

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Diplomová práce

2019

Alžběta Jarovská

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Svoboda slova 2.0 – pojetí svobody slova u současných
českých novinářů**

Diplomová práce

Autor práce: Alžběta Jarovská

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: PhDr. Jan Jirků, Ph.D.

Rok obhajoby: 2019

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 24. dubna 2019

Alžběta Jarovská

Bibliografický záznam

JAROVSKÁ, Alžběta. *Svoboda slova 2.0 – pojetí svobody slova u současných českých novinářů*. Praha, 2019. 65 s. Magisterská práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Školitel PhDr. Jan Jirků, Ph.D.

Rozsah práce: 119 576 znaků s mezerami

Anotace

Magisterská práce nazvaná Svoboda slova 2.0 – pojetí svobody slova u současných českých novinářů se zabývá aktuálním pojetím fenoménu svobody slova v českém mediálním prostředí, konkrétně v oblasti periodického tisku. Kontext svobody slova práce zkoumá jak ze sociologického a filozofického pohledu, tak z perspektivy právního řádu, jenž svobodu projevu v českých médiích reguluje. Důraz je kladen na roli tisku v demokratické společnosti a potřebu svobody slova pro její správné fungování. Nejsou opomenuty ani vlivy zasahující do novinářské autonomie a fenomén autocenzury jako významné restrikce omezující novinářskou svobodu projevu. Práce nabízí aktuální stav svobody slova dle neziskových organizací Freedom House a Reporters Without Borders a zaměřuje se i na nedávné kauzy spojené s ovlivňováním mediálního obsahu ze strany vlastníků v České republice. Provedený výzkum předkládá názory deseti etablovaných českých novinářů a potvrzuje předpoklady řady zahraničních studií, tj. že významnými omezujícími faktory svobody slova jsou především ekonomické subjekty jako inzerenti či mediální partneři, a také sami novináři vlastní autoregulací.

Annotation

Master's thesis entitled Freedom of the Speech 2.0 - the concept of freedom of speech among current Czech journalists deals with the latest concept of the freedom of speech phenomenon in the Czech media environment, specifically in the periodical press. The context of freedom of speech is explored both from sociological and philosophical perspective, as well as the legal restrictions that regulates the freedom of expression in the Czech media. Emphasis is placed on the role of the press in a democratic society and the need for freedom of speech for its proper functioning. This paper also deals with the factors influencing journalistic autonomy and the phenomenon of self-censorship as a significant restriction of freedom of expression. The work offers a current analyses of freedom of speech according to the non-profit organizations: Freedom House and Reporters Without Borders. It also focuses on recent cases related to the influencing of Czech media content by its owners. The research presents the opinions of ten established Czech journalists and confirms the assumptions of a number of foreign media researchers, which is that economic entities such as advertisers or media partners, and journalists themselves, are the most important restricting factors of freedom of speech.

Klíčová slova

Svoboda slova, svoboda tisku, role žurnalistiky, limity svobody slova, novinářská autonomie, regulace, samoregulace, vlastnictví médií, vlivy na svobodu tisku

Keywords

Freedom of Speech, Freedom of the Press, Role of the Press, Limits of the Freedom of Speech, Journalistic Autonomy, Regulations, Self-regulations, Media ownership, Affects on the Freedom of Press

Title

Freedom of Speech 2.0 - the concept of freedom of speech among current Czech journalists

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu PhDr. Janu Jirků, Ph.D. za podnětné a cenné rady při psaní mé práce. Děkuji mu za veškerou trpělivost a pomoc s mými častými dotazy, jeho přátelský přístup a dobrou náladu. Velké poděkování patří také mé rodině, jenž mě po celou dobu studia podporovala. V neposlední řadě děkuji všem novinářům a novinářkám, kteří se podíleli na mém výzkumu, a jejichž práce si nesmírně vážím.

Obsah

Úvod	1
1 Teoretická východiska práce.....	3
1.1 Definice základních pojmů.....	3
1.1.2 Svoboda slova a svoboda tisku.....	3
1.1.3 Svoboda slova z pohledu právního řádu.....	4
1.1.4 Periodický tisk.....	5
1.1.5 Vydavatel	5
1.1.6 Novinář.....	6
1.1.7 Elektronická periodika	6
1.1.8 Potřeba svobody tisku	7
1.1.9 Právní záruky svobody slova.....	8
1.2 O žurnalistice	9
1.2.1 Definice žurnalistiky	9
1.2.2 Definice tisku	9
1.2.3 Role tisku	9
1.2.4 Čtyři teorie tisku.....	10
1.2.5 Tisk jako čtvrtý stav moci	11
1.2.6 Kritika	11
1.3 Vlivy na svobodu tisku.....	12
1.3.1 Novinářská autonomie.....	13
1.3.2 Aktuální studie vlivů na novinářskou autonomii.....	14
1.3.2 Autocenzura	15
1.4 Právní regulace svobody slova	16
1.4.1 Regulace svobody projevu	16
1.4.2 Právní limity svobody projevu	17
1.5 Samoregulace	20
1.5.1 Etický kodex Syndikátu novinářů	21
1.5.2 Etické kodexy jednotlivých mediálních domů	22
1.6 Ekonomické vlivy na svobodu tisku	25

1.6.1 Vlastníci zkoumaných mediálních domů	25
1.6.2 Vývoj mediálního vlastnictví	26
1.6.3 ECONOMIA	27
1.6.4 MAFRA	27
1.6.5 BORGIS	28
1.6.6 CZECH NEWS CENTER	28
1.6.7 OUR MEDIA	28
1.6.8 SEZNAM.CZ	29
1.7 Aktuální stav svobody slova v České republice	30
1.7.1 Freedom House	30
1.7.2 Reporters Without Borders	32
1.7.3 Aktuální příklady ovlivnění redakčního obsahu	32
2 Metodika	35
2.1 Vlastní výzkum: Pojetí svobody slova u současných českých novinářů	35
2.1.2 Kvalitativní výzkum	36
2.1.3 Technika sběru dat	36
2.1.4 Polostrukturovaný rozhovor	37
2.1.5 Způsob výběru respondentů	37
2.1.6 Realizace rozhovorů	38
2.1.7 Témata dotazování	39
2.2 Výstup výzkumu	41
2.3 Analýza shromážděných dat	41
2.3.1 Osobní názor na stav svobody slova v českých médiích	41
2.3.2 Ovlivňování mediálního obsahu	42
2.3.3 Osobní zkušenost s omezováním svobody slova	44
2.3.4 Externí vlivy, které mohou zasahovat do redakčního obsahu	46
2.3.5 Zásahy vlastníků do svobody tisku	48
2.3.6 Autocenzura jako vlastní forma novinářské cenzury	50
2.4 Zodpovězení výzkumných otázek	52
Závěr	54
Summary	56

Použitá literatura	58
---------------------------------	-----------

Úvod

Porušením svobody slova může být kulka mířící na investigativního novináře, nebo jen zaklepání na dveře. (Mezinárodní federace novinářů)

Právo na svobodu slova je základním kamenem každé demokratické společnosti. Na těchto základech pak stojí jako pevný pilíř svobodný tisk. Utváří veřejné mínění, kontroluje mocenské složky ve státě a vede je k odpovědnosti. Stojí na straně občanů a stává se komunikačním kanálem mezi nimi a představiteli země (McQuail, 2016, s. 38). Jak představitelé, tak občané si uvědomují nezbytnost kritických a transparentních médií ke zdravému chodu společnosti. Tak tomu je v ideálním případě.

Jak poukazuje řada neziskových organizací sledujících úroveň svobody tisku (Reporters Without Borders, 2018, Freedom House, 2018) žurnalistika dnes čelí kritice a nátlakům i v prostředí, ve kterém byla dříve v bezpečí. Ve svobodné a demokratické společnosti. Na jedné straně stojí politici, jež nešetří slovními útoky na adresu médií, ale zároveň se snaží mediální obsah ovlivnit ke svému prospěchu. Na straně druhé čelí žurnalistika kritice a nedůvěře ze strany čtenářů. Tisk se tak ocitá v nelehké situaci, kdy mu jde doslova o všechno. Noviny musí bojovat o každého čtenáře i inzerenta, aby se na dynamickém trhu udržely. Kromě politických útoků čelí i tlaku ekonomických subjektů. Nejvíce pak trpí právě redakční obsah (Hanitzsch a Mellado, 2011, s. 409)

Mohlo by se zdát, že svoboda slova a potažmo i tisku je v demokratické společnosti samozřejmá. Může však novinář dnes svobodně psát na jakékoli téma? Nejde především o čtenost, zájmy vlastníka média či inzerentů? Má novinář prostor pro vlastní vyjádření, při každodenním tlaku a nedostatku času? Právě to jsou otázky, na které ve své práci hledám odpovědi. Domnívám se, že stejně jako se z původního World Wide Webu stal Web 2.0,¹ i z dřívějšího pojetí svobody slova se vyvinula tzv. svoboda slova 2.0. Svoboda limitovaná nejrůznějšími vlivy a tlaky mimo právní a etické normy. Svoboda slova 2.0 znamená novou éru novinářského projevu. Zdánlivě se zdá stále svobodná, dle mého názoru však čím dál tím více čelí hrozbám, jež svobodu narušují.

¹ Web 2.0 je termín pro ustálené označení etapy vývoje webu, v níž byl pevný obsah webových stránek nahrazen prostorem pro sdílení a společnou tvorbu obsahu. Tento pojem se nevztahuje k žádným technickým specifikacím, ale ke změnám ve způsobu, jakým jsou webové stránky navrženy a používány. Web 2.0 [Online]. 2018. Wikipedie. [2018]. [cit. 2018-03-27] Dostupný z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Web_2.0#cite_note-2

Svoboda slova je široký termín. Souvisí s rolí žurnalistiky v demokratické společnosti, svobodou tisku a vlivy, které tuto nezávislost ovlivňují. Ačkoli jsem si v tezi vytyčila zkoumat především historii svobody slova v českém tisku, posun od cenzury ke svobodnému tisku a podrobné zkoumání proměny svobody slova, rozhodla jsem se toto téma v průběhu studování odborné literatury zpracovat jinak. Nesoustředím se na historický vývoj svobody slova, ani stranický tisk. Zabývám se svobodou slova v mediálním prostředí, z pohledu nezávislého pozorovatele zároveň právem na informace a svobodou tisku jako takového.

Tisk zkoumám v doslovném slova smyslu – vzhledem k široké aplikaci svobody slova na všechny druhy médií se soustředím pouze na periodický tisk. V teoretické části se nejdřív zaměřuji na roli tisku v demokratické společnosti, dále svobodu slova, její právní regulace i samoregulace: etické kodexy. Zajímám se i o vlivy, které mohou novinářskou autonomii narušovat, aktuální výzkumy na toto téma, motiv autocenzury a současný stav svobody slova podle neziskových organizací Freedom House a Reporters Without Borders. V praktické části se snažím rozkrýt, jaké vlivy nejvíce zasahují do redakčního obsahu, a jaké s tím mají novináři osobní zkušenosti. Na tyto otázky se ptám v rámci polostrukturovaných rozhovorů s deseti českými novináři z šesti mediálních domů.

1 Teoretická východiska práce

Tisk a svobodu slova studuji z normativního pohledu. Dle McQuaila (2016, s. 38) jde o ideální vztah žurnalistiky a společnosti. Média jsou součástí veřejného dění, prosazují se díky nim zájmy společenských aktérů, promítají se do nich hodnoty společnosti i její zákony. Normativní teorie se dle autora snaží ohraničit působnost žurnalistiky a vytyčit její hranice.

McNair (2004, s. 25) považuje za normativní paradigma prostředí liberálních kapitalistických států západního typu, ve kterých ztělesňuje tisk intelektuální svobodu, a jeho nezávislost a rozmanitost je pro společnost a její politickou a kulturní pluralitu esenciální. Z normativního hlediska by tak média měla plnit roli tzv. hlídacího psa a čtvrté složky moci ve státě (*ibid.*).

Ačkoli se normativní teorie pro svůj nerealistický přístup často kritizují, jejich projevy jsou součástí médií i celé společnosti. Objektivita médií, hájení veřejného zájmu a plnění jejich společenské funkce jsou základními pojmy, se kterými normativní teorie pracují. Ve své práci proto zkoumám, jak by žurnalistika měla v ideálním případě fungovat, co se od tisku očekává, a jakých norem se svoboda tisku týká. V praktické části se pak snažím odhalit, jak moc se tento ideál liší od skutečnosti.

1.1 Definice základních pojmů

Než přejdu k podrobnému zkoumání svobody slova v českém mediálním prostředí, je potřeba definovat základní pojmy, se kterými budu v rámci studie pracovat. Vzhledem k tomu, že svoboda slova je široký pojem, jenž se vztahuje na celou mediální krajinu, zaměřuji se pouze na oblast periodického tisku. Svobodu tisku tak zkoumám v doslovném slova smyslu.

1.1.2 Svoboda slova a svoboda tisku

O svobodě slova můžeme jinak mluvit také jako o svobodě projevu, jenž zahrnuje jak svobodu mluveného slova, tak psaného i uměleckého projevu (Filip, 2001, s. 617). Ve své práci proto termín svoboda slova a svoboda projevu považuji za synonyma. Jako nadřazený pojem, kterému také věnuji pozornost, беру svobodu tisku.

Dle Pavlíčka (2006, s. 180-181) lze svobodu slova nejlépe vystihnout jako právo na vyjádření svých myšlenek, idejí, vědomostí, znalostí, představ a přání, a to jak vůči jednotlivcům, tak veřejně vůči komukoliv. Schultz (1998, s. 72) říká, že právo na svobodu názoru a projevu má každý. Toto právo zahrnuje svobodu zastávat názory bez zasahování

a vyhledávat, přijímat a šířit informace a myšlenky prostřednictvím jakéhokoli média a bez ohledu na hranice.

Slovník Dictionary.com dále definuje svobodu tisku jako právo na vydávání novin, magazínů a jiných tiskovin bez zásahů a omezení státu (pouze v rámci příslušných zákonů omezujících urážky na cti, obscénnosti či pobuřování atd).

Svoboda tisku proto zahrnuje svobodu slova pro všechny novináře i vydavatele a jinak aktivní subjekty mediálního prostředí. Jelikož se zabývám svobodou tisku, v dalších kapitolách rozebírám kromě svobody slova a příslušných právních regulací a samoregulací také tisk, jeho roli v demokratické společnosti a další nezbytné faktory, které je třeba znát ke komplexnímu pochopení pojetí svobody slova v současných médiích.

1.1.3 Svoboda slova z pohledu právního řádu

Svoboda slova vychází z čl. 2 odst. 3 Listiny základních práv a svobod (dále Listina), jako jedna z bazálních složek obecné svobody jednání (Filip, 2001, s. 618). Podle prof. Filipa jde o základní a také politickou svobodu. V právním měřítku ji zaručuje Ústava ČR článkem 10 jako občanské právo, ale je také označována jako společenská svoboda, jelikož se týká celé společnosti (*ibid.*). Dle autora je nutné chápat svobodu projevu nejen jako vyjádření subjektivního postoje, ale i jako pouhé sdělení objektivního faktu. Hlavním cílem Listiny je zaručit všem občanům svobodný život ve státě a možnost demokratické participace na politickém dění, čehož by bez svobody slova nebylo možné dosáhnout.

Svoboda projevu je stejně jako další práva a svobody *nezadatelná, nezcižitelná, nepromlčitelná a nezrušitelná (ibid.)*. Listina zaručuje kromě svobody projevu i právo na informace. „*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,*“ stojí v Listině dostupné online na stránkách Poslanecké sněmovny.

Dále je v článku 17 zcela zamítnuta cenzura. Svobodu projevu a právo vyhledávat a šířit informace můžeme omezit zákonem jen v případě, že jde o nezbytné opatření pro ochranu státu a svobodu druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti. Zároveň jsou státní orgány a orgány územní samosprávy povinny podávat přiměřeným způsobem informace o své aktivitě. Podmínky a provedení pak stanovuje zákon. Článek 17 zaručuje dle článku 3 Listiny svobodu projevu „*všem bez rozdílu pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, politického či jiného smýšlení, národního nebo sociálního*

původu, příslušnost k národnosti nebo etnické menšině, majetku, rodu nebo jiného postavení,“ (ibid.).

Prof. Filip uvádí, že svoboda projevu je i důležitou objektivní hodnotou, jenž se prolíná celým právním řádem – jak Listinou, tak Ústavou ČR. Existence sdělovacích prostředků je zaručena Ústavou, a to veřejně subjektivním právem, stejně jako existence vlastnictví u vlastnického práva, či existence politických stran u sdružovacího práva (Filip, 2001, s. 623). Právo na svobodu projevu mají dle zákona kromě všech fyzických osob i právnické osoby, do kterých spadají i mediální domy, vydavatelství a jiné mediální společnosti.

Autor vidí odlišnost v postavení jedince a novináře. Novinář na rozdíl od jedince realizuje jednotlivé body čl. 17 Listiny odděleně, kdežto novinář najednou. Jedná se o sběr informací, šíření sdělení, vyjadřování jednotlivých stanovisek i zasazování do souvislostí.

1.1.4 Periodický tisk

Ve své práci se soustředím na svobodu slova v oblasti periodického tisku. Tento pojem vymezit např. tiskovým zákonem. Periodický tisk je tiskovým zákonem definován jako oblast, do které spadají noviny, časopisy a další tiskoviny publikované pod stejným názvem a stejným obsahovým zaměřením, ve sjednocené grafické úpravě nejméně dvakrát ročně (Filip, 2001, s. 623). Legální definice periodického tisku používá ustálené označení noviny a časopisy. Jako noviny se označují deníky a zpravodajská periodika, ostatní periodika jsou nazývána časopisy. Do periodického tisku se počítají všechny tiskoviny vydávané na našem území, kromě těch určených pouze pro interní potřebu vydavatele a “úřední tiskoviny” - jako Sbírka zákonů či Sbírka mezinárodních smluv (ibid.).

1.1.5 Vydavatel

V dalších kapitolách rozebírám i úlohu vydavatele periodického tisku, a je proto potřeba definovat i tento pojem. Vydavatelem se může stát fyzická či právnická osoba, jež vydává periodický tisk. Tato činnost zahrnuje zajišťování obsahu periodického tisku, jeho vydávání a veřejné šíření. To vše činí vydavatel na svůj účet a odpovědnost (Pouperová, 2010, s. 27). Ať už se s pozdějším vývojem trhu činnost vydavatele změnila jakkoliv, jeho odpovědnost za médium zůstává stejná. Odpovědností vydavatele je myšlena povinnost nést všechny následky svého jednání či porušení právních povinností. Dále autorka uvádí, že ačkoli je podle tiskového zákona odpovědnou osobou za obsah vydavatel, (narozdíl od staré verze tiskového zákona, kde jím byl šéfredaktor i redaktor), odpovědnost redaktora za jeho činnost tím před zákonem

nezaniká. Jde však pouze o případy, kdy se obsah dostane do rozporu se zákonem. Právní odpovědnost za obsah jako takový redaktor nenese.

V Etickém kodexu Syndikátu novinářů je však uvedeno, že autor vždy nese osobní odpovědnost za všechny uveřejněné materiály. Dle autorky vydavatelům z právního hlediska nic nebrání v tom určovat obsahové zaměření ani konečný obsah publikovaných textů, v praxi však vydavatelé do konkrétní obsahové podoby textu nezasahují. Zda skutečně nepřevažují ekonomické či politické zájmy vydavatele se snažím zjistit v praktické části této práce.

1.1.6 Novinář

Úloze novináře a etickému kodexu se podrobněji věnuji v dalších kapitolách. Nejprve je třeba se podívat na definici novináře jako takového. Právní vymezení novináře v českých zákonech chybí. Jeho roli rozebírám v rámci úlohy tisku v dalších kapitolách ze sociologického a filozofického hlediska. Jen pro příklad, Pouperová ve své knize uvádí, že v belgických zákonech je novinář definován jako fyzická či právnická osoba, která samostatně či jako zaměstnanec shromažďuje, edituje, vyrábí a distribuuje informace pro veřejnost prostřednictvím sdělovacích prostředků (*ibid.*, s. 30).

1.1.7 Elektronická periodika

Ve své práci se soustředím na periodický tisk jak v tištěné podobě, tak elektronické. Je proto potřeba stanovit, co digitální žurnalistika obnáší, jaké má právní regulace a specifikace. Žijeme v době, kdy je online žurnalistika na vrcholu a téměř všechna média působící offline se snaží ulovit svůj díl pozornosti rychlého a značně přelétavého online příjemce (uživatele). Přestože se jedná o nejmladší žurnalistické odvětví, jde o jedno z nejvlivnějších.

Nástup internetové žurnalistiky byl enormně rychlý, a tak nebylo příliš času pro stanovení jasných pravidel, podle kterých na internetu publikovat. Také si internetová média nedokázala stanovit, co bude hlavním příjmem jejich práce (Bednář, 2011, s. 9). Nedostatek jasných pravidel internetové žurnalistiky potvrzují i právníci zabývající se mediálním právem.

Dle autora se většina odborníků shoduje na tom, že internetových verzí tištěných periodik se tiskový zákon netýká a nemusí jej proto dodržovat. Pouperová (2010, s. 30) však uvádí, že např. švédský tiskový ombudsman zastává úplně opačný názor, podle něj by pro internetová a tištěná média neměla existovat dvojí regulace.

Samotný internet se za periodickou tiskovinu považovat nedá, neboť je to prostor, který se skládá z různých druhů médií. Autorka dále připouští, že by online magazíny mohly být považovány za periodickou tiskovinu v případě, že spadají do zákonem stanoveného značení “jiné tiskoviny”.

V českém právním řádu regulace online médií chybí a řídíme se zde jen evropskými směrnici. Dle mého názoru je i nedostatečná právní reflexe aktuálního rozvoje internetových médií důvodem vzestupu tzv. fake news, neověřených zdrojů a špatné transparentnosti médií. Podle evropských směrnic mají online vydavatelé za obsah uložený na jejich serverech zodpovědnost v případě, že si byli vědomi faktu, že je obsah protiprávní, a neupozornili na to (*ibid.*, s. 39).

Zákonem by se tak měly řídit i online verze tištěných periodik. Jisté ale je, že právě v online prostředí se svobodě slova nekladou skoro žádné meze a vyvstává otázka, do jaké míry je to dobře či špatně, a zda již nenadešel čas dát i složitému internetovému prostoru bez jasných hranic mantinely.

1.1.8 Potřeba svobody tisku

Proč je v demokratické společnosti třeba dbát na svobodu tisku? Podle Weinbergera (1996, s. 76) je nutné si uvědomit, že informačními prostředky často disponují mocní jedinci (či skupiny), což může vést k značnému omezení svobody slova a přístupu k informacím a možnosti občanů se informovaně rozhodovat o veřejných záležitostech.

Chránit svobodu slova v médiích je důležité z mnoha důvodů, především ale odborníci zdůrazňují funkci tzv. společenského hlídacího psa (Bartoň, 2018, s. 14-15). (Podrobně se funkcím tisku věnuji v dalších kapitolách.) Ústavní soud nedávno toto novinářské poslání zařadil mezi oficiální možnosti, jak si nárokovat určité informace (*ibid.*).

Bartoň dále uvádí, že zrod ústavních států respektujících lidská práva již s existencí svobodných médií jako záruky svobody slova počítá. Listina práv a svobod ustanovená v USA roku 1791 zaručuje svobodu sdělovacím prostředkům a zároveň ukládá Kongresu do tisku nezasahovat stejně jako do svobody slova obecně. Lze tvrdit, že demokratické země reflektují roli médií v ústavě dvojím způsobem: buďto je role médií přímo zakotvená do Ústavy (byť jen zárukou jejich svobody a nezávislosti či dalšími technickými opatřeními), nebo si jejich roli vysvětlujeme jako součást svobody projevu (*ibid.*).

V České republice jsou média zakomponovaná do ústavy jen v čl. 12, kde se uznává jejich existence a vliv na informování veřejnosti tím, že mají média povinnost v případě a ohrožení země o mimořádném stavu povinnost občany informovat. Záruka svobodných médií a jejich pluralita se tak odvozuje z obecných garancí svobody projevu, tedy z čl. 17 Listiny, ačkoli přímá zmínka o sdělovacích prostředcích v listině chybí (*ibid.*).

Média by se dala zahrnout do práva na šíření názorů slovem, písmem, tiskem, obrazem nebo jiným způsobem, jak je v čl. 17 Listiny uvedeno. Dle Bartoně jde ale spíše o výčet možností, jak svobodu projevu aplikovat než o přímý odkaz na svobodu médií. Přesto odborníci považují článek 17 Listiny za ústavní záruku existence médií a povinnost státu mediální prostředí nenarušovat (*ibid.*). Svoboda tisku je dále zakotvena do Listiny v rámci zákazu cenzury, jenž je zamýšlena primárně jako ochrana před zásahy veřejné moci do mediálního obsahu (*ibid.*).

1.1.9 Právní záruky svobody slova

V době, kdy se přesto hojně hovoří o zásazích veřejné moci do mediálního obsahu (podrobným příkladům se věnuji v dalších kapitolách), je také zásadní ústavní záruka na pluralitu médií. Nezávislost na státu a možná eliminace zásahů do svobody slova je tím silnější, čím větší je pluralita médií v dané demokratické zemi (Bartoň, 2018, s. 17). Co nejširší obsahová diverzita sdělení ve veřejném prostoru má být totiž finálním cílem garance svobody projevu.

Stát se také snaží posilovat neutralitu médií, např. nedávnou novelou zákona o střetu zájmů (zákon č. 14/2017). Veřejný funkcionář nesmí provozovat televizní a rozhlasové vysílání, stejně tak vydávat periodický tisk, ani být nijak navázán na právnickou osobu, jenž je provozovatelem zmíněných mediálních odvětví (*ibid.*). Politickým zásahům by tak svoboda slova v médiích neměla být vystavena. Zda tomu tak opravdu je, je jeden z hlavních cílů mého praktického výzkumu.

Autor také upozorňuje na to, že český ústavní systém institucionální záruky médií opomíjí. Zatímco politické strany mají zajištěnu volnou soutěž, svobodný vznik, pluralitu, soupeření a postavení – médiím tato institucionalizace chybí. Jsou to ale právě média, která mají politickou moc kontrolovat. Ačkoli jsou média chráněná svobodou projevu a zákazem cenzury, obecné záruky na jejich existenci a svobodné působení v našich zákonech schází (*ibid.*).

1.2 O žurnalistice

Než se podíváme na konkrétní regulace svobody slova a vlivy, které ji mohou narušovat, zaměřím se ještě na obecné pojetí žurnalistiky a roli tisku v moderní společnosti. Je nutné porozumět tomu, proč je svoboda tisku pro společnost důležitá. Jak říká McQuail (2016, s. 25), žurnalistika se stala hlavním médiem veřejného projevu. Předkládá všem občanům informace a rady, aby se mohli samostatně rozhodovat a utvářet si názory. Bez novinářské práce nemůže v moderní společnosti vznikat opravdový veřejný prostor a širší veřejnost se nemá jak podílet na celospolečenských procesech samosprávy. Stejně tak je důležitá publicita pro spravedlivý a výkonný soudní systém (*ibid.*).

1.2.1 Definice žurnalistiky

Co je žurnalistika? Jde o konstrukci a zveřejňování zpráv o současných událostech, lidech nebo okolnostech veřejného významu či zájmu. Tato konstrukce se zakládá na informacích získaných z důvěryhodných zdrojů (*ibid.*, s. 33). Jelikož médií (neboli prostředků) pro zachycení těchto událostí může být hodně (grafické, zvukové či vizuální) (*ibid.*), soustředím se ve své práci primárně na periodický tisk a jeho digitální verze. Nabízí se proto definovat, co je tisk, jakou hraje v dnešní společnosti roli a proč je jeho svoboda důležitá.

1.2.2 Definice tisku

Termín tisk je podle McQuaila nadřazený pojem pro všechny činnosti novinářů, editorů, vydavatelů i organizací, jež se zabývají publikováním zpráv. Jednoduše lze říci, že jde o systém publikace a šíření myšlenek a zpráv napříč společnostmi, bez nichž by demokracie nemohla fungovat. Přesto ale autor upozorňuje na to, že žurnalistika ve svobodné společnosti jasně dané povinnosti vůči státu či jiným externím orgánům nemá. Novináři musí dodržovat daná pravidla a zákony (těm se věnuji konkrétně v dalších kapitolách), nemusí však z pohledu nějaké regulace plnit “vyšší” dobro. Přesto však lze napříč historií vypořádat roli tisku a jeho závazky vůči občanům.

1.2.3 Role tisku

Pro účely mé práce se soustředím pouze na roli tisku v demokratických režimech, kde je svobodný tisk a potažmo svoboda slova jednou z hlavních podmínek správného fungování dané společnosti (McQuail, 2016, s. 38). V demokratické společnosti se od tisku očekává role nosiče zpráv, tvůrce názoru a komunikačního spojení mezi občany a vládou (*ibid.*).

Řada odborníků se také shoduje na roli tisku jako tzv. hlídačím psa (watchdog). Jedná se o nezávislý dohled tisku na činnost vlády, podnikání a dalších veřejných institucí, s cílem dokumentovat, zpochybňovat a vyšetřovat tyto aktivity s cílem poskytnout veřejnosti i úředníkům aktuální informace týkající se veřejného zájmu (Overholsen et al., 2005, s. 169).

Obecně lze říci, že se od tisku a potažmo žurnalistiky obecně očekává plnění tzv. společenské role, jenž obsahuje vše, co jsme popsali výše a několik další věcí, jako spojovat občany s vládou a naopak, podporovat aktivitu společenských institucí, respektovat kulturní i společenské hodnoty a normy, stát na straně národních zájmů a pomáhat v době krize a nouze (McQuail, 2016, s. 40). Záleží však na každé společnosti individuálně, jaké tlaky na žurnalistiku převažují, a jakým vlivům, jež by ji mohly ovlivňovat, je vystavená.

1.2.4 Čtyři teorie tisku

Různá mediální prostředí a role tisku popsali např. Siebert, Peterson a Schramm (1956, 153 s.) ve své knize 4 teorie tisku. Pro účely mé práce si jen zběžně přiblížíme dva jimi popsané modely, které mohou v demokratické společnosti fungovat: libertariánský a sociálně-odpovědný model. Pochopit, na čem se filozofie těchto teorií zakládá, je nezbytné k teoretickému ukotvení svobody slova, její důležitosti a principů, na nichž staví.

Libertariánská teorie tisku podporuje maximální svobodu slova a snaží se o co nejmenší regulace a externí zásahy (*ibid.*, s. 7). Ve středu zájmu liberální společnosti stojí dle autorů blaho jedince, ne stát. Stát je pouze prostředkem a nezbytným systémem, který má jednotlivcům umožňovat naplnění svého potenciálu. Libertariánský model staví na myšlenkách Johna Milтона, Johna Lockeho a Johna Stuarta Milla, filozofii racionalismu a přirozených práv (*ibid.*). Hlavním posláním tisku je informovat, bavit i prodávat, vždy ale především hledat pravdu a zároveň kontrolovat vládu. Média jsou kontrolována pouze sama sebou v rámci dosažení pravdy na tzv. volném trhu myšlenek a soudy dané země. Tisk se tak má stát nástrojem dohledu nad mocenskými složkami ve státě a zároveň naplňovat i další potřeby společnosti (*ibid.*).

Spolu s libertariánskou teorií lze na české mediální prostředí nahlížet také z pohledu modelu sociální odpovědnosti. Jeho zrod vidí autoři v Americe 20. století. Kromě výše zmíněných funkcí má tisk za úkol především neustále vyvolávat diskusi. Média jsou v tomto modelu kontrolována chováním zákazníků, názory komunity, a hlavně profesními etickými kodexy. Vedle soukromých médií mohou fungovat také média veřejné služby.

Ať už je konkrétní podoba mediální systému v dané zemi jakákoliv, role tisku je nezanedbatelná. McQuail (2016, s. 56) uvádí, že svoboda tisku je často považována za základní kámen demokracie, její nezbytnou podmínku a také znak. Pro charakteristickou roli tisku v demokratickém prostředí se proto také zažil pojem čtvrtý stav ve státě (čtvrtá moc) (Schultz, 1998, s. 17-18).

1.2.5 Tisk jako čtvrtý stav moci

Na tisk se v tomto konceptu nahlíží jako na svébytnou složku moci vedle moci legislativní, exekutivní a soudní, ačkoli není formálně začleněna do Ústavy (*ibid.*, s. 19). Ideálně má být tisk nezávislý na vládním systému a má hájit zájmy všech občanů v rámci veřejného blaha. Stává se nástrojem pro artikulaci veřejného mínění a jeho hlavním cílem má být kontrola vládních složek a všech dalších subjektů, jenž stojí v centru veřejného zájmu (McQuail, 2016, s. 57).

Dále by měl tisk hájit zájmy občanů v dané zemi, zprostředkovávat komunikaci mezi nimi a vládnoucími složkami a přimět případně ostatní složky moci v případě pochybení k odpovědnosti. Tento stav se mnohdy od reality liší, dle McQuaila se však v demokratických zemích zpravodajská média stále snaží roli čtvrté složky moci naplňovat (*ibid.*).

1.2.6 Kritika

K ideální roli tisku existuje i řada kritických teorií. McQuail (2016, s. 62) uvádí, že média často navazují vztahy s politickými a ekonomickými subjekty, neplní své základní poslání a potažmo tak znevýhodňují občany. Opomíjí se také role alternativních médií a online médií. I z našeho mediálního prostředí známe několik případů, kdy tisk neplnil svou primární roli, a jak si ukážeme v pozdějších kapitolách, stojíme na přelomu toho, kdy si vlivní politici či podnikatelé dělají z médií vlastní mocenský nástroj. Možnost médií stát na straně občanů a hájit jejich zájmy je pak omezená a de facto je tím omezena i novinářská svoboda projevu. Kdo vše má na mediální obsah vliv a může být potenciálním omezujícím faktorem?

1.3 Vlivy na svobodu tisku

Tisk neexistuje ve vakuu a mnoho mediálních výzkumníků se proto snažilo odhalit, co vše ovlivňuje podobu novin po světě. Soustředí se zejména na politické determinanty, ekonomické tlaky, ale také struktury redakcí a pracovní postupy napříč médii. Svou roli také hrají politické názory novinářů a jejich vlastní vnímání novinářské role (Hanitzsch a Mellado, 2011, s. 404).

Shoemaker a Reese (1996, s. 101) nabízí jeden z nejvíce citovaných přístupů ve zkoumání vlivů na žurnalistiku. Jednotlivé zdroje vlivů jsou rozděleny do pěti úrovní: individuální úroveň, mediální rutiny, organizační úroveň, vnější vlivy, ideologická úroveň. Sparks a Reading (1998, s. 137) označili za faktory ovlivňující média: politiky, subjekty z byznysu, autority mediálních organizací a jejich zaměstnance.

Preston (2008, s. 6-13) nabízí typologii sestávající z pěti vlivů: individuální a organizační síly, mediální rutiny a normy, politicko-ekonomické, a také kulturní a ideologické faktory.

Studie Hanitzsche a kolektivu (2010, s. 7) provedená na 1700 novinářích ze 17 zemí světa odhalila 6 hlavních domén vlivu:

- **politický vliv** (představitelé vlády, politici, cenzura, lobbisté)
- **ekonomický vliv** (ziskovost médií, reklama, potřeby inzerentů, trh a publikum)
- **organizační vliv** (tady byly zjištěny dva hlavní proudy vlivu: interní z redakce a vnější od vedení či vlastníka)
- **procedurální vliv** (způsob práce, zvyky či konvence každodenní novinářské práce. Nejvýznamnější je nedostatek času a prostoru, stejně tak jako různorodě nastavené standardy a postupy v redakcích.)
- **profesní vliv** (pravidla, konvence a zvyky žurnalistické profese obecně a specifická nastavení dané redakce. Patří sem také právní normy.)
- **referenční skupiny** (samostatné dimenze zahrnující nejrůznější vlivy kolem novinářské práce: kolegové, konkurence, publikum ale i rodina či přátelé.)

Hanitzsch a Mellado (2011, s. 416-417) na základě své studie usoudili, že politický a ekonomický kontext jsou hlavní faktory ovlivňující novinářskou kulturu a mediální systémy, ačkoli sami dotazovaní novináři to tak nevnímali. Autoři to vysvětlují tak, že novináři již nevnímají tyto tlaky jako externí, ale začlenili je do přirozené součásti jejich novinářské práce.

To potvrzuje i McChesney (2003, s. 311), který říká, že korporátní a komerční tlaky na zprávy se často odehrávají nepřímo. Veřejnost i samotní novináři je mohou s těží odhalit.

1.3.1 Novinářská autonomie

Zkoumat úroveň svobody slova v novinářské práci znamená zkoumat také profesní nezávislost. Jak řekl Carpentier (2005, s. 204-205) svoboda slova je součástí novinářské nezávislosti. Jedná se o autonomii svobodně mluvit a publikovat, a to nezávisle, bez jakýchkoliv zásahů. Profesní autonomie je dle McDevitta (2003, s. 156) jedním z nejvýznamnějších požadavků na žurnalistiku. Jedině tak vzniká opravdová a kritická novinářská práce.

V praxi se autonomií označuje míra volnosti, s jakou může novinář vykonávat své pracovní povinnosti (Reich & Hanitzsch, 2013, s. 135). To znamená, kromě výběru témat i úhlu pohledu na danou věc, také to, jaké mohou použít novináři zdroje, a jaký mohou zvolit pro celou věc narativ (Sjøvaag, 2013, 158).

V institucionálním kontextu autonomie zahrnuje nezávislost na jiných společensko-politických institucích, především státu a trhu (Örnebring, 2013, s. 39). Z praktického pohledu pak mají největší vliv na mediální obsah editoři, primárně ve formě redakční politiky (Sjøvaag, 2013, 158).

Odborná literatura se dle Sjøvaaga shoduje na tom, že novinářská nezávislost je omezována především komerčními a korporátními tlaky, což způsobuje rostoucí zhoršení novinářské profese. Nejvíce nezávislost závisí na oddělení tisku a státu. Výzkumy v oblasti vnějších vlivů na novinářskou autonomií se svými výsledky liší. Dle průzkumu švédských novinářů mají na mediální obsah větší vliv inzerenti, diváci a politici, zatímco jiné studie ukazují nízký dopad politických a ekonomických faktorů na vnímání autonomie (*ibid.*, s. 159).

Herbert Altschull (1995, s. 52) ve své knize *Agenti moci* poukazuje na čtyři podmínky, na kterých závisí mediální obsah a jeho nezávislost: struktura vedení, komerční zájmy, neformální vlivy a tlaky zájmových skupin. Mezi faktory ovlivňující novinářskou nezávislost uvádí širokou škálu zainteresovaných aktérů od jednotlivců až po instituce: vládní nařízení a licence, zájmy vydavatelů, public relations a inzerenti, nepřímý vliv přátel a příbuzných, ale i lobbistických skupin, politických stran, odborů a náboženských skupin. Autor dále zdůrazňuje, že obsah tisku je přímo provázaný se zájmy těch, kteří jej financují.

Nízká úroveň novinářské autonomie je mnohdy vysvětlována jako strukturální problém. McChesney (2003, s. 310-311) říká, že vlastníci stále více tlačí na informování ve prospěch svých komerčních zájmů. Často tak dochází k omezení zdrojů, a zmenšování prostoru pro důležité zprávy (hard news). Veřejní činitelé a strategičtí komunikační pracovníci pak získávají větší kontrolu nad politickým zpravodajstvím. Mnoho odborníků se proto obává, že komerční sféra, ve které média působí, způsobuje krizi žurnalistiky. Zhoršující se úroveň novinářské autonomie pak může potenciálně poškodit demokracii.

1.3.2 Aktuální studie vlivů na novinářskou autonomii

Sjøvaag (2013, s. 155) ve své práci uvádí, že novinářská autonomie je v oblasti tvorby zpráv omezována na úrovni politické, ekonomické a organizační. O novinářské autonomii se vyjednává na editorské úrovni a procvičuje se v praxi při samotném psaní. Autor dále říká, že podle mnoha studií mají vyšší míru nezávislosti a kontroly nad svou prací novináři v roli nezávislých „hlídacích psů“. Jde o novináře působící v médiích nezávislých na reklamních a korporátních tlcích, jako jsou veřejnoprávní média, veřejně vlastněná média, malá vydavatelství či týdeníky a rádio.

Reich a Hanitzsch (2013, s. 135) ve své studii zkoumali, jak novináři z 18 zemí světa nezávislost vnímají. Zjistili, že autonomie může být omezována na dvou úrovních – vnější a vnitřní. Vnější rozměr souvisí s donucovacími silami omezujícími politickou nezávislost zpravodajské organizace, včetně politiky, státní cenzury, legislativy a regulace. Vnitřní omezení se vztahují na novinářskou svobodu rozhodovat se bez nátlaku vedení, komerčních faktorů a jiných sil uvnitř zpravodajského prostředí.

Úrovně novinářské nezávislosti lze dle autorů studie odvodit podle toho, jaké vlivy mají dle novinářů dopad na jejich práci. Autoři předkládají šest hlavních oblastí, které mají z pohledu novinářů ovlivňovat jejich nezávislost: spolu s politikou ohrožují nezávislost novinářů také ekonomické aspekty pomocí tlaků trhu, očekávání zisku, vlivu reklamy a inzerentů, a výzkumů publika. Organizační aspekty ohrožují profesní nezávislost skrz vlivy vlastnictví, struktury vedení a rozhodnutí editorů (*ibid.*, s. 136).

V praxi pak ovlivňují nezávislost především procedurální faktor jako jsou novinářské rutiny, uzávěrky a příslušné redakční zdroje. Dále také profesní normy a konvence, redakční politika a příslušná legislativa. Autoři poukazují také na možný vliv referenčních skupin jako jsou konkurenti a kolegové, publikum (čtenáři), a přátelé či rodina. Autonomii novináře může

v neposlední řadě ovlivňovat také typ média, žánr a příslušný mediální systém. Autoři v textu upozorňují na to, že vysoká profesní nezávislost mezi novináři koresponduje s vyšší mírou svobody tisku a nižší mírou zásah státu do médií.

Zjištění aktuálních výzkumů Reicha, Hanitzsche i Sjøvaaga беру jako hlavní podklad pro praktickou část mé práce, kde se v rámci výzkumu snažím zjistit, zda novinářů převládají externí tlaky, a to buďto politické či ekonomické, nebo interní tlaky ze strany vedení redakce i vlastníka daného mediálního domu.

1.3.2 Autocenzura

Oksana Olshevskaya (2013, s. 110-120) zkoumala faktory, které ovlivňují svobodu slova v masových médiích v současném Rusku. Mezi hlavní vlivy zařadila: legislativu týkající se médií a vládní kontrolu, rozmanitost mediálního vlastnictví, zdroje příjmů médií a tradici cenzury v Rusku. Ve své studii autorka upozorňuje na výrazný aspekt, který ovlivňuje svobodu tisku: autocenzura (*ibid.*, s. 114).

Autocenzura je typ omezení svobody projevu s cílem vyhnout se negativní reakci na dané vyjádření či kreativní dílo. Autocenzura není aktem externích složek, vykonává ji sám autor. V praxi se autocenzura jistým způsobem objevuje v novinářské práci běžně: v procesu informování, editování a vybírání informací. Autocenzura se však může stát velkou hrozbou ve chvíli, kdy novináři začnou cenzurovat informace, které jsou ve veřejném zájmu (Morris, 2016, s. 8).

Studie Pew Research Institute zkoumající autocenzuru na více než 300 novinářích v roce 2000 ukázala, že více než čtvrtina novinářů se úmyslně vyhnula hodnotným tématům, a také zmírnila tón u zpráv týkajících se zájmů jejich vydavatelství. Ze studie vyplývá, že komerční zájmy a tlaky na čtenost jsou hlavním důvodem, proč se novináři určitým tématům záměrně vyhýbají. Autocenzuru jsem proto zařadila mezi faktory, které v rámci výzkumu ověřuji.

1.4 Právní regulace svobody slova

Porozumět mantinelům svobody slova znamená především nahlédnout do právního řádu, který svobodu slova upravuje. Periodickým tiskem a jeho regulacemi se zabývá zejména tiskový zákon, dotýká se jej i zákon o České tiskové kanceláři, zákon o regulaci reklamy, ale také autorský zákon či trestní zákon. Obecně však u nás mediální právo není svébytným odvětvím, jde spíše o souhrn právních norem, jenž se zabývají vydáváním periodického tisku, provozováním rozhlasového a televizního vysílání a činnostmi informačních a tiskových agentur (Pouperová, 2010, s. 23).

Proč je důležité se právním systémem ve vztahu ke svobodě slova zabývat? Mediální právo obsahuje normy, které mají zabránit zneužívání médií k útokům na práva a svobody občanů a chránit tisk samotný před nevíтанými zásahy výkonné moci (*ibid.*).

1.4.1 Regulace svobody projevu

Svoboda slova by se mohla zdát jako bezbřehé právo každého občana a výsada všech novinářů. Často se však právo na svobodu slova dostává do konfliktu s jinými zákony, právy a svobodami, a také morálkou. Obsah médií je ovlivněn nejen pomocí jasně stanovených regulací, ale i samoregulací. Tyto restrikce jsou nedílnou součástí obsahu médií. Formují, co se v médiích objeví a co ne. Jasně dané regulace určují, jak budou vypadat zásady do svobody projevu v dané zemi.

V demokratických zemích regulace umožňují médiím nezávislost na vlivu politiků i státu. Díky tomu jim nic nebrání v plnění jejich společenských funkcí – zejména hlídacích psa demokracie (Pouperová, 2016, s. 17). Naopak v totalitních režimech si stát regulacemi upevňuje své postavení a rozhoduje pomocí cenzury o tom, jaký obsah se v médiích objeví. Nemusí však jít čistě o totalitní režimy, právě míra regulace svobody projevu je zásadním ukazatelem, jak demokratická a svobodná daná země je (*ibid.*).

Zákon omezuje svobodu slova v případech definovaných již v Listině, dále např. v trestním zákoníku a v případě střetu s jiným ústavním právem ji může omezit i rozhodnutí ústavního soudu (Herzeg, 2004, s. 46). Podobně ji také omezuje čl. 10 odst. 2 Evropské úmluvy nebo čl. 19 odst. 3 Mezinárodního paktu o občanských a politických právech. Jelikož svoboda slova představuje jeden ze zásadních předpokladů svobodné společnosti i politické soutěže, dostává se jí z hlediska legislativy zvýšené ochrany v rozhodování soudů a dalších judikatur i exekutiv (Filip, 2001, s. 630).

Svobodu slova je omezena následujícími zákony: trestní zákon, trestní řád, volební zákon, tiskový zákon, zákon o regulaci reklamy, zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání či zákon o služebních poměrech (*ibid.*). Autor pro zajímavost uvádí, že Ústavní soud zrušil již valnou většinu obecně závazných vyhlášek obcí, které chtěly svobodu slova omezovat podzákonným způsobem.

1.4.2 Právní limity svobody projevu

Cílem mé práce je zjistit, zda v redakcích určitým způsobem dochází k omezování svobody slova i mimo zákonem vymezené oblasti. Přesto považuji za vhodné si alespoň zevrubně přiblížit témata, která svobodu projevu v médiích redukuje. Vycházím zde se shrnutí právních omezení svobody projevu z rigorózní práce Mgr. Ondřeje Šťastného (2010, s. 29-62).

- **Ochrana bezpečnosti státu** = obecně jde o omezení informací, které by vedly k poškození České republiky či jejích zájmů v oblasti bezpečnosti. Jedná se o utajované informace, územní celistvost, obranyschopnost země, zachování disciplíny v ozbrojených složkách, ochrana státních symbolů, služba v armádě
- **Ochrana veřejné bezpečnosti** = ochrana státních orgánů, prevence kriminality a zachování veřejného pořádku.
- **Ochrana práv a svobod druhých** = nejčastěji dochází v novinářské práci ke střetům se svobodou projevu právě v oblasti osobnostních práv. Jedná se o právo na zachování lidské důstojnosti, osobní cti, dobré pověsti a ochrany jména. Dále zahrnuje právo na ochranu před neoprávněným zasahováním do soukromého a rodinného života a právo na ochranu před neoprávněným shromažďováním, zveřejňováním nebo jiným zneužíváním údajů o své osobě (*ibid.*, s. 37).

Je pak na soudech, aby v případném sporu rozhodly, zda převládla důležitost veřejného zájmu na zveřejnění informace, či zda má právo poškozený a pochybilo dané médium. Soud se pak řídí rozdělením na tzv. soukromou a sociální sféru. Na rozdíl od soukromé se v sociální sféře dle Ústavního soudu mohou vyskytovat fakta, která mohou být nezbytná pro veřejný zájem. To platí zejména pro osoby působící ve veřejném životě. Na ty podle Ústavního soudu ochrana soukromí neplatí. Vždy by se ale měly hodnotící soudy zakládat na objektivních faktech a být podány přiměřenou formou (*ibid.*, s. 41). Zásadním zákonem pro média je tiskový zákon, jenž upravuje zásah do soukromí veřejnými sdělovacími prostředky. Podrobně se věnuji tiskovému zákonu v souvislosti se svobodou slova v dalších kapitolách.

- **Ochrana před extremismem** = tím se omezují názorové projevy, jež jsou v rozporu se zásadami právního státu, svobodami a lidskými právy, a jejichž šíření by vedlo k destabilizaci demokracie (Šťastný, 2010, s. 51).
- **Ochrana veřejného zdraví a mravnosti** = různá právní odvětví limitují svobodu slova i v případě veřejného zdraví a mravnosti. Trestní zákoník zakazuje šíření a nabádání k toxikomanii a v oblasti mravnosti reguluje pornografii, zejména v jejím vztahu k mladistvým a nezletilým.
- **Regulace v oblasti reklamy** = svoboda projevu v oblasti reklamy se vztahuje na omezení související s charakterem reklamního sdělení. Zákony se snaží nastavit v omezení obsahu reklamy taková pravidla, aby zamezily negativním dopadům reklamy na společnost.

1.4.2.1 Tiskový zákon

Další právní regulací, která se dotýká mantinelů svobody slova je tiskový zákon z roku 2000 č. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku. Zákon má šest částí. Část první upravuje práva a povinnosti vydavatelů a dalších právnických i fyzických osob v oblasti periodického tisku. Obsah periodik je vymezen pouze v případě tisku územního samosprávného celku, jež má povinnost „*poskytovat objektivní a vyvážené informace o územním samosprávném celku a poskytnout přiměřený prostor pro uveřejnění sdělení, které vyjadřuje názory členů zastupitelstva územního samosprávného celku, týkající se tohoto územního samosprávného celku,*“ říká zákon dostupný online např. na serveru Zakonyprolidi.cz. Dále je obsah omezen v případě naléhavého veřejného zájmu, kdy je vydavatel povinen uveřejnit v periodickém tisku důležité a neodkladné oznámení státního orgánu a orgánu územní samosprávy o nouzovém stavu, o stavu ohrožení státu nebo o válečném stavu.

Tiskový zákon také ukládá povinnost zveřejnit odpověď fyzické či právnické osoby, jejíž pověst či důstojnost mohla utrpět v souvislosti se zveřejněním určitého sdělení, jak tiskovinám, tak médiím rozhlasové a televizní služby. Stejně tak mají novináři povinnost informovat o konečném výsledku trestního řízení, o němž již jednou napsali. V případě rozhlasu a televize mají osoby stíhány v trestním řízení, jenž nebylo ukončeno pravomocným rozhodnutím, právo požadovat na provozovateli uveřejnění informace o výsledku tohoto řízení jako dodatečného sdělení.

Jak odpověď, tak dodatečné sdělení se však musí držet jasných právních náležitostí, jinak je vydavatel zbaven povinnosti je zveřejnit. Zákon se věnuje také ochraně zdroje a obsahu informací: „osoba, která se podílela na získávání nebo zpracování informací zveřejněných v periodickém tisku (i rozhlasovém a televizním vysílání), má právo odepřít soudu, jinému státnímu orgánu nebo orgánu veřejné správy poskytnutí informace o původu či obsahu těchto informací.“

1.4.2.2 Reforma autorského práva na internetu

Velmi aktuální je pro téma svobody slova schválená direktiva Evropské unie z dubna 2019 o autorských právech na internetu a digitálním trhu obecně. Matt Reynolds ze serveru Wired.com píše, že hlavním cílem reformy autorského práva je více chránit autorský obsah a jeho šíření. Server ČT 24 uvedl, že zatímco pro umělce i novináře znamená větší ochranu jejich autorského obsahu, zastánci neomezené svobody slova se bojí cenzury internetu. Platformy nabízející autorsky chráněný obsah budou totiž na určitá díla nyní potřebovat licenci. Autorům se tak nově přizná větší nárok na proporční podíl z licencování či převodu jejich práv.

Díky reformě tak budou mít informace o tom, jak s jejich díly nakládají vydavatelé či producenti a zvýší se jejich podíl z příjmů na internetovém obsahu. Jak uvádí web ČT24, hlavním cílem Evropské komise je posílit postavení autorů: novinářů, mediálních domů ale i herců či hudebníků vůči velkým internetovým hráčům s obsahem jako je Google, YouTube či Facebook. Podle podporovatelů je špatně, že ačkoli je hlavní náplní těchto gigantů distribuce internetového obsahu jiných autorů, nemusí za ně platit žádné poplatky. Článek 11, jenž by měl autorům zajistit férovou kompenzaci za jejich díla, by však mohl vést k částečné cenzuře internetu, jelikož Google následně přestane ve vyhledávání zobrazovat obsah, za který by měl platit.

Největší vlnu emocí v souvislosti s omezením svobody slova však vzbuzuje článek 13. Podle něj by museli všichni provozovatelé internetových stránek kontrolovat, zda obsah na jejich webu neporušuje autorská práva a pokud ano, musí být obsah odstraněn nebo se nebude zobrazovat. Dle nově schválené direktivy tak budou online platformy více zodpovědné za obsah nahraný na svých stránkách. To bude velká změna zejména pro servery jako YouTube, které doposud musely odstranit obsah pouze tehdy, když dostaly nařízení ze strany držitelů autorských práv.

Jak podotýká Reynolds na serveru Wired.com, z článku 13 doposud není jasné, jak by platformy měly podobný obsah identifikovat a dále s ním naložit. Pokud půjde o robotické

“filtry”, které budou skenovat, zda dochází k porušení autorských práv, není jisté, co provedou zejména se satirickými obrázky tzv. memes, jenž často používají např. filmové scény. Direktiva se nebude týkat těch platforem, co existující méně než tři roky, dosahují ročního zisku pod deset milionů eur a mají méně než pět milionů unikátních uživatelů měsíčně.

1.5 Samoregulace

V praktické části své práce zjišťuji pojetí svobody projevu u současných českých novinářů v periodickém tisku. Součástí regulace jejich práce jsou výše zmíněné zákony, ale i etické kodexy.

Samoregulace či Autoregulace představuje omezení vyplývající z etických standardů a vkusu, závisí na tradicích konkrétní společnosti a vyžaduje vysokou úroveň sebekázně. Autoregulaci si členové určitého systému sami vytváří pravidla, podle kterých se řídí (Pouperová, 2016, s. 29). Autoregulace jsou však vždy postaveny na svobodné vůli jednotlivců, kteří se dobrovolně rozhodnou podřídit se určitým pravidlům, např. vstupem do profesního spolku (*ibid.*, s. 31). Svoboda projevu tak není omezována jen externě formou zákonů, listin a mezinárodních smluv.

Obsah mediálních sdělení ovlivňují i interní regulace neboli samoregulace. Jedná se o etické kodexy a standardy přijímané samotnými novináři. Etické kodexy zřizují novinářské svazy, profesní a odborové organizace či jednotlivé mediální domy (Pouperová, 2016, s. 30). Zatímco externí regulace omezují svobodu projevu v médiích právními předpisy a jejich porušení se trestá, etické standardy by měly být přijímány každým novinářem dobrovolně. Právní následky může mít porušení autoregulací jen v případě, že je tak jasně stanoveno ve smlouvě (*ibid.*).

Na dodržování etických kodexů dohlíží v případě soukromých médií přímo vydavatel, potažmo šéfredaktor. U veřejnoprávních médií existují etické komise (Etický panel v ČT, Etická komise v Čro) a nově u České televize i Ombudsman. Jak je uvedeno na webu České televize, ombudsman je poslední možnou instancí, kam se může stížnost na obsah ČT dostat.

Proč se média sama regulují? Dle Pouperové (2016, s. 31) se k autoregulaci obrací hospodářské subjekty zejména proto, aby omezily regulace ze strany státu. Jednoduše si raději samy rozhodnou o tom, jak by chtěly být regulovány.

Šmíd popisuje pro server Mediář okolnosti vzniku České tiskové rady. Kolem roku 2000 už to skoro vypadalo, že oficiální samoregulační orgán bude po vzoru Německa či Británie

fungovat i u nás. Mohla za to reforma tiskového zákona, jenž měla nahradit stávající normu z 60. let. Politici levicové koalice využili příležitosti a snažili se uzákonit řadu regulací, jež by “ukáznyly” tehdejší média. Nejvíce nebezpečným se pro novinářskou obec zdál být paragraf 20 zabývající se soudní ochranou. Politici v čele s Milošem Zemanem tehdy prosazovali vysoké sankce, a dokonce i zastavení vydávání daného periodika v případě, že předpisy poruší. Tedy zásadní omezení svobody projevu a potažmo demokratického fungování médií. Unie vydavatelů se proto rozhodla sepsat Tiskový kodex závazný pro každého novináře a Českou tiskovou radu, jenž by dohlížela na jeho dodržování. Nejvíce omezující paragrafy následně ze zákona zmizely. V září roku 2000 Unie vydavatelů skutečně schválila Tiskový kodex a ustanovila Českou tiskovou radu. Reálně však instituce nikdy fungovat nezačala. Tiskový kodex se měl zabývat sedmi oblastmi: svobodou tisku, jeho úlohou a veřejným zájmem, pravdivostí a přesností, ochranou osobnosti a soukromí, presumpcí nevinny, ovlivňováním a dětmi.

1.5.1 Etický kodex Syndikátu novinářů

Součástí regulací svobody slova jsou i samoregulace, jak jsem nastínila výše. Je proto zásadní porozumět etickému kodexu novinářů – a to jako obecnému etickému kodexu přijatého Syndikátem novinářů, tak i konkrétním etickým kodexům mediálních domů, v nichž působí respondenti výzkumu. Etické kodexy jsem se rozhodla zkoumat proto, jelikož mě zajímalo, jak se k problematice externích i interních vlivů zasahujících do svobody slova staví sami novináři a novinářské profesní organizace.

Syndikát novinářů ČR na svém webu uvádí, že evropská konference o politice hromadných sdělovacích prostředků konaná v Praze roku 1994 se usnesla na právu novinářů na vlastní samoregulace – jako jsou např. etické kodexy. Úkolem novinářských kodexů, jenž byly ustanoveny ve většině demokratických zemí, je sladit práva a svobody novinářů s právy a svobodami občanů tak, aby se nedostávaly do konfliktu, a stanovit odpovědnost novinářů za jejich činnost. Etický kodex novináře vypracovaný Syndikátem je tak závazný pro všechny členy organizace a vyzval i k dobrovolnému dodržování všechny české novináře nehledě na členství. Etický kodex se věnuje třem hlavním bodům:

Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace = novináři svou prací naplňují článek 17 Listy, tj. že občané demokratického státu mají nehledě na společenské postavení právo na informace. Úkolem novinářů je občanům přinášet objektivní obraz skutečnosti. Dle kodexu tak novináři nesou odpovědnost za pravdivé, úplné, nezkreslené

a včasné informování veřejnosti. Kodex dále stanovuje povinnosti novináře, jichž by se měl každý novinář pro správné vykonávání své profese držet. Pro téma mé práce cituji z kodexu dostupného na webových stránkách Syndikátu několik bodů, které jsou v současné době ohroženy nejvíce.

„b. respektovat pravdu bez ohledu na důsledky, které to pro něj může mít, vyhledávat informace, které slouží všeobecnému zájmu, i přes překážky.“

Tento bod kodexu chápu tak, že média mají povinnost informovat o všech věcech týkajících se veřejného zájmu nehledě na to, zda se tím dotknou vydavatele či jiných zainteresovaných subjektů a potenciálně si tak uškodí.

„d. hájit svobodu tisku i svobodu jiných medií“

Pokud se novináři z důvodu samoregulace určitým tématům vyhýbají, omezují tím sami svobodu tisku.

„e. neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti“

„h. odmítat jakékoli zásahy státních orgánů, jež by mohly ovlivnit pravdivost sdělení“

Za porušení tohoto bodu Kodexu považuji např. kauzu zveřejnění falešného dopisu schvalujícího premiérovo rozhodnutí nepřijmout do České republiky syrské válečné sirotky, jak napsala např. Andrea Procházková v září 2018 pro Respekt. Celé kauze se podrobněji věnuji v dalších kapitolách.

Druhým bodem kodexu je **požadavek na vysokou profesionalitu v žurnalistice**. Opět zmiňuji body, jejichž nedodržování dle mého názoru ohrožuje úplnou svobodu slova v současných médiích a narušuje tak nezávislost mediálního obsahu.

„d. nezneužívat povolání novináře k činnosti reklamního pracovníka a nepřijímat žádnou odměnu přímou nebo nepřímou od zájemců o reklamu, odmítnout podílet se na publikování skryté reklamy.“

Třetí část kodexu se zabývá **autoritou média**, a jak důležitá je pro jeho fungování **důvěryhodnost, slušnost a serióznost**.

1.5.2 Etické kodexy jednotlivých mediálních domů

V oblasti samoregulace dále fungují konkrétní kodexy mediálních domů a vydavatelství. V této části práce bych se proto ráda podívala na jednotlivé kodexy a zejména

pasáže, které se týkají vlastníků médií, ovlivňování obsahu atd. Mým cílem je zjistit, jak se vydavatelství, v nichž respondenti mého výzkumu působí, staví ke střetu zájmů svých vlastníků, ekonomickým i jiným vlivům, které mohou vést k ovlivňování obsahu a narušení tak práva na svobodné vyjádření a potažmo i informování veřejnosti. Zkoumám následující mediální domy, jejichž respondenti se zúčastnili mého výzkumu: BORGIS, CZECH NEWS CENTER, ECONOMIA, MAFRA, OUR MEDIA, SEZNAM.CZ.

1.5.2.1 Etický kodex vydavatelství BORGIS

Vydavatelství Borgis stojící za deníkem Právo na svých stránkách nemá zveřejněný etický kodex. Stejně tak deník Právo.

1.5.2.2 Etický kodex CZECH NEWS CENTER

Společnost Czech News Center, pod níž spadá např. časopis Reflex, E15, Blesk či Aha! na svých stránkách o etickém kodexu uvádí pouze to, že se jím musí řídit všichni zaměstnanci společnosti, a že se vydavatelství zavazuje dodržovat vysoké etické standardy ve všech svých aktivitách. Možným střetům zájmů a potenciálního ovlivňování obsahu ze strany vlastníků se etický kodex nevěnuje.

1.5.2.3 Etický kodex vydavatelství ECONOMIA

Etický kodex vydavatelství Economia zveřejněný na jejich internetových stránkách v roce 2011 hned v úvodu zmiňuje konflikt zájmů daný podnikatelskými aktivitami většinového akcionáře Economie Zdeňka Bakaly. Economia zde zdůrazňuje, že tento konflikt zájmů nesmí nikdy vést k tomu, aby se zaměstnanci určitým tématům vyhýbali a psali o nich z méně nebo jinak, než by psali o jiných odvětvích. V preambuli je dále garantována plná svoboda k novinářské tvůrčí práci. Musí být ale v rámci zaměření titulu a schválené koncepce.

Pokud jde o riziko narušování mediálního obsahu a tím i svobody slova ze strany ekonomických subjektů, vymezuje se Economia následovně:

„Redaktoři se nepodílejí na náboru inzerce. Redaktor nesmí slibovat článek výměnou za inzerci. Redaktoři se musí vystríhat jakékoliv formy manipulace trhu. Redaktoři považují vydavatelský, reklamní a inzertní trh za nedílnou součást tržní ekonomiky a v tomto smyslu mají povinnost o nich kvalitně a profesionálně informovat. Redaktoři mají povinnost věnovat se s maximální profesionalitou i tématům, v nichž figuruje vydavatelství Economia nebo jeho jednotlivé součásti. O aktivitách majoritního akcionáře informují redaktoři bez zábrán

a objektivně. Činí tak v rozsahu a způsobem, jakým by o těchto skutečnostech informovali v případě, kdyby jejich účastníkem nebyl majoritní akcionář. Skutečnost, že tomu tak je, uvedou v textu či poznámce.“

Všichni redaktoři vydavatelství se musí kodexem plně řídit a případně porušení kodexu může vést až k ukončení pracovního poměru daného redaktora.

1.5.2.4 Etický kodex vydavatelství MAFRA

Etický kodex mediální skupiny Mafra, zveřejněný v roce 2013 na webu iDnes, se věnuje běžným standardům zmíněným i v Kodexu syndikátu novinářů. V preambuli je deklarováno, že společnost nestojí na straně žádných politických subjektů a umožňuje tak čtenáři udělat si vlastní názor. Politické aktivity a zájmy vlastníka nemají dle kodexu žádný vliv na redakční obsah médií společnosti Mafra. 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. Redakční obsah je v kompetenci šéfredaktora, který za něj zodpovídá, a nebude ovlivňován nikým jiným.

Nejdůležitější poznatek o střetu zájmů a možného vlivu na svobodu projevu pak vidím v následující regulaci:

„Dále je stanoveno, že o politických i obchodních aktivitách vlastníka mají tituly informovat v přiměřeném zpravodajském rozsahu.“

Co “přiměřený” zpravodajský obsah zahrnuje v kodexu uvedeno není. Z mého pohledu je zde minimálně jasné, že tituly nemusí informovat čtenáře v plném či úplném rozsahu, ale jen přiměřeném.

1.5.2.5 Etický kodex vydavatelství OUR MEDIA

Etický kodex Parlamentních listů spadajících pod vydavatelství OUR MEDIA sestává z 25 bodů ustanovených samotnou redakcí. Specifikace měsíčníku tkví v tom, že politici mohou své texty na webu publikovat v necenzurovaném znění s označením příslušného autora.

Kodex zveřejněný na webu Parlamentních listů v roce 2018 jinak obsahuje běžné standardy. Vlastníkovi média či jeho vlivu se explicitně nevěnuje, zmiňuje pouze, že *„člen redakce musí poskytovat čtenářům pravdivé, přesné, ověřené a nezkreslené informace a odmítá vydávat nepravdivé či jen částečně pravdivé informace pod jakýmkoliv nátlakem.“*

1.5.2.6 Etický kodex SEZNAM.CZ

Společnost Seznam.cz ustanovila v roce 2018 závazný etický kodex pro všechny zaměstnance, na který dohlíží vlastní Etická komise. Jak je uvedeno na jejich webových stránkách, úkolem Etické komise je nejen dohlížet na dodržování kodexu, ale také pomáhat zaměstnancům při sporných otázkách týkajících se etiky. Redakčního obsahu a jeho pravidel se týká samostatný Redakční kodex.

Jak je uvedeno v Redakčním etickém kodexu na serveru Seznam, kodex se zaměřuje na oblast: práce s informacemi, ochrana soukromí a zdrojů, konflikt zájmů, chování na sociálních sítích, platnost a dodržování redakčního kodexu. K možnému ovlivnění redakčního obsahu a narušení svobody slova Seznam ustanovuje, že neslouží zájmu zdroje informací – úřadům, politikům, institucím, obchodním společnostem či podnikatelům. Všichni zaměstnanci by se měli snažit o co největší nezávislost při předávání obsahu konzumentům. Vydavatele kodex explicitně zmiňuje pouze v možném střetu zájmů: „*situace občanské či politické angažovanosti nesmí nikdy vést k poškození dobrého jména vydavatele.*“

1.6 Ekonomické vlivy na svobodu tisku

Na jedné straně je svobodný tisk nezbytný pro dobře fungující demokratický stát, vzhledem k tomu, že jeho posláním je odhalovat a vést k odpovědnosti vládu a politické elity. Na druhé straně jsou média byznysem, kterému jde stále více o čtenost a zisk, což se stává hlavním centrem zájmu mediálních vlastníků. Kromě potenciálně profitujícího byznysu nabízí média svým vlastníkům i možnost systematicky ovlivňovat veřejné mínění (Archer a Clinton, 2017, s. 1)

Je proto nutné si přiblížit vlastnickou strukturu mediálních domů, ve kterých respondenti výzkumu působí. Mnoho studií prokázalo, že vlastníci soukromých médií mohou ovlivňovat hloubku informování o tématech, vyznění politických zpráv, a mohou i prosazovat určitá témata a ovlivňovat jejich vyznění ve svůj vlastní prospěch (Bailard, 2016, 585). Chomsky (2006, s. 1-18) např. podotýká, že vlastníci The New York Times několikrát přímo zasahovali do vybírání témat a řídili, jak mají tato témata být rámcována.

1.6.1 Vlastníci zkoumaných mediálních domů

Právě mediální sektor patří k nejvíce dynamickým odvětvím, ve kterých se vlastníci či hlavní akcionáři společností neustále mění. Dle serveru Mediaguru je trendem na české

mediální scéně stahování zahraničních společností a koncentrace pod nejsilnější hráče na trhu. Změna mediálního trhu a jeho vlastníků dostala média až do fáze, kdy se mluví o ovlivňování mediálního obsahu a dle zprávy Reporters Without Borders z roku 2018 u nás klesá svoboda slova. Soustředím se na následující mediální domy a jejich vlastnické struktury: BORGIS, CNC, ECONOMIA, MAFRA, OUR MEDIA, SEZNAM.CZ.

1.6.2 Vývoj mediálního vlastnictví

Polistopadový vývoj se pro média nesl v duchu transformace a konsolidace. Tištěná média se dle Šimka (2018, s. 31) odstátlnila a zbavila se tak dřívějších vydavatelů (politických stran či organizací spojených s komunistickým režimem.) Na poli periodického tisku vzniklo plodné prostředí pro seriózní politická média. Valná většina významných deníků (Lidové noviny, MF Dnes, Hospodářské noviny) byly vlastněné německými mediálními skupinami. Ty do obsahu médií nezasahovaly a nechávaly obsah výhradně na redakcích. Média pro ně, dle řady novinářů a odborníků, byla finančně výhodná, nebraly je jako nástroj politického či ekonomického vlivu, ale pouze jako výdělek (*ibid.*, s. 32).

Vše se dle Šimka začalo měnit nástupem internetových médií a hospodářské krize. Tištěná média byla ztrátová a následně znovu na prodej. Autor toto období nazývá “čas oligarchů”. Jako první koupil v roce 2008 podnikatel Zdeněk Bakala český mediální dům Economia, a. s.. Média spadající pod Economii musela jako první řešit, jak o svém majiteli a s ním spojených kauzách informovat. Např. politický týdeník Respekt se nejdřív rozhodl o svém vlastníku nepsat vůbec, aby se vyhnul pochybnostem čtenářů, zda Bakalovi nestraní. Po téměř dvou letech však Respekt svůj postoj změnil, uvádí server Mediář. Hlavním důvodem bylo převzetí několika předních deníků politikem Andrejem Babišem. Ten koupil v roce 2013 od německé mediální společnosti deníky MF Dnes a Lidové noviny. Dle Šimka (2018, s. 34) je od počátku patrné, že se Babiš snaží do redakčního obsahu svých médií zasahovat. Podrobným příkladům ovlivňování redakčního obsahu se věnuji v dalších kapitolách.

Dalšími podnikateli, kteří jako v reakci na Babišův krok koupili mediální dům, byli Daniel Křetínský a Patrik Tkáč z investiční skupiny J&T. V roce 2015 se k českým “oligarchům” připojila i skupina Penta v čele s Markem Dospivou, když koupila významné regionální deníky spadající pod nakladatelství Vltava-Labe-Press. Dospiva se v rozhovoru pro iHned.cz v roce 2015 vyjádřil, že koupě médií je tzv. atomový kufřík. Vlastnit média dává majitelům jistotu, že pro kohokoliv bude horší je iracionálně napadat. Jako poslední se přidal Ivo Lukačovič se svým vyhledávačem Seznam.cz, který od roku 2016 začal tvořit svůj vlastní

mediální obsah. Do jeho řad se přidali přední tuzemští novináři jako Sabina Slonková, Jiří Kubík či Jindřich Šídlo (Šimka, 2018, s. 35-36). Jak vypadají mediální domy v současnosti? Blíže přibližují aktuální vlastnické vztahy z mediálních domů, jejichž novináři se podíleli na mém výzkumu, a jejichž vlastnické stavy je pro tyto účely potřeba znát.

1.6.3 ECONOMIA

Mediální dům Economia padá pod podnikatele Zdeňka Bakalu. Ten však dle serveru iRozhlas.cz opustil v lednu tohoto roku spolu se svou manželkou post v představenstvu i dozorčí radě. Ke svému odchodu se pro portál Echo24 vyjádřil slovy, že vlastnictví médií chápe jako službu veřejnosti, a vždy chtěl dělat vše pro zachování profesionality a svobodné žurnalistiky v rámci vydavatelství Economia a jeho titulů. Jak uvádí web Mediaguru, mezi tituly spadající pod vydavatelství Economia patří např. Hospodářské noviny, Respekt, Ekonom a řada internetových portálů jako IHned.cz, Aktuálně.cz či Centrum.cz.

1.6.4 MAFRA

Mediální skupina Mafra, jenž je součástí koncernu Agrofert, na svých webových stránkách píše, že je aktuálně největším multimedialním domem na českém trhu. Agrofert vlastnil současný premiér Andrej Babiš. V důsledku novely zákona o střetu zájmů však předal v roce 2017 své vydavatelství do svěřeneckých fondů. Informovala o tom např. Kateřina Frouzová pro server Hospodářských novin. Podle serveru iDnes Mafra potvrdila pozici lídra na mediálním trhu sloučením s vydavatelstvím Bauer Media zaměřujícím se na společenské a lifestyle tituly jako Cosmopolitan, Harper's Bazaar či Esquire. Mezi přední tituly skupiny Mafra patří: Mladá fronta DNES, Lidové noviny, deník Metro či regionální týdeník 5plus2.

Začátkem letošního roku byl však premiér Černošickým úřadem shledán vinným za přestupek ve střetu zájmů, informoval o tom např. web ČT 24. Ačkoli předal svou moc do svěřeneckého fondu, stále zůstává majitelem Agrofertu a mimo jiné, jeho žena zůstává členkou svěřeneckého fondu. Jeho vliv tak podle rozhodnutí městského úřadu neochladl. Babiš se následně odvolal. Web Mediaguru uvádí, že kromě Mafry vlastní Agrofert i radiové stanice spadající pod společnost Londa: Radio Impuls, Český Impuls a RockZone, dále společnost Stanice O, do které spadají televizní stanice Óčko.

1.6.5 BORGIS

Vydavatelství Borgis, jenž vydává deník Právo, patřilo dle serveru Aktuálně.cz již od 90. let svému šéfredaktorovi Zdeňku Porybnému. V roce 2013 Porybný prodal třetinový podíl Ivu Lukačovičovi společnosti Seznam.cz, pro který Borgis dodává obsah na servery Novinky.cz, Super.cz a Sport.cz (*ibid.*). Podle Aktuálně.cz Porybný v roce 2014 odešel z představenstva deníku a působí nadále jen jako šéfredaktor. Borgis stojí za tiskovinami: Právo, Styl pro ženy, Dům a bydlení, Magazín Právo a Víkend, jak uvádí na svých webových stránkách.

1.6.6 CZECH NEWS CENTER

Vydavatelství CNC na svém webu uvádí, že vzniklo na základě akvizice společnosti Ringier Axel Springer CZ v roce 2014. Novými majiteli původně německo-švýcarského mediálního domu, jenž stojí za zrodem nejprodávanějšího deníku u nás (Blesk), se stali Daniel Křetínský a Patrik Tkáč. Tkáč dle oficiálních stránek vydavatelství působí jako místopředseda představenstva investiční skupiny J&T. Křetínský je dlouholetým partnerem firmy a nyní částečným vlastníkem jejího Energetického a průmyslového holdingu. Také je spoluvlastníkem klubu AC Sparta Praha.

CNC je majitelem širokého spektra tištěných i online médií. Mediaguru v aktualizované mapě vlastníků českých médií uvádí, že mezi nejvýznamnější média periodického tisku spadající pod CNC patří: Blesk, Aha!, Sport, E15, Reflex, ABC, Maminka, F.O.O.D či Moje zdraví. Do online sekce spadají veškeré internetové verze tištěných periodik a další lifestyleové servery jako ženy.cz, mimibazar.cz či auto.cz.

Mediaguru dále píše, že CNC spadá spolu s dalšími mediálními společnostmi pod skupinu Czech Media Invest vlastněnou z 50 % Danielem Křetínským, ze 40 % pod Patrikem Tkáčem a z 10 % Romanem Korbačkou. Pod Czech Radio Center, jenž také patří do skupiny Czech Media Invest, spadá celá řada rádií: Rádio Bonton, Frekvence 1, Evropa 2.

1.6.7 OUR MEDIA

Dalším politikem, který se dle Transparency International ocitá ve střetu zájmů, je senátor Ivo Valenta. Informoval o tom např. server iRozhlas v lednu 2019. Přes kyperskou společnost ovládá mediální dům OUR MEDIA řadu televizních stanic a internetových serverů v Česku i na Slovensku. Vydavatelství vlastní Valentova společnost ze 70,7 %, zbylý podíl

připadá mediálnímu magnátovi a lobbistovi Michalu Voráčkovi, podotýká Mediaguru v aktuální mapě vlastníků českých médií. Pod OUR MEDIA spadá např. server ParlamentníListy.cz, Nakladatelství Olympia, Brno TV, Praha TV, TVs a na Slovensku deník Pravda (*ibid.*).

1.6.8 SEZNAM.CZ

Společnost Seznam.cz se specializuje zejména na digitální trh. Internetový vyhledávač Seznam je českou jedničkou a nově působí i v oblasti zpravodajství, jak uvádí na svých webových stránkách. Seznam.cz vlastní Ivo Lukačovič skrz kyperskou společnost Halifreak limited, píše server Mediaguru v aktuální mapě vlastníků. Do nabídky společnosti spadá kromě internetových webů jako Seznam zprávy.cz, Novinky.cz, Proženy.cz, Sport.cz také rádiové stanice: Classic Praha, Express FM. Z tisku je třetinovým majitelem deníku Právo (*ibid.*). Na konci února letošního roku navíc Lukačovič oznámil, že opouští pozici předsedy představenstva a nebude nadále ani jejím členem. Zůstává tak pouze majitelem společnosti. Informoval o tom např. server Aktuálně.cz v únoru 2019.

1.7 Aktuální stav svobody slova v České republice

V této části práce zkoumám, jak nahlíží na svobodu slova dvě přední neziskové organizace sledující úroveň svobody slova po světě: Freedom House a Reporters Without Borders. Předkládám také nedávné kauzy spojené s ovlivňováním redakčního obsahu v českém tisku.

1.7.1 Freedom House

Freedom House je nezávislá americká organizace zasvěcená šíření svobody a demokracie po světě.² Na svých webových stránkách organizace píše, že zkoumá výzvy ohrožující svobodu a demokracii, zasazuje se o větší politická práva a svobody občanů a podporuje aktivisty, jenž se zasazují o obranu lidských práv a demokratické změny ve společnosti. Podle Freedom House má svoboda prostor pouze v demokratickém politickém prostředí, kde se vláda zodpovídá svým občanům, dodržují se zákony a panuje svoboda projevu, shromažďování a vyznání, a v neposlední řadě se respektují práva žen i minorit.

Freedom House monitoruje svobodu slova ve všech zemích. Z poslední analýzy z roku 2017 na jejich webu vyplývá, že svoboda tisku je globálně na nejnižší hranici za posledních 13 let. Ve většině demokratických zemí čelí novináři výhrůzkám i slovním útokům a začínají se objevovat snahy o ovlivňování tisku. Úplně svobodný tisk má k dispozici jen 13 % populace.

Zpráva mimo jiné upozorňuje i na potlačování svobody tisku v Polsku a Maďarsku, kde je značně podřívána autorita tradičních médií. Politici vyvíjí nátlak na veřejnoprávní média a naopak veřejně podporují svá spřátelená soukromá média. Pro srovnání, Česká republika se dle Freedom House řadí mezi státy se svobodným tiskem (21 trestných bodů), zatímco Polsko mezi státy s jen částečnou svobodou tisku (34 trestných bodů). Je tomu tak kvůli netoleranci vlády k nezávislým a kritickým médiím, zvýšené míře politických zásahů do záležitostí veřejných médií. To vše vedlo v Polsku k omezení svobody slova a nárůstu autocenzury mezi novináři a polarizace médií, říká Freedom House v detailu zprávy o stavu svobody slova v Polsku.

Když se podíváme na aktuální kauzy z českého mediálního prostředí – nedochází u nás k podobným tlakům? Mluví se o ovlivňování redakčního obsahu v médiích vlastněných předsedou vlády. Prezident Zeman se dlouhodobě snaží o diskreditaci většiny kritických

² About us. Freedom House [online]. 2018, 2018 [cit. 2019-04-07]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/about-us>

a nezávislých médií, včetně těch veřejnoprávních. Detailněji o tom píše např. Josef Kopecký z iDnes v článku ze srpna 2018.

Freedom House zveřejnil v rámci zprávy také infografiku znázorňující nejvýraznější hrozby, kterým tisk po světě čelí.



Obrázek 1 Who threatens the press. In: Freedom House [online]. 2018, 2018 [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/freedom-press-2017>

1.7.2 Reporters Without Borders

Tyto závěry potvrzuje i zpráva o svobodě slova organizace Reporters Without Borders z roku 2018. Nezisková organizace spolupracující např. s OSN či UNESCEM se dlouhodobě snaží hájit svobodu informací a analyzují míru svobody slova v jednotlivých zemích a předkládají index svobody tisku. V jejich poslední zprávě z roku 2018 upozorňují na pokles svobody tisku i v demokratických zemích Evropy, která byla vždy největším zastáncem svobody slova.

Právě v Evropě vidí organizace největší pokles v indexu svobody projevu. Stále více demokratických lídrů již nevidí média jako součást demokracie, ale naopak na ně útočí. Donald Trump o novinářích říká, že jsou nepřáteli lidu, termín, který kdysi používal i Josef Stalin, stojí ve zprávě. Miloš Zeman se objevil na tiskové konferenci s falešným kalašnikovem, na kterém bylo napsáno: “na novináře”. Ve zprávě je dále uvedeno, že Česká republika loňský rok v hodnocení svobody slova klesla o celých 11 bodů. Řadíme se tak spolu s Maltou, Srbskem a Slovenskem mezi evropské země, u kterých došlo k nejrazantnějšímu poklesu svobody slova za uplynulý rok.

Ke zhoršení svobody slova tu dochází nejen kvůli slovním útokům (na Slovensku už došlo i k vraždě novináře Jána Kuciaka), ale také možným soudním perzekucím (obavy vyvolala debata o zákonu proti hanobení prezidenta), a koncentraci vlastnictví médií v rukách politiků i podnikatelů.³

“Rozpoutávání nenávisti vůči novinářům je jednou z největších hrozeb pro demokracii. Političtí vůdci, kteří nenávidí novináře, nesou velkou odpovědnost, protože podkopávají koncept veřejné debaty založené na faktech a ne propagandě. Zpochybňovat legitimitu žurnalistiky je jako hrát si s extrémně nebezpečným politickým ohněm,” uvedl generální tajemník Reporters Without Borders Christophe Deloire na webových stránkách organizace.

1.7.3 Aktuální příklady ovlivnění redakčního obsahu

V periodickém tisku jsme v posledních letech zaznamenali několik kauz s porušením svobody tisku, svobody slova a práva na informace. Jelikož za svobodu slova považujeme svobodné šíření názorů, včetně mediálních sdělení, měl by mít novinář právo psát o jakémkoli tématu ho napadne (v rámci redakčních rutin).

Přesto však došlo k případům, kdy byla autonomie žurnalistické práce narušena externími vlivy, zejména zájmy majitele daného média. Šimka (2018, s. 34-35) popisuje tři známé případy ovlivňování mediálního obsahu. Všechny jsou spojené s premiérem Andrejem Babišem a jeho vydavatelstvím MAFRA. V rámci praktické části své práce se snažím odhalit i další případy narušení svobody slova.

Jako první příklad Šimka uvádí kauzu z roku 2013, jenž se odehrála jen pár dní poté, co Andrej Babiš vydavatelství MAFRA koupil. Ačkoli v rozhovoru pro Radiožurnál uvedl, že nebude nijak zasahovat do práce redaktorů v jeho vydavatelství, jen několik hodin poté volal redaktorovi Lidových novin, proč se v listu nic nenapsalo o tiskové konferenci hnutí ANO 2011, popisuje situaci server ČT 24. Redaktor na nátlak Babiše odpověděl, že dostal pokyn od vedoucího domácího zpravodajství Vladimíra Křivky o tiskové konferenci neinformovat. Babiš na konci rozhovoru řekl: „*Doufám, že kluci vědí, co dělají. Asi nevědí, s kým mají tu čest,*“ píše server iRozhlas.cz.

V druhém případě ovlivňování redakčního obsahu nejde ani tak o zásah do svobody slova, jako spíš o porušení etického kodexu novináře o nestrannosti a objektivitě s cílem zmanipulovat veřejné mínění. Kauza však jasně ukázala napojení premiéra na jeho vydavatelství a nový rozměr zasahování do redakčního obsahu. Redaktor MF DNES Marek Příbýl se na zveřejněných nahrávkách v květnu 2017 domlouvá s tehdejším ministrem financí Andrejem Babišem na zveřejnění zákulisních politických informací za cílem poškodit politické protivníky ANO – zejména ČSSD. V druhé nahrávce např. Babiš redaktorovi říká, kdy by bylo vhodné jít s kauzami ven, rekapituluje kauzu server Mediaguru v článku z roku 2017.

Zveřejnění nahrávek mělo za následek propuštění Příbýla z redakce MF DNES, odchod několika zpravodajců a následné prohlášení Šéfredaktora Jaroslava Plesla, že o schůzkách mezi redaktorem a ministrem financí vedení nevědělo a podobné chování je pro noviny nepřijatelné. Přesto několik bývalých redaktorů na sociálních sítích komentovalo situaci s tím, že Plesl sám s Babišem konzultoval několik textů týkajících se ANO a o schůzkách s Příbýlem vědět také musel (*ibid.*).

V září roku 2018 se odehrál další příklad již přímého ovlivňování redakčního obsahu médií vlastněných premiérem Babišem. Asistentka Babiše poslala do Lidových novin text podporující premiérovo stanovisko o odmítnutí 50 syrských sirotek (Šimka, 2018, s. 34-35). Server Lidovky.cz zveřejnil sporný text údajné organizace Mezinárodní dětský kříž, jenž se jasně vyslovoval proti přijetí syrských dětí. Později se však ukázalo, že nezisková organizace

ani lékařka podepsaná pod textem neexistují. Web Lidovky.cz následně text z webu stáhl. Šéfredaktor a dlouholetý přítel premiéra István Léko se pak za zveřejnění textu omluvil a prohlásit, že k žádnému ovlivňování obsahu v Lidových novinách nedochází. Přesto po tomto incidentu z Lidových novin odešla reportérka Petra Procházková, Ivana Milenkovičová a Milan Rokos (*ibid.*).

2 Metodika

Známé případy zasahování do svobody slova a ovlivňování redakčního obsahu periodického tisku jsem zmínila výše. Dochází k podobnému zasahování do autonomie novinářské práce i v jiných mediálních domech? A jak svobodu slova vnímají sami novináři? To vše jsou otázky, na které se soustředím v praktické části své práce. Vzhledem k povaze citlivých informací, které jsem od novinářů potřebovala získat, jsem zvolila formu kvalitativního výzkumu metodou polostrukturovaných rozhovorů.

2.1 Vlastní výzkum: Pojetí svobody slova u současných českých novinářů

Cílem mého výzkumu je zjistit, jak na svobodu slova nahlíží vybraní novináři, a jaká je jejich osobní zkušenost s touto tematikou. Pro zodpovězení vymezených otázek, které předkládám v dalších kapitolách, jsem zvolila formu kvalitativního výzkumu metodou polostrukturovaných rozhovorů. Nesnažím se o souhrnné představení pojetí svobody slova u českých novinářů. Jde mi především o konkrétní příklady omezení svobody slova, jež dosud nebyly veřejně medializovány.

Dále je mým cílem odhalit, jaké faktory zasahují do redakčního obsahu. Svoboda tisku je omezována nejen externími vlivy ze strany ekonomických subjektů či vlastníků médií, ale také vlastní autocenzurou ze strany novinářů (Morris, 2016, s. 8). Svou hypotézu zakládám na řadě kvantitativních i kvalitativních studií, jež prokázaly ovlivňování mediálního obsahu nejrůznějšími externími i interními vlivy již před mou studií (Hanitzch a Mellado, 2011, Shoemaker a Reese, 1996, McChesney, 2003 atd.).

Na základě prostudované literatury a aktuálních příkladů narušení svobody tisku v českých médiích jsem sestavila čtyři výzkumné otázky:

VO 1: Jak novináři nahlíží na stav svobody slova v českých médiích?

VO 2: Mají novináři osobní zkušenost s omezením svobody slova?

VO 3: Kdo nebo co může nejvíce zasáhnout do svobody projevu?

VO 4: Omezuje svobodu slova autocenzura ze strany novináře?

2.1.2 Kvalitativní výzkum

Creswell (1998, s. 12) definuje kvalitativní výzkum jako hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Dle Hendla (2005, s. 46) vytváří výzkumník komplexní, holistický obraz, informuje o názorech účastníků výzkumu a zkoumá fenomén v jeho v přirozených podmínkách. Narozdíl od kvantitativního výzkumu kvalitativní šetření netestuje předem stanovené hypotézy, ale na základě analýzy dat se snaží vytvářet nové teorie. Nepracuje proto s pevnými daty jako kvantitativní výzkum, ale s tzv. měkkými daty⁴ (Sedláková, 2014, s. 151).

Principem kvalitativního výzkumu je proniknout do hloubky daného tématu a získat kontextové porozumění věci (Hendl, 2005, s. 46). Autor dále zdůrazňuje úlohu samotného výzkumníka, jenž je hlavním instrumentem výzkumu. Daty kvalitativního výzkumu mohou být např. poznámky z terénního pozorování, fotografie, audiovizuální či videozáznamy, deníky či jiné dokumenty, knihy či jako je tomu v mém případě – přepisy rozhovorů.

Slabinou kvalitativního výzkumu je, že díky celé řadě subjektivních faktorů jej téměř nelze shodně replikovat, a tím i ověřit. V případě mého výzkumu jde však o to, odhalit osobní zkušenosti a názory vybraných novinářů. Subjektivita je proto samozřejmá. Obecně se kvalitativním výzkumům vytýká nízká zobecnitelnost na širší populaci a v jiném prostředí, obtížná kvantitativní predikce a testování hypotéz a teorií. Výzkumy kvalitativního charakteru tak mají nižší reliabilitu, avšak vyšší validitu (Disman, 2002, s. 285). Dalším negativem je časová náročnost a možnost ovlivnění výsledků výzkumníkem (Hendl, 2005, s. 48).

Přesto jsem tuto metodu zvolila. Umožňuje mi lépe proniknout do hloubky tématu a získat citlivá data, která by respondenti přes kvantitativní průzkum nemuseli být ochotni poskytnout. Právě podrobný vhled do problému, možnost komparace jednotlivých případů a citlivé zohlednění kontextu a podmínek patří mezi hlavní výhody kvalitativních šetření (*ibid.*).

2.1.3 Technika sběru dat

Mezi nejčastější formy sběru dat v mediálních výzkumech patří: pozorování, analýza dokumentů a dotazování (Sedláková, 2014, 151). Silverman (2010, s. 123) k těmto metodám

⁴ Měkká data jsou hodnocena jako citlivá, jemná, podrobná a kontextová, zatímco tvrdá data jsou považována za důvěryhodná, přesná a vědecká. Sedláková, s. 151

přidává ještě transkripty, jenž se používají k porozumění řeči těla i slovního projevu účastníků výzkumu. Tyto metody mohou být použity jak pro kvalitativní, tak kvantitativní výzkumy.

Výzkum v této práci spadá pod metodu dotazování, která se řadí mezi nejpoužívanější výzkumné techniky v oblasti mediálních a kulturních výzkumů. Jedná se o metodu sběru dat, při které data nezískáváme přímo (pozorováním), ale zprostředkovaně (dotazováním).

Metoda dotazování zahrnuje různé techniky sběru dat, jenž se od sebe liší především mírou standardizace a strukturovanosti. Řadí se sem proto jak volně vedené rozhovory či interview, tak vysoce strukturované standardizované dotazníky (Sedláková, 2014, s. 156).

2.1.4 Polostrukturovaný rozhovor

Pro výzkum této práce jsem zvolila metodu polostrukturovaných rozhovorů, někdy označované také jako semistrukturované, řízené či rozhovory s návodem. Jejich výhodou je, že ačkoli si výzkumník dopředu připraví soupis otázek, může je v průběhu rozhovoru doplňovat dalšími otázkami či naopak vynechávat otázky již zmíněné dotazovaným (*ibid.*). Sedláková dále rozlišuje otázky primární (předem připravené) a sekundární či sondážní. Ty vznikají v průběhu rozhovoru. Výhodou polostrukturovaného rozhovoru je, že kombinuje standardizované i nestandardizované formy rozhovoru a minimalizuje tak jejich omezení.

2.1.5 Způsob výběru respondentů

Zatímco u kvantitativního výzkumu musí brát výzkumník při výběru zkoumaných jednotek v potaz, zda je výběr tak adekvátní, aby bylo možné výsledky zobecnit na populaci, kvalitativní výzkum postupuje zcela jiným způsobem. Jak uvádí Hendl, v případě kvalitativního výzkumu nejde o zjištění frekvenčního rozložení určitých proměnných v populaci. Výběr s tolika proměnnými by byl nerealizovatelný (Hendl, 2005, s. 153, Sedláková, 2014, s. 86). Výzkumník proto musí dopředu vytvořit vzorek, který chce zkoumat - tzv. výběrové šetření, a na ten se zaměřit.

Zkoumá se tak pouze část populace vybraná podle předem určených kritérií. Je nutné si uvědomit, zda jsou získané výsledky následně zobecnitelné, vzhledem k tomu, že se nejedná o vyčerpávající šetření (Sedláková, 2014, s. 87). Z cílové populace⁵ vybíráme při výběrovém

⁵ Soubor jednotek, pro které by měly platit naše závěry. Populace, o níž chceme vypovídat na základě zjištění z výzkumu (Sedláková, 2014, s. 86).

šetření zkoumaný výběrový vzorek. Dle Sedlákové výběrovému vzorku předchází základní soubor, což je úplný seznam všech jednotek cílové populace, jenž můžeme zkoumat (*ibid.*).

V případě mého výzkumu zahrnuje základní soubor všechny novináře působící v oblasti periodického tisku v České republice. Z celkového souboru periodického tisku u nás jsem musela vyloučit tiskoviny, jež nejsou pro předmět zkoumání relevantní: např. periodika určená omezenému publiku, tiskoviny pro veřejnost, farní zpravodaje, obecní zpravodaje, odborné časopisy, podnikové časopisy, pojišťovací časopisy, tiskoviny věnované turistice či mládeži atd. (Vycházela jsem z aktuální databáze periodického tisku na stránkách Ministerstva kultury.)

Vybrala jsem si proto předem pouze velké mediální domy, jež spadají pod soukromé vlastníky (podnikatele, či politiky), a které se zabývají zpravodajstvím a aktuálními politickými i ekonomickými tématy. Do tohoto výběru spadaly následující mediální domy: BORGIS, CZECH NEWS CENTER, ECONOMIA, EMPRESA MÉDIA, MAFRA, MLADÁ FRONTA, OUR MEDIA, SEZNAM.CZ, VLTAVA LABE MEDIA. Oslovila jsem všechny zmíněná vydavatelství, vždy jeden či více titulů, který pod vydavatelství spadá. V rámci zachování co největší anonymity respondentů uvádím pouze vydavatelství, ve kterém respondenti působí a nikoli přesnou redakci.

S participací na výzkumu souhlasili novináři z mediálních domů BORGIS, CNC, ECONOMIA, MAFRA, OUR MEDIA, SEZNAM.CZ. Ty jsem proto už blíže představila v teoretické části práce. Mým cílem bylo získat alespoň dva novináře z každého mediálního domu. Z osobních důvodů se však v době realizace výzkumu dva přislíbení respondenti nemohli zúčastnit. Celkem se do výzkumu zapojilo 10 novinářů. Novináři z mediálního domu BORGIS jsou označeni písmenem A, novináři z CNC jsou označeni písmenem B, novináři z mediálního domu ECONOMIA jako C, novináři z MAFRA jako D, novináři z OUR MEDIA jako E, a novináři ze SEZNAM.CZ jako F.

2.1.6 Realizace rozhovorů

Dotazování patří k časově náročným výzkumným metodám. Respondenty jsem proto dopředu oslovila emailem, který jsem získala přes oficiální internetové stránky redakcí či od známých, jež mají na dané redakce kontakt. Tři novináře jsem následně kontaktovala telefonicky. Dotazované jsem poučila o průběhu rozhovoru, tématu a těm, co to vyžadovali, jsem i dopředu zaslala připravené otázky. Také jsem je v emailové konverzaci ujistila o zachování anonymity. Se všemi redaktory jsem si následně domluvila schůzku dle jejich

časových možností a preferovaného prostředí. Rozhovory probíhaly v soukromí, většinou v zasedacích místnostech přímo v redakcích, či kavárnách v okolí pracoviště respondentů.

Přepisy rozhovorů jsem realizovala na základě pořízených audiozáznamů během osobní schůzky. K nahrávání rozhovorů i publikaci anonymizovaných odpovědí mi všichni respondenti udělili ústní souhlas. Vzhledem k citlivosti uvedených dat nejsou přepisy rozhovorů součástí diplomové práce, ale mohu je na vyžádání poskytnout ze soukromého archivu. Všechny rozhovory jsem prováděla sama, a to v časovém rozmezí od 1. dubna do 15. dubna 2019.

Rozhovory se v rámci možností odehrávaly v příjemné atmosféře. Když jsme s respondenty došli na téma jejich osobních zkušeností s omezováním či zasahováním do svobody projevu, bylo znát, že jde o velmi citlivé informace, které se zdráhají říct druhé osobě. I proto je v prepisech rozhovorů zachována absolutní anonymita. Anonymizuji i veškeré další informace, jež by mohly respondenty identifikovat.

2.1.7 Témata dotazování

Hlavním cílem mého výzkumu bylo získat od respondentů jejich názor na stav svobody tisku v naší zemi a osobní zkušenost s narušením této svobody. Otázky byly formulovány s cílem zjistit, jaké vlivy mohou zasahovat do novinářské práce ve smyslu omezení její autonomie mimo redakční politiku. V centru výzkumu stála témata:

- **osobní názor a zkušenost s omezením svobody slova**
- **externí vlivy, které mohou zasahovat do redakčního obsahu**
- **autocenzura jako vlastní forma novinářské cenzury**

Rozhovor sestával z následujících otázek:

Téma 1 - osobní názor a zkušenost s omezením svobody slova

- Jaký je Váš názor na stav svobody projevu v českých médiích?
- Setkal/a jste se někdy s tím, že byste na určité téma nemohl/a psát? Pokud ano, byl Vám sdělen důvod?
- A naopak, musel/a jste někdy informovat o určitém tématu, aniž byste o tom sám rozhodl/a? Pokud ano, z jakých důvodů?
- Zasáhl Váš nadřízený někdy do redakčního obsahu způsobem, který jste považoval/a za nevhodný?

Téma 2 - externí vlivy, které mohou zasahovat do redakčního obsahu

- Myslíte si, že něco či někdo má vliv na mediální obsah? Pokud ano, kdo?
- Jaký vliv má podle Vás ekonomický stav daného periodika na obsah?
- Ovlivňují podle Vás ekonomické subjekty (např. inzerenti) to, o čem by novinář psát měl či neměl?
- Cítíte tlaky od PR agentur či jiných externích subjektů – např. lobbistů?
- V Česku bylo několik kauz spojených s ovlivňováním médií. Většina souvisí s premiérem Andrejem Babišem a jeho střetem zájmů. Myslíte si, že má na svá média vliv?
- Myslíte si, že podobných případů ovlivňování obsahu existuje víc? Znáte nějaké?

Téma 3 - autocenzura jako vlastní forma novinářské cenzury

- Psal/a byste o vašem zaměstnavateli (vlastníkovi média) stejně jako o jakékoli jiné osobě?

2.2 Výstup výzkumu

Po realizovaných rozhovorech nastává fáze přepisu získaných dat. Při přepisu jsem použila tzv. redukci prvního řádu, kdy jsem z rozhovoru vynechala nerelevantní pasáže, příliš vzdálené zadanému tématu (Sedláková, 2014, s. 234). Často se diskuze rozvinula i mimo zadanou otázku. Mnoho otázek spolu také souvisí a respondenty přivádí znovu ke kýžené problematice, ve snaze dostat z respondenta úplnou osobní zkušenost. Vynechala jsem proto při přepisu pasáže, kdy se dotazovaný opakuje. Při analýze získaných dat jsem text stylisticky upravovala v rámci zachování naprosté anonymity respondentů tak, aby nebylo poznat, o kterého novináře jde.

Po zpracování nasbíraných dat následuje u kvalitativních výzkumů zpravidla analýza a interpretace, ačkoli existují i odborníci preferující pouhé předložení nasbíraného materiálu (*ibid.*, s. 396). Analýza označuje proces třídění dat. Přepisy rozhovorů jsou rozděleny do dílčích oblastí a následně výzkumníkem interpretovány. V rámci interpretace si autor klade za cíl vysvětlit získaná data, rozkrýt jejich smysl, a to s ohledem na kontext jejich pořízení a osobnosti dotazovaného (*ibid.*, 397). Je třeba mít na paměti, že interpretace neznamená spekulovat o významu či podsouvat vlastní teorie či očekávání.

2.3 Analýza shromážděných dat

V této kapitole analyzuji nasbíraná data od respondentů a předkládám souhrnné výsledky výzkumných otázek. Cílem je porovnat názor, osobní zkušenosti a přístup dotazovaných k celé tématice, a z toho následně vyvodit možnou teorii.

2.3.1 Osobní názor na stav svobody slova v českých médiích

V úvodu rozhovoru měli respondenti popsat svůj názor na stav svobody projevu v českých médiích. Otázka byla zvolená v tak širokém pojetí proto, abych zjistila ihned, jak se k celé věci daný novinář staví, bez toho, aniž by byl ovlivněn dalšími otázkami.

K obecnému pojetí svobody slova v českých médiích se vyskytly celkem dva názorové proudy. Že se česká média těší úplné svobodě projevu si myslí tři dotazovaní z deseti.

- C2: *“Jsem přesvědčen, že v Česku máme vysokou úroveň svobody slova, svobody projevu... Pokud jde o to, jak jsou novináři svobodní v tom, o čem mohou psát, tak v tom si myslím, že jsou novináři stále velmi svobodní.”*

- D1: *“Nevybavuji si žádný moment, kdy bych cítila, že na mě někdo vyvíjí tlak a nemohu si psát to, co chci.”*

Celkem sedm respondentů z deseti odpovědělo, že obecně v českých médiích panuje svoboda slova, ale dochází občas k jejímu omezování.

- F1: *“Nejsou všechny média, do kterých bych šla pracovat, protože bych se bála, že tam nebudu moct dělat to, co chci, takže si nemyslím, že jsou všechna média svobodná.”*

Pět respondentů se shodlo na tom, že svobodu slova ohrožuje zejména střet zájmů vlastníků médií, kteří často působí v byznysu, politice či obojím. Tato situace pak může negativně ovlivňovat svobodu projevu v daných médiích.

- B1: *“Obrovské zhoršení je v tom, že se teď koncentruje moc výkonná, zákonodárná, soudní i mediální v jedné osobě. Ve chvíli, kdy Andrej Babiš koupil MAFRU, zcela změnil pravidla hry. Celá řada podnikatelů pak také začala skupovat média, aby se případně před Babišovým vlivem mohli chránit. Ti podnikatelé nekupují média pro zisk, ale pro vliv, a to je nebezpečné.”*
- C1: *“Narůstá vliv několika málo mocenských skupin. Problém je hlavně tam, kde média vlastní oligarchové se zájmy v průmyslu a politice. (...) Nejlepším příkladem je to, jak se do veřejnoprávních médií opírají politici. Takhle to přesně začíná, když si chce někdo uzurpovat moc.”*
- C3: *“Kdybychom to brali institucionálně, tak jsme na tom hodně dobře. Ale pak je tady celá řada dílčích věcí, limitů, na které narážíte. (...) Od chvíle, co se před rokem a půl redaktori Lidovek otevřeně a přímo postavili za Babiše a napadli ty, co ho kritizují, tak od té chvíle je to pro mě stranický list, který nedává prostor kritické novinářině.”*
- A1: *“A dneska právě média čelí kritice kvůli svým vlastníkům, že by teoreticky mohli vycházet vstříc politickým zájmům těch oligarchů.”*

2.3.2 Ovlivňování mediálního obsahu

Většina respondentů během rozhovorů zmiňovala, že vliv na mediální obsah může mít celá řada faktorů, které ale považují za přirozenou součást novinářské práce. Pokud jde o záměrné ovlivňování obsahu a zasahování do svobody slova, vyskytly se dva hlavní přístupy: a) obsah ovlivňují vlastníci médií, b) média ovlivňují především zainteresované ekonomické subjekty. Že vlastníci zasahují do mediálního obsahu si myslí tři respondenti z deseti.

- A1: *“Za nejnebezpečnější střet zájmů považuji Babiše, a to z důvodu, že kromě dvou předních deníků ovládá i rádio a další projekty... Byly tady případy jasně prokazaného vlivu na jeho média.”*
- D2: *„Vlastníci mají vliv zcela určitě. Například Andrej Babiš si kupoval vydavatelství MAFRA s tím, aby o něm “psali pravdu”. Daniel Křetínský zase koupil Blesk a další média jako “bezpečnostní investici”. V Respektu je zase zakázáno psát o bytech OKD.”*
- F1: *“Vlastníci, ne ve všech médiích, ale určitě obecně ano.”*

Podle sedmi dotazovaných z deseti ovlivňují svobodu tisku zejména ekonomické subjekty, a to především inzerenti a zadavatelé reklamy. Inzerenti se snaží zamezit negativním zprávám o jejich firmě, a vyvíjí nátlak na média s pohrůzkami, že u nich přestanou inzerovat. Dále chtějí mít inzerenti kontrolu nad tím, jaký obsah o jejich firmě v daném médiu vychází a snaží se i protlačit komerční obsah do běžného redakčního sdělení tak, aby nešlo o označenou reklamu.

- F1: *„Kolega letěl točit s jednou společností do zahraničí, že se tam natočí reportáž, jak to tam funguje. Problémem bylo, že když se měl sejít se zástupkyní té firmy, tak s ním na tu schůzku šla i naše obchodní zástupkyně, a on se samozřejmě rozčiloval, že to není možné, aby za něj jako novináře vyjednávala podmínky obchodní zástupkyně, protože ona samozřejmě chtěla získat z té dohody pro náš mediální dům finance, a ten kolega si to tak nepřál. Obchodní zástupkyně na něj pak začala tlačit, že by bylo dobré, aby tam zmínil tohle a támhleto, a aby nemluvil o tom, co se v té zemi děje. On to samozřejmě odmítnul. Ale byla to hnusná zkušenost, že ta naše vlastní zástupkyně chtěla vyhovět tlakům té firmy, od které máme finance.“*
- C3: *„Může zafungovat i to, když vám někdo naznačí, že když budete o něčem psát, tak budete mít problém. My jsme kdysi řešili firmu XY, která byla obrovským zadavatelem inzerce u nás, a zároveň byla firma aktivní určitým způsobem i v politickém světě, takže oni vyloženě, když bylo něco kritického, tak buďto to přímo řekli, nebo rovnou stahovali inzerci. Podruhé nám vyhrožovala zase jiná firma, že když jsme o ní takhle špatně napsali, tak že už u nás nebudou inzerovat.”*
- D2: *„Inzerenti obsah ovlivňují, a to nejrůznějšími způsoby. Kromě relevantních kampaní je v řadě médií možné si koupit rozhovor či článek ve prospěch klienta.”*
- C1: *„Ne vždy je transparentní, zda jde o sponzorovaný obsah. Vznikají například konference či diskuzní panely sponzorované firmami, které v médiích inzerují, na základě kterých vzniká mediální obsah podle jejich obrazu. My to jako média samozřejmě můžeme napsat podle nás, ale už to nastolování tématu je někým zaplacené*

a nemělo by to tak být. Jednou se nám stalo, že se objevilo téma, které bylo konfliktní s naším způsobem přijímání peněz, a pak začaly vznikat tlaky, abychom o tom nepsali.

“

- B2: *„Myslím si, že se rozhodně posunula důležitost a postavení inzerce. Myslím to, že si řeknou téma, které by v tom médiu mohlo zaznít, a to se pak i zpracuje. Občas si dokonce řeknu, že je to fakt dobré a zajímavé téma, ale někdy je to dost násilné.”*

Problematicky vidí novináři i mediální partnerství. Podle nich se očekává, že budou o partnerských subjektech či akcích referovat v pozitivním smyslu, což nemusí korespondovat s jejich osobním názorem. V tomto případě se tak dostávají do styku s autocenzurou. Ačkoli by chtěli napsat danou zprávu podle sebe, vzhledem k tomu, že jde o ekonomicky zainteresovaný subjekt, nepouští se do kritiky či konfrontací.

- D1: *“Napadá mě ale jiná věc, třeba mediální partnerství, na což nemá řadový redaktor žádný vliv. (...) Několikrát jsem musela psát o něčem, o čem jsem nebyla přesvědčená, že bychom to jinak napsali. Ale museli jsme to napsat. A nebylo mi to třeba úplně příjemné, psát třeba o nějakém festivalu, který mě ani nezajímal a nelíbil se mi.”*

Tři novináři z deseti vidí zasahování do mediálního obsahu v jiných faktorech.

- E1: *„Není to jedna osoba. Jde o to, že se vytvořilo skupinové myšlení. Lidé se navzájem hlídají a cenzurují všechny, kdo se liší od předepsaného názoru.”*
- C2: *„Ohromná spousta věcí má vliv na mediální obsah. Největší má to, jak to samotné médium funguje, a jak mají nastavené standardy toho, co považují za kvalitní žurnalistiku. Pak jsou vnější vlivy, kdy se s vámi někdo chce potkat nebo vám nějaké téma nabízí. A pak je to na redakčních pravidlech, jak se k nim redaktori staví, jak informace ověřují atd.”*
- B1: *„Hlavně manželky a partneři novinářů. Snažím se, aby měli podřízení dobré vztahy doma (smích).”*

2.3.3 Osobní zkušenost s omezováním svobody slova

Jedním z hlavních cílů mého výzkumu bylo získat od respondentů jejich osobní zkušenosti s omezením svobody projevu. Ptala jsem se jich proto nejprve, zda se setkali s tím, že na určité téma nemohli psát. Otázka se dostala do rozporu s redakční politikou daných médií. Respondenti často uváděli, že je možné, že jim téma odmítli z jiných důvodů (např. vliv majitele či inzerentů), ale nebylo jim to tak explicitně řečeno.

Odpovědi jsem proto analyzovala podle toho, zda se sami respondenti domnívají, že šlo o omezení svobody slova, a ne redakční rutinu. Respondenty, kteří uvedli, že se jim stalo, že na určité téma nemohli psát, ale nemyslí si, že by šlo o narušení svobody slova, jsem hodnotila záporně – nedošlo k narušení svobody projevu.

Celkem popsalo pět respondentů, že jim byla jasně narušena svoboda projevu a pět novinářů se vyjádřilo negativně.

- A1: *„Jeden čas jsem strávil v jednom městském zpravodaji, s ambicí koncipovat ho jako zpravodajské noviny. (...) Když se ale vyměnilo vedení radnice, vyhrála jiná politická strana, a na první redakční radě jsme se dozvěděli, že chtějí vidět naše texty s tím, že je zcenzurují, to byla úplně definiční cenzura. My jsme jim předložili obsah novin, a oni nám dva články rovnou vyhodily a jeden proškrtali. Následovalo to, že jsme jim tu smlouvu ještě na té poradě vypověděli. (...) To byl přímý politický vliv, ale na místní úrovni.“*
- C1: *„Konkrétně já jsem byl jednou požádán, abych jedno téma přepsal podle názoru vydavatelství. Já jsem to odmítl. Článek pak vyšel přepracovaný, bez mého vědomí. Já jsem se to dozvěděl, až když to vyšlo. To byl extrém.“*
- D2: *“Ředitel vydavatelství mi dal najevo, že není žádoucí, abych psal komentáře, protože nereprezentovaly jeho názory.“*
- B1: *„Jednou jsem se s nátlakem tohoto druhu setkal, konkrétně s nátlakem přes inzerci, v 90. letech v médiu XY. Bylo to ve chvíli, kdy opět někdo porušil rozdělení moci, když se do vlády dostala politická strana XY. Největší sponzor byl tehdy Jaromír Soukup, který měl i funkci ekonomického náměstka ministra školství, současně vlastnil i největší reklamní agenturu Médea, která zprostředkovává reklamu v médiích a mimo jiné i u nás. Já jsem napsal na jedno politické téma článek, a přišla za mnou šéfkyně inzerce, že mi pan Soukup vzkazuje, že jestli na toto téma budu dál psát, tak že do našeho média půjde menší inzerce.“*
- E1: *„Situace na Ukrajině, imigrace, Islám, role médií, feminismus – pokaždé mi bylo sděleno, že můj postoj k tomu kterému tématu je nepřijatelný, bez dalšího vysvětlování. Ve většině případů stačil jediný text k zastavení veškeré další spolupráce.“*

Doplňující otázkou k vlastní zkušenosti s omezením svobody projevu v médiích byl také opačný pól – zda někdy novináři museli zpracovat téma, které bylo v rozporu s jejich

přesvědčením. Opět jsem nebrala v potaz běžné redakční rutiny, ale nucené zásahy ze strany vedení či jiných subjektů.

Pět novinářů z deseti uvedlo, že muselo zpracovat téma, ačkoli to bylo proti jejich osobním či etickým zásadám. Pět dotazovaných z deseti se vyjádřilo negativně. Zkušenosti novinářů s narušením svobody slova jsou i v tomto případě rovnocenné.

- D1: *„Ano, jak jsem zmínila, zejména ta mediální partnerství. Několikrát jsem musela psát o něčem, o čem jsem nebyla přesvědčená, že bychom jinak napsali, ale musela jsem to napsat. A nebylo to třeba úplně příjemné psát, že je někde nějaký festival, i když mě to nezajímá... Vliv to má i z praktické stránky, mě třeba odkládají články kvůli tomu, že se tam musí vejít hlavně celá ta reklama a na můj článek vlastně není prostor.“*
- F1: *„Když jsem byl ještě stálým redaktorem, tak naprosto běžně. (...) Pokud vím, ve všech médiích kromě Parlamentních listů a dalších okrajových serverů se tohle děje.“*
- D2: *„Ano, to se mi stalo. (pozn. Respondent to více nechtěl komentovat.)“*
- B2: *„Určitě jo, jak jsem říkal, z obchodních oddělení jsme dostali pokyn, že tohle téma by se mělo zpracovat, ale mohli jsme asi i klidně říct, že to dělat nebudeme. I když nevím, třeba je nám to všem natolik blbý, že to prostě děláme i tak.“*
- F1: *„Já mám osobní zkušenost s tím, že jsem musela do zprávy protlačit inzertní sdělení, i když jsem řekla, že od toho tam nejsem, ale nepomohlo mi to. Musela jsem to nakonec takhle zveřejnit.“*

Ve třech případech z pěti, kdy musel novinář zveřejnit sdělení, ačkoliv to bylo v rozporu s jeho přesvědčením, šlo o vliv ekonomických subjektů.

2.3.4 Externí vlivy, které mohou zasahovat do redakčního obsahu

Druhým tématem mého výzkumu bylo blíže odhalit faktory, které mohou hýbat s redakčním obsahem v médiích a zasahovat tak do svobody a nezávislosti tisku. Tlaky přes ekonomické subjekty, zejména inzerenty souvisí s ekonomickým stavem daného periodika a potažmo celého mediálního domu. Ptala jsem se proto, jaký vliv má ekonomický stav periodika na jeho obsah. Všech deset dotazovaných uvedlo, že ekonomická stránka médií hraje roli v tom, jak vypadá daný obsah. Šest z deseti dotazovaných vidí ekonomický stav periodika jako zásadní faktor v jeho obsahové nezávislosti.

- C3: *„Vliv to má, když médium nemá peníze, je víc závislé na inzerentech, a musí jim více vycházet vstříc, mnohdy se opravdu jedná o narušení určité svobody projevu.“*

- C2: „Vliv na obsah má ekonomická stránka daného titulu rozhodně, protože kvalitní žurnalistika něco stojí. Když je médium samostatné a ekonomicky soběstačné, tak to vám dává záruku kvality lidí, kteří pro to médium píšou, a nezávislost. Obecně to závisí na kvalitě zdrojů, to není levná věc.“
- C1: „Ekonomický stav novin má obrovský vliv na jeho obsah. Jakmile noviny nemají peníze, jsou daleko zranitelnější. V ideálním případě by měla média získávat peníze pouze od čtenářů, protože jakmile je peněz málo, je daleko více prostoru pro firmy a jejich tlaky, mohou si diktovat, jaká témata budou vycházet atd. A skrytě financují debaty, konference, a to je pro čtenáře velmi těžko rozpoznatelné. Rozhodně vidím ekonomické tlaky jako větší hrozbu pro svobodu slova než politické nebo redakční dejme tomu.“
- B1: „Čím je to médium zajištěnější, tak není tolik závislé na ekonomických vlivech jako jsou inzerenti a nikdo mu případně nediktuje, co má psát. My máme tu výhodu, že u nás inzeruje jen pár velkých firem, ze kterých máme slušný příjem. To je výhoda pro tu svobodu slova. Protože jakmile jste plně závislí na inzerentech, je to pro vás vždy riziko.“
- F1: „Myslím si, že inzerenti mají velký vliv, ve chvíli, kdy je to médium ve finančním skluzu, nedostatku, že ty inzerenti mají velké slovo a mohou do toho obsahu zasahovat.“
- D2: „Obecně je lepší atmosféra v takových periodikách, které jsou ziskové. Jsou odvážnější a pouští se do zajímavých projektů. V případě, že je médium ztrátové, tak je velice obtížné pro zaměstnance prosazovat svá témata a nenechávat si do toho kecat třeba od obchodních oddělení.“

Čtyři respondenti odpověděli, že ekonomická stránka média je důležitá, ale není až tak zásadní.

- B2: „Rozhodně ne dominantně, jako spíš jednotlivě. Jednou se mi stalo, že mi přišel jejich požadavek (obchodního oddělení) úplně za hranou, jde spíš o témata, která se k té jejich reklamě tematicky hodí, nezasahuje to ale, řekl bych, do celkové tváře toho média.“
- A1: „Obecně bych řekl, že ekonomické vlivy na obsah mít vliv mohou, jak jsme zmínili například ty mediální partnerství. Firmy taky využívají svého vlivu, protože v novinách inzerují, takže to do obsahu zasahovat může, ale nemám s tím přímou zkušenost.“

- D1: „*Vliv to má z praktické stránky, mě třeba odkládají články kvůli tomu, že se tam musí vejít celá strana reklamy. (...) Osobně jsem se ale nesetkala s tím, že by měli např. inzerenti vliv na to, co píšeme.*“
- E1: „*Třeba u technických věcí je to samozřejmé. Inzerent čeká, že se o jeho produktu bude psát. Mě osobně se to ale netýká.*“

Pokud jde o externí vlivy, jako jsou PR agentury, lobbisté a další subjekty, jako zásah do redakčního obsahu je vnímají pouze dva novináři.

- B1: „*Někdy si můžete všimnout, že má pět novin stejný článek, a to je přece šílené. Je problém, když máte deset píšících redaktorů, a teď oni nestíhají a víc ty PR zprávy využívají.*“
- C1: „*Tlaky od PR agentur určitě zasahují do mediálního obsahu. Největší problém jsou opět peníze, protože média nemají finance na to, platit zkušené novináře, a zaměstnávají mladé, často neškolené lidi, a také lidi, kteří nemají kvůli financím dostatek času, a tiskové zprávy či informace z PR agentur jsou pro ně nejjednodušší možností, jak obsah získat a zmanipulovat ho ve svůj prospěch.*“

Zbylých osm novinářů se domnívá, že ačkoli PR agentury, lobbisté a jiné externí subjekty silně tlačí na média, nezasahují výrazně do obsahu ve smyslu omezení svobody projevu.

2.3.5 Zásahy vlastníků do svobody tisku

Od respondentů jsem také chtěla získat jejich osobní názor na zásahy vlastníků do svobody slova. Dotazovala jsem se jich proto na již prokázané případy ovlivňování mediálního obsahu. V periodickém tisku to byly již výše zmíněné případy v mediálním domu MAFRA. Osm respondentů z deseti se domnívá, že média spadající pod vydavatelství MAFRA jsou pod politickým vlivem premiéra Andreje Babiše.

- B2: „*U Mafry je to zřejmé. Jako první se tam objevují zprávy, je jasný že benefitují z blízkosti premiéra. Informace, které nikde jinde nenajdete, tak tam je to pak těžko zpochybnitelné.*“
- C1: „*Rozhodně, to se dá i analogicky porovnat, když se podíváte na přední stránky premiérových novin, kdy vrcholila kauza Čapí hnízdo. To je jak z učebnice.*“
- C2: „*Jistě, o tom máme důkazy, takže o tom není sporu. Myslím si ale, že záleží na jednotlivcích, kteří tam ten Babišův vliv dostávají. Třeba šéfredaktor Léko je Babišův blízký přítel dlouhodobě, takže tam je ta provázanost jasná. Pak je tam logicky výrazně*

větší propustnost vládních informací. A je otázka, zda to je nebo není manipulace, nebo do jaké míry. ... Byly články, které se zaměřovaly na premiérové politické protivníky, a tam to bylo v celku jasné, že jde o manipulaci.“

- A1: *„Babiš tu má to výsadní postavení, že je v situaci, kam se nikdo před ním ještě nedostal. Panuje obecné přesvědčení, že jeho role, které zastává, jsou neslučitelné.“*

Dva novináři z deseti odpověděli negativně.

- D1: *“Já o tom nevím, jestli se to děje, těžko to hodnotit. Ani o jiných redakcích nemám informace.”*
- E1: *„Babišova média dnes patří k nejsvobodnějším na českém trhu. Redaktoři v nich mají radikálně vyšší míru svobody než třeba v nakladatelství Economia nebo ve veřejnoprávních médiích.“*

Dále jsem zjišťovala, zda si novináři myslí, že dochází k ovlivňování ze strany vlastníka i v jiných médiích. Osm respondentů odpovědělo kladně, dva negativně s tím, že o jiných případech nemají informace. Jako nejčastější příklad zásahů vlastníka do jeho médií uváděli novináři Jaromíra Soukupa.

- B1: *„Znám lidi, kteří vydávají média, a plně spolupracují se svými inzerenty. I ve velkých časopisech vycházejí rozhovory na objednávku v podstatě. Stírá se úplně rozdíl mezi redakčním a reklamním sdělením.“*
- B2: *„Třeba Jaromír Soukup, to snad ani nevím, jestli mám vůbec hodnotit. Na obálce Týdnu jednou vyšel jeho kůň, a to jsem slyšel, že jim prostě nadiktoval, že chce svého koně na obálce, a tak to i udělali. Takže tam nemám pochyb, že jsou v přímém vlivu pod ním, (...) tam je to pojetí novinářské práce úplně jiné.“*
- C1: *„Všude, kde média vlastní oligarchové, dochází k ovlivňování obsahu. V Křetínského médiích se hůř objektivně píše o energetice například. Mimochodem, to, co předvádí televize Barrandov se svým majitelem, to už nevím, co může být horšího.“*
- C2: *„Asi ano, dokážu si to představit. Je otázka, nakolik je to veřejné.“*
- C3: *„Určitě ano, v nějaké podobě, byť zatím si myslím, že to čeští vlastníci mají pro jistotu, než že by cíleně svá média ovlivňovali. Určitě bude mnoho věcí, která ta média záměrně nepíšou, kvůli byznysu či partnerům.“ (...) Máme ale i známé případy, např. ta kauza na Primě, když byla nahrávka, že mají informovat o uprchlících tak, jak si přeje majitel, což je úplně absurdní. Jaromír Soukup je pak kategorie sama o sobě. „(...) takto to politické vlastnictví rozhodně nemá vypadat.“*

- D2: „Příkladem mohou být třeba noviny, které vydávají samotné obce, a kde vládnoucí strana brání opozičním zastupitelům, aby cokoliv do těchto periodik napsali.“
- F1: „Určitě Jaromír Soukup, u Bakaly si nejsem jistá, nemyslím si, že by svá média ovlivňoval.“

2.3.6 Autocenzura jako vlastní forma novinářské cenzury

Otázku na autocenzuru, jako možného faktoru zasahujícího do svobody slova novináře, jsem umístila až na konec dotazníku, abych toto téma dotazovaným sama nepodsouvala. Čtyři respondenti se o autocenzuře zmínili sami ještě před dotazovanou otázkou, jako jedním z faktorů, který má vliv na svobodu slova v žurnalistice.

- B2: „Myslím, že se novináři automaticky vyhýbají věcem, aniž by jim to někdo říkal, od té doby, co se změnila vlastnická struktura médií.“
- A1: „Nedovedu si představit, že by nějaké noviny přijaly mediální účast na nějakém projektu, ten projekt se nějakým způsobem nepovedl, a ty noviny by ho začaly kritizovat.“
- A2: „Vždycky existuje určitá autocenzura novinářů: jaké téma si vybírají, jak jdou do hloubky, na co se soustředí, takže i to hraje svou roli.“

Abych získala vyjádření od všech respondentů, ptala jsem se jich přímo, jak by přistupovali k tématu týkajícího se jejich zaměstnavatele, vlastníka daného média. Objevily se tři přístupy: a) vůbec téma nepřijmout, b) neví, zda by téma přijali, c) téma by přijali a informovali by o něm bez problémů.

Čtyři respondenti by téma vůbec nepřijali.

- A1: „Já bych to téma nepřijal. Nevím, kam bych to psal, když pracuju pro to médium, tak bych to ani neměl kam napsat.“
- D1: „Já bych o politice nepsala, protože to je mimo moji planetu, takže těžko odpovídat.“

Čtyři respondenti neví, zda by téma přijali.

- C1: „Nevím, jestli bych o něm psal vůbec. Když už, tak objektivně samozřejmě.“
- F1: „Kdybych o něm měla psát, tak by tomu předcházela velká diskuze s editorem, jak k tomu přistoupit, jestli o něm vůbec máme psát, jestli je to dobrý nápad a záleželo by

na tématu. Jestli by to bylo o jeho vztahu k našemu médiu, tak to nevím, jestli bych o něm chtěla psát, ale když by to byl jen obecný článek, tak by mi to asi nevadilo. “

- B2: *„Když už bych o něm psal, tak bych o něm psal stejně jako o komkoliv jiném, nechtěl bych zatajovat nic, co bych zjistil, ale nevím, jestli bych si to téma vůbec vybral. Byl bych určitě opatrnější na to, jak píšu, a jak moc to mám ověřené. “*
- B1: *„Pokud bych se o něm rozhodl psát, tak asi ano, ale možná bych to téma raději vůbec zpracovávat nechtěl, abych se vyhnul nějakým podvědomým vlivům. “*

Dva respondenti by téma přijali.

- C3: *„Myslím si, že je přirozený pocit, že novinář nechce psát o svém zaměstnavateli. My jsme si u nás stanovili pravidlo, že nebudeme psát nic, co by mu v jeho případných sporech či kauzách pomáhalo. Nebudeme nikdy psát, že je to účelové atp. Když o našem majiteli píšeme, tak velmi kriticky. “*
- C2: *„Tak my o našem vlastníkovi normálně informujeme, pokud se něco naskytne. Nevidím v tom žádný střet zájmů. Maximálně bych byl dvojnásob opatrný, aby byly všechny fakta správně a řádně ověřeny. To by pak byl samozřejmě o to větší problém, kdybych se zmýlil. “*

2.4 Zodpovězení výzkumných otázek

Výzkum měl odpovědět na následující výzkumné otázky a poskytnou možnou teorii, jak si stojí svoboda slova v pojetí tuzemských novinářů. V této kapitole předkládám souhrn a východisko výzkumných otázek jako dílčí závěry.

VO 1: Jak novináři nahlíží na stav svobody slova v českých médiích?

DÍLČÍ ZÁVĚR 1: U novinářů převládá názor, že v českých médiích dochází k omezování svobody slova, uvedlo to tak 70 % respondentů. Jen 30 % dotazovaných se domnívá, že se česká média těší úplné svobodě projevu.

VO 2: Mají novináři osobní zkušenost s omezením svobody slova?

DÍLČÍ ZÁVĚR 2: Osobní zkušenost novinářů s narušením svobody slova jsem dělila na dva přístupy: a) bylo jim řečeno, že na dané téma nemohou psát z jiných než redakčních rutin, b) museli psát na téma, které nepovažovali za součást redakční rutiny.

50 % respondentů se s omezením svobody slova setkala přímo, a to z důvodu, že vedení či inzerentům vadil jejich názor na danou věc. Polovina dotazovaných pak uvedla, že s explicitním zásahem do jejich svobodného projevu se nesetkali. Uváděli ale, že se na denní bázi setkávají s redakčním zasahováním do jejich obsahu, a je možné, že právě důvody omezení jejich zprávy nemusí vyjít najevo.

Pokud jde o téma b), tam byly zkušenosti také rovnocenné. 50 % respondentů někdy muselo zpracovat téma, o kterém nebyli přesvědčeni, že by jinak jejich noviny informovaly. Ve 30 % šlo o nátlak ze strany ekonomicky zainteresovaných subjektů. 50 % nemělo s tímto omezováním žádnou zkušenost, nebo si jí nejsou vědomi.

Obecně lze z osobních zkušeností novinářů vyvodit, že převažuje nátlak na svobodu slova zejména kvůli komerčním tlakům. Nátlak politických či jiných referenčních skupin označila většina respondentů jako minimální.

VO 3: Kdo nebo co může nejvíce zasáhnout do svobody projevu?

DÍLČÍ ZÁVĚR 3: U novinářů převážil názor, že svobodu tisku mohou narušovat zejména ekonomické subjekty napojené na média, především inzerenti či mediální partneri. Tento názor zastává 70 % dotazovaných. Podle 30 % respondentů může být redakční obsah přímo ovlivňován zásahy vlastníka.

Všichni respondenti se shodli na to, že ekonomická stránka médií hraje roli v jejich nezávislosti a míře svobody projevu, která tam panuje. 60 % novinářů uvedlo, že považují ekonomický stav novin za zásadní faktor pro svobodu slova. Shodovali se na tom, že pokud má dané médium finanční nedostatek, je více závislé na inzerentech a musí jim více vycházet vstříc. Dochází pak k zasahování do obsahu způsobem, kdy si inzerenti diktují, co se tam má objevit, prosazují si svá témata, a zcela se tak stírá rozdíl mezi reklamou a redakčním obsahem.

Že dochází k ovlivňování obsahu jinými externími subjekty, například lobbisty či PR agenturami, ve smyslu omezování svobody slova, si myslí jen 20 % dotazovaných.

Pokud jde o zasahování vlastníků do redakčního obsahu, 80 % novinářů se domnívá, že média spadající pod mediální dům MAFRA jsou pod vlivem premiéra Andreje Babiše. Stejný počet novinářů si také myslí, že k podobnému zasahování ze strany vlastníka dochází i v jiných mediálních domech. Jako nejčastější příklad novináři uváděli mediální dům EMPRESA s majitelem Jaromírem Soukupem.

VO 4: Omezuje svobodu slova autocenzura ze strany novináře?

DÍLČÍ ZÁVĚR 4: Autocenzura se ukázala jako výrazný faktor v omezování novinářského projevu. Pouze 20 % respondentů by nemělo problém s tím informovat o svém majiteli. Zbylí respondenti by buďto téma vůbec nepřijali (40 %) nebo neví, zda by ho přijali (40 %). V průběhu celých rozhovorů řada novinářů uváděla, že kromě informování o jejich zaměstnavateli cítí autocenzuru i v případě mediálních partnerů či inzerentů daného média.

Závěr

Mohlo by se zdát, že žijeme v demokratické společnosti, kde si novinář může říkat, co chce. Svoboda tisku je stejně samozřejmá, jako právo na vyznání či spravedlivý soudní proces. Přesto však existuje celá řada vlivů omezujících nezávislost žurnalistiky. Novinářskou autonomii ovlivňují zevnitř jak redakční rutiny, tak vlastníci médií. Stále větší moc nad médii však získávají externí subjekty jako inzerenti, zadavatelé reklamy či čtenáři. Odborná literatura však neopomíná ani osobu samotného novináře. Patrně největší cenzuře, které v našem prostředí novinář čelí, je on sám. Komerční tlaky, hrozba ztráty čtenářů, absence financí na kvalitní zdroje a nedostatek času jsou jen ty nejvýraznější problémy, se kterými se média a jejich pracovníci denně potýkají. To vše se stává hrozbou pro novinářskou autonomii a tím i svobodu slova.

Rozhovory s deseti etablovanými českými novináři ukázaly, že mediální obsah může být ovlivňován celou řadou faktorů a zachovat si v takovém prostředí profesní nezávislost není jednoduché. Polovina novinářů, se kterými jsem měla tu možnost hovořit, se sama setkala s narušením svobody slova. Nepřevládaly ani tak přímé zásahy od vlastníků médií, jako tlaky ze strany obchodních a reklamních oddělení. Prokázalo se to, co zjistila celá řada zahraničních studií, že ekonomická stránka médií ovlivňuje stále více redakční obsah. Na základě osobní zkušenosti novinářů bylo zjištěno, že dochází k porušování zásadních etických standardů (mnohdy i porušení tiskového zákona) - oddělení reklamního a redakčního obsahu, stejně tak ovlivňování obsahu ve prospěch zainteresovaných ekonomických subjektů. Respondenti potvrdili, že čím více je médium ekonomicky závislé na inzerentech a reklamě, tím více je ohrožena profesní nezávislost a potažmo svoboda slova.

Za největší přínos mého výzkumu a potenciál pro další výzkum považuji otázku autocenzury. Téměř všichni novináři v průběhu rozhovorů zmiňovali, že mají problém psát nejen o svém zaměstnavateli, ale i mediálních partnerech či inzerentech. O svém vlastníkově by bez váhání psalo pouze 20 % dotazovaných. Novináři si uvědomují čím dál více, že je jejich profese přivádí do nezdravého vztahu závislosti na tom, kdo noviny platí. A to se promítá i do samotného obsahu. Svoboda slova se oklešťuje od nesnadných témat týkajících se vlastníků a dalších subjektů, jenž přinášejí do médií finance. Novinářská autonomie tak trpí nejen vnějšími vlivy, ale i vnitřní autocenzurou. Média se následně dostávají do začarovaného kruhu, kdy se manipuluje s obsahem a veřejnost v ně ztrácí důvěru.

Po rozhovorech s novináři nevidím jiné východisko z této situace, než snažit se minimalizovat závislost na inzerci a reklamě, a naopak maximalizovat pozornost na kvalitu obsahu a příjem od čtenářů. Pozadu by neměly zůstat ani institucionální aspekty svobody slova – nezávislost médií, funkce novináře a role tisku by se měly po vzoru Německa či Belgie začlenit do právního řádu. Stejně tak by se mělo dbát na dodržování samoregulačních norem, např. zřízením tiskové rady jako je tomu ve Švédsku a dalších severských zemích, kde tradičně panuje nejvyšší forma nezávislosti médií. Jedině tak jednou nemusí být svoboda slova modifikována do podoby, která již není slučitelná s demokratickými principy.

Summary

It might seem like we live in a democratic society where journalists can say what they want. Freedom of the press is as obvious as a Freedom of belief or a right for a fair trial. Yet there are number of influences limiting the independence of journalism. Journalist' autonomy is influenced by internal forces such as editorial routines and media owners. External factors such as advertisers and readers are gaining more power over the media. But perhaps the greatest censorship that a journalist faces in our environment is himself. Commercial pressures, the threat of loss of readers, the lack of finance funds for quality resources, and the lack of time are just the most significant problems that the media and their workers face every day. All this becomes a threat to journalistic autonomy and thus to freedom of speech.

Interviews with ten established Czech journalists have shown that many factors can influence media content and it is not easy to maintain professional independence in such an environment. Half of the journalists that I had the opportunity to speak with have faced a violation of their freedom of speech. Majority was affected by pressures from advertisers more than from media Owners. What has been proven by a number of foreign studies has been confirmed: editorial content is increasingly influenced by the media's economic status. Based on the personal experience of journalists, it was found that fundamental ethical standards (often violations of the Press Act) were violated – such as separation of advertising and editorial content, as well as influencing content for the benefit of interested economic entities. Respondents confirmed that the more economically dependent they are on advertisers and economical entities, the more threatened is their professional independence and freedom of speech.

I see the biggest benefit of my paper and the potential for further research in the question of self-censorship. Almost all journalists mentioned during the interviews that they had a problem with reporting not only about their employer, but also about the media partners or advertisers. Only 20 % of those surveyed would have written about their owner without hesitation. Journalists are becoming more and more aware that their profession brings them into an unhealthy dependance on those who pays the newspaper. And that is reflected in the media content itself.

Freedom of speech is restricted by their owners and other economical entities which are bringing finance to the media. Thus, journalistic autonomy suffers not only from external influences but also from internal self-censorship. The media then enter a vicious circle where

content is being manipulated and the public loses confidence in the media. After several interviews with journalists, I do not see another way out of this situation than to try to minimize the dependence on advertising, and on the other hand to maximize the attention to content quality and income from the readers.

Institutional aspects of freedom of speech – media independence, journalists' role and the role of the press should be incorporated more into the laws like it is in Germany and Belgium for example. Equal awareness should be focused on the ethical standards by making sure they are respected, for example by setting up a press council, as is the case in Sweden and other Nordic countries, where there is traditionally the highest level of media independence and freedom of speech. Only then we can preserve a true freedom of speech and not keep on modifying it into a form that is no longer compatible with democratic principles.

Použitá literatura

About us. Freedom House [online]. 2018, 2018 [cit. 2019-04-07]. Dostupné z:

<https://freedomhouse.org/about-us>

Aktualizovaná mapa vlastníků českých médií. Mediaguru [online]. 2019, 21. března 2019 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/03/aktualizovana-mapa-vlastniku-ceskych-medii/>

ALTSCHULL, J. H. Agents of Power: The Media and Public Policy. White Plains: Longman, 1995. ISBN 0801307767.

ARCHER, A. & CLINTON, J. Changing Owners, Changing Content: Does Who Owns the News Matter for the News? *Political Communication*, 2017, 35:3, s. 353-370, DOI: 10.1080/10584609.2017.1375581

Babiš sliboval, že se novinářům z Mafry nebude plést do práce. Vydrželo mu to pár hodin. IROZHLAS [online]. 2013, 29. června 2013 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/babis-sliboval-ze-se-novinarum-z-mafry-nebude-plest-do-prace-vydrzelo-mu-to-par-hodin_201306290610_dbnardy

Babiš: Už nikdy nezavolám žádnému „svému“ novináři. ČT 24 [online]. 2013., 29. 6. 2013 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/1089333-babis-uz-nykdy-nezavolam-zadnemu-svemu-novinari>

BAILARD, C. S. Corporate ownership and news bias revisited: Newspaper coverage of the Supreme Court's Citizen United ruling. *Political Communication*, 2016, 33(4), s. 583–604

Bakala s manželkou opouštějí orgány Economie. Vydavatelství ale prodat nechtějí. IROZHLAS [online]. 2019, 28. ledna 2019 [cit. 2019-04-02]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/ekonomika/zdenek-bakala-majetek-manzelka-economia-vydavatelstvi_1901281125_ako

Bakalovi opouštějí orgány Economie, vydavatelství ale prodávat nechtějí. Echo.24[online]. 2019, 28. ledna 2019 [cit. 2019-04-03]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SCK8x/bakalovi-opousteji-organy-economie-vydavatelstvi-ale-prodavat-nechteji>

BARTOŇ, M. Pluralita jako ústavní princip. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch, ed. *Regulace médií*. Masarykova Univerzita: MUNI PRESS, 2018, s. 11-26. ISBN 978-80-210-9080-4.

BARTOŇ, M., Svoboda projevu a její meze v právu České republiky, Linde, Praha 2002, ISBN: 80-7201-367-X, s. 83.

BEDNÁŘ, V. Internetová publicistika, Grada publishing, 2011, ISBN: 978-80-247-3452-1, s. 216 s.

CARPENTIER, N. Identity, Contingency and Rigidity: The (Counter-) Hegemonic Constructions of the Identity of the Media Professional, Journalism, 2005, 6(2), s. 199-219.

CRESWELL, J. W. Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. London: Sage Publications, 1998, s. 403

Černošice předaly případ Babišova údajného střetu zájmů krajskému úřadu. ČT 24[online]. 2010, 21. 2. 2019 [cit. 2019-04-03]. Dostupné z:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2740436-cernosice-predaly-pripad-babisova-udajneho-stretu-zajmu-krajskemu-uradu>

Databáze periodického tisku pro veřejnost. Ministerstvo kultury [online]. [cit. 2019-04-16].

Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/databaze-periodickeho-tisku-pro-verejnost-978.html#seznam>

Dictionary.com. [2005]. [cit. 2018-03-27]. Dostupný z:

<https://www.dictionary.com/browse/freedom-of-the-press>

DISMAN, M. Jak se vyrábí sociologická znalost, Karolinum, 2002, ISBN: 978-80-246-0139-7, 374 s.

Etický kodex redakce ParlamentníListy.cz. Parlamentní listy [online]. 2018, 01.01.2018 [cit.

2019-04-09]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/vop/Eticky-kodex-redakce-ParlamentniListy-cz-534460>

Etický kodex. Czech news center [online]. [cit. 2019-04-17]. Dostupné z:

<https://www.cncenter.cz/clanek/1325/eticky-kodex>

Etický kodex. Seznam.cz [online]. 01.01.2018 [cit. 2019-04-09]. Dostupné z:

<https://o.seznam.cz/eticky-kodex/>

Etický kodex. Syndikát novinářů ČR [online]. 1998 [cit. 2019-04-13]. Dostupné z:

<https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/etika/kodex/>

Etický kodex. *Economia* [online]. 2011 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/403/1109/file/>

Evropský parlament schválil reformu ochrany autorských práv na internetu. ČT 24 [online]. 2019, 26. 3. 2019 [cit. 2019-04-17]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/2770286-europoslanci-schvalili-kontroverzni-reformu-ochrany-autorskych-prav-na-internetu?fbclid=IwAR2bbfciYWwwxigQP5R3zJ8ERWtVSbssO95mGB5rXWDpxvRRK4duCoWYM4Mhttps://>

FILIP, J. Vybrané kapitoly ke studiu ústavního práva [Učebnice]. Vyd. 2. dopl. Brno: Masarykova univerzita, 2001. Edice učebnic PrF MU ; č. 263. ISBN 80-210-2592-1, 458 s.

Freedom of the Press 2017: Poland. Freedom House [online]. 2018, 2018 [cit. 2019-04-07]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/poland>

Freedom of the Press 2017: Press Freedom's Dark Horizon. Freedom House [online]. 2018, 2018 [cit. 2019-04-07]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/freedom-press-2017>

FROUZOVÁ, Kateřina. Babiš dál ovládá média, protože má vliv na správce svěřenského fondu a majetek může rychle získat zpět pod kontrolu, tvrdí úřad v Černošicích. Získali jsme jeho odůvodnění. *Hospodářské noviny* [online]. 2019, 11. 3. 2019 [cit. 2019-04-03]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66516060-babis-dal-ovlada-media-protoze-ma-vliv-na-spravce-sverenskeho-fondu-a-majetek-muze-rychle-ziskat-zpet-pod-kontrolu-tvrdi-urad-v-cernosicich-ziskali>

HANITZSCH, T. & MELLADO, C. 'What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on their Work', *The International Journal of Press/Politics*, 2011, 16(3), DOI: 10.1177/1940161211407334, s. 404-426

HANITZSCH, T. Populist Disseminators, Detached Watchdogs, Critical Change Agents and Opportunist Facilitators: Professional Milieus, the Journalistic Field and Autonomy in 18 countries', *International Communication Gazette*, 2011, 73(6), s. 477-494.

Hatred journalism threatens democracies. *Reporters Without Borders* [online]. 2018, 23. dubna 2018 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/rsf-index-2018-hatred-journalism-threatens-democracies>

HEND, J. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace, Portál, 2005, ISBN: 8073670402, 407 s.

HERCZEG, J., Meze svobody projevu, Orac, Praha, 2004, ISBN: 80-86199-94-0, s. 46.

Historie. Czech News Center [online]. [cit. 2019-04-05]. Dostupné z:
<https://www.cncenter.cz/clanek/1327/historie>

HOLUBOVÁ, Eliška. Mediální svoboda projevu versus právo veřejných osob na soukromí. Praha, 2013. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Křeček, Jan.

CHOMSKY, D. “An interested reader”: Measuring ownership control at the New York Times. *Critical Studies in Media Communication*, 2006, DOI: 10.1080/07393180600570659, 23(1), s. 1–18.

Komu patří české noviny? Nově budou jen zdejších miliardářů. Aktuálně [online]. 2010, 12. 8. 2015 [cit. 2019-04-05]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/komu-patri-ceske-noviny-nove-budou-jen-zdejsich-miliardaru/r~e6845e2640c511e5b3730025900fea04/>

KOPECKÝ, Josef. České novináře se zatím vyhubit nepodařilo, zalítoval Zeman. IDnes [online]. 2018, 29. srpna 2018 [cit. 2019-04-08]. Dostupné z:
https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/zeman-novinari-blboun-nejapny-vyhynuti-vyhubeni.A180829_180155_domaci_kop

Listina základních práv a svobod. Poslanecká sněmovna parlamentu ČR [online]. 1992 [cit. 2019-04-04]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>

MAFRA převzala české a slovenské vydavatelství Bauer Media. IDnes [online]. 2018, 4. prosince 2018 [cit. 2019-04-03]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/mafra-bauer-media-prevzeti.A181204_122856_mediahub_jpl

MCDEVITT, M. “In Defense of Autonomy: A Critique of the Public Journalism Critique.”, *Journal of Communication*, 2003, DOI: 10.1111/j.1460-2466.2003.tb03011.x, 53(1), s. 155-160

MCCHESENEY, R.W. ‘The Problem of Journalism: A Political Economic Contribution to and Explanation of the Crisis in Contemporary US Journalism’, *Journalism Studies, Journal of Communication*, 53, 4(3), 2003, s. 299-329.

MCNAIR, B.: Sociologie žurnalistiky, Praha: Portál, Vyd. 1., 2004, ISBN: 80-7178-840-6, 184 s.

MIKULKA, Milan. Spolumajitel Penty Dospiva: Chceme mediální štít proti iracionálním útokům. Hospodářské noviny [online]. 2015, 21. 4. 2015 [cit. 2019-04-02]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-63893810-spolumajitel-penty-dospiva-chceme-medialni-stit-proti-iracionalnim-utokum>

MORAVEC, Ondřej. Webové stránky nejsou tiskovinou. Správní právo: odborný časopis pro oblast státní správy a správního práva, Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2007, roč. 2007, č. 3, s. 157-164.

MORRIS, R.: Watching our words: perception of self-censorship and media freedom in Fiji, University of Oxford, 2015-2016, s. 1-68.

Nordicom Review 31 (2010) 2, pp. 113-133 Tomorrow's Journalists Trends in the Development of the Journalistic Profession as Seen by Swedish and Russian Students Gunnar Nygren, Elena Degtereva, & Marina Pavlikova

NYGREN, G. 'Autonomy: A Crucial Element of Professionalization', in Nygren, G. et al, Journalism in Russia, Poland and Sweden: Traditions, Cultures and Research. Södertörn: Södertörns Högskola, 2012

O společnosti. Mafra [online]. 2019, 2019 [cit. 2019-04-03]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

OLSHEVSKAYA, O.: Factors that Influence Freedom of Speech and Self-censorship in Mass Media in Contemporary Russia, Science journal, 2013, s. 110-118

Ombudsman ČT. Česká televize [online]. ČT, 2018 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/ombudsman/>

ÖRNEBRING, H. 'Anything you can do, I can do Better? Professional Journalists on Citizen Journalism in Six European Countries', International Communication Gazette, 75(1), 2013, s. 35-53.

OVERHOLSEN, G., HALL JAMESON K., The Institutions of American Democracy: The Press, Oxford University Press, USA, 2005, 169 s.

PAVLÍČEK, V. a kol. Ústava a ústavní řád České republiky: komentář. 2., dopl. a podstatně

rozš. vyd. Praha: Linde, 1999, s. 180-181. Zákony s poznámkami (Linde). ISBN: 80-7201-170-7.

POUPEROVÁ, O. Institucionální aspekty regulace médií. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016, 256 s. ISBN: 978-80-755-23365

POUPEROVÁ, O. Regulace médií. Praha: Leges, 2010, 270 s., ISBN: 978-80-87212-48-6

PRESTON, P. Making the News: Journalism and News Cultures in Europe. London: Routledge, 2009, 208 s., ISBN: 978-0415461894

PROCHÁZKOVÁ, Andrea. Babišův Léko: Jak se šéfredaktor Lidových novin nedokázal ubránit tlaku premiéra. Respekt [online]. 2018, 29. 9. 2018 [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2018/40/babisuv-leko>

Přehled: Babišova nahrávka s redaktorem MF Dnes. Mediaguru [online]. 2017, 08. května 2017 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/05/prehled-babisova-nahravka-s-redaktorem-mf-dnes/>

Redakční etický kodex. Seznam.cz [online]. [cit. 2019-04-09]. Dostupné z: <https://o.seznam.cz/eticky-kodex/redakcni-eticky-kodex/>

REICH, Z. & HANITZSCH, T. 'Determinants of Journalists' Professional Autonomy: Individual and National Level Factors Matter More than Organizational Ones', *Mass Communication and Society*, 16(1), 2013, s. 133-156.

REYNOLDS, Matt. What is Article 13? The EU's divisive new copyright plan explained. Wired [online]. 2019, 15. dubna 2019 [cit. 2019-04-17]. Dostupné z: <https://www.wired.co.uk/article/what-is-article-13-article-11-european-directive-on-copyright-explained-meme-ban>

RSF Index 2018: Hatred of journalism threatens democracies. Reporters Without Borders [online]. [cit. 2019-04-24]. Dostupné z: <https://rsf.org/en/rsf-index-2018-hatred-journalism-threatens-democracies>

RYFE, D.M. 'Broader and Deeper: A Study of Newsroom Culture in a Time of Change', *Journalism*, 10(2), 2013, s. 197-216.

SEDLÁKOVÁ, R. Výzkum médií. Grada publishing, 2014, 548 s. ISBN: 978-80-247-3568-9

Self Censorship: How Often and Why: Journalists Avoiding The News [online]. Pew Research Institute, 2000 [cit. 2019-04-10]. Dostupné z: <https://www.people-press.org/2000/04/30/self-censorship-how-often-and-why/>

SHOEMAKER, P. J., and REESE S. D. Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content. White Plains, NY: Longman, 1996, 323 s.

SCHULTZ, J.: Reviving the Fourth Estate. Cambridge, University Press, 1998, 304 s. ISBN: 0521629705

SILVERMAN, D. Doing Qualitative Research: A Practical Handbook. 3rd Edition, Sage Publications, London, 2010, 456 s., ISBN: 184860033X

SJOVAAG, H. Journalistic Autonomy: Between Structure, Agency and Institution. Nordicom Review, 34, 2013, s. 155-166.

SPARKS, C., READING, A. Communism, Capitalism and the Mass Media. London: Sage. 1998, ISBN: 0 7619 5074 5, 240 s.

Střet zájmů senátora Valenty bude řešit přerovský magistrát, uvedlo ministerstvo spravedlnosti. IROZHLAS [online]. 2019, 18. ledna 2019 [cit. 2019-04-05]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/ivo-valenta-stret-zajmu-prerovsky-magistrat-ministerstvo-spravedlnosti-televize_1901181305_och

Šéf Práva Porybný odešel z představenstva Borgisu. Aktuálně [online]. 2014, 22. 1. 2014 [cit. 2019-04-05]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/sef-prava-porybny-odesel-z-predstavenstva-borgisu/r~458ae468834d11e38ae3002590604f2e/>

ŠIMKA, Karel. Skeptické úvahy o tom, zda lze regulací médií dosáhnout jejich plurality, kvality a relevance. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch. Regulace médií. Masarykova Univerzita: MUNI PRESS, 2018, s. 27-44. ISBN: 978-80-210-9080-4.

ŠMÍD, Milan. Čeští vydavatelé se dodnes sami neregulují, Česká tisková rada byla mrtvě narozené dítě. Mediář [online]. 2011, 15. 02. 2011 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/samoregulace-vydavatelu-mrtve-narozene-dite-ceska-tiskova-rada/>

ŠŤASTNÝ, Ondřej. Svoboda projevu, její záruky a limity v praxi českých médií. Praha, 2011. Rigorózní práce. Univerzita Karlova, Právnická fakulta, Katedra ústavního práva. Vedoucí práce Hofmannová, Helena.

Tabery: rozhodnutí nepsat o Bakalovi bylo chybné. Mediář [online]. 2018, 20. 04. 2015 [cit. 2019-04-02]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/tabery-rozhodnuti-nepsat-o-bakalovi-bylo-chybne/>

Vlastníci. Czech News Center [online]. [cit. 2019-04-05]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/clanek/2370/vlastnici>

Vydavatelský kodex médií provozovaných společnostmi MAFRA, a.s. IDnes [online]. 2013, 10. 10. 2013 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <https://redakni.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=365699>

Zakladatel Seznamu Lukačovič odchází z vedení firmy. Chce se věnovat meteorologii. Aktuálně [online]. 2019, 19. 2. 2019 [cit. 2019-04-06]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/z-predstavenstva-seznamu-odchazi-jeho-majitel-ivo-lukacovic/r~ccdb8d36341f11e99182ac1f6b220ee8/>

Zákon č. 46/2000 Sb: Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů. Zákony pro lidi [online]. ČR, 2000 [cit. 2019-04-16]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/20>

Zaslání textu do Lidových novin byla chyba. Není pravda, že je ovlivňuji, řekl Babiš. IROZHLAS [online]. 2018, 26. září 2018 [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-lidove-noviny-syrsti-sirotci_1809262052_pj