

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Kateřina Malá

**Motivy autoregulace
českých novinářů při rutinním
profesním rozhodování**

Diplomová práce

Praha 2008

Autor práce: **Kateřina Malá**

Vedoucí práce: **PhDr. Tomáš Trampota, Ph. D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2008

Hodnocení:

Bibliografický záznam

MALÁ, Kateřina. *Motivy autoregulace českých novinářů při rutinním profesním rozhodování*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií, 2008. 132 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Tomáš Trampota, Ph. D.

Anotace

Diplomová práce „Motivy autoregulace českých novinářů při rutinním profesním rozhodování“ pojednává o regulátorech, které se projevují při každodenní profesní činnosti novinářů v současnosti, to jest v době, kdy tato práce vznikala. Motivy a vlivy jednotlivých regulátorů jsou zkoumány na vzorku tří celostátních redakcí – Mladé fronty Dnes, Práva a Lidových novin. Výzkum byl proveden v rozsahu šestnácti novinářů v období od 26. března 2008 do 5. května 2008. Práce se zaměřuje na etické kodexy jednotlivých redakcí a zkoumá jejich vliv na profesní chování jednotlivých redaktorů. Dále diplomová práce pojednává o osobních profesních hranicích redaktorů, které působí jako osobní autoregulátory. V rámci provedeného výzkumu se zjišťuje, co je pro redaktory profesně ospravedlnitelné a co naopak považují v rámci své profese za nepřijatelné. Tato diplomová práce odpovídá na otázku, jaké vlivy na redaktory působí a jakým způsobem na tyto tlaky reagují. V závěru práce se pojednává o tom, zda redaktoři považují autoregulační prvky za důležité či nikoliv. Diplomová práce zjištěné informace srovnává mezi sledovanými redakcemi, a také v rámci redakční hierarchie.

Annotation

Diploma thesis “Self-regulation Motives of Czech Journalists along with Routine Professional Decision“ deals with regulators which show up in daily professional work of journalists at present, i.e. in period when this diploma thesis was written. Motives and influences of each regulator are examined in sample of three nationwide publishers – Mlada fronta Dnes, Pravo and Lidove noviny. Sixteen journalists participated in this survey, which was made in period from March, 16th 2008 to May, 5th 2008. This work is focused on Codes of Conduct (Codes of Ethics) of the surveyed publishers and explores their effects on professional manners of each editor. Furthermore, this diploma thesis is also about journalists personal professional limits which work as personal self-

regulators. It investigates what is excusable for editors and what is not, within the survey. This diploma thesis answers on question which regulators influence editors and how editors react. In conclusion this work also deals with self-regulation aspects, if they are considered important by editors or not. This diploma thesis compares results among the above mentioned surveyed publishers as well as within the hierarchy of each publisher.

Klíčová slova

Média, etika, žurnalistika, etický kodex, autoregulace, redaktor

Keywords

Media, ethics, journalism, code of conduct, code of ethics, selfregulation, editor

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne

Kateřina Malá

Poděkování

Mé poděkování patří všem, kteří se na úkor svého volného času zúčastnili mého výzkumu, protože to nebylo vždy jednoduché. Výslovně bych chtěla poděkovat Robertu Čásenskému, který i z pozice šéfredaktora měl chuť a energii přispět k mému výzkumu. Děkuji PhDr. Tomášovi Trampotovi, Ph. D. za jeho věcné a nápomocné komentáře a všem, kteří mě podporovali.

1 ÚVOD	5
2 NORMATIVNÍ TEORIE	7
2.1 TISK	7
2.2 ČTYŘI TEORIE TISKU – FRED S. SIEBERT, THEODOR PETERSON, WILBUR SCHRAMM	9
2.2.1 <i>Autoritářská teorie – Fred S. Siebert</i>	9
2.2.2 <i>Libertariánská teorie – Fred. S. Siebert</i>	10
2.2.3 <i>Teorie sociální odpovědnosti médií (tisku) – Theodore Peterson</i>	11
2.2.4 <i>Sovětská teorie médií – Wilbur Schramm</i>	11
2.3 TEORIE ROZVOJOVÁ – DENNIS MCQUAIL.....	12
2.4 DEMOKRATICKO-PARTICIPAČNÍ TEORIE MÉDIÍ – DENNIS MCQUAIL.....	13
2.5 DALŠÍ TEORETICKÉ MODEL Y	13
2.6 KRITIKA FOUR THEORIES OF THE PRESS (ČTYŘ TEORIÍ TISKU)	14
3 PROFESIONALIZACE	15
3.1 NOVINAŘINA JAKO POVOLÁNÍ: VZDĚLÁVÁNÍ.....	17
3.2 PROFESNÍ SVAZY, SPOLKY	18
3.3 AUTONOMIE NOVINÁŘŮ	20
3.3.1 <i>Redaktoři</i>	20
3.4 VZTAH NOVINÁŘŮ A STÁTU. POLITICKÝ PARALELISMUS	21
4 SVOBODA TISKU	24
4.1 SPOJENÉ STÁTY AMERICKÉ	24
4.2 KANADA	25
4.3 VELKÁ BRITÁNIE	26
4.4 CENTRÁLNÍ EVROPA	26
5 AUTOREGULACE	26
5.1 AUTOREGULACE V MÉDIÍCH	26
6 NOVINÁŘSKÁ ETIKA	29
6.1 ETICKÝ KODEX.....	30
6.2 ETICKÝ KODEX – VEŘEJNÝ KODEX	36
6.3 ETICKÝ KODEX – VÝVOJ.....	37
7 ZÁJMY JINÝCH SUBJEKTŮ – INSTRUMENTALIZACE	38

8 VÝZKUM	40
8.1 FORMULOVÁNÍ OTÁZEK	40
8.2 METODY VÝZKUMU	40
8.3 VZOREK DOTAZOVANÝCH	42
8.4 TÉMATA DOTAZOVÁNÍ	44
8.5 VÝSTUP VÝZKUMU	45
8.5.1 <i>Profesní svoboda novináře</i>	46
8.5.2 <i>Etický kodex</i>	83
8.5.3 <i>Osobní profesní hranice</i>	91
9 ZÁVĚR.....	119
10 RESUMÉ	123
11 SUMMARY	125
12 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ	127
13 SEZNAM PŘÍLOH.....	129
14 PŘÍLOHY	130

1 Úvod

Název této diplomové práce je „*Motivy autoregulace českých novinářů při rutinním profesním rozhodování*“. Tímto tématem jsem se rozhodla zabývat, protože ho shledávám za zajímavé a v českých podmínkách za nedosatečně zpracované. Pochopit fungování médií – redaktorů pracujících v redakcích celostátních deníků v praxi – a porovnat jej s teoretickými poznatky, považuji za velmi užitečné. Rozhodla jsem se vysledovat, jak jsou čeští novináři schopni autoregulace, v jakém prostředí pracují a s jakými tlaky v rámci své profese se potýkají. Cílem práce je zjistit regulátory, které ovlivňují publikační činnost redaktorů. Jedním z cílů je ověřit vliv etických kodexů na každodenní profesní činnosti jednotlivých redaktorů.

Motivy autoregulace jsem se rozhodla zkoumat u redaktorů pracujících v době vzniku této práce v redakcích Mladé fronty Dnes, Lidových novin a Práva. Zaměřením se v praktické části na zmiňované redakce předpokládám vysledování rozdílů mezi jednotlivými redakcemi. Má diplomová práce se zaměřuje především na redaktory, ale v rámci výzkumu jsem oslovila i editory, kteří mají v redakcích jinou roli než redaktori. Předpokládala jsem také oslovení šéfredaktorů, kteří v době vzniku mé diplomové práce v denících působili, Roberta Čásenského, Veselina Vačkova a Zdeňka Porybného. Šéfredaktory jsem oslovila, ale na mou žádost reagoval pouze Robert Čásenský, s kterým jsem také rozhovor uskutečnila. Z tohoto důvodu lze úplně popsat současnou situaci z hlediska autoregulace v Mladé frontě Dnes. Celkově se výzkumu zúčastnilo šestnáct novinářů. Dvanáct redaktorů, čtyři editoři a jeden šéfredaktor.

Rozhodla jsem se využít metodu kvalitativního výzkumu, individuální hloubkové rozhovory. Rozhovory byly strukturované s otevřenými odpověďmi a s možností doplňujících otázek. Každý rozhovor je tedy jedinečný, ale základní struktura je vždy zachována. Tuto metodu jsem se rozhodla použít z důvodu komplexnějšího získání detailnějších informací, což by mi dotazníková metoda neumožnila. Práce by měla odpovědět na dvě základní výzkumné otázky. Jaké jsou motivy autoregulace českých novinářů a jak silným vlivům autoregulace podléhají české deníky v současnosti?

Ve výzkumu, který je součástí této práce, jsem se inspirovala a některé otázky převzala z výzkumu publikovaného v *Comparing Media Systems, Three Models of Media and Politics* od autorů Daniela C. Hallina a Paola Manciniho a z výzkumu Davida H. Weavera a G. Clevelenda Wilhoita, zveřejněného v *The American Journalist*,

A Portrait of U. S. News People and Their Work. Při zpracování výzkumu jsem se inspirovala rigorózní prací *Organizační rutiny a jejich vliv na konstruování reality televizním zpravodajstvím na příkladu zpravodajství TV Nova* Lucie Alexové.

Vzhledem k tomu, že jde pro samotné redaktory o citlivé téma, rozhodla jsem proto, aby transkripty rozhovorů se zúčastněnými nebyly přiloženou součástí této diplomové práce. Pro zájemce jsou dostupné u autorky (kat.mal@seznam.cz). Z tohoto důvodu vystupují zúčastnění redaktoři pod označením A1 a podobně. Pro jednodušší orientaci jsem redaktory označila na základě následujícího systému: redaktoři z Mladé fronty Dnes – označení A, redaktoři Práva – označení B a redaktoři Lidových novin – označení C. Redaktoři vystupují pod čísly 1 až 4, editor má označení 5 a jediný šéfredaktor vystupuje pod svým jménem, případně pod označením A6 (například editor Mladé fronty Dnes je v tomto označení A5).

Doufám, že má diplomová práce bude přínosná pro další zkoumání a případným zájemcům pomůže pochopit fungování médií.

2 Normativní teorie

Tisk (stejně jako ostatní masová média) je předmětem veřejných debat o tom, jak má jako médium fungovat, jakou úlohu má ve společnosti splňovat, co od něj sama veřejnost vlastně očekává, či zájmy má hájit, kdo ho má řídit a zda vůbec má být tisk někým/něčím řízen. Vzhledem k tomu, jak velké publikum masová média zasahují, nejsou tyto otázky překvapivé.

V moderní době je stále platný trend, kdy je hlavním požadavkem svoboda tisku. Tato svoboda má však mít své limity, které plynou z občanských práv a svobod. V čem se však teorie a dobové normy liší, je definování svobody tisku. Snaha o definování vzešla z historického vývoje – ve 20. století vznikly oprávněné obavy z možné státní kontroly na jedné straně a na druhé straně tu byla obava z velkých komerčních monopolů. Otevřely se debaty o potencionálním vlivu masových médií na morálku a kulturu společnosti. Zkušenosti s propagandou během světových válek tuto obavu jen potvrdily. Další důležitou událostí bylo představení televize jako nového masového média během 2. světové války. V průběhu 20. století se monopolní tendence ve vlastnictví médií rozrostly. Zmíněné události vedly k tomu, že se objevil nový přístup k médiím – normativní přístup. Potřeba kontroly médií vzhledem k jejich síle se stala nepřehlédnutelnou.

2.1 Tisk

Širší diskuse o odpovědnosti tisku vzešla z iniciativy *American Commission on Freedom of the Press* (Komise pro svobodu tisku) v roce 1947. Tato Komise reagovala na silný liberalismus, který tisk „osvobodil“ od regulace, cenzury, kontroly.¹

Komise měla za cíl prozkoumat oblasti a okolnosti, za kterých je americký tisk úspěšný a za kterých ne. Dalším cílem bylo objevit, kde je svoboda tisku limitována a kde ne, zda-li existuje vládní cenzura, tlaky od inzerentů a samotných čtenářů. V roce 1947 Komise vydala report o tehdejší situaci ve Spojených státech amerických. Komise zdůraznila potřebu pokračovat v nezávislosti tisku na vládě. Zároveň však upozornila na fakt, že nedostatky svobodného tisku mohou vést k vládní kontrole. Report velmi kritizoval koncentraci vlastnictví a nedostatek poskytovaných informací, které veřejnost v demokratické společnosti potřebuje. Již v této době se kritizovala touha tisku po

¹ McQuail, Úvod do masové komunikace, s. 150

senzacechtivosti. Od vydání tohoto reportu se mluví o nové odpovědnosti tisku vůči veřejnosti – tisk by měl poskytovat pravdivé, úplné a chytré popisy.²

- každodenních událostí v kontextu, který jim dodá význam. Je nutné oddělovat fakta od komentářů.
- poskytovat prostor pro výměnu názorů a kritiky. Tisk by měl být zprostředkovatelem pro veřejné mínění.
- poskytovat reprezentativní obraz skupin ve společnosti
- prezentovat a objasňovat cíle a hodnoty společnosti

Navzdory nedostatkům této *Komise* (průzkum nebyl dostatečně podložen empirickým zkoumáním) šlo o základ výzkumů tisku.

Normativní teorie je jedním ze čtyř typů chápání médií (sociálněvědní teorie, provozní teorie, každodenní teorie a normativní teorie). McQuail definuje normativní teorie médií následovně: „*zabývají se zkoumáním a [předepisováním], jak se média [mají] chovat, mají-li být zviditelněny či [zvýrazněny] některé společenské hodnoty.*“³ Z této definice vyplývá, že normativní teorie médií jsou úzce spojeny se samotným fungováním společnosti.

Stejně tak, jako existují teorie o již zmíněném fungování společnosti, můžeme vztah společnosti k médiím typologicky rozdělit na 4 základní přístupy. Nejvlivnější teorie, která přinesla typologii 4 odlišných přístupů k fungování médií, se objevila v roce 1956 v knize *Four Theories of the Press*. Kniha obsahuje 4 eseje – tedy 4 různé přístupy. Protože se společnosti vyvíjí, vyvíjely se současně postoje k médiím. Fred S. Siebert, Theodor Peterson a Wilbur Schramm rozlišili ve své knize tyto modely (druhy) řízení: autoritářský, liberální, model sociální odpovědnosti a sovětský model. Čtyři teorie tisku se staly v 60. letech 20. století základem normativní teorie.

² McQuail, *Media Performance, Mass Communication and the Public Interest*, s. 37, 38

³ McQuail, *Úvod do teorie masové komunikace*, s. 25

2.2 Čtyři teorie tisku – Fred S. Siebert, Theodor Peterson, Wilbur Schramm

2.2.1 Autoritářská teorie – Fred S. Siebert

„Teorie, podle které je tisk jako instituce kontrolována ve svých funkcích a činnostech organizovanou společností prostřednictvím jiné instituce- vlády.“⁴

Stejně jako všechny teorie o vztahu médií a společnosti vychází z filozofického předpokladu o člověku a státu. Autoritářská teorie vychází z filosofie absolutistické moci monarchy, panovníka, jeho vlády nebo obou. Od médií se očekává podpora vládní politiky a služba státu. Média mají pomáhat dosažení státních cílů, ne být v opozici. Proto jsou média kontrolována vládními patenty, licencemi a někdy i cenzurou. Tisk může vydávat jen ten, kdo získá od státu povolení.

Předpokladem této teorie je, že: *„Každá společnost má právo hájit veřejný mír a pořádek, a proto má společnost právo zakazovat propagaci myšlenek, které mají nebezpečné tendence.“⁵*

Problémem autoritářských systémů je kontrola soukromých médií. V Anglii fungovala zhruba 200 let kontrola médií prostřednictvím vydávaných patentů. V 17. století se tento systém zboril z důvodu rozšiřování soukromého vlastnictví ve všech oborech.

Dalším systémem kontroly je licenční systém, který byl v 17. a 18. století v Evropě spojen s cenzurou. Soukromé vlastnictví tisku existovalo, ale bylo pod oficiální kontrolou státu.⁶

Obecně pro autoritářské teorie platí, že postrádají ideu založenou na svobodné výměně myšlenek. Hlavní povinností médií je vyhnout se konfliktu se státními cíli. Siebert uvádí možnosti kontroly médií:⁷

1. úplná kontrola tisku (Čína)
2. formálně možná politická kritika, ale existuje cenzura
3. zákonem stanovená možnost stíhání novinářů – Irák, Írán, Pákistán
4. neoficiální metody (Turecko)

⁴ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 10

⁵ Boswell, *Boswell's Life of Johnson*. In *Four Theories of the Press*, s. 36

⁶ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 21

⁷ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 30

2.2.2 Libertariánská teorie – Fred. S. Siebert

Tato teorie opět vychází z filosofického pojetí člověka. Předpokladem je chápání člověka jako racionální bytosti, který se odlišuje od ostatních tvorů schopností myslet, pamatovat si a učit se zkušenostmi, ze kterých tvoří závěry. První a hlavní funkcí společnosti je rozvíjet zájmy svých jednotlivců.⁸

Historicky jde o období spojené s rozvojem empirismu. Libertariánská teorie vychází z faktu, že jedinec je důležitý. Proto je svoboda slova a tisku potřebná. Přejít z autoritářské teorie k libertariánské se dokončil během 18. století. Hlavními představiteli jsou John Stuart Mill, John Milton, John Erskine a Thomas Jefferson.

Funkce médií dle libertariánské teorie jsou následující:⁹

- informovat
- bavit
- poskytovat ekonomickou podporu a zajistit si finanční nezávislost – obchodní či reklamní funkce

Média pomáhají objevit pravdu. Asistují při řešení sociálních a politických problémů tím, že poskytují všechny názory. Jsou tím základem pro následná rozhodnutí. Tisk vždy musí být nezávislý na tom, na co má sám dozírat.¹⁰

Libertariánská teorie si však uvědomila, že některé názory mohou být chybné, jiné názory naopak nebývají slyšet. Přesto však nemá stát právo rozhodovat o tom, jaký názor je správný a který má „znít“. Předpokladem je existence médií v kapitalistické společnosti. Tisk (médiá obecně) má být vlastněn osobami a fungovat na otevřeném trhu. Úspěch každého vydavatele je podle této teorie závislý pouze na jeho schopnostech vytvářet zisk. Zisk je závislý na uspokojení zákazníků.¹¹

Tímto přístupem stála libertariánská teorie v opozici vládě a ve své době se zdála být správnou cestou. Spoleháni se na pravidla konkurenčního boje bylo chápáno jako samoregulační proces. Problémy fungování tohoto systému se projeví ve 20. století, kdy vznikl film a rozšířilo se televizní vysílání. Velkou zkouškou pro pojetí funkce médií byly světové války. Dle libertariánské teorie smí stát bránit sebe sama (připouští se kontrola médií), ale již se nedefinuje rozsáhlost těchto kontrol. Během 1. světové války fungoval systém cenzury přichozích a odchozích zpráv u masových médiích – novin a magazínů. Ve 2. světové válce se kontroloval i rozhlas. Zkušenosti ze

⁸ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 39

⁹ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 51

¹⁰ Sieber, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 56

světových válek následně vedly k ustavení hranic svobodné diskuse v rámci demokratické společnosti.¹²

2.2.3 Teorie sociální odpovědnosti médií (tisku) – Theodore Peterson

Funkce tisku podle této teorie jsou:¹³

- zajišťování politického systému poskytováním informací, diskusí ve veřejných záležitostech
- „osvícení“ veřejnosti, aby byla schopna samovlády
- chránit práva jednotlivce tím, že převezme roli hlídačského psa státu
- služba ekonomickému trhu tím, že spojuje kupující a prodávající skrze reklamu
- poskytování zábavy
- zajištění vlastní finanční nezávislosti, která umožní nezávislost na státu a jiných institucích.

Tyto funkce zahrnuje již zmiňovaná libertariánská teorie. Teorie sociální odpovědnosti médií však vytýká některým vlastníkům médií interpretaci těchto funkcí. Funkce zábavy je nutná, ale jde o kvalitu zábavy. Podporovat ekonomický trh například reklamou ano, ale ne na úkor ostatních funkcí.

Tato teorie je odpovědí na technologický rozvoj společnosti a její urbanizaci. Objevila se nová média (film, televize, rádio), reklamní průmysl se rozšiřoval, a tím nejvíce podporoval tisk a televizní vysílání. Tisku se dařilo i díky urbanizaci, která přilákala lidi do měst. Vzrostla tak čtenost tisku. Stinnou stránkou však byla postupná koncentrace vlastnictví jednotlivých médií.¹⁴

2.2.4 Sovětská teorie médií – Wilbur Schramm

Tato teorie vzešla z marxisticko-leninistických a stalinistických myšlenek prolnutých myšlenkami Hegela. Právo na vlastnění médií měli jen loajální a ortodoxní členové strany. V tomto systému byla média vlastněná státem a státem také

¹¹ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 52

¹² Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 68

¹³ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 74

¹⁴ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 77, 78

kontrolována. V důsledku tedy byla média kontrolována malou skupinou lidí.¹⁵ Z pohledu Sovětské teorie je absolutní svoboda nemožná, protože jak údajně řekl Lenin: „žít ve společnosti a nebyť svázán touto společností je nemožné.“¹⁶

Základní charakteristika fungování médií byla dle Schramma následující:¹⁷

- masová komunikace je instrumentem státu a strany
- masová komunikace je úzce spojena s ostatními nástroji státní moci
- stát používá masovou komunikaci jako nástroj jednoty
- masová komunikace je využívána k propagandě a agitaci
- masová média mají striktně vynucenou odpovědnost

V tisku pak údajně nešlo o noviny ve smyslu jejich poslání – přinášet aktuální informace o dění ve světě, neboť redaktoři v novinách informovali pouze o Sovětských procesech.¹⁸ McQuail na *Čtyři teorie tisku* navázal, aby je rozšířil o teorii rozvojovou a demokraticko-participační.¹⁹

2.3 Teorie rozvojová – Dennis McQuail

Na čtyři teorie tisku navázali další odborníci, aby tak rozšířili teorie o fungování médií. McQuail doplnil *Čtyři teorie tisku* o teorii rozvojovou, která vychází ze situace v rozvojových zemích. V zemích, které se vyrovnávají s přechodem od koloniálního státu ke státu nezávislému, z chudého státu ke státu rozvinutému. Tyto země se dle McQuaila potýkají s obrovským nedostatkem financí, s chybějící infrastrukturou a v důsledku toho i s chybějícím či nedostatečně velkým publikem médií. Dalším aspektem je ekonomická závislost médií na vládě své země či na zahraniční vládě. Ekonomická závislost následně vyvolává i závislost obsahovou. Stejně jako v autoritářských zemích tak i zde podléhají média vůli autority. Cílem rozvojových zemí bývá především se osamostatnit a zbavit se závislosti na jiných zemích – získat dostatek finančních prostředků. Toho je možno dosáhnout rozvojem v národní ekonomice, kultuře, politice, společnosti samotné. Proto McQuail tuto teorii nazval teorií rozvojovou.²⁰

¹⁵ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 119

¹⁶ Lenin In Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 126

¹⁷ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 121

¹⁸ Siebert, Peterson, Schramm, *Four Theories of the Press*, s. 134

¹⁹ McQuail, *Úvod do teorie masové komunikace*, s. 157

²⁰ McQuail, *Úvod do teorie masové komunikace*, s. 158

Největším nebezpečím pro novinářskou práci je potlačení osobních zájmů, svobody ve jménu zájmu národního. Odpovědnost vůči společnosti převažuje nad svobodou.

2.4 Demokraticko-participační teorie médií – Dennis McQuail

Tato teorie neuznává fungování médií v rovině svobodného trhu (jak tomu je u liberální teorie a teorie sociální odpovědnosti) v kapitalistické společnosti. Vyzývá k mediální tvorbě zezdola, od lidí samotných. Participace je klíčovým termínem této teorie. Lokální média na úrovni obcí, měst, menšin, zájmových skupin. Odmítá mediální systém jako systém institucionalizovaný. Povzbuzuje k samovolné mediální aktivitě. Zároveň s tím zdůrazňuje právo na odpověď, právo na lokální informace a také podporuje nově vznikající komunikační kanály.²¹

Institucionalizovaný mediální systém vidí jako systém příliš kontrolovaný zvenčí (například vládou). Také podle této teorie má „svobodný mediální trh“ tendenci ztrácet na různorodosti (pravidlo „silnější – mocnější vyhrává“). S liberálním přístupem má společný demokratický přístup. Liší se však především v počtu mediálních prostředků. Demokraticko-participační teorie má za ideál společnost, ve které se informace šíří zezdola, přímo od jednotlivých skupin obyvatel. Rozmanitost oproti masové jednotnosti, alternativy a interakce mezi podavatelem a příjemcem.²²

2.5 Další teoretické modely

V pohledu na typologii vztahu mezi médii a společností se neobjevily jen tyto dvě teorie. Následovala například teorie Merrilla, která počítá jen se dvěma základními teoriemi – autoritářskou a libertariánskou. Hachten naopak přidal k autoritářské a sovětské teorii teorii „revoluční“ a „vývojovou“ a „západní“.²³

Altschull zkritizoval pohled McQuailla (jeho rozšíření o další dvě teorie) a opět model fungování vztahu média a společnost zjednodušil na model zahrnující systém „tržní“, „marxistický“ a „rozvojový“. Tento model kopíruje i rozdělení a vnímání světa ve třech úrovních (svět západní, kapitalistický – tedy tržní; svět sovětský – marxistický a třetí svět – rozvojový). Jendotlivé systémy se odlišují ve vnímání svobody lidí, kteří

²¹ McQuail, Úvod do teorie masové komunikace, s. 158

²² McQuail, Úvod do teorie masové komunikace, s. 158

²³ McQuail, Úvod do teorie masové komunikace, s. 159

v médiích pracují. Práce v médiích je silně ovlivněna tím, kdo daná média vlastní (v jaké společnosti média fungují).²⁴

2.6 Kritika *Four theories of the Press* (Čtyř teorií tisku)

Kritika základní teorie, tj. „Čtyř teorií tisku“ spočívala především v tom, že informace v jednotlivých esejích byly více obecné, než aby byly použitelné pro konkrétní mediální systém. Ostatně název samotný název – teorie tisku – naznačuje, že se jedná o teoretické modely, které vycházejí ze zkušeností v době, kdy kniha vyšla, v roce 1956. Každá společnost i přes několik základních společných rysů s ostatními společnostmi je odlišná a stejně tak i její mediální systém.

Mnoho mediálních systémů je spíše kombinací prvků z různých mediálních systémů, než abychom je mohli s určitostí rozdělit do několika málo skupin.

Nejvýznamnějším rozpracovaným systémem, který kritizuje pojetí mediálních systémů na základě Čtyř teorií tisku, je kniha *Comparing Media Systems* publikovaná Danielem C. Hallinem a Paolem Mancinim. Jako základní nedostatek čtyř teorií je zde spatřován chybějící empirický výzkum, o který by se bylo možné opřít. Čtyři teorie tisku postrádají empirickou analýzu vztahu mediálních systémů se systémy sociálními. Kritizován je i přístup, založený na anglo-amerických podkladech a myšlenka, že může být bezproblémově použit v kterémkoliv státě. Hallin a Mancini upozorňují, že nikdy nemůžeme porozumět mediálnímu systému, pokud neporozumíme „přirozenosti státu“. Myslí tím politickou situaci v daném státě, politické strany, vztah mezi zájmy politickými a ekonomickými, vývoj občanské společnosti v rámci celé sociální struktury, hodnoty společnosti.²⁵ Metodický přístup založený na srovnávání ostatních mediálních systémů vůči demokratickému-liberálnímu modelu, který je brán za ideální.²⁶

S tím souvisí i kritika rozdělení mediálních systému na čtyři modely, které mají zahrnout celý svět. Uvažovat tak, že celý svět lze zahrnout a popsat pomocí čtyř teorií, je považováno za problematické. To, jak média fungují za určitých podmínek v jedné zemi, nemusí zákonitě fungovat v zemi druhé. Kritika *Čtyř teorií tisku* spočívá také

²⁴ Altschull, *Agents of Power: The Media and Public Policy*, s. 195, 227, 242

²⁵ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 8-9

²⁶ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 2

v tom, že ve skutečnosti popisují mediální modely vztahující se pouze ke třem státům: Spojeným státům americkým, z kterého vzešla teorie liberální a později teorie sociální odpovědnosti; Velké Británii, s autoritářským i liberálním modelem; bývalý Sovětský svaz se sovětským modelem.²⁷

Při vytvoření nového modelu mediálních systému upozorňují Hallin a Mancini na nehomogenost mediálního systému. Nejde o statickou strukturu, naopak se stále vyvíjí. To, co bylo platné v polovině 20. století, není již tak výrazné v současnosti (nebo dokonce platné).

Ve *Čtyřech teoriích tisku* však byly shledány i pozitivní aspekty. Mediální systém se ukázal popsitelný malým počtem typů mediálních systémů. Hallin s Mancinim rozvinuli teorii o třech modelech:

- Liberální model – Velká Británie, Irsko, Severní Amerika
- Demokratický model korporativismu – severské země kontinentální Evropy
- Polarizovaný pluralitní model – středozemní státy jižní Evropy: Španělsko, Itálie, Řecko

3 Profesionalizace

Stupeň profesionalizace žurnalistiky je jedním ze čtyř kritérií, na základě kterých Hallin s Mancinim systematizovali mediální systémy.²⁸

1. vývoj mediálního trhu – vývoj masových médií, tisku²⁹
2. politický paralelismus – vztah médií a politických orgánů
3. profesionalizace
4. stupeň a stav státních zásahů do mediálního systému³⁰

²⁷ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 15

²⁸ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 21

²⁹ Jednotlivé mediální systémy jsou zde odlišitelné na základě tisku – jeho nákladu v jednotlivých zemích a typem čtenářů. Severní Evropu a Severní Ameriku spojuje „vertikální systém“ – existence tisku pro masy, pro co nejvíce lidí. Naopak jižní Evropu spojuje „horizontální systém“, kde je tisk určen pro relativně malou skupinu příjemců – z historického pohledu jde o tisk pro elitní skupinu obyvatel (dobře vzdělaná část obyvatel žijících ve městě, politicky aktivní). Dalším podstatným rozdílem je systém financování tisku. Zatímco v severní Evropě a Severní Americe byl tisk historicky zaměřený na zisk (tisk spadl do obchodní činnosti, která je závislá na zisku z prodeje, reklamy) byl tisk v jižní Evropě zaměřený více politicky. Finanční zisk z prodeje byl nepodstatný, tisk byl dotován státem či politickou stranou, která dané noviny založila či minimálně podporovala. Dalším odlišením je, zda jde o noviny místní, regionální či národní. Například ve Velké Británii, Rakousku, Itálii a Španělsku, jak uvádí Hallin s Mancinim, dominují národní či nadregionální deníky. Naopak ve Spojených státech, Kanadě, Švýcarsku převládají místní deníky, ve Skandinávii, Francii a Německu neprevládá místní či národní tisk, ale vyskytují se rovnoměrně obě varianty. (Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 22-25)

Profesionalizace novinářské práce je hodnocena na základě autonomie (není však důležitá autonomie jednotlivců, ale autonomie celku), která je vždy závislá na době a jednotlivých mediálních organizací často i v rámci jednoho mediálního systému. Druhým podstatným rysem profesionalizace je existence různých profesních norem. Jako častý příklad jsou uváděny etické principy povolání (od ochrany zdroje po dodržování presumpce nevinny), zpravodajské hodnoty či oddělování komentářů od zpravodajství. Existence těchto profesních norem je však závislá na autonomii. Orientace na veřejnou službu (službu veřejnosti) je dalším hodnotícím prvkem profesionalizace.

Profesionalizace je uváděna jako opak či protipól tzv. instrumentalizace. Instrumentalizací je zde myšlena kontrola média zvnějšku – ovládání politickými stranami, politiky, zájmovými skupinami. Nezáleží na tom, kdo se snaží médium ovládnout, ale společným cílem je snaha ovlivnit politiku. Druhým typem instrumentalizace komerční. Product placement již dobře známý z filmů či televizních pořadů. Snaha inzerentů ovlivnit obsah sdělení. Instrumentalizace je zde chápána jako to co, ohrožuje či může ohrožovat profesionalizaci (ať už politickou či komerční instrumentalizací nebo jejich kombinací).³¹

Z hlediska profesionalizace můžeme jednotlivé státy rozdělit na tři základní skupiny:

- mediální systém se silnou profesionalizací bez institucionální seberegulace (země s liberálním mediálním modelem)³²
- mediální systém s vysokým stupněm profesionalizace s institucionalizovanou seberegulací (země řazené do modelu demokratického korporativismu)³³
- mediální systém s nízkým stupněm profesionalizace (například střeozemní státy)³⁴

³⁰ Jako nejdůležitější forma zásahu státu do mediálního systému uvádějí Hallin a Mancini TV veřejnoprávní vysílání. Uvádí, v jakých oblastech se role státu může odlišovat stát od státu: vztah mezi státem a společností, odlišnost liberální demokracie a demokracie se zaměřením na sociální zabezpečení, vláda většiny versus vláda veřejné shody, pluralismus versus korporativnost a liberální pluralismus, vývoj právní autority, umírněný a polarizovaný pluralismus (Hallin, Mancini, Comparing Media Systems, s. 41 a 65)

³¹ Hallin, Mancini, Comparing Media Systems, s. 37

³² Jako země přiřazené do skupiny liberálních mediálních modelů (užíván je i termín „anglo-americký model“ jsou řazeny Spojené státy americké, Velká Británie, Kanada a Irsko. (Hallin, Mancini, Comparing Media Systems, s. 198)

3.1 Novinařina jako povolání: vzdělávání

Vzdělávání je důležité v každém oboru, profesi. To, na jaké úrovni je v dané zemi rozvinutý profesionalismus, závisí také na dostupnosti žurnalistického vzdělání. V porovnání například s lékařským vzděláním je žurnalistické vzdělání velmi mladé. Jeho dostupnost a existence souvisí s historickým vývojem novinařiny. Tisk byl zpočátku orientovaný především na elitní část obyvatelstva, proto také nebyl v zemích, které Hallin s Mancinim zařazují do polarizovaného pluralitního modelu, tak masový jako například ve Spojených státech amerických. To, že byl tisk orientovaný na elitní část obyvatelstva (elitní ve smyslu vzdělanější), bylo i žurnalistické povolání chápáno v zemích jižní Evropy jako prestižnější povolání než v jiných státech Evropy.³⁵ S tím souvisí i předávání žurnalistické profese v rámci členů rodiny nebo přátel. I to je považováno za důvod pozdního vývoje žurnalistického vzdělání ve všech středozemních státech. V Itálii se odborné vzdělávání objevilo až v 80. letech 20. století.³⁶

S organizovanou formou vzdělávání v žurnalistice se v zemích severní Evropy setkáváme až ve 20. století. Ve Finsku se s organizovanou formou vzdělávání v žurnalistice začalo ve 20. letech 20. století (v době, kdy se ve Finsku vytvořil centralizovaný univerzitní systém vzdělávání). Ve Švédsku bylo možné studovat žurnalistiku od roku 1930 (a to v Göteborgu), ale až od roku 1960 byl dostupný samostatný univerzitní žurnalistický obor. V Norsku je možné studovat žurnalistiku na půdě univerzity od roku 1951, od roku 1966 se tento obor otevírá v holandském Utrechtu.³⁷

Ve Spojených státech amerických byla v roce 1912 otevřena Kolumbijská škola žurnalistiky. V této době již ve Spojených státech existovaly tři žurnalistické školy a dalších zhruba 12 vysokých škol a univerzit, které umožňovaly absolvovat žurnalistické kurzy.³⁸ Situace ve Velké Británii v porovnání se Spojenými státy byla horší.

³³ Model severní Evropy, tj. demokratický model korporativismu zahrnuje Rakousku, Belgii, Dánsko, Finsko, Německo, Nizozemí, Norsko, Švédsko, Švýcarsko. (Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 143)

³⁴ Středozemní model zahrnuje podle Hallina a Manciniho tyto státy: Francie, Řecko, Itálie, Portugalsko, Španělsko (také je používán termín „polarizovaný pluralitní model“ či „model jižních států Evropy“). (Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 89)

³⁵ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 110

³⁶ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 112

³⁷ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 173, 174

³⁸ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 218

Na území našeho státu bylo nejdříve možné studovat žurnalistiku („novinařinu“) v rámci Svobodné školy politických nauk, která vznikla v roce 1928 jako institut vyššího vzdělávání (nejednalo se ale o vysokou školu) v Praze. Později byla „novinařina“ jedním z oborů na Filozofické fakultě Karlovy Univerzity, kde spadala pod katedru knihovnictví (1953-54). V roce 1960 byl zřízen samostatný Institut osvěty a novinářství. Státní komise pro vědecké hodnosti zařadila novinářství v roce 1961 mezi vědní obory. V roce 1965 se Institut přejmenoval na Fakultu osvěty a novinářství Univerzity Karlovy, v roce 1968 došlo opět k přejmenování, tentokrát na Fakultu sociálních věd. Roku 1972 vzniká samostatná Fakulta žurnalistiky. Pod tímto označením funguje až do roku 1990, kde je přejmenována na současnou Fakultu sociálních věd.³⁹

3.2 Profesionální svazy, spolky

Vývoj a stupeň profesionalizace jsou hodnoceny i z pohledu existence či neexistence profesních spolků a institucí. Nízký stupeň profesionalizace, který je charakteristický pro země spadající do polarizovaného pluralitního modelu, znamená i výskyt malého počtu novinářských organizací, svazů, které by jednotlivé novináře sdružovaly. Středozemní země nemají ve srovnání se zeměmi z modelu demokratického korporativismu vyvinutý rozsáhlý systém žurnalistických svazů. Členství v těchto spolcích, které jsou ve Španělsku a Francii přidružené k politickým stranám, je omezené. Hallin s Mancinim poukazují na fakt, že ani velký počet členů v profesní organizaci (v tomto případě žurnalistů) nemusí značit vysoký stupeň profesionalizace. Uvádějí to na příkladu Španělska, kde je větší množství novinářů sdruženo v asociaci novinářů. Nejedná se však o cílenou iniciativu jednotlivců, nýbrž je to zvyk.⁴⁰

Ve středozemních zemích začaly vznikat žurnalistické spolky a svazy již na konci 19. století. V Rakousku v roce 1859 vznikl nejstarší novinářský klub „*Presseclub Concorida*“. Ve Švédsku vznikl již v roce 1874 „*Klub vydavatelů*“, který soustředil jak vydavatele, tak novináře a zabýval se již etickými otázkami. V Norsku vznikla první novinářská asociace již v roce 1883, ve Velké Británii vznikl „*Institut novinářů*“ v roce 1890. V Německu byl v roce 1895 založen „*Verband deutscher Journalisten- und*

³⁹ Köpplová, Jiráková, *Institucionalizace sociálněvědních oborů na Karlově Univerzitě: předchůdci Fakulty sociálních věd, její vznik a vývoj*. Dostupný z WWW: <<http://www.fsv.cuni.cz/FSV-413.html>>.

⁴⁰ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 111

Schriftsellervereine“. V roce 1901 vznikla „*Unie novinářů*“ ve Švédsku, finská „*Unie novinářů*“ vznikla v roce 1921.⁴¹

Postupně se z těchto organizací staly silné a nezávislé instituce, které se dodnes zabývají etickými otázkami souvisejícími s novinářskou profesí, svobodou tisku, řeší však i ekonomické záležitosti. Dalším nástrojem autoregulace je existence „*tiskového ombudsmana*“, který řeší jednotlivé stížnosti a konflikty s tiskem. „*Tiskový ombudsman*“ existuje ve Švédsku a je mu přičítána silná autorita. Ve Finsku vydává „*Unie novinářů*“ časopis, ve kterém se mimo jiné zveřejňují rozhodnutí Finské tiskové rady. Údajně tento časopis pravidelně čte 40 % novinářů a 96 % novinářů ho čte příležitostně.⁴²

Jiná situace je v zemích zařazených do demokratického modelu. Zde je profesionalizace na vysokém stupni (vzhledem ke kritériu existence profesních spolků). Ve většině těchto zemí existují tiskové rady. Tiskové rady demonstrují snahu jednotlivých zemí mít organizovaný systém seberegulace tisku. Nejsou státními institucemi, ale přesto dokládají tendenci považovat média za sociální instituce tím, že je neustálá tendence vytvářet určité hranice pro fungování tisku. Za nejmocnější tiskovou radu je považována Švédská tisková rada.^{43, 44}

Ve Spojených státech vznikla v roce 1923 „*Americká společnost redaktorů novin*“. V této době vznikly další americké novinářské profesní instituce. Jako nejvýznamnější jsou uváděny „*Washingtonské tiskové sbory*“.⁴⁵

Historie novinářských spolků v českých zemích sahá do druhé poloviny 19. století. První snahy o vytvoření profesního spolku se objevily v 60. letech 19. století.⁴⁶ V roce 1877 vznikl „*Spolek českých žurnalistů*“, první profesní organizace českých novinářů.⁴⁷ „*Ústřední svaz novinářů slovanských*“ se ustanovil v roce 1898 a fungoval do roku 1908. Zaštitoval tak slovanské novináře působících v rakousko-uherské monarchii.⁴⁸ V roce 1902 vznikla „*Jednota československých žurnalistů*“, která: „(...) představuje druhou významnou profesní novinářskou organizaci, která sdružovala novináře z denního tisku, týdeníků i odborného tisku.“⁴⁹ V roce 1909 vznikl „*Syndikát*

⁴¹ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 173

⁴² Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 173

⁴³ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 172

⁴⁴ Švédská tisková rada vznikla v březnu 1916. (Frost, *Media Ethics and Self-regulation*, s. 97)

⁴⁵ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 218

⁴⁶ Blodigová a kol., *Dějiny českého novinářství a českých novinářských spolků*, s. 33

⁴⁷ Tesařová, *Spolek českých žurnalistů, první česká organizace novinářů*, s. 12

⁴⁸ Blodigová a kol., *Dějiny českého novinářství a českých novinářských spolků*, s. 40

⁴⁹ Blodigová a kol., *Dějiny českého novinářství a českých novinářských spolků*, s. 39

českých novinářů“ a působil do roku 1911. Jendalo se organizaci, která zastupovala jak novináře, tak i zástupce vydavatelů a především spolek „*Jednota českých novinářů*“ a „*Spolek českých žurnalistů*“. V roce 1911 vznikl „*Syndikát pražských deníkářů*“ a působil do roku 1919. „*Syndikát denního tisku československého*“ vznikl v roce 1919.⁵⁰

Je nutné uvést, že unie a svazy novinářů, tiskové rady vznikají častěji na základě iniciativy samotných novinářů či vydavatelů (nebo obou skupin dohromady). Státní regulace byla ale jedním z důvodů, proč tyto spolky byly a jsou zakládány.⁵¹

3.3 Autonomie novinářů

V zemích v rámci demokratického modelu korporativismu je autonomie novinářů značná. Jde o další aspekt, který určuje míru profesionalizace novinářů v dané zemi.

V roce 1992 provedli Donsbach s Pattersonem průzkum, který se mimo jiné zaměřil i na autonomii novinářů. Průzkum proběhl ve Velké Británii, Německu, Itálii, Spojených státech amerických. Z daného výzkumu vyplynulo, že v Německu čelí daleko méně novinářů tlaku ze stranu editorů či dalších osob. Tento tlak pocíťovalo jen 7 % dotázaných novinářů. Hallin s Mancinim dodávají, že to souvisí s německou historií – zkušeností s totalitním režimem. Důraz na svobodu a autonomii novináře je po této zkušenosti větší než v jiných státech. Například ve Spojených státech 14 % novinářů v rámci výzkumu uvedlo, že se potýká s tlakem ze strany editorů a vedení. Ve Velké Británii 22 % z dotazovaných novinářů potvrdilo tlak ze strany editorů a senior manažerů (pravděpodobně jde o senioršější novináře – v hierarchické struktuře redakce nadřízení redaktorům). Nejvíce novinářů to potvrdilo v Itálii – 35 % dotázaných – a také ve Švédsku. V Itálii dotazování novináři potvrdili, že jejich články jsou velmi často měněny třetí stranou (ať již jde o editora nebo jinou osobu). Opačná situace – z našeho pohledu tedy výrazně lepší – je v Německu. Tyto výsledky potvrdil i výzkum z roku 1998, který provedl Esser.⁵²

3.3.1 Redaktoři

Pozice redaktorů je důležitá nejen z pohledu fungování každé redakce, ale i z pohledu profesionalizace žurnalistiky jako samostatného profesního oboru.

⁵⁰ Blodigová a kol., Dějiny českého novinářství a českých novinářských spolků, s. 41-42

⁵¹ Hallin, Mancini, Comparing Media Systems, s. 173

⁵² Hallin, Mancini, Comparing Media Systems, s. 173, 174

V Holandsku se v 60. letech 20. století prosadily redaktorské předpisy, které obsahovaly i ochranu nezávislosti redaktorů. Důraz kladený na nezávislost a autonomii novinářů je patrný i na státních dotacích. V Holandsku jsou novináři obvykle státem podporováni, ale jen v případě, že novinář je autonomní – není tedy vázán na jiné subjekty (například politickou stranu). Otázkou však zůstává, na kolik je tato autonomie skutečně měřitelná.

V Norsku mají šéfredaktoři výhradní právo rozhodovat se o tom, co a kdy budou publikovat. Toto právo jim vyplývá z Redaktorského kodexu a z etického kodexu vydaného Norskou tiskovou agenturou. Nepřímo je tak vydavatel zbaven možnosti rozhodovat o obsahu daného deníku. Takové právo může vydavateli umožnit jen norský soud.⁵³

Silná autonomie novinářů (tisku) a vnímání médií jako nezávislých sociálních institucí je v zemích z modelu demokratického korporativismu logická a vyplývá z historického vývoje. Na počátku 20. století, kdy již existovaly prvky seberegulace (například profesní etika), bylo stále silné propojení tisku s politickými stranami či s politickými aktéry nebo vlastníky, kteří fungování tisku kontrolovali. Redaktoři byli v rámci tohoto dohlížení v největším ohrožení.

Hallin s Mancinim spatřují 70. léta 20. století jako období, kdy se přístup novinářů přesunul do aktivní role pozorovatelů, kteří upozorňují na problémy společnosti (i politické), a tím se novináři stávají „*mobilizátory aktivního občanství*“.⁵⁴

3.4 Vztah novinářů a státu. Politický paralelismus

Dalším rysem profesionalizace je vztah novinářů a státu. Jako vysoký stupeň profesionalismu je chápán systém, kde jsou novináři minimálně závislí na státu a jeho aktivitách. Není možné od fungování tisku oddělit politiku. Od konce 18. století a začátku století 19. je tisk nedílnou součástí politického života. Mnoho deníků vzniklo za iniciativy politické strany, politicky aktivní osobnosti či byly jednotlivými stranami podporovány. Na našem území tyto deníky vznikají po zrušení císařského patentu 15. března 1848. Mladočeši a Staročeši založili své vlastní noviny – Národní noviny, které vycházely od 5. dubna 1848 a později vydávána staročeská Národní politika (od roku 1885). Radikální demokraté vydávali od roku 1848 Pražský večerní list. Agráři začali vydávat Zemědělské listy (od roku 1896), Komunistická strana Čech a Moravy

⁵³ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 175

v roce 1916 založila Rudé právo.⁵⁵ V roce 1924 vyšlo první číslo Přítomnosti, jejímž šéfredaktorem se stal Ferdinand Peroutka a která byla podporována Tomášem Garriguem Masarykem, který vedení týdeníku Přítomnost sám přímo nabídnul Peroutkovi.⁵⁶

Tato politická síla uskutečňována prostřednictvím tisku je uvedena jako „doplňující funkce“ dvou základních funkcí žurnalistiky – informovat a bavit. Oproti politické žurnalistice, která jak jsem již uvedla, byla vlivná na přelomu 18. a 19. století se na konci století 19. objevuje žurnalistika, která si klade za prioritu být nezávislou na politickém životě. Novináři v tomto období začínají být vnímáni jako nezávislí pozorovatelé politického života někdy až na úrovni nezávislých „rozhodčích“ politického dění. Tato etapa souvisí se vznikem komerční žurnalistiky. Tisk začal být orientovaný na finanční zisk – začal vydělávat peníze prostřednictvím reklamy, a přestal tak být závislý na finančních dotacích od politických stran.

Dnešní politicky orientovaný tisk nebývá tak silně fixovaný na konkrétní politickou stranu, jedná se spíše o politický směr (pravice, levice) a všeobecný přístup.⁵⁷

Politický paralelismus (jeho sílu) v daném mediální systému lze zhodnotit podle Hallina a Manciniho na základě následujících aspektů:⁵⁸

- mediální obsah – do jaké míry reflektují různé politické názory při popisování událostí
- spojení mezi médii a politickými stranami (či jinými druhy organizací). Tento typ spojení však mizí.
- tendence jednotlivých mediálních pracovníků aktivně se účastnit politického života. V dnešní době to již není obvyklé.
- tendence mít podobné politické smýšlení jako zastává médium, ve které lidé pracují
- publikum
- role novinářů ve společnosti

⁵⁴ Hallin, Mancini, Comparing Media Systems, s. 177

⁵⁵ Beránková, Dějiny československé žurnalistiky I. díl, s. 95-105, 201

⁵⁶ Peroutka, Deníky, dopisy, vzpomínky, s. 299

⁵⁷ Hallin, Mancini, Comparing Media Systems, s. 27

⁵⁸ Hallin, Mancini, Comparing Media Systems, s. 28

Lze rozlišit tři základní přístupy státu k novinářům – provázanost státu a politických stran s žurnalistikou (systém střeozemních států), nezávislost novinářů na státě (země s liberálním modelem) a vysoký stupeň politického paralelismu současně s velmi vyvinutým profesionalismem (model demokratického korporativismu).

Rozdíl mezi modelem demokratického korporativismu a modelem polarizovaného pluralismu je i ve větším důrazu kladeném na objektivitu při psaní zpráv. Komentáře novinářů se viditelně oddělují od zpravodajství. Z pohledu historie jde o modely se silnými stranickými listy/deníky. Postupně se přeorientovaly na komerční tisk s politicky neutrálním obsahem. Existuje zde vyspělý a silný profesionalismus s institucionalizovanou seberegulací. Kombinace vysokého stupně politického paralelismu spolu s vyvinutým žurnalistickým profesionalismem znamená silnou autonomii tisku a zároveň schopnost shodnout se na určitých normách, standardech žurnalistické profese. Celkový trend v zemích patřících do modelu demokratického korporativismu je oslabování politického paralelismu oproti konci 20. století.⁵⁹ Stát má opět silnou úlohu, ale oproti státům jižní Evropy je zde zachována ochrana svobody tisku.

Naopak ve střeozemních státech je charakteristický vysoký stupeň politického paralelismu, to znamená, že zde existují silné tendence médií demonstrovat, čeho jsou stoupenci (jak v politice, tak vůči jiným sociálním organizacím). Politický paralelismus v těchto zemích funguje společně s velmi vyvinutým masovým tiskem (bulvární tisk a tisk „středního proudu“). Silný politický paralelismus ovlivnil nejen historický vývoj těchto zemí, ale i mediální strukturu.

V polarizovaném pluralismu dochází k propojování komentářů a fakt.⁶⁰ Média ve státech jižní Evropy byla závislá přímo na státu, politických stranách. Pozdní vývoj demokratických režimů (v 70. letech 20. století) způsobil i pozdní vývoj tisku, který by byl tržně orientovaný, nezávislý na státu.⁶¹ Stát měl v zemích jižní Evropy silnou úlohu ve společenském životě. Silný vliv státu na média se v minulosti projevoval i cenzurou. Ve Francii existuje zákon, který opravňuje stát, aby začal za určitých okolností kontrolovat dané médium. Ve Španělsku podobné zákony vláda využila v 70. a 80. letech 20. století. Právní zásahy vůči novinářům jsou dodnes běžné v Řecku, pokud se

⁵⁹ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 144, 145

⁶⁰ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 183

⁶¹ Ještě v letech 1974 a 1975 existovaly autoritářské režimy v Řecku, Portugalsku a Španělsku. Byly posledními státy západní Evropy, kde se autoritářský režim stále vyskytoval. (Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 89)

novináři proviní proti prezidentu republiky či víře. Stát v těchto zemích figuroval a figuruje nejen jako kontrolní instituce médií, ale i jako vlastník. Stát vlastní či podporuje i tiskové agentury – například AFP („*Francouzská tisková agentura*“), EFE („*Španělská tisková agentura*“). Státní zásahy do médií přerušily vývoj profesionalizace. V Itálii byl vývoj médií také poznamenán fašismem. Během trvání tohoto režimu byly politicky orientované zprávy samozřejmostí.⁶²

V podstatě opačná situace byla v zemích zařazených do liberálního modelu. Zde mají dodnes novináři blíže k obchodnímu světu než k politice. Fungují zde pravidla trhu, na žurnalistiku je nahlíženo jako na obchodní činnost spíše než jako na službu veřejnosti. Stranický tisk či tisk spojený s jinými sociálními skupinami byl v těchto zemích také silný. Vedle sebe zde existoval politicky orientovaný tisk a tisk komerční ještě v průběhu 20. století, ale s klesající tendencí.⁶³

4 Svoboda tisku

4.1 Spojené státy Americké

Spojené státy americké jsou příkladem úplné svobody tisku. Nesmí existovat zákon, který by svobodu tisku omezil. To plyne z prvního dodatku Ústavy z roku 1791. Jak McQuail podotýká, tato situace plyne z faktu, že Spojené státy nikdy na vlastním území nezažily diktátorský režim, komunistickou či fašistickou propagandu a že velké válečné konflikty se neodehrávaly na jejich území.⁶⁴

Jediným vládním orgánem, který dohlíží nad fungováním tisku, je ve Spojených státech „*The Commission on Freedom of the Press*“. Jak ale McQuail uvádí, činnost této organizace je kritizována samotným tiskem.⁶⁵ Hlavním přínosem této *Komise* je zpráva, že tisk je vázán ke společnosti, v rámci níž funguje. Je tedy odpovědný veřejnosti. Již zde se setkáváme se „sociální odpovědností tisku“. Podle usnesení *Komise* z roku 1947 by tisk měl především:

- poskytovat pravdivé, úplné a chytré informace každodenních událostí v kontextu, který jim dodá správný význam (tedy oddělovat fakta od komentářů)

⁶² Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 120

⁶³ Hallin, Mancini, *Comparing Media Systems*, s. 74, 75

⁶⁴ McQuail, *Media Performance*, s. 36

⁶⁵ McQuail, *Media Performance*, s. 37

- poskytovat prostor pro výměnu názorů a kritiku (má být zprostředkovatelem pro veřejné mínění)
- poskytovat reprezentativní obraz skupin ve společnosti
- prezentovat a objasňovat cíle a hodnoty společnosti

Prostřednictvím *Komise* vznikly i první ideje samoregulace tisku. Týkaly se zahraničních reportáží. Historicky první kodex standardů pro novináře je z roku 1923 „*Canons of Journalism*“, který vydala ASNE („*American Society of Newspaper Editors*“). Tento kodex byl v roce 1975 revidován a obsahoval následující standardy:

1. odpovědnost (ve jménu veřejného blaha)
2. svoboda tisku
3. nezávislost
4. pravdivost a přesnost
5. nezájatost (rozeznávat fakta od názorů)
6. fair play (respektovat práva občanů)

Ve Spojených státech byl ve druhé polovině 20. století silný tlak na zvýšení profesionality a vzdělanosti novinářů. Zároveň byly přijaty antikartelové legislativy.

Výsledky americké komise, přijaté kodexy, můžeme považovat za první oficiální samoregulaci médií.

4.2 Kanada

Narozdíl od Spojených států byla Kanada z hlediska kultury a složení obyvatelstva pestřejší. Vliv Francie a Velké Británie je značný, a proto zde bylo obyvatelstvo více spjato se zahraničním zpravodajstvím. Vliv evropských zemí je dle McQuaila znatelný i v pohledu na tisk⁶⁶

V Kanadě vznikla v roce 1980 „*Royal Commission on Newspapers*“. Svoji první zprávu vydala v roce 1981 a stejně jako ve Spojených státech i zde kritizovala koncentraci vlastnění médií. Za standardy platící pro novináře určila více prostoru pro protichůdné názory a minority.⁶⁷

⁶⁶ McQuail, *Media Performance*, s. 39

⁶⁷ McQuail, *Media Performance*, s. 40-41

4.3 Velká Británie

Na začátku 20. století došlo ke komerčnímu růstu v mediální oblasti. I ve Velké Británii se objevily zvýšené tendence k monopolům. Opět především prostřednictvím zkušeností během 2. světové války (rozsáhlá kontrola tisku) se regulace médií stala politickým tématem. V roce 1947 vznikla „*Royal Commission on the Press*“, aby prozkoumala stupeň monopolizace tisku.⁶⁸

4.4 Centrální Evropa

V centrální Evropě se během 20. století prosazoval názor svobodného tisku, což byl důsledek vývoje 19. století. V 19. století se v Německu a ve Francii bojovalo za svobodu tisku v souvislosti s bojem o osvobození od absolutistické kontroly. Přelomovým rokem byl v Evropě rok 1848.⁶⁹

Neexistuje však žádná mezinárodní organizace, která by se médií zabývala. Vše funguje na národní úrovni. Zkušenost se světovými válkami, okupací a fašismem zapříčinily, že se v Evropě více mluvilo o právu na informaci (právo veřejnosti) než o právech vydavatelů.⁷⁰

McQuail ve své knize *Media Performance* uvádí, že z počátku měly mediální instituce rozměr pouze národní. Tisk jako instituce byl založen na národních zájmech a podle toho byl i zákonodárně ukotven.⁷¹ Vývojem se však tlak na odpovědnost médií přesunul i na oblast zahraničního zpravodajství. Tento aspekt je zahrnut v „*Media Declaration*“ vydané UNESCEM v roce 1978.⁷²

5 Autoregulace

Autoregulace je konkrétní projev normativních teorií. Normativní teorie se prostřednictvím autoregulace převádějí do praxe.

5.1 Autoregulace v médiích

Jak ze samotného pojmu autoregulace (= samoregulace) vyplývá, jedná se o druh regulace médií, kterou *Slovník mediální komunikace* definuje následovně:

⁶⁸ McQuail, *Media Performance*, s. 41-43

⁶⁹ Prokop, *Boj o média*, s. 174-179.

⁷⁰ McQuail, *Media Performance*, s. 43

⁷¹ McQuail, *Media Performance*, s. 46

⁷² Příloha č. 1

„Soubor psaných i nepsaných norem a pravidel usměrňujících jednání a strukturně-organizační podstatu médií ve společnosti.“⁷³

Regulaci médií pak lze rozlišovat podle toho, zda jde o dobrovolnou či nucenou regulaci. Další dělení je podmíněno časem – zda jde o předběžnou regulaci (ještě před vydáním, vysíláním) či o následnou regulaci (po vydání periodika, publikace). Graeme Burton s Janem Jirákem mluví o interní regulaci (samoregulaci), externí regulaci (například stát), dobrovolné a vnučené regulaci.⁷⁴ Autoregulace v rámci tohoto dělení spadá pod regulaci dobrovolnou.

Jak uvádí Josef Musil, regulaci je nutné oddělit od přímého řízení médií z následujícího důvodu: *„Účelem přímého řízení je dosažení daného cíle nebo přímo optimalizace, tj. dosažení stavu, který je za optimální považován. (...) Pokud jde o média, je i bez velké teoretické analýzy zřejmé, že každé jejich řízení politickou nebo jinou vnější mocí znamená konec svobody projevu a velmi brzy konec svobody vůbec. Regulace má daleko skromnější účel: snaží se zamezit vybraným (přesně definovaným) nežádoucím jevům. Neoperuje tedy se žádnou představou o optimální budoucnosti, nýbrž s pragmatickým výběrem několika konkrétních rizik, kterým se snaží zabránit, aniž by určovala směr vývoje.“⁷⁵*

Regulaci dle Musila lze shrnout do 4 hlavních oblastí:⁷⁶

1. vstup do oboru (licenční a registrační politika) – zde jde o přímou regulaci, která funguje také u ostatních oborech podnikání
2. obsah – zákazy či limity pro nežádoucí obsahy, dnes již také požadavky pro přítomnost určitých typů obsahů (například zpravodajství)
3. institucionální regulace – legislativní normy (tedy regulace externí)
4. autoregulace – etické kodexy a jiné normy chování. Hlavním rysem autoregulace je její dobrovolné přijetí na základě zodpovědnosti jednotlivců či organizací

⁷³ Reifová, I. a kol., Slovník mediální komunikace, s. 208

⁷⁴ Burton, Jiráček, Úvod do studia médií, s. 126

⁷⁵ Musil, Etika a regulace médií In *Etika a regulace médií*. Dostupný z WWW: www.clovekamedia.cz/sborniky/cm_2003_podzim.pdf.

⁷⁶ Musil, Etika a regulace médií In *Etika a regulace médií*. Dostupný z WWW: www.clovekamedia.cz/sborniky/cm_2003_podzim.pdf.

Zjednodušeně můžeme regulaci rozlišit pouze na externí (zásahy státu, legislativa, normy, cenzura) a interní (autoregulace s kodexy či normami, která vzešla z médií samotných). Toto rozdělení akceptuje i Václav Moravec, který chápe autoregulaci následovně: „*Spadají do ní nejrůznější pravidla profesně přijatelného chování, která přijímají novinářské svazy, odborové a profesní organizace, vlastníci médií či jednotlivé redakce.*“⁷⁷

McQuail regulaci médií z hlediska vývoje přístupu k médiím popisuje následovně⁷⁸:

1. období potlačování (státem či náboženstvím)
2. období zákazů (pro jednotlivce)
3. období vydávání povolení (ve jménu svobody; podnikání)
4. období předepisování (výchovné a kulturní cíle společnosti)
5. liberalismus

V dnešní době se setkáváme s mixem aspektů, které byly pro tato vývojová stádia charakteristická. V demokratické společnosti většinou existují pravidla, při jejichž nedodržování se bez ohledu na svobodu tisku můžete dostat do problémů se zákonem. Vysílat či vydávat může v dnešní době kdokoliv, kdo je schopen splnit podmínky pro vydávání či vysílání (včetně získání povolení).

Znaky autoregulace⁷⁹

- působí preventivně, rychleji a efektivněji (samoregulační činnost médií předchází legislativu, která je přijata až následovně)
- jako proces probíhající zevnitř je levnější než jakýkoliv externí zásah
- funguje-li autoregulace, je podstatně nižší nutnost zásahu státem (regulace státem je považována za rizikovější z hlediska možného zneužití)
- flexibilita – rychlé reakce na chování trhu

⁷⁷ Moravec, *Etika novinářské práce*. Dostupný z WWW: www.rozumetmediim.cz/letniskola/soubory/moravec.ppt.

⁷⁸ McQuail, *Media Performance*, s. 9

⁷⁹ Musil, *Etika a regulace médií* In *Etika a regulace médií*. Dostupný z WWW: www.clovekamedia.cz/sborniky/cm_2003_podzim.pdf.

- dobré zkušenosti z jiných oblastí – například Rada pro reklamu v ČR (přestože Rada nedisponuje právem udělovat sankce, jejími doporučeními se většina produkcí řídí)

6 Novinářská etika

Z nejčastěji zmiňovaných prvků autoregulace je uváděna novinářská etika. Ta je chápána jako: „(...) *souhrn psaných i nepsaných zásad, kterými by se měla řídit práce žurnalisty na základě obecně sdílených hodnotových kritérií. Zásady žurnalistické etiky bývají explicitně vyjádřeny v etických kodexech žurnalisty, které jsou přijímány profesními sdruženími žurnalistů v jednotlivých zemích.*“⁸⁰

Není pochyb o tom, že novinář se při výkonu svého povolání vyskytuje v různých více či méně příjemných situacích, je v kontaktu s lidmi, kteří hájí své obchodní či politické zájmy. Je často v konfliktních situacích. „(...) *novináři mají smluvní povinnosti jako zaměstnanci, mají profesní povinnosti a odpovědnost. (...) způsob, jakým budou vykonávat svoji práci závisí na tom, zda on či ona cítí větší loajalitu vůči: čtenářům, zaměstnavateli, a tak dále.*“⁸¹ Etika a etické, morální chování a myšlení „by měl být systematický proces.“⁸²

Novinář se musí ve své profesi vyrovnávat s následujícími skupinami či prvky:⁸³

- čtenář – mít důvěru čtenářů znamená poskytovat pravdivé a žádané informace včas. Tento způsob práce přináší další otázky – jak novináři vědí, které informace čtenáři chtějí, jak zajišťují pravdivost informací? Na druhou stranu však novinář, který píše především pro čtenáře, má větší šanci chovat se eticky
- editor – tlak na to, aby články novinářů prodávaly noviny a aby tyto články neznamenal riziko pro editory, šéfredaktora či majitele vydavatelství. Tento systém práce zaručuje novinářům slibnou kariéru a proto může převážit ostatní povinnosti, které novinář má i vůči jiným subjektům
- inzerent – pokud jako firma investujete velké množství peněz do inzerce v daném médiu, nebudou se vám líbit případné články o tom, že vaše

⁸⁰ Osvaldová, Halada a kol., Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace, s. 55

⁸¹ Frost, Media Ethics and Self-regulation, s. 61

⁸² Christians, Fackler, Rotzoll, Media Ethics: Caes and Moral Reasoning, s. 2

⁸³ Frost, Media Ethics and Self-regulation, s. 61-64

společnost špatně hospodaří s penězi. Jako inzerent máte možnost si stěžovat a hrozit stáhnutím inzerce. Tím se novinář může dostat do ohrožení

- majitel – majitel se zajímá jak o spokojenost inzerentů, tak o náklad tisku. Samozřejmě může hájit své osobní zájmy (politické, ekonomické).
- parlament a zákon – novináři mají odpovědnost vůči parlamentu, který je zákonodárným sborem. Parlament reprezentuje vůli lidu, mezi kterými novináři žijí
- regulativní orgány – regulativní orgány vyžadují od novinářů respekt. Jde o samoregulační orgány, které mohou fungovat jen v případě jejich akceptace ostatními
- kontaktní osoby – novináři mají vystupovat před svými kontaktními osobami férově. Je to v jejich zájmu říkat, kdo jsou a co mají v úmyslu. Novinář, který lživě informuje či používá „polopravd“ ve svých článcích není dobrým novinářem
- novinář sám/novinářka sama – pro novináře je důležitá loajalita vůči sobě. Novinář si musí být jistý motivy a důvody, které ho vedou ke zpracování dané události určitým způsobem. Pokud novinář není ztotožněn se způsobem pracem, je to vždy problematické
- ostatní novináři – novináři často cítí lojalitu vůči ostatním kolegům z jednoho vydavatelství. Někdy je lojalita vůči ostatním novinářům zastoupenou i členstvím v různých profesních organizacích. Novinář vždy pracuje v týmu, ale zároveň je jednotlivcem, který s ostatními novináři soupeří

6.1 Etický kodex

Etický kodex je dobrovolným autoregulačním prvkem redakce. Nejde o zákonnou povinnost, záleží pouze na vůli šéfredaktorů – vydavatelů. Jak se v *Media Ethics* uvádí, otázkou je, jak se rozhodnout. Zda o dané věci psát, protože je to správné, nebo o dané události nepsat, protože je to špatné.⁸⁴ Každé rozhodnutí v sobě zahrnuje více hodnot, které odráží předpoklady společnosti. Mezi takové hodnoty patří:⁸⁵

⁸⁴ Christians, Fackler, Rotzoll, *Media Ethics: Caes and Moral Reasoning*, s. 2

⁸⁵ Christians, Fackler, Rotzoll, *Media Ethics: Caes and Moral Reasoning*, s. 2

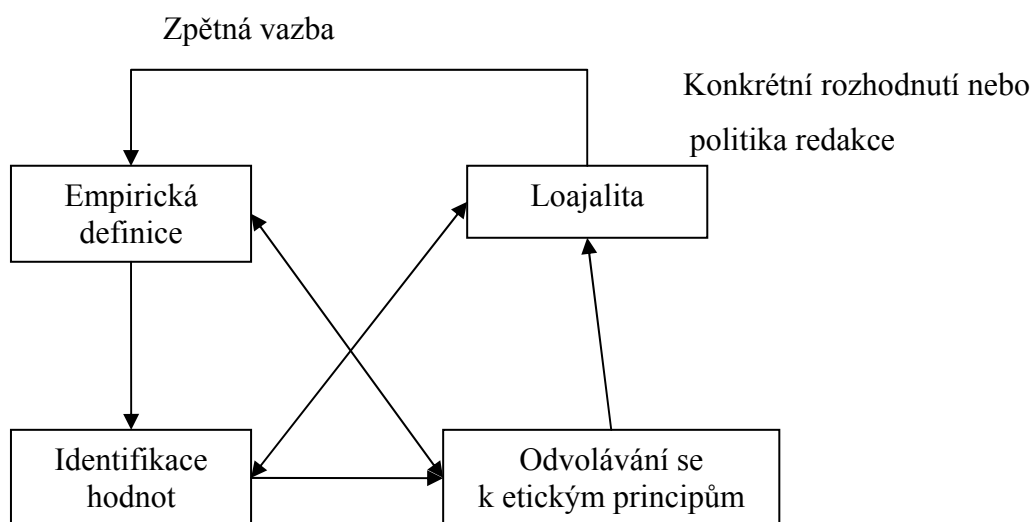
- estetické hodnoty
- profesní hodnoty (inovace, pohotovost)
- logické hodnoty (zásadovost, kompetentnost)
- sociokulturní hodnoty (šetrnost)
- morální hodnoty (čestnost, bez násilí)

Když se každý z nás rozhoduje, uvažujeme jak o pozitivních, tak i negativních dopadech naší volby. Novináři ve své profesi uznávají více hodnot, například rychlost a nezávislost. Ve všech novinách by systém přijatých hodnot měl být respektován všemi bez výjimky a také dodržován. K určení hodnot, které bude každé médium, redakce, vyznávat, může sloužit Potterův diagram (The Potter Box). Jeho další využití může být při analyzování zveřejňovaných událostí a určení strategie redakce, jak se zachová v budoucnosti v obdobných případech. Jedná se o model morálního zdůvodnění toho, co je v médiích zveřejňováno.⁸⁶

Potterův diagram zahrnuje:⁸⁷

1. definování situace, události – empirická definice
2. identifikace hodnot (pozitivních, negativních)
3. odvolání se k etickým principům (pravdivost vs. právo na soukromí)
4. loajalita – ke komu z účastníků je loajalita evidentní

Obrázek č. 1 – The Potter Box



Proto, aby se dospělo k rozhodnutí (zveřejnit, nezveřejnit), je třeba si uvědomit, komu jsou novináři odpovědní, ke komu mají morální povinnosti:⁸⁸

⁸⁶ Christians, Fackler, Rotzoll, Media Ethics: Cases and Moral Reasoning, s. 3-6

1. povinnost sama/sám k sobě – v mnoha situacích je nejlepším řešením jednat dle vlastního svědomí. Problémem však může být s jednáním ve svém vlastním zájmu (profesní růst)
2. povinnost vůči klientům, lidem, kteří podporují – odpovědnost vůči publiku, čtenářům
3. povinnost vůči organizace, firmě - povinnost vůči zaměstnavateli, majiteli vydavatelství. Pokud vydavatelství platí redaktory za to, že pro ně budou pracovat, očekává se, že budou pracovat v jejich zájmu.
4. povinnost vůči kolegům
5. povinnost vůči společnosti – společenská odpovědnost médií

Je pozoruhodné, že dostat se k etickým kodexům sledovaných deníků je obtížné. Ani Mladá fronta Dnes, Právo či Lidové noviny svůj etický kodex nezveřejňují. Na internetových stránkách deníků ho nenaleznete, ani jinde na veřejně dostupném místě. V době, kdy je internet tak silné médium mě překvapuje, že deníky, které vycházejí po celé České republice, nevyužijí možnost, aby veřejnosti dali najevo svůj postoj k citlivým záležitostem, jakou etika a objektivita informací v žurnalistice bezesporu je. Jiné redakce tuto možnost využívají – není problém seznámit se s etickým kodexem redakce České televize, televize Prima, časopisu Týden a zjistit tak, co daná redakce netoleruje a co je naopak povinností redaktorů dané redakce dodržovat. Ať již jde o ochranu zdroje informací, pokud si to zdroj přeje, nevystupování pod falešnou či zatajenou identitou či naložení s finančními a jinými dary. Otázkou však zůstává, nakolik jsou tyto etické kodexy dodržovány či nakolik je jejich dodržování interně kontrolováno. I na to se můj výzkum zaměřil.

Vzorem pro etický kodex novinářů v rámci redakcí může být Etický kodex novináře, který vytvořil v roce 1998 Syndikát novinářů České republiky. Do roku 1998 bylo Syndikátem doporučeno jednat dle etického kodexu přijatým Mezinárodní federací žurnalistů.⁸⁹

Syndikát novinářů je z hlediska profesionalizace příkladem autoregulačního procesu na české scéně. Jde o instituci, která „je dobrovolným profesním sdružením

⁸⁷ Christians, Fackler, Rotzoll, Media Ethics: Cases and Moral Reasoning, s. 3

⁸⁸ Christians, Fackler, Rotzoll, Media Ethics: Cases and Moral Reasoning, s. 17-18

⁸⁹ Osvaldová, Halada a kol., Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace, s. 56

novinářů. Jeho členem se může stát každý aktivní novinář, ať už pracuje na stálý pracovní poměr, nebo volně spolupracuje s několika redakcemi. Člen je povinen dodržovat Stanovy a především řídit se Etickým kodexem novináře.“⁹⁰

V rámci fungování této instituce existuje komise, která se etickými otázkami přímo zabývá. Jde o Komisi pro etiku, která je Syndikátem novinářů definována následovně: „je nezávislá profesní instituce ustavená Syndikátem novinářů. Jejím posláním je naplňovat Ústavu Mezinárodní federace novinářů a závěry deklarací světových kongresů Mezinárodní federace novinářů, které se vyhlásily normami profesionálního chování novinářů.

Za tímto účelem Komise pro etiku vydává obecná doporučení, konkrétní stanoviska i odsudky k jednotlivým případům porušení novinářské etiky jako nedílné součásti novinářské profesionality, při respektování svobody slova, projevu a tisku a práva občana na informace.

Komise pro etiku je činná na území České republiky. Závěry, které činí, se týkají novinářů všech veřejně právních i soukromých médií, členů i nečlenů Syndikátu novinářů ČR. Základním dokumentem je jí při tom etický kodex novináře schválený valnou hromadou Syndikátu novinářů ČR.“⁹¹

Přistoupíme-li na pojetí Hallina a Manciniho, Syndikát novinářů a jeho Komise pro etiku je v současnosti jediným profesním orgánem, který zaštiťuje žurnalisty v České republice. Kontrolní komise navíc připomíná, že její činnost se nevztahuje pouze na členy Syndikátu, ale na veškerý mediální obsah. Jde tak o výrazný projev autoregulace českých novinářů, který podobně jako jiné profesní asociace dohlíží na „profesní kvalitu“ žurnalistiky. Etický kodex Syndikátu novinářů má tuto podobu:⁹²

1. Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace

Občané demokratického státu bez rozdílu svého společenského postavení mají nezadatelné právo na informace, jak jim je zajišťuje čl.17 Listiny práva svobod, jež je součástí Ústavy České republiky. Novináři toto občanské právo realizují svou činností.

⁹⁰ Syndikát novinářů pro ČR, *Etický kodex novináře*. Dostupný z WWW: <http://www.syndikat-novinaru.cz/index.php?web=1&main=5&sub=37&main_tit=Etika&sub_tit=Komise_pro_etiku>.

⁹¹ Syndikát novinářů pro ČR, *Etický kodex novináře*. Dostupný z WWW: <http://www.syndikat-novinaru.cz/index.php?web=1&main=5&sub=37&main_tit=Etika&sub_tit=Komise_pro_etiku>.

⁹² Syndikát novinářů pro ČR, *Etický kodex novináře*. Dostupný z WWW: <http://www.syndikat-novinaru.cz/index.php?web=1&main=5&sub=36&main_tit=Etika&sub_tit=Eticky_kodex>.

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

- a. zveřejňovat jen informace, jejichž původ je znám, nebo v opačném případě je doprovodit nezbytnými výhradami,*
- b. respektovat pravdu bez ohledu na důsledky, které to pro něj může mít, vyhledávat informace, které slouží všeobecnému zájmu, i přes překážky,*
- c. dbát na rozlišování faktů od osobních názorů,*
- d. hájit svobodu tisku i svobodu jiných medií,*
- e. neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti,*
- f. nepřipustit, aby domněnka byla vydávána za ověřený fakt a zprávy byly deformovány zamlčením důležitých dat,*
- g. odmítat jakýkoli nátlak na zveřejnění nepravdivé, nebo jen částečně pravdivé informace,*
- h. odmítat jakékoli zásahy státních orgánů, jež by mohly ovlivnit pravdivost sdělení,*
- i. přijímat pouze úkoly srovnatelné s jeho profesionální důstojností,*
- j. nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informace, fotografie nebo dokumentu nebo využívat k tomu dobré víry kohokoliv. Nepoctivost prostředků je při tom třeba posuzovat v souvislosti s veřejným zájmem na publikování příslušné informace.*

2. Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice

Povahou novinářské profese je odpovědnost k veřejnosti. Proto je základním předpokladem pro tuto činnost vysoká profesionalita. Z tohoto hlediska je novinář povinen:

- a. nést osobní odpovědnost za všechny své uveřejněné materiály,*

- b. *vyločit všechny činnosti, které by jej mohly kompromitovat nebo vést ke konfliktu zájmů,*
- c. *nepřijímat žádné hodnotné dary nebo výhody, které by měly souvislost s jeho novinářskou činností, zvláště pak z důvodů zveřejnění nebo zatajení nějaké informace,*
- 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,*
- e. *nepodepisovat svým jménem obchodní ani finanční reklamy,*
- f. *nepřijímat peníze ve veřejné službě nebo v soukromém podniku tam, kde jeho postavení novináře a jeho vliv by mohly být zneužity,*
- g. *nezneužívat výsad, plynoucích z povolání novináře, k prezentování svých osobních postojů,*
- h. *nezneužívat možných výhod, plynoucích z členství v Syndikátu novinářů, k uspokojování soukromých potřeb.*

3. *Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu medií*

Z tohoto hlediska je novinář povinen řídit se těmito požadavky:

- a. *nic neomlouvá nepřesnost nebo neprověření informace, každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná, musí být neprodleně opravena,*
- b. *jestliže si zdroj informací přeje zůstat utajen, novinář je povinen zachovávat profesionální tajemství, i kdyby mu z toho měly vzniknout potíže,*
- c. *respektovat soukromí osob, zejména dětí a osob, které nejsou schopny pochopit následky svých výpovědí,*
- d. *dodržovat přísně zásadu presumpce neviny a neidentifikovat příbuzné obětí nebo delikventů bez jejich jasného svolení,*

- e. *považovat pomluvu, neprokázané obvinění, překroucení dokumentů, faktů a lži za nejzávažnější profesionální chyby,*
- f. *kromě nesporných důvodů veřejného zájmu nesmí novinář svou činností dostat dotčené osoby do nesnází nebo osobní tísně,*
- g. *novinář nesmí využívat ve svůj prospěch informace získané při výkonu svého povolání dříve, než budou tyto informace zveřejněny.*
- h. *nesmí vytvářet ani ztvárňovat námět, který by podněcoval diskriminaci rasy, barvy pleti, náboženství, pohlaví nebo sexuální orientace,*
- i. *při reprodukci jakéhokoli textu musí být uveden jeho autor formou adekvátní k rozsahu přetištěného materiálu,*
- j. *plagiát se zásadně zakazuje.*

6.2 Etický kodex – veřejný kodex

Etický kodex jako forma dobrovolné normy je velmi důležitá. Většina lidí má svůj vlastní „kodex chování“. Stejně, jako jsou lidé navzájem odlišní, jsou i hranice, co je pro nás přijatelné či nikoliv. Jak Chris Frost připomíná, rozdílnost mezi osobním kodexem každého z nás a veřejných kodexů je značná. Veřejný kodex zahrnuje univerzální prohlášení o chování, která je obecně vyžadováno. „(...) *jestliže je špatné udělat něco za určitých okolností pro jednu osobu, pak musí být špatné udělat to samé za určitých okolností i pro další osobu.*“⁹³

Vzhledem k povaze žurnalistické profese je nutné, aby žurnalisti vnímali důležitost svého konání a především důsledků, které z jejich konání plynou pro další osoby a dobrovolně přijali určité normy za své. Protože jsme však prošli čtyřicetiletou totalitou, je vývoj těchto autoregulačních prvků těžší než v zemích, které Hallin s Mancinim zařadili do modelu demokratického korporativismu a liberálního modelu. Jakákoliv regulace může být chápána negativně vzhledem ke zkušenosti z dob minulých. Naštěstí je však trend takový, že má-li být žurnalistika chápána jako samostatná profese, není jiné cesty, než si tyto dobrovolné normy stanovit a především

⁹³ Frost, Media Ethics and Self-regulation, s. 96

si je neustále připomínat. Proto mě ve výzkumu zajímají jak „normy profesní“, tak osobní hranice v rámci redakční struktury.

6.3 Etický kodex – vývoj

První etické kodexy (kodexy chování)⁹⁴ se objevily ve Spojených státech amerických na začátku 20. století. Ve dvacátých a třicátých letech 20. století se objevují kodexy ve Velké Británii a ostatních evropských zemích (*Národní unie žurnalistů* v Británii navrhla první kodex v roce 1935, vydán byl v roce 1936).⁹⁵ V kontinentální Evropě s vývojem kodexu začali jako první ve Švédsku.⁹⁶

První etické kodexy nebyly rozsáhlé (byly tvořeny několika odstavci). Obsahovaly základní principy chování. Vzhledem k vývoji a expanzi televizního a rádiového vysílání po druhé světové válce se však ukázalo, jak důležité tyto kodexy jsou. Objevily se oddělené kodexy pro novináře pracující v tištěných médiích a pro novináře pracujících v audiovizuálních médiích. Postupně se kodexy staly populární v souvislosti se skeptickými náladami ve společnosti a pochybami, že média mohou fungovat v souladu s morálkou. Z krátkých textů o principech chování se staly vícestránkové dokumenty, ve kterých se mediální odborníci snažili postihnout všechny situace, které by při výkonu žurnalistické profese mohly nastat. Na druhou stranu jsou obsahově kratší kodexy často srozumitelnější a pochopitelnější a také zapamatovatelnější. Novinář pak jasně ví, kdy jedná v souladu s principy redakce a kdy nikoliv.⁹⁷

Jednotlivé kodexy se liší nejen mezi redakcemi, ale v celkovém pojetí kodexu v dané zemi. Ve Švédsku je kodex více zaměřený na způsoby získávání materiálů, které mají být novináři použity. V Británii je naopak kodex věnovaný více tomu, co může být publikováno a co ne. Zároveň však v Británii čelili novináři tlaku ze stran veřejnosti, když došlo ke smrti Princezny z Walesu. Na základě této události se do kodexu dostaly i části o získávání informací na soukromé půdě a vyjasnila se pravidla pro používání teleobjektivů.⁹⁸

⁹⁴ V zahraniční literatuře se nejčastěji uvádí „Code of Conduct“ (Kodex chování), které ovšem zahrnují informace v České republice zahrnuté do etických kodexů. Proto v textu používám termín etický kodex.

⁹⁵ Bunodock In Frost, *Media Ethics and Self-regulation*, s. 97

⁹⁶ Frost, *Media Ethics and Self-regulation*, s. 97

⁹⁷ Frost, *Media Ethics and Self-regulation*, s. 98

⁹⁸ Frost, *Media Ethics and Self-regulation*, s. 104

Frost ve své knize poukazuje i na rozdílný přístup k etickým standardům chování médií v různých zemích. V téměř každé zemi se západním modelem řízení společnosti uznalo některé etické záležitosti týkající se fungování médií za tak závažné, že jsou obsaženy v legislativě. Rozdíl mezi jednotlivými zeměmi je v tom, že některé považují za nutné mít obsáhlou zákonnou úpravu chování médií a jiným zemím „postačuje“ fungování kodexů a kontrola jejich dodržování prostřednictvím mediálních rad. Frost poukazuje na Švédsko či Nizozemí, které jsou příkladem svobodnějšího fungování médií. Média v těchto zemích mají své kodexy chování a mediální rady, které dohlíží na fungování. Naopak ve Velké Británii je větší důraz kladen na legislativu, která by chování médií upravovala. Zajímavé je, že novináři ze Švédska dodržují etické kodexy daleko více než jejich kolegové ve Velké Británii.⁹⁹

Etický kodex většinou pokrývá následující oblasti:

- *„získávání informací*
- *jednání, zacházení s kontakty a zdroji*
- *zveřejňování informací*
- *interpretování informací*
- *zaručování kvality informací*
- *zacházení se stížnostmi*“¹⁰⁰

7 Zájmy jiných subjektů – instrumentalizace

Všeobecně se mluví o tlacích, které způsobují politici či politické strany a inzerenti či majitelé vydavatelství. Zájem na kontrole obsahu tisku ale mohou mít všechny instituce či jednotlivci, pro které je jejich mediální obraz důležitý. Dobrá pověst, jméno firmy, volby či potřeba mít oporu v občanech – to vše jsou motivy, které vedou k přímým či nepřímým tlakům na média obecně.

Autoregulace má i z těchto důvodů své opodstatnění. Jako novinář uznávající právo lidí na objektivní – tedy nezkrácené – informace se každý novinář musí (nebo by měl) potýkat s tím, jak takovým tlakům čelit. Proto se v etických kodexech setkáváme s pasážemi o úplatcích – finančních či jiných odměnách pro novináře právě od subjektů, pro které je jejich „dobrý vztah s novináři“ velmi důležitý.

⁹⁹ Frost, Media Ethics and Self-regulation, s. 106-107

¹⁰⁰ Frost, Media Ethics and Self-regulation, s. 117

McQuail připomíná, že na konci 80. let 20. století se novináři poměrně často zabývali tlakem, který plynul od inzerentů.¹⁰¹ Zisk novin plyne právě z prodeje inzerce, je proto oprávněné se obávat možnosti tlaků inzerentů na obsah médií. Každý inzerent má poměrně silné postavení závislé na výši inzerce v daném deníku. Hrozit stažením inzerce znamená pro deník finanční ztrátu. Otázkou je, na kolik jsou deníky závislé na svých inzerentech a na kolik je obsah daného deníku propojen se seznamem klíčových (rozuměj těch, kteří věnují největší množství peněz na inzerci) inzerentů. Diskuse na téma etičnosti těchto tlaků byla a stále je oblíbeným tématem. Reklamní trh má širší vliv na obsah médií. Jelikož je tento trh orientovaný na zisk, je pro něj cílem i kontrola mediálních obsahů.

Instrumentalizace je spojena s vydáváním tiskových zpráv, pořádáním tiskových konferencí, pozváním a realizací zahraničních služebních cest, finančních či věcných dárků, které v součinnosti jednotlivým subjektům pomoci ovlivňovat obsah médií. Tradice tiskových zpráv novinářům výrazně ulehčuje práci a na oplátku se prostřednictvím tiskových zpráv může určovat, co je o subjektech psáno (v případě, že se téma tiskové zprávy dostane do zájmu editora). Ve výzkumu realizovaném v roce 2000 v České republice společností Ultex Market Research pro Asociaci Public Relations a časopis Strategie, kterého se účastnilo 300 novinářů hlavních českých periodik, vyplynulo, že nejvíce se novináři setkávají s firemním sdělením právě prostřednictvím tiskových zpráv.¹⁰² Tiskové konference (vždy s lákavým občerstvením) neexistují pouze pro informování o nezbytných záležitostech, ale slouží cílům společností či jednotlivých subjektů. Obdobným nástrojem jsou zahraniční cesty placené společnostmi. Přestože se již pozvání na takové cesty ve většině případů odehrává bez dohody o budoucím článku, slouží cesty pro redaktory jako nástroj press relations, kterým se společnost představuje redaktorům a buduje tak dlouhodobé vztahy s redaktory. Dobrý vztah s novináři je pro každého pracovníka public relations klíčový, usnadňuje mu komunikaci s veřejností. Zajímavostí je, že ve zmiňovaném výzkumu z roku 2000 jen 6 % respondentů vnímalo negativně práci pracovníků public relations.¹⁰³ Z těchto důvodů je zajímavé sledovat vztah novinářů k autoregulaci a získávat informace o tom, jak sebe sami hodnotí.

¹⁰¹ McQuail, Media Performance, s. 133

¹⁰² Svoboda, Public relations moderně a účinně, s. 181

¹⁰³ Svoboda, Public relations moderně a účinně, s. 181

8 Výzkum

8.1 Formulování otázek

Cílem mého výzkumu bylo zmapování aktuální situace mezi českými redaktory působících v celostátních denících v oblasti motivů autoregulace při jejich každodenním profesním rozhodování. Konkrétně jsem do výzkumu zahrнула Mladou frontu Dnes, Lidové noviny a Právo.

Výzkum se zaměřuje na motivy a vlivy jednotlivých regulátorů, které ovlivňují publikační činnost redaktorů. Práce by měla odpovědět na následující otázky:

1. **Jaké jsou motivy autoregulace českých novinářů?**
2. **Jak silným vlivům autoregulace podléhají české deníky v současnosti?**

8.2 Metody výzkumu

Zvolila jsem kvalitativní výzkum, který je definován následovně: „*Kvalitativní výzkum je nenumerické šetření a interpretace sociální reality. Cílem tu je odkrýt význam podkládaný sdělovaným informacím.*“¹⁰⁴ Cílem výzkumu není testování hypotéz, jako je tomu u kvantitativního výzkumu, ale vytvoření nových hypotéz, poznatků – teorie. Z toho vyplývají i rozlišné požadavky na velikost zkoumaného vzorku. Kvalitativní výzkum jde do hloubky zkoumaného jevu, proto využívá menší vzorek zkoumané populace. Porozumění je to, čeho se má prostřednictvím kvalitativního výzkumu dosáhnout. Mezi charakteristické rysy kvalitativního výzkumu patří získání velkého množství informací na malém počtu jedinců. Za negativní aspekt kvalitativního výzkumu bývá označována nemožnost generalizace na celou populaci. „*Standardizace v kvalitativním výzkumu je slabá, a proto má kvalitativní výzkum poměrně nízkou reliabilitu.*“¹⁰⁵ Naopak za velký přínos kvalitativního výzkumu je považována vysoká validita, která je zapříčiněna právě nízkým stupněm standardizace, otevřenými otázkami a odpověďmi.¹⁰⁶ Silverman charakterizuje kvalitativní výzkum jako „*relativně nestrukturovaný s otevřenými odpověďmi*“ jehož cílem je „*porozumění zkušenosti*“.¹⁰⁷ Kvalitativní metodě se někdy vytýká neprůhlednost, nedostatečná transparentnost, nemožnost zobecňování, systém výběru zkoumané skupiny jedinců. Výsledkem je

¹⁰⁴ Disman, Jak se vyrábí sociologická znalost, s. 285

¹⁰⁵ Disman, Jak se vyrábí sociologická znalost, s. 287

¹⁰⁶ Disman, Jak se vyrábí sociologická znalost, s. 287

¹⁰⁷ Silverman, Doing Qualitative Research, s. 90

přehled a analýza subjektivních dojmů zkoumaných jedinců. Pozitivním rysem kvalitativní metody je možnost získat hloubkové poznatky a zkoumaném jevu či události, komparace dat je detailní v porovnání s kvantitativními metodami. Kvalitativní metoda umožňuje reagovat na konkrétní podmínky a situace. Získáváme tak velmi podrobné informace.¹⁰⁸

Kvalitativní výzkum lze provést prostřednictvím několika metod.¹⁰⁹

- pozorování – pro porozumění jiné kultuře
- textová analýza
- rozhovory – otevřené otázky pro malý vzorek populace
- transkripty – používaný k porozumění toho, jak účastníci organizují svou řeč

Zmiňované metody jsou využívány v kvalitativním výzkumu proto, že se všeobecně uznává jejich schopnost proniknout do dané problematiky velmi detailněji oproti kvantitativním výzkumům.¹¹⁰

Metodou mého výzkumu jsou individuální hloubkové rozhovory, které jsou jednou z metod kvalitativního výzkumu. Jelikož obdobný průzkum nebyl v České republice proveden, bylo nutné vyjít z obdobných průzkumů provedených v zahraničí, aby byla zajištěna relevance výzkumu. Proto jsou otázky průzkumu inspirované a v některých případech převzaté z výzkumu Hallina a Manciniho publikovaného v *Comparing Media Systems*. V části týkající se osobních profesních hranic jsem vyšla z práce *The American Journalist* od Davida Weavera a Clevelanda Wilhoita.

Pro svůj výzkum jsem používala strukturované rozhovory, kdy plán – scénář rozhovoru zahrnuje výčet otázek, jejich znění i pořadí. V případě potřeby jsem vždy tyto připravené otázky doplňovala novými otázkami či objasňujícími. Vždy jsem také nechávala prostor novinářům tak, aby se rozhovor vždy mohl rozvinout a flexibilně reagovat na jejich výpovědi. Vždy se jednalo o otevřené otázky. Tento způsob dotazování umožňuje dostatek prostoru pro dotazované, a dává tak možnost objevit to, co by v dotazníkovém způsobu průzkumu zůstalo skryto. Jak uvádí Arthur Asa Berger,

¹⁰⁸ Hendl, Kvalitativní výzkum, s. 53

¹⁰⁹ Silverman, *Doing Qualitative Research*, s. 89

¹¹⁰ Silverman, *Doing Qualitative Research*, s. 89

u hloubkových rozhovorů je důležité nechat respondenty vypovídat tak, jak je jednotlivé odpovědi napadají a jak tyto odpovědi rozšiřují na základě toho, co je v dané chvíli k tématu napadne. V metodě hloubkového rozhovoru není cílem pouze zaznamenat odpověď na položenou otázku, ale získat spontánní výpovědi, které s položenou otázkou mohou souviset i okrajově. Jde o zaznamenání myšlenkových pochodů.¹¹¹

Důraz byl kladen na novináře jako jednotlivce, který při výkonu své profese čelí různým tlakům, s kterými se musí vyrovnávat. Tyto tlaky bývají odlišné nejen mezi redakcemi, ale především vnímány různě samotnými novináři. Proto je zvolení metody výzkumu formou individuálních rozhovorů nejvhodnější.

Rozhovor je časově náročnou metodou výzkumu. Výzkumník musí přesvědčit respondenty, domluvit čas a místo konání rozhovoru. Časově náročné je i zpracování audio záznamů do textové podoby. Získat požadované rozhovory v určitém období bývá složité a v některých případech i nemožné. Výhodou rozhovoru je jistota poskytnutí informací tím, kdo informace podat má (na rozdíl od dotazníku, který může být vyplněn jiným jedincem či být výsledkem spolupráce v rámci skupiny). Výzkumník prostřednictvím rozhovoru většinou získá odpovědi na všechny požadované otázky, protože respondent při osobním kontaktu obtížněji neodpovídá. Další podstatnou výhodou rozhovoru je jeho úspěšné dokončení (opět v porovnání s dotazníkovou metodou, kde je problém s návratem vyplněných dotazníků). Problémem u rozhovorů může být anonymita, která je pro respondenty důležitá.¹¹²

Pro zpracování rozhovorů jsem využila textového přepisu audio záznamů. Vzhledem k tomu, že jsem zpovídala novináře a otázky se týkaly výkonu jejich profese, rozhodla jsem se textové přepisy převést bez nonverbálních projevů a upravila jsem je stylisticky, což je v kvalitativním průzkumu umožněno.¹¹³

8.3 Vzorek dotazovaných

Do výzkumu jsem zahrnula především redaktory, z každého ze zkoumaných deníků jsem oslovila i editora. Předpokladem bylo oslovení i šéfredaktorů jednotlivých deníků, což se stalo. Na žádost o poskytnutí rozhovoru do mé diplomové práce zareagoval jen Robert Časenský, který je v současnosti šéfredaktorem Mladé fronty Dnes. Záměrně jsem zvolila redaktory tří deníků, abych mohla výstupy porovnat i mezi

¹¹¹ Berger, Media Research Techniques, s. 59

¹¹² Disman, Jak se vyrábí sociologická znalost, s. 141

¹¹³ Hendl, Kvalitativní výzkum, s. 208

redakcemi. Jak jsem již uvedla, jednalo se o redakci Mladé fronty Dnes (MfD), Lidových novin (LN) a Práva. Vzorek sledovaných novinářů je pro redakce stejný: obsahuje čtyři redaktory z každého deníku, jednoho editora z každého sledovaného deníku a jednoho šéfredaktora. Celkově se výzkumu zúčastnilo šestnáct novinářů. Rozhovor se šéfredaktorem se mi podařil pouze v Mladé frontě Dnes, s Robertem Čásenským.

Editor představuje hierarchicky vyšší pozici v rámci redakci, má jinou roli v rámci organizační hierarchie, a proto se dá předpokládat, že může mít odlišné cíle a názory než řadoví redaktori. Šéfredaktor představuje nejvyšší moc v rámci redakce a je pro každou redakci klíčový. Znat tedy názory jednotlivých šéfredaktorů jsem považovala za důležité.

V kvalitativních výzkumech bývá složité získat samotný vzorek dotazovaných.¹¹⁴ S tímto problémem jsem se potýkala osobně. Redaktori vzhledem ke svému povolání jsou velmi zaneprázdnění lidé, kteří nejsou schopni se stoprocentní jistotou určit datum a hodinu, kdy budou mít čas rozhovor poskytnout. Pro oslovení redaktorů jsem využila lehce dostupné e-mailové adresy, které Mladá fronta Dnes i Lidové noviny zveřejňují na internetu. Lidové noviny jako jediné z mnou sledovaných deníků zveřejňují i fotografie redaktorů a zařazení v rámci rubrik deníku. Vzhledem ke stejnému formátu e-mailových adres všech zaměstnanců MfD a LN ve tvaru „jmeno.prijmeni@mfdnes.cz“ respektive „@lidovky.cz“ jsem odvodila i e-mailové adresy redaktorů deníku Práva, tedy jmeno.prijmeni@pravo.cz. E-mailové adresy redaktorů Práva nejsou nikde veřejně k dispozici. Některé redaktory jsem kontaktovala prostřednictvím mobilních telefonních čísel, které jsem obdržela od svých přátel (tři respondenti) či jsem je obdržela na základě dřívějších pracovních kontaktů (tři respondenti). Jednoho redaktora jsem kontaktovala přes telefonní číslo vrátnice redakce, kde jsem byla následně na redaktora přepojena. Telefon na vrátnici jsem získala z tiráže deníku. Ostatní respondenty výzkumu jsem získala na základě přímého oslovení prostřednictvím jejich pracovního e-mailu. Zpočátku se získáním respondentů nebyly potíže. Redaktori reagovali na e-mailové žádosti o účast v průzkumu maximálně do tří dnů. Při telefonickém kontaktu jsme se vždy ihned domluvili na jejich účasti a přibližně i na tom, kdy a kde se sejdeme. Obtížnější situace nastala v závěru výzkumu, kdy mnou oslovení redaktori (čtyři redaktori) nereagovali na mé e-maily. Větší potíže však nastaly

¹¹⁴ Disman, Jak se vyrábí sociologická znalost, s. 141

s realizací již domluvených rozhovorů. Jen s pěti respondenty se rozhovor realizoval na první domluvený termín.¹¹⁵

Všechny rozhovory jsem prováděla sama. Všechny rozhovory probíhaly mimo redakci, nejčastěji v kavárnách či restauracích v okolí redakcí v termínu od 26. března 2008 do 5. května 2008. Atmosféra během rozhovorů byla v možné míře uvolněná, přátelská. Rozhovory byly vždy nahrávány na diktafon s jednou výjimkou, kdy jsme vzhledem k časové zaneprázdnosti redaktorky využily možnost telefonického rozhovoru, který byl nahráván. Rozhovory se všemi zúčastněnými jsem osobně přepisovala. Záznamy nejsou obsahově upravovány. Faktické znění zůstává beze změny, došlo jen ke gramatickým úpravám a nezaznamenávání nonverbálních projevů.

8.4 Témata dotazování

Během rozhovoru jsem zjišťovala názory a odpovědi týkající se třech základních tématů:

- **profesní svoboda novináře** (možnost vlastních témat, zásahy do obsahu, tlaky na redaktorskou činnost)
- **etický kodex** (povědomí, znalost, využití a dodržování v praxi)
- **osobní profesní hranice** (co je z hlediska jednotlivců v žurnalistické profesi ospravedlnitelné a co naopak ne)

Scénář interview mého výzkumu vypadal následovně:

Profesní svoboda novináře

1. Jak vnímáte své postavení v rámci redakce? Cítíte se jako svobodný novinář/svobodná novinářka?
2. Jakou máte možnost přicházet s vlastními tématy?
3. Pociťujete tlak ze strany editora, šéfredaktora či jiných osob (inzerenti, majitelé vydavatelství)?
4. Má podle vás někdo v redakci výhradní postavení a pravomoci rozhodovat o obsahu deníku?

¹¹⁵ U ostatních respondentů jsme minimálně jednou termín rušili a přesunovali z důvodu jejich momentální zaneprázdněnosti. Pouze jednou jsem termín schůzky přesunovala já, protože jsem byla nečekaně v zahraničí. V jednom případě jsme si termín schůzky vyjasňovali v průběhu dne čtyřikrát, potvrzen čas schůzky byl 15 minut před setkáním. Když jsem po té dorazila na recepci redakce, respondent zavolal, že schůzku ruší z důvodu nutnosti zpracování nečekané události. Interview se realizovalo v jiný den.

5. Podléhají vámi napsané články často obsahovým změnám?

Etický kodex

1. Má vaše redakce etický kodex?
2. Víte, kde etický kodex najdete?
3. Které jeho části jsou pro vás problematické?

Osobní profesní hranice – který z následujících výroků je podle vás profesně ospravedlnitelný a který naopak ne?

1. Prozradit svůj zdroj informací přes fakt, že jste se domluvili na jeho utajení?
2. Utajit svou identitu, abyste získal/a informaci, kterou potřebujete?
3. Použít firemní či vládní dokumenty bez autorizace?
4. Použít osobní dokumenty, fotografie bez souhlasu majitele?
5. Platit osobám za poskytnutí informací?
6. Přijímat dary (finanční, věcné) od subjektů, které mají zájem o dobrý vztah s médii?
7. Uveřejnit informace, které jsou zajímavé pro čtenáře i přes fakt, že se poručuje právo na soukromí (zveřejňování obětí trestného činu, nedodržování presumpce nevinny)?

Opustil/a byste redakci v případě, že by se vaše názory výrazně odlišovaly od názorů, ideologie redakce?

Byl/a byste schopna pracovat v „ideálním pracovním prostředí“ bez aspektu autoregulace?

Jaký máte názor na medializaci smrti Karla Svobody?¹¹⁶

8.5 Výstup výzkumu

Cílem kvalitativního výzkumu je vytvoření teorie, která je svou platností omezena vzorkem, který byl při výzkumu zvolen. Nejde tedy o potvrzení existující

¹¹⁶ Tuto otázku jsem do výzkumu zařadila, abych mohla zmapovat autoreglativní projevy v praxi. Dle mého názoru se jedná o hraniční případ, se kterým se však setkali všichni respondenti.

teorie, ale vytvoření teorie. Validita výzkumu je vysoká vzhledem k otevřeným otázkám, které umožňují volné odpovědi.¹¹⁷

8.5.1 Profesní svoboda novináře

Na mou základní otázku, **jak vnímají své postavení v rámci redakce, zda se redaktori cítí jako svobodní novináři**, odpovědělo 8 z nich, že ano či určitě ano. Tato jasná odpověď zazněla u vybraných redaktorů napříč zkoumanými redakcemi. Deklaruje to například redaktor C3: „*Ano, určitě se cítím jako svobodný novinář, můžu si psát, co chci,*“ či ze stejné redakce editor C5: „*Ano. To bude asi jednoznačný. Speciálně v Lidových novinách ano, protože předtím jsem dělal v odborném časopise, takže tam jsem ten tlak cítil trošku větší. Ty Lidovky jsou v tomhle opravdu svobodný.*“ Z redakce Práva to deklaruje například redaktorka B2: „*Určitě,*“ či editor B5: „*Určitě ano.*“ V Mladé frontě Dnes takto jasně odpověděl redaktor A3: „*Cítím se jako svobodný novinář.*“ Ostatní respondenti se také cítí jako svobodní novináři, ale vždy k tomu uvedli upřesňující informace, jako například redaktorka Mladé fronty Dnes A1: „*Záleží, jak se na to díváte. U nás musí být téma hodně zajímavé pro čtenáře. Z tohoto hlediska se úplně svobodně necítím. Mluví do toho hodně lidí – zástupce redakce, editoři. Musí to projít ‚schvalovacím procesem‘. Co se týká svobody a podobně, tak se svobodně cítím (například ve smyslu politickém).*“ Editor A5 uvedl, že editoři v redakci nemají příliš silné postavení a poukázal na možné ovlivňování obsahu deníku ze strany šéfredaktora: „*Záleží na definici svobodného novináře. Jestli myslíte, zda cítím tlak na témata – to necítím. Žádný takový tlak jsem za celou dobu, co pracuju v novinách, jsem to v podstatě ani nepocítil. Nikdy nepřišel striktní příkaz či ovlivnění, co se otiskne a co ne. Do značné míry obsah stejně ovlivňuje šéf, na editorech jsou ‚menší věci‘. Nerozhodujeme o tom, co bude otvírák¹¹⁸ a co ne. Já osobně se cítím jako svobodný novinář.*“ Redaktor A4 svůj pocit svobody srovnával s působením v příloze deníku, kde se cítil svobodnější: „*No já se obávám, že je to malinko složitější, protože já jsem dělal rok přílohu Zaměstnání, od 1. ledna do teď do února a tam jsem se cítil absolutně svobodně, protože tam nikdo jiný nebyl. Já jsem si určoval témata, pak jsem to napsal, pak jsem to s grafikama zlomil a poslal do tiskárny.*“ Na mou doplňující otázku, zda nemusel spolupracovat s žádným editorem, reagoval následovně: „*No, editor tam byl, ale třeba mi řekla, jestli bych ten odstavec neměl přehodit, já jsem jí vysvětlil proč ne a*

¹¹⁷ Disman, Jak se vyrábí sociologická znalost, s. 286

bylo to v pohodě. A šéfka na to dala samozřejmě razítko, ale my jsme měli dobrý vztahy, ona mi věřila. A teď jsem v únoru přešel mezi reportéry a jsem tam takový ucho trochu. Takže rozhodně se tam necítím úplně svobodně v porovnání s tím, jak jsem cejtíl před tím. Každopádně jestli ta otázka směřuje k nějaký politice redakce, jak se má psát, jestli pravicově nebo levicově. To se nikdy nestalo. To znamená, když je téma zajímavý a chce se po mně, abych témata navrhoval, což je svazující a když je zajímavý, tak se po něm skočí. Když se jede v denním režimu, tak já to téma dopíšu v sedm, v osm to jde do tiskárny, to znamená, že editor nemá dostatek prostoru, aby to celý změnil.“

Své postavení v rámci redakce zhodnotil redaktor Práva B1 tak, že v rámci své rubriky je plně svobodný a zároveň plně zodpovědný za obsah, z čehož vyplývá i nutnost přicházet s vlastními tématy: *„No tak, já vím, je to odvážné mluvit. Může to znít dost sebevědomě. Ale nicméně prostě díky tomu, že pracuju v ekonomické rubrice, kde máme dělbu práce velmi detailně propracovanou. To znamená, každý z nás, kteří jsme v tomto oddělení, garantujeme pro celou redakci určité úseky. Někdo má na starosti banky, někdo má na starosti já nevím průmysl, konkrétně doly, hutě, energetiku. Já mám osobně na starosti dopravu, telekomunikace, spoje jako takové a například v současnosti tabákový průmysl. Veškeré věci, které se týkají kouření a antikouření a tak dál. Nicméně je to specializace, určitá garance a já se v rámci konkrétně svého tématu, povinnosti tvořím – odhadnu to 80 % témat sám. Já si do jisté míry rozhoduju o tom, co napíšu. Samozřejmě zhruba pětinu mé práce tvoří přímo úkoly, které mně jsou naopak ukládaný redakcí a které musím plnit. V podstatě hodnocení mé práce, zda mi neuniká nic aktuálního, co se děje. Když jste mluvila o těch dvou redakcích, tak asi víte, že Mladá fronta je naším přímým konkurentem. A tím pádem je pro mě samozřejmě nepříjemné, když třeba z mého rezortu něco zveřejní Mladá fronta a já to nemám. Takže jde o to si za prvé pohlídat, co se v mém oboru děje a za druhé přicházet sám s náměty a s články, které jsou řekněme zajímavé a které by mohly zajímat čtenáře. V tomto smyslu mám značnou svobodu práce.*

S tím prostě, že navíc u nás je takový systém, podobně jako v Mladé frontě ekonomičtí redaktori, že máme své stabilní stránky věnované trhu a ekonomice, kde si je sami i lámeme. Máme na to redakční systém, svého editora. Ale kde něco jako vnitroredakční cenzura téměř neexistuje. To znamená, že my sami si jako oddělení

¹¹⁸ „Otvírák“ je slangové označení prvního článku na titulní straně deníku.

tvoříme své strany, za které neseme plnou odpovědnost. Za druhé, posíláme věci, o které má šéfredaktor či poradka, která probíhá vždycky ráno v redakci a odpoledne v redakci. V půl desáté nad minulým číslem plus základ, co kdo nabízí dopředu. A potom ve čtyři hodiny odpoledne se dávají dohromady konkrétní články, konkrétní věci. V rámci této nabídky my musíme denně přicházet s nabídkou, z vlastních materiálů.“

Svobodně se cítil i redaktor z Práva B3, který však odpověděl následovně: *„Tak svobodně se cítím, protože to dělám dobrovolně. K tomu mě nikdo nemůže přinutit. Takže z této pozice, co dělám, dělám opravdu svobodně. Jiná věc je, co se dá považovat za vnitřní postoj v rámci svobodného rozhodování. To je trochu strukturované.“* Redaktorka B4 začala hned na začátku rozhovru mluvit o promítání osoby šéfredaktora do každých noviny, který podle jejich slov, vždy dané noviny ovlivňuje, což se shoduje s výpovědí citovaného editora A5: *„Pokud bych to měla ohodnotit nějakou škálou, tak dejme tomu devět z deseti.“* Na moji dodatečnou otázku, proč situaci nehodnotí na deset z deseti odpověděla: *„Není to deset z deseti. Použiju to, o čem jsem mluvila, protože to můžu srovnat s jinými médii, protože se do novin promítá osobnost šéfredaktora a vlastníka novin. Je to tak. I když většinou člověk má volnost, tak to není stoprocentní.“*

V Lidových novinách redaktorka C2 zmínila hranice, které její svobodu omezují: *„Velký tlaky určitě necejtím, to si myslím, že ne. O politických tlacích asi nemá cenu mluvit, tady v těch přílohách to není. Ale samozřejmě existují hranice, za který vím, že já nemůžu jít. Cítím, že svobodně můžu psát.“* Redaktor C4 se cítil jako svobodný novinář pouze v určitých situacích: *„V některých situacích ano.“* Na otázku, zda to může konkretizovat odpověděl: *„Tak většinou se tak cítím, ale byly i případy, kdy prostě ne.“* Snažila jsem se zjistit bližší popis toho, v jakých situacích se tak necítí, ale odpověď zněla: *„Asi to nemůžu komentovat.“* Takovou odpověď jsem nečekala od žádného redaktora, proto jsem se zeptala, zda šlo o obsah článku. Na to se redaktor C4 rozpovídal: *„Šlo o obsah článku. Bylo mi prostě řečeno, že nesmím publikovat některý informace, které jsem měl, protože jsou neetické. To si nemyslím. To byl jeden případ a druhý případ je o publikování materiálu, který jsem získal nějakou legální cestou, ale vedení tvrdilo, že jde o nelegální cestu.“*

U šéfredaktora Roberta Čásenského jsem se ptala na to, zda podle jeho názoru pracují jejich redaktori ve svobodném prostředí, zda se cítí jako svobodní novináři. Jeho

odpověď nebyla překvapující: „*Já jsem přesvědčen, že ano.*“ Na dotaz, z čeho tak usuzuje, odpověděl, že to vyplývá z osoby majitele vydavatelství Mafra, který nemá údajně další obchodní či politické zájmy v České republice. Tím však přiznal, že majitel vydavatelství může ovlivňovat obsah deníku tak, aby to vyhovovalo jeho osobním zájmům: „*Protože mám zkušenosti s tím, jak to vypadá v různých médiích. Mafra, myslím tím Mladá fronta Dnes a Lidové noviny, má v jedné věci hrozné štěstí a to je osoba jejich majitele a vydavatele. Mafra patří firmě RBD v Düsseldorfu a mým šéfem, jediným je Karl Hans Arnold a je to zároveň syn největšího majitele této německé firmy. Je to náš osobní vlastník. Je to člověk, který nemá v Česká republika kromě provozování médií žádné další obchodní, politické zájmy, kontakty. To znamená, že my se nedostáváme nikdy do konfliktu zájmu, což je obrovská výhoda. Zároveň tahle rodina plus další společníci této firmy vydávají noviny od konce 2. světové války, to znamená už přes šedesát let. Mají s tím zkušenost a náš podnik má něco, čemu se říká vydavatelská kultura. Je nepřekonatelné, aby se kvůli třeba obchodům s inzercí zasahovalo do redakčního obsahu. Což vím, že se běžně děje v různých týdenících, i u naší deníkové konkurence. V tomto to má Mladá fronta hrozně výhodné. Samozřejmě to má výhodné i proto, že je nejsilnější hráč na trhu a ani nemusí dělat spoustu kompromisů, protože to vyplývá ze samotného charakteru. Na naše noviny se prakticky nelze vykašlat, když něco důležitého chcete řešit nebo inzerovat. V tomto máme luxusní situaci a nijak nezávisí na tom, jestli tu práci tady dělám já nebo někdo jiný. Byl by na tom každý úplně stejně.*

Druhý důvod, proč si myslím, aspoň proč doufám, že si naši redaktori připadají jako svobodní autoři je ten, že u nás to funguje tak, že lidé, kteří například píšou ve zpravodajství přichází s vlastními náměty. Samozřejmě dostanou tu a tam práci zadanou. Ale pokud přijdou s dost zajímavým vlastním tématem, tak to má přednost. Oni jsou profíci, jsou dobří a oni jsou nosiči věcí. V tomhle směru si budou připadat svobodní, což ale neznamená anarchii. Je tu i druhá okolnost. U nás platí pravidlo, že úplně každý smí kritizovat úplně všechno. Je naprosto běžná situace, že když mám službu, tak dělám noviny. Přijdu na naši hlavní poradou v 11,45 a někdo z účastníků hodnotí noviny a běžné je, že mi vynadají, že by třeba něco udělali úplně jinak, že si myslí, že je to špatně. Na tom je založený princip fungování této redakce. Myslím, že i to pomáhá k tomu, že lidi snad mají pocit, že jsou svobodní.“ Jeho popis situace odpovídá tomu, co redaktori v Mladé frontě Dnes popsali.

Pro mě překvapující odpovědi byly na otázku: „**Jakou máte možnost přicházet s vlastními tématy?**“ Všichni zúčastnění bez ohledu na to, v jaké redakci působí, se shodli na prakticky neomezené možnosti přicházet s vlastními tématy či dokonce pociťují tuto možnost za absolutní. Z Mladé fronty Dnes odpověděl redaktor A3: „*Prakticky neomezenou. Pokud si něco přinesu a je to nějakým způsobem přínosné pro tu rubriku, je to zajímavé, tak mi nikdo nebrání v tom, abych na tom dělal.*“ Editor Mladé fronty Dnes popsal možnosti redaktorů takto: „*Já sám nepíšu, ale redaktori přicházejí s vlastními tématy a očekává se to od nich. Fixní pravidlo na počet vlastních témat asi není, ale nepsané pravidlo je zhruba dvakrát týdně vlastní téma. Aktuálnost však převažuje nad tématem. Vše záleží i na rozložení stránek, kolik je prostoru. Pokud je tiskového prostoru málo, tak aktualita převáží. Pokud je stránek víc, tak se objevuje naplánované téma i aktualita. To ale neznamená, že automaticky téma padá. Pokud je téma solidní, tak se mu prostor dává a aktualita může jít do pozadí. Záleží na konkrétní situaci.*“ Redaktor A4 zdůraznil, že je nutnost zpracovávat témata kompletně a ne pouze informovat. Pouze informovat o události má Česká tisková kancelář: „*Absolutní. To se po mně chce, prostě. Z nouze, když ten člověk nemá téma, tak jako třeba já dneska, tak se vymyslí aktualita. Tyhle noviny jsou hodně postavený na plánování a dělají se dokonce tejdenní plány dopředu. My nejsme ČTK, prostě noviny dneska musí přinést něco jinýho než jenom to, co se stalo. Od toho je dobrý to odpíchnout, ale vždycky je dobrý jít někam dál.*“ Redaktorka A2 zmínila, stejně jako redaktor z Práva B3, že přicházet s vlastními tématy je podmínkou profesní úspěšnosti: „*Je na to obrovský tlak. Je to v podstatě podmínka, aby člověk mohl být úspěšný v domácím oddělení Mladé fronty. Musíte mít nápady, témata, hledat věci tam, kde ostatní noviny nehledají, mít napřed, mít kontakty a získávat věci předem. Připravované návrhy, zákony, ještě neveřejné verze.*“

V Mladé frontě Dnes se redaktori shodli na tom, že standardně by měli přicházet s dvěma tématy týdně. Systém Mladé fronty Dnes je založen na propracovaném plánování, který má zajistit to, aby se deník nepotýkal s nedostatkem témat v období, které není zahlceno důležitými aktualitami. Redaktori s tím podle uvedených odpovědí počítají a takový systém jim i vyhovuje. Systém vlastních témat podobně popsal i samotný šéfredaktor, který zdůraznil autonomii jednotlivých redakčních rubrik: „*To se velmi liší rubriku od rubriky. My to máme tak, že já a moji zástupci nemluvíme do vnitřního chodu jednotlivých rubrik a jak si to zařídí. To, co my chceme od vedoucích*

rubrik je, aby nám byli schopní vždy v pátek odpoledne ve tři říct nějaký základní plán toho, co budou mít ten který den příští týden v případě, že by se nic nestalo. Zároveň každý den musí na hlavní poradě přijít dobře připravení se zajímavým obsahem. Samozřejmě u nás platí pravidlo, cokoliv dobrého má někdo jiný, je problém. Všechno, co nemá Mladá fronta první a nejlépe a my to shledáme za zajímavé, je potíž pro danou rubriku. Z praxe by vám vyplynulo, že je nemožný, aby lidé nosili každý den dobrý téma. To nejde. Už jen proto, že když do osmi do večera píšete středně velký článek a dáte mu všechno, snažíte si s tím vyhrát. Není možné ráno v 9 nebo v 10, záleží, kdy máte svoji ranní poradou, přijít a mít další. Jde to dva dny po sobě, ale ne dvacet pět dní. Ony by se ani do novin všechny nevešly. Máme omezený prostor. A funguje to tak, v zásadě si myslím, že na jednoho člověka v průměru mohou vyjít dvě větší témata na týden. Ale liší se to. Když je někdo politický zpravodaj, tak má více článků, ale menších, sleduje dění. Když se někdo věnuje dopravě, tak je spíše na něm, aby si témata nacházel. Teoreticky se to dá popsat špatně. Rozhodně to není tak, že by člověk přicházel s tématy každý den, protože není automat.“ Aktualitám se dává přednost před tématy, což je logické a odpovídá to zpravodajským hodnotám. Redaktorka A2 to potvrdila: „Určitě. Máme striktní týdenní plán, aby bylo jisté, že bude o čem psát. Je to jen orientačně, kdyby byla silná okurková sezóna. Síla listu je i v tom, že je schopný vysadit redaktory všech rubrik na určité téma – třeba volba prezidenta. Vnímání silných událostí je přednost.“ Redaktorka A1 k systému práce řekla: „My jedeme v režimu, kdy se vše plánuje. Moje téma nepadne z nebe. První poradě je v 9,40, tam já být nemusím, ale jsou tam šéfové buněk a ti už vědí, co my ten den nabízíme. Už na této poradě se témata diskutují. Pak se jde na šéfredakci, která od rána ví, pokud je standardní den, o čem se píše. Všichni vědí, o čem se píše.“ Systém plánování redakce má výhodu v tom, že všichni členové redakce ví, na čem se pracuje. Témata jsou vybrána a tím schválena na ranních poradách, redaktorka A1 to popsala následovně: „Každý čtvrtek máme plánovací poradě, kdy musíme přijít s několika tématy, které budem, co se stane během dne a na tom se také musí pracovat. Naplánované se někdy odsune – je to takový mantinel, abychom něco měli, když se nestane nic mimořádného.“

Redaktor A4 popsal systém výběru témat na základě konkurenčního prostředí v redakci: „V podstatě jo. My to máme rozdělený do takovejch buněk, politická, společenská a tak. No a na poradě je vždycky jen ten šéf a ten musí vědět. V podstatě ty témata jsou založený na konkurenčním principu, že zeptají se tě, co nabízíš. Z té nabídky si editoři a šéf vyberou to nejsilnější. Když je to blbý, tak vám řeknou, tohle ne a běž

někam do sněmovny a když je to dobrý, tak se to tam dostane. Takže se může stát, že čtyři dny za sebou byly dopravní témata na jedničce, protože ten člověk co dělá silnice, měl silnou nabídku. Tam se moc nehraje na to, že ty noviny se musí každý den, že včera jsme psali tohle a dneska už nemůžem. Protože jsou zase nějaký výzkumy, kolik lidí si to kupuje každé den a kolik jenom někdy a převažujou ty, co si to kupují jenom jedny. Ale to asi odbíhám, že?“ Systém plánování je výhodný pro fungování redakce. Prostřednictvím přímého plánování je redakční obsah plně pod kontrolou, redakční práce je silně systematizována a řízena hierarchicky.

Čásenský na otázku, zda se dává přednost aktualitám před tématy redaktorů dodal: *„Samozřejmě. Fungujeme jako noviny. Vždycky platí, i při řazení zpráv v novinách platí, že člověk musí zvážit: jak je to důležité, jak je to aktuální, nakolik je to nová věc a naše vlastní, nakolik je to zajímavé pro čtenáře, na kolik se jich to týká nebo netýká. Tyto všechny věci hrají v rozhodování roli, byť to neděláme tak, že bychom si to u každého článku křížkovali. Máte na to cit, takže se to nerozebírá takto do detailu.*

V Právu se redaktori shodli na tom, že přicházet s vlastními tématy je žádoucí a od redaktorů se to vyžaduje. Dokazuje to odpověď například redaktorky B4: *„Velkou. Tady stoprocentní. Ne, že mi všechna projdou, ale spoléhá se na vlastní nápady.“* Na přímou otázku, zda se vlastní témata vyžadují odpověděla: *„Ano, vyžaduje se, aby autoři měli vlastní náměty.“* Redaktor B1 potvrdil, že redaktori musí přicházet s vlastními tématy a zároveň nastínil situaci, že redaktori neovlivňují to, jak bude vypadat přední, titulní strana deníku, takzvaný otvírák: *„Ano. Musíme. Buďto to jsou vlastní témata nebo přinejmenším to musí být nejaktuálnější věci, které jsou tak významné z našeho například ekonomického hlediska, že by podle nás se neměly schovat uprostřed čísla, ale měly by se objevit někde vpředu. Tím pádem v rámci této dělby, co si dáváme k nám, je zcela svobodná záležitost. Co jde dopředu, to už je daleko složitější otázka. Mimo jiné, jako základní fakt, my už nerozhodujeme v té chvíli o tom, v jakém rozsahu definitivně, jestli na první stranu nebo na pátou a nebo jestli to nakonec takzvaně neskončí v přesazbě. Ale to je myslím normální záležitost. V tomto směru je jakási vnitroredakční konkurence.“* Redaktorka B2 popsala, že v rámci rubriky jsou témata určena: *„Musím přicházet s vlastními tématy. Protože se zabývám politikou, takže musím vycházet z toho, co je aktuální. Mám na starosti senát a komunisty. U nás má každý na starosti jednupolitickou stranu. To ale neznamená, že nemohu zabrousit do témat, která jsou jiná, ale souvisí třeba s vládou, například církevní restituce.“*

Z výpovědi například redaktora B3 vyplynulo, že možnost přicházet s vlastními tématy je pro něj rozhodující a je jedním z důvodů, proč v redakci Práva pracuje: „*To mám velkou. Musím říct, že já osobně, já jsem tady deset let. Takže za tu dobu si myslím, že volba témat závisí z velkým částí na mně. Což je klad, to mě tady drží, to se přiznám. Co si vymyslím, to si také zrealizuju. Tomu jsem zasvětil svoji určitou činnost, abych tam nemusel sedět a čekat, až mi někdo něco přidělí. Tohle je fajn. Opravdu si je můžu vybírat sám.*“ Editor Práva B5 je sám aktivním novinářem¹¹⁹ a situaci zhodnotil takto: „*Vlastní témata jsou víceméně na mně osobně. Pak je klasické zpravodajství, to, co se děje. Ale vlastní témata si každý přináší sám.*“

Na otázku, zda je dané, kolik témat by měl každý redaktor mít, mi odpověděla redaktorka B4: „*My to máme dané tak, že musíme odevzdat nejméně čtyři materiály měsíčně, to znamená v průměru jeden týdně. Jestliže je tam delší materiál, reportáž dejme tomu, tak je možné dát jenom tři materiály. My můžeme přijít s deseti náměty, ale stejně stihneme udělat jen to, co stihneme.*“ Redaktor B3 v odpovědi na tuto otázku zmínil i to, že přicházet s vlastními tématy se nejen redakcí vyžaduje, ale redakce tuto vlastní autorskou činnost u svých redaktorů podporuje finančním prémiovým systémem. Podle slov redaktora B3 je to i způsob, jak si zajistit profesní růst: „*Ne. Každý přijít může, to samozřejmě jo. Redakční systém takto postavený je. Taky tím můžete udělat v úvazkách kariéru. Když s něčím přicházíte a jen nesedíte a čekáte. Někoho to baví, zpracovávat agenturní zpravodajství. Někoho baví redigovat, což já nenávidím. Například. Můj důvod toho, že přicházím s vlastními tématy je skutečně, že já nenávidím redigování. Ne opravdu, to je skutečně můj důvod. A proto věřím iniciativě. Každý může. To je na tom daný. Dokonce je to snad i nějakým prémiovým systémem podporovaný, aby se přicházelo s vlastníma tématama. Každý den nebo každý číslo, co vychází je podporovaný. Je to buď motivovaný prémiově, když někdo přijde s něčím vlastním. A taky to mám vliv na nějaký jeho postup.*“ Na moji otázku, zda má aktualita přednost před zpracovávaným tématem mi odpověděl: „*To má. Kdybychom byli časopis, ale my jsme deník, tak určitě.*“

V Lidových novinách redaktoři potvrdili, že mají velkou až neomezenou možnost přicházet s vlastními tématy. Stejně tak v rozhovorech potvrdili obecný rys platný pro mnou sledované redakce: témata jdou do pozadí v případech, kdy se objeví

¹¹⁹ Aktivním novinářem rozuměj publikuje vlastní autorské články.

aktualita, o které je třeba informovat čtenáře. Redaktorka C1 systém práce popsal následovně: „*Je to kombinace toho, že přicházíme s vlastními tématy nebo děláme věci, které je třeba udělat, které nejsou vyloženě naše témata. Jsou reakcí na to, co se děje venku. Pokud ministr představí nový plán, tak to není naše téma, ale je třeba to pokrýt a mají to všichni.*“

Systém práce je ale v Lidových novinách odlišný od systému práce v Mladé frontě Dnes. Redaktor C3 o něm řekl: „*My přinesem vlastní témata a následně se řekně, co se bude dělat a co ne. Nemáme ale přesně daný, kolik témat máme přinést. Dříve jsme to měli tak, že v podstatě každý den jsme měli přijít s nápadem. Každé ráno jsme to řešili.*“ To, že ideálně mají mít redaktori každý den vlastní námět, potvrdil redaktor C4: „*Ideálně jedno téma denně. A když je nějaká větší věc, tak člověk má prostě víc dnů na to, to udělat. Takže nemusí se věnovat dennímu psaní, ale teď máme nějaké personální změny, takže to úplně nešlo.*“ Redaktorka C2 popsal systém přípravy témat v přílohách, kde je kladen důraz na sezónnost a různorodost: „*Jestliže pracujete v příloze, která vychází jednou týdně, tak většinou ten týden dopředu se to plánuje. Existuje harmonogram, kdy víme tedy, že je jaro. Já jsem začínala v příloze o bydlení loni. Takže víme, že je dejme tomu jaro, začíná se dělat na zahrádkách, takže se to tématicky, jakoby to podbíhá tomu období, ty témata v přílohách. Potom abysme neměli jeden týden téma nějaký ekonomický, o úvěrech na bydlení a další téma, aby bylo nějaký odlehčený, aby se to trochu střídalo, aby to nebyly pořád peníze, peníze. Nebo pořád jen o malování, o stěhování, takže se to střídá. A asi nejdůležitější, že je to podle toho, co se děje teď, co je aktuální. Většinou, když jdou třeba ceny nahoru, tak se o tom píše.*“ Zároveň potvrdila možnost přicházet s vlastními tématy: „*Mám možnost. Pokud mě něco napadne, zkonzultuju to a pokud to je dobrý téma, tak s tím většinou není nikdy problém a zařadíme to do nějakého datumu, aby to ladilo, kdy třeba nic nemáme nebo chceme něco odlehčenějšího nebo ekonomičtějšího.*“ To, jaká témata se zvolí podle slov redaktorky C2, rozhoduje zástupce šéfredaktora.

Editor C5 na otázku, zda je redakcí určeno, kolik vlastních témat by měli redaktori mít, odpověděl: „*To je dobrej dotaz, ale ne úplně pro mě. Protože tím, že jsem na těch přílohách, tak se přiznám, že úplně nevím, jak to ty rubriky mají. Víím, že se střídají po službách v tom, kdo ty stránky obstarává a víím, že v každý tý rubrice by mělo být vždycky minimálně jedno nebo dvě vlastní témata. Nemělo by to být jenom z Četky. V momentě, kdy to tak je, tak je zle.*“

Editor C5 potvrdil i neomezenou možnost přicházet s vlastními tématy: „V podstatě naprostou. Protože já jsem na to byl najatej, abych tam dělal stránky vlastně a hledal si pro ně rovnou témata. Takže nejenže mám možnost, ode mě se to i čeká, je to můj úkol.“ K systému práce dodal, že on osobně je zodpovědný za témata: „Já jsem v Lidovkách, protože dělám přílohové stránky Byznys, Lidé, Hi-tech, Reklama a ty jsou na mě, dá se říct, kompletně. Můžu si pro ně najít autory, ale je zase na mně, abych si je našel, abych to pohlídal čili to je, jak já řeším obsah a jinak potom redaktori fungují v rámci rubrik, kde se pravidelně radí a kde samozřejmě jsou události, které se do těch novin musí dostat, musí si je rozdělit. Čím víc se jim daří přicházet s vlastními tématy, tím samozřejmě lépe.“

Dále mě zajímalo, **zda redaktori pociťují tlak ze strany editora, šéfredaktora či třetích stran (inzerenti, politické tlaky, konkurence)**. První reakcí na tuto otázku bylo, že tlaky redaktori nepociťují. Na mé další a konkrétní dotazy však redaktori některé tlaky připustili. V Mladé frontě Dnes nejčastěji redaktori hovořili o konkurenčním tlaku a tlaku na masovost. Redaktori také pociťují tlak inzerce, který se ale údajně neprojevuje na jejich práci. Redaktori působící v Právu nejčastěji hovořili o tlaku inzerentů. Redaktori z Lidových novin naopak tlak inzerentů údajně nepociťují. V Mladé frontě to dokazuje odpověď redaktorky A1: „Necítím. Tlak je z vedení naší domácí redakce, kterou má na starost zástupce šéfredaktora – zástupce redakce mluví do chodu redakce, editor je jen jejich nástroj. Editor mi nešéfuje. Naše redakce je rozdělena na tři sekce – společenská buňka, krimi buňka a politická buňka. Každá buňka má svého šéfa – editora, v politické buňce je hlavní zpravodaj. V rámci buňky probíhá prvotní debata o tématech. Pak se to posouvá výš, kde se probírají témata se šéfem redakce a zástupcem šéfredaktora, který je zodpovědný za naši redakci.“ Šéfredaktor na můj dotaz, zda z hlediska nejvyšší čtenosti, z mnou sledovaných deníků, nevyvíjí tlak na redaktory, aby byly články pro čtenáře zajímavé, odpověděl: „Samozřejmě, že to řešíme. Jsme obchodníci a řešíme to, jak je náš produkt úspěšný. To je logické. Ale je třeba odlišovat dvě věci, toto se nikdy neprojevuje ve zpravodajství. Nikdy. Ano, často jsem slyšel, že noviny je třeba nějak psát. Ale ti, kdo to říkají mají bohužel nevýhodu, že tomu vůbec nerozumí. To nefunguje. I kdybychom všechny články přepsali do nejkomerčnějšího možného sdělení, tak to s prodejem nehne ani o deset kusů. To bychom opravdu museli změnit charakter. A to neuděláme. Další oblíbený mýtus je bulvarizace novin. To je taková hloupost. Protože naše noviny vydělávají na

tom, že mají sice vysoký náklad, ale daleko větší je náš podíl na inzertním trhu. Je to mimo jiné proto, že máme velmi vzdělané, v průměru bohaté čtenáře. Máme ze všech novin nejvíce vysokoškolsky vzdělaných, dobře placených čtenářů. Čtenářů, které mají nějakou sociální úroveň. Proto si u nás naši inzerenti kupují inzerci. Pokud bychom to chtěli změnit a začít bojovat s Bleskem, tak o ně přijdeme a přijdeme o peníze. Náš vydavatel by mě vyhodil, kdybych něco takového udělal. Všude na světě to funguje tak, že za dobrého čtenáře solidních novin inzerenti platí mnohem více, než za čtenáře bulváru. Je mnohem dražší. Úvaha o tom, že by někdo dobrovolně, někdo kdo má dominantní postavení na trhu solidních novin, se chtěl změnit v bulvár, to může říct člověk, který neví, o čem je řeč. To je asi stejné, jako kdybych řekl, že jsme se rozhodli pálit peníze na dvoře. Ale jinak pro nás samozřejmě je důležité, aby nás lidé četli. Proto děláme na naše noviny reklamu, snažíme se vynalézat nová a nová témata, která by pro čtenáře mohla být zajímavá nebo která by nám zvyšovala prodej. To všechno samozřejmě děláme, ale nijak se to neprojevuje ve zpravodajství a neprojevuje se to ani v tom, jak jsou témata zpracovaná.“

Redaktorka A2 zdůraznila, že pokud nějaké tlaky existují, tak ne přímo vůči redaktorům. Zároveň nastínila, že problém je s tvorbou a změnou titulků, což se ve výpovědích redaktorů objevovalo častěji: *„Pokud nějaký tlak je, tak rozhodně nejde přímo na redaktory. Tlak editorů cítím, ale je to pracovní tlak. Nenutí mě sunout článek někam, kam nechci. Jen se někdy článek staví jinak, ale nemáš pocit, že píšete lež. Já má problém s titulkama na straně jedna. Příklad – soudila se žena s nemocnicí, že v ní při operaci nechali roušku. Což se stává. Zjistilo se to, oni ji znovu otevřeli, ale neřekli ji proč, což byl zásadní etický problém. Titulek na straně jedna byla „lékaři do ní zašili hadr“, za to dostal vynadáno i šéfreditor. Dávám to jako špatný příklad, při tlaku na masovost. Nazvat chirurgickou roušku hadrem, je extrém. Je běžné, že titulky jsou zkreslené. Titulky ve vnitř listu jsou trošku nadsazené, ale ne jako na straně jedna. Pro mě jsou hodně lidové, ale nechci mluvit o bulváru. To si nemyslím.“* Pokud o nějakém tlaku redaktoři Mladé fronty Dnes hovořili, tak o tlaku inzerentů, který se ale podle jejich slov neprojevuje v jejich každodenní práci. Ve své odpovědi to zmínil editor A5, který si ale také nemyslí, že by se nespokojení inzerenti obraceli přímo na redaktory: *„S tlakem ze strany inzerentů na redaktory jsem se v podstatě nesetkal. Existuje tlak, kdy inzerent zavolá do inzertního oddělení, protože se mu třeba nelíbí konkrétní článek. Nesetkal jsem s tím, že by inzerenti volali autorům.“* Na můj navazující dotaz, zda se zaměstnanci inzertního oddělení se stížnostmi obracejí na redaktory reagoval: *„Inzerce*

to řeší přes šéfredakci. Inzerenti si sice občas stěžují, ale důležité je, že žalobu nepodají, protože články napadnutelné nejsou. Stává se to, ale nemá to vliv na obsah.“ Redaktor A3 tlak inzerentů nepřipustil, ale v zápětí dodal, že inzerenti občas hrozí stažením inzerce: „Tlak inzerenta v žádném případě. To je naprosto oddělené. V případě negativních článků se občas stává, že dotčený hrozí stažením inzerce. Pokud někdo začne hrozit stažením inzerce, tak se to samozřejmě dozvíte, ale vysmějeme se jim. Firmy se ozývají inzerentním oddělení a snaží se tím vydírat, ale to zaspaly dobu. Ale nevím, komu přesně se ozývají. Tlak ze šéfredakce, tam to není tlak. Chtějí například věnovat větší prostor tématu, o kterém píšeme neadekvátně. Ozývají se zpětně. Všude je ten šéf trochu hloupější.“ Redaktorka A1 také zdůraznila, že pokud nějaký tlak existuje, tak se to neprojevuje na její každodenní práci: „Ono to tam je, ale v každodenní práci se s tím nepotkám. Neřeknou mi, tohle nepiš z těchto a těchto důvodů. Myslím si, že se ví, že by tlak šel z novin. Stalo se to u Sabiny Slonkové s Karlovarským festivalem, o tom všichni ví. Ale není to tak, že bychom si dávali pozor na to, o kom píšeme. Každý si děláme svoji práci a asi až v momentě, kdyby to mělo narazit, se to nějak řeší. Rozhodně ale nemám v hlavě seznam inzerentů. To my vůbec nevíme, to jde úplně mimo nás.“ Tlak inzerentů nepocítuje ani redaktor A4, ten naopak zmínil tlak vedení redakce, který ovšem ale považuje za přirozený a důležitý pro fungování jakékoliv společnosti: „Tlak? Vůbec. Co se týče inzerce to vůbec. Tlak šéfů je přirozenej a potřebnej v celý firmě, jinak by nikdo nic nedělal. Samozřejmě je malinko stresující hlásit v 9,40 co budu dělat. Já přijdu z práce někdy v devět večer, když to dobře jde a musím mít téma na druhý den.“ Redaktor A3 na mou otázku, zda přistupují na reakce inzerentů, které požadují změnu článku či opravu odpověděl: „Ne. Firmy čekají, že je budeme maximálně vychvalovat, ale to jim vysvětlíte. Opravu dáváme jedině v případě, když je o faktografickou chybu, což je naše hloupost. V takovém případě to samozřejmě opravíme. Pokud máme informace ověřené, tak je zveřejníme. Pokud se jim to nelíbí, můžou podat žalobu. My na to nepřistupujeme.“ Na mou další otázku, jak často se podle něj firmy na redakci obrací odpověděl: „Jednou, dvakrát měsíčně. Záleží na tématu. Na začátku dubna nebo března máme pravidelně téma o nejlépe placících firmách. Když jsme zveřejnili, jaké jsou mzdy ve firmách, tak se ozývali hodně. Netušili, jak lehce se dají takové informace zjistit. Tvrdili nám úplně nesmysly.“ Redaktor A4 odpověď ještě upřesnil: „Ne, vůbec. A dokonce, když jsem dělal v příloze Zaměstnání, která vychází jenom kvůli inzerci v úterý a ve čtvrtek, tak jediný připomínky, který byly, tak jenom,

pište něco zajímavější.“ Na můj dotaz, zda si nikdy nikdo nestěžoval odpověděl: „*Nikdy se nestalo, aby mi někdo řekl, abych dělal tohleto téma nebo nedělal.*“

Odpovědi redaktorů odpovídají tomu, jak problematiku možných tlaků vnímá sám šéfredaktor Časenský, který na mou otázku, zda si myslí, že redaktoři Mladé fronty dnes pocítují tlaky v rámci redakce nebo třetích stran, odpověděl: „*Ne. Od toho mají mě, aby to nevěděli.*“, což odpovídá situaci popsané redaktory (viz citace výše). Zajímalo mě, jak probíhá komunikace mezi nespokojeným inzerentem, který investuje například milionové finanční prostředky za inzerci v Mladé frontě Dnes, kde se objeví negativní článek proti této firmě. Moje hypotéza byla taková, že jako majitel takové firmy budu samozřejmě nespokojený a budu se znění takových článků či jejich samotnou existenci ovlivnit. Šéfredaktor Časenský na to odpověděl: „*A budete mi volat, budete se se mnou chtít sejít, budete mi nadávat, psát dopisy. Já se s vámi sejdu, pravděpodobně, pokud to bude mít vůbec smysl. Poslechnu si co vám vadí a protože předpokládám, že to, co my jsme napsali, je dobře, protože je to v 99.9 % dobře, tak vám řeknu, že je to zajímavé, ale neztebe se, ale argumenty naše jsou takové.*“ Sám mi také potvrdil, že se setkali i s tím, že nespokojený inzerent svou inzerci stáhl: „*Ano. To se stalo.*“

Na můj dotaz, zda nepocítují redaktoři Mladé fronty Dnes politické tlaky, mi všichni odpověděli, že ne. Dokazuje to odpověď redaktora A4: „*Vůbec. Myslím, že ani kolegové. To jsem byla docela i připravený, já jsem čekal, že po mně hned skočej.*“ Redaktor A3 i editor A5 politický tlak nepocítují, ale zároveň připustili variantu, že je to z důvodu jejich zaměření. Oba se věnují ekonomickému zpravodajství a ne politickému. Redaktor A3 řekl: „*Já politiku nedělám. To nevím. Ale záleží na lidech, kteří o tom píšou. Je normální, že se ozývá ten, o kom napíšem.*“ Editor A5 politický tlak přirovnal na případu ministerstva financí: „*S politickým tlakem jsem se nesetkal. Možná se děje, ale já pracuju v ekonomický redakci. U nás je to o číslech. Pokud jsme v kontaktu s ministerstvem financí a rozebíráme informace od nich, tak se jim samozřejmě někdy nemusí líbit naše interpretace či prostě požadují upřesnění. Musím ale říct, že většina námi publikovaných čísel je opravdu správná. Pokud se stane chyba, tak se samozřejmě opraví.*“ Na můj dotaz, zda některé články konzultují v předstihu s právníky editor A5 odpověděl, že on se s tím setkal pouze jednou: „*Dopředu ne. Já jsem se s tím setkal pouze jednou. Existují vytipovaní lidé u kterých tušíte, že by mohl být problém. Například jedním z takových lidí je profesionální maloakcionář Hodina. Je nesmírně inteligentní a vy víte, že text musí být perfektní. Jakmile v článku něco najde,*

tak druhý den podává žalobu.“ Konzultaci některých článků s právníky potvrdil i Čásenský: „Máme naše dva právníky. U některých složitějších případů to s nimi probíráme. Říkají, co ano, co už ne, navrhnou jinou formulaci. Pak se nějak domluvíme.“

Šéfredaktor Čásenský naopak potvrdil, že politické tlaky existují, že si politici na články stěžují: „*Jasně, že ano.*“ Na mou otázku, zda se politici obrací přímo na jednotlivé autory článku či se obracejí na něj, odpověděl: „*Někdy ano, různí mluví. Volají mým zástupcům. Redaktoři si je můžou poslechnout, ale když by opravdu něco chtěli, tak řeknou, ať zavolají šéfredaktorovi. Je to celkem běžné, že si telefonujeme nebo posíláme smsky. Včera jsem si smskoval s panem Paroubkem celkem dlouho. A s tou inzercí, ano, stalo se to. Stáhli inzerci, a pak se stejně vrátili.*“ Za svou redakci a její redaktorskou činnost si však stojí a těmto tlakům údajně odolává: „*Pokud neuděláme chybu, tak jim nikdy nesmíte ustoupit. Jakmile to uděláte jednou, tak je konec. Ale samozřejmě, noviny mají být natolik suverénní, že když něco zkazí, tak se k tomu přiznají a omluví se. Tak to je. To je stejné jako u jakékoliv jiné lidské činnosti. Jak říkám, my si to můžeme dovolit, tak si to dovolujeme.*“ Zda se na redakci podávají, editorem A5 zmiňované, žaloby, odpověděl: „*Je to tak, že z deseti lidí, kteří veřejně říkají, že nás zažalují, tak nás zažaluje jeden. A z těch deseti, kteří doopravdy žalobu podají, tak jich více než devět vyhrájeme. Nebo respektive s tím ten člověk neuspěje. Souvisí to s tím, že když uděláme chybu, což se občas stává, naštěstí ne příliš často, ale někdy se to stát může, tak to nemáme problém přiznat a omluvit se.*“ Zmínil tak samozřejmost oprav informací, pokud by je redakce Mladé fronty Dnes zveřejnila nekorektně, o čem již mluvil také editor A5 (viz odpověď výše). Čásenský k tiskovým opravám dodal: „*Napišeme to do novin: ‚Ano, udělali jsme tuto chybu, omlouváme se, věci jsou jinak.‘ Tím pádem logicky na žaloby zbývají jen ty, kde jsme chybu neudělali a proto většinou vyhráváme. Drtivou většinu sporů vyhráváme. Souvisí to i s tím, že máme, aspoň myslím, velmi slušný systém vnitřní kontroly toho, co se v novinách objevuje. Málokdy se stane, že by nám prošla pitomina až do novin.*“

Na mou otázku, zda na redaktory nevyvíjí tlak přímo editoři, odpověděl editor A5, že podle jeho názoru ne: „*Já myslím, že ne. My si o textu promluvíme na velké poradě. Já vím, co chce šéf a co autoři píšou. Samozřejmě jim něco doplňuji, ale smysl nějak neměním.*“

Redaktoři Mladé fronty Dnes také kromě tlaku inzerentů, který se ale neprojevuje na jejich práci, cítí tlak konkurence. Na mou otázku, jak vnímá tlak

inzerentů a zda probírají témata, která má konkurence odpověděl redaktor A3: „Jasně, to se vždycky řeší. Proto máme zajímavá témata v sobotu, protože máme obrovskou konkurenční výhodu oproti Hospodářským novinám, které nevycházejí. Proto si schováváme dobrá témata na sobotu... Na konci roku děláme všemožná obecná témata – jak rostly plat, nezaměstnanost, úplně všechno. Letos to došlo tak daleko, že Hospodářské noviny s tím začaly už na začátku prosince, protože neměly o čem psát. Byli první.“ Redaktorka A2 pociťuje tlak doslova: „Obrovský.“ Na mou otázku, koho považuje za konkurenci, odpověděla: „Lidové noviny, Právo, Hospodářské noviny a nyní samozřejmě i tyden.cz a aktualne.cz. Samozřejmě jsou věci, o kterých ví Sabina Slonková exkluzivně, které já mít nemůžu. Ale pokud budou mít ze sociálních věcí pecku, o které já nebudu tušit, tak to je samozřejmě problém.“ Tlak konkurence vnímá i editor A5, ale dodal: „Neřeší se to denně, většinou se to týká některých rubrik. My kontrolujeme Hospodářské noviny, Lidové noviny, Právo. Rozhodně nekontrolujeme Blesk.“ Redaktor A4 ve své odpovědi zmínil i to, že noviny v konkurenčním boji mohou mít problém s tím, že v důsledku konkurenčního boje, což redaktor A4 nepovažuje za správné, všichni informují o tomtéž: „Já si myslím, že my konkurenci nemáme. Jako přímo. Ale tohleto vnímám já trochu negativně, protože hodně lidí si myslí, že všichni noviny píšou to samý. A je pravda, že když my máme něco připravený do druhého dne a nějaký aktuálně to vyplyvne, ty servery jsou docela tlak. Protože tam vidíte hned, co se děje. A každá redakce má nějakou politiku, v kolik hodin to zveřejní. Oni to nezveřejní ve dvě, aby to stihli všichni napsat, oni to zveřejní v sedm. Ted' my máme tři uzávěrky, takže do prvního vydání už to nejde a jde to druhého. Ted' třeba příklad, zpráva amerického ministerstva zahraničí, která hodnotila dodržování lidských práv ve světě. Byla tam kapitola o Česku a zmínka o Čunkovi. Ted' samozřejmě všechny servery to stavěly na tom, že USA kritizují Čunka. USA kritizují Čunka v půl sedmý, musíme to tam napsat, máme na to tři sloupky, na první stránku. My jsme to teda ještě udělali tak, že na první stránce, nakonec v druhém vydání, protože do prvního se to nestihlo, bylo o to tý zprávě celkově, dvojka o Čunkovi a na čtyřce byl ještě článek o Čunkovi. Ale samozřejmě tenhle tlak je pochopitelný, protože lidi, když si to noviny koupí a budou vidět, že to mají ostatní a tyhle ne, tak budou mít dojem, že novináři nedělají tu práci dobře. Ale je to trochu, že jo... V týchle době je informací strašně moc a když to jeden vytáhne a všichni to převezmou, tak ty noviny jsou stejné a hlavně voliči si stěžují, ne jenom na nás, ale slyšel jsem, když byla nějaká diskuse s občany nebo něco, že uniká podstata, že se noviny kloužou po povrchu, po těch zprávách, který zrovna

vyskočí a nesledují si to podstatný. Ale právě si myslím, že v porovnání, když to srovnám, s Lidovkama, právě tlak na ty vlastní věci. Mně prostě říkal šéf, nemá cenu jenom napsat, co se stalo, to dělá ČTK. My musíme to téma vždycky posunout někým dál, udělat analýzu, test. Ale ten deníkový rytmus je bohužel takový, že když na tom začnu dělat v jedenáct a když to potřebuju mít v šest, v půl sedmý napsaný, tak to je jasné, že to není nějaká analýza.“

To, že se obsah deníků v rámci konkurenčního boje připodobňuje, dokazují odpovědi redaktorů na mou otázku, zda zveřejnili informaci jen proto, že o tom informovala konkurence (přesto, že původně danou informaci neplánovali zveřejnit). Redaktoři však ihned dodávali, že v takovém případě nelze pouze informovat, ale podívat se na již zveřejněnou událost, informaci, detailněji. Článek by měl přinést nové informace, analýzu, posunout téma. Dokazují to editor A5: „Málokdy se dozvíte, že konkurence připravuje konkrétní témata a vy to doháníte ještě ten den. Zpětně ale zjistíte, že Lidové noviny měly třeba výrazný otvírak. Potom je logická snaha dané téma uchopit a podívat se na něj z jiných stran. Nejde o obsah, ale o rozšíření a posunutí tématu.“ Redaktor A3 má s takovým případem vlastní zkušenost: „Ano. Pokud víme, že někdo bude mít danou informaci, tak ji chceme taky.“ Tlak konkurence, který se projevuje na zveřejňování určitých informací potvrdila i redaktorka A1 ve své odpovědi, zda by ona osobně zveřejnila identitu podezřelých osob z trestného činu: „Kdyby nebyl odsouzený, tak bych o tom nepsala. Ale o tom nerozhoduju já. Osobně mi to ale nepřijde pro čtenáře tak zajímavé. Jsou tam ale jiné faktory – konkurence. Víme, že konkurence to přinese. Potom s tím bojujte, když víme, že Nova například jména zveřejňuje. Je tady vidět ta zbytečnost. Naši čtenáři se na Novu dívají a vidí jejich zprávy. Když si u nás o odvysílaných událostech nepřečtou, přijde jim to divný.“

Informace o tom, na čem pracují konkurenti, se dozvídají redaktoři prostřednictvím svých vlastních kontaktů, které získali například působením v jiné redakci, či přímo od zdroje. Jak řekl redaktor A3, který způsob získání informace popsal na konkrétním příkladu ocenění restaurace Allegro: „Lidi prostě kolují po redakcích a každý si tam zanechá nějaké známé. Druhá věc, že máte společné zdroje. S tím je někdo větší kamarád než ten z konkurence, takže se ho zeptáme, jestli už je konkurence kontaktovala. Pokud ano, tak to dáváme hned online.“

V tomto směru máme přesně daná pravidla. Pokud je něco exkluzivní, ale dozvím se, že už to má i konkurence, tak to okamžitě dáváme online. Je to hodně propojené. Hospodářské noviny nedávno propásli informaci o Michelinské hvězdičce.

My jsme tu informaci měli až odpoledne, oni to věděli od úterý od rána, ale mysleli si, že se informace dál nedostane. Nedali to online, chtěli s tím počkat do druhého dne, a tak jsme byli první. Od nás to převzali všichni. Ale to se stane. Každý někdy něco prokaučuje. Málokdy ale čekáme s informací do druhého dne.“ Redaktor A4 na mou reakci, že informaci lze v některých případech získat přímo od zdroje reagoval: *„To se taky může stát, ale není to nijak systematický.“*

Za konkurenci redaktor A3 Mladé fronty Dnes považuje Hospodářské noviny: *„Určitě. Ostatní v podstatě nejsou konkurence. My nesoupeříme o masu, protože tu máme. Soupeříme o lidi, kteří mají rozhodovací pravomoci, postavení, proto soupeříme s Hospodářskými novinami,“* podle šéfredaktora to jsou: *„Všichni. V našem základním oboru činnosti jsou to Lidové noviny, rudé Právo a Hospodářské noviny. A protože zároveň máme regionální přílohy, tak je to svým způsobem Deník, zvláště v regionech, ale jinak je to vlastně každý – televize, webové servery, protože důležitou část podniku je Idnes.cz a jsou to týdeníky. Všichni, kdo se pohybují na poli zpravodajství a v jistém směru to mohou být i bulváry, pokud mají věc, která se pro nás hodí.“* Pro redaktorku A1 to byl také Blesk a Nova. Svou zkušenost popsala následovně: *„Ano, to vyplynulo z těch desetidenních porad. Nejhorší zážitek, který jsem v souvislosti s psaním měla bylo, když na Ukrajině spadlo letadlo české a tam umřeli čtyři lidi...Poslali mě k jedné z těch rodin, abych zjistila podrobnosti a já byla první, kdo jim řekl o tom neštěstí. To jsem se pak složila... Bylo to něco strašného. To už bych neudělala, i kdyby mě někam poslali. Řekla bych, že nikdo neotvíral. Tlak v tomto případě byl takový, že Blesk nebo Nova se tam určitě vypraví. Někdy vznikne taková hysterie, že je na tom něco tak zajímavého nebo, že vám dá ta rodina nějakou novou informaci. Co ale asi může říct rodina, když se něco takového stane.“* Na mou doplňující otázku, zda je zajímavá, co píše Blesk, řekla: *„Nás ne, ale čtenáře ano,“* dále také uvedla: *„Ono je to asi tak, že když se jdou ráno podívat na novinový stánek a uvidí v Blesku nějakou zajímavou informaci na titulce, tak po něm šáhnou, protože je levnější a stravitelnější.“* Čásenský uvedl jako příklad informace, která by ho v bulvárních médiích zajímala, následující: *„Mě momentálně nenapadá naštěstí žádný konkrétní příklad, kdy bychom od nich dostali za uši. Například dnešní náš otvírák je, že vládní výbor odhlasoval, že by se měly zrušit fyzické tresty v rodinách. Kdybych si toto přečetl v Blesku, tak bych byl naštvaný, že to nemáme my. Nejsem naštvaný, že tam mají zprávu o tom, že Rey Koranteng lže o své maturitě.“* Hranici, která je mezi zajímavou informací pro takzvaná seriózní média a informací nezajímavou, specifikoval šéfredaktor Čásenský takto: *„V bulváru mě může*

zajímat to, co by patřilo do našich noviny. Kdyby například něco tak příšerného jako je Šíp, byly první noviny, které přinesou nový návrh daňové reformy, tak budu vztekly. Dokonce to budu považovat za ponižující. Ale to se nestává. Jinak naše opravdová konkurence, jsou troje další noviny ve stejné disciplíně a docela důležitý konkurent jsou pro nás televize, týdeníky a webové servery.“

Tlak vyvolaný konkurencí v Mladé frontě Dnes úzce souvisí s tlakem na masovost informací. To ukazuje odpověď redaktorky A1: *„Ano, je tu tlak ze stran čtenáře. Někdy je to až do povrchnosti. Je tlak přidat k obecnému tématu nějakou celebritu nebo známého člověka. To mi vadí.“* Jako konkrétní příklad uvedla: *„Psala jsem téma, že mladí začínají pít už ve 13, že vysoké procento bylo už ve 13 letech opilí, což mi přišlo samo o sobě silné. Musela jsem tedy volat Báře Zemanové ze Superstar, aby mi řekla, jak tam pijí, protože byla vyfocena někde s půllitrem. Což mi bylo proti srsti, protože jsem věděla, že tím to vážné téma shodím. Z mého pohledu mi to přišlo zbytečné.“* Editor A5 zmínil provádění úprav titulků tak, aby byly nejdostupnější co možná nejširšímu čtenářskému publiku: *„Titulky se upravují. Je snaha udělat je tak, aby byly jednoduše co nejsrozumitelnější co nejširší skupině lidí. Mladá fronta není energetický věstník. Nebulvarizuje se ale pouze Mladá fronta, posun je vidět u všech médií. Podívejte se na noviny, které vznikly před pěti lety a které dnes. Je to obrovský rozdíl. Podle mě jde o módní trend říkat, že Mladá fronta se bulvarizuje. Hospodářské noviny cílí na jinou skupinu, ale mají náklad jen 70 nebo 80 000 čtenářů. Jde o jiné publikum. Přesto i oni se bulvarizují, jde o trend. Nemyslím si, že Mladá fronta je více bulvárnější než Lidové noviny.“* Na změnu titulků upozornil i redaktor A4: *„Já si myslím, že za ty roky co to tam běží, jsou editoři, kteří o tom zejména rozhodují, ztotožnění s tím, co zajímá čtenáře. To znamená, je to zajímavý pro mě, je to zajímavý pro čtenáře, to jim do jistý míry splývá, si myslím. Někdy třeba bojuju s jazykovými prostředky. Někdy se musí psát. Co je zajímavý, v přílohách je obrovský tlak, ne negativní, ale aby nebyly klišé – došlo k nehodě. Tohle spojení se nesmělo použít. Nikdy žádný klišé, žádný cizí slovo. Tady naopak jsou ty klišé celkem častější o něco. Ale asi je to tou rychlostí, aby byl rychlý i text.“*

Odpověď redaktora A4 tento tlak na masovost, vysokou čtenost u Mladé fronty Dnes potvrzuje: *„Samozřejmě každý chce, aby noviny byly čteny. V momentě, kdyby ta čísla šla dolů, tak by se asi muselo něco stát. To je prostě normálně komerční firma, to není Česká televize.“*

Z těchto výpovědí vyplývá, že redaktoři Mladé fronty Dnes nepociťují politické tlaky, ani se osobně neseťkávají s tlaky vyvolanými inzerenty, ale zmiňují tlak konkurence a snahu „být první“, která souvisí i s tím, že původně pro Mladou frontu Dnes nezajímavé informace se na základě uveřejnění v konkurenčních denících jeví jako zajímavé a nutně otisknutelné. Vzhledem k tomu, že Mladá fronta Dnes je z mnoha sledovaných deníků nejčtenější, je aspekt výběru témat pro co nejširší veřejnost logický a redaktory potvrzený.

V redakci Práva zazněly názory, které vnitřní tlaky v redakci či tlaky jiných subjektů ihned zamítly, ale zároveň tři redaktoři existenci takových tlaků potvrdili. Neexistující tlaky potvrzuje odpověď redaktorky B2, která se s tlaky neseťkává: *„Inzerenty ani netuším, nemám na to čas. Takže nemůžu se k tomu vyjádřit. Ze strany šéfredaktora to nepociťuju,“* stejně tak ve své profesi nevnímá politické tlaky. Zároveň však připustila, že se politici na ni obrací, pokud nejsou spokojeni: *„To si ke mně politici vůbec nedovolí. Naopak беру jako pozitivní, že mi sami sdělují problém, který budou řešit. Sami se ozvou s tím, že chtějí předložit určitý zákon, řeší určitý problém a jestli mi to nepřijde zajímavé. Ale nesnaží se ovlivnit obsah. Každý politik musí brát na zřetel, že co řekne, to platí. Musí udržet nervy na uzdě. Samozřejmě se i ozvou s tím, že to tak nemysleli. Odpověď je, jestliže řeknou A musí říct i B. Co jim spíše vadí – speciální kolegům, kteří jim vytváří zázemí fakt, že vůbec o něčem píšu a o něčem ne. Já píšu o tom, co čtenáře může zajímat. Myslím si, že si ale dneska takové tlaky už nedovolí.“* Redaktor B1 také politické tlaky nepociťuje, ale potvrzuje, že se na něj obrací jedinci s množstvím materiálů, které by měl dle jejich názoru otisknout: *„Z hlediska politické strany nepociťuju tlak žádný. My jako ekonomická redakce, v podstatě, se snažíme být, opravdu to myslím vážně, objektivní a to nezávisle na konkrétních politických tlacích. Kdybyste mluvila s politickými redaktory, tak by to bylo něco jiného. Já jako ekonomický redaktor takový tlak vůbec nepociťuju. Samozřejmě z hlediska námětu musím rozebírat o tom, co je otázka lobby, co přichází do redakce a co je možná i otázka zprostředkovaného nějakého politického tlaku. Pochopitelně dostávám jako každý odborný redaktor, popřípadě politický redaktor, dostávám zvenčí různé informace, různé náměty, obracejí se na mě různí lidé. Já osobně se musím rozhodnout, zda je to takzvaná informace, kterou mohu považovat za objektivní nebo prostě za fakt nebo je to nějaká zkreslená záležitost.“* Na mou otázku, zda se s takovými materiály na něj jedinci obrací, odpověděl, že samozřejmě a trvale. Zároveň poukázal na

fakt, že čím více je novinář známý jako autor dané rubriky, tím více jedinců se na něj obrací. Situaci popsal následovně: „*Běžně samozřejmě, pravidelně, trvale. Čím víc je člověk na stránkách vidět, tím víc se na to jeho jméno obrací lidí. Čím déle já dělám, já toto dělám už asi 13 let. Za tu dobu už mám přeci jenom vypracovaný okruh lidí, o kterých vím, že se na ně můžu spolehnout. Ale přesto všechno se pořád setkávám i s věcmi, které mě třeba i velmi překvapí. Kdy se něco objeví a jeví se mi to jako velmi zajímavé a pak se ukáže, že ne. Na toto ovšem máme v redakci vypracovaný velice zásadní systém. To znamená, že já prakticky si vůbec nesmím dovolit, přímo redakčním příkazem, že si vůbec nesmím dovolit, abych použil článek, který bych neměl ověřený alespoň ze dvou zdrojů. Ale aby se to nebralo zcela dogmaticky. V tom článku nemusí mluvit dvě strany vždycky, ale zpravidla to u nás řešíme prostě tak, a to se netýká samozřejmě jen naší rubriky, je to obecný princip pro celé noviny. To znamená, že v každém článku ať je na jakémkoliv téma, který není kurzivkou, který prostě přináší nějaký problém, tak musím nechat zaznít obě dvě strany. Samozřejmě je na mě, jak to postavím. Zda dám titulek a dám za pravdu v podstatě tím článkem, nebo zvýrazním stanovisko A nebo to nechám vyloženě na tvrzení proti tvrzení. Většinou samozřejmě každý novinář tomu dá nějaký akcent. Ale nesmí mně tam chybět stanovisko té druhé strany. A pokud se, řekněme, občas stane, že zveřejním jenom to jedno, no tak je to prostě proto, že to druhé nepovažuji za podstatné, protože mi jen opravdu potvrzuje informaci, že to tak prostě je. A nebo, jako já, třeba redaktor, který jsem takřka v denním spojení s ministerstvem dopravy, logicky. Buďto oni mi volají nebo já jim volám, a tak dál. Jednoduše řečeno vím, co mně řekli třeba před čtyřmi dny ke stejné věci, takže je jasné, že mám ten druhý konektor z té druhé strany. Musím stát takzvaně na dvou nohách. Když se tento princip poruší, a když se to projeví tím, že si někdo stěžuje. Ta stížnost se prokazuje, že na tom něco je a i v případě, že na tom nic není. Protože oni se stávají takové věci, že já napíšu pravdu, ale ten dotyční, protože jsem se jich nezeptal, tak žádá, aby se mohl sám vyjádřit a zpochybňuje věci. Já můžu uvést jeden konkrétní případ z poslední doby. Já okamžitě redakci dostávám do problému, protože vyhrožování trestním oznámením, žalobou, se samozřejmě stává. Redakci, objektivně, se to stává často a mně jako redaktorovi se to stává občas.“ Redaktor B3 také potvrdil, že se na něj jedinci obrací, politické osobnosti také. Zajímavě také popsal metody, které mohou politici využívat, aby si novináře naklonili pokud možno bez metod, které jsou dnes již ve vztahu s novináři běžně používány (například tiskové zprávy, tiskové konference). Vše popsal v otázce, zda se politici obrací přímo na jeho*

osobu: „Přímo. Ono záleží, jestli se s nimi znáte nebo neznáte, to je jasný. Ale když chcete nějaký informace, tak musíte ty politiky znát. Bez toho se neobejdete. Musíte znát všechny v tom oboru. Takže obezřetný a bystrý politik to dělá tak, že vás pozve na posezení, kde nic neříká, do ničeho vás netlačí, ale prostě vám nasazuje šrouby do hlavy. Prostě vykládá, to je velmi osvědčená metoda. Já se trochu zabývám analýzou novin, psaní. Mě to zajímá. Vy když se toho účastníte a slyšíte ty názory politiků a pak názory kolegů, když najdete otisk, tak trochu víte, odkud vítr fouká. Ale politik vás nekorumpuje, to opravdu ne. Dneska že by za váma přišel, hele, tady koukej. Já to nevyklučuju, že to probíhá, ale nemůžu mluvit z vlastní zkušenosti, protože ji bohužel nemám. Tohle to je nejosvědčenější způsob. Mistr kdo v tom byl, byl Josef Zielenec. On vždycky ráno udělal snídani, tam se přišlo, dostali jste kafe a diskutovalo se. To je dobré, protože se vám názory třídějí. Samozřejmě brilantní řečník a zkušený manipulátor vám dokáže dát určitý pohled. A když se to opakuje periodicky, bez jakéhokoliv nátlaku, bez výdajů, podplácení a podobně dokáže udělat hodně. A když má navíc kouzlo, což někteří politici mají. To je svyým způsobem limitující. Úžasný příklad na tohle to, byl únik Kubiceho zprávy. Teď si odmysleme obsah, účel. Jenom když se zaměříte na ten mechanismus proniknutí. To je o tom. Dotyčný Severa umožnil únik zprávy. Byla zpráva o IPB. Vyšetřovací zpráva a teď se řeklo, má se to zveřejnit, nemá se to zveřejnit. Když vyšel předseda té vyšetřovací komise a říkal, tady máte pravdu a rozhodil to v té chodbě Parlamentu. Nabídnou člověku, že mu umožní nějaký přístup, když máte jiný přístup a nemáte k tomu nemáte vztah. Když zaváháte, když se k něčemu dostanete, to třeba napálit anižbyste to sním prokonzultovali, co na to říká. Na jednu stranu to může zvýšit objektivitu, na druhou stranu vám to zabrání jít rovnou tvrdě na věc. Takže tohle je taky omezující prvek.“ Na základě této odpovědi jsem se zeptala redaktora B3, zda se politici snaží ovlivnit novináře před vydáním článku nebo se ozývají zpětně v případě, kdy jsou s vydaným článkem nespokojení. Odpověď byla taková, že politici se snaží novináře ovlivnit ještě před možným vydání článku: „Předem. Zpětně zavolá, ineligentní politik zavolá zpětně. A třeba se o tom chce pobavit, že to byla hovadina, že si to nemyslí. Což je cenný a do ničeho vás netlačí. Někdy ale za pomoci se vám politik snaží informaci, abyste se na ní podíval pod určitým pohledem. To znamená, že vám podává své vlastní postoje předem, abyste k tomu zaujal nějaký stanovisko a nebo vám k tomu neřekne nic, to je taky postoj.“ Redaktorka B4 se setkala s politickým tlakem, dle její výpovědi, osobně v den konání rozhovoru. Na mou otázku, zda pociťuje tlaky ze strany editora, šéfredakce či jiných osob, odpověděla:

„No, víte co, to je velmi specifická situace, protože zrovna dnes a je to poprvé za tu dobu, co tady jsem, jsem tento tlak pocítila a jsem kvůli tomu dost rozčilená. Ale zdůrazňuju, že je to poprvé. Takže nevím, jak to mám procentuálně vyjádřit.“ Na mou následnou otázku, zda se jedná o vnitřní tlak redakce, odpověděla: *„Prostě materiál, který se týkal Tibetu byl upraven tak, že s ním nesouhlasím. Ale zase jinak musím říct, že je to opravdu poprvé. Jinak vždycky všechno, i na témata okrajová, protože já se zabývám feminismem, buddhismem, tak nikdy ne. Dneska jste se zrovna trefila, že ano.“* A dodala: *„Já myslím, že to souvisí s politikou.“* Vnitroredakční tlak údajně nepocítuje.

Vedle hrozby stažení inzerce důležitých inzerentů daného deníku existuje, již u Mladé fronty Dnes popsaná, hrozba podávaných žalob. V Právu to ve své odpovědi zmínil redaktor B1: *„To je tak jednou za ten rok. Nebo kdyžbych to tak shrnul za minulý rok, tak se mi to stalo dvakrát, když mi někdo za článek hrozil. Jednou za mnou do redakce přišel policista, aby vyslechl prostě můj názor na věc, protože na mě bylo podáno to trestní oznámení. A tím to skončilo, musím říct. Protože jsem mu ukázal, nechci zabíhat do podrobností. Jednou se to týkalo problémů kolem Labské plavby, říční dopravy. A po druhé se mi to stalo před deseti nebo čtrnáci dny, takže je to docela čerstvá záležitost a šlo třeba o takovou banalitu jako byl konkrétně bývalý šéf Odborového sdružení železničářů Dušek a Odborové sdružení železničářů na něho, jak asi víte, podalo trestní oznámení pro nějakou tu kauzu hotely v Krkonoších. Odborové sdružení železničářů tvrdí, že on nedostatečně dohlížel a tím pádem došlo k předražení oprav. No já jsem zveřejnil docela obyčejně článek, ve kterém jsou použil citát Zuška, se kterým jsem nemluvil, protože jsem vyšel z oficiální zprávy ČTK a použil jsem tam citát Duška, který byl ze zprávy ČTK, zhruba v tomto duchu: proč si místopředsedové OSŽ si na něj dovolují stěžovat, když o věcech byly perfektně informováni v celém průběhu rekonstrukce a navíc mají oni sami své firmy, které se na tom podílejí. Tečka. Teď musím říct jednu věc, já jsem vyšel v tomto ze serveru aktuálně.cz, který to zveřejnil. Ne, napřed byl první server týden.cz, potom to byl server aktualně.cz, který to zřejmě převzal a pak to převzala Četka a já to převzal až od té Četky, ano? Protože jsem do toho článku přidával takzvaně background, což víte asi co je. To znamená jakési stručné zhodnocení o co jde, aby čtenář měl souvislost. Background jsem tam přidával svůj, tak jsem to podepsal X, čtk. Načež se deset dní nic nedělo a po deseti dnech se ozvali odboráři místopředsedové, kteří pohrozili přes šéfredaktora písemně trestním oznámením na mou osobu a naši redakci, když zjistili značku X a naši redakci, protože jsme citovali Duška a ono není pravda, že by měli nějaké firmy. Abych předešel*

zbytečným tahanicím, tak jsem se spojil s místopředsedou Odborového sdružení železničářů, pravil jsem mu a popsal jsem mu, kde jsme to vzali a říkal jsem mu, že vy to sám přeci víte, že jsme nebyli první, kdo to napsali. Nicméně je pravdou, že v tomto případě jsem nemluvil přímo s vámi, ale měl jsem to převzaté. Tak vám nabízím, že bychom spolu udělali rozhovor. Tak jsme spolu udělali nevelký rozhovor asi třicetiřádkový, protože oni žádali není pravdou, že. Je pravdou, že. – omluvu. Já jsem jim samozřejmě pravil, tohle bude přeci řešit soud, jestli mají nebo nemají nějaké firmy. To přeci nebudeme my za vás řešit. Dušek žaluje vás, vy žalujete jeho, tak si to vyřešte u soudu. Já jsem pouze ochoten udělat malý rozhovor, ve kterém vy si můžete vyjádřit, jestli máte nebo nemáte nějaké firmy. Aby to nebylo o tomhle, tak to postavíme na tom, protože v té době byla aktuální další etapa transformace Českých drah, která prošla v parlamentu. No tak se vás zeptám na transformaci Českých drah, od toho se odpichnete, a pak se vás zeptám, a co, už jste žalovali toho Duška? Tak jsem se zeptal a oni mi řekli ano, Dušek nám tvrdí, ale my žádný firmy nemáme. Vyšel teda článku, vyřešil jsem to tímto způsobem, normálním. Redakce se nijak nezadala, ale nicméně konstatuju, že jsem musel čelit až absurdní hrozbě, když my jsme to netvrdili a pouze jsme zveřejnili nějaký pramen. Tím pádem jsou toto někdy úskalí novinářské práce, že my bohužel neseme zodpovědnost za něco, co pouze přebíráme. Pro příklad. Takže snahou samozřejmě každé redakce je, když něco takéhle hrozí a každého normálního redaktora, aby se obešel bez soudních záležitostí. To znamená, ať se to vyřeší nějakým lidským způsobem, pokud je s téma dotyčným řeč. Jinak chci konstatovat, že za porušení těchto věcí, jsou v redakci strašlivé pokuty.“

Redaktor B3 jako jediný z redakce Práva zmínil tlak publika, kterému se obsah deníku musí přizpůsobovat: „*Tlak máte samozřejmě. To je klasika. S tím musíte počítat. Samozřejmě nežijeme ve vzduchoprázdnu. První tlak je ten, koho oslovujete. Když my víme, že prostě značná část čtenářů. To si musíte zjistit. To jsou zajímavé věci. Jednak jsou to bohatý inteligentní lidi, to je zajímavý. To já když jsem sem přicházel, tak jsem neočekával, ale ono to tak je. Tím, že ten deník musí překonat strašnou pověst, kterou měl, tak musí dbát na to, aby tam bylo hodně zpravodajství, méně komentované postojů, ale hodně informací. Na tom ten deník staví, že to je daný. Na druhý straně musí deník počítat s tím, že má určitý kmen dalších čtenářů, který mu zbyly. To je logický. A těch se nezbavíte. To znamená Mladá fronta nebo Dnes, rozumíme si, si nesmí zničit svůj předplatitelský kmen, který má. My taky ne. Který nás v současné době drží. A vy nemůžete počítat s tím, v době internetu a různých novinek a*

seznamu a idnesu, že vám aritmeticky poroste řada čtenářů. To znamená, že si musíte čtenáře pěstovat. Takže to je první, musíte sledovat, kdo to čte. Což neznamená, že jim musíte podležat.“ Jako konkrétní projev tohoto tlaku uvedl na příkladu cílové skupiny občanů důchodového věku, která má za důsledek to, že se v deníku nebude proti této skupině v článcích vyjadřovat: „Já to řeknu příměrem. Základní část našich čtenářů, bohatý, mladý a inteligentní jsou ale taky lidi, který se blíží důchodovému věku. Nemůžu tam postavit své psaní na tom, že budu psát, že důchodci jsou hrozní a že jsou to příživníci. To je logický, že tohle asi ne. Ale že samozřejmě se musíte na tu tematiku se podívat z určitého pohledu, kterou tu skupinu zajímá a co ji trápí.

Potom je to záležitost tradice, překonat to klišé, že se musím snažit držet objektivní tón. To si myslím, že toto je důvod, proč ten deník nezanikl. To si opravdu myslím. Protože zatímco Mladá fronta a Lidový noviny se mohou profilovat víc určitými názorami na určitou skupinu, což je jejich klad i zápor, tak tenhle deník přežívá proto, že se nikomu..samozřejmě, že bereme ohled na složení lidí. Nemůžeme popřít nějakou minulost, která je daná čtenářema. Těžko budu říkat čtenářům, že nejlepší je, když si budou kupovat nemovitosti na Floridě, protože nepatří k té skupině těch zbohatlíků, který mají na Floridu. Zaměřím se na tu skupinu inteligentních a normálních lidí, který třeba ten deník kupodivu kupují proto, že to není pocákaný nějakou ideologií. Ale snaží se v tom držet objektivně. Ale z důvodu toho přežití. Ale tím pádem je to zase klad pro ty lidi, že se nemusí stylizovat do určitých rolí. Nemusí to předvádět, přepisovat. Kupodivu tam chodí hodně mladejch lidí do tohoto deníku, protože není tlak, aby psali nějak. Naopak. V tom oddělení, kde působím, tak já jsem tam pomalu nejstarší. Tak napůl. Mí vrstevníci okolo, kolik jim je, tak dvacetpět, dvacetosm. Já si myslím, že opravdu nějaký tlak nepocejtí. Je to proto, aby tam jednak zůstali a splnili se zaměření toho listu, takže do toho nikdo nemluví. Neberu si na váhu tlak inzerentů, ten existuje, s tím musí člověk počítat. Tlak inzernetů je jasnej. Někdy je drtívej někdy ne. Dochází ke koncentraci kapitálu, kdy se spojují firmy, tak samozřejmě mají tendence za to něco vyžadovat. Oni zaplatí, tak od toho něco vyžadují.“ Ve své odpovědi zmiňuje také tlak inzerentů, který podle jeho výpovědi v redakci existuje. To potvrdil i redaktor B1: „Pokud jde o inzertní tlak. Lhal bych, kdybych řekl, že to není pravda. Ale to je snad logické, ne?“, k této problematice ihned dodal, že s tlakem inzerentů se musejí potýkat všechny redakce, protože noviny žijí z inzerentního příjmu: „Já myslím, že pokud mluví někdo upřímně, protože všechny noviny jsou závislé na inzerci, protože to je jediný zdroj příjmu, tedy kromě ceny novin. Je logické, že každá

redakce bez výjimky musí brát určitý ohled na inzerenty, aby přežila. Ale jsou okamžiky, kdy se jde i proti zájmům našim inzertním. A to jsou velké kauzy, které se prostě objeví. To znamená, když se stane něco opravdu velice zásadního, řekněme z celospolečenského hlediska nebo na politické scéně nebo v ekonomice se odhalí nějaký velký skandál. Já bych zesměšnil noviny, kdybych šel... Tam se může stát jediná věc, že tomu nedám dvě strany, ale třeba čtvrtinu rozsahu.“ Na mou otázku, zda v takovém případě neumístíují články na titulní stranu reagoval tak, že samozřejmě to na titulní stranu umístí, ale nebudou případ detailněji rozpracovávat: *„Musím to na jedničku dát. To je malér těchto kauz. Když to nedám na tu jedničku, to ne, tam nejde o tom umístění. Prostě se do toho nepustím s takovou vášní, s takovou vervou, ale musím informovat. To znamená, že určité zájmy, prestiže listu v určitých situacích musí převážít i nad inzertními zájmy, což se samozřejmě děje.“* Také narozdíl od redaktorky B2, která, jak jsem již uvedla, nezná inzerenty, redaktor B1 inzerenty zná: *„Vždyť to vidím přímo ve vlastních novinách.“* Na mou námitku, že někteří redaktoři tvrdí, že inzerenty neznají odpověď upřesnil, že má přehled o velkých inzerentech a zároveň zdůraznil, že jsou případy, kdy se musí o událostech informovat i přes to, že to není v zájmu jejich inzerenta: *„Já mluvím o velkých inzerentech. Já netuším, kdo všechno u nás inzeruje, ale já vím, kdo je u velikánskej inzerentem redakce. Těch firem, v každě redakci, je tak dvacet, třicet, čtyřicet. Pokud jde o menší inzerenty, to je jejich věc. To mou osobu novináře neohrožuje. Dobře, tak si zaplatil inzerát, tak ho dali, ale to přece neznamená, abych je kvůli tomu já je hájil nebo omezoval svoje vlastní psaní. V nejhorším případě co udělají? V nejhorším případě nám už nikdy takový inzerát nedají. Mimochodem musím objektivně říct, protože platí, to co jsem řekl, že pokud jsou závažné kauzy, tak nemůžu šetřit inzerenta. Nemůžu ho šetřit v tom duchu, jak jsem řekl. Samozřejmě že i jdou ataky ze stran inzerentů.“*

Redaktoři potvrdili, že pokud se inzerent na redakci obrátí s tím, že je nespokojený se zveřejněným článkem, obrací se jak na vedení, tak přímo na redaktory, autory osobně, což autorskou svobodu redaktorů může omezovat. Potvrzuje to redaktor B1: *„Jdou na inzertní oddělení, pcohopitelně. Ale jdou i na nás, protože já jsem, my jsme podepsaní pod články. Takže jejich mluvčí například zavolá a řekne, co jste nám to udělali, my se na vás opravdu vykašlem, vy jste pěkní gauneři. Jednoduše řečeno, je to teda otázka tady toto, já bych řekl, že to samozřejmě částečně omezuje svobodu tisku, ale neomezuje to svobodu tisku v zásadních věcech. To znamená, vytváří to situace, kdy svoboda tisku není ideální. Není to rozhodující záležitost v souvislosti s tím, co říkám.“*

Já opravdu neznám noviny, z těch, co jste jmenovala, z těch důležitějších, a když bych k tomu přidal Hospodářky, Týden, které mají nějaký vliv, že by přes to všechno si dovolily dělat ve velkých kauzách něco jiného než jsem řekl já.“ Na můj dotaz, co považuje za „velkou kauzu“ odpověděl například korupce: „Taková kauza je obrovská korupce, které se objeví nebo nějaké zatýkáni, které se objeví třeba s nějakým tunelováním. Kauza by mohla být, kdyby popřeli, když to řeknu konkrétně – kdyby vedení Odborového svazu, velmi silného opravdu mělo své firmy, které si rekonstruovaly objekty a měli z toho miliony. Nebo je obecně známo, že inzerují banky, pojišťovny své služby. Inzerují České dráhy, letecké společnosti a když si představíte, že přijde inzerát, například že České dráhy založily click4sky.com a zlevnily letenky na polovinu nebo na čtvrtinu do x destinací. A to si inzerují, jak je to fantastické, abychom litali s click4sky. A potom se stane, že jim spadne letadlo nebo přistane letadlo s poruchou. Já přeci nemůžu o tom nenapsat. To uvádím jako příklad. Dobře, na jedné straně je hezké, že máte levnější letenky a my vám dáme prostor k tomu, abyste to našim čtenářům oznámili. Dokonce, když se mi to jeví jako zajímavé a neshodím se, když o tom napíšu informaci sám jako redaktor, tak si napíšu informaci přes to všechno, že je to nejen čtenářsky zajímavé, ale že má ČSA určitě snahu o tom, proč by jinak svolávali tiskové konference, aby se určitě informace prezentovali. Na druhou stranu to ale neznamena, jak znovu říkám, když se dozvím, že se stal velký malér cestujícím, abych to kvůli tomu nenapsal. Když to napíšu, tak ČSA nejsou nadšeny a redakce riskuje, že to tu inzerci může ovlivnit. To už je ale novinářina a v tomhle směru mi asi rozumíte.“

Redaktor B3 potvrdil, že se inzerenti ozývají přímo autorům, tedy i jemu osobně. V odpovědi však zdůraznil tlak PR agentur, především v souvislosti s politickými osobnostmi, politickými stranami, které zásobují redakci různým materiálem, který je nutné prověřit a zjistit, z jakého důvodu je redaktorovi předložen: „Stalo, stalo, stalo, stalo. Opravdu stalo, to je třeba říct. Oni samozřejmě můžou říct, dobytku co jste to napsal, ztratíte inzerci, to ale ne. Máte to, že třeba řeknou, že to tak nebylo zcela a vy se rozmyslíte. Takový ten nejhorší způsob je, když se snaží dodat takzvané objektivní informace. Uvádí to na pravou míru takzvaně, doplňují a vysvětlují a podobně. Jestli k tomu můžu, tady spíš než tlak inzerentů je v současné době, se objevuje tlak PR a reklamních agentur. Který ovšem, jak se svět globalizuje a jak mění se i svět reklamy. Protože dřív se svět reklamy zabýval prací prášky, pojištění a já nevím koupí auta. Doba, kdy už dneska musí mít reklamu každá i nezisková společnost. Která neziskovka dneska nemá reklamu, tak ta ve své podstatě neexistuje.“

Ale ono bohužel se stává to a to já považuju za velmi nebezpečný a rizikový, že si reklamní a PR agentury najímají politici a politický strany. Ne, že by někdo přišel a ty budeš psát pro Kalouska. Ne. Ta metoda je sofistikovanější a o to je totiž nebezpečnější, že vy už se často přestáváte vyznat v tom, protože dostáváte značný množství informací. Dřív jste dostali informaci od politiků nebo svých zdrojů a věděli jste, co od nich tak asi můžete čekat. Od politiků víte, že nemůžete čekat nic, od svých zdrojů si to musíte ověřit. A teď se do toho nenápadně zapojily PR agentury. Dám vám příklad. Řešili jsme případ, abych si nenaběhl, ale týkal se energetiky. A z ničeho nic k vám doputuje materiál, kde se dočtete zajímavý fakta.“ O tiskové zprávy se však nejednalo: „Tiskové zprávy ty berete, ty mažete automaticky. Tiskové zprávy, když vám něco pošle reklamka, tak automaticky vyhazujete, dáte si filtr na počítač. Na tiskové konference nechodíte, to je logický. Já tu práci nezesměšňuju, naopak.“ Redaktor B3 ale tiskové konference navštěvuje, jen si vybírá které. Zároveň popsal, jak fungují PR agentury, lde jeho názoru, v politické reklamě: „Ale na některý jo. Ale vy si to filtrujete, protože toho je moc. Ale protože to ty agentury vědí nebo ty jejich oddělení, který se zabývají politickou reklamou. Tak přijdete a dostanete obálku. Otevřete a tam najdete spisy, policejní spisy, záznamy z jednání, výpisy z bank .Vy zajásáte a řeknete si, já konečně jsem investigativní žurnalista. Jenomže totiž bohužel, značná část výtisků jsou prefabrikáty přímo z těch agentur, upravený a nebo záměrně vybraný, který vám mají dát určitý pohled. A tohle je matoucí. To deformuje, protože neznáte zdroj ani záměr. Někdy se v tom přestáváte orientovat. Tímhle tím můžete získat i deformovaný pohled na skutečnost, aniž chcete. A to omezuje tu vaši svobodu rozhodování a psaní. Vy si jdete s určitou dezinformací. A když s tím pracujete delší dobu, ta zkušenost. Neříkám, že jak je starší věk je vždy přednost. Ale ta zkušenost je nenahraditelná, to je pravda. Ten starší věk a životní praxe, že si člověk mnohokrát nabyl psus, tak vás naučí hledat opravdu to, komu to slouží a co se tím sleduje, kdo vám to chce dát. Zápal nadšení, že na vás vypadne fotokopie účtu nějakého politika. Tak si řeknete sakra a proč mi to posílají? Politik, který se rozhodl, že už nemůže a bude mluvit a nebo je to záměr. Tohle to vám dá nejvíc práce. Odfiltrovat xxx od reality. A někdy se to povede a někdy se to nepovede. Někdy si nabijete pusu taky. A to omezuje i ty postoje, názory a někdy i ten tón článku. Protože než se v tom vyznáte, tak někdy uděláte chybu a naběhnete si. A samozřejmě vám volají politici, pochopitelně. To je klasika.“

Redakční systém Práva, jak zacházet s materiály od třetích stran, ať už se jedná o politiky osobně, politické strany, PR agentury, inzerenty popsal redaktor B3 a

zdůraznil individuální přístup, kdy nejlépe fungující redakční pojistkou objektivit je snaha každého redaktora, aby nezveřejnil nepravdivé informace, které by jeho jméno profesně poškodily: „*Tohle je individuální. První filtr je ten, kdybych otiskl něco, co nebude pravda nebo by se ukázalo, že je to hloupost, tak mě můj majitel vykopne na hodinu. Tak to je první. To zase musím říct ke cti svý redakce, ale to si opravdu myslím, že on nás vede k tomu, aby to aspoň bylo pravděpodobný. Abychom si nenaběhli a neudělali ze sebe hlupáky a tedy i z toho listu. To je první filtr, který vás vede k tomu, že začnete myslet. Nikdo ze sebe neudělá hlupáka. Druhý filtr je ten, že víte a čekáte, že vám všichni budou lhát. Jako čekat, že mi někdo z přátelství řekne pravdu a přinese mi cenné informace, vždycky za tím může být něco. V tom se musíte vyznat. Pak se musíte rozhodnout, zda informace, kterou jste dostal, je tak hodnověrná, že stojí za to a jestli ji zaslouží ty ubohý lidi, který za to dají dvanáct korun nebo si to přečtou na internetu. Jestli je to reálný.*

Tady máte hodně problém v tom, jestli třeba čtete český noviny. Můj nejoblíbenější, já se vám přiznám, je časopis Respekt a to proto, že ty lidi se v míře xxx ve kterém se pohybujete, když děláte do politiky. Nebavím se o tom, když děláte zpravodajství ze zahrádkářů, tak aspoň cítíte, že se vám snaží informace poskytnout, mohou vás naštvat nebo vás můžou potěšit, ale aspoň vám dají tu šanci, že vám nemotají něco do hlavy. Jenomže ten časopis drží nad vodou Bakala a Schwarzenberg, no je to tak, tyhle ty lidi nejsou na to cvičený, jednak aby mysleli. Ale to je všeobecný jev. Protože ten sklon ke globalizaci a masovosti, spotřebě ty lidi nutí, aby byly stádo. Já to nemyslím ironicky nebo zle, ale prostě aby jenom koukali, aby makali, pustili si Ulici, podívali se co dělá ta profesorka. Já to nezesměšňuju, to je realita, to patří k životu, to tak prostě je. Pak si šli lehnout, pokud jste v KDU-ČSL, tak žádáte, aby měli děti, pokud jste jinde, tak aby zajišťovali HDP a odváděli daně a drželi pusy. Pak za rok jenom aby vhodili lístek. Vytváříte masovýho voliče, masovou kulturu. Aby vám tady ty lidi nezačali moc intelektuálně třeštit a začali přemýšlet. Když vydáte zákon, tak dokonce nedejbože aby si ho někdo přečetl. Tak zas takový list, který by se tímto zabýval a snažil by se to dělat, tak zanikne pro nezájem, protože ti sponzoři by ho neplatili, protože není inzerntě spolehlivý. Čtenář Respektu se nedá zmást tím, že má práť pouze v pracím prostředku A a nemá práť v pracím prostředku B, ikdyž teda někdy jo. Tohle je třeba časopis, který se mi líbí.“ Ve své odpovědi opět zdůraznil nutnost fungujícího inzerentního oddělení. Redaktor B1 uvedl redakční systém kontroly prostřednictvím finančních pokut za nedodržení vnitřních redakčních pravidel, které uděluje údajně

šéfredaktor Práva: „*No není přímo určeno jaká pokuta. Ale sám pan šéfredaktor přímo a sekne.*“, „*Samozřejmě finanční. Takže i toto je jakýsi bič, který nás nutí k tomu, abych se snažil to neodbyť, protože by mi to za to nestálo. A bych třeba tomu druhému nezavolal. Jednoduše řečeno si vnitroredakčně ručím za to, co napíšu.*“

Tak, jako redaktoři pracující v Mladé frontě Dnes, tak i redaktoři deníku Práva pociťují tlak konkurence. To potvrdil i editor B5, který ale na mou předchozí otázku: „*Myslíte si, že v redakci existují tlaky přímo od vás – editorů, šéfredakce či například inzerentů?*“ odpověděl, že je nepociťuje ani u inzerentů a ani u vedení redakce Práva: „*Tak samozřejmě se snažíme být první, přinést informace první. Co se týká tlaku inzerce, tlaku vedení na to, aby noviny nějak vypadaly nebo na to, co by mělo vycházet, si myslím, alespoň ze zkušenosti můžu říct, že pro Právo to není důležité.*“

Když jsem se však zeptala konkrétně na tlak konkurence, zda se setkal se situací, kdy nakonec zveřejnili určitou událost z důvodu jejího zveřejnění v konkurenčních médiích odpověděl, že to se stalo, ale až s odstupem času: „*Ale tak asi ano, ale až s odstupem času. Ne ze dne na den, pokud to není třeba politická událost. Pokud by se to týkalo příloh, tak to téma může vyjít, ale třeba až za měsíc. Témata jsou taková cyklická, neustále se opakují. Nesetkal jsem se s tím, že by se kopírovala konkurence. Spíš si myslím, že je to naopak, že oni kopírují nás. Ono to vychází i z toho, že ne všechny materiály se do novin vejdou. Může se stát, že o den, dva později to vyjde u nás. Ale je to dáno už tím, že to bylo v přesazbě, není v tom záměr.*“

Redaktorka B4 tlak konkurence nejdříve zamítla, ale v zápětí dodala, že se jedná o faktor, který musí zohledňovat: „*To není ve formě tlaku. Pro nás je hlavním konkurentem Mladá fronta, proto se snažíme udělat dané téma dřív. A pakliže je už vydaný jinde, tak ho pojmout jinak nebo naopak zachovat určitý odstup. Samozřejmě je to určitý faktor, který musíme zohledňovat.*“ Tak jako editor potvrdila, že informovali své čtenáře o události, o které původně neplánovali informovat, ale protože o ní informovaly konkurenční deníky, informaci také zveřejnili: „*Já myslím, že se to stává dost často. Musíme mít přehled i tom, co píše bulvár. Dost často vedeme rozhovory jinak, ale najdeme si osobu a to téma si zvolíme na základě konkurence, to je pravda. Ale zase někdy je nám to úplně jedno. Například po smrti Karla Svobody jsme úplně vypustili Vendulu Svobodovou.*“

Podle redaktora Lidových novin C3, existují tlaky ze strany editora, šéfredaktora či dalších subjektů: „*Tlak je od všech, co jste říkala. Ale záleží na novináři, jestli si stojí*

za svým. Určitě jsou tam tlaky i od různých společností, firmy, politici...“ Tuto odpověď uvedl jako jediný, ostatní redaktori neměli tak jasný názor, což potvrzuje redaktor C4: „*Ne. Myslím, že od inzerentů necítím tlak. A nevím, jestli se to dá nazvat tlakem nebo čím od editorů, to nevím. I když někdy je velmi bouřlivá diskuse nad tématy.*“ či editor C5, který žádné tlaky nepociťuje: „*Ne. Politiku nedělám, takže tam nevím, ale předpokládám, že jsme proti tomu imunní. Z hlediska inzerentů, v Lidovkách skutečně existuje zed' mezi inzercí a redakcí, takže tam není vůbec žádný tlak. A můžu podotknout, že šéfredaktor si hlídá trošku rubriku Média, ale to vím, že si ji hlídá, že sleduje, že se ptá o čem píšeme, ale neseťkal jsem se s tím, že by nám to teda přímo ten obsah ovlivňovalo.*“

Nejmenší tlak pociťují redaktori Lidových novin u inzerentů. Redaktorka C1 nezažila situaci, kdyby se na ní inzerent obrátil s požadavkem: „*My s inzerenty nepřijdeme do styku v tom smyslu, že by nám zavolali a řekli: ‚My jsme váš inzerent,‘ nebo mně se to nestalo, a tak proto chceme takový a takový článek.*“ Samozřejmě, že se společnostma, které u nás inzerují také mluvíme. Ale nikdy mě nikdo nepostavil a ani bych se nenechala postavit do situace: „*Musíte nás tam použít, protože u vás máme takový a takový inzerát.*“ Zkušenost s tlakem inzerentů zažila v předchozím zaměstnání, kde se zaměstnanci marketingového oddělení snažili ovlivnit obsah článků tak, aby inzerent byl spokojený: „*V tomto případě chodili lidi z marketingu do redakce, což nemá být. Měli takové požadavky a pak zasáhl šéfredaktor s tím, že vrátil článek kolegyni, že ho musí dopracovat a zjistit další informace.*“ V Lidových novinách tento tlak ale nepociťuje: „*Nemám. Já jsem tam od srpna a zatím jsem se s tím neseťkala.*“ Editor C5 také potvrdil, že s tlakem inzerentů se neseťkává. Zkušenost s takovým tlakem na obsah však má, z předchozího zaměstnání: „*Nevím, jestli se to děje, ale já jsem se s tím neseťkal a mě se to nedotklo. S tím co popisujete jsem se dost seťkával jako redaktor odborného časopisu. Tam to jako bylo, tam se tomu dalo čelit, ale tam jsem se s tím seťkával. Tady to vůbec jsem nezaznamenal.*“

Politické tlaky dva redaktori nepociťují, hovoří ale o poskytování materiálů, informací, z vlastní iniciativy politiků. To uvedl redaktor C3: „*Tam je to něco jiného. Politici většinou mají něco, co se dá jednoduše použít. Některá ministerstva chtějí něco mediálně prodat, tak tam se naopak stává, že se to používá.*“ či redaktor C4: „*To se nedá říct, že politické tlaky. Jako že by někdo říkal napiš proti někomu něco. Ale spíš jsou to různé rady v tom smyslu, že se člověk musí velmi dobře snažit rozklíčovat informace, které dostává.*“ Tyto materiály poskytují podle redaktora: „*Lidi kolem.*“

Důvod poskytování takových materiálů novinářům spatřuje redaktor C4 následující: „*Něco se může dostat ven, protože by se o tom mělo mluvit, aby se dosáhlo lepšího výsledku. A něco, někdo má prostě důvod to zveřejnit.*“ Naopak redaktorka C1 tyto tlaky pozoruje, nicméně je nepovažuje za problém: „*No já nevím, když řeknete na redakci, tak na redakci se těžko vyvíjí tlak. Ale na jednotlivé členy redakce určitě. Z toho stylu, jak s námi jednotlivými kolegy jedná nebo nejedná. Z toho lze nepřímou vycítit nějaké tlaky. Oni jistě chtějí, abychom o nich psali co nejlépe, ale to by chtěl každý. Já to ale nepovažuju za problém. Vyjma toho, když si to nenecháme líbit a píšeme tak, jak to je, i kritický věci. Pak třeba s námi některý politik nechce mluvit. Ale to se s tím musíme vyrovnat my.*“ Redaktor C3 potvrdil, že se setkává s tím, že se politici ozývají a vyvíjí tlak, aby se informovalo způsobem, který jím vyhovuje: „*Určitě takové věci jsou.*“ Politici, dle slov redaktora C3, kontaktují jak přímo na jeho osobu, tak na vedení redakce: „*Někdy je to na mě, někdy to směřují na vedení redakce – šéfredaktora.*“ Jako jediný zkonkretizoval politické tlaky a připustil, že by mohly být politické články zaujaté: „*Možná kolem Klause. Ale já to vždycky zaobalím tak, že článek se nakonec jeví nezaujatě. Nicméně je to poznat z podtextu, ale mám v tom velkou svobodu. A když ne, tak bych to odmítnul.*“

S vnitřním tlakem v redakci se setkala redaktorka C2, která musela v příloze věnované školství uvést jméno a internetovou adresu pracovního portálu Jobs.cz: „*No spíš s čím jsem se setkala, tak jsem právě psala tu přílohu o škole, ale tak mi bylo řečeno ne, že tam musím, ale že bych tam měla zmínit www.jobs.cz, který jakoby patří pod nás.*“ Na mou otázku, zda společnost LMC, která spravuje portál www.jobs.cz spadá pod vydavatelství Mafry, odpověděla: „*Nespadají. Víím, že spolu úzce spolupracují. Víím, že to tak bylo, protože ta slečna, co mi pomáhala s jedním článkem, to tam uváděla. Nejsem si jistá, jestli jsem to tam nechala to www.jobs.cz. Každopádně kdybych to tam dávala, loni to tam bylo, kde hledat práci, tak tam byly webové stránky a jobs.cz tam musel být první.*“ Tato společnost se v článku objevit dle slov redaktorky musela a to přímo na prvním místě v seznamu pracovních portálů: „*Ano, musel. I kdybych ho tam nenapsala tak víím, že ho tam editorka dá. Jsou prostě věci, takový ty v rámci dobrý spolupráce, si myslím, že to asi je, že by to tak mělo by být. Když to tam já nedám, tak to stejně po mně někdo opraví.*“ Podle mého názoru se jedná o zajímavou informaci. Pokud by si společnost platila mediální partnerství u Lidových novin, mělo by to být v článku řečeno. Pokud nejde o placenou inzerci, je to jasný důkaz ovlivňování obsahu novin prostřednictvím externích subjektů.

Z mnou sledovaných redaktorů Lidových novin tři pocítují tlak konkurence, který se projevuje sledováním konkurenčních médií a snahou pokrýt všechna témata, která mají ostatní deníky. Redaktor C3 tlak konkurence popsal následovně: „*Ten tlak, který spočívá v tom, že víte, že konkurence o dané události psát bude? To se také určité děje. Když se ví, že u nějaké události jsou konkurenti, tak tu informaci zveřejníme. Není to ale samozřejmě vždycky.*“ Konkrétní projev tohoto tlaku popsal na případu zveřejnění jména zabitého vojáka v Afghánistánu: „*Například vím, že jsme původně neuvěřňovali jméno zabitého vojáka v Afghánistánu. Zveřejnili jsme to ve chvíli, kdy to Klaus prozradil. Řešili jsme to dokonce i v redakci, jak si to mohl prezident dovolit.*“ Porovnávání obsahu Lidových novin s konkurencí potvrdil i editor C5: „*To si hlídáme. Každý den, když probíhá hodnocení, tak jsou sledovány všechny deníky a hodnotí se i to, co my máme navíc nebo řekněme nejlépe zpracováno. Nebo naopak co má konkurence a nám uteklo. Ano, pokud jde o celostátní tisk, tak s ním neustále porovnávání jsme.*“ To, že by otiskli informaci, kterou původně otisknout nezamýšleli na základě zveřejnění konkurencí však nepotvrdil: „*Tak to moc nevím. Někdy je debata spíš ani ne tak o tom, jestli něco mít nebo nemít, ale o přiměřenosti. Jestli to patří na titul, nepatří. Třeba ten případ s Aničkou. Jestli se tomu právě věnujeme dostatečně nebo nevěnujeme. My jsme to spíš upozad'ovali, že to pro nás nebylo to tím stěžejním tématem. A diskutovali jsme, jestli by se to mělo stát stěžejním tématem i u nás, ale spíš jsme usoudili, že ne, že to patří do jiného typu deníku a my to sledovat sice musíme, ale spíš s odstupem.*“

Stejně jako redaktoři Mladé fronty Dnes vnímají redaktoři Lidových noviny tlak na masovost zveřejňovaných informací. Redaktor C4 řekl: „*No jasně, to je základ žurnalistiky, že jo. Rozumět tomu musí i babička z Horní Dolní, protože když tomu nerozumí, tak je to špatně.*“ Tlak na volbu témat z hlediska jejich čtenosti prostřednictvím vedení redakce také potvrdil: „*Určitě. Ono záleží na šéfredaktorovi, na něm nejvíc, samozřejmě. Oblíbeným tématem byly, jsou zdravotnické reformy a takové ty věci, které se týkají lidí. Jakože standardně, všech lidí.*“ Redaktorka C2 také potvrdila, že články jsou psané způsobem, aby zaujaly co největší počet lidí: „*To cítím. Já myslím, že je to ve všech novinách. Třeba ta, která patřila k seriózním se stal bulvár. Já už to ani nečtu.*“ Také potvrdila, že sledováním konkurence se deníky stávají obsahově velmi podobné: „*Mně trošku vadí, že mi každý den na mail přijde hodnocení našich novin. To vždycky hodnotí jeden člověk z novin, co jsme měli a porovnává to s ostatními novinami, hlavně teda otvírákové stránky. Například Fronta měla válku v Iráku, proč jsme to neměli my? Všichni – Právo, my i Fronta jsme měli tohle. My jsme*

měli navíc tohle, super. Noviny se snaží, aby všichni mělo všechno stejný. Já neříkám, že to není dobře, že sledujeme konkurenci. Ale asi je to chyba, že ty noviny se snaží psát o tom samém, že tu není prostor, aby ty noviny byly jiný.“ Redaktorka C1 pociťuje tyto vnitřní tlaky také: *„Někdy tam ty tlaky jsou. Nevšimla jsem si tlaku na to, aby se o něčem nepsalo, ale spíše, aby se o něčem psalo. Takže aby se o tom psalo tak, jak se dnes mluví o bulvarizaci médií. Spíše tento tlak. Můj tlak je opačný, protože já osobně se snažím udržet v rovině profesionální.“* Tlak na masovost potvrdil i editor C5: *„Možná. Jako ve všech redakcích, tak i u nás platí, tak když si čtenář přečte titulek, přečte si perex, uvidí fotografii, tak teoreticky by měl dostat základní informaci tak, aby dál nemusel číst. To je must, který je vlastní všem novinám, nám taky. Editoři jsou od toho, aby to hlídali.“*

Výhradní postavení a pravomoce rozhodovat o obsahu deníku má v mnou sledovaných redakcí šéfredaktor spolu se svými zástupci. Pouze dva redaktoři (redaktorka C2 z Lidových novin a editor B5 z Práva) přidělili výhradní postavení a pravomoci editorům.

Redaktoři však také zmiňovali, že nejde o absolutní moc, ale o celý rozhodovací proces, ve kterém má přirozenou autoritu šéfredaktor. To popsala redaktorka A1: *„Je to pořád proces. Není to jen o jedné osobě. Ráno se noviny naplánují. Píšu článek a už se o tom pak bavím jen s editorem. Následně to přečte tzv. imprimátor, který ten den odpovídá za naše stránky a bývá to buď šéf redakce nebo jeho zástupci. Každý den slouží zástupce šéfredaktora, který odpovídá za celé noviny. Tihle lidé mohou témata zarazit.“* Editor A5 odpověděl: *„Šéfredaktor. Většinou po dohodě s vnitřní redakcí nebo se šéfem rubriky, které se to týká. Samozřejmě se to liší redakce od redakce. Například v Právu podle mne vládne šéfredaktor. Přes jeho rozhodnutí se nemůže jít. U nás se samozřejmě také šéfredaktorovo rozhodnutí respektuje, ale existuje více mocí, které jeho rozhodnutí můžou ovlivnit.“* Redaktor A4 uvedl: *„No, tak samozřejmě každá firma je řízena hierarchicky. To není, že by si nikdo usurpoval, ale že někdo za to zodpovídá a bere za to peníze, pak je to ten, kdo rozhoduje.“* Rozhodování šéfredaktora na základě interních porad potvrdil i redaktor A3, který však vyslovil pochybnost o takovém fungování v redakci Práva: *„Výhradní...No, největší pravomoc má vždycky šéfredaktor. Pochybuju, že by ale o něčem rozhodl jen o sám. Vždycky se o denním obsahu rozhoduje na poradách. Samozřejmě on a vedoucí může rozhodnout o tom, co bude ,otvírák‘ a co ne. Myslím, že v Právu to ale funguje jinak. Je tam takový neomezený šéf.“* Redaktorka

A2 řekla: „Samozřejmě hierarchicky. Od šéfredaktora a dál. To je striktně daný. Šéfredaktor, zástupci šéfredaktora a tak dál. Ale funguje tu relativní demokracie. Autor, pokud má dobré argumenty, tak mu to projde. Pokud nejde o titulky.“

Redaktoři z Práva vnímají postavení šéfredaktora obdobně jako redaktoři Mladé fronty Dnes. Redaktorka B2 přiznala výhradní postavení šéfredaktorovi a jeho zástupcům: „Každopádně šéfredaktor a zástupce šéfredaktora. To je snad v každých novinách. Oni musí rozhodnout, co je prioritní. Neznamená to, že by témata úplně zamítli, ale věnujeme se jim třeba jiný den.“ Editor B5 popsal, že výhradní postavení má šéfredaktor, ale také editoři, kteří jsou zodpovědní za obsah: „Tak to si myslím, že výhradní postavení má šéfredaktor. Kontroluje, co v novinách vychází. Ale myslím, že nikomu do toho moc nekecá, lidově řečeno. Pak jsou ale samozřejmě editoři, kteří kontrolují zprávu co se týká obsahu, aby nedošlo k faux pas, abychom někoho neprávem nenapadli. V tomto redakčním systému funguje. Nesetkal jsem se s tím, že by se o něčem záměrně psalo jen kvůli inzerentům či na politickou objednávku. S tím jsem se opravdu nesetkal.“ Redaktor B1 vnímá postavení šéfredaktorka velmi autoritativně s právem rozhodnout o tom, co se v deníku zveřejní a nikoliv: „Šéfredaktor. Můžu s ním diskutovat, ale když řekne.“, dodal také, že diskuse je možná, ale rozhodnutí šéfredaktora bývá neměnné: „Můžu s ním samozřejmě diskutovat. Občas se i snažím diskutovat, když mám jiný názor, ale jakmile on řekne, tak jak se říká, je to zákon. Tak s ním není diskuse. Můžu akorát udělat jedinou věc, kterou jsem zatím neudělal, ale samozřejmě mi nikdo nebrání, abych řekl, že to nenapišu.“

Obdobná situace je i v Lidových novinách, kde je pozice šéfredaktora spolu se zástupci šéfredaktora výhradní, ale vždy je možnost s vedením redakce diskutovat a předkládat argumenty. Potvrzuje to výpověď redaktora C3: „Šéfredaktor a jeho zástupci. Ti mají jakoby neomezenou moc. Ale to neznamená, že my to uděláme, jak oni nařídí. Oni to samozřejmě chtějí, ale je to o síle vašich argumentů.“ Šéfredaktorovo výhradní postavení spolu se zástupci vnímá i redaktor C4: „Šéfredaktor ve spolupráci s editorama či šéfeditorem plus s vedoucími oddělení jednotlivých.“ a redaktorka C1: „Tak bezesporu šéfredaktor, ale není to jeho absolutní moc. Konzultuje to s vedoucím vydání, s vedoucím editorem plus s vedoucími jednotlivých sekcí. Samozřejmě jednotlivý novinář do toho má také co říct, ale není si třeba zastírat, že je samozřejmě až poslední.“ Logický hierarchický systém pravomocí v redakci popsal také editor C5:

„Právo veta má šéfredaktor.“, který však dle slov redaktora nefunguje absolutně: „*Ne. Víceméně to funguje poslušným schod'ovým systémem. To jest, ekonomická rubrika se poradí mezi sebou, co má dát na stránky. Pak je porada s editory daného vydání, co která rubrika bude mít na stránkách. Já chodím až na tuhle poradu, kde já hlásím, co budu mít na svých stránkách. Na základě toho eventuálně vzniká debata, jestli něco poutat na titul nebo přemístit. Popřípadě se hlídá, aby se stejnému tématu nevěnovaly dvě rubriky.*“ Redaktorka C2, stejně jako editor z redakce Práva B5, odpověděla, že výhradní postavení má editor: „*Editor, určitě. Ten je na všech poradách. Jsou porady o tom, co bude v další příloze. Já tam znám dvě editorky a v podstatě můžu říct, že obě s tím zástupcem šéfredaktora, co s náma má ty porady, jednají. Editor do toho mluví hodně. Ale ono je to tím daný, že má velkej přehled a je jakoby i zkušeněj. Musím říct, že ty holky, co u nás jsou, jsou opravdu hodně chytrý a vím, že se na ně můžu s čímkoliv obrátit. Takže asi editor hodně rozhoduje o tom obsahu.*”

Dalším společným rysem mnou sledovaných redakcí je odpověď na otázku, zda **podléhají vámi napsané články často obsahovým změnám**. Redaktoři odpověděli, že ne. V Mladé frontě Dnes to potvrdila redaktorka A3: „*Asi vůbec, pokud jde vyloženě o obsah a vyznění článku. My se dopředu domluvíme na tom, o čem budu psát. Ten systém je takto nastavený, proto se to nestává.*“, editor A5: „*Já myslím, že ne.*“, redaktorka A1: „*K tomu nedojde. Účel toho všeho je, aby v devatenáct hodin (nebo kdy se odevzdá text) s tím bylo co nejméně problémů. V momentě, kdy se chystám něco psát, tak to prodiskutuju s editorem. Dozví se, co měli za požadavky a já jim řeknu, co si myslím, že v článku bude. Shoda tam panuje.*” Redaktorka A2 odpověděla: „*Ne, ne, ne. Jedině, pokud má editor pocit, že důležitá informace se v článku skrývá na konci a dá ho dopředu. Ale oni mají dobrý čuch. Umí vypíchnout to podstatný. Někdy je špatnej den a vy špatně píšete a článek musíte přepsat. To se může stát.*“

V Právu se redaktorce B4 poprvé stalo, že by ji do obsahu článku někdo zasáhl, jinak se s tím nesetkávala: „*Právě teď se to stalo. Než se mi to stalo, tak ne.*“ Editor B5 se také nesetkává s obsahovými změnami svých článků: „*S tím jsem se nesetkal. Samozřejmě podléhají úpravám třeba při otvíracích zprávách, ale ne co se týká záměrných či účelových obsahů.*“, stejně jako redaktor B3: „*Teď budu mluvit sám za sebe. Opravdu ne. Mně by to dost vadilo.*“ Redaktor B1 popsal situaci následovně: „*Minimálním, musím říct. Na našich stránkách vnitřních se to nestává. Tam se může*

stát, samozřejmě něco, že za mnou přijde editor, a řekne mně, že se mu ten titulek nevhodí nebo mně se opakují titulky na stránce nebo se může stát, že odejdu domů a nejsem k sehnání a pak zírám, jak mi upravil titulek. Ale není to vedenou žádnou cenzurou, ale je to vedeno těmito technickými důvody. U nás v oddělení cenzura, obsahová, prostě neexistuje. Nebo se mně občas stane, což mi velice vadí, ale je to ze stejných důvodů, že já napíšu třeba šedesát řádek a vyjde z toho třeba čtyřicet a není to citlivě zkráceno. Vypadne z toho najednou to, co by mělo být podstatné. Ale toto je zase ten důvod, že noviny nejsou takzvaně nafukovací. Pak samozřejmě nadávám svému kolegovi, který to udělal a dohadujeme se, ale nicméně tomu úplně nejde zabránit.“

Redaktor B1 však zmínil zásahy do titulků článků: *„Pokud jde o články, které jdou dopředu, tak ty pochopitelně podléhají častěji těmto změnám. Ať už těchto důvodů, které jsem řekl, to znamená rozsahu, tak občas se může stát a občas se stane, že ten, kdo odpovídá ten den za vydání – ať už je to redakční rada a tento člověk odpovídá za všechny věci, které jsou vpředu. Jednoduše řečeno jde o sedm zpravodajských stran a jedna z nich, osmá, je publicistická. Pokud jde o přední stránky, rada, může mít svůj názor, že bych měl něco obrátit a že se mu jeví zajímavější něco jiného. Nebo se to může jevit šéfredaktorovi. S radou diskutuju, se šéfredaktorem je to těžké. Tam se stává, že někdo rozhodne, že to mám postavit jinak. Ale zdůrazňuju, ne postavit jinak, že když jsem napsal bílý, tak abych psal černý, ale postavil jinak z hlediska obsahového. Abych třeba to, co mám v druhé půlce. Já řeknu konkrétní příklad, co se stalo mně, asi před týdnem. Když začala vypukovat záležitost, že Langer se dohodnul s pojišťovnou, že by se stanovila hranice, ne, jak se původně vládou navrhuje, kde sám Langer navrhuje k 250 tisícům mají jezdit k nehodám. Ale aby se to stanovila na sto tisíc, což byl mimochodem tlak policie a tlak pojišťoven, aby se to snížilo na tu hranici sto tisíc, dneska je 50 tisíc. To za A a za B a pojišťovny s Langerem půjdou s požadavkem do parlamentu, aby měli přístup do Centrálního registru řidičů, aby tím pádem body, které řidiči dostávají v rámci bodového systému měly vliv na výši povinného ručení. Já jsem to postavil na těch 100 tisících a v druhé části jsem měl body za povinné ručení. Protože jsem považoval v tom kontextu, v jakém to zaznívalo, těch 100 tisíc zajímavější. Nakonec mně volal můj vedoucí oddělení, že šéfredaktori si přeje, už domů, aby se to obrátilo. Takže mě můj vedoucí předělal. To je docela hezký příklad toho, že se u nás pracuje docela hezky, jo? Můj vedoucí oddílu mi zavolal domů a řekl, já ti přečtu perex, jak jsem ho předělal, takže já jsem věděl, nakonec co vyjde. A přečetl mi i titulek, který se k tomu dává. On využil 95 % mého obsahu, ale obrátil to a předělal mi perex, ale*

zavolal mi. Což je myslím docela hezký příklad, že u nás pokud možno, se to dělá tímto slušným způsobem.“ Změnu titulků potvrdil i editor B5: „Titulky samozřejmě jsou důležité, neboť když si člověk koupí noviny, tak nečte zprávy, ale titulky. Ale většinou se snažíme o to, aby vycházely z článku. Někdy se ale udělá i titulek narychlo, protože se původní titulek nevešel při zlomu. Nemyslím si, že by náš deník měl titulky jen proto, aby se noviny prodaly.“ Redaktorka B4: „Do titulků editor zasahuje, ale je to vždy návrh, který nemusím akceptovat. Protože upřímně řečeno, u hereckých osobností je mi jedno, jestli tam bude titulek: ‚Byl jsem v dobré společnosti‘ nebo ‚Miluji čaj o páté‘, tak většinou akceptuji návrh editora, když si představuje, že je to lepší. Stává se, že mu to přijde zvůčnější nebo údernější. Není to tlak, ale je to návrh.“

V Lidových novinách se s obsahovou změnou článku setkala redaktorka C2: *„No, teď jsem se s tím dokonce setkala u té druhé editorky. Já mám pocit, že editor nemá zasahovat do vašeho textu, má kontrolovat formální věcnost. Jestli tam není chyba v číslech, jestli tam není špatnej slovosled a právě tady ta editorka přepisovala veškerý titulky, perexy, měnila mi věty, složení vět a prostě já už jsem měla chuť jí říct, ať se pod to podepíše ona, že tohle se prostě nedělá. Ale už mi to řeklo víc lidí, že ona to teda dělá.“* Dodala však, že se jedná pouze o jednu konkrétní editorku: *„Hm, ale dělá to jenom ona. Což se mi samozřejmě nelíbí.“* S obsahovými změnami má zkušenost i redaktor C4, který se s tím setkal pravděpodobně jednou: *„To se nedá říct. Já jsem se s tím setkal asi dvakrát, zatím. No vlastně asi jenom jednou.“* Editor C5 se s obsahovou změnou článků nesetkává: *„Mně se to nestává. Takže to nevím. Mně se to zatím nestalo. A jinak myslím, že v zásadě se to nestává, nemám ten dojem.“*, stejně jako redaktor C3: *„Ne. To se moc často nestává. To si ani neumím dost dobře představit. Nikdo nemá právo zasahovat do mého článku, navíc tematicky. Já ani nevím, jestli se to někde stává, ale mně určitě ne. Někdy někdo zavolá zpětně, že se mu článek nelíbil, ale do obsahu mi nezasahují.“*

Editor C5 potvrdil, že titulky a perexy jsou editory upravovány z důvodu většího poutání pozornosti: *„Titulky a perexy editoři občas upravují. Tam jde spíš o to, aby ten titulek poutal pozornost k článku. To je spíš věc toho, do jaké míry má být nebo nemá být lákavý.“*

8.5.2 Etický kodex

Protože je etický kodex považován za projev autoregulace (viz kapitola Etický kodex v teoretické části) zajímalo mě, zda mnou sledované deníky etický kodex mají a pokud ano, co je v něm obsaženo. Zároveň jsem se soustředila na to, které části jsou pro redaktory problematické, pokud takové jsou, a jak funguje dodržování takového kodexu v praxi.

Nejdříve jsem se sama pokusila zjistit, zda redakce etické kodexy mají, a pokud ano, zda jsou veřejnosti přístupné, například na internetu. Etický kodex uveřejněný jsem nenalezla u žádné ze sledovaných redakcí. Ptala jsem se proto redaktorů, zda v jejich redakci etický kodex existuje. K mému překvapení jsem během výzkumu zjistila, že etický kodex má definovaný a sepsaný pouze Mladá fronta Dnes, kde také redaktori působili nejinformovaněji.¹²⁰ Dokazují to výpovědi všech respondentů. Redaktor A4 odpověděl na mou otázku, zda etický kodex mají: „*Jo, jo. A docela se i aktualizuje. Asi před měsícem přišel nový. Ale neříkám, že bych ho četl, ale myslím si, že ho přesto dodržuju,*“ redaktor A3: „*Máme ho určitě a určitě jsem ho i četl. Ale není tam prostě asi nic, co by tam bylo specifické pro Mladou frontu Dnes redakci, je obdobný kodexu Syndikátu novinářů,*“ editor A5: „*Mladá fronta ho má, písemně. Je v něm naprosto jasně dané, co se může a co se nemůže. Například věcné dary nad 500 Kč se odmítají, pokud to není třeba trapné. Když se přijmou, tak jdou na charitativní účely.*“ Redaktori etický kodex obdrželi při podpisu zaměstnanecké smlouvy, seznámeny s ním byly obě redaktorky na interní schůzce, která se etickému kodexu věnovala a redaktori ho mohou nalézt i na intranetu. Dokazují to výpovědi redaktorky A2: „*Když jsem nastoupila, tak 14 dní poté byla schůzka, kam přišel i šéfredaktor. Zrovna to bylo období, kdy začínala kauza Kuřim. Řešilo se, jak se bude postupovat. My nikdy nezveřejnili fotky dětí, což je zrovna v kodexu. Nezveřejňovat dětský oběti. Na této schůzce jsme se bavili o těchto etických pravidlech. Myslím, že je to nové, že u dětí se snažíme, aby k nim nevedla žádná přímá stopa. Sami jsme navrhovali situace, kdy máme problém. Například, když někam voláte a chcete zjistit něco, aniž by o vás věděli, že jste novinářka. Podle etického kodexu nemusíme říkat ‚já jsem novinář‘ pokud se domluvíme se šéfem oddělení, ale mám říct jméno a příjmení. S tím mám ale problém se svým jménem, proto to někdy porušuju. Ale nejde o velké věci, například, když chci zjistit, zda berou děti do školek nebo ne.*“, redaktorky A1: „*Měli jsme schůzku, kde byla prezentace o kodexu a dokonce*

¹²⁰ Plné znění etického kodexu je v příloze č. 1.

k tomu byly i testové otázky. Tím jsme se s ním seznamovali.”, redaktora A4: „*Ale jo, dostal jsem ho při smlouvě. Já nevím, jestli jsem podepsoval, že jsem ho přečetl. To mi přijde docela trapný, jako požární poplachové...*“, také dodal, že každý redaktor nalezne kodex ve své e-mailové poště: „*No, tak ho dostane. I do mailu přijde odkaz na ten intranet, kde ho najde.*“ Existenci kodexu v e-mailové poště redaktorů potvrdil i editor A5: „*U sebe v mailu ho mám. Je to listina veřejná. Myslím si, že při nástupu etický kodex redaktori podepisují.*“ Podle šéfredaktora Čásenského jsou s kodexem seznamování e-mailem, kdy je každému redaktorovi rozeslána aktualizované verze etického kodexu. Seznamování jsou s ním také při nástupu do zaměstnání: „*Je to docela jednoduché. Nedávno jsme udělali aktualizovanou verzi, protože jsme udělali společný pro tisk i online. Redaktori se s ním seznamují tím, že jim přijde mailem spolu s průvodním dopisem. Zároveň každý kdo k nám nastupuje (už je to asi rok a půl), dostane kromě smlouvy i etický kodex k prostudování.*“ Etický kodex redaktori dostávají k prostudování, dle výpovědí dvou respondentů nepodepisují dodatky či prohlášení o tom, že se jím budou řídit či že s kodexem byli seznámeni. Redaktorka A1 to potvrdila odpovědí: „*Ne. To je etický kodex, který se nepodepisuje.*“ Podle dvou redaktorů se však seznámení s etickým kodexem podpisem stvrzuje. Dokazuje to redaktorka A1: „*Myslím, že je to i ve smlouvě, v dodatku smlouvy.*“, editor A5: „*Minimálně to podepisují.*“ Čásenský to však s jistotou potvrdit nemohl: „*Vím, že ho dostávají a asi musí podepsat to, že jsou s ním seznámeni.*“

System dodržování etického kodexu redaktory je chráněn hierarchickou strukturou redakce. Pokud redaktori neví, mohou se obrátit na editora či vedoucí rubriky. Ti by také jako první měli zachytit články, ve kterých je případně kodex porušován. Za každou stránku je také zodpovědný takzvaný imprim, který svým podpisem stvrzuje správnost dané stránky. Dalším stupněm kontroly je zodpovědnost vedoucího vydání. Za dodržení etického kodexu v Mladé frontě Dnes zodpovídají i zástupci šéfredaktora a šéfredaktor. Potvrzuje to odpověď redaktorky A1: „*Editor se radí se šéfredaktorem nebo se zástupcem, když je něco v rozporu s kodexem. Editor by měl být první, kdo to zachytí,*” ve své odpovědi editora zmínil i redaktor A3: „*Etická pravidla se po nějaké době dostanou celkem pod kůži. Jde spíše o výjimečné případy, kdy se něco rozhoduje na redakční úrovni. Například jeden případ, kdy matka měla jít někdy před 7 lety na potrat, který se nepovedl a narodila se jí dcera. Ona za to chtěla vymáhat peníze, že ta dcera žije. Některá média zveřejnila celé jméno té matky, což*

nebylo ohleduplné vůči té dceři. My jsme to neudělali a dokonce šéfredaktor v komentáři napsal, že to jméno nikdy nezveřejníme. Dokonce poslal do mailu celé redakci, že její jméno nikdo nemá zveřejnit.

Co se týče kontroly dodržování. Tak pokud si redaktor není jistý, může jít za editorem. Ten a vedení redakce a kodexu určitě ví.“ Vedoucího rubriky zmínil editor A5: „Šéf rubriky.“ Na mou otázku, zda jako editor dohlíží na dodržování kodexu odpověděl, že se ještě nesetkal s případem, kdy by redaktor kodex porušoval: „Já jsem se nesetkal s případem, že by redaktor v článku kodex porušoval. U zveřejňování citlivějších věcí je snaha nebulvarizovat. Pokud my máme informace ze soukromí, tak se je snažíme nevytahovat. Nezveřejnit je první, nedělat zbytečnou špínu,“ což zaznělo v odpovědi redaktora A3 (viz výše). Šéfredaktor potvrdil, že případné porušení kodexu by měl zachytit jako první editor: „Redaktor napíše článek a napíše něco, co je v rozporu s našimi pravidly. Měl by to zachytit editor. Pokud by i editor trpěl slepotou, tak každá stránka zároveň prochází tím, čemu říkáme „imprim“ – šéf celé rubriky si ji celou přečte a podepíše ji. A pak se všechny stránky z celostátní části novin dostanou ke schválení, zkouknutí tomu, kdo ten den řídí noviny. Je tam několik stupňů kontroly. A i redaktoři vědí, že když je sporný případ, tak je nejlepší se jít zeptat někoho ze svých šéfů.“

Podle šéfredaktora by pro redaktory Mladé fronty Dnes neměl být problém etický kodex dodržovat: „Já myslím, že pro ty naše by nemělo být těžké nic dodržovat,“ jeho slova potvrdil redaktor A4: „To ne. Mě docela překvapilo, nakolik tyhle noviny, o kterých se říká, že jsou bulvár, což je běžný názor, na kolik si tyhle věci hlídají. Například nemoc člověka nebo když byla taková ta matka, která chtěla odškodnění, kvůli dceři, která, že se jí narodila a už je jí osm let. Tak přesto, že všechny noviny, všechny televizi měly její plný jméno, my jsme to věděli, ale i přes to jsme dali do novin křestní jméno a status.“ Dva redaktoři ale naopak zmínili, že je pro ně v některých případech problematické dodržovat část kodexu, která se věnuje zacházení s dary, které mohou redaktoři v rámci výkonu své profese přijmout.¹²¹ Editor A5 považuje za problematické zjistit hodnotu daru: „Těžko se třeba odhaduje hodnota daru. Stojí špičkové pero pod 500 nebo nějak nad 500?“ Redaktor A3 k darům řekl toto: „Máme poměrně přísná pravidla ohledně darů. Například dovolený či zahraniční cesty, ty

¹²¹ Etický kodex MfDnes zahrnuje: „Redaktor může akceptovat dárky do hodnoty 500 Kč. Pokud dar tuto výši převyšuje a není zdvořilé ho v dané situaci odmítnout, platí pravidlo: dar přijmout s tím, že ho MF DNES či iDNES.cz věnuje na charitativní účely. To je nutné dárci vysvětlit.“ (viz příloha č. 1)

automaticky odmítáme. Například veletrh mobilních technologií v Barceloně, kdy vám všichni operátoři pošlou ‚pojeďte s námi‘, tak to odmítáme a jedeme tam na vlastní náklady, ale poslední dobou je tam prd. V loňském roce jsme byli na veletrhu v San Franciscu, tam to bylo na náklady firmy, protože bychom už letenky nesehnali. Ubytování jsme si ale zajišťovali sami. Kolega, když byl v Dubaji, kde představovali osvětlený závodní okruh pro motorky, tak z toho byla zajímavá reportáž. Vůbec by v tom nebyl problém, protože firma, která to organizovala, tam nebyla zmíněná. Přesto jsme uvedli ‚Cestu uhradila společnost ta a ta.‘ To už mi přijde přehnané. Ve Sportu, který tam byl taky, to udělali tak, že tam nenápadně vpassovali do článku jméno firmy a nikdo si toho nevšimne. Už mi to přijde jako snaha o hyperkorektnost.“ Editor A5 však v zápětí uvedl, že naopak za samozřejmé považuje: „Zdůraznění, že dary nemají vliv na obsah článků. Když není slušné dar odmítnout, tak zdůrazníte, že dar nemá vliv na vaši práci.“ Redaktor A4 považuje za samozřejmé dodržování práva na soukromí: „Ne. To jsou naše pevné zásady, za který se nechodí. Nebo o nemoci. O nemoci se píše třeba jenom, když to může ovlivnit nějak rozhodování toho člověka nebo působení ve veřejném životě. Nikdy se nenapiše, že zpěvačka má rakovinu. To se nenapiše. Nikdy.“ Redaktorka A2 považuje za samozřejmé ověřování informací a jejich přesné zveřejňování spolu s dodržováním citací jiných médií: „Přesné a ověřené informace. Pokud nejsou pravdivé, tak se to opraví. Citace jiných médií je pro mě taky samozřejmá.“

Mladá fronta Dnes má kromě etického kodexu autoregulativní prvek v podobě vnitřních pravidel, která jsou také sepsána a distribuována mezi redaktory. V těchto pravidlech je základní výčet, jak by se redaktoři měli v konkrétních situacích chovat: „*Interní směrnice? Nic takového bych nikdy nevydal. Jmenuje se to Pravidla nebo nějak podobně. S mými kolegy jsme se na tom dohodli a nejpečlivější z nás, což je můj kolega zástupce Michal Musil, tomu dal pečlivou psanou podobu a tyto pravidla také dostane každý, kdo u nás pracuje. Respektive každá rubrika má svůj exemplář. Samozřejmě nejde vyčerpat všechny teoretické možnosti, které mohou nastat. Jde o soubor základních věcí. Neuvádíme jména obětí sexuálních trestných činů, nepíšeme jména dětských obětí. Nikdy jako první neuveřejňujeme vztahové informace vztahových věcí, kdo s kým spí, kdo s kým chodí, protože to není naše disciplína. To jsou naše interní pravidla, podle kterých fungujeme a k tomu je etický kodex, který se netýká tolik toho, jak pracovat s články, ale jsou v něm věci jako, že redaktoři nesmí akceptovat dárek*

dražší než 500 korun, co s nimi mají udělat. Jaké jsou pravidla pro to, když vystupují pod falešnou identitou,“ řekl šéfredaktor Čásenský.

Etický kodex Práva jsem nezískala. Odpovědi redaktorů svědčí o neexistenci kodexu v písemné podobě, s kterou by se mohli či museli seznámit. Dva redaktori Práva nejdříve existenci kodexu potvrdili – redaktorka B4: *„Já myslím, že určitě,*“ či editor B5: *„Určitě, samozřejmě nějaký máme. Je sepsaný, i ve smlouvě.*“ Prostřednictvím mých podrobnějších otázek však i redaktorka B4 potvrdila, že písemný kodex neviděla, a tudíž ho také nečetla. Redaktorka B4 reagovala: *„Písemný kodex jsem neviděla. Je pravda, že v Mladý frontě interní příručka je, ale tady v Právu ne.*“ Ze všech respondentů Práva jen editor B5 tvrdil, že etický kodex existuje: *„Máme vnitřní pravidla, materiály, které se práce týkají, ale s tím vás opravdu seznamovat nebudu.*“ Na mou reakci, že některé redakce kodex zveřejňují, reagoval: *„Já nevím, jestli ho máme dostupný online. To se musíte podívat. My máme takový etický kodex, že se snažíme nejvíce držet faktů a mít všechno podložené, o čem píšeme. Ale jestli máte na mysli kodex, že když se píše zpráva, tak se dá prostor úplně všem, aby se k tomu vyjádřili, to je někdy velmi komplikované. Protože mně teď vytkl ministr, že nedostal přílišný prostor, ale tam je to způsobeno tím - jednak, když jsme to psali, tak jsme to měli všechno do detailů podloženo, jinak bychom to nikdy neotiskli. A byl tam problém, když bychom to chtěli s dotyčným probrat a žádali o vyjádření, tak by to trvalo tři měsíce. Myslím se, že když se na ty zprávy v novinách podíváte, tak je tam vždy stanovisko té dané strany a také i protistrany.*“

Ostatní redaktori existenci etického kodexu v písemné formě nepotvrdili. Naopak tito tři respondenti hovořili o tom, že důležitější než písemný kodex je osobnost každého člověka, redaktora, což řekla redaktorka B2: *„Myslím, že ne. Tohle by mělo být v každém novináři. Měl by prostě vědět, kam až může zajít. Málokdo si uvědomí třeba, hlavně z těch mladých novinářů, že jsou určité hranice, za něž by člověk jít neměl. Jsem přesvědčená, že není špatná otázka. Člověk se může zeptat na vše, ale záleží, jakou formou a jakou dikci zvolí,*“ redaktor B1: *„Na papíře nějaký etický kodex, jestli ho má, tak já ho neznám. Naznačoval jsem ty základní principy, o kterých jsem mluvil, vždy si věci ověřovat, vždy čerpat z několika zdrojů.*“ Redaktor B3 etický kodex redakce také Práva nečetl: *„Etický kodex, já jsem ho nečetl, ale přiznám se, že jsem možná něco takovýho podepisoval, jako jsem podepisoval nějakou směrnici o požární ochraně a podobně. Dokonce já jsem byl dlouhou dobu členem Syndikátu novinářů,*“ a dále také

dodal, že osobní hranice jsou vždy rozhodující nezávisle na etickém kodexu: „*Spíš ta osobní hranice. Na to je verš dokonce, od Vysockýho, kdo celý život ctnostný byl, ctnostný bude zase, kdo se jako prase narodil, zas bude jenom prase. To si myslím, že jako vyjadřuje docela tu realitu.*“ A pokračoval: „*Papír není důležitý. Důležitá je atmosféra v redakci. Ne ten papír. Záleží, jestli vás ten majitel a to už nezáleží na tom, jestli je to Čech, Němec nebo Francouz, jestli vás ten etický kodex žene k tomu, aby byla čtenost a aby byla prodejnost a abyste dělal všechno možný. Nebo jestli to má určitý hranice. To je daný tou atmosférou v redakci, to je daný i postavou majitele, šéfredaktora, jestli mu tam někdo udává, jestli mu někdo něco sděluje nebo nesděluje a nebo jestli je to člověk, který je vykopne a udrží tím dobrou atmosféru a partu. To si myslím, že je klíčový i v dnešní době. Ta atmosféra je rozhodující a ten tlak na to, co máte dělat. Jestli teda nemáte brát ohled na nic, jenom abyste byli první nebo druhý. Jak vede šéfredaktor kolektiv bez ohledu na to, jestli je to etický nebo není. Je to opravdu daný tím majitelem nebo šéfredaktorem, jak lidi vede, jak je motivuje. Je fakt, že ten tlak prodejnosti a ekonomiky je drtívej na to, abyste na všechny etický kodexy zapomněl a abyste se prosadil tímto způsobem. Tak to je. To je tržní konkurence. Můžete sice být etický dobrák v Respektu, ale kdyby za ním nestál Bakala, tak by dávno skončili.*“

To, jaké etické hranice by redaktoři Práva měli dodržovat, se probírá na poradách na konkrétních případech, což potvrdil redaktor B1: „*Tolikrát to do nás, i nahlas řeč no na poradách a všude možně, že to musí znát každý. Kdokoliv kdo přichází jako první do redakce jako elév, tak prochází, u nás je takzvané kolečko, což je taky asi běžná praxe, to znamená, že si musí projít řadou oddělení a může se také změnit záměr, na základě toho. Původně byl přijímaný na něco a pak se zjistí, že by mu sedělo něco jinýho nebo se zjistí, že by mu nic nesesedělo. Ale v každém případě se toto dělá, dost tradičně a v každém oddělení se jsou mu tyto věci zdůrazňovány,*“ redaktorka B4: „*My máme každý týden pravidelný porady a tam probíráme k čemu zaujmout stanovisko a k čemu ne. Kam až dojít a zda o tom vůbec informovat. To vlastně vyplyne z těchto porad. Je to na základě dohody redakčních pracovníků.*“ Redaktorka B2 zdůraznila, že noví kolegové se takové hodnoty učí tím, že sledují profesně starší kolegy při práci: „*Ne. Každý mladý kolega vidí, jak jednáme, mluvíme. Je to slušné chování. Musí pozdravit, představit téma a poprosit o vyjádření. Vidím v okolí, třeba ve sněmovně, jak se někdo mladý ptá: ‚Heleďte se, řekněte mi tohle.‘ To nejde. Politici jsou zvyklí na způsob jednání. On je ale život naučí a politici jim dají najevo, že takhle s nimi jednat*

nemůžou. Já jsem sama možná trošku oprsklejší, ale jen proto, že mi vadí chování některých politiků. Člověk chápe, že jsou ve stresu, ale jde o slušné chování. Nestalo se mi, že by mě někdo odbyl nebo odmítl. Jsou politici, kteří mají s některými novináři problém. Je ale rozdíl dělat zpravodajství a psát komentáře. Navíc se člověk musí odprostit od politické orientace.“

Protože etický kodex v konkrétní podobě nebyl dostupný, nemohla jsem pokládat otázky, zda jsou v něm části, které považují redaktoři za samozřejmé a které ne. Dodržování určitých etických pravidel má dle výpovědi redaktora B1, který zmínil (viz odpověď výše) možnost obdržet finanční pokutu od šéfredaktora či pokutu na základě návrhu při poradě: *„Pokuty může navrhnout i porada, ranní. Závěrečné slovo má šéfredaktor a spoustu pokut uděluje přímo šéfredaktor. Jsou třeba pokuty, o kterých tato porada ještě ani nevěděla.“*, *„Na ranní poradě se sejdou zástupci šéfredaktora a vedoucí oddělení popřípadě lidi, kteří zastupují vedoucí oddělení. Tam se hodnotí minulé číslo, hodnotí se taky to, co napsaly jiné noviny, jestli nám něco uteklo či neuteklo a dávají se dohromady základní obrysy toho budoucího čísla. Co se čeká za jednotlivé úseky a tak dál. V rámci hodnocení se navrhne třeba i odměna nebo se konstatuje, tady to byl průšvih, tady to vyšlo blbě, tady se udělala chyba. Ten kdo poradu řídí, tak z toho vyvodí i postih.“*

V Lidových novinách, byť spadají pod stejné vydavatelství jako Mladé fronta Dnes, se s etickým kodexem mohl seznámit pouze redaktor C3: *„Víme, že ho máme.“* Na mou otázku, zda kodex viděl, odpověděl stručně: *„Ano.“* Na mou otázku zda ví, kde by měl tento etický kodex hledat, však odpověděl: *„Ne. Kdybych ho teď měl někde najít, tak vůbec nevím, kde ho hledat. To si myslím, že je to tak u většiny lidí v redakci.“*

Redaktor C3 se svou první odpovědí a jistotou, že etický kodex Lidových novin existuje, vymykal od odpovědí ostatních redaktorů. Redaktor C4 na můj dotaz reagoval: *„Neviděl jsem ho,“* redaktorka C2: *„Mě ještě dodneška s ním nikdo neseznámil,“* na mou otázku, zda si je vědoma toho, že kodex mají, reagovala, že s ní do doby, kdy jsme rozhovor uskutečnily, o kodexu nikdo nehovořil: *„Takhle, já co jsem nastoupila, tak se se mnou o tom nikdo nebavil. Já když jsem se zajímala se svým spolužákem, který tam mimochodem dělá také Moderní kariéru, tak mě třeba zajímalo, jak jsou Lidovky zaměřené, jaký mají cílové čtenáře, a tak. Tak mi bylo řečený, že stejně mě to nemusí zajímat. Učíme se o tom ve škole, tak jsem si říkala, asi by mi to mohl někdo říct, pro koho mám psát nebo kdo to čte, z jakýho regionu. Bylo mi řečeno, že na Prahu jsme*

zaměřený. Ale že by mi dali samy noviny nějaký program, jak se má psát. Já jsem byla čtvrt roku v Plzeňském deníku a tam mi bylo řečeno, jak se má psát, co se má používat, na co si mám dát pozor, jak se píšou různé věci, jestli Kč nebo koruna, aby to nemuseli opravovat. To mě docela překvapilo na to, že je to regionální deník. To mě tady docela trochu mrzí. Samozřejmě etika to vím, protože jsem se to učila. Ale jsou tam lidi, kteří nemají novinářský vzdělání, vystudovanou žurnalistiku nebo něco podobného v tomto oboru, tak já nevím, jestli to dřív bylo. O to bych se měla zajímat. Měla bych si o tom s někým promluvit.” Redaktorka C1 si myslí, že etický kodex Lidových novin existuje, ale neviděla a ani neví, kde by ho mohla nalézt: „U nás, pokud já vím, by měl být. Já jsem se po něm ptala, ale neviděla jsem ho. Sice podepisujeme u smlouvy, že jsme s ním byli seznámeni.“ A dodala: „Ano. Je to ve smlouvě, ale ten kodex jsem neviděla, i když jsem se po něm ptala.“

Redaktoři Lidových novin zmínili pravidla chování, která jsou platná pro celé vydavatelství Mafry. Redaktorka C2 tyto pravidla popsala následovně: „Já si myslím, že takový velký médium jako Lidovky ho určitě mají. To je škoda, že jsem vám nepřinesla brožuru, kterou nám dávali. Jaké máme nosit oblečení. To byla taková brožurka, my jsme se u toho strašně smáli, protože tam říkali, že by novináři neměli nosit v létě žabky. Já jsem to ani nečetla, protože mi to přišlo hrozně směšný. Byly to pokyny pro zaměstnance Mafry.” Redaktor C4 na můj dotaz, zda by věděl na koho se má obrátit v případě, že by se o etický kodex Lidových novin zajímal, odpověděl: „Asi by byl na intranetu, ale nevím. On je nějaký etický kodex jako celé Mafry, ale ten jsem neviděl.“

Redaktorka C1, stejně jako redaktoři Práva (B2, B3, B1), zdůraznila, že sepsaný etický kodex je jedna věc, ale zda je kodex dodržován, je věc druhá: „Hm. To je zajímavý. Já si myslím na druhou stranu, že je to jen nástroj serióznosti. Protože napsat krásný kodex, který je velmi přísný je jedna věc, ale dodržovat ho je druhá věc a kontrolovat, aby se tím novináři řídili. Otázkou je, co kodex řekne čtenářům. Je zajímavý výsledek, možná je etický kodex ani nezajímá.“

Na základě mnou provedených rozhovorů vyplývá, že nejsilnější autoregulace v podobě etického kodexu existuje v Mladé frontě Dnes, kde jsou s ním redaktoři skutečně seznámeni, znají zásadní témata kodexu. V redakci Práva se na základě provedených rozhovorů spoléhají na osobní úsudek redaktorů, zkušenosti a vědomí možných finančních sankcí za porušení pravidel, což určuje šéfredaktor či vedení redakce. V Lidových novinách je situace na základě výpovědí provedených v tomto výzkumu nejuvolněnější. Čtyři redaktoři z pěti etický kodex neviděli.

8.5.3 Osobní profesní hranice

Ve třetí části výzkumu jsem se zaměřila na osobní profesní hranice jednotlivých novinářů. Zajímalo mě: „*Který z následujících výroků je pro vás profesně ospravedlnitelný a který naopak ne.*“ V této části výzkumu jsem vycházela z průzkumu zveřejněném Davidem H. Weaverem a G. Clevelendem Willhoitem v knize *The American Journalist*. Snažila jsem se zmapovat etické hranice, které jednotliví redaktoři vnímají. Co je pro ně ospravedlnitelné v novinářské profesi a co je naopak již za hranicí osobních etických norem. Na základě výpovědí můžeme zjistit autoregulativní projevy novinářů samotných.

Z následujících odpovědí vyplynulo, že redaktoři v redakcích, které jsem zahrnula do svého průzkumu, se shodují v názorech na některé z položených výroků: prozradit svůj zdroj informací přes fakt, že jste se domluvili na jeho utajení; platit osobám za poskytnutí informací; použít firemní či vládní dokumenty bez autorizace; přijímat dary – finanční, věcné od subjektů, které mají zájem o dobrý vztah s médií. Nejdiskutovanějším výrokem se stal poslední výrok – uveřejnit informace, které jsou zajímavé pro čtenáře i přes fakt, že se porušuje právo na soukromí (zveřejňování obětí trestného činu, nedodržování presumpce nevinny).

Prozradit svůj zdroj informací přes fakt, že bylo domluveno jeho utajení

V Mladé frontě Dnes považují redaktoři za neospravedlnitelné prozradit svůj zdroj informací přes fakt, že se domluvili na jeho utajení. Redaktor A4 a editor A5 však připustili, že prozradit zdroj v rámci redakce je přijatelné a žádoucí. Editor A5 odpověděl: „*Záleží na tom komu. Hranice je velmi tenká. Primárně bych řekl ne. V rámci redakce je to ale unesitelné. Pokud v novinách nechce být člověk jmenovaný, tak prostě nebude.*“ Redaktor A4 řekl: „*Tak to v žádném případě. Tam je docela zajímavý napsat, co se týče zacházení se zdroji informací v rámci redakce. Protože samozřejmě všichni šéfové mají právo to znát. Protože já tu nejsem sám za sebe. Když získávám zdroj, tak ho získávají tyhle noviny. A vím, že v minulosti, to je třeba deset let zpátky, tak byly konflikty a jedna kolegyně radši idešla, protože nechtěla prozradit svým šéfům zdroj.*“ A dodal: „*Ne v pohodě. To je nutný. Opravdu si myslím, že v momentě, kdyby to někdo tajil před šéfem, tak nemá v těch novinách co dělat. Protože ta firma za to zodpovídá.*“ Zajímavé je, že pouze šéfredaktor Čásenský z dotazovaných připustil, že by zdroj mohl být prozrazen: „*Dovedu si představit případ, kdy se to má udělat, ale je*

jich hodně málo.“ Konkrétněji tuto možnost popsal následovně: „Kdybych zjistil, že člověk, s kterým jsem se dohodnul na utajení zdroje se mě snaží nějakým způsobem zneužít, podvést, využít pro svůj prospěch, tak je nesmyslné ho jako zdroj tajit, protože tím může páchat nějaké škody. Například, což jste určitě zaznamenala, jak se diskutuje o slovenském tiskovém zákoně, tak tam mají povinnost chránit zdroj. Což je ještě větší hloupost než právo na odpověď. Povinně chránit zdroj je úplná hloupost, protože to nejde. Někdo vám přijde něco nalhat a vy pak jste povinný ho chránit a vy budete mít všechny škody, které vám ten člověk způsobil. Když vás například uvedl v omyl. Nebo zjistíte, že zdroj páchá kriminální činnost.“

Redaktoři pracující v Právu se shodli na neospravedlnosti prozrazení zdroje, pokud se domluvili na jeho utajení. Redaktorka B2 ale zdůraznila, že informace z jednoho zdroje jsou problematické: *„Když slíbím, že nebudu jmenovat, tak to prostě musím dodržet. Už by mi nikdy nic neřekli. Samozřejmě budu hledat i druhý zdroj. Velmi těžce se píše o něčem, kde je jen jeden zdroj. Pak je nejlepší si rozhovor natočit a mít jistotu, kdyby se někdo ohradil, že to skutečně tak řekl. Důležité je, aby se člověk snažil zjistit, jestli to tak skutečně je. Novinář má šílenou moc. Očernit můžete lehce každého, ale vrátit to zpátky už ne.“* Redaktor B1 a redaktor B3 dodržení dohody o utajení zdroje považují za základní princip novinářské profese a budování důvěry mezi kontaktními osobami a jimi. Prozrazení zdroje považují za neomluvitelné a neseriózní. Redaktor B1 k tomu řekl: *„To bych nikdy neudělal, protože bych se znemožnil. Taky jsem to ještě nikdy neudělal.“* Redaktor B3: *„To ne. Teď to řeknu ze svého osobního hlediska. Já jsem ve svém profesi vsadil na to, že když se s někým na něčem domluví, tak to taky dodrží. Což můžu říct, tak mám přátele napříč politickým spektrem, opravdu. A je to tady tím, že jsem je nikdy nepodrazil. Ale spoustu věcí víte. Ví, že řadu věcí nenapišu, ikdyž to ví. Ale to vám zase dává tu moc, že se vyznáte v těch informacích a nenecháte ze sebe udělat vola. To já považuju tím, že jsem na sklonku své kariéry, za to nejvíc, nedělat nikomu vola. Když vám někdo tlačí šrouby do hlavy, tak víte proč. A když to neděláte dobrovolně, což se taky může stát, neděláte ze sebe vola a nejste za blbečka někomu, je pro mě silnější.“*

Redaktoři z Lidových novin se také shodli na nezveřejňování zdroje v případě, že se domluvili na utajení. Redaktor C4 má vlastní zkušenost se soudním řízením, kde se na jeho zdroje informací ptali, ale on je neprozradil: *„Lepší pustit. Ale to navazuje*

samozřejmě na věci, jako je tiskový zákon a případně další soudní jednání. Nevím, jestli soud může nařídít prozradit zdroj informací. To nevím. Já jsem byl u soudu několikrát a nikdy jsem ho neprozradil, i když to po mně chtěli. Taková ta oblíbená věta, kterou začal používat kolega Jarda Kmenta z Mladé fronty: „Víte, že ani nevím? Nějaký pán mi v metru podal igelitku a v tom to všechno bylo.““ Editor C5 zdůraznil, že používání slovních spojení „podle našeho důvěrného zdroje“, se ale v tisku objevuje příliš často a že v redakci Lidových novin je snaha se takovým zdrojům vyhýbat: „Neprozradil bych, pokud jsme se domluvili na utajení. Ale vidíte, takže máme etický kodex, protože tohle bylo zrovna pravidlo, že se tomu snažíme vyhýbat a že nepoužíváme zdroje jako podle našich zdrojů, ale že se snažíme doložit zprávy tak, kdo to řekl, jakým způsobem. Čili pokud něco chce říct jenom nám, tak většinou to potom nepíšeme. Tohle je pravidlo, který tam máme. A zase myslím, že opravdu výjimky schvaluje eventuálně šéfredakce v něčem, ale že máme zprávy zdrojované. Neuvádět, podle našeho zdroje.“ a dodal: „(..) Já si osobně myslím, že kdybych se domluvil na anonymitě, tak to citovat nebudu, ale nebudu se snažit se o to opřít. Protože skutečně mám pocit, že podle dobře informovaných zdrojů si něco vycucáme z palce, že je toho v novinách moc. V podstatě, když mi někdo něco takhle, tak si to musím vyzdrojovat někde jinde. Můžu to vzít jako vodítko, že mě to teda navede, kde mám hledat. Ale do těch novin to pouštět až v momentě, kdy to skutečně můžu doložit, že to tak někdo řekl nebo že to tak je.“

Utajit svou identitu, abyste získal/a informaci, kterou potřebujete

Zpovídání redaktorů Mladé fronty Dnes se na hodnocení této situace shodli včetně šéfredaktora. Utajení identity novináře považují za ospravedlnitelné v určitých případech. Redaktor A3 možnost utajení identity upřesnil: „Pokud by se tohle udělalo, tak by se to v novinách použilo tak, že bychom to přiznali v článku. Děje se to – například, když firma poskytuje nepravdivé informace na infolince, tak tam zavoláme a neřekneme kdo jsme, protože bychom se nic nedozvěděli. Pokud tím myslíte, že bych někoho nahrávala a on o tom nevěděl, tak je to neospravedlnitelný.“ Editor A5 také specifikoval situaci, kdy je utajení identity novináře ospravedlnitelné: „To se snad ani neděje. Samozřejmě jsou případy, kdy když řeknete, že volá novinář, tak se okamžitě lidé začínají chovat jinak a vám to pokazí článek. Je to ospravedlnitelné, pokud je to ve veřejném zájmu. Pokud se píše článek o tom, že České dráhy vydávají slevové karty i lidem, kterým je 25,5 s roční platností, tak bych jim nevolal jako redaktor Mf Dnes.“ Redaktor A4 navíc upozornil, že získávání informací pod utajenou identitou může

probíhat pouze do dohody s vedením redakce: „*Tohle se dělá jenom po domluvě s vedením. Nemůžu to dělat rovnou. A vím, že třeba jednou jsme s mým kolegou někam šli a zvonili a řekli jsme, že jsme studenti a ona se zeptala, ta paní, jestli jsme od novin a kolega řekl, že ne. Pak jsme to samozřejmě konzultovali a domluvili jsme se, že to nepoužijeme, to co nám ona řekla. Prostě takhle to dělat nejde, tohle i noviny devalvuje. Tohle dělá bulvár úplně klasicky. Tady se to dělá opravdově jen když je závažná věc, jinak by to nešlo zjistit a je to ospravedlnitelný i eticky.*“ Šéfredaktor utajení identity v určitých případech schvaluje, což deklaroval na konkrétních případech, kdy redaktoři Mladé fronty Dnes tuto metodu využili: „*To si myslím, že je v pořádku. Nicméně se to má používat v případech, které mají nějakou závažnost. Je podle mě správné, když budeme odhalovat korupční chování. Teď je shodou okolností soud s paní, která prodávala místa v domovech důchodců a okrádala stařenky a my jsme ji dostali tím, že naše redaktorka si od ní šla to místo koupit, nahrála, zveřejnila a paní bude před soudem. Podobně jsme to měli s pedofilem, který lákal holčičky na schůzku. Vyrazila za ním naše redaktorka, zdokumentovala a samozřejmě mu nepsala: ‚Já jsem Blažková z Mladé fronty.‘ To je v pořádku, ale nemá se toho využívat ve chvíli, kdy o nic nejde.*“ Zároveň potvrdil výpověď redaktora A4 o tom, že redaktoři mohou s utajenou identitou pracovat pouze na základě dohody s vedením redakce: „*Ne. To, jakým způsobem budeme pracovat na různých článcích redaktoři probírají se svým vedoucím. Já si neumím představit, že by se někdo do takové akce pustil jen tak.*“

Mezi zpovídanými redaktory Práva názorově shoda na utajení identity nepanovala. Dva redaktoři utajení identity považují za neospravedlnitelné z důvodu nereseriozního chování, což uvedl redaktor B1: „*Já nevím. Já jsem se prostě s takovým případem, abych se dostal do situací, kdy nemůžu prozradit, že jsem X novinář, nedostal. Mně osobně morálně by se přičilo, kdybych z někoho tahal rozumy. Já naopak si stavím na jedné věci. Já strašně vydělávám na oboustranné důvěře, jako redaktor. To znamená, mně se běžně stává, teď mluvím jak o řadových odbornících, protože já většinou pracuju s odborníkama nebo pracuju přímo s politikama nebo ministrama. (...)Když mně řekne, prosím vás to je jen pro vaši informaci, tak potom já bych mohl udělat jedinou věc a to jsem možná udělal, že mu řeknu, nezlobte se, to je tak závažná informace, že to pustit musím. Ale on to ví předem. Za první neshodím zdroj a za druhé, když se s někým domluví, že je to jen mezi náma, tak musím dodržet. Pak přestanu být považovaný za seriózního novináře, když to poruším.*“ Redaktorka B2 poznamenala, že

se setkává s případy, kdy jí jsou informace sdělovány s tím, že je nemá citovat, což také dodržuje: „*Ne, to jsem nikdy nedělala. Určitě je slušné se představit a říct, že potřebujete informaci do novin. To musíte říct. Vždy říkám, že je budu citovat. Někdy se ale stává, že vám řeknou A a řeknou i B, ale to už nechťejí, aby bylo citováno. Má se to v článku objevit, ale ne formou citace. To také dodržuju.*“ Dva redaktoři utajení zdroje naopak nepovažují za ospravedlnitelné. Redaktor B3 z důvodu, že podle jeho názoru se takových metod získávání informací bojí ti, kteří se chovají protiprávně. Uvedl to na příkladu politiků: „*Je. To víte, že je. A to proto, že ta doba není žádná slánka a ta protistrana používá ještě tvrdší metody. Upřímně řečeno a to je skutečně můj názor, já nemám nic proti odposlechům. Když mi někdo bude odposlouchávat telefon, tak se může dozvědět, že já můžu říct o někom, že je to hovado a tak dále. Ale těžko budu říkat, hele Jardo, dej mi dvacet miliónů, já ti něco přihraju. A mně to je úplně lhostejný a jestli se chce někdo podívat do mého konta, tak ať se podívá. Mně to je úplně jedno. Samozřejmě je něco jiného, když vás někdo vydírá. To si myslím, že těžko by mě někdo s mým kontem vydíral. Takže mně tohleto nevadí. Když někdo strašně piští, že nesmí být nikdo a co má jak má, co má manželka a co nemá. To si myslím, že je dost falešný. Já tuhle ochranu nepovažuju za dobrou. Většinou řvou lidi, který mají máslo na hlavě. Já neumím pochopit jednu věc, když někdo během čtyř let ve sněmovně, místo šedesát tisíc krát dvanáct vydělá dvacet miliónů, tak já si myslím, že na to mám právo, kde na to vzal. A když mi řekne, že založil firmu s panem Vomáčkou. Dobře, já mu to neberu. Ale chci vědět, že to není tím, že on zvedl ruku pro zákon a pan Vomáčka mu poslal dvacet miliónů na konto. To si myslím, že ty hodnoty, které platí na západ od Chebu, by měly platit tady taky. Tam, když to nikomu neškodí, nikomu to neubližuje, nikdo tím netrpí, naopak. Funguje to docela dobře a je to určitá pojistka.*“ Editor B5 odpověděl neurčitě, rozhodoval by se v závislosti na konkrétním případě: „*To záleží na případech. Záleží to na tom, čemu se člověk věnuje, co je to za téma. Když jde po skutečné špíně, tak třeba ano. Těžko říct. Ale protože je novinářem, tak by se tak měl prezentovat.*“

V Lidových novinách čtyři redaktoři z pěti připustili, že získávat informace pod utajenou identitou je ospravedlnitelné a to především jen v konkrétních, závažných případech: editor C5 takto sám získal informaci v předchozím zaměstnání: „*V některých kauzách částečně. A já jsem se s tím setkal kdysi dávno jako student, kdy se začaly sem pašovat kazety s Jurským parkem. Dělal jsem o tom velkou reportáž. Tak jako když jsem chtěl doložit, že na té a té tržnici v tom a tom stánku se prodávají pašovaný kazety, tak*

jako jo, šel jsem tam, kamarádka mě přitom vyfotila, já si ji tam šel koupit a samozřejmě jsem při tom neřekl, že jsem redaktor Kinorevue.“ Pro redaktorku C1 je takovou výjimečnou situací prokazování korupce: „Předpokládám, kdybychom chtěli rozkrýt nějaké úplatkářské machinace na radnici. Vystupovat tam jako řadový občan by pravděpodobně do této kategorie spadalo.“ Redaktorka považuje skrytou identitu ospravedlnitelnou u investigativní žurnalistiky: „Já si myslím, že u investigativní novinářiny jo, jinak ne. Jako pokud zjistíte něco, nějaký podvod nebo vystopovat nějakého člověka, vražda, krádež, tak si myslím, že to je v pohodě. Ale pokud jedním s někým, kde nejde o něco takovýho, tak nevím, proč bych to měla tajit.“

Použití firemní či vládní dokumenty bez autorizace

Odpovědi redaktorů Mladé fronty Dnes se opět shodovaly v případě odpovědí na zmíněné situace. Jinak však redaktoři chápou použití vládních dokumentů, což považují za ospravedlnitelné, a použití firemních dokumentů. Firemní dokumenty by použili pouze v případě například korupčního jednání. Deklaruje to výpověď redaktora A3: „Já bych si zjistil, co je to za člověka, který by mi dokumenty dal, proč mi je nosí, jaké v tom má zájmy on. Pokud by šlo o státní záležitosti a měly by delší dosah, tak ano, použít,“ na můj dotaz, co myslí „delším dosahem“, odpověděl: „Cokoliv, kam půjdou prachy.“ Editor A5 ospravedlňuje použití takových materiálů ve veřejném zájmu: „Je to ospravedlnitelné v určitých případech. Pokud se tím sleduje veřejný zájem, tak ano.“ Redaktor A4 použití dokumentů specifikoval: „No záleželo by na případu, ale asi jo, spíš. A zvlášť vláda, když vládá má nějaký dokument, tak to je normální veřejná kontrola. To se nebudu přece ptát, jestli můžu použít informaci. To je jasný. Ale s tou firmou to je něco jinýho. Tam je obchodní tajemství, můžeš je poškodit. Tam by musel být důvod, že ta firma má třeba veřejnou zakázku, s kterou špatně nakládá nebo něco. Něco jinýho je veřejná kontrola, na kterou má veřejnost právo, něco jinýho je šťourat do obchodů, do kterých vám nic není. Třeba taková ta firma, jak přes ní Gross vypral nějaký prachy pravděpodobně, tak tam asi je docela relevantní když se zjistí, že je nějaký dokument, co se s těma prachama stalo. Samozřejmě se to nedává do novin druhý den, musí se to zjišťovat a hledat lidi, který k tomu něco řeknou.“ Redaktorka A2 rozlišuje používání firemních a vládních dokumentů tak, že vládní dokumenty považovávají za veřejné dokumenty: „Firemní a vládní je hloupost. Něco jinýho je firma a něco jinýho je vláda. Vládní jsou veřejný. My si platíme úředníky, takže to je v pořádku. U firem je to problematictější.“ Redaktorka A1 připomněla, že dokumenty

lze použít, ale že by si vyžádala vyjádření: „*Já bych je asi oslovila, aby se k tomu vyjádřili. Záleží na situaci. Kdyby to byla závažná kauza, tak bych je použila.*“ Šéfredaktor Čásenský použití dokumentů bez autorizace také upřesnil: „*To záleží. V opodstatněných případech ano. Typově – vydali jsme tajné policejní dokumenty, které dokazovaly, že spolu byli v běžném telefonickém kontaktu mafiánský kmotr Mrázek s ředitelem Národního bezpečnostního úřadu. Ano, vydali jsme přepisy odposlechů, přestože jsou přísně tajné, protože to má smysl. Je to podle mého nejhlubšího přesvědčení správné zveřejnit, i když je to nelegální. Ale zase se to má dělat v případě, když za tím je něco, co se špatně definuje a člověk proto má mít cit a je to společenský zájem.*“

Pro použití firemních či vládních dokumentů bez autorizace se mezi redaktory Práva vyslovili čtyři respondenti z pěti. Dva redaktoři však rozlišují mezi vládními a firemními dokumenty, vládní by bez autorizace použili. To potvrdila například redaktorka B2: „*U vládních dokumentů nemusím uvádět, že ho mám. To je jistě ospravedlnitelné. Předpokládám, že člověk, který mi tyto dokumenty dá, má s dokumenty něco společného. Pokud se mi dostanou stranické dokumenty, tak si je samozřejmě ověřuju.*“ Redaktor B1 považuje použití takových materiálů za plnění novinářského poslání, které redaktoři věnující se problematičtým tématům, podle jeho názoru, běžně a nutně používají: „*To je něco jiného, trošku. Protože je to dokument. Je to černé na bílém, to prostě je, ano? A opravdu se někdy stane, že já se nějakým způsobem dostanu k dokumentu, ve kterém jsou závažné informace, které objektivně existují. A já, kdybych to nezveřejnil, tak bych prostě neplnil své novinářské poslání. To znamená, já toho dokumentu využiju, ale já nesdělím, kdo mně ho poskytl. Já nevím novinář, který píše také problémové věci, přeci, bez toho by nemohl existovat. To je jeden z podkladů, závažných k práci. Jestli bych byl za to stíhán, to je druhá věc. Jestli by to byl utajený nebo by to měl nějaký stupeň utajení, to už je druhá věc. Ale samozřejmě, že to každý normální novinář využije.*“ Editor B5 potvrdil, že se jedná o důležitý zdroj informací: „*Když se dostanou do redakce? To je kýžený zdroj inspirace.*“

Čtyři redaktoři z Lidových novin (z pěti dotazovaných) považují použití firemních či vládních dokumentů bez autorizace za ospravedlnitelné. Dva redaktoři takové používání materiálů považují za samozřejmé, jedná se dle jejich slova o standardní postup. Redaktorka C1 považuje autorizaci za nepatřičnou u jakýchkoliv

dokumentů: „*To je zajímavá otázka. Zvlášť zajímavá v kontextu autorizace. Já si nemyslím, že nic by nemělo být autorizováno. Autorizace – pokud byste otázku formulovala jinak, tak vám jinak odpovím. Já nemám ráda slovo autorizace, takže autorizaci nepoužívám.*“ a dodala: „*Pokud je člověk novinář, tak by autorizaci neměl použít. Když člověk dělá s někým rozhovor, tak ten rozhovor má nahráný. Člověk ví, že je nahrávaný a co bude nahrané, bude použito pro rozhovor. Je na člověku, aby si uvědomil, co bude říkat. Na to není potřeba vyžadovat autorizaci, protože nahrávka existuje. Snadno dokážete, co ten člověk řekl.*“ Editor C5 považuje používání takových materiálů za obvyklé u policejních a politických kauz: „*Tohle většinou vzniká u nějaké kauzy. V podstatě jsou to dá se říct, případy všech policejních odposlechů, který unikly do médií. To je ono a kolem toho ta diskuse je, jestli to použít nebo ne. Je to tam, kde, pokud zase ta státní instituce mlčí nebo v podstatě ten dokument ji usvědčuje z toho, že něco, co říká je nepravda, tak to je takový řešení jít s tím ven a samozřejmě tady to máme venku, co k tomu říkáte vy.*“

Použit osobní dokumenty, fotografie bez souhlasu majitele

Tak, jako se redaktoři v odpovědích shodovali v případě firemních a vládních dokumentů, tak se neshodovali v hodnocení použití osobních dokumentů. Soukromé fotografie jsou ale redaktory vnímány nejcitlivěji a shodují se na tom, že by je nepoužili, pokud by se jednalo o fotografie veřejně nedostupné nebo pořízené na soukromém pozemku. Jedná-li se o fotografie dostupné na internetu, nepovažují to za problém. Opět také rozlišují mezi veřejně činnými jedinci a občany. Redaktoři vnímají i rozdíl mezi tím, když se jedná o soukromé dokumenty občanů a dokumenty prokazující protiprávní jednání.

V Mladé frontě Dnes redaktor A3 by u veřejných činitelů takové materiály použil: „*To je dost těžké. Do takové situace jsem se nikdy nedostal. S tím bych měl asi docela problém. Neumím si představit, že by mi to k něčemu bylo. Pokud by šlo ale o foto důkaz úplatku, veřejnou sféru, tak ano.*“, což potvrdila i redaktorka A2: „*Ne. Na to je speciální formula, ‚pokud je to ve veřejném zájmu‘. Jinak ne.*“ Redaktorka A1 nedokázala konkrétně odpovědět: „*Je to hrozně těžké. Asi podle situace. Hodnotila bych, zda zveřejnění někomu ublíží nebo ne.*“ Redaktor A4 zdůraznil nevhodné používání fotografií dětí na případě kauzy Kuřim: „*Tak já myslím, že tohle řeší i zákon. Že vlastně ochrana obličeje, člověka se nevztahuje na novinářskou činnost. Tohle se řeší třeba u dětí, třeba v té Kuřimi. Tam s tou Kuřimi se o tom začalo diskutovat. Myslím, že*

i Česká televize, to je zajímavý, přijala potom nějaký pravidla, protože oni toho kluka zveřejňovali a všichni to i tiskli. U nás se to myslím dělalo, já už si to moc nepamatuju, že tam měl aspoň pásku, ale vím, že o tom byly diskuse. Ten trend je posílanej v tom směru, že se moc ukazovat nebudou. Třeba mi v těchle novinách vadilo, že se zveřejnili všichni aktéři, aniž se vědělo, jaký v tom mají podíl. Babička.. to mi přišlo přehnaný. V tomhle tom směru jo.“ Editor A5 zdůraznil, že pokud se jedná o fotky zveřejněná na internetu, není souhlas majitele nutný: „Ne. To se nedělá. Maximálně pokud máte anketu nejlépe platících firem a chcete malé fotky jejich šéfů a najdete je na internetu, tak ano. V drtivé většině mají lidé fotky v našem archivu. Pokud jsou fotky na internetu, tak jsou veřejné a můžeme je také použít.“ Šéfredaktor připustil možnost využití soukromých dokumentů, ale v případech, kdy jejich použití bude schopen obhájit: „U osobních dokumentů máme být ještě o něco citlivější. Dovedu si ale představit případy, kdy zveřejníme fotografii bez souhlasu majitele. Musíme mít proto ale důvod, který jsme schopní čtenářům vysvětlit a který jsme schopní ve veřejné debatě, která po tom může nastat, obhájit. To nejde jen tak si dávat do novin to, na co si člověk vzpomene.“

Redaktoři z Práva se jako jediní z mnou sledovaných redakcí shodli na tom, že použít osobní dokumenty a fotografie bez souhlasu majitele je neospravedlnitelné a oni tak nečiní. Redaktor B3 však sám v konkrétním případě použil fotografii bez souhlasu majitele a dnes by to již nezrealizoval: „Já chápu bulvár. Ale musím se přiznat, kdybych dostal osobně fotku souložícího Paroubka s Petrou Parobkovou nebo Topolánka s Lucií Talmanovou, že bych to asi nepoužil. Já sem se přiznám, že tam někdy dělám pro zábavu takový to čtivo. Jelikož mou druhou profesí je, že spolupracuju s jednou nadací proti domácímu násilí. Takže mám blízko k těm statistikám. Mě to baví. Jednou se psala o svatbách. Blbost, žádná Pulitzerova cena. A dali jsme tam fotku a zrovna se ženil Bohouš Sobotka a my jsme dali fotku z jeho svatby k titulku Takových svateb za sto padesát tisíc a víc už mnoho v České republice nevidíme. Mě pak potkala paní Sobotková a říká, proč jste si mě zrovna vybral, já mám ostudu, ono to tolik nestálo. To je hodná paní, já ji znám, to mi připadalo blbý. Ty lidi nic neudělali, prostě se vzali, měli svatbu na Hluboký, nebyla to žádná přehnaná svatba, kterou dneska lidi na vesnici má tisíce lidí. A nesli to blbě. Je lepší si ty podklady prohlídnout. Takže já bych takový fotky nedal. To je můj osobní názor. Sám bych nebyl nadšeněj.“ Redaktorka B2 se naopak setkává s tím, že politici takové fotografie nabízejí sami, aby byly zveřejněny:

„S tím vůbec nepřijdu do styku. Naopak mi někdy politici volají, že někde byli a fotky mi poskytnou sami.

Já myslím, že se to může použít. Ale dotyčný by měl vědět, že tyto materiály máme. Měl by k tomu vždy aspoň něco říct.“ Výjimku tvoří agenturní fotky, které jsou však k tomuto účelu přímo vytvořeny, editor B5: *„To si myslím, že neděláme. Pokud používáme fotky bez souhlasu, tak to jsou agenturní fotky. Pokud je to akce, kde je 30 000 lidí, tak se 30 000 lidí neptáme. Já bych se jinak dotyčného zeptal, jestli to smíme použít.“*

Redaktoři Lidových novin se v odpovědích na použití osobních dokumentů, fotografií neshodovali. Dva redaktoři to považují za neospravedlnitelné, pokud se jedná o občany, kteří nejsou veřejnými činiteli, což dokazuje odpověď například redaktorky C1: *„Tak já jsem před tento případ nebyla postavená. Předpokládám, že mluvíte o soukromé osobě a ne politikovi. Pokud se jedná o paní Vomáčkovou z Horní Dolní, tak si myslím, že asi ne. Pokud není hlavou nějakého drogového gangu.“* Tři redaktoři považují za zásadní rozdíl mezi používáním fotografií a dokumentů. Fotografie pořízené na veřejném místě je možné používat bez autorizace na fotografiích zachycených osob, to znamená i v případě pohybu na soukromém pozemku, který je možný zachytit z veřejně dostupného místa, což je údajně běžná praktika bulvárních novinářů. Potvrzuje to editor E5: *„Ted' jde o to co. Lze fotit na veřejnosti. Na to je licence. To, že tam vyfotíte milence, to je jejich problém. To je možný. Ted' nevím, jestli myslíte to, že soukromý fotky z alba a dát je do novin bez jeho souhlasu, tak to zas úplně nejde. To už mám pocit zavání minimální krádeží. Novináři na rozdíl třeba od reklamy, v reklamě musíte mít souhlas opravdu jmenovitě každého, kdo na fotce je. Ke každému použití, pro jakou reklamu to máte. Tohle u novin úplně není. Na veřejnosti prostě můžete fotit, to, že se tam někdo nějakým způsobem pohybuje, to je prostě novinová fotka. Tam na to existuje i zpravodajská licence, která tohle povoluje.“*, také dodal: *„Tak v zásadě proti vstupu na cizí pozemek, tak se bránit může, to úplně normální není. Tam je právě v jakém smyslu je to užité. Já se přiznám, že tohle rád nemám. Je to trend bulváru, že fotí tímhle tím způsobem, ale nijak zvlášť to nemiluju.“* Redaktorka C2 považuje za fotografie za citlivé materiály, které by se podle jejího názoru neměly používat: *„Ve fotkách určitě vidím rozdíl, protože je to choulostivější záležitost. V Blesku si třeba myslím, že to vůbec neřeší. Dejme tomu v seriózním tisku, tak by se tohle nemělo vůbec objevovat. A když, tak noviny to přeberou s tím, že uvedou zdroj, například zdroj Blesk. Ale myslím si, že*

by to vůbec nemělo být. Fotky jsou ošemetná záležitost. To už jde do soukromí člověka.” Redaktor C4 zdůraznil oddělení fotografií soukromých od fotografií na veřejných míst. Osobně má zkušenost s tím, že vedení redakce zamítlo zveřejnit soukromé fotografie, které získal a které by on použil: *„To je několik poloh. Jedna poloha je setkání na veřejných místech, tam je to bez problémů. Druhá poloha jsou soukromé materiály, což byl třeba případ ten, o kterém jsme mluvili na začátku. Já jsem prostě získal informaci - zabili toho vojáka v Afghánistánu a já jsem na tom pracoval V pondělí nebo v úterý Blesk zveřejnil jeho fotku a vedení uvažovalo o tom, že ji koupí z Blesku za nějaké peníze. Pak jsme se rozhodli, že ji nekoupíme a já jsem druhý den přinesl jeho fotku. Ale tu jsem získal tak, že jsem si ho našel na spolužácích.cz, nalogoval jsem se jako spolužák, uhádl heslo a tam jsem si to stáhl. Tam už není na mě, jestli se to zveřejní nebo ne. Já jsem udělal svoji práci. Oni se rozhodli, že se nezveřejní. Podle mě je to špatně ale.“* Na můj dotaz, proč vedení redakce fotografii nechtělo zveřejnit, neodpověděl proto, že šlo o soukromý materiál, ale protože se obávali možného porušení autorského práva: *„Protože se bojí toho, že se ozve autor fotky a bude chtít honorář za fotku. Ale pokud ty noviny o to stojí a byly ochotní zaplatit 7 000 Kč za fotku Blesku, tak kdyby autorský honorář byl 10 000 Kč, tak jsou na tom líp. Ale stejně se nikdo neozval. Nakonec to o dva dny později vyšlo, protože bylo jiné vedení. Nechali si to zpracovat právním oddělním, jestli to můžou použít a právní oddělení řeklo, že ano. Nechápu, proč to rovnou neudělali první den.“* Tento redaktor nepociťuje problém se získáváním a zveřejňováním fotografií, které jsou dostupné na internetu, byť po neoprávněném přihlášení do diskuzních a jiných skupin pro omezenou skupinu jedinců. Rozdíl ale vnímá v situaci, kdy už je identita jedince zveřejněna a on by tak nebyl první, kdo by porušil právo na soukromí. V konkrétním případě zabitého vojáka v Afghánistánu redaktor C4 zdůrazňoval, že identita vojáka již známa byla: *„Co, jméno? Kdyby záleželo na mě, tak bych to nezveřejnil. Z jednoho jediného důvodu. Já jsem postižený tím, co dělám. Píšu o policii deset let. Zním spoustu lidí, o kterých ani jejich sousedi neví, co dělají. Jsou to prostě speciálové. Je to nebezpečné. Pak si nějaký zločinec může uvědomit, že se s ním někdy bavil a může zpětně do minulosti rozmotávat nitky, co se kolem něj dělo a tak.*

Pokud někdo dává fotky na komunitní síť, jejíž heslo lze snadno prolomit nebo získat, tak musí počítat s tím, že to může získat nepovolaná osoba. Já jsem kvůli tomu dneska vystupoval právě na Nově. Točili o tom, že za Štěrbou chodili lidé...on dnes dělá na Útvaru pro odhalování organizovaného zločinu na Odboru zločineckých struktur,

což je asi nejutajenější, velmi sofistikovaný oddíl, který bojuje proti mafii na českém území nebo ruském, balkánském, kdekoliv. A tam je člověk, který si tam dá celou adresu bydliště, fotky dětí a tak. To si koleduje o to, aby mu ty děti někdo unesl. Tak jsem to říkal řediteli ÚOZ. Volal jsem mu - Robertovi Šlechtovi a říkam, jestli si nedělají srandu. Policajti nepřemýšlí, někteří fakt nepřemýšlí. Dneska jsme točili jednoho a ten má na webu 41 fotek včetně svého baráku. Když mu zavolali z Novy, tak řekl, že na spolužácích nemají co dělat. Ale tak to prostě není, jako.“ K problematice zveřejňování identit osob na internetu dodal, že to považuje za velký problém u zaměstnanců policejních složek: „Zvlášť, když si tam dají jméno třídní učitelky. To se dá všechno najít. Napíšou tam: ‚jméno češtinářky, začíná to na V a končí na OVÁ.‘ Když člověk projde stránky školy, tak to najde. Když si to tam dá prodavač elektra, tak je to jedno. Ale pokud si to tam dávají lidé, kteří mají bojovat proti mafii, tak je to prostě skandál. S tím jsem měl taky problém. Po mně chtěli, abych to napsal. Já jsem řekl, že to psát nebudu, protože tím odhalíme svůj postup, jak pracujeme. Svoje know-how.“

Platit osobám za poskytnutí informací

Na tento výrok reagovali kromě jedné výjimky (editor A5) všichni redaktoři totožně. Platit za informace je pro ně obecně neospravedlnitelné. Nejde o běžný postup. Redaktoři však připustili výjimky, kdy takovou možnost nevyklučují a nepovažují ji za neospravedlnitelnou.

Pět ze šesti dotázaných redaktorů Mladé fronty Dnes se shodlo v jasné neospravedlnitelnosti placení osobám za poskytnutí informací. Výjimkou byl editor A5: „Těžko říct. Čistě z mého hlediska, mluvím teď ale sám za sebe, proč ne? Pokud vy informaci potřebujete a konkrétní člověk ji má, tak proč mu nezaplatit.“ Redaktor A3 reagoval: „Tuhle položku nemám v rozpočtu. To je hloupost. To dělá bulvár.“, obdobně reagovala i redaktorka A1. Redaktor A4 to považuje za nepřipustné: „Já jsem se s tím nikdy nesetkal a myslím, že se to nedělá. Rozhodně ne. To když takhle někdo obchoduje s informacema, to mi přijde už za hranicí.“ Podle redaktorky A2 je to také neospravedlnitelné, ale připustila, že někteří novináři toto mohou praktikovat po dohodě s vedením: „Ne. Nevím o tom. Ale ono se o tom asi moc nemluví. V kriminálních kauzách k tomu může docházet, ale o tom by vědělo vedení.“ Šéfredaktor reagoval jasně: „Ne. Respektive my to neděláme.“

Všichni redaktoři Práva se shodli, že platit za informace je neospravedlnitelné. Redaktor B3 k tomu dodal, že naopak v některých případech by měl platit informátor:

„Já bych nedal nic. Bohužel v Česku víme, kdo je celebrita. Celebrity jsou většinou vymaštěnci, kerý si dokážou buď zaplatit PR nebo v rámci masový kultury dojem, že jsou důležitý. Ještě k tomu platit třeba Agátě Hanychový, já proti ní osobně nic nemám, někde mi bude pozovat a já ji za to budu platit? To mi přijde stupidní. To spíš oni by měli platit.“

Pouze redaktorka B4 se ve své novinářské praxi setkala s tím, že by se za informaci redakcí platilo. Jednalo se o: *„Ne, ne, ne. S tím jsem se ještě nesetkala. Vlastně jednou, ale to je výjimka. To byl ten, jak umřel, který pašoval drogy v Thajsku a pak tu přednášel na školách. Úplně první pašerák, už umřel na AIDS. Ten chtěl za rozhovor zaplatit. My mu skutečně zaplatili, ale jen proto, že byl skutečně ve špatném zdravotním stavu a tím si vydělával.“*

Redaktoři Lidových se shodli na neospravedlnitelnosti placení subjektům za poskytnutí informací. Tři redaktoři vyslovili jednoznačné ne. Redaktor C4 v této souvislosti zmínil údajné praktiky televize Nova: *„To nevím. Nedokážu na to odpovědět. Vím, že někteří lidé to používají například je to známé o Nově, že platí informátorům nebo třeba jim neplatí, ale dávají jim telefony s kreditem, aby jim volali.“* Redaktorka C2 poukázala na fakt, že jsou případy, kdy zdroj sám požaduje odměnu za poskytnutí informace: *„Ne. Spolužák potřeboval nějakou informaci a ten pán si za to řekl nějakou sumu. Řekl, že za to chce nějaký peníze a on mu řekl, že tohle se nedělá, že média nejsou od toho, aby někomu platila za informace, že slouží lidu. Takže použil někoho jinýho, ale hrozně mě to pobavilo. Ale možná si to myslí víc lidí, protože už se mě na to někdo ptal, jestli platím.“*

Přijímat dary (finanční, věcné) od subjektů, které mají zájem o dobrý vztah s médií

Redaktoři Mladé fronty Dnes, kteří se zúčastnili mého výzkumu, se opět shodli ve svých odpovědích. Pouze šéfredaktor nepovažuje vhodné přijímat jakékoliv dary, ale sám také hned potvrdil, že ve vánočním období je obdarováván například lahvemi vína, které nevrací: *„Já si myslím, že se to nemá dělat. Já k tomu mám mimořádně vyhraněný postoj. Nejezdím na zápasy české reprezentace na mistrovství světa, i když dostávám pozvánky. Nejezdím do Karlových Varů na festival, i když mě každý rok pozvou. Prostě to nedělám. Možná je to až zbytečné, ale díky tomu mám dobrý pocit, že mi nikdy nikdo nemůže nic vyčíst, což je fajn. Ale podle mého to musí člověk zvážit. U hodnotných darů nebo u těch, co jsem právě popisoval, je ta hranice jasná, že to nejde.“*

U malého daru má člověk zvážit vhodnost odmítnutí nebo ne. Dovedu si představit, když máte schůzku s člověkem, který vám dá svou knihu, monografii a vy ho urazíte tím, když tu knížku odmítnete. Ale aby si někdo myslel, že si vás koupí svou publikací je hloupost. Tam jde o to, mít cit pro slušné fungování. Nicméně si myslím, že přijímat jakékoliv dary, které by mohly působit zavazujícím dojmem, je absolutně nepřijatelné,“ a „Jediný dobrý zvyk, který mi přijde je, že o Vánocích chodí láhve vína. A to přiznávám, že je zpátky neposílám. Ale na druhou stranu, ono jich vždycky přijde tolik, že nevím, od koho je která. Část z nich vypiju a zbytek rozdám.“ Ostatní redaktoři citovali hranici 500 Kč, kterou jim etický kodex povoluje. Dary v hodnotě do 500 Kč si mohou redaktoři ponechat, nad 500 Kč by měli dar zdvořile odmítnout a pokud je odmítnutí daru nevhodné, měli by upozornit darujícího, že dar půjde na charitativní účely. Dokazují to například výpovědi editora A5: „Do 500 Kč je to ok, nad 500 Kč jdou na charitativní akci (pokud není vhodný dar odmítnout),“ redaktorky A1: „Do 500 Kč je to v pohodě, máme to v kodexu. Ty malé nevadí. Ekonomům chodí velké dary. Nedávno jsem byla na press tripu, ale podepsali jsme papír, že mi nebudou nic diktovat. Mohla jsem si článek napsat svobodně,“ také redaktora A4: „My máme, to můžu říct přesně, my máme hranici pět set korun, myslím.“ A dodal: „A když je to výš, tak se to řekně tomu člověku, že to buď odmítneme nebo to dáme na charitu jako, aby on o tom věděl. Pak se to nosí zpátky k jedné sekretářce, která to dává, prostě to jde na nějaký účet, Kapka naděje nebo něco. Stane se třeba, že na Vánoce jsem dostal od T-mobilu víno, tak jsem si ho našel a stálo 455, a tak jsem si ho nechal.“ Redaktor také dodal, že například láhve vína neodmítá: „Když přijde před Vánocema flaška, tak ji nevyhodíte. Jména firem nesleduju, záleží, co je uvnitř. Už toho ale tolik nechodí asi, jako to bývalo dřív.“ Redaktor A4 uvedl případ, kdy na základě zjištění, že obdržený dar stojí nad 500 Kč, byl dar vrácen: „Já nevím, jestli to dělají takhle všichni, ale vím, že to kolegové řeší. Třeba v příloze Bydlení dostali nějaký sadu nějakých mopů nebo něco takovýho a zjistili, že je to od nějaký velký firmy, ale dívali se na internet a zjistili, že to stojí 1200, tak to prostě vrátili. Tohle si myslím, že tam hodně lidí dodržuje.“

Pro redaktoři Práva je ospravedlnitelné přijímat pozornosti na tiskových konferencích, což dokazuje výpověď redaktora B1: „Pokud by to bylo dar, který by přesáhl nějakou rozumnou hranici, tak bych ho asi nepřijal, abych se neváhal. Ale samozřejmě není žádným tajemstvím, že třeba na tiskových konferencích nám dají třeba tužku, blok a někdy dokonce i diář a takové věci a to si bez skrupulí si z té tiskovky

odnesu,“ stejně shovívavě redaktoři přistupovali k dárkům ve vánočním období. Láhve vína, hrníčky, pozvání na večeři, to je pro redaktory Práva v pořádku. Dva redaktoři uvedli i finanční hranici, do které je pro ně dar v pořádku a nezavazující. Pro redaktora B3 je to hranice 1000 Kč: „To se všeobecně nedá. Já nejsem ctnostný člověk. Někdy je večírek, někdy se s někým setkáte a vypijete flašku whiskey, kterou neplatíte, tak to já nepovažuji do kolika, do tisíce korun, tak to nepovažuji za střet. Ale chodit si někde k politikovi pro obálky. To je přesně to, co by si měli lidé vyřešit sami, to vám nevyřeší kodex. Co vám za to nestojí. Ten pocit nesvobody, to by musela být částka.“, pro redaktora B3 je hranicí 3000 Kč: „No kdyby mi třeba dali dar, který by přesahoval hodnotu dvou, tři tisíc korun, tak v tom případě je to už něco víc. Byl krásný dar k novému roku nebo k Vánocům. Já nedokážu odvodit, jestli ta psací souprava Parker, kterou my všichni, co přijdeme na novoroční setkání, vánoční setkání s nějakou firmou nebo společností, stojí pět set korun nebo sto padesát nebo tisíc. Ale kdyby to bylo evidentně dražší, tak už je to úplatek, samozřejmě. A za druhé, totéž se týká třeba zahraničních cest. Protože my jsme často zvaní na zahraniční cesty. Ale já si vždycky musím zvážit jednu věc, zda mě ta zahraniční cesta sváže s tím, že pak o tom budu muset pozitivně psát. O tom daném, kdo mi tu cestu zaplatil. Pokud ne, tak proč bych nejel, tak jedu. Kdyby jo, tak ty cesty odmítám. Tak to platí pro naši redakci obecně. Prostě vážíme, jestli ta cesta by v tomto smyslu stála za to. Jinak jezdíme poměrně často, ale nsvazuje nás to novinářsky.“ Pouze redaktorka B4 připustila, že veškeré dary novináře ovlivňují, ať už si to uvědomuje či ne: „Samozřejmě, že to ovlivňuje novináře. Určitě ano. Já jsem předtím dělala v dámském časopise a samozřejmě se to psalo lépe, když měl člověk tyto výrobky doma a i to cítil tak, že vyhoví. Samozřejmě, že to ovlivňuje,“ zároveň však dodala, že nejdůležitější je osobnost novináře a jeho schopnost těmto zavazujícím pocitům vyplývajících z darů čelit. Nepovažuje za vhodné, aby novináři využívali mobilní telefony dodaných konkrétními společnostmi: „Já si myslím, že záleží na osobnosti novináře. Opravdu člověk, který to má zformulovaný, může přijmout větší dar a nemusí být zavázaný. Co se týká kosmetiky, tak je to konkurenční boj určitých značek. Nepřipadá mi takový průšvih, že tam bude vidět více jedna než druhá značka. V politických věcech to vnímám velice problematicky nebo jak jste naznačila v mobilech a hospodářských věcech. To si myslím, že problematický je. A myslím si, že už jen proto, aby novinář nemohl být napdanutelný, tak by to měl velice odlišit. Myslím si, že úroveň společenských styků je omluvitelná, protože novinář se musí umět orientovat ve spoustě prostředí, i v těch, s kterými například nesouhlasí. Ale větší dary, mobilní telefony, to už

je trochu zavádějící. Nemyslím si, že novináři mají tak špatný platy, aby se museli nechat takto sponzorovat.“

Přijímat dary je pro redaktory Lidových novin ospravedlnitelné, pokud jde o pozornosti v rámci tiskových konferencí či období Vánoc. Hranice, co považují jednotliví redaktoři za pozornost, je však pro každého z nich odlišná. Zajímavou odpověď mi poskytl redaktor C3, pro kterého jako jediného redaktora z Lidových novin, není ospravedlnitelné dary přijímat. Na mou otázku, zda již nějaký dar přijal, však odpověděl: „*Jasně.*“ Darem, který by však překorčil jeho osobní hranici, by byla finanční hotovost. Pro redaktorku C1 je hranicí přijatelného dárku hodnota 50 Eur: „*To je dobrá otázka. V etickém kodexu, podle kterého se řídím já, jsou dary vhodné do určité výše, asi do 50 Euro. Případně, když jdete s někým na kafe, tak asi 10-15 Euro. Maximálně na kafe či malý oběd.*“ Pro redaktora C4 je problematické rozlišit hranici, co je ještě eticky přijatelné a co nikoliv. Uvedl to na příkladu placených večeří v drahých restauracích: „*Příznivě. Ne, otázkou je, co je považováno za dary. Je tam stanovena nějaká výše? Byla by večeře v Ambiente Braziliéro nebo v Allegru, kde stojí polévka 500 korun a hlavní chod 3000 Kč dárek, který se má hlásit? Nevím, jestli je to ospravedlnitelné, ale před Vánoci jsou ekonomické redakce zahlceny dárky, které nejsou malé hodnoty, to jsou třeba mobilní telefony. Nevím. Loni třeba kolega dostal autíčko na dálkové ovládání, byl jsem na večíрку Coca-Coly, protože v ekonomické redakci zbyla vstupenka, tak jsem tam šel a dárek byl vrtulník na dálkové ovládání. Já s oblibou říkám, že když jdu za svými policajty, tak i to kafe si musím tam přinést. Což je samozřejmě nadsazené, ale svého času to tak bylo.*“ Osobně žádný dar ještě neodmítl: „*Já jsem se zatím neseťkal s tím, že bych musel něco odmítnout.*“ Podle editora C5 však pozornosti, které běžně redaktoři přijímají v rámci tiskových konferencí nemají vliv na obsah deníku: „*To je otázka, kterou občas řeším. Pravda, že já s nikým nekomunikuju na základě toho, že mi ten dar dá. Na druhou stranu zrovna včera byla tiskovka O2 o volání zdarma, tak ano každý, kdo odcházel dostal igelitku, v té igelitce byl balíček a když jsem to otevřel, tak tam byl malý dalekohled. Takže ano, já jsem si ji vzal. Ale neovlivnilo to poznámku, která je dnes v Lidovkách, tka není vůči tomu O2 nijak zvlášť přívětivá. Neovlivnilo to co píšeme. Tyhle pozornosti rozdávají a popravdě se jim nebráním.*“ Osobní hranice pro přijetí darů zhodnotil i editor C5: „*Já mám pocit, že odmítat všechno. Pokud je to nějaká pozornost u tiskovek, tak to většinou není žádná drahá věc a přeci jenom ji dostávají všichni, takže to se přijmout dá. Pokud, což se týká*

mě, protože dělám manažerské profily, píšu profily manažerů, tak před Vánoci mám nejmíc flašek, protože ti manažeři mi tu flašku vždycky pošlou. Většinou se o to nějakým způsobem podělím, rozdělím, ale přiznám se, neposílám jim ty flašky nazpátek. A to už je všechno za články, který už byly dávno napsaný. Jinak tady u té rubriky Hi-tech., tak se setkáváme, ale řekněme jsme ochotni si půjčit přístroj na testování, ale vrátíme. Přijmout, to už bych odmítl, to myslím, že už je za hranicí.“

Zajímavým výsledkem rozhovorů na téma přijímání či nepřijímání darů je fakt, že novináři nevnímají ovlivnění těmito dary. Podle mého názoru však tuto problematiku hodnotí pouze z krátkodobého hlediska. Konkrétní dárek neovlivní jeden konkrétní článek. Myslím si, že ale z hlediska dlouhodobého budování vztahů subjektů s novináři může být objektivita podávaných informací zkreslena. To však může potvrdit či naopak vyvrátit jen průzkum, který se této problematice bude věnovat.

Uveřnit informace, které jsou zajímavé pro čtenáře i přes fakt, že se porušuje právo na soukromí (zveřejňování obětí trestného činu, nedodržování presumpce nevinny)

Tento výrok byl pro zpovídané redaktory problematický. V Mladé frontě Dnes opět rozlišovali občany od veřejně činných osob, což dokazuje odpověď redaktora A4: *„Tohle je jiný u normálních lidí a veřejně činných,“* a doplnil: *„Tam ta hranice soukromí, když to souvisí s jeho rozhodováním a jeho veřejnou funkcí, tak je to jasný. Pak samozřejmě u trestných činnů se to musí zvážit. To je třeba u těch dětí, identita se nezveřejňuje, když se někdo přizná, že zneužíval děti, tak to není důvod tajit. Nebo když s tím člověkem bude soud, to se napíše taky.“* Redaktor A3 potvrdil jiné posuzování soukromí politika a občanů: *„Vždycky se posuzuje, jak moc je ten člověk vysoko postavený, jaké má pravomoce. Jinak se díváte na politika a jinak na ‚obyčejného‘ člověka. Na politika jsme nejtvrďší. Pokud bych měl pochybnosti, tak od toho máme právníka. Určitě nenapišíme zprávu, že primář litoměřické nemocnice je podezřelý z obtěžování pacientů na pediatrii. To určitě takhle nepoužijeme,“* podle něj to však není ospravedlnitelné. Podle redaktorky A1 je takové zveřejnění závislé na každém konkrétním případě: *„Je to strašně individuální. My máme ošetřené, že by se to nemělo,“* jako příklad, kdy to není ospravedlnitelné, uvedla: *„U dětí ne. Tam za žádnou cenu.“* Uveřejnění takových informací redaktorka A2 považuje možné pouze po dohodě s vedením, osobně tomu nakloněna není: *„Stává se to. Většinou, když se něco takového děje, tak se to řeší se šéfama. Co uveřejníme a co ne. Není to automatický. Já osobně to*

nemám ráda. Každopádně to nezáleží na jednotlivci. Vždy to musí v souladu s redakcí a jejím postojem. Nemůžu si rozhodnout, že je zveřejním.“ Editor A5 to také považuje za neospravedlnitelné: *„Dít se to nemá. Doufám, že se to neděje. U nás ne. V seriózních denících se mezi obviněným a obžalovaným rozlišuje. Problém je v tom, jak média fungují. Informace o údajném zneužívání je průraznější než informace o nezneužívání. Rozhodně se to nikdy nedostane do rovnováhy, to nejde. Minimálně se informace o nevině má objevit na obdobném místě, kde se objevil článek o podezření. Naivní by bylo si myslet, že se tyto informace rovnají.“* Šéfredaktor připustil redakční chybu v případě psychologa hradní stráže, který byl podezřelý ze zneužívání vojáků, ale byl zproštěn viny. Medializace případu však byla taková, že já jsem například považovala tohoto psychologa za vinného. Čásenský na toto reagoval: *„Psycholog hradní stráže byl jeden z našich omylů, jestli si to dobře pamatuju.“* A pokračoval: *„Právě ty pravidla, které máme, mají zabránit tomu, abychom se dopouštěli takových případů. Samozřejmě, že se to tu a tam stát může. Důkazy mohou vypadat nezvratně. Něco jiného je, když se člověk přizná. Když se člověk přizná k vraždě, tak si myslím, že se to o něm dá do novin napsat. Nepovažuju za problematické, když se v titulku označí za vraha. On to o sobě říká. Když je člověk obviněný, tak se to dělat nemá. Jak jste říkala, informace, které můžou být pro čtenáře zajímavé a zároveň porušují právo na soukromí, to se také dělat nemá. Prostě se nemají zveřejňovat. Je velká otázka, na kolik jsou tyto informace pro čtenáře skutečně zajímavé? Kdybych vás teď uškrtil, tak to bude celkem zajímavý případ. Ale je podstatné pro lidi, kteří vás neznají, zda jste Irena F. nebo Irena Fousková? Když půjdu uškrtil sekretářku, asi se o tom někde napíše, ale není podstatné pro ten případ její jméno. Čtenářům nebude chybět. Vy ji můžete popsat jinak, abyste ji přiblížila čtenářům. Napíšete, že to byla šestadvacetiletá blondýna.“* Na mou námitku, že popisy osob v denících jsou takové, že okolí nemá problém rozklíčovat, o koho se jedná bez toho, že by média zveřejňovala celé jméno a příjmení, řekl: *„Ano, to je ale něco jiného. To, že se to lidi, které toho člověka znají, domyslí. To je v pořádku. Ať si to domyslí. Vy máte toho člověka nějak přiblížit. Často to ničemu nepomáhá, že zveřejníte jméno. Když napíšete o tom, že obětí teroristů v Egyptě se stal šestadvacetiletý mechanik Leoš F. nebo šestadvacetiletý mechanik Leoš Fiala, tak to kromě rodiny a pár známých toho člověka, neřekne nikomu nic. Té rodině, když zveřejníte jeho jméno, můžete způsobit nějakou újmu. Neříkám, že musíte, ale můžete. Existují obrácené případy. Kdyby u nás byl obdobný teroristický útok jako v Londýně. Úplně chápu, proč britské noviny tiskly portréty všech obětí včetně jmen. Ten čin je sám o sobě strašný a tím, že noviny udělají*

toto sdělují veřejnosti, že nešlo o anonymní oběti, nejde o čísla. Jsou to konkrétní lidé a má to společenskou funkci v nahlížení na teroristické útoky, na radikální islamismus, a tak dále. Nikdy neexistuje pravidlo, které se dá aplikovat stoprocentně na všechno. Nicméně obecně platí, proč někomu ničit život, když to není potřeba.“

Redaktoři Práva se v názorech na uveřejnění lákavých informací pro čtenáře, ale s porušením práva na soukromí, neshodli (stejně, jako v redakcích Mladé fronty Dnes a Lidových novin). Pouze jedna redaktorka takové informace považuje za nepřípustné. Dva redaktoři považují za ospravedlnitelné použít takové informace u veřejně známých osobností (politici, celebrity) či v případě, kdy jsou o vinně jedince přesvědčeni, ať už o tom rozhodl soud nebo ne. Dokazuje to odpověď redaktorky B4, která poukázala na údajnou nedokonalost českých zákonů, které zveřejňování takových informací ospravedlňují: *„To je těžké. Samozřejmě jako titulek je mnohem zajímavější, že to spáchal než, že je nevinný. Samozřejmě, že by se měla ctít presumpce neviny. Na druhou stranu je mnoho případů, kdy evidentně vinný člověk byl zbaven viny soudem díky nedokonalosti našich zákonů. Já si myslím, že na druhou stranu mohou média vytvářet tlak i v tomto smyslu a není to špatně. Je třeba rozlišit případy, kdy dejme tomu psycholog, já jsem tento případ moc nesledovala, se z toho chudák zhroutil, to je sice špatně, ale jsou tady jiný, například ekonomické kauzy a ti lidé se z toho vyvlíknou a je dobře, že třeba média to formulovaly tak, že to udělal. Je to těžko rozlišitelné. Ale je to případ od případu.“* Redaktor B3 by také neměl problém s uveřejněním v případech, kdy je o vinně osob on sám přesvědčen: *„Když bych třeba věděl, že ten člověk je vinnej. Uvedu příklad, neváhal bych zveřejnit fotografie Krejčíře, protože to si fakt myslím, že je xxx. Ikdyž na to nejsou doklady. Nebo když víte o nějakém politikovi, že bere prachy, tak to bych neváhal ani vteřinu, ale musel bych o tom být přesvědčený.“* Touto výpovědí se tak redaktoři povyšují nad českou legislativu. Jejich osobní přesvědčení tak ovlivňuje desetitisíce čtenářů. Objektivita informací není z mého pohledu vždy zachována.

Zajímavostí byla shoda odpovědí editora B5 a již zmíněné redaktorky B4 na záměrné věnování tiskového prostoru negativním informacím (obvinění, podezření z trestného činu) před pozitivními informacemi (zproštění viny, zastavení trestního řízení) editor B5 řekl: *„Když je někdo napaden neprávem, tak nedostane prostor tak velký, jako když byl napadnutý. To se děje v mnoha médiích. Podotýkám, že u nás k tomu tolik nedochází. Někdy rozhodně někoho napadl a bylo to na titulních stranách a*

po půl roce vyšetřování se zjistilo, že to bylo naprosto neprávem. Mít k tomu dva řádky uprostřed deníku, to bych se asi zlobil. Společnost je taková, že vyžaduje tento typ informací, protože kdyby si to nevyžadovala, tak si ty noviny nebudou kupovat.“, zároveň však zdůraznil, že podle jeho názoru se to v deníku Práva příliš nevyskytuje: „Tak to je asi problém. My v novinách to nějak dodržujeme. Vy jste čtenářka, jaký z toho máte pocit? To je problém bulvárních deníků.“ Redaktor B1 se osobně s uveřejňováním takových informací neztotožňuje. Uvedl také konkrétní příklad pochybení médií v kauze Kulínského, která byla z jeho pohledu v médiích prezentována tak, že povědomí o Kulínském zůstane jako o Kulínském-pedofilovi, což způsobila jen komunikace médií: „Já mám to štěstí, že to nedělám. Ale to mně na novinách svým způsobem velmi vadí. Já chápu, když je někdo významná osobnost a dostane se k soudnímu řízení, že je potřeba nějakým způsobem o tom informovat. Protože politik nebo takzvaná celebrita je trošku jiná kategorie než úplně běžný občan. Ale jestli můžu uvést, co mě jenom napadlo, protože dnes v Hradci Králové pokračuje nebo už vrcholí proces s Kulínským, konečně se dostává po těch letech k závěru. Mně velice vadí, že ať už se to jeví jakkoliv a na jak se na to dívá nebo na to, co se tam probírá kdokoliv, tak bohužel se už stal synonymem pro pedofila, ano? Ale nic se mu ještě stoprocentně neprokázalo. Toto považuju za skandální a toto považuju za nechutné. Já můžu napsat, že je podezřelý ve vážné věci, ale já těžko můžu psát, ho odsuzovat předem. Takže vždycky by se to mělo napsat způsobem, je podezřelý, je podezříván a tak dál.“

Redaktoři Lidových novin se také neshodli v názorech na uveřejňování informací, které porušují právo na soukromí. Tři redaktoři souhlasili s tím, že použití takových informací není ospravedlnitelné. Dokazuje to odpověď redaktorky C1: „Já si myslím, že právo na soukromí by mělo být dodržováno, to rozhodně. Vy jste zmiňovala nedodržování presumpce nevinny. Já nevím, jestli podle vás do toho spadá i to, že je někdo zatčen s podezřením na to a to a napíšete se o tom článek. Protože si myslím, že je to férová informace.“ Redaktorka C2 připomněla, že by záleželo na šéfredaktorovi: „Taky si myslím, že to není ospravedlnitelný. Je otázka, jestli za každou cenu budete donucená.“ A dodala: „To záleží na tom, o co by šlo. Myslím, že jsem člověk fakt rival, že bych řekla, že asi ne. Kdyby to bylo jenom zajímavý pro čtenáře, že by to byl bulvár, to bych asi řekla, že to nenapišu. To by ale záleželo na tom, co s tím udělá šéfredaktor.“ Editor C5 uvedl na případu Kulínského procesu pochybení ze stran Radiožurnálu, což on považuje za nepřijatelné: „No ospravedlnitelný to není, ono to není dobře.

Mimochodem povedlo se to minulý týden Radiožurnálu ve středu, když vysílali přímý přenos z Kulínského procesu, tak místo slov dnes si pan Kulínský vyslechne rozsudek, tak vysloveně řekli, ještě než to padlo, že si pan Kulínský vyslechne trest. To se prostě povedlo Radiožurnálu, to je musím naprášit. To je prostě profesní chyba. Stejně jako byla profesní chyba případ zveřejňování fotek malého Ondřeje. To je profesní chyba.“

Redaktor C4 však tvrdil, že dodržování presumpce nevinny je obtížné: „*Nevím. Presumpce nevinny se dodržuje těžko. V redakci je nastavený systém, že se buď nezveřejňují jména dokud není člověk odsouzený, nebo se zveřejňuje křestní jméno s iniciálou příjmení. A co se týká obětí trestného činu, většinou se nezveřejňují, alespoň v normálních novinách. Ale případ z poslední doby je Irena Neffová.“*

Dále jsem zkoumala, **zda by redaktoři opustili redakci v případě, že by se jejich názory výrazně odlišovaly od názorů, ideologie redakce.** Vyjádření redaktorů se shodovaly napříč redakcemi. V případě, kdy by se jejich postoje výrazně a dlouhodobě odlišovaly od postojů redakce, opustili by ji. To potvrzuje například odpověď redaktora A3, který by z těchto důvodů nešel pracovat do redakce Práva: „*Určitě. Kdyby úplně obrátili názory. Proto bych nikdy třeba nešel do Práva nebo tak.“*

Čtyři redaktoři s takovým rozhodováním měli vlastní zkušenost. Redaktorovo rozhodnutí o opuštění redakce bylo podpořeno právě tím, že se názorově s redakcí neshodl: „*Proč ne? Já už jsem na okraji takové situace byl.“* a dodal: „*Rozhodl, ale z jiných důvodů. Ale tohle byla jedna z posledních kapek. Když mi řekli, že mám napsat něco, co si myslím, že to, co chtějí, není pravda, že se tím zákonem nezmění to, co si oni myslí. Proč budeme těm lidem, kteří se v tom nevyznají, lhát?“* Redaktorka B4 opustila z těchto důvodů Mladou frontu Dnes: „*Já jsem to udělala v případě Mladé fronty, takže ano.“* Redakci z těchto důvodů již opustila i redaktorka B2: „*To už se mi stalo. Pro mě je nepřípustné, aby za mnou někdo přišel a řekl, že článek má vyznít opačně. To nelze. Zpravodajství je zpravodajství a ne komentář. Musíte se odprostit i od svých osobních názorů. Kolikrát je tisková konference, mluví se o více věcech a každý novinář si z toho vybere něco jiného. Nicméně ta informace tam musí zaznít, nesmíte si to vymyslet. Někdy se stane, že si říkám, na jaké konferenci jsem byla, když se neshodujeme v interpretaci.“* Editor C5 z těchto důvodů opustil odborný týdeník: „*Už jsem to jednou udělal. Udělal jsem to v tom odborném týdeníku, tak tam jsem to provedl. V Lidovkách jsem k tomu zatím neměl důvod. Dělán to nerad. V tom týdeníku, kde jsem pracoval, tak jsem tam byl relativně dlouho. Nestřídám místa často. Ale je pravda, že speciálně kvůli*

tomu, že jsem nesouhlasil s vydavatelem, tak jsem odešel. Respektive s novým. On to koupil nový vydavatel a já jsem nesouhlasil s politikou, jakou cestu zvolil a dal jsem výpověď. Takže ano, asi bych odešel. Ale je pravda, že v Lidovkách jsme zatím k tomu důvod neměl.“

Šéfredaktorovi Mladé fronty Dnes jsem použila upravenou verzi dotazu – zda by vedl noviny, které by mu nevyhovovaly, protože existují lidé, kteří jsou ve vedení firmy i přes to, že s danou společností nejsou ztotožnění. Reakce Čásenského mě však nepřekvapila: *„Nikdy bych nic takového nedělal. A obráceně, já bych nedělal věci, o kterých si myslím, že jsou špatně nebo pro mě nepřijatelné. Zároveň, jestli se ptáte z druhé strany: „Ano, jsem zamilovaný do Mladé fronty.“ Pro mě tato otázka neexistuje.“*

Z odpovědí redaktorů jasně vyplývá, že otázka svobodných názorů a práce v prostředí redakce, jejíž názory a hodnoty jsou pro ně přijatelné, je rozhodující.

V Úvodu jsem uvedla, že ve výzkumu bych také chtěla zjistit, **zda by si redaktori uměli představit, že by pracovali v takzvaném ideálním pracovním prostředí bez aspektů autoregulace, což jsem uvedla na jednoduchém příkladu, psát si o čem chcete, kdy chcete a ve znění, které vy považujete za vhodné.** Na tuto otázku jsem získala odpovědi od čtrnácti dotazovaných, z nich se všichni shodli na tom, že autoregulace je nutná a redakční prostředí bez projevů autoregulace není považováno za ideální. Považuji to za pozitivní zjištění a důkaz, že novináři v mém výzkumu si uvědomují prospěšnost autoregulace. Dokazují to na příklad odpovědi redaktorky A2: *„A ani o tom nesním. Myslím, že žádný dobrý novinář o tom nesní. Novinář není grafoman, který potřebuje dávat někam texty. Vždycky je dobrý, když to čte někdo jiný a když se o tom baví. Potom ten text může za něco stát. Je to řemeslo a ne umělecký volný styl.“*, editora A5, který poukázal na osobní rovinu autoregulace, která by zastoupila funkci autoregulace prostřednictvím etického kodexu, který je v Mladé frontě Dnes využíván: *„Nevnímám žádné tlaky. Podle mě by práce fungovala i bez etického kodexu. Lidé snad tuší, že pokud budou přijímat dary a o daný firmě budou psát jen pozitivně, nebudou mít za chvíli co psát a profesně se znemožní.“* Aspekt osobní autoregulace zmínila i redaktorka B4: *„Já si myslím, že jsou důležité. Já si myslím, protože jsem zdůraznila tu větší svobodu, že bych se dokázala samoregulovat.“*, což potvrdila i redaktorka B2: *„Nechtěla bych. Určitě je důležité, že mé články ještě před vytištěním čte někdo jiný. Ptám se i kolegů, přemýšlím o textu, někdy i o slovesu. Jen sloveso může*

změnit celou zprávu. Snažím se i pochopit z dikce hlasu, jestli dotyčný dané věci myslí vážně nebo ne.“

Dva redaktori přirovnali takzvané ideální pracovní prostředí bez aspektů autoregulace k fungování redakce Blesku. Redaktor A3 k tomu řekl: „Do Blesku bych určitě nešel. To není ideální situace, když si můžete napsat co chcete, nechat se uplatit kým chcete. Po nějaké době vás nikdo nebude číst a hlavně s vámi nikdo nebude pořádně mluvit. Politik třeba rozlišuje, komu co řekne. Jde o autoritu novináře.“ Redaktor B3 přiznal, že velmi zvažoval možnost pracovat v redakci Práva a zároveň zmínil situaci v redakci Blesku „Já se přiznám, já jsem váhal, jestli mám nastoupit do Práva. Já vám řeknu pravdu. Já jsem nastupoval stejně jako Hanák, my jsme to řešili spolu. Přemýšleli jsme, protože já ho znám dlouho, kdyby někdo tlačil. Myslím, že jsme byli pozitivně překvapeni. Nikdo vás nikam netlačí, v rámci možností. My jsme to řešili, i tu pověst toho deníku. To je realita a musí se s tím počítat. A já to považuju za manažersky, někdo by to měl zpracovat. To co se povedlo, to je zajímavý fenomén. Vy si asi nepamatujete, když vycházel Nový prostor. To byl časopis, který měl všechny atributy, aby uspěl a zkrachovalo to. Takže myslím, že v takovém časopise bych asi moc šťastný nebyl. Kdyby nebyly vůbec žádné hranice ne, tam ne. Já se přiznám, že kdyby to dneska kleklo. A to se může stát. Tak bych v Blesku neklepal na dveře. A to to ještě není úplně nejhorší, jsou i horší, ale vyměřit si rozhovory, to by mi zato nestálo. Člověk má to štěstí, že nemusí brát jakoukoliv práci.“ Redaktor B1 považuje autoregulaci za nutnost: „Já si musím uvědomit dvě věci. Buďto budu řídicí pracovník v redakci a budu mít ještě větší svobodu než mám já, jako redaktor, ale pak se nedostanu ke psaní. Nebo jsem psavec, jsem novinář, a pak se cítím dobře jako novinář. Jde o to, protože ziju v nějakém prostředí, pokud mně nepatří ty noviny, pokud tam nejsem bohatý člověk, jako je třeba Schwarzenberg, který může a nemusí být ministrem a nezávisí na tom nějak sociálně, tak pokud já budu bohatý člověk a budu v redakci dělat jenom pro svůj plezír, tak se můžu dohodnout s vedením redakce a můžu říct tak mi dávejte jenom tisíc korun měsíčně a já budu psát jenom když opravdu budu chtít já a budu psát jen to, co chci já. To je jak si postavení. Pokud jsme normální zaměstnanec, tak nemám na výběr a musím hledat tiskovinu, která se co nejvíc přiblíží těm věcem, o kterých jsem mluvil. To znamená, z mého hlediska nic takhle ideálního na světě nemůže existovat, aby když mně to nepatří, abych se v tom já musel cítit absolutně svobodný. To prostě nejde.“

Čásenský z Mladé fronty Dnes k tomu dodal, že normy jsou potřeba a zvláště, pokud je redakce rozsáhlá v počtu zaměstnanců: „Jsou potřeba. Obecně se to nemá

přehánět. Obecně se nemá vydávat moc zákonů, pravidel. Ani ve společnosti, ani v novinách. Myslím si, že je důležitý, aby něco takového existovalo. V Mladé frontě je něco, jako vnitřně sdílená morálka novin, kterou jsou lidé nakaženi. Je svým způsobem unikátní. Kolega, který přišel z renomovaného ekonomického týdeníku, koukal, že lidé tu nedělají věci, nepišou to, co nemají. Zároveň při tak velkém podniku, jako je Mladá fronta, která má dohromady 320 zaměstnanců plus dalších desítek externích příspěvovatelů, denně vydáváme přes 100 stránek každý den. To je továrna, obří továrna. Proto musíte mít základní pravidla, do kterých se lidé mohou podívat, když o něčem váhají nebo která mají znát a mít zažitá, která jsou automatická. Tak jako víte, že se po ulici jezdí autem vpravo a že se spousta věcí nedělá, tak oni mají vědět, že toto je základ. Pak jsou specifické případy a na to mají spoustu lidí, se kterými se mohou poradit.“

Posledním plánovaným tématem výzkumu byla **medializace smrti Karla Svobody**, která se týkala i mnou sledovaných deníků. Zajímal mě osobní postoj redaktorů k tomu, jakým způsobem média o této události informovala.

Pouze jeden redaktor zhodnotil medializaci smrti Karla Svobody jako výhodné téma pro deník, který je závislý na prodejnosti. Redaktor C3 k tomu řekl: „*Zní to hrozně, ale proč to nevyužít. To nevidím jako problém, opravdu to prodává noviny. Já zrovna o Svobodovi psal, jak krachovaly jeho podnikatelské aktivity,*“ dodal také: „*Já si pamatuju, že jsem dostal telefonní číslo na Vendulu a musel jsem jí hned volat,*“ telefonní číslo obdržel přímo v redakci: „*Od někoho z redakce. Bylo to do jednoho měsíce po smrti Svobody. Nepsali jsme o tom tak často jako Blesk, ale psali jsme o tom.*“ Následně situaci zhodnotil tak, že noviny jsou podnikatelská činnost, a proto orientace na zisk je zásadní: „*Nemám. To jsou noviny. Když se něco děje, tak novináři mají za úkol sehnat co nejvíce informací. Každý může říct, že ten rozhovor neposkytne. Záleží na dotyčném, jestli to takhle chce. Nemělo by to tak být, ale noviny se musí prodávat. Je to byznys.*“

U třech redaktorů jsme se k této otázce nedostali. Z ostatních dvanácti redaktorů se všichni shodli na tom, že medializace smrti Karla Svobody byla obrovská, přehnaná a kdyby záleželo přímo na redaktorech, takovému tématu by v rozsahu, ve kterém se jim i seriózní deníky věnovaly, nevěnovali. Potvrzuje to například výpověď redaktora A4: „*Strašný, strašný. Třeba na ten pohřeb tenkrát, jak tady někdo psal, tak na to se tady vzpomíná dodneška. Jak roztřesená ruka vdovy šahá na kliku. To právě byl zase jeden*

z přelomových případů. Protože to je zajímavý, já, když jsem přišel jako novejš, tak jsem šel rovnou na pohřeb Lukavskýho, protože my se tady střídáme, kdo jde na pohřeb. Od toho Svobody je ten hlavní úkol nenapsat to pateticky.“ Zároveň však redaktor dodal, že Mladá fronta Dnes se v přehnané míře tématu nevěnovala. Pocit, že právě deník, pro který redaktoři pracují, nepatřil mezi ty, které by zbytečně téma medializovaly, měli i dva redaktoři z Lidových novin. Editor C5 řekl: „Lidovky zas tolik ne. To jsou momenty, kdy jsem vděčný, že pracuju v těchto novinách. Docela si toho považuju, protože opravdu mám pocit, že tyhle kauzy jsme brali celkem uměřeně. Dovolím si rejpnout, daleko uměřeněji než Mladá fronta Dnes.“ Dále v rozhovoru řekl: „Tak já mám zrovna pocit, že Lidovky neměly rozhovor s Vendulou, že neměly rozhovor s Petrem, neměly článek o tom, že doma má někoho novýho. To nám nepatří. Nepatří to ani do Mladý fronty, která už to měla. Tam mám pocit, že tvrdě ujíždí k bulváru. Ta si tím chrání svůj náklad, který má vysoký. Já jsem ale zase hrdý na to, že dělám v Lidovkách, že nemáme tyhle články.“ Svůj dojem, že právě Lidové noviny se medializaci tohoto tématu vyhnuly, ještě jednou zdůraznil: „Já mám pocit, že v Lidovkách toho bylo tak akorát a všude jinde toho bylo moc.“

Editor C4 téma zhodnotil následovně: „Já si myslím, že Lidové noviny napsaly, že se zastřelil, ale tím skončily. Já to mám tak, že když se to vlasně stalo, tak jsem byl v Hlubočepích a volal mi můj šéf a já mu říkám: ‚Koho zabili?‘ a on: ‚Svobodu.‘ A já: ‚Cyrila?‘ a on: ‚Ne, Karla.‘ A já: ‚Kdo to je?‘ a on: ‚Ten skladatel.‘ A já: ‚Co s tím.‘ A on: ‚Tak, tam jed.‘ Pro mě to není vůbec zajímavé. Prostě se zastřelil. Chápu, že je to živná půda pro bulvár, ale myslím si, že by se seriózní noviny neměly tak věnovat. Třeba to, co předváděla Mladá fronta. U nás o tom byla taky velká debata. Vedení vidí ne to, co tam je, ale prodej.“ Také zdůraznil, že Mladá fronta Dnes stále vydává články, které se tohoto tématu dotýkají. Podle jeho názoru byla medializace přehnaná: „To rozhodně. Ted’ vyšel v Ona Dnes rozhovor s přítelkyní Karla Svobody. Mě to absolutně nezajímá. Podle mě jsou tady jiné věci zásadní a o kterých by se mělo mluvit. A ne to, že Karel Svoboda zemřel. Je to jeho škoda. Asi napsal pěknou muziku. Tomu rozumím. Moje nejoblíbenější je Cirkus Humberto. Já jsem ani nevěděl, že to napsal. Já se o to nezajímám.“ Mezi redaktory, které hájí svou domovskou redakci patřila i redaktorka B4, která mi řekla: „Víte co, náklad nám neklesl, že jsme o tom nepsali.“ a pokračovala: „Ano. Ale co by magazín, mluvím za magazín. Žádný rozhovor jsme s Vendulou Svobodovou, i když nám telefonovala, že ho chce dát, tak jsme ho nedali. Ani ne nijak

schválně, nám to přišlo možná i za hranicí nějaký etiky i to, že ona sama chtěla, a pak na to nějak nebyl čas. Takže tato kauza vyšuměla a jak říkám, náklad nám neklesl.“

Redaktorka C2 považuje zprávu o smrti Karla Svobody za adekvátní, ale podle ní by neměla patřit na titulní strany deníků: *„Já si myslím, že pokud by naše média byla opravdu seriózní, tak i to, že zemřel nějaký Svoboda, by se nemělo objevit na titulních stránkách. To, že se tam objevila informace o tom, že umřel, to bych ještě přežila, ale to co následovalo ne. Myslím si, že stejně. Že noviny, pokud by byly opravdu seriózní, tak by se tím neměly zabývat. Jenže to souvisí s tím, že se seriózní noviny musí přizpůsobovat lidem. To se prostě děje. Nejsem normální čtenář novin, ale je to typický prvek. Snaží se prodat.“*

Redaktor Práva B3 poukázala prostřednictvím medializace smrti Karla Svobody na údajně bulvarizující se českou společnost, která takové informace vyhledává. Zdůvodňuje medializaci silnou poptávkou čtenářů: *„Tohle ukazuje, když to vezmete v širších souvislostech, tak to ukazuje na to, jaký je stav na české mediální scéně. Jaká je poptávka. Ale bez poptávky není nabídka. Nabídka může být, ale bez poptávky nemá smysl. Ukazuje to, že to český prostředí je poměrně náchylný k takovému bulvarizujícímu pohledu na svět, všeobecně. Já to nevidím v tom, že by Češi byli nějaký zruďy. Naopak. Ale na druhý straně je to ukázka, že je nedostatek zajímavějších témat jinej. Že lidi tu politiku a ekonomiku, to s tím souvisí, berou jen, že si to přečtou, ale že by tím žili, to ne. Kdežto tohle je určitý vytržení z nudy. A ukazuje to poměrně dost takový varovný moment, že ta tendence novin k té bulvarizaci je všeobecný jev. Všechny ty noviny ve snaze přežít, musí pomaloučku se klopit k tomu, že čím víc krve. Já jsem byl na mediálním školení a tam se řešilo, že tam musí být krev a sperma. To je základ. Bez toho to nejde. Což ukazuje, že ta poptávka tam je.“* Tak jako redaktor C3 potvrdil, že důvodem pro zveřejnění je zvýšení prodejnosti novin, ať už bulvárních či seriózních, což nepovažuje za přijatelný důvod: *„Já si myslím, že to ukázalo, že si všichni ti majitelé, šéfredaktoři si myslí, že je to potřeba. Já si myslím, že to potřeba není. Majitelé by si měli uvědomit, co vlastně chtějí. Jestli chtějí působit na tom trhu jako mediální hráči nebo jestli to bude jenom kšeft. Zatím to ukázalo, že chtějí spíš tu čtenost a prodejnost a nezamýšlejí se nad obsahama. Současní majitelé mají určitou tendenci hrát i v politice, mají. Na rozdíl od novin v zahraničí, evidentně ty skupiny tady chtějí podporovat, evidentně podporují a jsou bližší některým politickým stranám než jinde ve světě. Noviny se zapojují do určitých politických bojů a politických poutek. Tento případ, třeba toho Svobody konkrétně, je spíš prostředek, jak ten vliv posílit. Bylo to*

dělaný chladnokrevně. Když to prodalu víc Blesku, tak proč by to neprodalo nám víc výtisků.“ Redaktor B1 považuje tuto medializaci za nepřijatelnou a poukazuje na cílovou skupinu čtenářů takových zpráv. Osobně s tím nesouhlasí: „To jsem právě považoval za naprostý skandál a nechutnost. Protože úvahy o tom, Vendula zavraždila, tamhleten zavraždil a potom syn vystartuje a zase se to bere jako hotová věc. A byla to ve skutečnosti vražda. A hlavně, žít se tím rok je nechutné a odporné. Já považuju, dobře, Svoboda byl významný skladatel, ale byl to pořád jenom normální člověk. Kdybychom měli každý den nebo každý druhý den rok v novinách Bushe, rok v novinách Putina, rok v novinách Havla, kdyby to nebylo o různých věcech a psalo se pořád o stejné tematice, tak je to prostě trapné a já osobně nechápu, jak je možné, že se jim zvedl náklad. To znamená, na jaké prostředí oni působí? Je to vlastně svým způsobem jistý povl, co to tímto způsobem hltá a čte a co ji umožňuje, že jim někdo masově nenapíše, prosím vás, už s tou Vendulou Svobodovou dejte pokoj a najděte si jiné rozumnější téma.“

Šéfredaktor Mladé fronty Dnes obhajoval tuto medializaci a zdůvodňoval to přirovnáním významnosti osoby Karla Svobody k osobě Paula McCartneyho pro Velkou Británii. Považuje za samozřejmé, že o tom Mladá fronta Dnes informovala, že se na titulní stránce objevila fotka z pohřbu: *„Jasně, že jsme o tom psali. Když zemře člověk, za neobvyklých okolností, který zajímá drtivou většinu spoluobčanů, já nechápu proč, ale tak to je, tak noviny o tom mají psát. My jsme neodhalovali nějaký jeho sexuální skandál. Měli jsme rozhovor s vdovou, logicky. U nás měla rozhovor už dříve, byla známá už tehdy. O tom se psát má. Ale každý deník si má najít svůj způsob, jak o tom bude psát. My prostě nebudeme psát o tom, kdo s kým spal a kdo ne. To není věc, kterou by noviny měly popisovat. Jak jsem pochopil později, Karel Svoboda byl pro českou pop music zřejmě něco jako Paul McCartney pro britskou. Pravděpodobně. A vůbec si neumím představit, že by noviny jako Guardian, Independent, Daily Telegraph nepsaly o sebevraždě McCartneyho. New York Times by o ní psal také, na první stránce a pravděpodobně otvírák. Ale nebudou přinášet snímky McCartneyho s prostřelenou hlavou. Na to je Sun a jiné, to je jiná disciplína.“* Jeho osobní názor je však takový, že sám nerozumí rozsáhlosti mediálního pokrytí této kauzy, což já osobně nepovažuji za logické. Řekl: *„S Karlem Svobodou je to zvláštní případ. Tam jsem se ukázal jako úplně nekompetentní. Pravděpodobně jsem byl první člověk v novinách, kdo se dozvěděl, že se Karel Svoboda zastřelil. Já jsem bohužel nevěděl, kdo to je, a tak mi to nepřišlo vůbec důležité. Mně to volal můj kolega a říkal, že se zastřelil Karel Svoboda. Já jsem si ho*

bohužel v té době pletl s Marcelem Zmožkem, takže mi to přišlo zajímavé tak na jedničku na kulturu. Díky tomu se stalo to, že Idnes nebyl první, kdo vydal tu zprávu, protože já jsem to prostě neřekl. To bylo v neděli a já měl ten den službu. Mně to nepřišlo vůbec ničím zajímavý. A protože kolega cítil, že narazil na ignoranta, byl to jeden z mých zástupců, tak mi strašně pečlivě vysvětloval, proč je to zpráva na jedničku. Já jsem to pořád nechápal a nakonec mě přesvědčil. Ve chvíli kdy mi řekl, že je to člověk, který složil hudbu pro Noc na Karlštejně. Takže asi tušíte, jaký k tomu celému mám vztah. Nicméně ta věc se stala z nějakého mně úplně nepochopitelného důvodu a do teď to nechápu. Stalo se to tématem. Celospolečenské české téma. Nerozumím proč.“

Jak z výzkumu vyplynulo, v Mladé frontě Dnes jeden zaměstnanec, byť je to šéfredaktor, nerozhoduje absolutisticky a v tomto případě se přizpůsobil názorům svých zástupců, kteří téma považovali za extrémně důležité. Na druhou stranu věřím, že pokud by šéfredaktor Čásenský považoval medializaci kauzy Karla Svobody v Mladé frontě Dnes za přehnanou, měl by pravomoc rozhodnout o nezveřejňování dalších informací. Osobně jsem přesvědčena o tom, že kromě pravidla fungujícího v tržní ekonomice – nabídka, se řídí poptávkou, tak v případě médií je poptávka do jisté míry určována nabídkou.

9 Závěr

Cílem mé diplomové práce bylo popsat motivy a vlivy jednotlivých regulátorů, které ovlivňují publikační činnost redaktorů. Práce měla popsat aktuální situaci v redakcích deníků Mladé fronty Dnes, Lidových novin a Práva z hlediska autoregulačních projevů.

Protože je za projev autoregulace považován etický kodex, jedním z cílů bylo ověřit vliv etických kodexů jednotlivých redakcí. Cílem bylo zjistit, zda mnou sledované redakce etický kodex mají a pokud ano, zda se etický kodex projevuje v každodenním profesním rozhodování novinářů.

Z mého výzkumu vyplývá, že etický kodex redakce má prokazatelně sepsaný pouze redakce Mladé fronty Dnes. Prokázaly to odpovědi všech zúčastněných, tedy čtyř redaktorů, jednoho editora a šéfredaktora Roberta Čásenského. Etický kodex se mi také podařilo získat, a proto je možné jeho úplné znění projít, jedná se o přílohu číslo ??? V Mladé frontě Dnes se však nejedná pouze o sepsanou normu, ale redaktori potvrdili jeho vliv v každodenních profesních činnostech. Všichni dotazovaní redaktori z Mladé fronty Dnes nejčastěji citovali pravidla o zacházení s případnými dary od subjektů, které mají zájem o dobrý vztah s jejich redakcí. Všichni dotazovaní se shodli na hranici 500 Kč, která je v etickém kodexu zmíněna, jako částce, do které je dar nezávazný a redaktor ho může přijmout. Pokud je však dar nad 500 Kč, měl by ho redaktor odmítnout a pokud je odmítnutí v konkrétní situaci nezdvořilé, měl by upozornit darujícího, že dar bude věnován charitativní organizaci. Jedná se o příklad autoregulativního chování v praxi, což redaktori v Mladé frontě Dnes dodržují. Zároveň se však objevily pochybnosti o tom, jak zjišťovat hodnotu daru, pokud se dar evidentně nejví jako dražší než 500 Kč.

Z mého výzkumu vyplývá, že dalším autoregulačním prvkem jsou „*Pravidla chování*“, které vydalo vydavatelství Mafra pro své zaměstnance. Tyto „*Pravidla chování*“ jsou tedy platná pro redaktory Mladé fronty Dnes a redaktory Lidových novin. Znění těchto pravidel se mi nepodařilo získat, ale o jejich existenci svědčí výpovědi redaktorů jak z Mladé fronty Dnes, tak Lidových novin a především šéfredaktora Roberta Čásenského. Hierarchický systém, který je v Mladé frontě Dnes nastaven, umožňuje kontrolu dodržování etického kodexu a „*Pravidel chování*“ postupně, editor by měl být první, kdo případné redaktorovo porušení zjistí.

Lidové noviny v době, kdy tato práce vznikala, neměly prokazatelně sepsaný etický kodex. Jeho existenci mi potvrdili pouze dva redaktoři, kteří však nevěděli, kde by podle nich existující kodex měli v redakci nalézt. Ostatní respondenti, tedy tři redaktoři a jeden editor, existenci etického kodexu nepotvrdili. Takový výstup výzkumu svědčí o tom, že Lidové noviny etický kodex nemají sepsán a dva redaktoři si jej pletou s „*Pravidly chování*“ platné pro celé vydavatelství Mafry nebo takový etický kodex skutečně existuje, ale výzkum nepotvrdil jeho funkčnost v každodenní profesní činnosti redaktorů.

Výzkum v rámci mé diplomové práce nepotvrdil ani prokazatelnou existenci etického kodexu redakce Práva v době, kdy tato práce vznikala. Odpovědi redaktorů neprokázali existenci kodexu v písemné podobě, se kterou by se mohli či museli seznámit. Jedna redaktorka spolu s editorem nejdříve existenci etického kodexu potvrdila, ale v doplňujících otázkách vyplynulo, že redaktorka etický kodex nečetla a ani ho neviděla. Pouze editor tvrdil, že existují vnitřní pravidla, s kterými mě ale nechtěl seznámit. Z výpovědí redaktorů Práva vyplynulo, že se redakce spoléhá na osobní hodnoty a osobní regulátory svých redaktorů. Případné porušení norem, dle výpovědi jednoho redaktora, určuje šéfredaktor či porada vedení a je sankcionováno finálně.

Nejsilnějším autoregulujícím prvkem je v redakci Mladé fronty Dnes, na základě mnou provedeného výzkumu, etický kodex redakce. Mezi další regulátory patří tlak konkurence, který je znatelný i v redakcích Lidových novin a Práva. U Mladé fronty Dnes výzkum prokázal tlak konkurence a důraz na masovost, která se nejčastěji projevuje úpravami titulků, především na titulní straně tak, aby byly pro čtenáře ještě lákavější. Takové změny pociťují redaktoři spíše negativně. Tlak inzerce či politický tlak se v každodenní činnosti redaktorů Mladé fronty Dnes neprokázal. Takové tlaky v redakci existují, ale čelí jim vedení redakce, šéfredaktor. Sami redaktoři se neseťkali s tím, že by kvůli inzerci či politickým tlakům měnili vyznění článku. Vnitroredakční tlak také redaktoři nepociťují. Práci editorů, jejich komentáře a úpravy článků považují redaktoři za žádané, protože se nejedná o obsahové změny. Jak jsem již však napsala, negativně jsou redaktory vnímány změny titulků především na titulní straně, které jsou podle některých zpovídaných redaktorů příliš lidové a někdy mohou být zavádějící, pokud si čtenář nepřečte konkrétní článek celý.

V redakci Práva redaktoři nejdříve jakékoliv tlaky zamítli, ale v průběhu rozhovorů někteří redaktoři tlaky připustili. Jednalo se o tlak inzerentů a politické tlaky. Politické tlaky redaktoři Práva pociťují nejvíce ve srovnání s redaktory dalších dvou

sledovaných deníků. Politici se na redaktory údajně obrací. Běžně redaktoři dostávají materiály, které by údajně měly být zveřejněny či použity určitým daným způsobem. Redaktoři Práva však potvrdili, že s takovými materiály se musí zacházet obezřetně. Jeden redaktor popsal metody, kterými si politici snaží redaktory naklonit. Má jít o neformální schůzky, na kterých se oficiálně žádná problematika neřeší, ale v rámci volné diskuse se novinářům předkládají informace tak, jak je to pro daného politika výhodné. Z mého výzkumu vyplynulo, že v redakci Práva má šéfredaktor, dle odpovědí redaktorů, nejsilnější pozici v porovnání s redakcí Lidových novin a Mladé fronty Dnes. Z některých odpovědí redaktorů vyplynulo, že šéfredaktor o některých záležitostech rozhoduje pouze sám. S vnitřním tlakem se konkrétně setkala jedna redaktorka, které bylo zamítnuto téma pravděpodobně z politických důvodů.

Redaktoři pracující v době vzniku v Lidových novinách pociťují také tlak konkurence. Tento tlak se projevuje tím, že všechny tři sledované redakce informují o totožných událostech i v případech, o kterých původně informovat nechtěly. S tím souvisí i tlak na masovost, co nejvyšší čtenost, který jsem zaznamenala především u Mladé fronty Dnes. Narozdíl od redaktorů z Mladé fronty Dnes a Práva, redaktoři Lidových novin údajně vůbec nepociťují tlak inzerentů. Politické tlaky redaktoři pociťují, v některých případech se na ně politici přímo obrací a snaží se ovlivnit vyznění článků. Stejně jako v Mladé frontě Dnes, se politici také obrací přímo na vedení redakce. S vnitřním tlakem v redakci se osobně setkala jedna redaktorka, která v článku musela uvést jméno konkrétní společnosti, poskytující dané služby.

Z výzkumu vyplynulo, že všichni redaktoři zahrnutí do mého výzkumu se cítí jako svobodní novináři, kteří se ale ve své profesi setkávají s různými tlaky, které jsem již popsala. Důležitým rysem výzkumu byla akcentace osobních hodnot jednotlivých redaktorů a důraz na slušné chování. Jedná se o autoregulaci na osobní úrovni. V některých případech zaznělo, že pokud by etický kodex neexistoval, redaktoři by i tak byli schopni autoregulace.

Mezi nejcharakterističtější rysy osobních profesních hranic patří neprozrazení zdroje v případě, kdy se redaktoři domluvili na jeho utajení. Redaktoři v mém výzkumu také považují za neospravedlivitelné platit zdrojům za poskytnutí informací. Výjimkou by byla jen kauza, která by měla dopad na veřejný zájem a informace takto získaná by byla klíčová. Naopak za ospravedlivitelné považují redaktoři práci pod utajenou identitou novináře. To zamítli pouze tři redaktoři. Stejně vnímají redaktoři používání firemních či vládních dokumentů bez autorizace. Ve výzkumu se jasně potvrdilo, že

veřejně činní jedinci mají pro novináře odlišnou hodnotu než občané, kteří veřejně činní nejsou. U použití osobních dokumentů bez souhlasu majitele naopak všichni redaktoři Práva nesouhlasili s jejich použitím, v redakci Mladé fronty Dnes se k této problematice postavili různě a také i v Lidových novin. Použití fotografií z archivu soukromé osoby je však považováno za nepřípustné, pokud nezískají souhlas majitele. Různorodé postoje mají redaktoři k darům, které jim jsou nabízeny a k uveřejnění informací, které jsou zajímavé pro čtenáře, ale kterými se porušuje právo na soukromí. Pouze v Mladé frontě Dnes je zacházení s dary jasně nastavené a redaktoři to respektují. U Lidových novin ani u Práva hranice hodnoty darů neexistuje na redakční úrovni. Rozhodnutí o tom, co je pozornost a co je zavazující dar, je na každém redaktorovi. Všichni redaktoři se ale shodli, že pozornosti v souvislosti s tiskovými konferencemi a předvánočním obdobím, jsou akceptovatelné.

Cílem práce bylo i zjištění, zda by redaktoři raději pracovali v prostředí bez autoreglativních projevů. Získala jsem odpověď od čtrnácti novinářů a z nich se všichni respondenti shodli na tom, že autoregulační prvky jsou potřebné pro samotné fungování novin.

10 Resumé

Diplomová práce měla zjistit motivy autoregulace českých novinářů při rutinním profesním rozhodování. Cílem práce bylo zmapovat, které regulační prvky redaktoři v dnešní době pocítují a které jejich práci ovlivňují. Dalším cílem bylo zjistit, zda redakce disponují etickým kodexem a zda se kodex promítá do každodenní činnosti redaktorů. Dále jsem chtěla zjistit vnitřní vlivy v rámci redakcí a osobní profesní hranice jednotlivých redaktorů. Také mě zajímalo, zda by redaktoři byli schopni pracovat v prostředí bez aspektů autoregulace.

Pro svůj výzkum jsem zvolila metody kvalitativního výzkumu. Konkrétně jsem zvolila metody individuálních hloubkových rozhovorů. Motivы autoregulace jsem se rozhodla zkoumat na vzorku tří redakcí celostátních deníků – Mladé fronty Dnes, Práva a Lidových novin. Do výzkumu jsem zahrnula 16 novinářů. Z každé redakce 4 redaktory a jednoho editora. Dále jsem získala výpověď šéfredaktora Mladé fronty Dnes. V době, kdy tato práce vznikala, jím byl Robert Čásenský. Osloveni byli i šéfredaktoři Práva a Lidových novin, ale ti na mou žádost nereagovali.

Z výzkumu vyplynulo, že prokazatelně sepsaný etický kodex má pouze redakce Mladé fronty Dnes. Redaktoři této redakce také potvrdili jeho znalost a jeho dopady na jejich každodenní profesní rozhodování, například v podobě zacházení s potencionálními dary. Dalším autoregulačním prvkem jsou takzvaná „*Pravidla chování*“ platná pro zaměstnance Mafrý, tedy Mladé fronty Dnes a Lidových novin. Na základě výpovědí redaktorů z Lidových novin a především redaktorů Práva, se klade důraz na osobní profesní hranice. Etický kodex z tohoto pohledu nepovažují za důležitý. Redaktoři se v době, kdy tato práce vznikala, potýkají nejčastěji s tlakem konkurence (všechny sledované redakce), důrazem na masovost (především Mladá fronta Dnes, a také Lidové noviny). Tlak inzerentů vnímají redaktoři Mladé fronty Dnes, kde se však údajně neprojevuje na každodenní profesní činnosti redaktorů, a Práva. Politický tlak nejvýrazněji pocítují redaktoři Práva. V Mladé frontě Dnes tento tlak potvrdili, ale je údajně směřován přímo na vedení redakce. Negativně je vnímána editorská změna titulků na titulních stranách deníků, která je údajně zavádějící (nejvíce se to potvrdilo u Mladé fronty Dnes a Lidových novin).

Redaktoři se v zásadě cítí svobodně, existenci tlaků v rámci své profese však potvrdili. Autoregulativní prvky považují za důležité pro zachování funkčnosti jednotlivých deníků.

Pro případná další zkoumání by bylo zajímavé zmapovat, zda se etické kodexy vyvinuly i u redakcí Lidových novin a Práva a jaký je jejich dopad na profesní činnosti redaktorů.

11 Summary

Diploma thesis should investigate motives of self-regulation of Czech journalists along with routine professional decisions. The objective of the diploma thesis is to determine which regulators are felt by editors today and which regulators affect their work. The next objective was to find if publishers have Codes of Conduct (Codes of Ethics) and if the Code of Conduct affects editor's daily professional work. Furthermore, I also wanted to find out the internal influences within publishers and also personal professional limits of editors. I was interested in fact, if the editors would like to work in working environment without self-regulation aspects.

I chose qualitative research method for my survey, concretely the method of individual in-depth interviews. I decided to investigate the self-regulation motives in sample of three nationwide daily newspapers – Mlada fronta Dnes, Pravo and Lidove noviny. The survey included 16 journalists – 4 editors, 3 executive editors from each publisher. I did also interview with editor in chief from Mlada fronta Dnes. It was Robert Casensky, in period when this diploma thesis was written. I contacted also editors in chief from Pravo and Lidove noviny but they have not reacted react to my request yet.

Only Mlada fronta Dnes has Code of Conduct, based on the results of the survey. Editors from this publisher also confirmed knowledge of the Code and his effect on their daily professional decisions, for example in dealing with potential presents. The next self-regulated aspect is “*The Rules of Conduct*“ which is valid for all employees in Mafra (Mlada fronta Dnes and Lidove noviny). Stress is laid on the personal professional limits based on interviews with editors from Lidove noviny and especially from Pravo. The Code of Conduct is not considered important by editors, regarding to interviews. Editors face in most cases to influence of competition (all surveyed publishers), stress on mass (especially in Mlada fronta Dnes and also in Lidove noviny). Influence of advertisers is felt by editors from Mlada fronta Dnes, but it reportedly does not show up in their daily professional work, and Pravo. Political influence is felt by the most editors working for Pravo. This influence was not confirmed by editors in Mlada fronta Dnes but it is reportedly addresses directly to the management. Change of headlines by executive editors, especially on the title page, is

felt negatively by editors because of misleadings. Titles give misleading information to readers based on the results from interviews.

Editors feel free within their professional work but they confirm the above mentioned influences in their work. They consider self-regulated effects as important for publisher work.

It would be interesting to examine if the Codes of Ethics (Conduct) will be developed in the future also in Lidove noviny and Pravo and report influences on work of editors in the future.

12 Seznam použité literatury a pramenů

ALEXOVÁ, L. *Organizační rutiny a jejich vliv na konstruování reality televizním zpravodajstvím na příkladu zpravodajství TV Nova*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií, 2005.

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

BERÁNKOVÁ, M. *Dějiny československé žurnalistiky. I. díl, Český periodický tisk do roku 1918*. Praha: Novinář, 1980.

BERGER, A. A. *Media Research Techniques*. Second edition. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1998. ISBN 0-7619-1537-0.

BLODIGOVÁ, A. a kol. *Dějiny českého novinářství a českých novinářských spolků: výstava k dějinám českého tisku na území České republiky*. Praha: Státní ústřední archiv, 2002.

BURTON, G. a JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2003. ISBN 80-7308-048-6.

DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum, 1998. ISBN 80-7184-141-2.

FROST, Ch. *Media Ethics and Self-regulation*. London: Longman, 2000. ISBN 0-582-30605-1.

HALLIN, D. C., MANCINI, P. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 342 s. ISBN 9780521543088.

HENDL, J. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 407 s. ISBN 80-7367-040-2.

CHRISTIANS, C. G., FACKLER, M., ROTZOLL, K. B. *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*. New York: Longman, 1987. ISBN 0-582-28663-8.

KÖPPLOVÁ, B. a JIRÁK, J. *Institucionalizace sociálněvědních oborů na Karlově Univerzitě: předchůdci Fakulty sociálních věd, její vzni a vývoj* [online]. [cit. 2008-04-06]. Dostupný z WWW: < <http://www.fsv.cuni.cz/FSV-413.html> >.

MCQUAIL, D. *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: SAGE Publications, 1999. 350 s. ISBN 0-8039-8295-X.

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

Mladá fronta Dnes. *Společný etický kodex novinářů MF DNES a iDNES.cz*. Praha: 2008 (interní).

MORAVEC, K. *Etika novinářské práce* [online]. [cit. 2008-02-12]. Dostupný z WWW: <www.rozumetmediim.cz/letniskola/soubory/moravec.ppt>.

MUSIL, J. Etika a regulace médií. In *Etika a regulace médií*. [online]. [cit. 2008-02-01]. Dostupný z WWW: <www.clovekamedia.cz/sborniky/cm_2003_podzim.pdf>.

OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.

PEROUTKA, F. *Deníky, dopisy, vzpomínky*. Uspořádala Slávka Peroutková. Praha: Lidové noviny, 1995. ISBN 80-7106-063-1.

PROKOP, D. *Boj o média*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2005. 409 s. ISBN 80-246-0618-6.

REIFOVÁ I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.

SIEBERT, F. S., PETERSON, P., SCHRAMM, W. *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1963. 153 s. ISBN 0-252-72421-6.

SILVERMAN, D. *Doing Qualitative Research: a Practical Handbook*. London; Thousands Oaks: Sage Publications, 2005. ISBN 9781412901970.

SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada Publishing, 2006. 240 s. ISBN 80-247-0564-8.

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ PRO ČR. *Etický kodex novináře* [online]. [cit. 2008-02-19]. Dostupný z WWW: <http://www.syndikat-novinaru.cz/index.php?web=1&main=5&sub=36&main_tit=Etika&sub_tit=Eticky_kodex>.

TESAŘOVÁ, Z. *Spolek českých žurnalistů, první česká organizace novinářů*. Praha: Karlova Univerzita. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra masové komunikace, 2001.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 807367096-8.

WEAVER, D. H. a WILLHOIT, G. C. *The American Journalist: A Portrait of U. S. News People and Their Work*. Bloomington: Indiana University Press, 1986. ISBN 0-253-30602-7.

13 Seznam příloh

Příloha č. 1: Etický kodex novináře MF DNES a iDNES.cz (text)

14 Přílohy

Příloha č. 1: Etický kodex novináře MF DNES a iDNES.cz (text)

Společný etický kodex novinářů MF DNES a iDNES.cz

Tento soubor pravidel platí pro všechny pracovníky, kteří se podílejí na psaní, editování a přípravě obsahu deníku MF DNES a serveru iDNES.cz. Dodržování stanovených standardů je základní podmínkou práce pro iDNES.cz a MF DNES a zároveň závazkem vůči našim čtenářům.

1. Povinností každého pracovníka MF DNES a iDNES.cz je poskytovat čtenáři pravdivé, přesné a nezkreslené informace.
2. Pokud je zřejmé, že MF DNES nebo iDNES.cz přece jen zveřejnily informace nepravdivé, zkreslené či zavádějící, neprodleně učiní jejich opravu.
3. iDNES.cz a MF DNES se vyhýbají jakýmkoliv předsudkům a pejorativním výrazům ve spojení s rasou, národností, pohlavím, náboženským vyznáním, politickým přesvědčením, sexuální orientací či profesním a společenským zařazením.
4. Redaktoři mají povinnost chránit své zdroje informací, pokud si to zdroje přejí. Zároveň však mají povinnost na požádání zdroj informací oznámit vedení redakce.
5. Každý článek, jehož zveřejnění může být spojeno s rizikem žaloby, je autor a editor povinen před uveřejněním konzultovat s některým členem šéfredakce. V případě nutnosti bude přizván právník společnosti MAFRA, a. s.
6. Při své práci jsou redaktoři a ostatní pracovníci reprezentanty iDNES.cz či MF DNES. Jejich vystupování nesmí žádným způsobem poškozovat dobrou pověst serveru a vydavatelství.
7. Redaktor iDNES.cz a MF DNES musí při své práci vždy uvést účel, za jakým získává informace. Nepoužívá nepoctivé prostředky pro jejich získání. Jen ve výjimečných případech, kdy nelze závažnou informaci získat jinak, nemusí redaktor dotazovanému své povolání sdělit: takový postup však vždy musí schválit nadřízený.
8. Redaktoři MF DNES a iDNES.cz nesmějí využívat ke svému vlastnímu prospěchu informace, které získávají při své práci, před jejich oficiálním zveřejněním. Takové informace ani nesmějí poskytnout před tímto zveřejněním nikomu dalšímu.
9. Redaktoři iDNES.cz a MF DNES nesmějí psát o podnicích, v nichž mají oni sami, jejich rodinní příslušníci nebo osoby blízké významný majetkový podíl či jiný osobní zájem. Pokud píše o podnicích, jejichž akcie vlastní oni či osoby jim blízké, jsou povinni seznámit s touto skutečností svého přímého nadřízeného.
10. Pokud novináři hrozí při výkonu práce pro MF DNES či iDNES.cz jakýkoliv konflikt zájmů, je povinen seznámit s tím svého nadřízeného a takové práci se vyhnout. Jakákoliv občanská či politická angažovanost nesmí být v rozporu se zásadou

nezávislosti deníku a serveru a nesmí poškozovat jeho dobrou pověst.

11. Autorská činnost zaměstnanců v jiných médiích, pokud je to soukromá aktivita nevyžádaná vedením redakce či vydavatelstvím, musí být předem schválena šéfredaktorem či příslušným zástupcem šéfredaktora. Taková činnost nesmí nijak ohrozit či oslabit iDNES.cz či MF DNES a nesmí být vykonávána během pracovní doby. Pokud je působení v jiných médiích vedením redakce schváleno, vždy musí být u jména redaktora uvedeno, že je členem redakce MF DNES a iDNES.cz.

12. Redaktorům a ostatním pracovníkům iDNES.cz či MF DNES je zakázáno podílet se na přípravě PR článků, inzertních článků a reklamních kampaní ve prospěch někoho jiného než MAFRA, a. s.

13. Novinář iDNES.cz a MF DNES nesmí přijímat výhody, jež jsou mu nabízeny z titulu jeho práce.

14. Redaktor může akceptovat dárky do hodnoty 500 Kč. Pokud dar tuto výši převyšuje a není zdvořilé ho v dané situaci odmítnout, platí pravidlo: dar přijmout s tím, že ho MF DNES či iDNES.cz věnuje na charitativní účely. To je nutné dárci vysvětlit.

15. Zahraniční cesty pracovníků MF DNES a iDNES.cz si prioritně platíme sami ze svých rozpočtů. Pozvání na nejrůznější cesty, jež pořádají třetí soukromé subjekty, lze akceptovat pouze za dodržení určitých podmínek. Vždy ji musí výslovně schválit vedení redakce, které se dozví všechny okolnosti takové cesty. Cesta musí mít smysl pro redakční práci. Hostitel také obdrží obecně platný dopis šéfredaktora, že redakce si nadále zachová nestrannost a v důsledku cesty se rozhodně nezavazuje k tomu, že bude informovat v jeho prospěch. Konečně v článku či pod článkem, který vznikl na základě cesty byť jen částečně placené třetím subjektem, musí být jasně uvedeno, kdo cestu novináři platil.

16. Redaktoři musí podávat čtenářům informace opřené o ověřitelné údaje o povaze výrobků, služeb a právních předpisů. Subjektivní hodnocení redaktora musí být jasně označeno. Pokud byly k testu výrobky zapůjčeny (např. výrobcem), v článku je to uvedeno, aby u čtenářů nemohl vzniknout mylný dojem, že redakce výrobky koupila bez vědomí např. výrobce.

17. Autoři, editoři i ostatní osoby podílející se na výrobě MF DNES a iDNES.cz se při své práci řídí platnými zákonnými předpisy České republiky. Obzvláště bedlivě sledují, zda je jejich činnost v souladu s autorskoprávními předpisy.

18. Redaktoři, editoři a další členové redakce MF DNES a iDNES.cz respektují práci zaměstnanců konkurenčních periodik. Při přebírání informací z jiných médií uvádějí jejich původ.

19. Novináři iDNES.cz a MF DNES (i další zaměstnanci redakce) zachovávají loajalitu redakci i vydavatelství, zejména neposkytují žádné informace o plánované i vykonávané práci redakčního týmu či jednotlivých kolegů.

S Etickým kodexem jsem byl/a seznámen/a dne:.....

Podpis:.....