené hodnocení kvůli konfliktu zájmů. „*Majitel je ve střetu zájmů, protože podniká v oblastech silně regulovaných státem a má vysoký objem obchodu se státem. Konečný beneficiant je politicky angažovanou osobou. Počet článků, které referovaly o podnikání vlastníků společnosti za posledních šest měsíců, aniž by na to čtenář byl upozorněn, překročil 10*“

(Nadační fond nezávislé žurnalistiky, Rating medií, ©2020).

Server ČT24 byl z výběru médií NFNZ vyřazen z důvodu přílišné orientace na audiovizuální obsah nikoli text.

Úspěch a sílu jednotlivých médií se nejčastěji měří podle čtenosti a průměrného prodaného nákladu. V České republice je na mediálním trhu nejúspěšnější, dle počtu čtenářů, skupina Mafra, Czech News Center a Vltava Labe Media.

1.12.1 Charakteristika vybraných médií

iRozhlas, internetové zpravodajství Českého rozhlasu jsem vybrala jako zástupce veřejnoprávního média. Internetové zpravodajství Českého rozhlasu funguje od 18. dubna roku 2017. V roce 2020, který je spojený především s pandemií covidu-19, se zpravodajskému webu iRozhlasu zvýšila rapidně návštěvnost (MediaGuru, ©2021). K hlavním zprávám online zpravodajství také nabízí další rubriky, zajímavící se například o ekonomiku, sport, životní styl nebo kulturu. iRozhlas si zakládá na osobnostech, které již v Českém rozhlase působí.

Česká Televize provozuje televizní stanici a internetové zpravodajství **ČT24**, která se od 2. května roku 2005 věnuje po celý den zpravodajství. Od roku 2013 má ČT24 rekordní sledovanost a je velmi kladně hodnocen. V březnu roku 2020, kdy byla společnost zasažena vlnou zpráv o pandemii, zaznamenalo zpravodajský web České televize největší nárůst sledovanosti (MediaGuru, ©2020). Ve stejném roce bylo zpravodajství označeno v anketě křišťálová lupa jako druhé nejoblíbenější v oblasti zpravodajství a publicistika (Křišťálová lupa, ©2020).

iDnes je zpravodajský portál spadající do společnosti MAFRA. Multimediální skupina MAFRA je největší mediální společností v České republice, má zastoupení v tisku, online prostoru, televizi i rozhlasu. Pro tuto práci jsem vybrala web iDNES, který patří do zpravodajského portfolia této skupiny a je to největší zpravodajský web. Od 12.1.1998 iDNES.cz přináší informace z domácího zpravodajství, ze světa, sportu nebo ekonomiky či krimi zpravodajství. Tento webový portál vznikl v době, kdy České republice bylo velmi málo internetových stránek. iDNES.cz funguje od roku 1998, největší změnou byl však rok 2013, kdy celou skupinu MAFRA odkoupil prostřednictvím holdingu Agrofert Andrej Babiš. V dnešní době je možné zprávy z iDnes.cz číst z mobilních telefonů, počítačů i aplikací na chytrých televizích. Mezi další vydávané tituly patří deníky Mladá fronta DNES, Lidové noviny a bezplatný deník Metro a regionální týdeník 5plus2. Prostřednictvím svých produktů osloví 3,3 milionu čtenářů tisku a měsíčně 7,5 milionu návštěvníků internetu. Celková čtenost titulů MAFRA je 5,02 milionů čtenářů, což představuje 56,8 % populace v České republice (ve věku 12-79 let). Pod digitální iDNES.cz patří i mnoho webů s různým zaměřením, včetně videoportálu nebo hudební stanice (Mediální skupina Mafra, ©2021).

Deník N je nezávislý deník, který vychází v tištěné podobě a je také dostupný v placené digitální podobě na internetu. Deník N byl založen v roce 2018. Je to první český digitální deník postavený primárně na placeném obsahu. Deník vznikl po vzoru slovenského formátu, jehož vydavatel poskytl technologické, informační a obchodní znalosti pro vznik periodika. Tento nezávislý deník si zakládá na podpoře předplatitelů. Tištěná verze deníku vychází pětikrát týdně a představuje výběr toho nejdůležitějšího z placeného webového obsahu. Nejedná se o formát tradičního periodika, kde převažují přehledy zpráv, ty jsou totiž rychleji k dispozici na webu, v tištěné formě jsou delší důkladně zpracované autorské texty, které přinášejí aktuální informace zasazené do širšího kontextu a mají hlubší vhled (Deník N, ©2018).

Aktuálně.cz patří pod společnost Economia a.s., která je vlastněna Zdeňkem Bakalou. Tato společnost dále provozuje například Hospodářské noviny, Ekonom, Respekt, Ihned.cz a další. Aktuálně.cz je internetový zpravodajský server, který je v současné době jedním z nejúspěšnějších titulů Economie. První čistě online deník v České republice vyšel poprvé 1. listopadu 2005 (Economia, ©2021).

Deník.cz patří do skupiny Vltava Labe media a.s. a jsou to regionální noviny. Portál Deník.cz přináší dvacet čtyři hodin denně bezkonkurenčně nejrozsáhlejší online zpravodajství ze 72 regionů České republiky. Deník.cz a regionální webové Deníky nabízejí čtenářům rozsáhlé zpravodajství, Deník.cz přebírá nejdůležitější regionální zprávy z jednotlivých Deníků, tak aby poskytoval rozsáhlé zpravodajství s celostátní působností. Vydavatelství patří mezi největší mediální domy v České republice, vydává 70 regionálních mutací Deníku, 70 regionálních týdeníků a 19 časopisů (VLTAVA LABE MEDIA, © 2005).

1.13. Etické kodexy vybraných médií

Tato kapitola se věnuje vybraným kodexům českých médií. Pro účel práce jsem vybrala etické kodexy, které jsou platné v roce 2021, a to jak pro tištěná média, tak i pro online média. Cílem této části práce je analyzovat obsah kodexů. Etický kodex Syndikátu novinářů je detailněji popsán v samostatné kapitole. Pro větší přehlednost jsem vytvořila tabulku (viz Tabulka 1).

iRozhlas – Etický kodex Českého rozhlasu stanovuje především zásady naplňování veřejné služby v oblasti rozhlasového vysílání, kodex je rozdělen na dvanáct částí. Pro předloženou práci byl nejpodstatnější článek o zpravodajských a publicistických pořadech a péči o informace, který je součástí oddílu specifických typů pořadů a dalších činností Českého rozhlasu. Etický kodex Českého rozhlasu, pod který spadá i zpravodajský server iRozhlas, se považuje za pomocníka a měřítko jednání pro pracovníky Českého rozhlasu. V souladu s posláním služby veřejnosti Český rozhlas především poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením rozhlasových programů. Dále poskytuje nestranné a nezávislé zpravodajství, informace, komentáře a analýzy. Český rozhlas si dále klade za cíl dostát povinnosti stát vždy na straně základních lidských práv a svobod. I tento profesní kodex zmiňuje, že pracovníci, kteří se podílejí na tvorbě služby veřejnosti, musí splňovat jak odborné, tak i mravní požadavky. Podle Kodexu je Český rozhlas povinen posuzovat, zda jejich obsahy nesměřují k prosazování obchodních či politických zájmů, dbát na ochranu soukromí příjemců, dále je povinen informovat posluchače o původu zdroje informací. V článku o zpravodajských a publicistických pořadech je dán důraz na zajišťování informací a nabízející prostor pro kritickou reflexi reality. Zpravodajství má podle etických norem nakládat s informací jako s hodnotou, kterou si nemůže nikdo přivlastnit nebo s ní obchodovat, a nakládá s ní s důrazem na přesnost a nestrannost a poctivých postupů dovolených právním řádem. Český rozhlas také striktně rozlišuje mezi informací zpravodajského charakteru a komentářem či hodnotícím soudem, není dovoleno vydávat domněnky za zprávy. Tento etický kodex reflektuje všechny referenční body, kromě plagiátorství, které zahrnuje analýza kodexů této práce, tedy – narušování soukromí, střet zájmů, práce se zdroji, uplácení, vztah k majiteli nebo inzerentům, klamání, osobní účast ve zprávě, referování o krizových situacích. Zákon ukládá, že porušení Kodexu se kvalifikuje jako porušení pracovní kázně podle speciálního právního předpisu dle zákoníku práce.

ČT24 – Kodex České televize byl schválen Poslaneckou sněmovnou Parlamentu České republiky 2.7.2003. Kodex si klade za cíl být jakýmsi vodítkem pro správné rozhodování při řešení konkrétních otázek a problémů. Cílem Kodexu je mimo jiné přispět k rozvoji veřejné služby, kterou chápe jako službu zajišťující přístup k informacím, kultuře, vzdělání a zábavě pro všechny občany. Kodex je členěn na několik článků, článek 5 se věnuje péči o informace ve zpravodajství a aktuální publicistice. Důležitým bodem je poznatek, který říká, že ve zpravodajství a aktuální publicistice České televize je dbáno na přesnost, nestrannost, zjišťování a ověřování skutečnosti a je striktně rozlišována zpráva a názor či komentář. Dále není dovoleno vydávat pouhé domněnky za zprávu. Kodex ČT říká, že zprostředkovávané informace divákům poskytují informace, které jsou důležité pro jejich všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů, proto je také povinna uvést vždy zdroj. Informace zde není chápána jako hodnota, jež si někdo může přivlastňovat na úkor diváků, informace musí být získávány jen za využití poctivých postupů. Zamlčení důležité informace nebo potlačení jejího aspektu je vždy bráno jako porušení kodexu. ČT podle kodexu utváří spektrum pořadů tak, aby obsah odpovídal aktuálním potřebám společnosti (například problematika životního prostředí, etnických menšin, znevýhodněných skupin aj). Česká televize si zakládá na poskytování nestranného a nezávislého zpravodajství, informací a komentářů. Pracovníci musí splňovat vedle odborných i mravní požadavky. Mezi další podstatné body kodexu patří bod, který říká, že ČT musí stát vždy na straně lidské důstojnosti a základních lidských práv a svobod. Kodex dále říká: *„Účelem existence veřejné služby je zajistit veřejnosti zdroj informací, kritické reflexe, umělecké tvorby a zábavy, které jsou chráněny před lobbistickými tlaky. Česká televize přispívá k vytváření prostoru svobody slova, myšlení a tvorby, v němž může vyrůstat demokracie. Informuje, poskytuje kritickou reflexi událostí, vzdělává a baví v ovzduší úcty k člověku, k jeho dílu i ke všem formám existence“* (Kodex České televize, ©2003).

Porušení Kodexu se kvalifikuje jako porušení pracovní kázně podle zvláštního právního předpisu, zákoníku práce. Tento odkaz na zákoník práce značí, že z norem samoregulačních, se stávají normy pracovněprávní. Česká televize má kromě etického kodexu také Radu ČT a Etický panel. Rada České televize je podle zákona orgánem, jímž se uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu činnosti České televize. Rada ČT má patnáct členů, kteří jsou voleni Poslaneckou sněmovnou.

Etický panel je poradním orgánem generálního ředitele v otázkách profesní etiky, byl ustanoven v roce 2004 podle Kodexu České televize. Pět členů tohoto panelu přijímá stanoviska k eticky

sporným aspektům pořadů České televize, na základě výzvy od generálního ředitele ČT (Vše o ČT, ©Česká televize).

iDnes má etický kodex označen jako soubor pravidel, které platí pro všechny pracovníky včetně externistů, kteří se podílejí na tvorbě obsahu v médiích provozovaných společnostmi MAFRA. Dodržování stanovených standardů je základní podmínkou pro práci v redakci. Kodex má 21 bodů, mezi hlavní body patří například povinnost poskytovat čtenáři pravdivé, přesné a nezkrácené informace, redaktoři nesmí žádným způsobem poškozovat dobrou pověst médií a vydavatelství, při přebírání informací z jiných médií musí uvádět původ těchto informací a tak dále. Etický kodex společnost označuje také za závazek vůči čtenářům. Důležitým faktem je, že nedodržení kodexu má pro zaměstnance pracovně právní následky (Etický kodex novinářů mediální skupiny Mafra, ©2013). 7. 10. 2013 také vznikl dokument s názvem „Vydavatelský kodex médií provozovaných Společností MAFRA a.s.“ Tento dokument deklaruje nestrannost na politických stranách, hnutích a jiných politických uskupení. Kodex uvádí: *„Politické zájmy vlastníka či jiných politických skupin ani mimomediální obchodní aktivity jediného akcionáře nejsou v redakční části médií vydávaných Společností nijak zohledněny. O všech aktivitách vlastníka a jím přímo či nepřímo ovládaných firem, spolků, sdružení a dalších takových subjektů informují redakce stejně a vyváženě, jako o všech ostatních osobách, které s vlastníkem spojeny nejsou.“* (Vydavatelský kodex médií provozovaných společností MAFRA, a.s., ©2013).

Deník N ve svém etickém kodexu uvádí, že jako novinářky a novináři cítí odpovědnost ke své profesi, a proto mezi své redakční pravidla zahrnují především pravdivě informovat veřejnost o věcech, které považují za důležité. Úvod kodexu uvádí: *„Jako novinářky a novináři, kteří cítí odpovědnost ke své profesi, mají rádi svoji zemi a věří, že bez pravdy není svobody a demokracie..., odpovědné rozhodování občanů a kontrola veřejné moci nejsou možné bez ověřených a fakty podložených informací,“* (Deník N, Etický Kodex, ©2018). V dalších bodech kodexu najdeme například zveřejňování pouze ověřených informací, kladení důrazu na ověřování zdrojů, důrazné oddělování zpravodajství a názorové texty, tyto body jsou označeny jako jedná motivace potřebná propsání textů Deníku N. Poslední bod se zajímá o vystupování členů redakce na sociálních sítích. Členové redakce musejí dbát, aby při svém vystupování jak na veřejnosti, ale také na sociálních sítích vždy působily jako zástupci Deníku N.

Etický kodex **Aktuálně.cz** obsahuje zásady redakční nezávislosti mediálního domu Economia, který provozuje on-line deník Aktuálně.cz. Tento kodex je účinný od 15. března 2015 a je platný pro všechny tištěné a elektronické tituly mediálního domu Economia. I tento etický kodex

začíná bodem odpovědnosti za pravdivé, úplné a nezkreslené informace. Tento kodex obsahuje jedenáct částí, které jsou blíže specifikovány. Jedním z důležitých bodů etického kodexu je ten, že tituly mediálního domu *Economia* podporují principy demokracie a tržní společnosti založené na volné konkurenci subjektů a neposkytují prostor propagaci extrémních názorů, které mohou směřovat k diskriminaci nebo potlačování lidských práv. Důraz je také kladen na to, aby se redaktori při své práci řídili zákony České republiky. Mediální dům *Economia* si podle svých slov klade za cíl být brán jako synonymum svobodné, profesionální žurnalistiky, a proto z iniciativy vlastníka zřídil Radu pro redakční nezávislost. Tato Rada, složená ze zkušených novinářů a mediálních expertů, má ručit čtenářům a veřejnosti za to, že práce redaktorů nepodléhá nepřiměřeným zásahům a redaktori pracují bez vlivu ze strany akcionáře. Společnost *Economia*, a.s. ve svém dokumentu reflektuje vztah vlastníka Zdeňka Bakaly k obsahu tvořeného mediálním domem. „*Jsme si vědomi konfliktu zájmů, ke kterému může dojít, protože akcionář mediálního domu *Economia* podniká v dalších odvětvích ekonomiky. Tento konflikt zájmů nesmí nikdy vést k tomu, abychom se informacím z těchto odvětví vyhýbali, psali o nich z důvodu konfliktu zájmů méně, více nebo jinak, než píšeme o jiných částech ekonomiky. Totéž platí o informacích o firmách, ve kterých má akcionář společnosti *Economia* majetkový podíl. Naší profesionální povinností je informovat o nich ve stejném rozsahu, jako by tento konflikt neexistoval. Není-li to zcela zřejmé ze samotného článku, vždy na konflikt zájmů explicitně upozorníme.*“ (Etický kodex Aktuálně.cz, ©2014).

Mezi poslední body tohoto profesního kodexu patří chování na sociálních sítích, společnost *Economia* respektuje právo každého redaktora na soukromý život, avšak redaktori musí při publikování na sociálních sítích dbát na to, že jejich postoje mohou být vnímané jako postoje titulů, pro které píšou. Svou činností rada usiluje o zlepšení mediálního prostředí a rozvoji novinářské kultury (Etický kodex Aktuálně.cz, ©2014).

Etický kodex **Deníků VLTAVA-LABE-MEDIA** si klade za cíl poskytnout každému členu redakce vodítka k tomu, jaké profesně-etické jednání se od něj očekává v rámci jeho pracovních povinností. Kodex tvoří 31 bodů. I tento kodex mezi své hlavní body zařazuje odpovědnost členů redakce za šíření včasných, úplných, pravdivých a nezkreslených informací. Členové redakce nesmějí žádnou informaci vědomě zatajit či zkreslit. Dále musí členové redakce rozlišovat faktické údaje od osobních názorů. Etický kodex má také zabránit zejména konfliktu zájmů. Porušení etického kodexu ze strany zaměstnance představuje porušení pracovní kázně a může tak vést ke ztrátě důvěry zaměstnavatele a může tak být i důvodem pro rozvázání pracovního poměru (VLTAVA LABE MEDIA, ©2018).

Tabulka 1: Formální komparace etických kodexů

| Médium/ vydavatelství | Syndikát novinářů ČR | iRozhlas/Český rozhlas | ČT24/ Česká televize | iDNES/MAFRA | Deník N | Aktuálně.cz/ Economia | Deník/ Vltava- Labe- Media |
|---|--|--|---|---|---------------------|--|-------------------------------------|
| Datum vytvoření | 1998 | 2004 | 2003 | 2013 | 2018 | 2011 | 2018 |
| Datum poslední aktualizace | 1999 | 2004 | 2003 | 2014 | neuveďeno | 2015 | neuveďeno |
| Zmínění sankcí | NE | ANO | ANO | NE | NE | ANO | ANO |
| Rozsah (počet stran) | 2 | 28 | 48 | 3 | 1 | 3 | 6 |
| Platnost pro | Závazný pro členy Syndikátu (zároveň vyzývá k jeho dodržování všechny novináře bez ohledu na jejich členství v syndikátu | Všechny stanice, zaměstnance a spolupracovníky Českého rozhlasu | Všechny stanice, zaměstnance a spolupracovníky České televize | Všechny zaměstnance tištěných titulů i online médii | Redakci Deníku N | Redaktory, všechny, kdo se podílejí na zpracování textových i obrazových materiálů (autoři, editoři, webeditoři, grafici, fotografové) | Členy redakce |

2. Metodika výzkumu

Předmětem výzkumu bylo etické chování profesionálních žurnalistů zaměřené na etické principy v českém mediálním prostředí. Praktická část obsahuje analýzu etických kodexů vybraných českých médií a dotazníkové šetření.

Výzkum, na jehož základě byla zpracována tato diplomová práce, v první části komparuje etické kodexy a klade si za cíl pochopit fungování českých médií, podle etických norem žurnalistické profese. Pro předloženou diplomovou práci byly klíčové etické kodexy vybraných médií z českého mediálního prostředí a etický kodex Syndikátu novinářů České republiky. Kodex Syndikátu novinářů byl vybrán, neboť Syndikát novinářů České republiky je chápán jako autoritativní organizace, která působí na našem území. Práce chápe etické kodexy především jako nástroj pro samoregulaci médií. Etické kodexy byly analyzovány na základě stanovených referenčních bodů, tak aby práce mohla sledovat, jak přistupují k eticky sporným bodům a jak se jednotlivé kodexy liší.

Druhou částí praktické části bylo dotazníkové šetření, skrze které se práce snažila získat vhled do každodenní praxe českých veřejnoprávních a komerčních médií. Objektem výzkumu byla schopnost žurnalistů reflektovat důsledky neetického jednání v každodenní praxi médií. Cílem výzkumu bylo zjištění, zda dodržování etických kodexů ovlivňuje práci novinářů a zda se liší jednání novinářů vzhledem k povaze daného média. Pro výzkum byly vybrány jak média veřejnoprávní, tak komerční. Dotazníkové šetření se zaměřilo na individuální rovinu mediálního systému, tedy na jednotlivé účastníky mediální komunikace, přesněji na mediální profesionály. Pro tento typ výzkumu byl zvolen kvalitativní přístup. Dotazování neprobíhalo standardně pomocí hloubkových rozhovorů, a to z důsledků vládních opatření v souvislosti s pandemií Covid-19. Dále bylo potřeba brát v potaz časovou vytiženost oslovených respondentů.

Výzkumnou metodou bylo tedy zvoleno dotazníkové šetření. Nejprve bylo definována problematika etického chování v českém mediálním prostředí. Dále byl stanoven záměrný výběr potencionálních respondentů, kterým byl zaslán dotazník v elektronické podobě. Bylo osloveno 20 potencionálních respondentů z řad šéfredaktorů, redaktorů z veřejnoprávních i komerčních redakcí, novinářů z lokálních i celostátních médií, zástupců Syndikátu novinářů České republiky, advokátů specializující se na mediální právo, zaměstnanců České televize a Českého rozhlasu. Zkoumaným souborem respondentů se stali především jedinci

vykonávající činnost v oblasti médií tak, aby pomohli pochopit jejich pohled na etiku české žurnalistiky. Respondenti měli za úkol vlastními slovy, na základě svých zkušeností a praxe, odpovědět na šest otevřených otázek. V dotazníku jsou zjišťovány verbálně vyjádřené názory, postoje a pocity, které jsou nám vědomě poskytovány vybranými respondenty (Sedláková, 2014). Respondenti tak měli volný a neomezený prostor pro vyjádření. *„Otevřené otázky poskytují respondentovi větší svobodu v odpovídání a mohou přinést odpovědi, které autor výzkumu vůbec nepředpokládal, nebo kterých si není vědom“* (Trampota a Vojtěchovská, 2010, s. 91). Cílem bylo získat od respondentů jejich zkušenosti, názory a poznatky, neboť to jsou právě oni, kteří se setkávají s problematikou spojenou s profesní etikou, která je také předmětem této práce. V popředí zájmu byly především otázky o etických kodexech, samoregulaci médií, mravních hodnotách novináře a eticky sporných případech z praxe.

Na otázky odpovědělo 10 respondentů z 20 oslovených. Počet získaných odpovědí byl dostačující, neboť jsou v odpovědích zastoupena jak tištěná, tak online média, celostátní i regionální média, média z veřejnoprávní i komerční sféry.

2.1. Praktická část

2.1.1. Analýza etických kodexů

V této kapitole se pokusím pomocí komparace porovnat etické kodexy vybraných tuzemských médií a etického kodexu profesní novinářské organizace Syndikátu novinářů České republiky. Cílem komparace vybraných etických kodexů je zjištění, jak jsou vybrané eticky sporné body do těchto dokumentů zahrnuté a jaké jsou v nich rozdíly. S ohledem na rozsah této práce není možné analyzovat všechny etické kodexy médií v České republice. Proto jsem při výběru brala ohled na to, aby byla zastoupena veřejnoprávní i komerční média, tištěná i online média. Při výběru médií byl brát zřetel na hodnocení Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky, jehož rating médií mi pomohl při výběru. Chtěla jsem tak docílit zahrnutí kodexů, které jsou platné pro nejznámější a zároveň nejrozšířenější mediální tituly. Pro analýzu jsem vybrala sedm etických kodexů.

Referenční body, se kterými budu kodexy porovnávat, jsem zvolila podle základních etických témat dle Moravce. „*Teorie novinářské etiky se snaží postihnout nejčastěji se vyskytující problémy a dilemata. Z rozboru a komparace jednotlivých kodexů stejně jako z rozhodnutí samoregulačních institucí můžeme vyvodit následující hlavní eticky sporné oblasti*“ (Moravec, 2020, s. 169). Mezi tato témata patří: narušování soukromí; střet zájmů; práce se zdroji; uplácení; vztah novinářů (redakce) k majiteli média či inzerentů; plagiátorství; klamání; osobní účast ve zprávě; referování o krizových situacích. Tyto etické oblasti práce nejprve blíže popíše a následně s nimi bude dále pracovat. Předložená diplomová práce si klade za cíl tyto nejčastější etické prohřešky novinářů najít v textech etických pravidel vybraných médií.

1) **Narušování soukromí** – za které se považuje porušování práv na ochranu soukromí jedince nebo skupiny, především se to týká nedodržení presumpce neviny nebo identifikace obětí či příbuzných obětí. V novinářské profesi se tento etický problém vyskytuje nejčastěji v případech, kdy novináři porušují právo na soukromí u osob veřejného zájmu. Mezi osoby veřejného zájmu patří zpravidla osoby pohybující se ve veřejné sféře a osoby, které jsou placeny z veřejných zdrojů, tedy politici, sportovci, vysocí úředníci apod. Právo na ochranu soukromí se vyznačuje jako právo fyzické osoby rozhodnout se, v jakém rozsahu a jakým způsobem mohou být informace o jeho soukromí sděleny druhým. Právo na soukromí patří mezi základní lidská práva a svobody, která jsou deklarována Listinou základních práv a svobod, která je

součástí Ústavy České republiky. K tomuto bodu se řadí i ochrana zdrojů informací („zdroj, který si nepřeje být jmenován“).

2) **Střet zájmů** – tento problém nastává, když je práce novináře v konfliktu s jeho dalšími mimopracovními aktivitami. Jako příklad se uvádí politická činnost novináře nebo poradenská činnost pro ekonomické či politické subjekty. Konflikt zájmů může pro novináře nebo celé médium znamenat ohrožení důvěryhodnosti ze strany čtenářů.

3) **Práce se zdroji** – tento bod se týká nejenom zdrojů z oblasti public relations, ale i zdrojů pocházejících z orgánů činných v trestním řízení či tajných a bezpečnostních služeb. Klade se důraz na kritické uvažování novinářů při práci se zdroji tak, aby novinář nebyl nikým manipulován. Do této eticky sporné oblasti spadá i ochrana zdrojů informací.

4) **Uplácení** – či přijímání dáreků v různých formách. Jde o finanční a hmotné výhody, které mohou být novinářům při výkonu jejich práce nabízeny. Za příklad se uvádí i uplácení informačních zdrojů novináři.

5) **Vztah novinářů (redakce) k majiteli média či inzerentům** – Tento bod reflektuje snahy vlastníků médií ovlivňovat práci redakce, především pak vydávané obsahy. V současné situaci je již v praxi zřejmé, že s žurnalistickými obsahy se zachází stejně jako s jinou ekonomickou komoditou a obsahy jsou předmětem obchodu. Ekonomická moc vlastníka tak často převažuje nad autonomií média a stává se nástrojem pro kontrolu média a novinářů.

6) **Plagiátorství** – je jevem, kdy při převzetí cizího textu, nebo jeho části, není uveden zdroj. Patří sem i přebírání zpravodajských nebo publicistických námětů bez uvedení původního média, která se danému tématu věnovala jako první.

7) **Klamání** – do tohoto bodu patří postupy novinářů, které mohou vést ke klamání či uvedení čtenářů v omyl. Jde především situace, kdy se novinář vydává za někoho, kým není, při snaze odhalit nějakou kauzu.

8) **Osobní účast ve zprávě** – situace, ve které se novinář snaží inscenovat událost tak, aby o ní mohl psát nebo je sám jejím účastníkem či svědkem, který nevyužije možnosti zabránit tragédii. Stěžejním bodem tohoto etického problému je situace, kdy se z novináře stává přímý účastník zprávy. Příkladem je novináře, který je svědkem pokusu sebevraždy.

9) **Povinné referování o krizových situacích** – Jako krizové situace se označují především mimořádné situace, při kterých jsou ohroženy životy lidí, zdraví občanů, životní prostředí nebo bezpečnost státu. Důležitá je hranice mezi nezbytným informováním veřejnosti a napomáhání

šíření tzv. „mediálního teroru“. Nejčastějším příkladem jsou teroristické útoky. Jako příklad se může uvést necitlivé referování novinářů při teroristických činech a jejich následcích. (Moravec, 2020, s. 169).

Ve zmíněných profesních kodexech jsem se snažila najít zmínky, které se týkají vybraných referenčních bodů. Pro větší přehlednost jsem vytvořila tabulku (viz Tabulka 2). Tabulka ukáže, pro lepší porovnání, z hlediska obsahu kodexů, kterým z referenčních bodů (etických problémů) se věnují a kterým se nevěnují. Tato komparace pomůže ukázat, který kodex z vybraných médií je nejuplněnější, nebo zda některý opomíná tyto důležité etické otázky.

Objevuje-li se výše zmíněný etický prohřešek v etickém kodexu daného média, v tabulce je napsáno ANO, není-li prohřešek v kodexu reflektován, v tabulce je zapsáno NE.

Tabulka 2: Obsahová komparace etických kodexů

| Etické téma / Médium | Syndikát novinářů ČR | iRozhlas | ČT24 | iDNES | Deník N | Aktálně.cz | Deník |
|--|-----------------------------|-----------------|-------------|--------------|----------------|-------------------|--------------|
| Narušování soukromí | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO |
| Střet zájmů | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO |
| Práce se zdroji | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO | ANO |
| Uplácení | ANO | ANO | ANO | ANO | NE | ANO | ANO |
| Vztah k majiteli/inzerentům | ANO | ANO | NE | NE | ANO | ANO | NE |
| Plagiátorství | ANO | NE | NE | NE | NE | NE | ANO |
| Klamání | ANO | ANO | ANO | ANO | NE | ANO | ANO |
| Osobní účast ve zprávě | NE | ANO | ANO | NE | NE | NE | NE |
| Povinné referování o krizových situacích | NE | ANO | ANO | NE | NE | NE | NE |

Analýza etických kodexů ukázala, že žádný z vybraných kodexů není zcela úplný. Body, které se v etických kodexech nejčastěji objevují, jsou body o informacích, které uvádí, že médium chce zprostředkovávat včasné, úplné, pravdivé a nezkreslené informace.

Všechny analyzované kodexy opomíjejí minimálně dvě problematické oblasti. Komparace ukázala, že nejvíce eticky sporných bodů reflektuje profesní kodex Českého

rozhlasu, pod který spadá i zpravodajský server iRozhlas. Etický kodex iRozhlasu opomíná pouze jedno téma, a to je oblast plagiátorství. Kodex upravuje téma skrze povinnost informovat o původu a zdrojích informací a materiálů. Avšak nikdy neuvádí pravidla pro přejímání cizích textů. V některých kodexech se objevují pasáže věnované problematice práce se zdroji, což by mohlo být považováno i za oblast plagiátorství. Ale nereflktují detailnější prvky, například přebírání cizích myšlenek nebo témat. Formulace v etických kodexech neobsahují slovo plagiát nebo plagiátorství, kromě kodexu Deník.cz, a definiční rámec tohoto problému je nejčastěji popsán velmi stručně.

Etický kodex zpravodajství iRozhlasu je specifický v tom, že přejal profesní pravidla od Českého rozhlasu, a ten se zaměřuje především na rozhlasové vysílání. Avšak druhá hlava se věnuje zpravodajství a publicistickým pořadům a péči o informace. V těchto částech už kodex reflektuje eticky sporná témata. Stejně je to u profesního kodexu zpravodajství ČT24, který se řídí etickým kodexem České televize. Kodex České televize v preambuli připisuje České televizi: „*Účelem existence televize veřejné služby je zajistit veřejnosti zdroj informací, kritické reflexe, umělecké tvorby a zábavy, které jsou chráněny před lobbistickými tlaky. Česká televize přispívá k vytváření prostoru svobody slova, myšlení a tvorby, v němž může vyrůstat demokracie. Informuje, poskytuje kritickou reflexi událostí, vzdělává a baví v ovzduší úcty k člověku, k jeho dílu i ke všem formám existence.*“ (Kodex České televize, ©2003).

Kodex ČT, oproti jiným kodexům, řeší oblast jazykového projevu, kterým by se měli řídit všichni zaměstnanci i externí spolupracovníci ČT.

Žádné komerční médium nereflktuje bod o povinném referování o krizových situacích, tento bod se objevuje pouze u Českého rozhlasu a České televize. Kodexy ČT a Českého rozhlasu tedy veřejnoprávních médií mají největší rozsah.

Etický kodex Syndikátu novinářů ČR je závazný pro jeho členy, ale zároveň vyzývá všechny české i moravské novináře k dobrovolnému dodržování bez ohledu na jejich členství v syndikátu. Tento dokument není moc obsáhlý, ačkoliv se věnuje téměř všem eticky sporným oblastem, ale velmi obecně. Dle mého názoru je tento kodex neaktuální. Neupravuje tak některé eticky sporné oblasti, které vznikají vývojem mediálního prostředí, například vlivem nových médií. Což považuji za největší negativum.

V etickém kodexu titulu Aktuálně.cz, iDnes.cz, se navíc objevuje bod o chování na sociálních sítích. Například iDnes tento bod upravuje takto: „*Redaktoři a ostatní pracovníci jsou reprezentanty MAFRA, a.s. Jejich vystupování nesmí žádným způsobem poškozovat dobrou*

pověst médií a vydavatelství. Platí to i při publikování a působení na sociálních sítích jako jsou blog, Facebook, Twitter atd., kde musejí mít na paměti, že budou stále spojováni se značkami, pro něž pracují.“ (Etický kodex novinářů mediální skupiny Mafra, ©2013). Tento bod naopak chybí kodexům ČT a Českého rozhlasu. V tomto případě musíme brát v potaz, že v roce vytvoření etického kodexu ČT a ČRo nebyly ve společnosti sociální sítě tak rozšířeny⁷.

Následně jsou popsány již zmíněné etické prohřešky tak, jak jsou reflektovány v analyzovaných profesních kodexech.

1) **Narušování soukromí** – Otázkou ochrany soukromí osob se věnují všechny kodexy kromě iDnes. V tomto případě je nutné zmínit, že profesní pravidla Deníku N uvádí pouze ochranu svých zdrojů. I tento bod však spadá pod narušování soukromí.

Deník.cz uvádí: „*Veřejně známí lidé ale požívají menší ochranu soukromí než veřejně neznámí občané. Důvodem je zvýšená odpovědnost veřejně známých lidí za jejich jednání vůči společnosti, jejich možnost ovlivňovat životy spoluobčanů a také jejich snadný přístup ke sdělovacím prostředkům v případě poškození*“ (VLTAVA LABE MEDIA, ©2018).

Často jsou součástí tohoto bodu i zmínky o respektování osob, a zejména dětí, které nejsou schopny vyhodnotit následky svých výpovědí.

2) **Střet zájmů** – konflikt zájmů ve svých profesních kodexech reflektují všechna vybraná média. Média se snaží předejít tomu, aby byla označena jako neobjektivní. Předcházením tohoto bodu se snaží docílit dobré pověsti a získat tak důvěru příjemců. Kodexy se shodují, že by se novinář neměl do konfliktu zájmů vůbec dostat, má-li pocit, že tato situace může nastat, je povinen to oznámit svému nadřízenému. Profesní pravidla Deníku.cz například uvádějí, že: *Osobní investice členů redakce nesmějí ovlivnit nezávislost psaní. Obecně platí pravidlo, že člen redakce nepíše o podniku, na jehož hospodářských výsledcích má zájem*“ (VLTAVA LABE MEDIA, ©2018).

3) **Práce se zdroji** – Tento bod je obsažen také v každém analyzovaném etickém kodexu této práce. Kodexy uvádějí, že redaktori jsou povinni uvádět zdroje i u přebraných informací z jiného média.

4) **Uplácení** – Kromě Deníku N se všechny kodexy shodují na tom, že novinář nesmí přijímat dary. Syndikát novinářů ČR zakazuje přijímat jakékoliv dary a výhody, které mohou být

⁷ Etický kodex ČT byl schválen 2.7. 2003. Například sociální síť Facebook byla spuštěna 4.2. 2004, Twitter 21.3. 2006.

spojeny s novinářskou činností nebo členstvím v Syndikátu. Ostatní kodexy však upravují výjimky, kdy dar lze přijmout. Zpravidla to jsou situace, kdy má dar symbolickou hodnotu nebo je neslušné dar odmítnout. Ve většině případů kodexy obsahují postup, jak dar přijmout (například přijmout dar jménem redakce, dar poté darován charitě). Jako příklad uvádím kodex iDnes.cz, který určuje hodnotu daru, který lze přijmout na 500,-kč. Pravidlo tento bod upravuje takto: *„Redaktor a fotograf může akceptovat dárky do hodnoty 500 Kč. Pokud dar tuto výši převyšuje a není zdvořilé ho v dané situaci odmítnout, platí pravidlo: dar přijmout s tím, že ho redakce věnuje na charitativní účely. To je nutné dárci vysvětlit“* (Etický kodex novinářů mediální skupiny Mafra, ©2013).

5) Vztah (redakce) k majiteli nebo inzerentům – Tento bod obsahují pouze tři profesní kodexy – iRozhlas, Deník N, Aktuálně.cz.

Profesní kodex titulu Aktuálně.cz přímo uvádí: *„Jsme si vědomi konfliktu zájmů, ke kterému může dojít, protože akcionář mediálního domu Economia podniká v dalších odvětvích ekonomiky. Tento konflikt zájmů nesmí nikdy vést k tomu, abychom se informacím z těchto odvětví vyhýbali, psali o nich z důvodu konfliktu zájmů méně, více nebo jinak, než píšeme o jiných částech ekonomiky. Totéž platí o informacích o firmách, ve kterých má akcionář společnosti Economia majetkový podíl. Naši profesionální povinnosti je informovat o nich ve stejném rozsahu, jako by tento konflikt neexistoval“* (Etický kodex Aktuálně.cz, ©2014).

6) Plagiátorství – Zcela překvapivě plagiátorství, jako hrubý profesionální prohřešek, obsahují pouze dva etické kodexy. V kodexech úprava plagiátorství není běžná. Z vybraných médií to jsou Syndikát novinářů ČR a Deník ze skupiny VLTAVA-LABE MEDIA. Titul Deník tento bod popisuje takto: *„Členové redakce se nedopustí plagiátorství. Jsou povinni uvést zdroje, z nichž čerpali“* (VLTAVA LABE MEDIA, ©2018).

7) Klamání – Tento etický problém se týká způsobu získávání informací, především při investigativní práci žurnalistů. Hlavním problémem je, že novináři pro získání informací zatajují svou identitu nebo příslušnost k danému médiu nebo používají skryté záznamové techniky (odposlech, skrytá kamera). Tyto prostředky jsou často označovány za nepoctivé. Všechny tyto případy považují etické kodexy za neetické a nepřijatelné. Etické kodexy nejčastěji uvádějí, že se zaměstnanec média musí zpravidla představit jako novinář. Příklad pravidla Českého rozhlasu: *„Pracovníci Českého rozhlasu vystupují při pořizování zvukových materiálů (nahrávání) tak, aby bylo patrné, že přísluší k Českému rozhlasu. Redaktoři neskrývají své jméno a příjmení, profesní totožnost ani příslušnost k Českému rozhlasu a pracovní*

zařazení (...)“ (©Kodex Českého rozhlasu). Jako výjimku uvádí například při testování kvality služeb nebo citlivé investigativní práce, Aktuálně.cz.

8) **Osobní účast ve zprávě** – Tento bod se objevuje v pravidlech České televize a Českého rozhlasu. Etický kodex Českého rozhlasu v článku o kritických situacích uvádí pravidlo, které říká: *„Pokud je na místě pracovník Českého rozhlasu dříve, než dorazí pomoc, je jeho povinností poskytnout nutnou pomoc postiženým a této povinnosti dát přednost před zpracováváním události“*. Další článek tohoto kodexu dodává: *„Způsob, kterým Český rozhlas o kritických situacích informuje, musí být věcný. V projevu redaktora nesmí převážet emoce. Povinností Českého rozhlasu je informovat o kritických situacích rychle, přesně, ale současně strážlivě, nikoli jich využívat ke zvyšování sledovanosti pořadů nebo zviditelňování redaktorů. Komentář nesmí vyvolávat paniku“* (©Kodex Českého rozhlasu).

9) **Referování o krizových situacích** – Na tento bod narazíme pouze v etických pravidlech Českého rozhlasu a České televize. Český rozhlas i Česká televize tento bod reflektují stejně, a to takto: *„V případě naléhavé potřeby je Český rozhlas připraven přerušit plánovaný program mimořádným zpravodajstvím“* (©Kodex Českého rozhlasu). *„V případě naléhavé potřeby bude Česká televize připravena přerušit plánovaný program mimořádným zpravodajstvím“* (Kodex České televize, ©2003).

2.1.2. Shrnutí analýzy

Z předložené analýzy vyplývá, že etické kodexy vybraných médií a Syndikátu novinářů ČR mají shodné body. Mezi shodné body patří narušování soukromí, střet zájmů a práce se zdroji. Tyto tři etické prohřešky jsou obsaženy ve všech mnou analyzovaných etických kodexech. Zkoumané dokumenty tedy obsahují body upravující porušování práv na ochranu soukromí jedince nebo skupiny, dodržování presumpce nevinny nebo identifikaci obětí, které spadají do oblasti narušování soukromí. Dále popisují body týkající se střetu zájmů, kdy je především kladen důraz na to, aby nebyla ohrožena důvěryhodnost novináře nebo celého média. Posledním shodným bodem je práce se zdroji, který nejčastěji popisuje nutnost uvádět původ zdrojů, důležitost důvěryhodných a na sobě nezávislých zdrojů nebo ochranu zdrojů.

Výsledkem komparativní analýzy je zjištění, že většina etických prohřešků, kterým by se profesionální novináři měli vyhýbat, je v etických kodexech zapracována. Největší rozdíly, jsou dle mého názoru, odrazem charakteru dané instituce či média. Kodexy veřejnoprávních médií jsou daleko obsáhlejší než kodexy komerčních médií.

Každý z analyzovaných kodexů odpovídá rozsahem i formou zaměření dané instituce. Například ČT a ČRo ve svých kodexech deklarují existenci služby veřejnosti a zajištění zdroje informací, kultury, vzdělání, umělecké tvorby a zábavy pro všechny občany. Z tohoto důvodu logicky vyplývá, že kodexy veřejnoprávních médií jsou rozsáhlejší a upravují více oblastí zájmu. Například kodex České televize není pouze vodítkem při správném rozhodování v eticky sporných případech, ale také představuje závazek kvality vůči veřejnosti (Kodex České televize, ©2003). V českém mediálním prostředí chápou etické kodexy veřejnoprávních médií jako stěžejní dokumenty. Tato práce reflektuje kodexy České televize a Českého rozhlasu, tyto dokumenty jsou z analyzovaných kodexů nejobsáhlejší.

Rozdíly etických kodexů jsou dány především rozdílným přístupem a určením priorit etického jednání u jednotlivých redakcí. Veřejnoprávní média a Syndikát novinářů ČR ve svých kodexech reflektuje a upravuje nejvíce etických prohřešků. ČT a Syndikát novinářů neupravují pouze dva referenční body. Kodex Českého rozhlasu pak opomíjí pouze jeden referenční bod. Oproti tomu u komerčních médií to jsou vždy minimálně tři a více etických prohřešků, které nejsou kodexem nijak upravovány. Další rozdílnosti najdeme například v bodech, které upravují sankce za porušení daného etického kodexu. Sankce zmiňují etické kodexy České televize, Českého rozhlasu, Aktuálně.cz a Deníku. Například ČRo dohodu o závaznosti Kodexu přikládá do obsahu pracovně-právních smluv. ČT uvádí, že součástí smluv uzavíraných

s externími spolupracovníky bude zpravidla ujednání o závaznosti Kodexu. V oblasti komerčních médií Aktuálně.cz a Deník.cz shodně udávají, že porušení zásad kodexu, může být důvodem pro ukončení spolupráce. *„Porušení etického kodexu ze strany zaměstnance představuje porušení pracovní kázně zaměstnance, přičemž může vést ke ztrátě důvěry zaměstnavatele v zaměstnance a může být i důvodem pro rozvázání pracovního poměru“* (VLTAVA LABE MEDIA, © 2005).

Na rozdíl od některých kodexů komerčních médií (například Aktuálně.cz, Deník N) tyto dokumenty neobsahují body o chování na sociálních sítích a internetu. Česká televize upravuje chování svých zaměstnanců na sociálních sítích novým dokumentem s názvem „desatero pro práci novinářů České televize na sociálních sítích“ (Médiář, ©2019). Tento dokument je považován za interní předpis a není součástí etického kodexu, proto ho tato práce nebude dále rozebírat⁸.

Druhý kodex veřejnoprávního média, tedy Českého rozhlasu, také neobsahuje bod upravující chování na sociálních sítích. I v tomto případě je nutné přihlídnout na rok vzniku etických kodexů⁹, v době vzniku těchto dokumentů nebyly v České republice ještě sociální sítě zcela rozvinuté a jejich používání nebylo ve společnosti tak rozšířené jako v současnosti. Ačkoliv téma chování na sociálních sítích nebylo obsaženo v referenčních bodech analýzy, shledávám toto téma jako důležité. Sociální sítě mohou být chápány, jako jakýsi protipól klasické žurnalistiky a stále častěji dochází ke střetům těchto dvou platform. Jak uvádí například Jane Singer, v jednu chvíli můžete být producentem zpráv a za minutu můžete být spotřebitelem. *„To je zcela odlišná situace od situace tradičních médií v prostředí, ve kterém jsou role mnohem méně proměnlivé a mnohem více úzce vymezené“* (Singer, 2008: 62). Nicméně tento způsob komunikace je dnes nejrozšířenější, a i tomuto fenoménu se média budou muset přizpůsobit. Nicméně i Český rozhlas reaguje na rozvoj sociálních sítích a chce stanovit pravidla pro sociální sítě ve formě pracovního řádu. Generální ředitel Českého rozhlasu René Zavoral chce mimo doporučení představit závazná pravidla chování zaměstnanců nejen Českého rozhlasu, ale i ostatních spolupracovníků v prostředí sociálních sítích a ve veřejném prostoru obecně (Rožánek, ©2021). Prozatím pro chování na sociálních sítích existuje v Českém rozhlase pouze sada doporučení, která mají charakter vnitřního předpisu. Jedná se o dokument s názvem *„Doporučení pro chování zaměstnanců a spolupracovníků Českého rozhlasu na sociálních sítích“*. Důvodem je, že zaměstnavatel je povinen respektovat Ústavou garantovanou

⁸ Tento předpis vznikl 18.10.2019, předpis je interní, není tudíž přístupný veřejnosti.

⁹ Kodex České televize byl schválen 2.6.2003, kodex Českého rozhlasu 5.11. 2004.

svobodu projevu, nemůže tudíž zasahovat do soukromí svých zaměstnanců tak, aby omezil jejich zákonem zaručené svobody¹⁰. Tento dokument není součástí etického kodexu, tudíž ho tato práce nebude dále rozebírat.

Na druhou stranu komerční média mají sice stručnější kodexy, ale z pravidla se věnují hlavním etickým otázkám. Výhodu u komerčních médií spatřuji v aktuálnějším zapracování nových etických výzev. Například chování na sociálních sítích u Aktuálně.cz, Deníku N, iDnes.cz. Nejdetailněji toto chování upravuje kodex Aktuálně.cz, který uvádí: „*Společnost *Economia* samozřejmě respektuje právo každého redaktora na jeho soukromý život. Redaktoři však musí mít vždy na paměti, že jejich postoje a názory mohou být vnímány jako postoje titulů, pro která píšou. Pro publikování na sociálních sítích (blogy, Facebook, Twitter, Google+ a další) proto musí redaktoři dodržovat stejná pravidla, která platí pro jejich práci obecně*“ (Etický kodex Aktuálně.cz, ©2014).

Formální komparace etických kodexů ukázala, že mezi nejstarším a nejnovějším analyzovaným etickým kodexem je rozdíl dvaceti let. Nejstarším analyzovaným dokumentem byl kodex Syndikátu novinářů ČR z roku 1998. Naopak nejaktuálnější kodex má Deník N. Veřejnoprávní média a Syndikát novinářů má velmi neaktuální etické kodexy, žádný z těchto kodexů nebyl aktualizován v posledních šestnácti letech. To vidím jako největší negativum.

Nejvíce odlišný je etický kodex Deníku N. Je to nejnovější médium a má tak nejnovější etický kodex. Tento kodex je ze všech analyzovaných dokumentů nejstručnější, ale přesto obsahuje všechny nejzásadnější body jako pravdivost informací, ověřené informace a zdroje, oddělování zpravodajství a komentářů atd. Tento kodex se liší spíše svou formou než obsahem. Není členěn do kapitol ani bodů, jako tomu je u ostatních etických kodexů. I přes velmi stručný obsah se oproti ostatním liší například zmínkou o chování na sociálních sítích.

¹⁰ V Doporučení pro chování zaměstnanců a spolupracovníků Českého rozhlasu na sociálních sítích je mimo jiné uvedeno, že osobní názor autora nesmí působit jako názor Českého rozhlasu.

2.2. Výběr respondentů a jejich představení

Praktická část diplomové práce si klade za cíl poskytnout vzhled do praxe českých médií a jejich reflexi eticky sporných problémů. Pro splnění cíle jsem vybrala kvalitativní přístup. Současná situace při psaní této práce, způsobená koronavirovou pandemií, mi neumožnila provést výzkum za pomoci hloubkových rozhovorů. Z tohoto důvodu byla využita metoda dotazníkového šetření. Zaměřila jsem se na jedince, kteří pracují v oblasti médií. Přesněji na profesionály z řad šéfredaktorů, redaktorů, zástupců Syndikátu novinářů ČR, zástupců České televize, Českého rozhlasu a nezávislých advokátů zabývajících se mediálním právem. Chtěla jsem tak docílit širšího záběru názorů z různých oblastí profesní žurnalistiky. Zaměřila jsem se na otázky týkající se tématu etiky, etických kodexů, samoregulace médií a eticky sporných příkladů z praxe. Skrze otevřené otázky se práce snažila získat odpovědi, které poslouží jako vzhled do každodenní praxe českých médií.

Respondenty jsem vybírala se záměrem oslovit zástupce různě zaměřených sdělovacích prostředků a z různých profesních pozic. Potencionální respondenty jsem záměrně volila tak, aby práce reflektovala odpovědi všech médií, které jsou zastoupené v praktické části – v komparaci etických kodexů vybraných českých médií. Tímto jsem chtěla především docílit rozmanitosti v odpovědích respondentů. Chtěla jsem také ukázat rozdíly mezi přístupem veřejnoprávních a komerčních médií. Seznam potencionálních respondentů jsem tvořila na základě rozložení českého mediálního prostředí, přesněji tedy abych oslovila odborníky ze všech hlavních zpravodajských aktérů. Zaměřila jsem se jak na online, tak i na tištěné zpravodajství.

V prvním kroku jsem potencionálním respondentům zaslala e-mail s prosbou na konzultaci mé diplomové práci. S ohledem na současnou situaci spojenou s pandemií koronaviru a také především s ohledem na pracovní vytíženost oslovených, jsem zaslala otázky pouze elektronicky. Tento přístup mi také umožnil oslovit více respondentů jak z hlediska profesní, tak i geografické oblasti a různých mediálních organizací.

Podarilo se mi oslovit různorodou skupinu profesionálů. Každý z mnou vybraných respondentů reprezentuje jiný typ média nebo je zástupcem profesní organizace, což se projevuje na různorodosti jejich názorů a odpovědí.

Radek Kedroň – novinář a šéfredaktor zpravodajského serveru iRozhlasu. Od 18.4. 2017 zahájil Český rozhlas provoz nového zpravodajského severu iRozhlas.cz, jehož šéfredaktorem se stal Radek Kedroň. V této práci zastupuje novináře veřejnoprávního média. V minulosti pracoval v reportérském oddělení Hospodářských novin a MF DNES, vedl domácí zpravodajství v časopisu Týden, dále také vedl zpravodajský server Lidovky.cz. Ve zpravodajství se věnoval například kauzám Rath nebo Nemocnice Na Homolce (Kedroň, ©iRozhlas).

Jakub Železný – novinář, redaktor a rozhlasový a televizní moderátor, v současné době je moderátorem v České televizi. Mimo jiné je pedagogem, přednáší na Karlově univerzitě v Praze (České televize, ©Jakub Železný).

Zdeněk Šámal – ředitel zpravodajství a sportu na České televizi. Dříve působil například jako redaktor, reportér, zpravodaj v Rusku, moderátor nebo šéfredaktor internetového zpravodajství TV Nova. V České televizi se podílel na zrodu zpravodajské stanice ČT24 (České televize, ©Zdeněk Šámal).

Doc. PhDr. Barbora Osvaldová – novinářka, autorka odborné literatury, vysokoškolská pedagožka a členka etické komise Syndikátu novinářů České republiky. Paní Osvaldová je také vedoucí katedry žurnalistiky na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK a je autorkou řady praktických i teoretických prací. Já jsem ji oslovila z důvodu toho, že předsedá Komisi pro etiku při Syndikátu novinářů ČR.

JUDr. Helena Chaloupková, Ph.D. – advokátka se zaměřením na právní služby pro sdělovací prostředky a realizaci svobody projevu. Specializuje se na mediální právo, autorské právo a další nehmotné statky. Jako externí přednášející působí na vysokých školách, přednáší o problematice autorského a mediálního práva. Je také autorkou publikací na téma zákonů a práv při vydávání periodického tisku nebo provozování rozhlasového a televizního vysílání či regulace reklamy aj.

Čestmír Franěk – novinář, dramaturg, zástupce šéfredaktora zpravodajství ČT a nyní ombudsman České televize. Post ombudsmana vznikl za účelem posílení komunikace České televize s veřejností. Jako další nezávislý orgán působí první ombudsman ČT od 1.9.2018.

Ondřej Dluhý – šéfeditor pro střední a severní Moravu v deníku.cz, který spadá do mediálního domu VLATAVA-LABA-MEDIA. Ondřej Dluhý je absolventem oboru žurnalistika na Univerzitě Palackého v Olomouci, nyní se zaměřuje na online žurnalistiku.

Pavel Tomášek – novinář, současný šéfredaktor Deníku N. V minulosti pracoval jako editor MF Dnes a Hospodářských novin, spolupracoval s českou redakcí BBC, později pracoval jako šéfredaktor Aktuálně.cz (v roce 2005 patřil k novinářům, kteří založili první ryze online český deník), podílel se také na projektu DVTV. V oboru žurnalistiky se pohybuje již od roku 1995 (Aktuálně.cz, ©Pavel Tomášek).

Petr Škarda – vedoucí redakce MF Dnes pro jižní Moravu. Mladá fronta Dnes je nejčtenějším deníkem skupiny MAFRA.

2.3. Analýza dotazníků

V této části práce jsem se zaměřila na mnou vybrané osobnosti české mediální scény, kteří byli představeni v předchozí kapitole. Těmto osobám jsem položila otázky týkající se etiky médií. S ohledem na současnou situaci týkající se pandemie koronaviru jsem místo hloubkových rozhovorů musela zvolit variantu dotazníkového šetření. Oslovila jsem profesionály z řad šéfredaktorů, redaktorů, zástupců Syndikátu novinářů ČR, zástupců České televize, Českého rozhlasu a nezávislých advokátů zabývajících se mediálním právem. Chtěla jsem tak docílit širšího záběru názorů z různých oblastí profesní žurnalistiky. Jak jsem již popsala v kapitole o metodologii výzkumu.

Níže práce popíše dané otázky a zdůvodní jejich vybrání pro dotazování. K otázkám práce dokládá vybrané odpovědi respondentů, především pro dokreslení kontextu. Veškeré odpovědi od všech respondentů práce dokládá v přílohách.

Vybraným osobám jsem položila šest otázek na téma etika české žurnalistiky.

1) Jaká struktura kontroly médií je podle Vás nejúčinnější?

Tato práce předkládá kapitoly týkající se profesní etikou, která má za cíl detailněji reflektovat, oproti obecnému právu, specifika dané profese. V novinářské profesi se objevují jako nástroje kontroly především etické kodexy. Touto otázkou práce cílila na otázku, zda je tento nástroj pro média nejúčinnější.

Respondenti u této otázky často zmiňovali důležitost vnitroredakční kultury a správně nastavené hierarchie uvnitř mediální organizace.

Jakub Železný z České televize, uvádí že média veřejné služby mají psané normy – zákon, který je zřizuje, statuty, kodexy, vnitroredakční normy a různé kontrolní mechanismy. Dále uvádí názor, že nejlepším kontrolním mechanisme pro média jsou konzumenti mediálního obsahu, tedy diváci. Naopak z pohledu novináře vidí jako nejdůležitější osobní integritu novináře, kterou vnímá jako nejlepší kontrolní mechanismus, dle něhož by se měl novinář řídit.

2) *Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?*

Jelikož práce reflektuje a analyzuje etické kodexy všech vybraných médií. Nabízela se otázka, zda je to z pohledu novinářů a lidí pohybujících se v blízkosti mediální praxe dostačující systém regulace. A zda se nejedná pouze o jakýsi signál veřejnosti, že se médium snaží usilovat o etické postupy.

U této otázky respondenti upozorňovali na limity etických kodexů. Většina respondentů nesouhlasí s tím, že by etické kodexy byly dostačující nástroj regulace médií. Avšak shodně také uváděli, že etické kodexy jsou dobrým vodítkem pro každého jednotlivce.

Zdeněk Šámal z České televize nevnímá etické kodexy jako dostačující systém regulace médií. Problém vnímá v tom, že pokud nejsou kodexy dodržovány představují pouze dekorativní prvek. Dále upozorňuje na fakt, že v České republice neexistuje obecně uznávaná profesní organizace a tím pádem vidí jako nejúčinnější regulaci skrze zákon. V souvislosti s tím také uvádí, že je nutné k tomuto dojít na základě odborné diskuse, ne zákulisními domlouvami, které vidí například v souvislosti s volbami do dozorčích rad veřejnoprávních médií.

Stejnou odpověď sdílí i Ondřej Dluhý z Deníku, který si také myslí, že etické kodexy nejsou dostačující. Poukazuje na fakt, že s etickými kodexy se v praxi setkává až ve chvíli, kdy na jeho nedodržování někdo upozorní. Myslí si, že tato situace na regulaci médií nestačí.

3) *Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo ankciováno?*

K této otázce mě dovedl fakt přítomnosti vícero názorů na existenci jednoho etického kodexu, který by se podobal zákonu nebo jím přímo byl.

U této otázky se odpovědi respondentů celkem lišily. Většina respondentů upozorňovala, že s tímto tématem je spojena velká řada otázek, na které není lehké odpovědět.

Respondenti poukazovali na problém rozdělení médií na seriózní a bulvární, problém vidí v tom, že tyto média nemohou mít jednotný etický kodex. Například Jakub Železný z ČT poukázal na historii českých médií. Uvedl, že by určitě neměl existovat jeden jednotný etický kodex. Tuto myšlenku dal do souvislosti s historickou zkušeností s jednotným svazem novinářů s povinným členstvím nebo jednou jednotnou politickou stranou.

V dalších odpovědích se objevovaly zmínky o pozici Syndikátů novinářů České republiky. Například paní Barbora Osvaldová upozorňuje na existenci kodexu Syndikátu

novinářů ČR, který vnímá jako jednotný etický kodex pro všechny novináře. V rozporu s tímto tvrzením je odpověď paní Heleny Chaloupkové, která zmiňuje, že v České republice neexistuje žádná všeobecně uznávaná instituce, která by byla autoritou, jež by mohla dohlížet na dodržování etických pravidel, tedy ani Syndikát novinářů ČR za ni nepovažuje. I v dalším případě se objevila zmínka o Syndikátu novinářů ČR. Petr Škarda z MF Dnes uvedl názor, že Syndikát novinářů jako stavovská organizace vyvíjí nízkou aktivitu a má nízké procento novinářů, kteří jsou jejími členy a chybí jí dostatečný respekt. A není tak reálné, aby se zapojila do utváření společného/univerzálního kodexu.

4) Je podle Vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?

Novináři ve své praxi často nemají prostor na dlouhé uvažování nad spornými situacemi, musí reagovat pružně a rychle. Mají-li čas si procházet etická pravidla, nemají jistotu, že v nich naleznou všechny situace, do kterých se novinář může dostat. Proto je nezbytné, aby každý novinář měl nastavené vlastní morální principy. Ačkoliv může existovat mnoho forem samoregulace médií, nezbytnou součástí je vždy i individuální hodnotový rámec každého jednotlivého novináře. Zajímalo mě tedy, jak to vidí mnou vybraní respondenti.

U této otázky respondenti zmiňují důležitost profesní vzdělávání novinářů, neboť se v současné praxi projevuje fakt, že novinářem může být každý. Avšak většina respondentů se shoduje na tom, že základem je morální integrita každého jedince. Ondřej Dluhý dokonce říká, že míchání profesionálů s amatéry je pro etiku novinářiny cesta do pekel. Zdeněk Šámal z ČT zmiňuje, že mravní hodnoty člověk nezíská prací v médiích, ale jsou výsledkem výchovy a vzdělání. Stejný názor vyslovil i Pavel Tomášek z Deníku N. A přidává názor, že pravidla se dají takzvaně vstřebat tím, že si je člověk osvojí každodenní praxí.

5) Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný?

Touto otázkou se práce snažila získat praktický příklad eticky sporného případu. Jelikož oslovení respondenti pracují pro odlišná média, bylo by přínosné porovnat jejich zkušenosti přímo z praxe.

V této části dotazníku se všichni respondenti shodli, že se s eticky spornými případy setkávají ve své praxi takřka denně. Paní Osvaldová ze Syndikátu novinářů, připomněla existenci Komise

pro etiku, která se podobným případům věnuje. Pro uvedení otázky do kontextu jsem vybrala následující odpovědi.

Přímo praktický příklad uvedl Petr Škarda, který odpověděl, že iDnes.cz a MF Dnes zpravidla neinformují o sebevražedných činech nebo činech psychicky narušených lidí. Příklad z Deníku uvedl Ondřej Dluhý, který zmínil příklad, ve kterém redakce dostala materiály, které obsahovaly natolik závažné věci, že je raději předali policii a nezveřejnili je.

6) *Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium?*

Poslední otázku jsem zvolila z důvodu současné éry, která je označována jako éra nových médií. Toto období se vyznačuje potřebou lidí – včetně novinářů komentovat každodenní dění kolem nich. Nástroji, které k tomu využívají, jsou sociální sítě, blogy nebo internetové diskuse. Chování novinářů v kyberprostoru je sledováno i vzhledem k tomu, že toto chování utváří obraz novináře v očích veřejnosti. Moravec (2020, s. 201) vidí tento fenomén jako etický problém a uvádí: „*Kyberprostor je navíc zrádný v tom, že značná část jeho uživatelů k němu přistupuje jako k soukromé sféře, byť jde o prostor navýsost veřejný, jenž pouze budí zdání prostoru soukromého*“ Novináři se tak mohou skrze jejich vystupování na internetu vystavit dalším eticky sporným situacím.

V otázce sociálních sítí se respondenti shodují na tom, že je nutná jakási zdrženlivost. Například Ombudsman pro ČT Čestmír Franěk tento fenomén označuje za velký současný problém a zmiňuje poučku, která říká, že novinář by na svém soukromém účtu neměl říkat něco, co by nemohl říct v novinách, na obrazovce na mikrofon. Tuto poučku zmiňuje i Jakub Železný. Radek Kedroň z Českého rozhlasu upozorňuje na skutečnost, kdy špatně zformulovaný tweet či nevhodná fotka na facebooku měly reputační dopad na celou značku. Názor Ondřeje Dluhého z Deníku je, že nic jako soukromý profil novináře neexistuje. Doslova zmiňuje, že novinář nemůže vystupovat jako soukromá osoba. Zdeněk Šámal z ČT upozorňuje na problém hranice mezi právem na Ústavou zaručený svobodný občanský projev a pravidly, které mají nebo musí dodržovat média. Obecně souhlasí s výše zmíněnou poučkou o tom, že by novinář neměl sdílet nic co by nemohl zveřejnit v médiu, kde pracuje.

Závěr

Cílem práce bylo zjistit a porovnat rozdílnosti mezi chováním veřejnoprávních a soukromých redakcí, v přístupu těchto médií k eticky sporným situacím. Dílčím cílem práce bylo definovat, jak vybraná média reflektují eticky sporné situace ve svých etických kodexech.

Hlavním cílem této diplomové práce bylo prostřednictvím komparace vybraných etických kodexů, poskytnou přehled etické situace v českém mediálním prostředí. Práce se snažila najít a porovnat způsoby, jak vybraná média reflektují eticky sporné prohřešky.

Práce pojímá dané téma jak z teoretického hlediska, především v kapitolách o mediálním právu, etice, žurnalistické profesi tak i z praktického hlediska. Praktická část této práce byla věnována analýze etických kodexů vybraných médií a dotazníkovému šetření s vybranými respondenty, kteří pracují v oblasti médií. Analýza přehledně ukázala, jaké jsou shodné body a rozdíly mezi etickými kodexy veřejnoprávních a komerčních médií v českém mediálním prostředí.

Při výběru analyzovaných etických kodexů byl brán ohled na zastoupení tištěných i online médií. K analýze bylo vybráno sedm etických kodexů, včetně etického kodexu Syndikátu novinářů České republiky. Syndikát novinářů České republiky byl do analýzy zařazen, neboť se jedná o jediné profesní sdružení novinářů v zemi. Za shodné body všech kodexů můžeme označit povinnost poskytovat čtenáři pravdivé, přesné a nezkreslené informace.

Z analýzy etických kodexů vyplynulo, že všechny zkoumané kodexy opomíjejí minimálně dvě problematické oblasti. Nejkomplexnější etický kodex má Český rozhlas, pod který spadá internetové zpravodajství iRozhlas. Tento kodex opomíjí pouze plagiátorství. Za další výsledek analýzy práce považuje ukázkou problematičnosti Syndikátu novinářů ČR. Práce vnímala Syndikát novinářů České republiky jako autoritativní sdružení profesionálních novinářů. Z toho plynula očekávání o příkladnosti etického kodexu tohoto sdružení. Preambule kodexu odkazuje na studii mezinárodních i národních dokumentů, na jejichž základě byl etický kodex vytvořen. Avšak tento dokument neprošel od roku 1999 žádnou aktualizací a jeho současná podoba neodpovídá požadavkům dnešní doby. I přes to Syndikát nabádá všechny novináře k jeho dodržování nehledě na členství. Neaktuálnost tohoto kodexu je jeho největším nedostatkem.

Veřejnoprávní média stanovují především zásady naplňování veřejné služby. Například kodex České televize mezi své cíle řadí přispění k rozvoji veřejné služby, kterou chápe jako službu zajišťující přístup k informacím, kultuře, vzdělání a zábavě pro všechny občany. Obě veřejnoprávní média od svých pracovníků vyžadují kromě odborných požadavků i mravní požadavky. Dalším bodem, kterým se liší od komerčních médií, je jazykový projev. Český rozhlas i Česká televize dbají o kultivovanost jazykového projevu.

Etické kodexy veřejnoprávních médií jsou oproti komerčním médiím velmi rozsáhlé a upravují detailněji všechny body. Jelikož jsou veřejnoprávní média spolufinancována z koncesionářských poplatků jsou na ně kladeny vyšší nároky, což vysvětluje značnou rozsáhlost etických kodexů u těchto médií. Česká televize i Český rozhlas se ve svých kodexech snaží obsáhnout co nejširší pole eticky sporných oblastí. Etický kodex Českého rozhlasu obsahuje všechny referenční body, které obsahuje analýza této práce. Jediný bod, který tento dokument neobsahuje, je plagiátorství.

Etické kodexy komerčních médií nejsou tak rozsáhlé jako kodexy veřejnoprávních médií. Dále tyto etické kodexy komerčních médií častěji upozorňují na svou redakční nezávislost. Vztah k vlastníkům je reflektován ve většině kodexů komerčních médií (Aktuálně.cz, Deník N, iDnes.cz). Největší rozdíl spatřuji v tom, že veřejnoprávní média nereflktují rozvoj sociálních sítí a jejich kodexy neobsahují body upravující chování zaměstnanců na sociálních sítích. Veřejnoprávní média toto chování upravují jen interními předpisy.

Jako velký nedostatek vidím celkově neaktuálnost etických kodexů. Kodexy byly často aktualizovány brzy po jejich vytvoření a v následujících letech už nikoliv. Tvrzení, že je to velké negativum, opírám opět o fakt, že současné technologie a postupná digitalizace médií proměňují profesionální práci novinářů. Šíření informací a obsahu na internetu, ať už skrze participativní žurnalistiku nebo online média, dodává tématu dodržování etických standardů nový rozměr. A média by měla v otázkách samoregulace na tento fakt brát zřetel.

Dílčím cílem bylo získat vhled do praxe českých médií a jejich reflexi etiky. Práce se svým obsahem zaměřila na zkoumání zkušeností respondentů z mediálního prostředí. Počátečním cílem práce byla analýza skrze metodu hloubkových rozhovorů s profesionálními žurnalisty. S ohledem na koronavirovou pandemii a souvisejícími vládními opatřeními, bylo nutné zvolit metodu dotazníkového šetření, která probíhala pomocí emailové korespondence. Cílem rozhovorů bylo zjistit postoj respondentů k současnému stavu samoregulace médií,

etickým kodexům a jejich uplatnění i etickým prohrěškům. Skrze otevřené otázky práce získala odpovědi, které slouží jako vhled do každodenní praxe českých médií.

Výsledkem dotazníkového šetření je poskytnutý pohled na praktickou činnost českých médií. Záměrem bylo získat odpovědi týkající se tématu etiky, etických kodexů, samoregulace médií a eticky sporných příkladů z praxe. Zodpovězením otázek respondenti umožnili získat zajímavé pohledy a názory na problematiku sporných etických situací, kterým jsou novináři při své každodenní práci vystavováni. Praktické zkušenosti respondentů lze považovat za jeden z hlavních přínosů této práce. Za konkrétní příklad z praxe lze označit odpovědi na otázku, zda se respondenti někdy ve své profesní praxi setkali s případem, který byl eticky sporný (viz. otázka č. 5. v dotazníkovém šetření). Všichni respondenti shodně odpověděli, že se s těmito případy setkávají téměř denně. Někteří uvedli konkrétní případy z praxe. Například iDnes.cz zpravidla neinformuje o sebevražedných činech nebo činech psychicky narušených lidí. Dále byl uveden příklad neetického článku z iRozhlasu. Při srovnání dvou databází, jež porovnávali volební preference u lidí, kteří aktuálně nejčastěji umírají kvůli koronaviru. Jelikož je etická linie vnímána individuálně, tento článek vzbudil rozporuplné pocity i v samotném médiu. Ředitel zpravodajství ČRo Jan Pokorný označil článek v dnešní době za necitlivý, zatímco Radek Kedroň měl opačný názor. Odpovědi přinesly kromě reflexe aktuálního stavu české žurnalistiky i řadu nových otázek, týkajících se současné žurnalistické etiky.

Téma etických kodexů, které velmi úzce souvisí s etickými prohrěšky novinářů, bude i nadále v českém mediálním prostředí důležitým. Tento názor lze opřít o další aktuální problémy českých médií, příkladem je oligarchizaci médií, konvergenci médií, vzestupu online médií i občanské žurnalistiky. Etika novináře je spjata s jeho rolí ve společnosti, etika tak může být dobrým ukazatelem stavu společnosti. Důležitost etických kodexů spatřuji i v tom, že mohou sloužit jako vodítko pro nezávislé občanské žurnalisty. Proto je nezbytné, aby tento nástroj regulace fungoval co nejlépe.

Tato práce může přispět k dalším analýzám českého mediálního prostředí a problematice, týkající se žurnalistické etiky a etických kodexů. Současně diplomová práce může sloužit jako podklad k dalšímu zkoumání vývoje žurnalistické etiky.

Seznam použité literatury

- BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-871-6.
- BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6.
- ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5825-5.
- HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN 978-80-246-3752-5.
- HALLIN, Daniel C. a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-377-2.
- HRAŠKOVÁ, Jana. *Remišová, A.: Etika médií: Remišová, A.: Ethics of media*.
- JAKUBOWICZ, Karol. *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Verbum, 2013. ISBN 978-80-87500-38-5.
- JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005. ISBN 80-7178-925-9.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- KAŠPAR, Vladimír, ŠUBERTOVÁ, Zuzana (eds.). *Svoboda projevu a médií v mezinárodním právu a praxi*. Praha: Article 19, 1996.
- KROUPA, Jiří. *Mediální právo*. Brno: Masarykova univerzita, 2009. ISBN 978-80-210-4884-3.
- MCCHESENEY, Robert Waterman. *Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích*. Všeň: Grimmus, 2009. ISBN 978-80-902831-2-1.
- MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Přeložil Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.
- MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Přeložil Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, přeložil Roman HÁJEK, přeložil Marta CHROMÁ. V Praze: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9.

- MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2572-2.
- MORAVEC, Václav. *Proměny novinářské etiky*. Praha: Academia, 2020. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-3111-2.
- OSVALDOVÁ, Barbora a Radim KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3229-2.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9
- POTTER, W. James. *Media literacy*. Thousand Oaks: Sage Publications, c1998. ISBN 0761909265.
- POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. Právní monografie (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7552-335-8.
- POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií*. Praha: Leges, 2010. Student (Leges). ISBN 978-80-87212-48-6.
- RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. Přeložil Michal PACVOŇ. [Praha]: Mladá Fronta, 2003. Myšlenky. ISBN 80-204-1037-6.
- REMIŠOVÁ, Anna. 2010. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010. 310 s. ISBN 978-80-8101-376-8
- ROŽÁNEK, Filip. Šéf Českého rozhlasu chce závazná pravidla pro sociální síť. *Lupa.cz* [online]. Internet Info, 2021, 4. 2. 2021 [cit. 2021-04-01]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/sef-ceskeho-rozhlasu-chce-zavazna-pravidla-pro-socialni-site/>
- SPENCER, David. *The yellow journalism: the press and America's emergence as a world power*. Northwestern University Press, 2007. ISBN 978-0-8101-2331-1
- TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.
- VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. *Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi*. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2699-6.
- WEBER, Max, HAVELKA, Miloš, ed. *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: OIKOYMENH, 2009. Knihovna novověké tradice a současnosti. ISBN 978-80-7298-389-6.
- WARD, Stephen J. A. (2008). Global journalism ethics: Widening the conceptual base. *Global Media Journal -- Canadian Edition*, 1(1), 137-149. ISSN 1918-5901.

INTERNETOVÉ ZDROJE:

4TH EUROPEAN MINISTERIAL CONFERENCE ON MASS MEDIA POLICY. *Council of Europe* [online]. Praha, 1994 [cit. 2021-4-25]. Dostupné z: <https://rm.coe.int/0900001680919e59>

AKTUÁLNĚ.CZ: Pavel Tomášek. *Aktuálně.cz* [online]. Praha: Economia [cit. 2021-4-25]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/autori/pavel-tomasek/1~i:author:34/>

BARTOŇ, Michal. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis: Stručný nástin historického vývoje právní úpravy regulace sdělovacích prostředků na území ČR*. 2004. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2004, 441 s. ISBN 80-244-0804-x. ISSN 0231-9721. Dostupné na: http://oldwww.upol.cz/fileadmin/user_upload/Veda/AUPO/AUPO_Iuridica_5_6.pdf

ČESKÁ TELEVIZE: iReportér. *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize, 1996 [cit. 2021-2-20]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ireporter/jak-to-funguje/>

ČESKÁ TELEVIZE: Jakub Železný. *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize, 1996 [cit. 2021-02-14]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/jakub-zelezny/>

ČESKÁ TELEVIZE: Vše o ČT. *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize, 1996 [cit. 2021-4-25]. Dostupné z: https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/?_ga=2.99607262.1380695820.1616515868-1463158187.1603014912

ČESKÁ TELEVIZE: Zdeněk Šámal. *Česká televize* [online]. Praha: Česká televize, 1996 [cit. 2021-02-14]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/zdenek-samal/>

ČESKO. Čl. 12 ústavního zákona č. 110/1998 Sb., o bezpečnosti České republiky. In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 22. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1998-110#c112>

ČESKO. § 8 odst. 1 zákona č. 2/1969 Sb., České národní rady o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České socialistické republiky. In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 22. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1969-2#p8-1>

ČESKO. Čl. 17 usnesení č. 2/1993 Sb., předsednictva České národní rady o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součástí ústavního pořádku České republiky. In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 22. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1993-2#c117>

ČESKO. § 1 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů. In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 22. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1995-40#p1>

ČESKO. Čl. 1 zákona č. 86/1990 Sb., zákon, kterým se mění a doplňuje zákon č. 81/1966 Sb., o periodickém tisku a o ostatních hromadných informačních prostředcích. In: *Zákony pro*

lidi.cz [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 22. 4. 2021]. Dostupné z:
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-86#c11>

ČESKO. § 17 zákona č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon). In: <i>Zákony pro lidi.cz</i> [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 22. 4. 2021]. Dostupné z:
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-46#p17>

ČESKO. Čl. 4 zákona č. 14/2017 Sb., zákon, kterým se mění zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony. In: <i>Zákony pro lidi.cz</i> [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 25. 4. 2021]. Dostupné z:
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2017-14#c14>

DENÍK N: Etický kodex. Deník N [online]. Praha: N Media, 2018 [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://denikn.cz/eticky-kodex/>

DENÍK N: O nás. *Deník N* [online]. Praha: N Media, 2018 [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://denikn.cz/o-nas/>

ECONOMIA: Nejsme jenom noviny. *Economia* [online]. Praha: Economia, 2021 [cit. 2021-04-02]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/o-nas/>

EIBL, Milan. Zákon o střetu zájmů je špatně nastavený, dokazuje případ Ivo Valentý. *Transparency International* [online]. Praha: Transparency International, 2019 [cit. 2020-11-05]. Dostupné z: <https://www.transparency.cz/zakon-o-stretu-zajmu-je-spatne-nastaveny-dokazuje-pripad-ivo-valenty/>

ETICKÝ KODEX AKTUÁLNĚ.CZ. *Aktuálně.cz* [online]. Praha: Economia, 2014 [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/eticky-kodex/>

ETICKÝ KODEX NOVINÁŘŮ MEDIÁLNÍ SKUPINY MAFRA: *IDnes.cz* [online]. Praha: MAFRA, 2013 [cit. 2021-02-17]. Dostupné z: <https://redacni.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=346756>

EUROPEAN FEDERATION OF JOURNALISTS. Czech Republic: media freedom under pressure. *European federation of journalists* [online]. Brussels, 2019, 16. 10. 2019 [cit. 2021-02-25]. Dostupné z: <https://europeanjournalists.org/wp-content/uploads/2019/10/Czech-Republic-fact-finding-mission.pdf>

INTERNATIONAL COVENANT ON CIVIL AND POLITICAL RIGHTS. *United Nations human rights: Office of the high commissioner* [online]. New York: OHCHR-NY, 1996 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>

KEDROŇ, Radek. IROzhlas. *IROzhlas* [online]. Český rozhlas [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/radek-kedron-5000700>

KODEX ČESKÉHO ROZHLASU. *Rada Českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas [cit. 2021-02-16]. Dostupné z: <https://rada.rozhlas.cz/kodex-ceskeho-rozhlasu-7722382>

KODEX ČESKÉ TELEVIZE: Zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání [online]. 2003. vyd. Praha: Česká televize, 2003 [cit. 2021-03-07]. ISBN 80-85005-46-8. Dostupné z: https://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/kodex-ct/pdf/kodex-ct.pdf?_ga=2.268893169.1296548802.1619351930-272078348.1603124069

KŘIŠŤÁLOVÁ LUPA: Cena českého Internetu. *Křišťálová Lupa* [online]. Copyright © 1998-2021 Internet Info, 2020 [cit. 2021-02-21]. Dostupné z: <https://kristalova.lupa.cz/2020/vysledky/>

MEDIAGURU. Mapa vlastníků českých médií 2019. *MediaGuru* [online]. Praha: PHD, 2019 [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/03/mapa-vlastniku-ceskych-medii-2019/>

MEDIAGURU. Zpravodajské weby 2020: Na čele Novinky, v TOP 10 i nový web CNN Prima. *MediaGuru* [online]. Praha: PHD, 2021 [cit. 2021-02-17]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/01/zpravodajske-weby-2020-na-cele-novinky-v-top-10-i-novy-web-cnn-prima/>

MEDIAGURU. Čas na zpravodajských webech se v březnu téměř ztrojnásobil. *MediaGuru* [online]. Praha: PHD, 2020 [cit. 2021-03-11]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/04/cas-na-zpravodajskych-webech-se-v-breznu-temer-ztrojnasil/>

MÉDIÁŘ: Redaktoři ČT mají na sítích dbát na nové desatero. *Médiář* [online]. Praha: News Media, 2019 [cit. 2021-03-11]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/redaktori-ct-maji-na-sitich-dbat-na-nove-desatero/>

MEDIÁLNÍ SKUPINA MAFRA: O společnosti. *Mediální skupina Mafra* [online]. Praha: MAFRA, 2021 [cit. 2021-4-22]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

NADAČNÍ FOND NEZÁVISLÉ ŽURNALISTIKY: NFNZ vydal aktualizované a doplněné hodnocení zpravodajských médií. *Nadační fond nezávislé žurnalistiky* [online]. Praha, 2020 [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/aktuality/nfnz-vydal-aktualizovane-a-doplnene-hodnoceni-zpravodajskych-medii/>

NADAČNÍ FOND NEZÁVISLÉ ŽURNALISTIKY: Rating médií. *Nadační fond nezávislé žurnalistiky* [online]. Praha, 2020 [cit. 2021-02-13]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/rating-medii/zpravodajske/>

NEWMAN, Nic, Richard FLETCHER, Antonis KALOGEROPOULOS, David LEVY a Rasmus KLEIS NIELSEN. *Digital News Report 2017* [online]. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2017 [cit. 2021-01-05]. ISBN 978-1-907384-31-8. Dostupné z:

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

REPORTERS WITHOUT BORDERS. Czech republic. *Reporters without borders* [online]. Paris, 2020 [cit. 2020-11-25]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/czech-republic>

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY, Z.S.: Etický kodex. *Syndikát novinářů České republiky*, z. s. [online]. Praha, 1998 [cit. 2021-04-25]. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/etika/eticky-kodex/>

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY, Z.S.: Stanoviska komise pro etiku. *Syndikát novinářů České republiky*, z. s. [online]. Praha [cit. 2021-03-18]. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/etika/stanoviska/>

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY, Z.S.: O nás. *Syndikát novinářů České republiky*, z. s. [online]. Praha [cit. 2021-03-22]. Dostupné z: <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/>

SINGER, Jane B. The Journalist in the Network. A shifting rationale for gatekeeping role and the objectivity norm. University of Iowa. 2008 [cit. 2021-03-22]. Dostupné na: <https://core.ac.uk/download/pdf/39028973.pdf>

SOCIETY OF PROFESSIONAL JOURNALISTS. *Society of Professional Journalists: Code of Ethics* [online]. Nashville: Eugene S. Pulliam National Journalism Center, 2014 [cit. 2021-2-17]. Dostupné z: <https://www.spj.org/ethicscode.asp>

STRACHOTA K., WOLÁK R., SKALICKÝ J. Nahlédnutí do mediální kuchyně. In: *Být v obraze Zakázáno, povoleno* [televizní pořad]. Česká republika, 2011. ČT2 10. 12. 2011 10:25. Dostupné na: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10214728740-byt-v-obraze/210572233420013-zakazano-povoleno/obsah/182384-regulace-medii>

Transparency international. „*Zákon o střetu zájmů je špatně nastavený, dokazuje případ Ivo Valenty*“. Dostupné na: <https://www.transparency.cz/zakon-o-stretu-zajmu-je-spatne-nastaveny-dokazuje-pripad-ivo-valenty/> (Citováno dne 15.4.2021)

TUČEK, Milan. *Prestiž povolání – červen 2019*. Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i. Praha, 2019. Dostupné na: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4986/f9/eu190724.pdf (Citováno dne 15.2.2021)

VLTAVA MEDIA LABE: Etický kodex Deníků VLTAVA-LABE-MEDIA.[online]. VLTAVA LABE MEDIA a.s., 2018 [cit. 2021-03-11]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/komentare/eticky-kodex-deniku-vltava-labe-press-a-s-20181118.html>

VLTAVA MEDIA LABE: Denik.cz [online]. VLTAVA LABE MEDIA a.s., 2005 [cit. 2021-02-18]. Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz/online/denik-cz.html>

VYDAVATELSKÝ KODEX MÉDIÍ PROVOZOVANÝCH SPOLEČNOSTÍ MAFRA, A.S.:
IDnes.cz [online]. Praha: MAFRA, 2013 [cit. 2021-02-17]. Dostupné
z: <https://redakcni.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=365699>

WICHTERLOVÁ, Marie a Josef ŠLERKA. Oligarchizace médií není mýtus. *Nadační fond
nezávislé žurnalistiky* [online]. Praha: Nadační fond nezávislé žurnalistiky, 2020, 7. 12. 2020
[cit. 2021-4-25]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/oligarchizace-medii-neni-mytus/>

Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně
některých dalších zákonů (tiskový zákon). In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010-
2021 [cit. 22. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-46>

Přílohy:

Obrázek 1: Karikatura Miloše Zemena, časopis Reflex



Příloha: dotazníkové šetření

Dotazník č. 1 – **Jakub Železný**

1) *Jaká struktura kontroly médií je podle Vás neúčinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)*

Nejlepší kontrolní mechanismus v médiích vytvářejí ti, kterým se nepřekně říká „konzumenti mediálního obsahu“. Tedy diváci, posluchači, čtenáři...vím, že to zní trochu jako fráze, ale jsem o tom přesvědčen. A jinak: nevím, jak je to v komerčních médiích, ale v médiích veřejné služby je škála psaných norem: od zákona, který dané médium zřizuje, přes různé statuty, kodexy až po vnitroredakční normy, včetně nejrůznějších kontrolních mechanismů. To dle mého zcela postačuje. Ale to nejdůležitější je samozřejmě osobní integrita novináře. Ta pro něj vytváří ten nejlepší kontrolní mechanismus, dle něhož by se měl řídit.

2) *Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?*

Pro mne jsou závazné kodexy, které upravují mou konkrétní práci v konkrétním médiu, kde pracuji. Ale existuje určitě spousta kodexů, které mohou jako dobré vodítko a dobré doporučení posloužit. Ale opakuji, že nejlepší kodex má mít člověk sám v sobě.

3) *Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?*

Určitě ne! To by pak mohl existovat jeden jednotný svaz novinářů s povinným členstvím, jedna jednotná politická strana s doporučeným členstvím a nomenklaturní orgány této strany, které by vše řídily a upravovaly. Nepřipomíná to někomu něco? Mně ano. Normy, závazné pro všechny, mají být v zákonech. Vše další je otázkou dobrovolného sdílení, nikoli závaznosti a povinnosti!

4) *Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?*

Vynutit ne, to by bylo špatné. Naučit ano, ale to musí každý sám. Ve svém okolí, ve svém životě. Ze svých zkušeností, ze svého okolí.

5) *Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný?*

Určitě ano. Ale myslím, že posoudit to, co je na hraně či za hranou etiky, je dosti individuální. Snad jsem sám nikdy k ničemu takovému nepřispěl.

6) *Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium?*

Tady si úplně nejsem jist, jak odpovědět. Já sám se občas vyjadřuji na jediné internetové platformě a to, co tam píšu, mám dle svých vlastních norem nastavené tak, že bych totéž mohl kdykoli říci (třeba modifikovanými slovy, ale v podstatě stejně) i v televizním vysílání. A samozřejmě důsledně dodržuji všechna pravidla. I když – zde je nutno podotknout, že kdyby člověk chtěl, může tam napsat cokoli, co nikoho nebude urážet a nikdo mu za to nemůže nic říci, svoboda slova, která je vetknuta do českého ústavního pořádku zásluhou explicitní zmínky v Listině základních práv a svobod, je svobodou, kterou nelze žádnou vnitroredakční normou omezit. Jen – a toho se držím – ji lze dobrovolně si nevyužívat.

Dotazník č.2 – Radek Kedroň

- 1) ***Jaká struktura kontroly médií je podle Vás neúčinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)***

Podle mě ještě víc než nejrůznější kodexy je důležitá vnitroredakční kultura. Aby členové týmu dostali rychle pod kůži, o co se redakce snaží, jakou novinářinu chce dělat, jaká témata jsou důležitá a jak je obvykle zpracováváme. Kodexy pak vnímám jako nástroj, který se hodí především u hraničních incidentů.

- 2) ***Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?***

Ano. Kodexy nabízí základní rámec a oporu. Bez nich to nejde. V praxi bývá potíž spíše s jejich výkladem.

- 3) ***Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?***

Bylo by to fajn, ale kdo by to vymáhal? A respektovala by jej i bulvární média? A co ta dezinformační? Samé otázky.

- 4) ***Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?***

Na to já u svých lidí sázím. Když někoho přijímám, vždy zkoumám něco, čemu říkám cit pro spravedlnost. Klidně tomu řekneme moderně morální integrita. Důležité je, aby adepta novinářiny hnaly vyšší principy, nikoliv senzacechtivost.

- 5) ***Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný? (jako příklad eticky sporného případu ve své práci uvádím například karikaturu Miloše Zemana v Respektu viz příloha)***

Ano, mnohokrát. Dalo by se říct, že to řeším co týden. Protože i tu etickou linii vnímáme každý jinak. Naposledy například naši dataři srovnali dvě databáze a zjistili, koho obvykle volí ti, kteří aktuálně nejčastěji umírají kvůli covidu-19. Byl z toho slušný poprask na sítích a ředitel Zpravodajství Českého rozhlasu Jan Pokorný dospěl k závěru, že je ten článek v dnešní době necitlivý, a tedy i neetický. Já si to nemyslel.

- 6) ***Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium? (příklad: soukromé účty twitteru, na kterých se osobnosti vyjadřují bez ohledu na jejich profesní pozici)***

To je bohužel realita. Vnímám sociální sítě jako pracovní nástroj a tak je k němu nutné přistupovat. Pokud jej novináři používají k tomu, aby na nich prezentovali svou práci, nevyhne se přísnější kontrole i na této platformě. Příklady, kdy špatně zformulovaný tweet či nevhodná fotka na facebooku měly reputační dopad na celou značku, je bezpočet.

1) *Jaká struktura kontroly médií je podle Vás neúčinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)*

Existence norem a jejich pravidel, jejich vymahatelnost a jejich vymáhání. Elektronické média a zejména média veřejnoprávní mají situaci jasnou, kromě toho, že jejich činnost upravují zákony, jejichž dodržování garantují regulační, resp. dozorčí orgány, u printů a u webů takto jasně vymezená pravidla nejsou. ČT má kromě toho ještě vlastní kodex, přijatý poslaneckou sněmovnou a opět garantovaný dozorčím orgánem. Podobné vnitřní pravidlo najdeme i u jiných médií, kde je většinou výsledkem upřímné snahy média navenek prezentovat a dodržovat jasné normy. Někdy ale může jít o alibismus – prostě to dobře vypadá, a tak nějak se to ze strany veřejnosti očekává.

Ale ať už je důvod existence pravidel jakýkoli, pravidla mají smysl, pokud jsou zevnitř dodržována a uplatňována. To je jedním z úkolů redakční struktury řízení na všech stupních.

2) *Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?*

Nevnímám, protože pokud nejsou dodržovány, představují jen dekorativní prvek. Je ale otázka, zda neregulovaná média regulovat přímo zákonem. Ale v situaci, kdy neexistuje obecně uznávaná profesní organizace, akademický svět se jeví spíše dezintegrovaně a snad i bezradně a interakce v mediálním světě připomíná válku gangů, je zákon asi neúčelnější řešení – pokud se k němu dospěje i na základě odborné diskuse a nebude výsledkem zákulisní domluvy nějaké „hlasovací mašiny“, Jíž fungování vidíme například na volbách do dozorčích rad veřejnoprávních médií.

3) *Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?*

Bylo by to fajn, ale jeho vznik a smysluplná existence naráží na to, co jsem se snažil pojmenovat výše.

4) *Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?*

Není. Obecně jsem toho názoru, že neslušný člověk nikdy nebude ani slušným novinářem. Mravní hodnoty člověku nedává práce v médiích, ale jsou výsledkem jeho výchovy a vzdělávání, v ideálním případě celoživotního. Dá se vynutit pouze dodržování pravidel, a i to je občas těžké, protože leckdy je mnohoznačný výklad možný. Profesionál by měl předem tato pravidla znát a je věcí jeho svobodného rozhodnutí, zda je ochoten je dodržovat.

- 5) *Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný? (jako příklad eticky sporného případu ve své práci uvádím například karikaturu Miloše Zemana v Respektu viz příloha)*

Setkal jsem se s mnoha takovými případy a s uvedeným obrázkem měly velmi často společné to, že etickou spornost jim dodávalo vnímání ze strany recipientů, posuzovatelů a jejich osobních postojů. Za model můžu vzít pamětnický případ z 80. let z USA, kdy se prezident Reagan rozcvičoval před vysíláním a zažertoval na téma, že právě vydal rozkaz k jadernému bombardování Ruska. Netušil, že je nahráván, nebyl na to upozorněn a nahrávka se dostala ven a způsobila poprask. Bylo etické zachovat se k prezidentovi velkoryse nebo bylo povinností ukázat, jak uvažuje a chová se, když si myslí, že je mimo záznam? Z hlediska vlastní praxe se mi ovšem zdá, že se jedná o historku, která se neustále opakuje, samozřejmě s obvykle nesrovnatelnými geopolitickými dopady. Je etické pronásledovat respondenta na ulici s kamerou a mikrofonem, když opakovaně sdělil, že nechce odpovídat? Ale co když je jeho odpověď vyžadována v nezpochybnitelném veřejném zájmu? Tím chci jenom naznačit, že debata (a rozhodování) týkajících se takových případů je nekonečná, protože takové případy jsou součástí žurnalistiky. Zcela stranou pak ponechávám k rozhodování zcela jasné věci, které se týkají např. dětí, nemocných, obětí trestných činů, zemřelých, kdy jejich zájem, resp. úcta k nim, je v rozporu se zveřejňováním. To platí i o projevech souvisejících s teroristickými aktivitami.

- 6) *Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium? (příklad: soukromé účty twitteru, na kterých se osobnosti vyjadřují bez ohledu na jejich profesní pozici)*

Tato otázka souvisí s tím, kde je hranice mezi právem na Ústavou zaručený svobodný občanský projev a pravidly, která mají nebo musí dodržovat média. Obecně jsem přesvědčen, že dotyčný by neměl vyjadřovat nic, co by bylo za hranicí toho, co je přípustné zveřejnit v médiu, kde pracuje. Určit míru takového překročení není vždy prosté, ale pokud je překročena jednoznačně a neoddiskutovalně, ovlivnit jeho pracovní pozici by to mělo, To jsou ale vnitřní procesy, které se mohou odehrávat v různých stupních intenzity a ty mohou snad ovlivnit atmosféru uvnitř média, nikoli jeho fungování a především výstup.

1) *Jaká struktura kontroly médií je podle Vás neúčinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)*

Podle mě je účinný mix těchto přístupů. Kdybych si měl vybrat, tak větší význam přikládám správně nastavené hierarchii uvnitř mediální organizace.

2) *Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?*

Etický kodex podle mého názoru nemůže být nikdy sám o sobě dostačující pro regulaci čehokoli. Je to dobrý doplněk, ale vzhledem k problematickému vynucování kodexů a podobných pravidel bude vždy účinnější jiná forma regulace. Samotné kodexy jsou dobrým vodítkem pro každého jednotlivce, ale nemůže na nich stát celá „mediální kontrola“.

3) *Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?*

Myslíte jeden jednotný kodex pro všechny typy médií? Soudím, že vytvoření takového univerzálního etického kodexu by bylo složité už vzhledem k rozdílům, které panují třeba v novinových a televizních redakcích. Nějaké společné body/základy pro všechny novináře ale jistě existují, takže vytvoření univerzálního kodexu nepovažuji za nemožné. Do jeho tvorby by se zřejmě musela zapojit stavovská organizace, což je v našem případě Syndikát novinářů. Vzhledem k nízké aktivitě této organizace, nízkému procentu novinářů, kteří jsou jejími členy, a nepříliš velkému respektu vůči ní si nejsem jistý, jestli je to reálná vize. Nejsem si jistý, jestli by energie vložená do takového projektu mohla mít odpovídající výsledek. Sankcionování případných porušování je „bruslení na velmi tenkém ledě“. Kdo by o porušování rozhodoval? Respektovaly by takové rozhodnutí všechny redakce, nebo jen některé? O jaké sankce by šlo a jakým právem by byly vynucovány? Spousta otázek, málo odpovědí :c)

4) *Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?*

Mravní hodnoty se nedají vynucovat. Profesionální organizace a mediální domy by se jistě měly snažit, aby v jejich týmech nepracovali vyloženě nějakí šílenci, ale pokud jde o názory a morální nastavení, to je natolik privátní věc, že do ní nikdo nemůže nikoho nutit. Vynucování nějakého jediného správného pohledu na svět je nepřijatelné. Žádná podobná pravidla uznatelná napříč českými médii podle mého názoru neexistují. Na stejnou věc se zřejmě bude jinak dívat vedení/redakce veřejnoprávní televize a jinak vedení/redakce bulvárního webu. Hodnotový rámec novináře je důležitá věc, ale stejně jako u jiných osobnostních kritérií si nejsem jistý, jestli je reálné vytvořit nějaký systém, který by byl spravedlivý a dokázal by tyto věci vynucovat. Dostáváme se příliš blízko „myšlenkové policii“, kterou snad nechce zavádět nikdo. Naopak je fajn, když si čtenář může mezi médii vybrat, které více odpovídá jeho nastavení. Má na výběr a zvolí si. Kdyby všechna média „přemýšlela“ stejně, byla by to ukrutná totalitní nuda.

5) ***Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný? (jako příklad eticky sporného případu ve své práci uvádím například karikaturu Miloše Zemana v Respektu viz příloha)***

Sporné je kdeco, záleží na úhlu pohledu. Například na iDNES.cz a v MF DNES se zpravidla neinformuje o sebevražděných činech nebo činech psychicky narušených lidí. Samozřejmě pokud nemají nějaký výraznější dopad na společnost – určitě napíšeme o člověku, který se odpálí na náměstí, ale už se obvykle nepíše o člověku, který někde vyhrožoval, že si podřízne žíly. Nechceme se takto přiživovat na cizím neštěstí, když jde o věc, která nemá významný společenský dopad. V některých jiných redakcích takové pravidlo nemají.

Pokud jde o příklad z Respektu – mně osobně přijde tato kresba nevkusná a její vydání bych neschválil. Zároveň respektuji, že se v jiné redakci rozhodnou jinak – a já si o tom myslím své a jako čtenář se třeba příště rozhodnu, že redakci vysmívající se starým lidem nebudu podporovat nákupem časopisu, který vytváří. Jinou formu „trestu“ (třeba od profesní organizace) bych nepodpořil. Je to prostě věc osobního nastavení a je vlastně dobře, že čtenáři mají na výběr – buď jim takový humor vyhovuje a budou si ho kupovat, nebo nevyhovuje a mohou si koupit jiný titul, který chová vůči starým lidem větší respekt.

6) ***Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium? (příklad: soukromé účty twitteru, na kterých se osobnosti vyjadřují bez ohledu na jejich profesní pozici)***

Myslím, že novináři by neměli být egomaniaci, což se mnohým z nich v dnešní době nedaří. Platforem, kde mohou prezentovat své názory na cokoli a podléhat dojmu, že jsou středobodem vesmíru, je dnes hodně. Mnozí z nich si neuvědomují, že sice svými provokacemi a vyhrocenými statusy utvrzují své tvrdé jádro fanoušků, ale o násobky potenciálních nových fanoušků či čtenářů kvůli tomu přicházejí. Nemám vůbec nic proti tomu, když má novinář názor a prezentuje ho veřejně. Měl by ale vědět, že poté může být (a mělo by) na každý jeho článek pohlíženo jako na názorový text, nikoli čistě zpravodajský článek. Nemůžu někomu na twitteru vyhlásit svatou válku, radovat se z jeho neúspěchů a zesměšňovat ho...a pak psát rádoby zpravodajský text, který se týká dané osoby. To už záleží na osobním nastavení, určité „štábní kultuře“ každého novináře a jeho nadřízených. Je realita, že čistě zpravodajských článků ubývá a větší prostor dostávají napříč médii více či méně publicistické materiály – důležité je, aby se takové texty či reportáže netvářily jako nestranné a objektivní. Pokud je jasné, kdo je psal/točil a jaký má daný autor názor, je to OK.

- 1) ***Jaká struktura kontroly médií je podle Vás nejučinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)***

Etické kodexy obecně a rozpracované kodexy v redakcích, které se přizpůsobí médiu – rozdíl jsou jistě printy a online média.

- 2) ***Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?***

V tom problém není. Problém je v tom, zda novináři kodexy znají a zda vědí, že i jejich redakce nějaký má.

- 3) ***Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?***

Milá kolegyně, ten přece existuje. Je to kodex Syndikátu novinářů ČR. Najdete ho na webu SNČR. Krom toho funguje Komise pro etiku, která vydává stanoviska. Jak se k tomu postaví ta která redakce, je na ní. Některé to řeší, jiné ne.

- 4) ***Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?***

Tady je další problém – není definováno povolání novináře. Dnes v médiích pracuje leckdo. Na FSV UK máme dva předměty věnované etice, existují i knihy. Naši absolventi a absolventky by tedy měli být poučeni. Ale jak říkám, v redakcích je řada lidí, kteří vzděláváním neprošli, a pak to opravdu záleží na jejich citu pro etiku a morálku a na tom, co vyžadují jejich nadřízení.

- 5) ***Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný? (jako příklad eticky sporného případu ve své práci uvádím například karikaturu Miloše Zemana v Respektu viz příloha)***

V Komisi pro etiku o případech diskutujeme a hlasujeme. Ale jen o případech, které nám někdo pošle, nebo je najdeme my. Krom toho se vždy obracíme na obě strany sporu a chceme znát všechny dostupné podklady.

- 6) ***Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium? (příklad: soukromé účty twitteru, na kterých se osobnosti vyjadřují bez ohledu na jejich profesní pozici)***

Tohle řeší ve svých kodexech sama média – viz např. ČT nebo kodex Seznam Zprávy. Co se týče karikatur, k nám si nikdo nestěžoval. Navíc Respekt je na karikaturách postaven. Karikování jsou i redaktoři.

1. *Jaká struktura kontroly médií je podle Vás nejúčinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)*

Já bych etické kodexy snad ani neklasifikoval jako „kontrolu médií“. Spíš jako závazek, který si jednotlivá média dávají sama sobě. Kontrola by měla být kodifikována v zákonech a předpisech, jednotlivá média by si pak měla vypracovávat sama pro sebe etické kodexy. A jejich dodržování pak vyžadovat po svých zaměstnancích a spolupracovnících – v rámci hierarchie v redakcích.

2. *Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?*

Určitě ne, jak jsem nakonec napsal výše. U nás jsou bohužel dlouhodobě také velmi slabé profesní organizace, které by měly být nástrojem samoregulace. V tomto konkrétním případě Syndikát novinářů. Myslím ale, že je to i jných profesích.

3. *Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?*

Určitě ne. Média jsou rozprostřena od brutálně bulvárních až po sterilně seriózní, a tak nemohou mít stejné etické kodexy. Vzpomeňte si na Formanův film Lid versus Larry Flynt. Časopis Hustler jistě nemůže mít stejný etický kodex jako The Economist, deník Aha jako Česká televize.

4. *Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?*

Je pravda, že „starýho psa novým kouskům nenaučíš“, tedy, že mravní hodnoty zafixované v každém člověku rodinou, školou atd. jsou pro povolání novináře výhodou a základem. Pokud jsou vratké, musí se vynucovat zaměstnavatelem. A když to nejde, nebo je nemá ani zaměstnavatel, pak je to na tom kterém médiu poznat. I když možná ne okamžitě...

5. *Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný? (jako příklad eticky sporného případu ve své práci uvádím například karikaturu Miloše Zemana v Respektu viz příloha)*

V podstatě denně, neboť denně čtu monitoring. Velkými „výtečníky“ jsou pak internetová média, například Parlamentní listy. Ovšem ta, předpokládám, žádný etický kodex a etiku jako takovou nemají a nedodržují ani základní novinářské postupy a principy.

6. *Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium? (příklad: soukromé účty twitteru, na kterých se osobnosti vyjadřují bez ohledu na jejich profesní pozici)*

To je velký současný problém. Ve veřejnoprávních sdělovacích prostředcích zvláště. Svoboda slova a osobní svoboda novináře versus pozice jeho zaměstnavatele. Tou nejjednodušší poučkou je, že novinář by na svém soukromém účtu neměl říkat něco, co by nemohl říci v novinách, na obrazovce, na mikrofon. Signifikantní je, že dvěma hlavními tématy při inauguraci nového ředitele BBC bylo její financování a pak vyjadřování televizních tváří na soukromých internetových účtech...

1) *Jaká struktura kontroly médií je podle Vás nejučinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)*

Nejsem si jista, zda můžeme mluvit o kontrole médií – snad za jistých okolností o regulaci, a to ve smyslu článku 17. Listiny základních práv a svobod – v tomto případě jde o realizaci práva na svobodu projevu a také odpovědnost a v tomto smyslu může být svoboda projevu omezena zákonem, je-li to v demokratické společnosti nezbytné pro ochranu práv a svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, **morálku** a ochranu zdraví. S ohledem na to, co je výše uvedeno v zájmu odpovědnosti, kterou média mají, je nutné dodržovat taková „pravidla hry“ v rámci nichž je nutné vyvažovat právní, etická a ekonomická hlediska.

2) *Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?*

Nemůže být dostačující, když máme celou řadu limitů, které jednak garantují, ale i omezují svobodu projevu, a sice v rámci právního řádu.

3) *Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?*

Jak je obecně známo etika se zabývá morálkou či morálním jednáním. V žurnalistice jde především o odpovědnost vůči veřejnosti. Otázka sankcí přichází v úvahu s porušením právních povinností (např. např. nezveřejňovat nepravdivé informace, nezasahovat do soukromí atd.), pokud jde o porušení etických pravidel – může přicházet v úvahu odsudek na straně odborné veřejnosti a podobně, ale nejde o sankci v pravém slova smyslu.

Etická pravidla mají smysl, pokud je na nich shoda té části veřejnosti, které se týkají. V ČR není taková všeobecně uznávaná instituce, která by byla autoritou, jež by na dodržování etických pravidel dohlížela. Dle mého soudu jí není ani Syndikát novinářů.

4) *Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?*

Dá se zahrnout do vzdělávání novinářů, do vzdělávání v rámci profese. Osobně vidím ústup od profesního vzdělávání. Na příkladech z praxe se mohou novináři neustále vzdělávat a prohlubovat své znalosti. Samoregulace má v této oblasti obrovský význam. Ale, jak uvádím výše, taková autorita zde nyní není.

5) *Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný? (jako příklad eticky sporného případu ve své práci uvádím například karikaturu Miloše Zemana v Respektu)*

Ve své praxi se s tím setkávám neustále. Ale je to věc posouzení, co je a není za hranou. Je obecně známo, že politická karikatura může být velmi vyhraněná a je jejím znakem, že postrádá „laskavost“, naopak je tím včelím bodnutím, které nás vede k zamyšlení. A je také nepochybné, že různí lidé budou mít na věc různé názory. Ať už z hlediska

věku, vzdělání, politické a náboženské orientace atd. Otázka je, kdo má právo být tím SOUDCEM, který řekne co je správné.

- 6) *Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium? (příklad: soukromé účty twitteru, na kterých se osobnosti vyjadřují bez ohledu na jejich profesní pozici)*

Osobně doporučuji zdrženlivost. Zda může vyjadřování novinářů na soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici či zda má vliv na celé médium, je otázkou na kterou lze odpovědět, že může, neboť vždy záleží na konkrétní situaci, konkrétních okolnostech a konkrétní osobě.

- 1) ***Jaká struktura kontroly médií je podle Vás nejučinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)***

Etický kodex svého vydavatelství musí každý daný zaměstnanec znát, nicméně tyto kodexy vždy vycházejí z obecně platných principů novinářské práce. Ani sebelépe vytvořená hierarchie nedokáže zachytit všechny problémy, které mohou při výkonu povolání nastat, prostě šéf všechno neuhlídá. Proto považuji za nejdůležitější kontrolu tu vnitřní, každý redaktor a zaměstnanec v médiích by měl fungovat tak, aby nevznikaly žádné pochybnosti, a pokud si není jistý, má se poradit s nadřízeným. Lepší je se třikrát zeptat než udělat chybu, kterou pak následně vidí všichni. Pomáhá i vzájemná kontrola kolegů, tedy že i oni navzájem posuzují kvalitu a etické hledisko práce jiných v redakci.

- 2) ***Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?***

Ne. S etickými kodexy se v praxi setkávám ve chvíli, kdy na jeho nedodržování upozorňuje někdo, koho se nějakým pro něj nepříjemným způsobem dotýká naše práce. Většinou se stěžovatel snaží upozornit na nějaké ustanovení, které dle jeho názoru redaktor porušuje. Na regulaci médií to nestačí, protože etický kodex má pouze funkci preventivní, kontrolní v rámci daného vydavatelství, ale je to pořád jen jakýsi vnitřní předpis firmy bez větší závaznosti nebo vymahatelnosti. Jiná situace je u etických kodexů médií veřejné služby. Souvisí to s tím, že jejich zaměstnanci jsou pod větším tlakem na etiku své práce.

- 3) ***Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?***

Zajímavá myšlenka, v jednotlivých etických kodexech vydavatelství jsou opravdu velké rozdíly. U toho ale vyvstává spousta otázek. Může být jeden takový etický kodex přijatelný pro všechny hráče na trhu? Co je pro jednoho za hranou, druhý bere jako normální. Například zveřejňování záběrů ze sociálních sítí, která zachycují nějaké lidské neštěstí. Někdo to normálně používá, někdo ne. Vedlo by to k jakési uniformovanosti a svázání pravidel, myslím, že to na současném mediálním trhu prostě není možné. Co by bylo v případě porušení? Mohl by být takový etický kodex upraven zákonodárcem a přijat jako zákon? A byl by to potom ještě etický kodex?

- 4) ***Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?***

Naučit se to dá, ruku v ruce to jde ale s neustálou kontrolou ze strany vedení a upozorňování na špatnou cestu, kterou se redaktor rozhodl jít, že takto se to nedělá. Největším nepřítelem českých médií, a sami si tím režou pod sebou větev, je myšlenka, že do médií může přispívat každý. Stejně jako každý, kdo si koupí zrcadlovku a občas něco vyfotí, tak rozhodně není fotograf, s písmeny je to stejné. Potom dochází k neskutečnému rozmělnění pravidel, která by se měla dodržovat, míchají se profesionálové s amatéry a to je pro etiku novinářiny cesta do pekel.

- 5) *Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný? (jako příklad eticky sporného případu ve své práci uvádím například karikaturu Miloše Zemana v Respektu viz příloha)*

Ano, stává se to. Například se do redakce dostaly materiály, které obsahovaly natolik závažné věci, že jsme je předali policii a nezveřejnili. Považovali jsem za neetické, dávat tomu prostor. Občas máme etickou redakční poradu na téma sebevražd, tam jdeme případ od případu, zda zveřejnit nebo ne. Občas vás definuje i to, co neděláte. Potom jsou případy nevyváženosti, kdy redaktor dává jedné straně více prostoru než druhé.

- 6) *Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium? (příklad: soukromé účty twitteru, na kterých se osobnosti vyjadřují bez ohledu na jejich profesní pozici)*

Ano, nic jako “tento profil je soukromý a nevyjadřuje názory redakce” neexistuje. Novinář nemá žádnou pracovní dobu, po které by mohl sundat kabát na věšák a vystupovat jako soukromá osoba. Ze své podstaty je neustále zoon politikon, jeho vyjadřování ve veřejném prostoru vždy vrhá nějaké světlo na jeho zaměstnavatele.

- 1) ***Jaká struktura kontroly médií je podle Vás neúčinnější? (příklad: etické kodexy, vytvořená hierarchie v redakcích médií, jiná?)***

Jde zejména o jednoznačné oddělení zájmů vlastníka médií od redakční práce. To pochopitelně nemůže garantovat pouze etický kodex, ale například i nastavení jednoznačných interních pravidel, které budou všemi stranami respektovány a kontrolovány nezávislým orgánem typu redakční rady Deníku N.

- 2) ***Vnímáte etické kodexy jako dostačující systém regulace médií?***

Dostačující určitě ne, viz moje odpověď na první otázku.

- 3) ***Neměl by existovat jeden jednotný etický kodex, jehož porušování by mohlo být sankcionováno?***

Těžko si umím představit, že by se na jeho znění a zejména pak na jeho způsobu vymáhání shodla média napříč trhem.

- 4) ***Je podle vás hodnotový rámec novináře (tedy mravní hodnoty, které by měl každý profesionál dodržovat) něco, co se dá naučit nebo vynutit nějakou formou samoregulace žurnalistiky?***

Novinařina je řemeslo, její pravidla lze vstřebat tím, že si je osvojíte a každodenně uvádíte v praxi. Hodnotový rámec už má ale každý člověk utvořen sám a je jen na něm, jak je schopen ho garantovat.

- 5) ***Setkal/a jste se někdy ve své profesní praxi s případem, který byl eticky sporný? (jako příklad eticky sporného případu ve své práci uvádím například karikaturu Miloše Zemana v Respektu viz příloha)***

Určitě jsem se s takovým případem potkal, bohužel teď nejsem schopen v paměti zalovit po nějakém konkrétním.

- 6) ***Může podle Vás vyjadřování novinářů na jejich soukromém účtu ovlivnit jejich pracovní pozici nebo dokonce celé médium? (příklad: soukromé účty twitteru, na kterých se osobnosti vyjadřují bez ohledu na jejich profesní pozici)***

Ano, mohou, a je proto třeba zdrženlivosti ve vyjadřování a mít na paměti, že člověk vystupuje nejen za sebe, ale také za médium, pro které pracuje.

Seznam tabulek

| | |
|--|----|
| Tabulka 1: Formální komparace etických kodexů..... | 58 |
| Tabulka 2: Obsahová komparace etických kodexů..... | 63 |