

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Eliška Šmídlová

**Samoregulace švýcarské žurnalistiky:
mediální etika v teorii a praxi**

Bakalářská práce

Praha 2011

Autor práce: **Eliška Šmídlová**

Vedoucí práce: **PhDr. Václav Moravec**

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2011

Hodnocení:

Bibliografický záznam

ŠMÍDLOVÁ, Eliška. *Samoregulace švýcarské žurnalistiky. Mediální etika v teorii a praxi*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2010. 47 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Václav Moravec.

Anotace

Bakalářská práce „Samoregulace švýcarské žurnalistiky: mediální etika v teorii a praxi“ popisuje a analyzuje vývoj a současnost samoregulačního systému švýcarské žurnalistiky, zejména jeho specifika a problematické aspekty ve vztahu k mediální etice. Středem jejího zájmu je Švýcarská tisková rada (Schweizer Presserat), jakožto nejdůležitější instrument moderace žurnalistické etiky, a její role nejen v současném žurnalistickém světě. Nematá pozornost je věnována také jejímu Etickému kodexu (Erklärung der Pflichten und Rechte Journalisten), který je blíže analyzován a dále zkoumán v souvislosti s nejdůležitějšími mediálněetickými kauzami posledních let.

Annotation

The bachelor thesis „Self-regulation in Swiss journalism: Media ethics in theory and practise“ describes and analyzes the auto-regulation system of Swiss journalism, in both its evolution and present state, focusing most on its specifics and problematical aspects in relation to media ethics. In the midpoint of its interest is the Swiss Committee of Press (Schweizer Presserat), as the most significant moderating instrument of journalism ethics, and its role in yesterday and today's journalistic world. A good deal of attention is paid also to its Code of ethics, which is closely analyzed and further discussed when examining some contemporary medial cases.

Klíčová slova

Médiální etika, etický kodex, samoregulace, Presserat, Švýcarsko.

Keywords

Media ethics, ethical codes, self-regulation, Press council, Switzerland.

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce bez anotací a příloh má celkem 59034 znaků s mezerami, tj. 33 normostran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne

Eliška Šmídlová

Obsah

OBSAH	1
ÚVOD	3
1. NUTNOST ETIKY V MÉDIÍCH	4
1.1. Média a jejich role ve společnosti.....	4
1.2. Svoboda vs. odpovědnost	5
2. MEDIÁLNÍ ETIKA	6
2.1. Roviny mediální etiky a odstupňovaná odpovědnost.....	7
2.1.1. Profesionální etika a žurnalismus	8
3. SAMOREGULACE, JEJÍ ORGÁNY A ETICKÉ KODEXY	9
4. MEDIÁLNÍ ETIKA VE SVĚTĚ	11
4.1. Švýcarsko	12
4.1.1. Založení Presseratu.....	14
4.1.2. Presserat roste	15
4.1.3. Presserat dnes	17
5. ETICKÝ KODEX	20
5.1. Preambule	20
5.2. Povinnosti žurnalistů.....	20
5.3. Práva žurnalistů.....	21
5.4. Kritika kodexu	22
6. OBRAZ PRESSERATU	26
7. VÝVOJ ŽURNALISTICKÉ ETIKY A JEJÍ REFLEXE V PRESSERATU	28
7.1. Statistika stížností a stanovisek	29
7.2. Současné mediálněetické kauzy.....	32
7.2.1. Náboženské karikatury	32
7.2.2. Nečestné metody: falešná identita, skrytá kamera	34
7.2.3. Ochrana soukromí.....	36
ZÁVĚR	39
RESUMÉ	41
SUMMARY	41
PRAMENY	42

PRIMÁRNÍ.....	42
SEKUNDÁRNÍ	42
PŘÍLOHY.....	44

Úvod

Ačkoliv se o mediální etice v souvislosti s poklesem kvality žurnalistiky intenzivně mluví již od druhé poloviny minulého století, rapidní technologický pokrok posledních několika let, jenž zásadně ovlivnil média a skrze ně i celou společnost, nutně vyzývá k novému přehodnocení významu etiky v oblasti médií.

Nová média a občanský žurnalismus tvořený novináři-amatéry jsou důkazem bezprecedentní konvergence v oblasti produkce a konzumace médií. Ta však paradoxně nepřinesla pouze svobodnější a otevřenější média, ale také nekvalitní a nedůvěryhodnou, masy krmící žurnalistiku, která nepřímo nakazila také mravy produkce tradiční. O současném vývojovém trendu médií se tak dá bezesporu říct jedno: jejich kvalita postupně upadá, zatímco jejich moc závratně roste.

Tato nebezpečná kombinace je důsledkem nerovnováhy mezi *mocí*, jíž média disponují, a z ní vyplývající *odpovědností*, na niž ovšem zapomínají. Jelikož však moc skrze svobodu médiím garantuje ústava, a odpovědnost naopak nelze nijak vynutit, ukazuje se být jediným řešením apel na morálku. Právě ta je předmětem mediální etiky a principem fungování samoregulačních orgánů, jež jsou de facto jedinými „institucemi“, které dokáží podobu mediálních obsahů ovlivnit k lepšímu.

Právě pro to, že je samoregulace pro kvalitu žurnalistiky tak důležitá, zaměří se tato práce v kontextu mediální etiky právě na ni. Bude zkoumat její vývoj, fungování a postupy v řešení eticky sporných otázek, stejně tak jako její celkový vliv na praktickou žurnalistiku. Metodami přitom budou chronologická deskripce a analýza.

Kontextem této práce pak bude Švýcarsko. Proč právě tato uzavřená miniaturní země? O mediální etice se v evropském měřítku hovoří zejména ve vztahu k Velké Británii, Francii či Německu, přičemž ani jiným vyspělým zemím není upřena pozornost. Švýcarsko však, navzdory své všeobecné, v Evropě téměř nesrovnatelné vyspělosti a navzdory své mimořádně dlouhé zkušenosti s demokracií a svobodou, snad právě kvůli své vydělenosti mimo EU, uniká všeobecnému zájmu. Tato práce chce na tuto skutečnost poukázat a zároveň dokázat, že Švýcarsko má v Evropě k mediální etice co říct.

1. Nutnost etiky v médiích

1.1. Média a jejich role ve společnosti

V úvodu již bylo řečeno, že média disponují obrovskou mocí, kterou jim propůjčují zvláštní práva a svobody zakotvené v demokratické ústavě. Toto privilegium vychází z mimořádné funkce, již média ve společnosti zastávají a která podmínila jejich vznik, totiž služby veřejnosti a demokracii. Jejich hlavními úlohami je *vytvářet „veřejnost“* a skrze informování a kritiku *kontrolovat demokracii*.¹ Role médií ve společnosti je oproti úloze hlídacího psa demokracie o něco komplexnější: Média zprostředkováváním informací nejen napomáhají k orientaci a utváření názorů ve společnosti, ale zároveň také přispívají ke společenské integraci a socializaci. Jsou tedy nositeli významné informační, sociální, kulturní i politické funkce.²

Jak však poznamenává Siegfried Weischenberg, nejsou to jen tyto významné úlohy pro demokracii a společnost, jež determinují chování médií. Působí na ně také vnější síly, které mění jejich ideální úlohy v o něco méně ideální realitu.³

Média totiž mají podle Weischenberga „*podvojný charakter*“⁴, neboť sice jsou sociální institucí ve službách veřejnosti, zároveň jsou ale také součástí průmyslu, tedy slouží také soukromě podnikatelským účelům. Na jednu stranu jsou tak média zavázána ideálním hodnotám jako je pravda, čestnost či nestrannost, na druhou stranu však sledují prakticky-pragmatické cíle⁵. Právě tato schizofrenie však představuje ono nebezpečí stojící u pramene etických starostí. Média se totiž jakožto součást trhu stávají produktem, který se chce prodat, a zapomínají na svoji posvátnou úlohu ve společnosti.

¹ Stapf, I. (2006): *Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung*. Konstanz: UVK, s. 29-30.

² Ibid.

³ Weischenberg, S. (2004): *Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, s. 171.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

Smysl pro odpovědnost, která jim vyplývá z jejich pravomocí, zatlačí do nevědomí a zneužívají svého mimořádného postavení a své obrovské moci.

1.2. Svoboda vs. odpovědnost

Micheal Widmer však poznamenává: „Není svobody bez odpovědnosti, ani odpovědnosti bez svobody.“⁶ Ani moc médií tedy není absolutní, ale je třeba s ní zacházet odpovědně, neboť právě to je jeden z předpokladů legitimizace médií.⁷

Odpovědnost je přitom pojem jak etický, tak právní. Proto se také v praxi na regulaci médií významně podílejí obě disciplíny a vzájemně se doplňují. V zásadě sledují obě stejný cíl, každá má však trochu jinou stupnici priorit a také různou citlivost. Co je však od sebe výrazně odlišuje, je skutečnost, že každá funguje na zcela odlišném principu, z čehož vyplývají také jejich další charakteristické vlastnosti:

Zatímco nástrojem práva je zákon, který je závazný a sankcionovatelný, etika se odvolává na morálku a jejím nejvyšším trestem je veřejné pokárání.⁸ Neznamena to však nutně, že má právo v regulaci médií navrch – je totiž příliš rigidní, všeobecné a pomalé⁹, a navíc funguje pouze retrospektivně v tom smyslu, že se orientuje jen podle známých situací (precedens).¹⁰ Etika je oproti právu mnohem flexibilnější a reaguje rychleji, především je však proaktivní¹¹, tj. snaží se předcházet problémům a prohřeškům

⁶ Widmer, M. (2003): *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik. Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, s. 17.

⁷ Ibid.

⁸ V některých zemích (VB, Švédsko, Slovinsko) disponuje samoregulace sankcionáčními prostředky, jsou to však spíše jen výjimky. Veřejné pokárání skrze jeho otisknutí v provinivším se médiu však také není mnohdy vynutitelné.

⁹ Saxer, U.: „Strukturelle Möglichkeiten und Grenzen von Medien- und Journalismusethik“ in *Medien-Ethik: Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1991, s. 107.

¹⁰ Funiok, R. Medienethik. Der Wertediskurs über Medien ist unverzichtbar“. In „Aus Politik und Zeitgeschichte“. *Das Parlament*. B 41-42/2000. <http://www.bpb.de/publikationen/RILYM0,0,Medienethik.html> (12.9.2010).

¹¹ Stapf, I. (2006): *Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung*. Konstanz: UVK, s. 116.

nastavováním pravidel a norem chování. Avšak i ona má své limity – funguje totiž pouze na principu dobrovolnosti.

Jak právo, tak etika tedy disponují různými prostředky a každý tak má v regulaci médií jiný dosah. Ani jeden z nich však na média nestačí zcela sám. Podle Funioka „*je proto potřeba obou mechanismů, aby tak společensky významný sektor, jako jsou média, nesešel z cesty.*“¹²

2. Mediální etika

Doposud byly zmíněny pojmy jako *morálka*, *odpovědnost* či *ctnost*. Všechny je spojuje jejich vzájemná souvztažnost i vztah k etice. Jelikož to jsou pojmy, z jejichž principů vychází tato práce, je namístě objasnit jejich význam.

Morálku (z lat. *mos*, neboli mrav, zvyk, obyčej) popisuje Radim Brázda ve svém *Úvodu do srovnávací Etiky*¹³ jako „proměnlivý, historicky a kulturně podmíněný souhrn zvyků, hodnot, pravidel a norem, jimiž se lidé v určitém ohledu řídí ve svém praktickém mravním jednání.“

Etika (z řec. *éthos*, neboli zvyk, obyčej, mrav) je potom „učení o morálce ve smyslu jednání řídících mravů, zvyků a obvyklostí. Pokouší se zdůvodnit, reflektovat, popř. poskytnout pravidla a normy lidského chování a jednání.“¹⁴

Odpovědnost je podle Funioka klíčová kategorie etiky, která nahrazuje pro moderní dobu obsolentně znějící výrazy jako *svědomí*, *ctnost* nebo *povinnost*. Implikuje, že někdo odpovídá za své činy a jednání.¹⁵

¹² Funiok, R. Medienethik. Der Wertediskurs über Medien ist unverzichtbar“. In „Aus Politik und Zeitgeschichte“. *Das Parlament*. B 41-42/2000.
<http://www.bpb.de/publikationen/RILYM0,0,Medienethik.html> (12.9.2010).

¹³ Brázda, R. (1998): *Úvod do srovnávací etiky*. Praha: KLP, s.129-130.

¹⁴ Ibid, s. 131-132.

¹⁵ Funiok, R.: „Medienethik“ in Hüther, J./Schorb, B. (vyd.): *Grundbegriffe der Medienpädagogik*, 4.vyd. München: Kopae Verlag GmbH, 2005, s. 246.

Mediální etika je potom etika aplikovaná na oblast médií, kde ovšem odpovědnost hraje stejně důležitou roli jako v etice filosofické. Mediální etika si podle Funioka klade otázku, „jaké hodnoty, závazky a metody jsou vhodné a nutné, k tomu, aby zajistily odpovědné jednání v oblasti produkce, distribuce a recepce mediálních produktů, a to skrze dobrovolně akceptovaná morální pravidla.“¹⁶

2.1. Roviny mediální etiky a odstupňovaná odpovědnost

Mediální etika se dá podle Pürera¹⁷ diskutovat na několika rovinách, přičemž se odpovědnost kolektivně rozděluje mezi bedra jednotlivých zúčastněných. Jsou to roviny *individuální, profesní, organizační/institucionální* a konečně také rovina etiky *publika*.

Individuální etika připisuje hlavní odpovědnost každému jednotlivému žurnalistovi, jakožto nezávisle se rozhodujícímu a jednajícímu tvůrci mediálních obsahů, který se řídí vlastní morálkou a profesními pravidly.

Profesní etika staví do role odpovědných žurnalisty jako skupinu, která se chrání skrze profesní a etické kodexy. Profesní etika nese podobné rysy jako etika *individuální*.

Odpovědnost na rovině *organizační* či *institucionální* etiky je pak svěřena do rukou vlastníků a provozovatelů médií, kteří sledují vyšší cíle, než samotní tvůrci mediálních sdělení.

Konečně etika *publika* říká, že odpovědná je za mediální tvorbu také veřejnost, protože má možnost skrze ohlasy a kritiky či (ne)konzumaci ovlivnit její podobu.¹⁸

¹⁶ Funiok, R.: „Medienethik“ in Hüther, J./Schorb, B. (vyd.): *Grundbegriffe der Medienpädagogik*, 4. nově přepracované vydání. München: Kopae Verlag GmbH, 2005, s. 243.

¹⁷ Cit. dle Stapf, I. (2006): *Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung*. Konstanz: UVK, s. 119.

¹⁸ Stapf, I. (2006): *Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung*. Konstanz: UVK, s. 131.

Tato stupňovitá klasifikace, od tvůrce médií až po jejich konzumenty, od nejmenší jednotky až po masu, rozděluje odpovědnost mezi jednotlivé aktéry mediální produkce a recepce. Odpovědnost ani jedné ze skupin se však nedá považovat za dostatečnou a samu o sobě schopnou zajistit kvalitní žurnalismus. Etika jednotlivce má v mediální hierarchii příliš malou váhu a publikum je zase navzdory své početnosti málo organizované. Z dlouhodobého hlediska se tak podle Wenzlera jeví jako neúčinnější způsob regulace etika profesní. Dodává však, že je k tomu zapotřebí podpory ostatních etik, neboť „teprve spoluodpovědnost všech aktérů je klíčem k fungování kvalitní žurnalistiky.“¹⁹

Tato práce se tedy bude zabývat především etikou profesní, kterou ztělesňují samoregulační orgány a jejichž nástrojem jsou etické kodexy.

2.1.1. Profesní etika a žurnalismus

Profesní etiku formuluje sociolog Max Weber ve své přednášce „Politika jako povolání“ jako „sociálněetický závazek o tom, že každý jednatel musí nést odpovědnost za následky svého jednání.“²⁰ Rází pro něj pojem *Verantwortungsethik*, tedy *etika odpovědnosti*, a jejím projevem má být účelově racionální chování. Do protikladu k ní staví Weber *etiku smýšlení - Gesinnungsethik*, jež je projevem hodnotově racionálního chování, ve kterém jsou dopady a následky jednání při rozhodování irelevantní a nejsou nikterak zohledňovány.²¹

Žurnalismus je povolání, jehož dosah a tudíž i vliv jsou obrovské. Už skrze samotný výběr informací (Agenda setting) a formulaci mají žurnalisté a potažmo média nesmírné ovlivňovací schopnosti. Jejich moc proto nesmí být zneužita k manipulaci ani jiným účelům, proto by také novinář měl přistupovat ke své práci s etikou odpovědnosti.

¹⁹ Wenzler, M. (1997): „Journalismus-Ethik“. Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung Zürich. <http://www.hausarbeiten.de/faecher/vorschau/105652.html> (11.5.2010).

²⁰ Cit. dle Stapf, I. (2006): *Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung*. Konstanz: UVK, s. 138.

²¹ Ibid.

Jenomže žurnalismus, jak skepticky poznamenává Blum, je otevřené povolání, které může vykonávat téměř každý, aniž by k tomu potřeboval speciální vzdělání nebo splňoval jakékoliv formální požadavky. Žurnalismus totiž není nijak definovaný ani standardizovaný.²² Už Weber konstatoval, že žurnalistu, demagoga, advokáta a umělce pojí společný osud, totiž že jim všem chybí pevná sociální klasifikace.²³ Nutně se tedy nabízí otázka, zda žurnalistiku vůbec můžeme nazývat profesí,²⁴ zda se v jejím kontextu dá tím pádem mluvit o nějaké profesní etice a konečně, zda se jí žurnalista musí cítit zavázán.

3. Samoregulace, její orgány a etické kodexy

Samoregulace či autoregulace (v německé terminologii Selbstkontrolle, Selbstregulierung, Selbstverpflichtung nebo Selbststeuerung) je dnes běžnou součástí praktické žurnalistiky. Jedná se o regulaci vnitřní - vycházející z iniciativy samotných médií, tedy na státu nezávislou a zcela autonomní. Tuto pravomoc řídit a kontrolovat sebe sama médiím propůjčuje jejich významná role v demokratické společnosti (viz 1.kap.), do které stát nesmí zasahovat, protože by tak narušil základní práva, jako jsou svoboda tisku nebo slova, čímž by popřel sám sebe.

Skrze samoregulaci si tedy média sama ukládají a stanovují „pravidla, normy, metody a prostředky, kterými se snaží dostat odpovědnosti vůči veřejnosti a obecnému blahu“²⁵ a je jen v jejich zájmu, „aby s touto výsadou naložila, jak nejlépe dovedou“²⁶, neboť

²² Blum, R. (1993): „Der Presserat des Schweizer Verbandes der Journalistinnen und Journalisten“. In: Schanne, Michael/Schulz, Peter (vyd.): *Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten*. Aarau: Sauerländer 1993, s. 105.

²³ Cit. dle Stapf, I. (2006): *Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung*. Konstanz: UVK, s.141.

²⁴ O to naléhavější je tato otázka v kontextu Švýcarska, kde se žurnalistika ustavila jako nezávislé povolání teprve nedávno. O tom však blíže v podkap. 4.1.

²⁵ Stapf, I.: „Selbstkontrolle“ in Baum, A. et al. (vyd.): *Handbuch Mediensebstkontrolle*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005, s. 170.

²⁶ Ibid, s. 164.

tím jednak zabrání regulačnímu zásahu zvnějšku a v neposlední řadě si tím také pěstují image důvěryhodnosti.²⁷

Pole působnosti samoregulace, stejně jako u samotných médií, vytyčují dva základní body: *svoboda* a *odpovědnost*. Samoregulace totiž sleduje dvojí cíl: chránit a obhajovat prostor svobody slova a dohlížet na etické a odpovědné chování médií ve společnosti.²⁸ Stapf toto výstižně vyjádřila v jedné větě, když volně parafrázovala známou pravdu:

„Svoboda je výchozím bodem samoregulace, neboť bez ní by jí nebylo třeba; je však také její konečnou stanicí, neboť její hranice zabraňují, aby byla skrze zneužití (moci) ohrožena.“²⁹

Prakticky funguje samoregulace skrze orgány, které si sama stanoví a do nichž si ze svých řad sama zvolí členy. V německé terminologii se bavíme (nejen u tištěných médií) o tzv. *Presseratech* – tiskových radách. Aby tyto instituce pracovaly co nejefektivněji a nejobjektivněji, měly by být co nejvíce diferencované a pluralistické, tj., měly by zastupovat všechny aktéry podílející se na produkci, distribuci a konzumaci médií³⁰ (viz 2.1 Roviny mediální etiky). Tyto orgány pak na základě Deklarace ministrů z 4. Evropské konference o politice hromadných sdělovacích prostředků konané v Praze roku 1994 mají právo vytvořit tzv. etický kodex, ve kterém formulují základní hodnoty a etická pravidla profesního chování žurnalistů a k jejichž dodržování vyzvou všechny žurnalisty. Jelikož však jsou tyto orgány institucionalizovány, avšak ne „legalizovány“,

²⁷ Widmer, M. (2003): *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik. Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, s. 82.

²⁸ Blum, R. „Effektivierung von Selbstkontrollorganen“. In: Held, Barbara/Russ-Mohl, Stephan (Vyd.): *Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut, 2000, s. 337.

²⁹ Stapf, I.: „Selbstkontrolle“ in Baum, A. et al. (vyd.): *Handbuch Medienselbstkontrolle*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005, s. 182.

³⁰ Blum, R. „Effektivierung von Selbstkontrollorganen“. In: Held, Barbara/Russ-Mohl, Stephan (vyd.): *Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut, 2000, s. 338.

tj. uzákoněny, spočívá dodržování těchto pravidel pouze na dobrovolnosti a není právně, nýbrž jen morálně závazné. Prohřeší-li se tedy žurnalista proti etickému kodexu, kromě veřejného pokárání, kterého se mu stejně ne vždy dostane, neboť ani to není vynutitelné, mu nic víc nehrozí.³¹

Právě díky této nesankcionovatelnosti si samoregulace, resp. její orgány vysloužily přezdívku „bezzubý tygr“³². Debatin na účet samoregulace poznamenává, že by se pro zlepšení svého postavení mediální etika neměla soustředit pouze na svou regulační funkci (na kterou mají beztak jiné instituce lepší a účinnější prostředky), ale měla by se více zaměřit na svoji druhou, reflektivní funkci, tedy skrze optiku mediálněetických principů kriticky vyhodnocovat chování médií, nabízet pomoc při orientaci v etických otázkách a stimulovat diskusi o mediální etice v každodenní žurnalistické praxi.³³

4. Mediální etika ve světě

Mediální etika se jako pojem zařadila do slovníku veřejnosti poprvé ve Spojených Státech, a to v 90. letech 19. století v souvislosti s kulminací žluté žurnalistiky. Spolu se skandinávskými zeměmi a Francií pak byly USA prvními, kdo se během prvních dvou desetiletí následujícího století pokusil žurnalistickou etiku definovat a institucionalizovat skrze samoregulační orgány. Po druhé světové válce po jejich vzoru následovala Velká Británie (53) a Německo (1956), současně však začaly vznikat také mezinárodní novinářské organizace upravující žurnalistickou etiku, jako např. Deklarace principů novinářského chování z Bordeaux 1954, později nahrazená Mnichovským kodexem v roce 1971.³⁴

³¹ Toto pravidlo má i své výjimky – viz podkap. 1.2.

³² Wiedemann, V., citováno dle Blum, R. „Effektivierung von Selbstkontrollorganen“. In: Held, B./Russ-Mohl, S. (Vyd.): *Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut, 2000, s. 335.

³³ Widmer, M. (2003): *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik. Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, s. 32.

³⁴ Blum, R. „Effektivierung von Selbstkontrollorganen“. In: Held, B./Russ-Mohl, S. (Vyd.): *Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut, 2000, s. 337.

4.1. Švýcarsko

Ačkoliv Švýcarsko patří mezi nejstarší demokracie světa, na mediální etiku, jak přiznává Roger Blum, přišla řeč až dlouho potom, co byla v jiných demokratických zemích plně etablována. Důvodem je netradiční státní uspořádání a specifická historie této země.³⁵

Švýcarsko je zaprvé federací s maximálně decentralizovanou mocí umožňující jednotlivým kantonům mít vlastní parlament, ústavu i zákony. Na tom by nebylo nic neobvyklého, kdyby Švýcarsko nebylo menší než Česká republika a nemělo 26 kantonů. Švýcarsko však dále heterogenizuje jeho jazyková mnohotvárnost – hovoří se zde totiž německy (64%), francouzsky (20%), italsky (6%) a rétorománsky (0,5%). Tato diverzifikace, jazyková i správní, navíc podpořená aplským terénem, se v žurnalistice projevuje nebývalou pestrostí miniaturních lokálních médií³⁶, která jinde ve světě nemá obdoby³⁷. Zákonitě však s jejich množstvím klesá také jejich úroveň.

Švýcarsko je zadruhé přímou demokracií, ve které politika odjakživa hrála významnou roli. V oblasti médií se projevila v podobě stranického tisku, který však oproti USA, Velké Británii, Francii nebo dokonce sousednímu Německu začal zanikat o mnoho později a trval mnohem déle, což má za následek relativně mladou nezávislou žurnalistiku a její chápání jako samostatnou profesi.³⁸

Dokud byly noviny úzce propojeny s politickými stranami, orientovaly se podle jejich hodnot a měřítek a žádná jiná (etická) pravidla ani normy k tomu nebyla zapotřebí. Jak však také Blum dodává, veřejný diskurs nebyl tak citlivý, jak ho známe dnes, a hranice

³⁵ Blum, R.; Prinzing, M. (2010) „Medienethik in der Schweiz“. <http://www.unifr.ch/mukw/mukw07/uploads/file/downloads/KME2-SchichaBrosda2010.pdf>, (15.4.2010).

³⁶ 71 % švýcarských novin (140) nepřesahuje náklady více než 150 000 exemplářů.

³⁷ Blum, R.(2000): „Sonderfall versus Normalfall. Der Schweizer Journalismus zwischen gestern und morgen“. http://www.ikmb.unibe.ch/content/forschung/forschungsprojekte/2002_2004/e5992/e6298/e8084/e7783/e8047/e8087/e8094/e8149/journalismus-referatblum.pdf. (18.4.2010).

³⁸ Ibid.

etiky byly mnohem širší. V nejhroších případech tak na etiku došlo až u soudu v duelu.³⁹

Potřebu etiky začali Švýcaři pociťovat až s příchodem zábavních časopisů a bulvárních novin, současně však také s moderní investigativní žurnalistikou. Za milníky těchto změn označuje Übersaxer založení bulvárního deníku Blick v roce 1959 a značně bezskrupulózní metody zpravodajské agentury UPI v šedesátých letech.⁴⁰ Z hlediska mediální etiky tehdy vykrytalizovaly dvě základní otázky: Jak daleko smí novinář zasáhnout do soukromí osob a do jaké míry smí obcházet zákony při odhalování nepravostí.

Nutnost mediální etiky se pak definitivně potvrdila koncem šedesátých let, kdy se noviny začaly od svých partají odpoutávat a stávaly se nezávislými občanskými fóry. Stranické hodnoty a ideály pro ně přestaly být směrodatné a už bylo jen na nich, aby si našly v novém prostředí vlastní, žurnalistické orientační body a pravidla.⁴¹

Klíčovým stimulantem se v tomto směru ukázalo být mnichovské revidování evropského žurnalistického kodexu z Bordeaux v roce 1971. Svaz švýcarských novinářů (Verband Schweizer Journalisten, dále jen VSJ)⁴² tehdy začal pracovat na vlastním profesním Kodexu, který hned následujícího roku schválil jako „Deklaraci práv a povinností žurnalistek a žurnalistů“ (Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten).

³⁹ Blum, R.; Prinzing, M. (2010) „Medienethik in der Schweiz“. <http://www.unifr.ch/mukw/mukw07/uploads/file/downloads/KME2-SchichaBrosda2010.pdf>, (15.4.2010).

⁴⁰ Cit. dle Blum: Blum, R.; Prinzing, M. (2010) „Medienethik in der Schweiz“. <http://www.unifr.ch/mukw/mukw07/uploads/file/downloads/KME2-SchichaBrosda2010.pdf>, (15.4.2010).

⁴¹ Ibid.

⁴² VSJ je nejstarším a zároveň největším profesním sdružením žurnalistů ve Švýcarsku, byl založen roku 1883, roku 1976 se přejmenoval na SVJ a od r.2003 si říká Impressum.

4.1.1. Založení Presseratu

Dále bylo plánováno založení tiskové rady⁴³ (Presseratu), na které se měl, podle německého vzoru, podílet také Svaz vydavatelů. Avšak vydavatelé členství odmítli kvůli formulaci některých práv novinářů v etickém kodexu⁴⁴. A tak v roce 1977, tedy s více než dvacetiletým zpožděním oproti sousedním zemím, vznikl švýcarský Presserat, jež zastřešil pouze VSJ a jež se skládal pouze z 18 žurnalistů.⁴⁵

To byl pro Presserat těžký start. Nejen z hlediska organizačního a finančního, ale zejména kvůli jeho akceptovatelnosti. Málokdo vůbec tušil o jeho existenci - během prvních pěti let neobdržel k posouzení vůbec žádnou stížnost. Avšak i samotní žurnalisté neměli dlouho o Presseratu ponětí, v lepším případě jen vágní představu. To v roce 1993 donutilo Rogera Bluma, tehdejšího prezidenta⁴⁶ Presseratu, k publikaci článku, který nazval prostě a jednoduše "Presserat Švýcarského svazu žurnalistů a žurnalistek" a jehož text začínal otázkami: „Co je Presserat za podivné grémium? Kdo ho zvolil? K čemu vůbec je?“⁴⁷ Za nimi autor poznamenává, že je nejvyšší čas, aby odpovědi na tyto otázky znali také žurnalisté.

Blum však ve svém článku nekritizuje pouze neznalost žurnalistů, ale také odmítavý postoj Vydavatelů a dalších média zastřešujících organizací k členství v Presseratu, neboť jak může tento orgán získat autoritu u médií a efektivně fungovat, když nemá podporu většiny mediálních spolků a když ho tyto spolky de facto neuznávají?⁴⁸

⁴³ Z důvodu nepřesnosti a nevýstižnosti českého překladu budu dále v textu používat výraz původní – Presserat.

⁴⁴ Nesouhlasili například s právem novinářů na znalost vlastnických poměrů zaměstnavatele, na přiměřené odškodnění, na (do)vzdělání a také s právem priority vnitřní svobody tisku před ostatními, mj. právě vydavatele.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Roger Blum vykonával funkci prezidenta švýcarského Presseratu v letech 1991-2001.

⁴⁷ Blum, R. (1993): „Der Presserat des Schweizer Verbandes der Journalistinnen und Journalisten“. In: Schanne, Michael/Schulz, Peter (Vyd.): *Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten*. Aarau: Sauerländer 1993, s. 105.

⁴⁸ Ibid, s. 107.

Situace se vylepšila především v průběhu devadesátých let, právě pod vedením Rogera Bluma. Presserat tehdy převzal iniciativu do vlastních rukou a začal komentovat a vyhodnocovat případy sám od sebe, „bez zakázky“. A tak jeho značka pomalu, ale jistě rostla. Presserat se navzdory svému jménu⁴⁹ nezabýval pouze tiskem, ale také ostatními médii. Náplní jeho práce přitom nebyla pouze kritika prohrěšků vůči kodexu, ale také ochrana svobody slova a tisku.⁵⁰ Některé jeho posudky známých kauz získaly ve společnosti velký ohlas, a dokonce se o nich zmínila i některá média, která ho tou dobou už celkem znala a hodnotila jej pozitivně. Jak však poznamenává dvojice Tschopp/Wyss, jeho stanoviska měla i přesto minimální vliv na diskuse v redakcích a na každodenní žurnalistickou praxi.⁵¹

4.1.2. Presserat roste

Kýženou autoritu jak v médiích, tak i ve společnosti, přineslo Presseratu až rozšíření základny jeho členů, které začalo v roce 1999 a skončilo o osm let později.

Po dlouhých vyjednáváních v roce 1999 do Presseratu k stávajícímu VSJ (tou dobou již Impressum⁵²) přistoupily další tři žurnalistické spolky, a to: odborový svaz Comedia⁵³, Švýcarský syndikát pracujících v médiích⁵⁴ (Schweizer Syndikat Medienschaffender – SSM) a Konference šéfredaktorů⁵⁵ (Konferenz der Chefredaktoren). Presserat se přetvořil na nadaci, jejíž rada do něj zvolila nově 21 členů, z nichž 6 byli zástupci publika. Nové pluralitní zastoupení výrazně zkvalitnilo práci Presseratu i jeho image. Tato změna se promítla také do počtu stížností, se kterými se veřejnost na Presserat obracela, a který se hned během následujícího roku zdvojnásobil.⁵⁶

⁴⁹ „Presse“ je tradiční výraz zahrnující všechna klasická média (tisk, radio, televize)

⁵⁰ Blum, R.; Prinzing, M. (2010) „Medienethik in der Schweiz“. <http://www.unifr.ch/mukw/mukw07/uploads/file/downloads/KME2-SchichaBrosda2010.pdf>, (15.4.2010).

⁵¹ Ibid.

⁵² www.impressum.ch

⁵³ www.comedia.ch

⁵⁴ www.ssm-site.ch

⁵⁵ www.chefredaktoren.ch

⁵⁶ Podrobnosti ohledně statistiky stížností a stanovisek Presseratu viz kapitola 7 a graf č. 3.

Stále však ještě bylo v Presseratu co zlepšovat: Roger Blum napsal v roce 2000 další článek, který se tentokrát jmenoval „Zefektivňování samoregulačních orgánů“. Jak název napovídá, dává v něm autor rady k zlepšení fungování švýcarského Presseratu. Co je však na tomto počínu mimořádné, je skutečnost, že autor tou dobou ještě stál v čele Presseratu a nestyděl se přitom zaujmout k němu kritické stanovisko a vystavit se tak de facto sebekritice. Potvrdil tak svoje přesvědčení, že pro kvalitní fungování samoregulace ve společnosti je důležitá komunikace mezi Presseratem a veřejností.⁵⁷

Blum ve svém článku tvrdí např., že Presserat je skrze informování o mediálněetických případech jistou formou konkurence ostatních médií, tedy že musí reagovat rychle a věcně. Nemá čekat na výzvy stěžovatelů, ale sám má aktivně sledovat dění, uchopovat případy a zaujímat k nim stanoviska. S jejich zveřejňováním potom nemá otálet a ohlížet se na postoje odborníků (např. právníků), neboť to celý proces zpomalí a ubere Presseratu na atraktivitě.⁵⁸

Dále Blum radí, aby Presserat ve svých hodnoceních neustále navazoval na již řešené případy a doplňoval a prohluboval tak jejich podstatu a chápání jakožto komplexních témat. Zároveň by měl na základě známých případů vyvozovat všeobecně platná pravidla pro určité oblasti žurnalistické praxe a vytvořit tak klíč k řešení, ale i předcházení podobných etických problémů. Dalším jeho doporučením je, aby se Presserat nezatěžoval případy, které spadají přímo do kompetence mocnějších institucí - soudů nebo UBI⁵⁹, neboť tyto disponují vymahatelnými prostředky.⁶⁰

Blum se také vyjadřuje k činnosti Presseratu ve vztahu k veřejnosti. Doporučuje konání ročních tiskových konferencí, na kterých by se diskutovala aktuální témata mediální etiky, dále vydávání ročenky, stejně jako jakéhosi Vademeca, ve kterém by byly

⁵⁷ Blum, R. „Effektivierung von Selbstkontrollorganen“. In: Held, Barbara/Russ-Mohl, Stephan (Vyd.): *Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut, 2000, s. 341-344.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen – viz následující kapitola.

⁶⁰ Ibid.

systematicky seřazené veškeré případy a jejich řešení, a konečně navrhuje také založení webových stránek ke kvalitnější komunikaci s veřejností a snadnějšímu přístupu k jeho stanoviskům.⁶¹

Roger Blum dal tedy Presseratu cenné rady; o provedení mnohých z nich se však zasloužil až jeho následovník na postu prezidenta, Peter Studer⁶². Tomu se navíc v roce 2007 podařilo dosáhnout posledního a zároveň klíčového kroku v evoluci Presseratu, totiž že do jeho řad mezi stávající členy Presseratu po přesně třiceti letech nekonečných vyjednávání konečně přistoupil Svaz vydavatelů, ke kterému se navíc přidala také Švýcarská televizní a radiová společnost (Schweizerische Radio- und Fernsehengesellschaft - SRG)⁶³. Švýcarský Presserat tak konečně získal podporu všech pro média významných organizací a jeho autorita a role tak byly nezpochybnitelné. A tak nastala nová éra moderního Presseratu, kterému od roku 2008 předsedá Dominique von Burg.

4.1.3. Presserat dnes

V současné době je Presserat klíčovou institucí ve Švýcarsku zabývající se mediálněetickou problematikou. Ročně mu projde rukama šedesát až sedmdesát případů, což je zhruba stejný počet jako za prvních dvacet let své existence.⁶⁴ Ačkoliv se však Presserat navzdory svému názvu nezabývá pouze tištěnými médii, ale veškerými publikacemi žurnalistické povahy napříč mediálním spektrem, většina jeho stanovisek se týká právě tisku. Důvodem je skutečnost, že rozhlas a televize jsou ošetřeny skrze státem zřízenou regulační instituci, UBI⁶⁵, kterou jim nařizuje zákon a jejíž členy volí vláda.⁶⁶

⁶¹ Ibid.

⁶² Peter Studer byl prezidentem Presseratu mezi lety 2001-2007.

⁶³ Blum, R.; Prinzing, M. (2010) „Medienethik in der Schweiz“. <http://www.unifr.ch/mukw/mukw07/uploads/file/downloads/KME2-SchichaBrosda2010.pdf>, (15.4.2010).

⁶⁴ Jahrheft 2009 des Schweizer Presserats: <http://www.presserat.ch/Documents/jahrheft09.pdf>, (5.11.2010).

⁶⁵ Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen – Nezávislá rada pro stížnosti pro radio a televizi, založená r. 1984; od r. 1991 v ní zasedají ombudsmani.

⁶⁶ Blum, R.; Prinzing, M. (2010) „Medienethik in der Schweiz“. <http://www.unifr.ch/mukw/mukw07/uploads/file/downloads/KME2-SchichaBrosda2010.pdf>, (15.4.2010).

Jak poznamenává Michael Widmer, tento „dvojitý metr“ pro úpravu sdělovacích prostředků souvisí jednak s historií vzniku jednotlivých médií a jednak s jejich rolí a významem ve společnosti: Zatímco tisk vznikl jako prostředek boje proti absolutistickému státu, rozhlas a televize fungovaly od počátku v úzkém vztahu k němu, jako služba jemu a veřejnosti (pozůstatkem čehož jsou veřejnoprávní rozhlas a televize). Důležitým faktorem zde byl mj. omezený kmitočet, kvůli kterému byla licence vysílání považována za privilegium a tím pádem i závazek. Hlavním argumentem pro právní úpravu radiového a televizního vysílání je však mediální teorie o obrovském vlivu a schopnosti manipulace těchto elektronických médií oproti klasickému tisku.⁶⁷

Kompetence Presseratu se dle jeho stanov vztahují jen na žurnalisty z povolání a na jejich činnost švýcarské provenience. Publikacemi domácích autorů pro mimošvýcarská média se Presserat nezabývá. Svoje stanoviska pak vyjadřuje jen skrze optiku etického kodexu, právní normy jsou pro Presserat v tomto ohledu irelevantní.⁶⁸

Počet členů v Presseratu se od roku 1999 ustálil na jednadvaceti. Pluralita složení Presseratu a tedy i jeho maximální objektivita je zajištěná již zmíněným zastoupením žurnalistů i publika v poměru 5: 2, přičemž mezi prvně jmenovanými jsou jak novináři, tak i pracovníci z jiných médií, kteří v mediální hierarchii zastávají různé funkce – od samotných autorů publikací, přes editory až po redaktory. Nakonec je Presserat vyvážen také jazykově a genderově, a to rovnoměrným zastoupením mluvčích z germano-, franko- a italofoonních oblastí Švýcarska, a zastoupením každého pohlaví minimálně osmi členy. Volí se na 4 roky.⁶⁹

Od roku 2000 má švýcarský Presserat konečně také svoje webové stránky⁷⁰. Na první pohled sice působí trochu staromódně a úvodní stránka se kvůli grafickým symbolům

⁶⁷ Widmer, M. (2003): *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik. Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, s. 24.

⁶⁸ Stanovy Presseratu: <http://www.presserat.ch/Documents/Reglement2009.pdf>, (5.11. 2010).

⁶⁹ Ibid.

⁷⁰ www.presserat.ch

velmi pomalu načítá, avšak četné informace a dokumenty na nich zveřejněné jsou velmi inteligentně a přehledně zpracované a prozrazují kvalitní komunikaci této instituce s publikem.



Schweizer Presserat
Conseil suisse de la presse
Consiglio svizzero della stampa

Der *Schweizer Presserat* steht dem Publikum und den Medienschaffenden als Beschwerdeinstanz für medienethische Fragen zur Verfügung.

Le *Conseil suisse de la presse* est à disposition du public et des journalistes en tant qu'instance de plainte pour des questions relevant de l'éthique des médias.

Il *Consiglio svizzero della stampa* è a disposizione del pubblico e dei giornalisti, come istanza competente a ricevere reclami concernenti l'etica dei mass media.

Obr. č. 1: Logo a motto Presseratu.

Na úvodní stránce stojí pod logem Presseratu ve tvaru švýcarského kříže trojjazyčně napsáno: „Švýcarský Presserat, jakožto Komise stížností, je publiku a pracovníkům v médiích k dispozici v otázkách mediální etiky.“ (viz obr. loga)

Dále pod několika odkazy Presserat nabízí plná znění všech významných dokumentů. Za zmínku stojí například Stanovy, ve kterých Presserat mj. definuje svůj hlavní úkol jako snahu „přispívat svojí činností k reflexi základních mediálněetických otázek a tím i podněcovat diskuse o mediální etice v redakcích.“⁷¹ Najdeme tu také Etický kodex a směrnice k němu, stanoviska k jednotlivým případům v chronologickém pořadí, ale také vyhledávač, který podle názvu nebo klíčových slov najde v archivu každou kauzu s jejím procesem i konečným řešením. Dále se tu nachází Blumem doporučené Vademekum sumarizující etická pravidla pro konkrétní oblasti žurnalistiky, doplněné o ilustrační kauzy a konečně také ročenky shrnující činnost Presseratu a vývoj mediální etiky za uplynulý rok.

⁷¹ Stanovy Presseratu: <http://www.presserat.ch/Documents/Reglement2009.pdf>, (2.10. 2010).

5. Etický kodex

Švýcarský žurnalistický etický kodex, v přesném znění Deklarace povinností a práv žurnalistek a žurnalistů (Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten), vychází z již zmíněné mnichovské deklarace, která iniciovala jeho vznik. V mnohém se s ní shoduje, má však také svá vlastní specifika:

5.1. Preambule

Etický kodex otevírá Preambule, která novinářům garantuje právo na přístup k informacím, na svobodné šíření názorů a na kritiku, jakožto na základní lidská práva zakotvená v demokratické ústavě. Připomíná však také, že úkolem žurnalistů je zajišťovat veřejnosti společensky nepostradatelný diskurs, z čehož jim vyplývají nejen práva, ale také povinnosti, které jsou dále formulovány v samotném Etickém kodexu. Ty jsou základním předpokladem nezávislé a kvalitní žurnalistiky a „každý žurnalista hodný tohoto označení by proto měl považovat za svou povinnost se jimi řídit.“⁷² Nesmí mu v tom zabraňovat, ani v této věci prosazovat svůj názor nikdo jiný než „kolegyně a kolegové, samotný Presserat nebo podobně legitimovaný profesněetický orgán.“⁷³ Ještě dodává, že odpovědnost vůči veřejnosti má vždy největší prioritu a preambuli pak uzavírá výrok o tom, že se sluší, aby pokárané médium zveřejnilo alespoň v krátké zprávě stanovisko Presseratu.⁷⁴

5.2. Povinnosti žurnalistů

Výčtu pravidel profesního chování žurnalistů předchází apel na fair play, jakožto obecného principu, ze kterého vychází veškeré požadavky na etické jednání žurnalisty. Tyto zásady jsou pomocí jednoduchých výroků vyjádřeny v jedenácti bodech, o kterých se běžně hovoří jako o „jedenácti povinnostech“. Podle nich má žurnalista ve výkonu své profese⁷⁵:

⁷² Preambule Etického kodexu: <http://www.presserat.ch/21690.htm>, (12. 9. 2010).

⁷³ Ibid.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Toto není doslovné znění „11 povinností“ žurnalistů, nýbrž jejich parafráze, která shrnuje všechny klíčové myšlenky a pojmy originálu, přičemž se od něj obsahem a délkou téměř neliší (srov. plné znění v Příloze).

1. Respektovat pravdu bez ohledu na důsledky, které z toho mohou vyplývat.
2. Hájit svobodu informací a z ní vyplývající práva, stejně jako nezávislost a čest svého povolání.
3. Zveřejňovat pouze informace, jejichž zdroj je znám, a to v úplné a nezkreslené podobě; neověřené informace a montáže všech druhů řádně označit.
4. Nepoužívat nepoctivé prostředky pro získávání informací; nepřipustit klamavé informace, ani plagiát.
5. Opravit zveřejněné informace, které se ukázaly být fakticky chybné.
6. Chránit redakční tajemství a zdroj důvěrných informací.
7. Respektovat soukromí osob, pokud to není v rozporu s veřejným zájmem, vyvarovat se anonymním a věcně nepodloženým obviněním.
8. Respektovat lidskou důstojnost a nedopustit se jakékoliv diskriminace.
9. Nepřijímat pozornosti či výhody, které by omezovaly nezávislost výkonu jeho práce.
10. Vyvarovat se reklamě, sponsoringu.
11. Řídit se pouze pokyny odpovědných členů redakce, a to jen v případě, že nejsou v rozporu s Etickým kodexem.

5.3. Práva žurnalistů

Aby žurnalisté mohli splnit výše uvedená pravidla, musí podle Etického kodexu požadovat minimálně následující práva:

- a) Právo na svobodný přístup k informacím a na svobodnou rešerši všech skutečností, které jsou ve veřejném zájmu.
- b) Právo nemuset v rámci profese vykonat nic, co by bylo v rozporu s profesními pravidly nebo s jeho svědomím.
- c) Právo odmítnout jakékoliv zásahy do jeho práce, které nejsou v souladu s obecnými pravidly publikační činnosti.
- d) Právo na transparentnost majetkových poměrů zaměstnavatele, na informování a vyjádření se k rozhodnutím, která mají vliv na chod celého podniku.
- e) Právo na přiměřené (do)vzdělání.
- f) Právo na upravení pracovního poměru skrze kolektivní smlouvu, ze které mu nesmí vzniknout žádné nevýhody.
- g) Právo na osobní smlouvu, která mu zajistí materiální a morální jistotu a finanční nezávislost.

Inspirace Mnichovskou deklarácí je na Etickém kodexu na první pohled zřetelná. Především práva švýcarských žurnalistů korespondují s těmi mezinárodními. Mezi povinnosti žurnalistů však Presserat navíc zařazuje princip fair play, respektování lidské důstojnosti a povinnost obhajovat nezávislost a dobré jméno žurnalistiky jako profese.⁷⁶

5.4. Kritika kodexu

Co se ukazuje být na první pohled na Kodexu problematické, je jeho minimalismus, vágnost⁷⁷ a vysoká míra abstrakce, především ve směru definovaných Povinností. Jak

⁷⁶ Widmer, M. (2003): *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik. Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, s. 85.

⁷⁷ Saxer, U.: „Strukturelle Möglichkeiten und Grenzen von Medien- und Journalismusethik“ in *Medien-Ethik: Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1991, s. 108.

může pouhých jedenáct pravidel pokrýt tak široké pole jako je žurnalistika? A jak mohou tato pravidla, jejichž formulace jsou tak obecné, že umožňují hned několik interpretací (body 4, 7, 9) nebo v horších případech neříkají zhola nic (1,2), být aplikovatelná na konkrétní situace nanejvýš heterogenní žurnalistické praxe?⁷⁸

Oproti povrchnosti celkového vyznění jednotlivých pravidel, jsou paradoxně některé termíny až příliš precizovány, takže např. švýcarský žurnalista nepracuje jen s „informacemi“, ale také s „textem, zvukem, obrazem a dokumentem.“ Podobně si nevystačí výraz „diskriminace“, ale je třeba uvést, že se jedná o diskriminaci „etnické nebo národní příslušnosti, náboženství, pohlaví, sexuální orientace, fyzického, tělesného a duševního postižení,“ ačkoliv například toto přesně definuje zákon.

Weischenberg však jako hlavní problém spatřuje skutečnost, že jsou Povinnosti formulovány jako maxima, tedy jako absolutně platná pravidla nepřipouštějící žádné výjimky⁷⁹. Podle něj „mají totiž absolutní hodnoty v moderní společnosti jen relativní platnost“ a „eticky jednající člověk, který ve všech směrech života uplatňuje stejné normy a měřítko je empiricky nenalezitelný.“⁸⁰

Je až s podivem, že pomocí tohoto minimalistického a k tomu na absolutních hodnotách stavícího Kodexu dokázal Presserat získat u médií respekt a že v této podobě tak dlouho prakticky fungoval. Teprve v roce 2000 totiž jedenáct stávajících pravidel doplnily tzv. Richtlinien⁸¹, neboli jakési dodatky, které jednotlivé body konkretizují a upravují. Množství těchto dodatků (celkem 45) k jednotlivým pravidlům jasně ukazuje, jak byly původní formulace vágní a nedostatečné (zejména body 3,4,7).

⁷⁸ Widmer, M. (2003): *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik. Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, s. 89.

⁷⁹ Výjimkou je bod 7, který připouští jeho porušení, je-li to ve veřejném zájmu.

⁸⁰ Weischenberg, S. (2004): *Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, s. 212-213.

⁸¹ Přesné znění Richtlinien viz Příloha.

Většina dodatků je logická a snadno vydedukovatelná (dodatky 7.10 o zobrazování konfliktů a násilí, 8.3 o informování o obětech trestných činů), u některých překvapí, že se takový dodatek vůbec může skrývat pod původním pravidlem (dodatek 3.7 o pravidlech pro vyhodnocování ankety či 4.5 pro psaní interview). Jiné dodatky sice komentují původní pravidlo, jejich formulace však nejsou nikterak zpřesňující a spíše opakují již řečené, a to velmi charakteristickým moralizujícím jazykem, apelujícím na svědomí a čest. Příkladem takových dodatků je např. dodatek 4.7, který říká, že „kdo se dopustí plagiátorství, tj. převezme v identické nebo upravené podobě informace (...) od jiných žurnalistů, aniž by udal jejich zdroj, jedná nečestně se sobě rovnými.“⁸² Dalším příkladem je apologie osob veřejného života v dodatku 7.3, který se teprve před několika měsíci dočkal úpravy⁸³; zde jeho původní znění: „Je třeba mít na zřeteli, že i tito lidé mají právo na soukromí (...) a že novináři mohou jistě vycházet z toho, že si tito lidé přejí, aby se k nim žurnalisté chovali tak, jak by sami chtěli, aby se k nim přistupovalo, kdyby byli na jejich místě.“⁸⁴

Charakteristickým rysem všech dodatků je, že původní pravidla na jednu stranu zpřesňují, ale zároveň je také reaktivizují. Zatímco formulace jedenácti povinností z roku 1972 deklaruje jejich absolutní platnost, Dodatky k nim připouští možnost, že žurnalista může tato pravidla porušit. Nestojí totiž výlučně na principu deontologické etiky Kantových maxim⁸⁵ jako Kodex, ale dovolují žurnalistovi rozhodnout se v eticky sporných otázkách podle konkrétní situace, přičemž klíčovým faktorem má být veřejný zájem. Ve výsledku je tedy docela možné, že žurnalista bude zároveň vykonávat veřejnou funkci (2.4), že pro získání informací použije nepocitvé prostředky (4.2, 4.3) nebo že naruší soukromí osob (7.1)⁸⁶.

⁸² <http://www.presserat.ch/21860.htm>, (12.9.2010).

⁸³ O úpravách Dodatků viz kapitola 7.

⁸⁴ <http://www.presserat.ch/12990.htm>, (30. 8. 2009).

⁸⁵ Thompson, M. (2004): Přehled etiky. Praha: Portál, s. 110-113.

⁸⁶ Odkaz na veřejný zájem relativizuje následující pravidla a dodatky: 2.5, 4.2, 4.3, 6.2, 7.1, 7.6, 7.10, 8.3, 10.1, 10.3.

Ani Dodatky tedy nedefinují pravidla chování novinářů s konečnou platností a jsou také relativní. I přes mnohé výtky je však jejich existence celkově přínosem, neboť ve většině případů skutečně zpřesňují původní pravidlo. Jejich výhodou oproti Kodexu navíc je, že jsou mnohem flexibilnější a snáze se revidují dle aktuální potřeby etiky. K jejich pozměnění totiž stačí nadpoloviční souhlas Presseratu, zatímco rigidnější Kodex potřebuje dvě třetiny.⁸⁷

Co je však kritické na celém Kodexu i s jeho Dodatky, je podle Widmera skutečnost, že neustále staví etická pravidla nad právo.⁸⁸ Už v Preambuli totiž deklaruje, že „odpovědnost žurnalistů vůči veřejnosti má přednost před každou jinou, především před odpovědností vůči zaměstnavateli a státním institucím“ a že „žurnalisté odmítnou jakékoliv vměšování státních nebo jiných zaměstnanců.“⁸⁹ Mezi Pravidly také najdeme podobné výroky, např. dodatek 6.1 o tom, že „profesní povinnost hájit redakční tajemství přesahuje zákonné právo na odmítnutí svědectví.“⁹⁰ Mediální právo přitom pořád ještě definuje hranice normativní mediální etiky⁹¹ a i kdyby si oba měly odporovat, svrchovanost práva je nepopiratelná.

Presserat se také v Preambuli nazývá „legitimovaným profesněetickým orgánem“, ačkoliv je na státu a jeho právním systému naprosto nezávislý, čehož je důkazem už jen samotný fakt, že nedisponuje žádnými vymahatelnými prostředky. Tato skutečnost přitom bývá nejkritizovanějším nedostatkem Presseratu, neboť nejen, že tento nemůže prohršivšího se žurnalistu nijak sankcionovat, ale nedokáže ani prosadit, aby jeho pokárání bylo proviněným médiem zveřejněno.

⁸⁷ Stanovy Presseratu: <http://www.presserat.ch/Documents/Reglement2009.pdf>, (2.10. 2010).

⁸⁸ Widmer, M. (2003): *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik. Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, s.143.

⁸⁹ <http://www.presserat.ch/21690.htm>, (12.9.2010).

⁹⁰ <http://www.presserat.ch/12950.htm> (12.9.2010).

⁹¹ Widmer, M. (2003): *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik. Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, s.143.

6. Obraz Presseratu

Navzdory své ambicioznosti si je ale Presserat dobře vědom své limitované moci a ví, jak poznamenává Blum, že „jeho vliv závisí jen a pouze na tom, zda jeho stanoviska vyvolají diskuse v redakcích a mezi veřejností a zda donutí k zamyšlení a povedou k uvědomělosti a interním regulacím v médiích.“⁹²

Do jaké míry je v tomto směru Presserat úspěšný a jak ho vůbec vnímají žurnalisté, ukazuje nedávná studie⁹³ vědců z Institutu pro aplikované mediální vědy ZHW ve Winterthuru. Ti pomocí online dotazníků, kterých se zúčastnilo celkem 1329 žurnalistů ze 152 redakcí švýcarských médií, zjistili, jak dobře tito *znají* švýcarský Presserat a jeho Kodex, jak ho *aplikují* v praxi a jak ho vzhledem k výkonu své profese *hodnotí*. Výzkum probíhal kvadrolingvně, tedy napříč jazykovými regiony Švýcarska, a zahrnul všechny typy médií. Většina respondentů přesto pochází z největší, německy mluvící oblasti (73%) a víc než polovina pracuje v tisku.

Známost Presseratu a jeho Kodexu

Ukázalo se, že Presserat mají žurnalisté obecně v povědomí. Ve všech jazykových oblastech devět z deseti žurnalistů také ví, jaké jsou jeho kompetence. Stejně množství dotazovaných zná také jeho Etický kodex, o dodatcích k němu však tuší pouze 72 % dotazovaných. O tom, že Presserat zveřejňuje stanoviska k etickým případům, má v povědomí 77 % žurnalistů, nechte je však téměř nikdo.

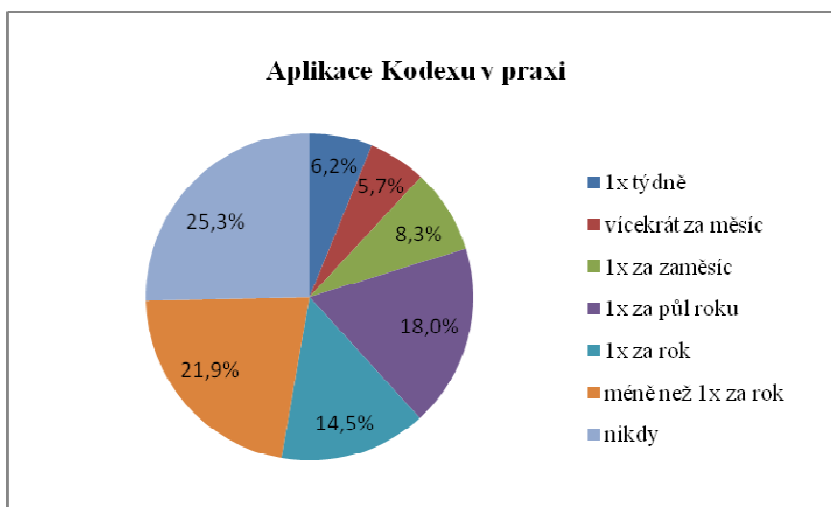
Aplikace kodexu v praxi

Skoro polovina žurnalistů konzultuje Kodex méně než jednou za rok, alespoň jednou měsíčně ho vezme do ruky jen každý pátý žurnalista (viz Graf č 1). Jedná se přitom však spíše o žurnalisty z vedoucích pozic; jejich podřízení kolegové, jak prozrazují výsledky, se o eticky choulostivých otázkách raději poradí mezi sebou nebo se

⁹² Blum, R. (1993): „Der Presserat des Schweizer Verbandes der Journalistinnen und Journalisten“. In: Schanne, Michael/Schulz, Peter (Vyd.): *Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten*. Aarau: Sauerländer 1993, s. 107.

⁹³ Wyss et al. „Das Bild des Presserates. Eine schriftliche Befragung von Schweizer Medienschaffenden“. Winterthur: Institut für Angewandte Medienwissenschaft, 2007. <http://pd.zhaw.ch/hop/1532708414.pdf> (20.4.2010).

spolehnou na vlastní zkušenosti. Také se ukázalo, že lépe, a především odborně vzdělaní, stejně jako ve svazech organizovaní žurnalisté, zacházejí s Kodexem a jeho Dodatky nejuvědoměleji.



Graf č. 1: Aplikace Kodexu v praxi⁹⁴

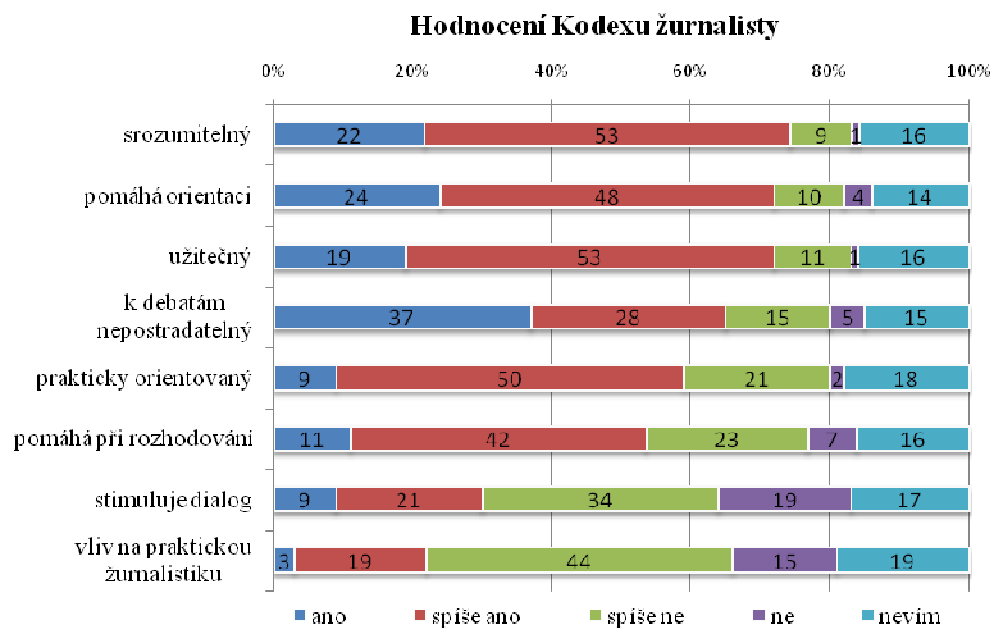
Znalost stanovisek

Průzkum ukázal, jak důležité je, aby stanoviska Presseratu byla zveřejňována v médiích. Naprostá většina (70%) se s nimi totiž seznamuje právě touto cestou nebo skrze agenturní zprávy (53%). Zajímavé je, že pouze minimum žurnalistů považuje za samozřejmé, že jejich redakce tato stanoviska zveřejní, už vůbec ne, týká-li se jiného média.

Užitečnost Kodexu

Navzdory spíše zdrženlivému používání Kodexu v praxi ho žurnalisté označují jako srozumitelný, užitečný a praktický. Souhlasí také s tím, že slouží k orientaci v etických otázkách a že je nezbytný k jejich debatám. Zároveň však přiznávají, že v jejich redakcích žádné podobné diskuse nepodněcuje a že jeho existence nemá de facto žádný vliv na jejich každodenní profesní činnost.

⁹⁴ Wyss et al. „Das Bild des Presserates. Eine schriftliche Befragung von Schweizer Medienschaffenden“. Winterthur: Institut für Angewandte Medienwissenschaft, 2007. <http://pd.zhaw.ch/hop/1532708414.pdf> (20.4.2010).

Graf č. 2 Hodnocení Kodexu žurnalisty⁹⁵

Akceptace a vliv Presseratu

Presserat jako instituce platí podle výzkumu mezi žurnalisty za odborně kompetentní, praktický a aktivní. Těší se všeobecné důvěře a velkému respektu. Kladně jsou hodnoceny jeho role coby bojovníka za svobodu médií, nezávislého soudce v eticky sporných otázkách a zastávce důvěryhodnosti a dobré image médií. Podobně jako u Kodexu však žurnalisté přiznávají, že Presserat a jeho činnost nijak neovlivňuje jejich každodenní práci. Shodují se na tom, že by však mohl vylepšit svoji činnost ve vztahu k veřejnosti, například zřízením online nebo telefonické poradny.

7. Vývoj žurnalistické etiky a její reflexe v Presseratu

Výzkum jasně ukázal, že má Presserat navzdory své obrovské snaze aktivně se zapojovat do mediálního dění stále problémy prosadit se v praxi a jakkoliv ovlivnit podobu praktické žurnalistiky. Švýcarský Presserat je však speciální instituce, která se nikdy nevzdává a neustále reaguje na nové výzvy. Poučen z výsledků výzkumu, snaží se

⁹⁵ Wyss et al. „Das Bild des Presserates. Eine schriftliche Befragung von Schweizer Medienschaffenden“. Winterthur: Institut für Angewandte Medienwissenschaft, 2007. <http://pd.zhaw.ch/hop/1532708414.pdf> (20.4.2010).

vehementně zlepšovat, co se dá a je až neuvěřitelné, co všechno je Presserat ochoten udělat, aby si u žurnalistů získal větší respekt a uznání.

Například ve výroční zprávě Presseratu z roku 2009 se prezident Dominique von Burg chlubí, že částečně zpřístupnili své debaty o etických přestupcích veřejnosti, že ze svých řad vybrali tým, který bude pravidelně navštěvovat jednotlivé redakce, aby tak propůjčil Presseratu konkrétní tvář, nebo že stejný tým už začal navazovat kontakt pro spolupráci s vědeckými časopisy a dohodl se s nimi na pravidelném věnování se tématu mediální etiky ve vztahu k činnosti Presseratu a na otiskování jeho stanovisek. S tím souvisí také poslední vylepšení, jež je předmětem chlouby von Burga – intence přeformulovat nejvýznamnější mediální kauzy z právního jazyka do atraktivní žurnalistické řeči, která by přilákala také laické publikum.⁹⁶

Některé ideje se zdají být poněkud utopistické, jiné zaslouží uznání; všechny však potvrzují celkovou tendenci Presseratu – vytrvale a houževnatě držet krok s médii a nepolevit ve svém snažení.

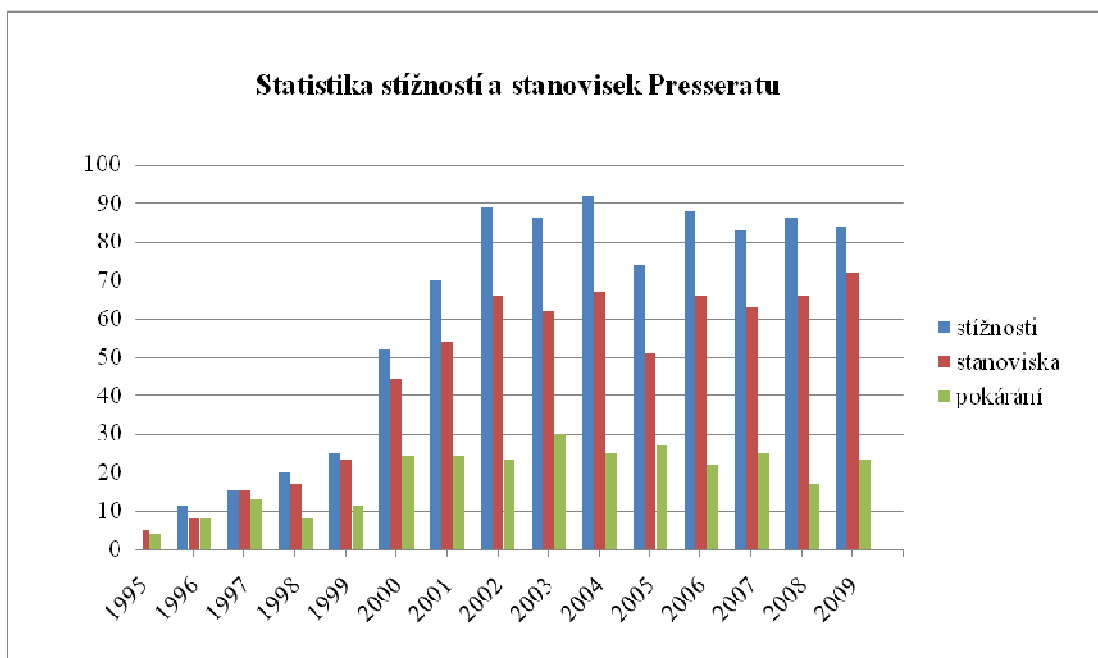
7.1. Statistika stížností a stanovisek

Presserat se také každoročně rád chlubí tím, kolik obdržel stížností a kolik jich vyhodnotil. Přitom nárůst množství stížností nemusí jednoznačně znamenat jenom pozitivní tendence. Vedle zvýšeného zájmu veřejnosti o kvalitu mediálních obsahů a uznání Presseratu v této věci jako kompetentní instance, jak si tento trend vykládá von Burg, to totiž může znamenat také zhoršení žurnalistických mravů. Ačkoliv tedy statistika stížností a stanovisek Presseratu není v tomto ohledu zcela objektivní, přesto prozrazuje jistý vývoj této instituce a její postupnou profesionalizaci.

Jak ukazuje graf č. 3, od roku 2000, kdy známost a autorita Presseratu díky přistoupení dalších žurnalistických svazů poprvé výrazně vzrostla, začal také narůstat počet těch, kteří se na Presserat obraceli se stížnostmi. Ten se během několika následujících let až zčtyřnásobil. Zajímavé je, že přistoupení Vydavatelů a SRG v roce 2008 oproti reakcím

⁹⁶ Jahrheft 2009: <http://www.presserat.ch/Documents/jahrheft09.pdf> (2.10.2010).

na prvotní rozšíření členské základny žádný další nárůst nepřineslo. Roční součet stížností se tak už od roku 2001 pohybuje konstantně mezi osmdesáti až devdesáti.

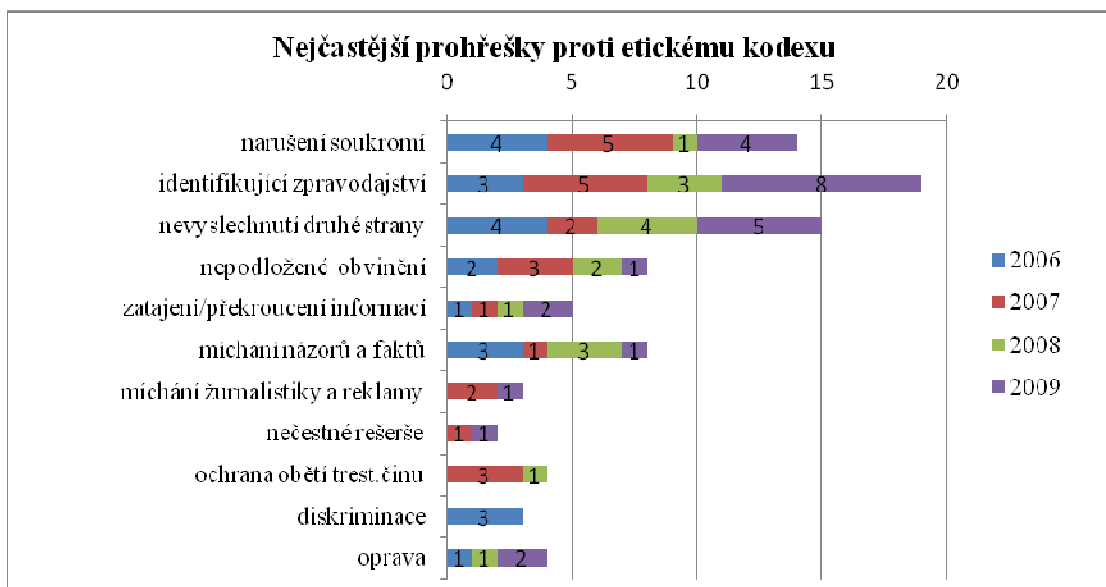


Graf č.3 Statistika stížností a stanovisek Presseratu⁹⁷

Ne všechny stížnosti však Presserat vyhodnotí jako prohřešky proti svému Kodexu. Někdy stížnost uzná jen částečně, jindy dá za pravdu nařčenému žurnalistovi a někdy případ zcela přenechá jiné kompetentní instanci (např. soudu). Z celkového množství stížností tak Presserat většinou označí jako prohřešky proti etickému kodexu pouhou čtvrtinu (okolo dvaceti ročně).

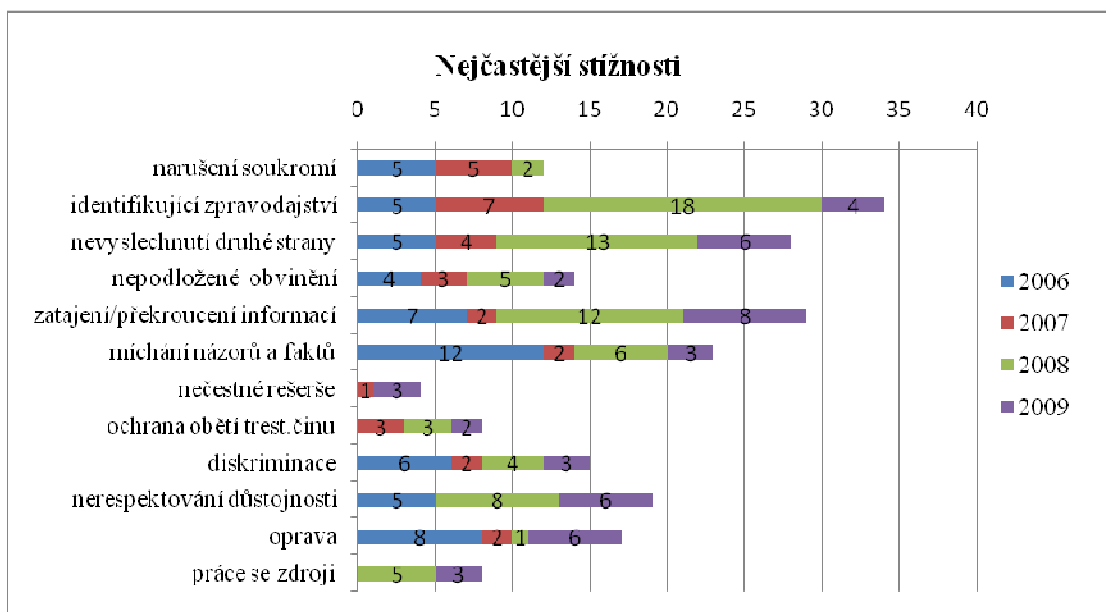
Podle grafu č. 4 se nejčastějšími prohřešky proti etickému kodexu za posledních několik let ukazuje být nerespektování soukromí – ať už se jedná přímo o zásah do soukromí osob nebo o identifikující zpravodajství; dále jsou to neobjektivní zpravodajství a nedostatečné rešerše (nevyslechnutí druhé strany, zveřejňování nepodložených obvinění) a konečně také nedůslednost a manipulace informacemi (míchání názorů a faktů, zatajování nebo překrucování skutečností).

⁹⁷ Grafy č.3-5 jsou zpracované na základě údajů zveřejněných ve výročních zprávách z let 2006-2010, dostupných z <http://www.presserat.ch/25730.htm> (14.10.2010).



Graf č. 4 Nejčastější prohřešky proti etickému kodexu

Ačkoliv žebříček nejčastěji porušovaných bodů dokáže prozradit mnohé o současném stavu žurnalistické etiky, neméně prozradí také motivy stížností, kterých je mnohonásobně více. Paradoxně se ne vždy shodují s konečnými prohřešky, a proto stojí za to některé z nich zmínit.



Graf č. 5 Nejčastější stížnosti

Nejčastější stížnosti se týkají stejně jako konečné prohřešky narušování soukromí, zejména nadměrné identifikace. Dalším motivem je neobjektivní zpravodajství

(nevyslechnutí druhé strany, nepodložená obvinění) a za ním hned následuje manipulace informacemi (míchání názorů a faktů, překrucování informací). Oproti schváleným stížnostem je však v žebříčku stížností prominentní také nerespektování lidské důstojnosti a diskriminace. Zde stojí za povšimnutí, že tyto dvě položky čítají za poslední čtyři roky celkem 34 stížností, zatímco Presserat z nich uznal pouze tři. K tomuto paradoxu se dostaneme v následující kapitole, u řešení jednotlivých kauz (7.2.1).

7.2. *Současné mediálněetické kauzy*

Presserat se nekoncentruje výlučně na prohřešky proti etickému kodexu. Stejný prostor, jak při samotném řešení, tak i v následné reflexi, věnuje také sporným tématům, která balancují na hraně mezi označením „etický“ a „neetický“ (skrytá kamera, identita), nebo která dokonce Presserat prohlásí za eticky přípustná (náboženská satira, karikatura). Presserat zkrátka reflektuje veškeré dění na poli mediální etiky, ať už v pozitivním nebo negativním smyslu, aby tak pomohl chápání této disciplíny jako komplexního téma. Na základě této činnosti se snaží neustále doplňovat a ilustrovat Kodex a vytvářet tak předlohy nebo vzory (Leitbilder), podle kterých by se žurnalisté mohli při konfrontaci eticky sporných otázek orientovat.

Takto Presserat za posledních pět let tematizoval několik případů; v této práci se blíže podíváme na tři z nich. Budou to diskriminace a náboženské karikatury z roku 2006, nečestné metody při získávání informací z roku 2008 a konečně identifikace osob v trestním řízení a problematika ochrany soukromí z roku 2009. V prvním případě bude Presserat paradoxně dokazovat médiím, že to, co považovala za nepřípustné, vlastně přípustné je; ve druhém naopak ukáže, že není vždy oprávněné, co žurnalisté za oprávněné považují, a v posledním případě Presserat bude muset změnit formulaci Dodatků ke Kodexu, jelikož žurnalistům nedokáže jinak vysvětlit, že jejich jednání je v rozporu s etickými pravidly.

7.2.1. *Náboženské karikatury*

Otázka náboženství a etniky je ve Švýcarsku obzvláště ožehavým tématem, neboť tato země je známá svou volnou imigrační politikou, která je atraktivní především pro

emigranty z arabských zemí. V současné době žije ve Švýcarsku asi 450 tisíc Muslimů, což je vzhledem k celkovému počtu obyvatel (necelých 8 milionů) zhruba šest procent. To už je celkem velká menšina a Švýcaři, podobně jako sousední Němci, jsou poslední dobou svědky nebývalých debat o islamizaci jejich země, jež nejvíce rozbouřilo referendum o zákazu stavby dalších minaretů z roku 2009, ve kterém si Švýcaři poprvé uvědomili, že vlastně nejsou tak tolerantní, jak si o sobě vždycky mysleli.

Milníkem diskusí o islámu se však ukázala být debata o otisknutí dánských karikatur proroka Mohameda ve švýcarských médiích (12/2006)⁹⁸, která na začátku roku 2006 rozdělila švýcarský mediální svět na dva tábory. Šlo o to, zda je otisknutí karikatur jako ilustrace globálního kulturního konfliktu v médiích přípustné, nebo ne.

Jako první některé z karikatur zveřejnil kontroverzní časopis *Weltwoche* a po něm následovalo množství dalších švýcarských novin. Některé konzervativnější a renomované deníky, jako *Neue Zürcher Zeitung* nebo *Tages-Anzeiger*, odmítly karikatury otisknout a nařkly ostatní média z diskriminace a nerespektování náboženské citlivosti arabských spoluobčanů, odkazujíc přitom na angloamerická média, která zpravodajství o karikaturách publikovala také bez obrazových příloh.

Presserat však k této věci od začátku jednoznačně zastával názor, že karikatury jsou jako ilustrace k informování o sporu oprávněné, neboť veřejnost má nárok na úplné a pravdivé informace (Preambule, bod 2) a žurnalista má zase právo na svobodu slova, tím pádem i komentáře, karikatury či satiry (bod 3). Sporné v této otázce, obzvláště s ohledem na početné muslimské etnikum žijící ve Švýcarsku, však bylo odlišit, kam až sahá tato svoboda a kde už se narušují práva a svoboda jiných (bod 7, 8). Za svůj verdikt si proto Presserat od „ohleduplnějších“ médií vysloužil nemalou kritiku. Avšak tento si stál za svým a v březnu roku 2006, tedy po měsíci, nakonec s definitivní platností uzavřel případ takto:

1. Otisknutí potenciálně ubližujících karikatur s náboženskou tematikou, jako ilustrace dokumentující probíhající diskusi o nich, je přípustné, jestliže je přiměřené a pokud žurnalistickými prostředky analyzuje a prezentuje dané téma.

⁹⁸ <http://www.presserat.ch/22230.htm> (5.11.2010).

2. Svoboda satiry a karikatury v západních demokraciích se vztahuje také na náboženská témata. Nesvazují ji přitom ani náboženské zákazy zobrazování těchto témat, ani zvláštní citlivost ortodoxních věřících ve věci jejich víry.

O dva roky později, v roce 2008, Presserat zaznamenal podobný případ (55/2008)⁹⁹. Nešlo v něm už ovšem o karikaturu s ilustrační funkcí, ale o karikaturu jako takovou. Časopis *Schweizerzeit* otiskl v době referenda o udělování švýcarských občanství z iniciativy radikální Švýcarské lidové strany (SVP) karikaturu, na níž muž muslimského původu říká u okénka úředníkovi: „Moje 4 ženy, 36 dětí, 16 babiček, 7 dědečků a 128 neteří a synovců chtějí taky švýcarský pas!!!“

Presserat, podobně jako v případě karikatur proroka, prohlásil, že zveřejněním karikatury žádný z etických principů porušen nebyl. K již známým stanoviskům tedy pouze dodal, že satira může nejen glosovat, ale i nadsazovat a že je oprávněná pokud se zakládá na pravdivé skutečnosti, což vzhledem k tomu, že Islám dovoluje polygamii, platí. Hyperbola je navíc snadno rozpoznatelná, takže nehrozí zaměnění komentáře z fakty. Nakonec ještě dodal, že je karikatura v rámci svobody názoru a komentáře přípustným nástrojem politického boje.

Závěrem by se tedy dalo říct, že Presserat je ve věci náboženství méně citlivý a ohleduplný než veřejnost, která se bojí slovo diskriminace pouze vyslovit, a hájí jednoznačně svobodu slova a názoru jako nedotknutelného práva médií.

7.2.2. Nečestné metody: falešná identita, skrytá kamera

Některé nečestné investigativní žurnalistické metody, jako skrytá kamera či falešná identita, jsou v praxi velmi často používány. Avšak ne vždy oprávněně. A jelikož případy aplikace takových metod ve Švýcarsku poslední dobou narůstají, přičemž zhruba polovinu z nich Presserat označí jako neoprávněné, podíváme se na tuto problematiku blíže.

⁹⁹ <http://www.presserat.ch/24530.htm> (5.11.2010).

V etickém kodexu se v dodatku 4.1 deklaruje: „Je nečestné, aby žurnalista při získávání informací skrýval svoji identitu.“¹⁰⁰ Dodatek 4.2 dále říká: „Skryté rešerše jsou výjimečně přípustné, pokud převažuje veřejný zájem na odhalení této informace a pokud tuto informaci nelze získat jiným způsobem.“¹⁰¹

Právě tyto dvě podmínky nebyly splněny v případě reportáže časopisu *K-Tipp*, ve které se žurnalista pod skrytou identitou zúčastnil zaškolení nových zaměstnanců jedné pojišťovny a následně zveřejnil článek s titulkem „Pojišťovacím agentem za čtyři hodiny“. Presserat tuto reportáž proto vyhodnotil jako nečestnou (58/2009)¹⁰², neboť podle něj byly v médiích pochybné praktiky jistých pojišťoven již dříve tematizovány a reportáž časopisu *K-Tipp* nepřináší v této věci nic nového. Veřejný zájem tímto tedy nevzniká. Navíc bylo podle Presseratu možné získat tyto informace i bez použití skryté rešerše, o což se však časopis nepokusil.

V jiném případě naopak dal Presserat za pravdu investigativnímu žurnalistovi, jako např. v kauze o oprávněnosti použití skryté kamery v reportáži pro televizní pořad „Kassensturz“. V té se pokusili žurnalisté tematizovat fenomén plastické chirurgie a odhalit, do jaké míry mají chirurgové objektivní přístup ke klientům a jak je seznamují se všemi riziky estetických zákroků. Do případu nasadili devatenáctiletou modelku, která měla v jednotlivých ordinacích žádat liposukci, zvětšení poprsí a rtů, přičemž každý proces potají filmovala její „kamarádka“. Reportáž odhalila, že pouze jeden z chirurgů označil všechny plastické úpravy za nepotřebné, zatímco ostatní byli ochotni dané zákroky vykonat, ačkoliv očividně nebyly nutné.

Následně podal jeden z chirurgů stížnost na nekalé investigativní metody a porušení práva na soukromí. Presserat však prohlásil, že skrytá kamera byla použita oprávněně, neboť za prvé ve věci plastické chirurgie jasně převažuje veřejný zájem (ročně se vykoná ve Švýcarsku 35 000 zákroků) a za druhé by se podobný materiál těžko získal

¹⁰⁰ <http://www.presserat.ch/12870.htm> (5.11.2010).

¹⁰¹ <http://www.presserat.ch/12880.htm> (5.11.2010).

¹⁰² <http://www.presserat.ch/25410.htm> (5.11.2010).

jinými způsoby. K problematice soukromí pak Presserat dodal, že reportéři vyhověli chirurgům, kteří si nepřáli být identifikováni, čímž jeho žádné další porušení nevzniká.

Jak ukázaly dva výše diskutované případy, skryté investigativní metody nelze používat paušálně, ale je třeba přesně zvážit, za jakých okolností je jejich aplikace nenahraditelná a tím pádem oprávněná, a kdy se jedná o pouhý instrument senzacechtivých žurnalistů, který však nemá s investigativní žurnalistikou moc společného.

7.2.3. Ochrana soukromí

Tematizace třetího případu je jedinou, která vyplývá ze statistiky prohřešků vůči etickému kodexu. Jedná se o porušování soukromí, především skrze identifikaci osob podezřelých z trestného činu nebo jiné negativní činnosti, stejně tak jako o identifikaci obětí těchto činů a jejich rodinných příslušníků. Presserat narazil v této věci za poslední čtyři roky na celých třiatřicet prohřešků, nepočítaje k tomu ještě nepodložená obvinění (dalších osm). Sám překvapen tímto množstvím, které se kontinuálně snažil v předchozích letech snižovat skrze analyzování podobných případů a jasné výzvy adresované redakcím, aby byly ve věci identifikace a jmenování osob zdrženlivé¹⁰³, rozhodl se Presserat v roce 2009 tematizovat právě tuto problematiku.

Jako ilustrační případ pro tyto účely Presserat využil kauzu „Lucie“ (31/2009)¹⁰⁴. V ní se jedná o zveřejnění identifikačních údajů údajného vraha au-pair dívky, kterou měl tento nalákat na fotomodeling a následně brutálně zabít. Celé jméno a fotografii domnělého vraha zobrazila jako první samotná policie v přímém televizním přenosu, ve kterém pátrala po svědcích události, a tyto údaje pak v různé míře převzala většina švýcarských médií.

Presserat vyslovil těmto médiím pokárání za to, že bezmyšlenkovitě přebrala informace od státních orgánů, aniž by je předtím z pohledu profesní etiky jakkoliv vyhodnotila. V etickém kodexu se přitom píše, že žurnalista „v zásadě nesmí zveřejnit jméno, ani jiné

¹⁰³ Jahrheft 2009 des Schweizer Presserats: <http://www.presserat.ch/Documents/jahrheft09.pdf>, (5.11.2010).

¹⁰⁴ <http://www.presserat.ch/25070.htm> (5.11.2010).

údaje umožňující identifikaci osoby činné v trestním řízení tomu, kdo není součástí rodiny, společenského nebo profesního kruhu postižené osoby, tj. toho, kdo je v této věci informován výlučně skrze média.¹⁰⁵ (bod 7.2)

Jakákoliv identifikace byla navíc v kauze Lucie zbytečná, neboť domnělý vrah se v té době již přiznal (ačkoliv soudní řízení ještě neproběhlo) a byl vzat do vazby, takže žádné nebezpečí nehrozilo. Druhý argument, že zveřejnění fotografie mělo pomoci najít nové svědky k usvědčení podezřelého, Presserat taktéž neuznal, neboť už ve chvíli přímého přenosu jich policie zaznamenala několik desítek. Skutečnost, že policie přesto o muži informovala bez anonymity je dle Presseratu v tomto ohledu irelevantní a žurnalista, resp. redakce se měla jednat nezávisle na ní, pouze na základě své profesní etiky.

Podobných případů, ve kterých žurnalisté narušují soukromí druhých, zejména skrze nemístnou identifikaci, je nespočetně. Jelikož jich však nejen přibývá, ale také se cyklicky opakují, rozhodl se Presserat zpracovat veškeré dodatky k bodu 7 o ochraně soukromí, aby tak lépe zachytil podstatu tohoto ošemetného práva a zabránil jeho dalšímu porušování¹⁰⁶. Zkonkretizoval především úpravu identifikace a jmenování osob (7.2) a přidal dodatek o informování o soudních procesech, presumpci nevinny a o resocializaci (7.4).

K dodatku o identifikaci osob zpřesnil především následující:

Identifikující zpravodajství nebo jmenování osob je přípustné,

- jestliže dotyčná osoba v souvislosti se zprávou sama veřejně vystoupí
- jestliže se jedná o veřejně známou osobnost, která je v souvislosti se zprávou
- jestliže dotyčná osoba zastává významnou veřejnou nebo společenskou funkci, která je v souvislosti se zprávou
- jestliže by opak způsobil záměnu s nedotčeným
- jestliže je toto jiným způsobem podmíněno převažujícím veřejným zájmem¹⁰⁷

¹⁰⁵ <http://www.presserat.ch/12980.htm> (5.11.2010).

¹⁰⁶ Úpravy provedl Presserat v září 2009 s platností od 1. července 2010.

¹⁰⁷ <http://www.presserat.ch/12980.htm> (5.11.2010).

Zároveň v již citovaném výňatku z původního dodatku 7.2 ke kauze Lucie (viz výše) vyměnil výraz „v zásadě“ za přesnější „převáží-li zájem o ochranu soukromí nad zájmem veřejnosti ve věci identifikující zprávy(...)“.¹⁰⁸

K informování o soudních procesech nový dodatek pouze zdůraznil důležitost presumpce nevinny a ve skončených procesech potom upomínku, že je třeba při jmenování brát ohled na rodinné i jiné příslušníky odsouzeného a na jejich šance na resocializaci.¹⁰⁹

Problematika ochrany soukromí v žurnalistice se ukazuje být třetím výrazným jevem v trojlístku eticky složitých oblastí. Senzacechtivost médií a nerespektování soukromí druhých se však už zdaleka netýká pouze bulváru, ale rozšířila se napříč mediálním spektrem. Právě proto Presserat musel přistoupit k úpravě svého Kodexu a zpřísnit svoje požadavky na profesionalitu v žurnalistice. Zda tento počín něco změní, dosud nelze posoudit. To ukáže až čas.

¹⁰⁸ <http://www.presserat.ch/12980.htm> (5.11.2010).

¹⁰⁹ <http://www.presserat.ch/13000.htm> (5.11.2010).

Závěr

Cílem této práce bylo zmapovat samoregulaci žurnalistiky ve Švýcarsku. Popsali jsme její vývoj od těžkých začátků až po současnost a zaměřili se přitom na její klíčovou instituci - Švýcarský Presserat. Předmětem zájmu se stal především jeho etický kodex, který byl blíže analyzován a zkoumán v souvislosti se současnou mediální etikou a jejími projevy ve švýcarské žurnalistice.

Zjistili jsme, že navzdory své staré demokracii se Švýcarsko oproti ostatním vyspělým státům začalo zabývat mediální etikou s výrazným zpožděním, což determinovalo celý jeho následující vývoj. Mohl za to tradiční stranický tisk, kvůli kterému se švýcarská žurnalistika dlouho nemohla vymanit ze spárů politických stran. Profesionalizace žurnalistiky ve Švýcarsku je tak záležitostí teprve posledních čtyřiceti let, během kterých muselo dohnat až padesátiletý náskok ostatních evropských zemí.

To nebyl vůbec lehký úkol, o to méně vzhledem k velikosti této země, její politické decentralizovanosti a národnostní i jazykové diversifikaci. Švýcarsko je však mimořádný případ a všechny tyto překážky zdolalo bravě. Troufám si tvrdit, že za úspěch vděčí především výrazným osobnostem z oblasti mediálních studií (zejména Rogeru Blumovi), kteří se nejen teoreticky, ale také prakticky zasadili o profesionalizaci žurnalistiky skrze budování kvalitního samoregulačního systému. Tuto odhodlanost a nadšení pak převzal Presserat jako krédo sobě vlastní a dokončil, co začali jeho zakladatelé.

Pro Presserat je charakteristická jeho houževnatost a nesmírná vytrvalost ve snaze prosadit svůj vliv v praktickém v mediálním světě. Jeho úsilí je o to více obdivuhodné, podíváme-li se na současnou žurnalistickou praxi a na výzkumy, které jasně ukazují, že snažení Presseratu se značně podobá boji s větrnými mlýny, neboť není prakticky nijak reflektováno. Nedá se však říct, že by švýcarská etika byla v globálním měřítku výrazně horší nebo nějak specifická. Ačkoliv je Švýcarsko rádo „jiné“, v tomo směru ho ovlivňují stejné trendy a konflikty (islamizace a náboženská diskriminace, porušování práva na ochranu soukromí, nekalé investigativní metody) jako v mnoha jiných zemích.

Závěrem se tedy dá konstatovat, že ačkoliv švýcarská mediální etika není v evropském měřítku nijak výrazně charakteristická, pro její samoregulaci toto tvrzení zdaleka neplatí. Současný švýcarský Presserat je velmi moderní institucí, která drží krok s dobou a vývojem mediální krajiny a hledá neustále nové způsoby, jak se zviditelnit a získat u žurnalistů uznání. Tím vystupuje z tradiční role samoregulace jakožto kárající instituce a zanechává ji pouhým symbolem, kterého je přesto třeba a kterému můžeme klidně říkat „bezzubý tygr“.

Resumé

Bakalářská práce „Samoregulace švýcarské žurnalistiky: mediální etika v teorii a praxi“ na základě analýzy činnosti švýcarského Presseratu a jeho Etického kodexu zkoumá samoregulační systém švýcarské žurnalistiky a jeho funkčnost v praxi. Ukazuje, že Švýcarsko navzdory počátečnímu zpoždění ve vývoji žurnalismu jako profese během posledních let dohnalo veškeré nedostatky v pohledu na mediální etiku a že své konkurenty v mnohém naopak předčilo svým moderním a inovativním přístupem k současnému vývoji mediálněetické problematiky. Ta se neukazuje být výrazně charakteristická, ale spíše odpovídá globálním trendům a konfliktům.

Summary

The bachelor thesis „Self-regulation in Swiss journalism: Media ethics in theory and practise“ examines the functionality of the Swiss auto-regulation system in journalism on the bases of an analysis of work of the Swiss Press Council and its Code of ethics. It proves that despite the initial time lag in establishing journalism as a profession, during past few years Switzerland caught up with his rivals in dealing with media ethics and even beat them by its modern and original approach to contemporary media ethics issues. These prove to be very much similar as the global ones.

Prameny

Primární

Schweizer Presserat [online] <www.presserat.ch>.

„Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“. [online]. [cit.2010-11-5]. <<http://www.presserat.ch/Documents/Erklaerung2008.pdf>>.

„Richtlinien zur Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“. [online]. [cit.2010-11-5]. <<http://www.presserat.ch/Documents/Richtlinien2010.pdf>>.

Jahrhefte 2006 -2009 [online]. [cit.2010-11-5] <<http://www.presserat.ch/25730.htm>>.

Sekundární

BLUM, Roger. „Der Presserat des Schweizer Verbandes der Journalistinnen und Journalisten“. In: SCHANNE, Michael/SCHULZ, Peter (vyd.): *Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten*. Aarau: Sauerländer, 1993. 268s. ISBN 3-7941-3679-9. S.105-130.

BLUM, Roger. „Effektivierung von Selbstkontrollorganen.“ In: HELD, Barbara/RUSS-MOHL, Stephan (vyd.): *Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut, 2000. 380 s. ISBN 3-934191-31-2. S 335-345.

BLUM, Roger. Sonderfall versus Normalfall. Der Schweizer Journalismus zwischen gestern und morgen. [online]. [cit. 2010-04-18]. <http://www.ikmb.unibe.ch/content/forschung/forschungsprojekte/2002_2004/e5992/e6298/e8084/e7783/e8047/e8087/e8094/e8149/journalismus-referatblum.pdf>.

BLUM, Roger; PRINZING, Marlis. Medienethik in der Schweiz. [online]. [cit. 2010-04-15]. <<http://www.unifr.ch/mukw/mukw07/uploads/file/downloads/KME2-SchichaBrosda2010.pdf>>.

BRÁZDA, Radim. *Úvod do srovnávací etiky*. Praha: KLP, 1998. 177 s. ISBN 80-85917-46-7.

FUNIOK, Rüdiger. „Medienethik“. In HÜTHER, Jürgen/SCHORB, Bernd. (vyd.) *Grundbegriffe der Medienpädagogik*, 4. přepracované vyd. München: Kopae Verlag GmbH, 2005. 311 s. ISBN 978-3-86736-099-9 PB. S. 243-251.

FUNIOK, Rüdiger. Medienethik. Der Wertediskurs über Medien ist unverzichtbar. In „Aus Politik und Zeitgeschichte“. *Das Parlament*. B 41-42/2000. [online]. [cit. 2010-09-12]. <<http://www.bpb.de/publikationen/RILYM0,0,Medienethik.html>>.

SAXER, Ulrich. „Strukturelle Möglichkeiten und Grenzen von Medien- und Journalismusethik“. In *Medien-Ethik: Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1991. 331 s. ISBN 3-531-12305-X. S. 104-128.

STAPF, Ingrid. *Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung*. Konstanz: UVK, 2006. 398 s. ISBN 978-3-89669-501-7.

STAPF, Ingrid. „Selbstkontrolle.“ In BAUM, Achim. et al. (vyd.): *Handbuch Medienselbstkontrolle*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005. 564 s. ISBN 3-531-14821-4 Pb. S 164-182.

THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. Praha: Portál. 2004. 168 s. ISBN 80-7178-806-6.

WEISCHENBERG, Sigfried. *Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. 388 s. ISBN 3-531-33111-6.

WIDMER, Michael. *Das Verhältnis zwischen Medienrecht und Medienethik: Unter besonderer Berücksichtigung der "Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten" und des Schweizer Presserats*. Bern: Stämpfli, 2003. 147 s. ISBN 3-7272-1867-3.

WYSS, Vinzenz, et al. „Das Bild des Presserates. Eine schriftliche Befragung von Schweizer Medienschaffenden“. Winterthur: Institut für Angewandte Medienwissenschaft, 2007. [online]. [cit. 2010-04-20]. <<http://pd.zhaw.ch/hop/1532708414.pdf>>.

Přílohy

Příloha č. 1: Deklarace práv a povinností žurnalistů (Etický kodex)

Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten

Präambel

Das Recht auf Information, auf freie Meinungsäußerung und auf Kritik ist ein grundlegendes Menschenrecht.

Journalistinnen und Journalisten sichern den gesellschaftlich notwendigen Diskurs. Aus dieser Verpflichtung leiten sich ihre Pflichten und Rechte ab.

Die Verantwortlichkeit der Journalistinnen und Journalisten gegenüber der Öffentlichkeit hat den Vorrang vor jeder anderen, insbesondere vor ihrer Verantwortlichkeit gegenüber ihren Arbeitgebern und gegenüber staatlichen Organen.

Die Journalistinnen und Journalisten auferlegen sich freiwillig die bei der Erfüllung ihrer Informationsaufgabe einzuhaltenden Regeln; diese sind in der nachstehenden Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten festgelegt.

Um die journalistischen Pflichten in Unabhängigkeit und in der erforderlichen Qualität erfüllen zu können, braucht es entsprechende berufliche Rahmenbedingungen; diese sind Gegenstand der anschließenden Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten.

Journalistinnen und Journalisten, welche dieser Bezeichnung würdig sind, halten es für ihre Pflicht, die Grundsätze dieser Erklärung getreulich zu befolgen. In Anerkennung der bestehenden Gesetze jedes Landes nehmen sie in Berufsfragen nur das Urteil ihrer Berufskolle-ginnen und -kollegen, des Presserates oder ähnlich legitimierter berufsethischer Organe an. Sie weisen dabei insbesondere jede Einmischung einer staatlichen oder irgendeiner anderen Stelle zurück. Es entspricht fairer Berichterstattung, zumindest eine kurze Zusammenfassung der Stellungnahmen des Presserates zu veröffentlichen, die das eigene Medium betreffen.

Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten

Die Journalistinnen und Journalisten lassen sich bei der Beschaffung, der Auswahl, der Redaktion, der Interpretation und der Kommentierung von Informationen, in Bezug auf die Quellen, gegenüber den von der Berichterstattung betroffenen Personen und der Öffentlichkeit vom Prinzip der Fairness leiten. Sie sehen dabei folgende Pflichten als wesentlich an:

- 1) Sie halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.
- 2) Sie verteidigen die Freiheit der Information, die sich daraus ergebenden Rechte, die Freiheit des Kommentars und der Kritik sowie die Unabhängigkeit und das Ansehen ihres Berufes.
- 3) Sie veröffentlichen nur Informationen, Dokumente, Bilder, und Töne deren Quellen ihnen bekannt sind. Sie unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen und entstellen weder Tatsachen, Dokumente, Bilder und Töne noch von anderen geäußerte Meinungen. Sie bezeichnen unbestätigte Meldungen, Bild -und Tonmontagen ausdrücklich als solche.
- 4) Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten keiner unlauteren Methoden. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat.
- 5) Sie berichtigen jede von ihnen veröffentlichte Meldung, deren materieller Inhalt sich ganz oder teilweise als falsch erweist.

- 6) Sie wahren das Berufsgeheimnis und geben die Quellen vertraulicher Informationen nicht preis.
- 7) Sie respektieren die Privatsphäre der einzelnen Personen, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.
- 8) Sie respektieren die Menschenwürde und verzichten in ihrer Berichterstattung in Text, Bild und Ton auf diskriminierende Anspielungen, welche die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, die Religion, das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Krankheiten sowie körperliche oder geistige Behinderung zum Gegenstand haben. Die Grenzen der Berichterstattung in Text, Bild und Ton über Kriege, terroristische Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle ihrer Angehörigen nicht respektiert werden.
- 9) Sie nehmen weder Vorteile noch Versprechungen an, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.
- 10) Sie vermeiden in ihrer beruflichen Tätigkeit als Journalistinnen und Journalisten jede Form von kommerzieller Werbung und akzeptieren keinerlei Bedingungen von Seiten der Inserenten.
- 11) Sie nehmen journalistische Weisungen nur von den hierfür als verantwortlich bezeichneten Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen, und akzeptieren sie nur dann, wenn diese zur Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten nicht im Gegensatz stehen.

Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten

Damit die Journalistinnen und Journalisten die von ihnen übernommenen Pflichten erfüllen können, müssen sie zum mindesten folgende Rechte beanspruchen können:

- a) Sie haben freien Zugang zu allen Informationsquellen und die Freiheit zur unbehinderten Ermittlung aller Tatsachen, die von öffentlichem Interesse sind; die Geheimhaltung öffentlicher oder privater Angelegenheiten kann dabei den Journalistinnen und Journalisten gegenüber nur in Ausnahmefällen und nur mit klarer Darlegung der Gründe geltend gemacht werden.
- b) Sie dürfen nicht veranlasst werden, beruflich etwas zu tun oder zu äussern, was den Berufsgrundsätzen oder ihrem Gewissen widerspricht. Aus dieser Haltung dürfen ihnen keinerlei Nachteile erwachsen.
- c) Sie dürfen jede Weisung und jede Einmischung zurückweisen, die gegen die allgemeine Linie ihres Publikationsorgans verstossen. Diese allgemeine Linie muss ihnen vor ihrer Anstellung schriftlich mitgeteilt werden; ihre einseitige Änderung oder Widerrufung ist unstatthaft und stellt einen Vertragsbruch dar.
- d) Sie haben Anspruch auf Transparenz über die Besitzverhältnisse ihres Arbeitgebers. Sie müssen als Mitglied einer Redaktion vor jeder wichtigen Entscheidung die Einfluss auf den Gang des Unternehmens hat, rechtzeitig informiert und angehört werden. Die Redaktionsmitglieder sind insbesondere vor dem definitiven Entscheid über Massnahmen zu konsultieren, welche eine grundlegende Änderung in der Zusammensetzung der Redaktion oder ihrer Organisation zur Folge haben.
- e) Sie haben Anspruch auf eine angemessene berufliche Aus- und Weiterbildung.
- f) Sie haben Anspruch auf eine klare Regelung der Arbeitsbedingungen durch einen Kollektivvertrag. Darin ist festzuhalten, dass ihnen durch ihre Tätigkeit in den Berufsorganisationen keine persönlichen Nachteile entstehen dürfen.
- g) Sie haben das Recht auf einen persönlichen Anstellungsvertrag, der ihnen ihre materielle und moralische Sicherheit gewährleisten muss. Vor allem soll durch eine angemessene Entschädigung ihrer Arbeit, die ihrer Funktion, ihrer Verantwortung und ihrer sozialen Stellung Rechnung trägt,

ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit als Journalistinnen und Journalisten sichergestellt werden.

Diese «Erklärung» wurde an der konstituierenden Sitzung des Stiftungsrats der Stiftung Schweizer Presserat vom 21. Dezember 1999 verabschiedet und an der Stiftungsratssitzung vom 5. Juni 2008 revidiert.

Příloha č. 2: Dodatky k Deklaraci práv a povinností žurnalistů

Richtlinien zur Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten

Ziff. 1 der „Erklärung der Pflichten“

Sie halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.

Richtlinie 1.1 Wahrheitssuche

Die Wahrheitssuche stellt den Ausgangspunkt der Informationstätigkeit dar. Sie setzt die Beachtung verfügbarer und zugänglicher Daten, die Achtung der Integrität von Dokumenten (Text, Ton und Bild), die Überprüfung und die allfällige Berichtigung voraus. Diese Aspekte werden nachfolgend unter den Ziffern 3, 4 und 5 der „Erklärung der Pflichten“ behandelt.

Ziff. 2 der „Erklärung der Pflichten“

Sie verteidigen die Freiheit der Information, die sich daraus ergebenden Rechte, die Freiheit des Kommentars und der Kritik sowie die Unabhängigkeit und das Ansehen ihres Berufes.

Richtlinie 2.1 Informationsfreiheit

Die Informationsfreiheit ist die wichtigste Voraussetzung der Wahrheitssuche. Es obliegt allen Journalistinnen und Journalisten, dieses Grundprinzip allgemein und individuell zu verteidigen. Der Schutz dieser Freiheit wird durch die Ziffern 6, 9, 10 und 11 der „Erklärung der Pflichten“ und durch die „Erklärung der Rechte“ gewährleistet.

Richtlinie 2.2 Meinungspluralismus

Der Meinungspluralismus trägt zur Verteidigung der Informationsfreiheit bei. Er ist notwendig, wenn sich ein Medium in einer Monopolsituation befindet.

Richtlinie 2.3 Trennung von Fakten und Kommentar

Journalistinnen und Journalisten achten darauf, dass das Publikum zwischen Fakten und kommentierenden, kritisierenden Einschätzungen unterscheiden kann.

Richtlinie 2.4 Öffentliche Funktionen

Die Ausübung des Berufs der Journalistin, des Journalisten ist grundsätzlich nicht mit der Ausübung einer öffentlichen Funktion vereinbar. Wird eine politische Tätigkeit aufgrund besonderer Umstände ausnahmsweise wahrgenommen, ist auf eine strikte Trennung der Funktionen zu achten. Zudem muss die politische Funktion dem Publikum zur Kenntnis gebracht werden. Interessenkonflikte schaden dem Ansehen der Medien und der Würde des Berufs. Dieselben Regeln gelten auch für private Tätigkeiten, die sich mit der Informationstätigkeit überschneiden könnten.

Richtlinie 2.5 Exklusivverträge

Exklusivverträge mit Trägerinnen und Trägern von Informationen dürfen nicht Vorgänge oder Ereignisse zum Gegenstand haben, die für die Information der Öffentlichkeit und die Meinungsbildung von erheblicher Bedeutung sind. Wenn solche Verträge ein Informationsmonopol etablieren, indem sie andere Medien vom Zugang zu Informationen ausschliessen, beeinträchtigen sie die Pressefreiheit.

Ziff. 3 der „Erklärung der Pflichten“

Sie veröffentlichen nur Informationen, Dokumente Bilder, und Töne deren Quellen ihnen bekannt sind. Sie unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen und entstellen weder Tatsachen, Dokumente, Bilder und Töne noch von anderen geäußerte Meinungen. Sie bezeichnen unbestätigte Meldungen, Bild- und Tonmontagen ausdrücklich als solche.

Richtlinie 3.1 Quellenbearbeitung

Ausgangspunkt der journalistischen Sorgfaltspflichten bildet die Überprüfung der Quelle einer Information und ihrer Glaubwürdigkeit. Eine genaue Bezeichnung der Quelle eines Beitrags liegt im Interesse des Publikums, sie ist vorbehaltlich eines überwiegenden Interesses an der Geheimhaltung einer Quelle unerlässlich, wenn dies zum Verständnis der Information wichtig ist.

Richtlinie 3.2 Medienmitteilungen

Medienmitteilungen von Behörden, Parteien, Verbänden, Unternehmen oder anderer Interessengruppen sind als solche zu kennzeichnen.

Richtlinie 3.3 - Archivdokumente

Archivdokumente sind ausdrücklich zu kennzeichnen, allenfalls mit Angabe des Datums der Erstveröffentlichung. Zudem ist abzuwägen, ob sich die abgebildete Person immer noch in der gleichen Situation befindet und ob ihre Einwilligung auch für eine neuerliche Publikation gilt.

Richtlinie 3.4 Illustrationen

Bilder oder Filmsequenzen mit Illustrationsfunktion, die ein Thema, Personen oder einen Kontext ins Bild rücken, die keinen direkten Zusammenhang mit dem Textinhalt haben (Symbolbilder), sollen als solche erkennbar sein. Sie sind klar von Bildern mit Dokumentations- und Informationsgehalt unterscheidbar zu machen, die zum Gegenstand der Berichterstattung einen direkten Bezug herstellen.

Richtlinie 3.5 Fiktive Sequenzen

Fiktive Sequenzen und gestellte Bilder, die in Fernsehberichten und Reportagen von Schauspielerinnen bzw. Schauspielern stellvertretend für die von einer Berichterstattung betroffenen realen Personen gespielt werden, sind klar als solche zu kennzeichnen.

Richtlinie 3.6 Montagen

Foto- und Videomontagen sind gerechtfertigt, soweit sie dazu dienen, einen Sachverhalt zu erklären, eine Mutmassung zu illustrieren, kritische Distanz zu wahren, oder wenn sie einen satirischen Angriff enthalten. Sie sind in jedem Fall deutlich als solche zu kennzeichnen, damit für das Publikum keine Verwechslungsgefahr besteht.

Richtlinie 3.7 Meinungsumfragen

Bei der Veröffentlichung von Meinungsumfragen sollten die Medien dem Publikum immer alle Informationen zugänglich machen, die für das Verständnis der Umfrage nützlich sind: Mindestens Zahl der befragten Personen, Repräsentativität, mögliche Fehlerquote, Erhebungsgebiet, Zeitraum der Befragung, Auftraggeberin / Auftraggeber. Aus dem Text sollten auch die konkreten Fragen inhaltlich korrekt hervorgehen.

Richtlinie 3.8 Anhörung bei schweren Vorwürfen

Aus dem Fairnessprinzip und dem ethischen Gebot der Anhörung beider Seiten («Audiatur et altera pars») leitet sich die Pflicht der Journalistinnen und Journalisten ab, Betroffene vor der Publikation schwerer Vorwürfe anzuhören. Deren Stellungnahme ist im gleichen Medienbericht kurz und fair wiederzugeben. Ausnahmsweise kann auf die Anhörung verzichtet werden, wenn dies durch ein überwiegendes öffentliches Interesse gerechtfertigt ist.

Der von schweren Vorwürfen betroffenen Partei muss nicht derselbe Umfang im Bericht zugestanden werden wie der Kritik. Aber die Betroffenen sollen sich zu den schweren Vorwürfen äussern können.

Ziff. 4 der „Erklärung der Pflichten“

Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten keiner unlauteren Methoden. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat.

Richtlinie 4.1 Verschleierung des Berufs

Es ist unlauter, bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten, die zur Veröffentlichung vorgesehen sind, den Beruf als Journalistin / Journalist zu verschleiern.

Richtlinie 4.2 Verdeckte Recherchen

Verdeckte Recherchen sind ausnahmsweise zulässig, wenn ein überwiegendes öffentliches Interesse an den damit recherchierten Informationen besteht und wenn diese Informationen nicht auf andere Weise beschafft werden können. Sie sind weiter zulässig, wenn Ton- oder Bildaufnahmen Journalistinnen und Journalisten gefährden würden, immer ein überwiegendes öffentliches Interesse an diesen Aufnahmen vorausgesetzt. Besondere Beachtung ist der Wahrung des Persönlichkeitsschutzes von zufällig anwesenden Personen zu schenken. Journalistinnen und Journalisten dürfen den Rückgriff auf an sich unlautere Methoden auch in diesen Ausnahmefällen aus Gewissensgründen ablehnen.

Richtlinie 4.3 Bezahlung von Informantinnen / Informanten

Die Bezahlung von Informantinnen / Informanten, die nicht zum Berufsstand gehören, ist grundsätzlich nicht zulässig, da dadurch der Informationsfluss und der Inhalt der Information beeinträchtigt werden kann. Vorbehalten sind Fälle eines überwiegenden öffentlichen Interesses. Der Kauf von Informationen oder Bildern von Personen, die in ein Gerichtsverfahren verwickelt sind, ist untersagt. Vorbehalten ist die Rechtfertigung durch ein überwiegendes öffentliches Interesse, sofern die Information nicht auf andere Weise beschafft werden kann.

Richtlinie 4.4 Sperrfristen

Wenn eine Information oder ein Dokument mit einer gerechtfertigten Sperrfrist (Abgabe von Texten noch nicht gehaltener Reden; Beeinträchtigung wichtiger Interessen bei einer verfrühten Publikation usw.) an ein oder mehrere Medien übergeben wird, ist diese Sperrfrist zu respektieren. Sperrfristen dürfen nicht Werbezwecken dienen. Hält eine Redaktion eine Sperrfrist nicht für gerechtfertigt, hat sie die Quelle über ihre Absicht, umgehend an die Öffentlichkeit zu gehen, zu informieren, damit die Quelle die übrigen Medien benachrichtigen kann.

Richtlinie 4.5 Interview

Das journalistische Interview basiert auf einer Vereinbarung zwischen zwei Partnerinnen / Partnern, welche die dafür geltenden Regeln festlegen. Die Einhaltung dieser Regeln ist eine Frage der Fairness. Aus der Interview-Situation muss klar erkenntlich sein, dass die Publikation des Gesprächs beabsichtigt ist. Im Normalfall müssen Interviews autorisiert werden. Die interviewte Person darf jedoch keine grundsätzlichen Änderungen vornehmen, welche dem Gespräch eine andere Orientierung geben (Veränderungen des Sinnes, Streichung oder Hinzufügung von Fragen). In solchen Fällen haben Medienschaffende das Recht, auf eine Publikation zu verzichten oder den Vorgang transparent zu machen. Wenn beide Seiten mit einer Fassung einverstanden sind, kann hinterher nicht mehr auf frühere Fassungen zurückgegriffen werden. Äusserungen von Personen der Öffentlichkeit, welche in der Öffentlichkeit gemacht worden sind, sind auch ohne Rücksprache publizierbar.

Richtlinie 4.6 Plagiat

Wer ein Plagiat begeht, d.h. wer Informationen, Präzisierungen, Kommentare, Analysen und sämtliche anderen Informationsformen von einer Berufskollegin, einem Berufskollegen ohne Quellenangabe in identischer oder anlehrender Weise übernimmt, handelt unlauter gegenüber seinesgleichen.

Ziff. 5 der „Erklärung der Pflichten“

Sie berichtigen jede von ihnen veröffentlichte Meldung, deren materieller Inhalt sich ganz oder teilweise als falsch erweist.

Richtlinie 5.1 Berichtigungspflicht

Die Berichtigungspflicht wird von den Medienschaffenden unverzüglich von sich aus wahrgenommen und ist Teil der Wahrheitssuche. Die materielle Unrichtigkeit betrifft die Fakten und nicht die sich auf erwiesene Fakten abstützenden Werturteile.

Richtlinie 5.2 Leserinnen- und Leserbriefe

Die berufsethischen Normen gelten auch für die Veröffentlichung von Leserinnen- und Leserbriefe. Der Meinungsfreiheit ist aber gerade auf der Leserbriefseite ein grösstmöglicher Freiraum zuzugestehen, weshalb die Leserbriefredaktion nur bei offensichtlichen Verletzungen der „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen“ einzugreifen hat. Leserinnen- und Leserbriefe sind vom Autor oder der Autorin zu zeichnen. Sie werden nur bei begründeten Ausnahmen anonym abgedruckt. Leserinnen- und Leserbriefe dürfen redigiert und dem Sinn entsprechend gekürzt werden. Aus Transparenzgründen sollte die Leserinnen- und Leserbriefseite einen regelmässigen Hinweis enthalten, dass sich die Redaktion das Kürzungsrecht vorbehält. Von der Kürzung ausgenommen sind Fälle, in denen ein Leserinnen- und Leserbriefschreiber oder eine Leserinnen- und Leserbriefschreiberin auf den Abdruck des integralen Textes besteht. Dann ist entweder diesem Wunsch nachzugeben oder die Veröffentlichung abzulehnen.

Ziff. 6 der „Erklärung der Pflichten“

Sie wahren das Redaktionsgeheimnis und geben die Quellen vertraulicher Informationen nicht preis.

Richtlinie 6.1 Redaktionsgeheimnis

Die Berufspflicht, das Redaktionsgeheimnis zu wahren, geht weiter als das gesetzliche Zeugnisverweigerungsrecht. Das Redaktionsgeheimnis schützt die Quellen der Journalistinnen und Journalisten (Notizen, Adressen, Ton- und Bildaufnahmen usw.). Es schützt Informantinnen und Informanten, sofern sie ihre Mitteilungen unter der Voraussetzung abgegeben haben, dass sie bei einer Publikation nicht identifizierbar gemacht werden dürfen.

Richtlinie 6.2 Ausnahmen des Quellenschutzes

Journalistinnen und Journalisten haben ungeachtet der gesetzlichen Ausnahmeregelungen des Zeugnisverweigerungsrechts in jedem Einzelfall eine Interessenabwägung zwischen dem Recht der Öffentlichkeit auf Information und anderen schützenswerten Interessen vorzunehmen. In Extremfällen können sich Journalistinnen und Journalisten von der abgegebenen Zusicherung der Vertraulichkeit entbunden fühlen. Dies gilt insbesondere dann, wenn sie Kenntnis von besonders schweren Verbrechen oder Drohungen erhalten, ebenso bei Angriffen auf die innere oder äussere Sicherheit des Staates.

Ziff. 7 der „Erklärung der Pflichten“

Sie respektieren die Privatsphäre der einzelnen Person, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.

Richtlinie 7.1 (Schutz der Privatsphäre)

Jede Person - dies gilt auch für Prominente - hat Anspruch auf den Schutz ihres Privatlebens. Journalistinnen und Journalisten dürfen im Privatbereich keine Ton-, Bild- oder Videoaufnahmen ohne Einwilligung des Betroffenen machen. Ebenso ist jede Belästigung von Personen in ihrem Privatbereich zu unterlassen (Eindringen in Häuser, Verfolgung, Auflauern, telefonische Belästigung usw.).

Auch im öffentlichen Bereich ist das Fotografieren oder Filmen von Privatpersonen nur dann ohne Einwilligung der Betroffenen zulässig, wenn sie auf dem Bild nicht herausgehoben werden. Bei öffentlichen Auftritten und im Rahmen des öffentlichen Interesses ist es hingegen erlaubt, mit Bild und Ton zu berichten.

Richtlinie 7.2 (Identifizierung)

Journalistinnen und Journalisten wägen die beteiligten Interessen (Recht der Öffentlichkeit auf Information, Schutz der Privatsphäre) sorgfältig ab. Namensnennung und/oder identifizierende Berichterstattung ist zulässig:

-sofern die betroffene Person im Zusammenhang mit dem Gegenstand des Medienberichts öffentlich auftritt oder auf andere Weise in die Veröffentlichung einwilligt;

- sofern eine Person in der Öffentlichkeit allgemein bekannt ist und der Medienbericht damit im Zusammenhang steht;

- sofern die betroffene Person ein politisches Amt beziehungsweise eine staatliche oder gesellschaftlich leitende Funktion wahrnimmt und der Medienbericht damit im Zusammenhang steht;

- sofern die Namensnennung notwendig ist, um eine für Dritte nachteilige Verwechslung zu vermeiden;

- sofern die Namensnennung oder identifizierende Berichterstattung anderweitig durch ein überwiegendes öffentliches Interesse gerechtfertigt ist.

Überwiegt das Interesse am Schutz der Privatsphäre das Interesse der Öffentlichkeit an einer identifizierenden Berichterstattung, veröffentlichen Journalistinnen und Journalisten weder Namen noch andere Angaben, welche die Identifikation einer Person durch Dritte ermöglichen, die nicht zu Familie, sozialem oder beruflichem Umfeld des Betroffenen gehören, also ausschliesslich durch die Medien informiert werden.

Richtlinie 7.3 (Kinder)

Besonders zu schützen sind Kinder, auch Kinder von Prominenten und von weiteren im Fokus der Medien stehenden Personen. Höchste Zurückhaltung ist bei Recherchen und Berichten über Gewaltverbrechen angezeigt, von denen Kinder tangiert sind (sei es als Opfer, mögliche Täter/innen oder als Zeug/innen).

Richtlinie 7.4 (Gerichtsberichterstattung; Unschuldsvermutung und Resozialisierung)

Bei der Gerichtsberichterstattung wägen Journalistinnen und Journalisten Namensnennung und identifizierende Berichterstattung besonders sorgfältig ab. Sie tragen der Unschuldsvermutung Rechnung. Nach einer Verurteilung nehmen sie Rücksicht auf die Familie und die Angehörigen der/des Verurteilten, wie auch auf die Chancen zur Resozialisierung.

Richtlinie 7.5 («Recht auf Vergessen»)

Verurteilte haben ein «Recht auf Vergessen». Dies gilt erst recht bei Einstellung eines Verfahrens und bei Freispruch. Das «Recht auf Vergessen» gilt aber nicht absolut. In verhältnismässiger Art und Weise dürfen Journalistinnen und Journalisten über frühere Verfahren berichten, sofern ein überwiegendes öffentliches Interesse dies rechtfertigt. Beispielsweise, wenn ein Zusammenhang zwischen früherem Verhalten und aktueller Tätigkeit besteht.

Richtlinie 7.6 (Nichteröffnung, Einstellung und Freispruch)

Umfang und Platzierung von Berichten über Nichteröffnung, Einstellung oder Freispruch in einem Strafverfahren müssen in angemessenem Verhältnis zu vorangegangenen Beiträgen stehen.

Richtlinie 7.7 - Sexualdelikte

Bei Sexualdelikten tragen Journalistinnen und Journalisten den Interessen der Opfer besonders Rechnung. Sie machen keine Angaben, die ihre Identifikation ermöglichen.

Richtlinie 7.8 - Notsituationen, Krankheit, Krieg und Konflikte

Journalistinnen und Journalisten zeigen sich besonders zurückhaltend gegenüber Personen, die sich in einer Notlage befinden oder die unter dem Schock eines Ereignisses stehen sowie bei Trauernden. Dies gilt auch gegenüber den Familien und Angehörigen der Betroffenen. Für Recherchen vor Ort in Spitälern und ähnlichen Institutionen ist die Einwilligung der Verantwortlichen einzuholen.

Bilder von Kriegen und Konflikten, Terrorakten und weiteren Notlagen dokumentieren historische Momente. Das öffentliche Interesse an ihrer Publikation muss jedoch abgewogen werden gegen

- die Gefahr, die Privatsphäre der abgebildete(n) Person(en) und/oder die Sensibilität der Betrachter zu verletzen;
- das Recht auf Totenruhe des/der Abgebildeten.

Richtlinie 7.9 - Suizid

Journalistinnen und Journalisten üben bei Suizidfällen grösste Zurückhaltung. Über Suizide darf berichtet werden:

- sofern sie grosses öffentliches Aufsehen erregen;
- sofern sich Personen des öffentlichen Lebens das Leben nehmen. Bei weniger bekannten Persönlichkeiten muss der Suizid zumindest in einem vermuteten Zusammenhang mit öffentlichen Angelegenheiten stehen;
- sofern der Verstorbene oder seine Angehörigen von sich aus an die Öffentlichkeit gelangt sind;
- sofern sie im Zusammenhang mit einem von der Polizei gemeldeten Verbrechen stehen;
- sofern sie Demonstrationscharakter haben und auf ein ungelöstes Problem aufmerksam machen wollen;
- sofern dadurch eine öffentliche Diskussion ausgelöst wird;
- sofern Gerüchte oder Anschuldigungen im Umlauf sind, die durch die Berichterstattung richtiggestellt werden.

In allen Fällen beschränkt sich die Berichterstattung auf die für das Verständnis des Suizids notwendigen Angaben und darf keine intimen oder gar herabsetzenden Einzelheiten enthalten. Um das Risiko von Nachahmungstaten zu vermeiden, verzichten Journalistinnen und Journalisten auf detaillierte, präzise Angaben über angewandte Methoden und Mittel.

Ziff. 8 der „Erklärung der Pflichten“

Sie respektieren die Menschenwürde und verzichten in ihrer Berichterstattung in Text, Bild und Ton auf diskriminierende Anspielungen, welche die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, die Religion, das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Krankheiten sowie körperliche oder geistige Behinderung zum Gegenstand haben. Die Grenzen der Berichterstattung in Text, Bild und Ton über Kriege, terroristische Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle ihrer Angehörigen nicht respektiert werden.

Richtlinie 8.1 Achtung der Menschenwürde

Die Informationstätigkeit hat sich an der Achtung der Menschenwürde zu orientieren. Sie ist ständig gegen das Recht der Öffentlichkeit auf Information abzuwägen. Dies gilt sowohl hinsichtlich der direkt betroffenen oder berührten Personen als auch gegenüber der gesamten Öffentlichkeit.

Richtlinie 8.2 Diskriminierungsverbot

Bei Berichten über Straftaten dürfen Angaben über ethnische Zugehörigkeit, Religion, sexuelle Orientierung, Krankheiten, körperliche oder geistige Behinderung gemacht werden, sofern sie für das Verständnis notwendig sind. Die Nennung der Nationalität darf keine Diskriminierung zur Folge haben: sofern sie nicht systematisch erwähnt (und also auch bei schweizerischen Staatsangehörigen angewendet wird), gelten die gleichen restriktiven Bedingungen wie für die übrigen in dieser Richtlinie genannten Angaben. Besondere Beachtung ist dem Umstand zu schenken, dass solche Angaben bestehende Vorurteile gegen Minderheiten verstärken können.

Richtlinie 8.3 Opferschutz

Autorinnen und Autoren von Berichten über dramatische Ereignisse oder Gewalt müssen immer sorgfältig zwischen dem Recht der Öffentlichkeit auf Information und den Interessen der Opfer und der Betroffenen abwägen. Journalistinnen und Journalisten sind sensationelle Darstellungen untersagt, welche Menschen zu blossen Objekten degradieren. Als sensationell gilt insbesondere die Darstellung von Sterbenden, Leidenden und Leichen, wenn die Darstellung in Text und Bild hinsichtlich detailgetreuer Beschreibung sowie Dauer und Grösse der Einstellungen die Grenze des durch das legitime Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit Gerechtfertigten übersteigt.

Richtlinie 8.4 Bilder über Kriege und Konflikte

Fotografien und Fernsehbilder über Kriege und Konflikte sollten darüber hinaus vor ihrer Publikation oder Ausstrahlung hinsichtlich folgender Fragen geprüft werden:

- Handelt es sich wirklich um ein einmaliges Dokument der Zeitgeschichte? - Sind die abgebildeten Personen als Individuen identifizierbar? - Würde ihre Menschenwürde durch eine Publikation verletzt?

Richtlinie 8.5 Bilder von Unglücksfällen, Katastrophen und Verbrechen

Fotografien und Fernsehbilder von Unglücksfällen, Katastrophen und Verbrechen müssen die Menschenwürde respektieren und darüber hinaus die Situation der Familie und der Angehörigen der Betroffenen berücksichtigen. Dies gilt besonders im Bereich der lokalen und regionalen Information.

Ziff. 9 der „Erklärung der Pflichten“

Sie nehmen weder Vorteile noch Versprechungen an, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.

Richtlinie 9.1 Unabhängigkeit

Die Wahrung der Unabhängigkeit der Journalistinnen und Journalisten ist für die Verteidigung der Pressefreiheit unabdingbar. Die Wahrung der Unabhängigkeit erfordert ständige Wachsamkeit. Die Annahme von individuellen Einladungen und Geschenken ist zulässig, sofern diese das übliche Mass nicht übersteigen. Dies gilt sowohl für berufliche als auch für soziale Beziehungen. Die Recherche von Informationen und ihre Veröffentlichung darf durch die Annahme von Einladungen oder Geschenken niemals beeinflusst werden.

Richtlinie 9.2 Interessenbindungen

Die Wirtschafts- und Finanzberichterstattung ist der Gewährung verschiedenster Vergünstigungen und dem Zugang zu Insiderwissen besonders ausgesetzt. Journalistinnen und Journalisten dürfen Informationen, von denen sie vor deren Veröffentlichung Kenntnis erhalten, nicht zu ihrem Vorteil auswerten oder durch Dritte auswerten lassen. Sie dürfen nicht über Gesellschaften oder Wertpapiertitel schreiben, zu denen durch sie oder ihre Angehörigen Interessenbindungen bestehen, so dass ein Interessenkonflikt entstehen könnte. Sie dürfen keine vergünstigten Beteiligungen im Austausch gegen Medienberichte annehmen, selbst wenn es sich nicht um Gefälligkeitsberichte handelt.

Ziff. 10 der „Erklärung der Pflichten“

Sie vermeiden in ihrer beruflichen Tätigkeit als Journalistinnen und Journalisten jede Form von kommerzieller Werbung und akzeptieren keinerlei Bedingungen von seiten der Inserentinnen und Inserenten.

Richtlinie 10.1 Trennung zwischen redaktionellem Teil und Werbung

Die deutliche Trennung zwischen redaktionellem Teil bzw. Programm und Werbung ist für die Glaubwürdigkeit der Medien unabdingbar. Inserate und Werbesendungen sind gestalterisch von redaktionellen Beiträgen klar abzuheben. Sofern sie nicht optisch/akustisch eindeutig als solche erkennbar sind, müssen sie explizit als «Anzeigen», «Werbung», «Werbereportagen», «Werbespots» oder durch andere dem Publikum geläufige vergleichbare Begriffe deklariert werden. Journalistinnen und Journalisten dürfen diese Abgrenzung nicht durch Einfügen von Schleichwerbung in der redaktionellen Berichterstattung unterlaufen.

Richtlinie 10.2 Sponsoring, Koppelung von redaktionellen Berichten und Werbung

Bei gesponserten Medienberichten sind der Name des Sponsors transparent zu machen und die freie Themenauswahl und -bearbeitung durch die Redaktion zu gewährleisten. Redaktionelle Beiträge (z.B. «begleiten-de» redaktionelle Berichterstattungen), die als «Gegenleistung» zu Inseraten und Werbesendungen veröffentlicht werden, sind unzulässig.

Richtlinie 10.3 Lifestyle-Berichte; Nennung von Marken und Produkten

Die Freiheit der Redaktion bei der Auswahl der redaktionellen Themen in Bereichen wie «Lifestyle» oder «Ratgeber» ist zu gewährleisten. Die berufsethischen Regeln erfassen auch Berichte, die Konsumgüter und Dienstleistungen vorstellen.

Die unkritische oder hochlobende Präsentation von Konsumgegenständen, die häufiger als nötige Nennung von Produkte- oder Dienstleistungsmarken und die bloße Wiedergabe von Werbeslogans im redaktionellen Text gefährden die Glaubwürdigkeit des Mediums und der Journalistinnen und Journalisten.

Richtlinie 10.4 Public Relations

Journalistinnen und Journalisten redigieren keine interessengebundenen Texte (Werbung und Public Relations), die ihre journalistische Unabhängigkeit beeinträchtigen. Heikel sind insbesondere Themen, die sie auch publizistisch bearbeiten. Sie berichten nicht anders als sonst über Anlässe, bei denen das eigene Medienhaus Sponsor/in oder «Medienpartner/in» ist.

Richtlinie 10.5 Inserateboykotte

Journalistinnen und Journalisten verteidigen die Informationsfreiheit bei tatsächlicher oder drohender Beeinträchtigung durch private Interessen, namentlich bei Inserateboykotten oder Boykottandrohungen. Drohungen oder Boykotte sind grundsätzlich öffentlich zu machen.

Ziff. 11 der „Erklärung der Pflichten“

Sie nehmen journalistische Weisungen nur von den hierfür als verantwortlich bezeichneten Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen, und akzeptieren sie nur dann, wenn diese zur Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten nicht im Gegensatz stehen.

Buchstabe a der „Erklärung der Rechte“

Sie haben freien Zugang zu allen Informationsquellen und die Freiheit zur unbehinderten Ermittlung aller Tatsachen, die von öffentlichem Interesse sind; die Geheimhaltung öffentlicher oder privater Angelegenheiten kann dabei den Journalistinnen und Journalisten gegenüber nur in Ausnahmefällen und nur mit klarer Darlegung der Gründe geltend gemacht werden.

Richtlinie a.1. Indiskretionen

Medien dürfen Informationen veröffentlichen, die ihnen durch Indiskretionen bekanntgeworden sind, sofern bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind:

- die Informationsquelle muss dem Medium bekannt sein; - das Thema muss von öffentlicher Relevanz sein; - es muss gute Gründe dafür geben, dass die Information jetzt und nicht erst viel später publik werden soll; der Vorteil im publizistischen Wettbewerb genügt nicht als Rechtfertigung; - es muss erwiesen sein, dass das Thema oder Dokument dauerhaft als geheim klassifiziert oder als vertraulich deklariert wird und es nicht bloss einer kurze Sperrfrist von einigen Stunden oder Tagen unterliegt; - die Indiskretion durch die Informantin / den Informanten muss absichtlich und freiwillig erfolgt sein, die Information darf nicht durch unlautere Methoden (Bestechung, Erpressung, Wanzen, Einbruch oder Diebstahl) erworben worden sein; - die Veröffentlichung darf keine äusserst wichtigen Interessen wie z.B. schützenswerte Rechte, Geheimnisse usw. tangieren.

Richtlinie a.2 Privatunternehmen

Privatunternehmen sind Gegenstand der journalistischen Recherche, wenn sie aufgrund ihres wirtschaftlichen Gewichts und/oder ihrer gesellschaftlichen Bedeutung zu den wichtigen Akteuren einer Region gehören.

Buchstabe b. der „Erklärung der Rechte“

Sie dürfen nicht veranlasst werden, beruflich etwas zu tun oder zu äussern, was den Berufsgrundsätzen oder ihrem Gewissen widerspricht. Aus dieser Haltung dürfen ihnen keinerlei Nachteile erwachsen.

Buchstabe c. der Erklärung der Rechte“

Sie dürfen jede Weisung und jede Einmischung zurückweisen, die gegen die allgemeine Linie ihres Publikationsorgans verstossen. Diese allgemeine Linie muss ihnen vor ihrer Anstellung schriftlich mitgeteilt werden; ihre einseitige Änderung oder Widerrufung ist unstatthaft und stellt einen Vertragsbruch dar.

Buchstabe d. der „Erklärung der Rechte“

Sie haben Anspruch auf Transparenz über die Besitzverhältnisse ihres Arbeitgebers. Sie müssen als Mitglied einer Redaktion vor jeder wichtigen Entscheidung, die Einfluss auf den Gang des Unternehmens hat, informiert und angehört werden. Die Redaktionsmitglieder sind insbesondere vor dem definitiven Entscheid über Massnahmen zu konsultieren, welche eine grundlegende Änderung in der Zusammensetzung der Redaktion oder ihrer Organisation zur Folge haben.

Buchstabe e. der „Erklärung der Rechte“

Sie haben Anspruch auf eine angemessene berufliche Aus- und Weiterbildung.

Buchstabe f. der „Erklärung der Rechte“

Sie haben Anspruch auf eine klare Regelung der Arbeitsbedingungen durch einen Kollektivvertrag. Darin ist festzuhalten, dass ihnen durch ihre Tätigkeit in den Berufsorganisationen keine persönlichen Nachteile entstehen dürfen.

Buchstabe g. der „Erklärung der Rechte“

Sie haben das Recht auf einen persönlichen Anstellungsvertrag, der ihnen ihre materielle und moralische Sicherheit gewährleisten muss. Vor allem soll durch eine angemessene Entschädigung ihrer Arbeit, die ihrer Funktion, ihrer Verantwortung und ihrer sozialen Stellung Rechnung trägt, ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit als Journalistinnen und Journalisten sichergestellt werden.

Diese Richtlinien wurden vom Schweizer Presserat an seiner konstituierenden Sitzung vom 18. Februar 2000 verabschiedet und an den Plenarsitzungen vom 9. November 2001, 28. Februar 2003, 7. Juli 2005, 16. September 2006, 24. August 2007, 3. September 2008 sowie 2. September 2009 revidiert und per 1. Juli 2010 in Kraft gesetzt.