

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, katedra žurnalistiky

**Bakalářská práce**

**2012**

**Kateřina Ciborová**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, katedra žurnalistiky

**Kateřina Ciborová**

**Samoregulace žurnalistiky v internetovém  
prostoru se zaměřením na hlavní české  
zpravodajské servery**

*Bakalářská práce*

Praha 2012

Autor práce: **Kateřina Ciborová**

Vedoucí práce: **Ing. Miloř Āermák**

Rok obhajoby: 2012

## **Bibliografický záznam**

CIBOROVÁ, Kateřina. *Samoregulace žurnalistiky v internetovém prostoru se zaměřením na hlavní české zpravodajské servery*. Praha, 2012. 89 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Ing. Miloš Čermák

## **Abstrakt**

Autorka se v práci zaměřuje na etické kodexy českých zpravodajských serverů. Práce vysvětluje pojmy jako etika, morálka, regulace a samoregulace. Nastíňuje, jaké nové možnosti se internetové žurnalistice oproti té tradiční otevírají a jakých hojně využívá. Hlavním poselstvím práce jsou však etické kodexy zpravodajských portálů, jejich znění, původ, shody, rozdíly, klady a nedostatky. Autorka pro potřebu této práce také vytvořila dotazník pro šéfredaktory online deníků, ve kterém nastínila základní etické problémy internetové žurnalistiky. Šéfredaktoři se k modelovým situacím vyjádřili, prozradili svůj názor a odhadli, jak by se pravděpodobně v dané situaci zachovali. Velký důraz je kladen především na opravu nepravdivé informace, zdrojování a s ním spojené odkazování, využívání sociálních sítí jako zdroj informací a uveřejňování a publikování fotografií, které zachycují bolest, utrpení a smrt.

## **Abstract**

The author of this thesis focuses on the ethical codes of Czech web journals. The thesis explains the terms like ethics, morality, regulation and self-regulation. It outlines new options available in the web journalism (unlike the traditional journalism) which are frequently used. The main goals of the thesis are the ethical codes, their wording, origin, coincidence, differences, strengths and weaknesses. For the purpose of this thesis the author designed a questionnaire for chief editors of web journals in which she outlined the basic ethical problems of the web journalism. Chief editors commented on the model situation, stated their opinions and assessed their most probable behavior in given situation. The emphasis is put mainly on the correction of the untruthful information, sourcing and corresponding referencing, the use of the social networks as a source of information and publishing of the photograph capturing pain, suffering or death.

## **Klíčová slova**

etika, morálka, novinářská etika, samoregulace, etický kodex, online žurnalistika, internet, zpravodajský server, nová média

## **Keywords**

ethics, morality, journalism ethics, self-regulation, code of ethics, online journalism, internet, news server, new media

## **Rozsah práce**

počet znaků s mezerami: 113 616

## **Prohlášení**

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

V Praze dne

Kateřina Ciborová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce Ing. Miloši Čermákovi za přátelský přístup a cenné rady. Dále pak všem šéfredaktorům, kteří mi rádi vyšli vstříc, zejména Daliboru Balšínkovi z Lidových novin a Michalu Hanákovi z iDNES.cz. V neposlední řadě děkuji také Peterovi Adlerovi, který mi pomohl se zahraničními etickými kodexy, a Romanu Gallovi, který ochotně odpovídal na historii českých etických kodexů až z Bahrajnu.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV**  
**Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Kateřina Ciborová

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

2009

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

katkaciborova@seznam.cz

**Studijní obor/typ studia:**

Žurnalistika/bakalářský

**Předpokládaný název práce v češtině:**

Samoregulace žurnalistiky v internetové prostoru (se zaměřením na hlavní české zpravodajské servery)

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

The self-regulation in online journalism (focusing on main Czech news server)

**Předpokládaný termín dokončení:**

LS 2012

**Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce:**

Redaktoři českých zpravodajských serverů přijímají regulační normy v podobě etických kodexů. Zaměřím se na kodexy základních českých zpravodajských serverů jako je iDnes.cz, Aktuálně.cz či Novinky.cz. Po přiblížení termínů žurnalistická etika a internetová žurnalistika popíšu podobu etických kodexů těchto serverů, jejich vznik a proměny, rozdíly a shody, dodržování etických pravidel, pozornost budu věnovat také případům, kdy byly kodexy porušeny, a odlišností českých etických kodexů internetové žurnalistiky od zahraničních.

**Předpokládaná struktura práce**

1. Etika – základní charakteristika etiky, její původ a formy
  - 1.1 Novinářská etika – přiblížení etiky v žurnalistice, teoretické přístupy
  - 1.2 Regulace žurnalistiky – typy a popis možné regulace v žurnalistice
  - 1.3 Vývoj regulace české žurnalistiky po r. 1989 – základní mezníky ve formování regulace české žurnalistiky
2. Internetová žurnalistika – charakteristika, její specifika a možnosti
  - 2.1 Vývoj české internetové žurnalistiky – stručná historie české internetové žurnalistiky
  - 2.2 Podoba internetové žurnalistiky v ČR – popis současné nabídky české internetové žurnalistiky
3. Samoregulace českých zpravodajských serverů – etické kodexy vybraných českých zpravodajských serverů (kdy, na jakém základě a proč vznikly, kdo je vytvořil, jak a z jakých důvodů se proměňují)
  - 3.1 Shody a rozdíly ve vybraných kodexech – čím se kodexy českých zpravodajských serverů liší, co mají naopak společné
  - 3.2 Dodržování etických kodexů – případy, kdy byly kodexy porušeny, sankce
  - 3.3 Odlišnost českých etických kodexů od kodexů zahraničních internetových serverů – v čem se zahraniční kodexy internetových zpravodajských serverů liší

**Vymezení zpracovávaného materiálu:**

iDnes.cz, iHned.cz, Deník.cz, Lidovky.cz, Novinky.cz, Aktuálně.cz, Týden.cz – od jejich vzniku po současnost

**Postup (technika) při zpracování materiálu:**



studium textů, komparace a analýza etických kodexů

**Základní literatura:**

Anzenbacher, A.: Úvod do etiky. Zvon, Praha 1994. – Kniha vyjímá etiku z obecného rámce filozofie a popisuje základní filosofické problémy etiky.

Jiráček, J. a kolektiv: 10 let v českých médiích, Portál, Praha 2005. – Deset esejů, v nichž odborníci na média analyzují proměny české mediální scény za posledních deset let.

Jiráček, J., Köpplová, B.: Masová média. Portál, Praha 2009. – Podrobné uvedení do studia médií z hlediska sociálněvědní disciplíny.

McQuail, D.: Úvod do teorie masové komunikace, Portál, Praha 2007. – Učebnice základů masové komunikace probírající všechny hlavní oblasti teorie a fungování masových médií.

Musil, J.: Elektronická média v informační společnosti. Votobia, Praha 2005. – Text se soustředí na elektronická média a další nové typy hromadné komunikace. Polemika nad společenskými účinky klasických elektronických médií se zřetelem na vznikající rizika.

Pouperová, O.: Regulace médií. Leges, Praha 2010 – Vysvětlení právních podmínek vzniku oprávnění provozovat některá média, meze přípustných obsahových omezení mediálních sdělení.

**Diplomové práce k tématu:**

Křížová, V.: Vznik a proměny etických kodexů vybraných celostátních deníků v České republice po roce 1989; bakalářská práce, Univerzita Karlova, 2006

Pavec, M.: Vznik a vývoj internetového zpravodajství v Česku na příkladu deníku iDnes.cz; diplomová práce, Univerzita Karlova, 2009

Fridrich, M.: Zásady online žurnalistiky v českém mediálním prostoru; bakalářská práce, Univerzita Palackého, Filozofická fakulta, Filologie / Česká filologie se zaměřením na editorskou práci ve sdělovacích prostředcích, 2009

Musilová, J.: Etický kodex: Ideál – realita. Bakalářská práce, Univerzita Palackého, Filozofická fakulta, Mediální a komunikační studia / Žurnalistika, 2009,

**Datum / Podpis studenta/ky**

# Obsah

Úvod .....	3
1 Etika .....	4
1.1 Morálka .....	5
1.2 Dělení etiky.....	7
1.3 Aplikovaná etika a etické kodexy .....	8
1.4 Novinářská etika .....	9
2 Regulace žurnalistiky.....	12
2.1 Etické kodexy v žurnalistice .....	15
2.2 Stručný vývoj regulace české žurnalistiky po roce 1989 .....	17
3 Internet a internetová média .....	21
3.1 Stručná historie internetu.....	21
3.2 Počátek českých médií na internetu .....	22
3.3 Výhody a specifika internetové žurnalistiky .....	24
4 Samoregulace českých zpravodajských serverů.....	27
4.1 Aktuálně.cz .....	27
4.2 Deník.cz.....	30
4.3 iHNed.cz.....	33
4.4 iDNES.cz .....	35
4.5 Blesk.cz .....	36
4.6 Dodatek: Role Romana Galla v tvorbě českých etických kodexů.....	39
5 Eticky sporné situace online žurnalistiky.....	41
5.1 Ověřování a oprava .....	42
5.1.1 ParlamentníListy.cz.....	42
5.1.2 iDNES.cz .....	43
5.1.3 Deník.cz .....	44
5.1.4 Týden.cz.....	45
5.1.5 Ostatní média a závěr .....	45
5.2 Odkazování .....	47
5.3 Sociální sítě.....	48
5.4 Fotografie .....	49
6 Etické kodexy v zahraničí .....	52
6.1 BBC.....	52

6.2	The New York Times.....	54
7	Závěr.....	56
	Summary.....	59
	Použitá literatura.....	60
	Seznam příloh.....	63

# Úvod

Pojem novinářská etika se v poslední době skloňuje čím dál častěji. Více než kdy dříve se používá také v souvislosti s internetovým zpravodajstvím a zpravodajskými servery, které se za krátkou dobu své existence vyvinuly v média, která pomalu vyhrávají nad médii tradičními. Nároky na zpravodajské servery se zvyšují a práce v redakcích, které produkují online servis, se zrychluje. A právě rychlost a exkluzivita vítězí v boji s konkurencí.

Zpravodajské portály poskytují informační servis nonstop. Publikují flashové zprávy, zřizují online reportáže a velký důraz kladou také na obrazovou složku zprávy. A samozřejmě na rychlost a aktuálnost. To vše ale potřebuje nějaká pravidla, obzvlášť když má redaktor internetového serveru oproti redaktorovi denního tisku na rozhodnutí o podobě výsledného článku pouze několik minut. Některá z těchto pravidel by měl obsáhnout právě etický kodex.

V této práci se zaměřím na etické kodexy českých zpravodajských serverů. Tyto dokumenty budu popisovat, analyzovat a porovnávat. Budu se snažit proniknout také do historie a zjistit, kdo stojí za vznikem kodexů. Stanovím, co a v kterém etickém kodexu chybí a v čem naopak nad ostatními vyniká.

Studium dokumentů doplním o vyjádření šéfredaktorů jednotlivých serverů. Kodex je totiž věc jedna, jeho dodržování je věc druhá. Nebudu zkoumat případy porušení, ale s vedením redakcí hlavních českých zpravodajských portálů proberu základní eticky sporná témata, která se týkají právě online zpravodajství. Pro urychlení a snadnější komunikaci použiji formu dotazníku.

V prvních kapitolách vymezím pojem etika a morálka, zaměřím se také na přístupy odborníků k novinářské etice. Nastíním stručnou historii internetu, věnovat se budu také rozdílům mezi online a tradiční žurnalistikou a vývoji regulace, především samoregulace, českých médií po roce 1989.

Praktická část práce je zaměřena na porovnání jednotlivých etických kodexů, na nejzávažnější eticky sporné situace, na postoje šéfredaktorů a práci ukončím pohledem na etické kodexy zahraniční.

# 1 Etika

Poprvé se lidstvo s etikou setkal už v době starověkého Řecka. Původ má, stejně jako další vědy (například sociologie nebo psychologie), totiž ve filosofii. První zájem o etiku je datován do 2. poloviny 5. století př. n. l., to ji začal formulovat Demokritos, sofisté a Sokrates. Aristoteles dal etice název, éthiku definoval jako mravnost a učení o mravnosti. V učení o etice a morálce nepokračoval jen Aristoteles nebo Platón, ale také Tomáš Akvinský, empiristé, Immanuel Kant, Friedrich Nietzsche, existencialisté a další.

Slovo etika má původ v řeckém slově éthos, které v překladu znamená mrav, zvyk nebo obyčej. Prapůvodně se však éthos týkal zvířat, označoval místo jejich pastvy, stáje, způsob života a chování. Jiný význam toto slovo nabývalo ve spojení s člověkem, éthos v tomto případě znamenal místo k bydlení určené společenstvím nebo původem. Od toho už není daleko ke zvykům a mravům, které se týkají společného bydlení. Teprve až poté se toto řecké slovo spojilo s jedincem a jeho charakterem, způsobem jednání, postoji a smýšlením.

Etika je dodnes součástí filosofie a zabývá se morálními jevy. Zkoumá mravní rozhodnutí lidí, za jakých okolností, jak a s jakými výsledky se lidé chovají nebo nechovají mravně. Zabývá se také způsoby, kterými se lidé svá rozhodnutí snaží vysvětlit. Etika se pokouší zdůvodnit, reflektovat, zakládat a poskytovat pravidla a normy lidského chování a jednání. *„Etika si klade otázky typu: Co nás v našem životě nutí používat jazyk morálky? Co je dobro? Co je zlo? Jaký je smysl mého chování? Jak mám jednat? Co je svědomí? Co je povinnost? Co je spravedlnost? Proč platí v našem životě právě takové normy, a ne jiné, a jak jsou legitimizovány a legalizovány? Proč zdůvodňujeme některé morální soudy právě takovou, a ne jinou metodou? Proč mám jednat tak a tak?“*<sup>1</sup>

Etika nejsou jen teorie, ale také návody, jak se chovat v eticky sporných situacích. Proto se řadí do praktické filosofie. V nejširším slova smyslu můžeme etiku chápat jako vědu o lidském chování a jednání. Protože se zabývá tím, co je a není správné, zasahuje do mnoha oblastí lidského života.

Největší problém etiky je, že každý jedinec na světě může jako etické nebo mravné vnímat něco jiného. Také proto se o etice vede nekončící diskuze, etické normy a hodnoty se

---

<sup>1</sup> BRÁZDA, Radim. *Úvod do srovnávací etiky*. Praha: Koniasch Latin Press, 1998. s. 129

neustále vyvíjí. Na procesu vytváření se podílí každý člověk a pro výsledné mravní normy se každý také svobodně rozhodne.

Další nevýhodou etiky a s ní spojené morálky je to, že pro ně neexistují žádné tresty. Na provinilce vůči morálce čekají pouze sociální sankce. Přestupky vůči morálce nejsou právně postížitelné (pokud se tedy zároveň nejedná o trestný čin). Na provinilce proti etice čeká pouze napomenutí, výtka, v nejhorším případě vyloučení ze společnosti.

## 1.1 Morálka

Jak jsem výše naznačila, s etikou úzce souvisí morálka. Etika je někdy charakterizovaná jako učení o morálce nebo teorie morálky a mravnosti. Morálka je chápána jako součást lidského rozhodování a jednání a také jako soubor hodnot, kterými lidé řídí své chování. Její základ tkví v protikladu dobra a zla, pomáhá k uskutečňování dobra. Morálka je to, jak se lidé chovají k sobě, k jiným živým bytostem, ke společnosti, ale i k neživému. Na rozdíl od etiky je úzce spjata s jedincem, s jejím nositelem. *„Je nositelkou lidských vlastností, obsahuje souhrn všech kladných hodnot a pomáhá nám vyhnout se špatnému chování. Kdo se neřídí morálními zásadami, dá se říci, že je lhostejný a nezáleží mu na své osobnosti a vlastní pověsti.“*<sup>2</sup>

Etymologicky má morálka původ v latinském slově *mos*, které má mnoho významů. Kromě původní vůle znamená také mrav, zvyk, obyčej, rozmar, náladu, způsob, povahu, charakter, řád, pravidlo, zásadu a předpis.

Způsob chování, které se řídí mravními normami uznávanými danou společností, se označuje jako mrav. Mrav je stejně jako morálka závislý na místě a se zvyky a způsoby, které na daném místě převládají. České slovo mrav pochází ze staročeského slova *nrav*, které označovalo něco, co se líbí a je vhodné. Mravnost je pak mírou morálky.

Morálka funguje v každé společnosti, době a kultuře odlišně. Co je v jedné skupině lidí morální a normální, v druhé být nemusí. Díky morálce se formuluje identita člověka. Někdy je morálka chápána také jako integrující síla společnosti. *„Se změnou společnosti*

---

<sup>2</sup> MEZULÁNÍK, Radek. Etika podnikání, etika novinářské profese. In *Z vůle médií*. Praha: Hermes, 2006. s. 29

*dochází i ke změně morálky, a naopak, změny v morálce mohou vyvolat změny ve společnosti.*<sup>3</sup>

Samozřejmě, ne všichni v jedné společnosti se chovají morálně. Pokud jich je více než morálně se chovajících jedinců, společnost se rozpadne nebo přeformuluje. V jedné společnosti lze taktéž sledovat vývoj morálky. Některé normy se postupně vytrácejí a naopak přicházejí nové. Souvisí to s novými generacemi společnosti.

Je ale potřeba vědět, že i když zároveň existuje mnoho druhů morálek nebo etik, dobro zůstává jen jedno. Přesto se však každý může svobodně rozhodnout, jestli bude konat dobro nebo zlo, správně nebo nesprávně. Mezi základní podmínky morálky totiž patří nezávislost, dobrovolnost a svoboda.

Abychom mohli morálku posuzovat, musíme disponovat takzvaným předporozuměním<sup>4</sup> mravní skutečnosti. Zaprvé musíme být schopni jednání přisuzovat mravní hodnotu. Musíme dokázat říci, zda se já či druzí chovají dobře nebo špatně. *„Mravní hodnocení se ovšem týká prvotně jednání a sekundárně osob a sociálních útvarů. Osoby posuzujeme mravně na základě jejich jednání a sociální útvary hodnotíme, protože jsou výsledkem jednání a mohou být utvářeny jednáním.*<sup>5</sup>

Dále musíme umět rozpoznat dobro od zla a vědět, že zlo by se konat nemělo. Stejně tak bychom se mravně měli chovat dobrovolně a za své činy zodpovídat, případně je umět vysvětlit. A pak existuje ještě jedna podmínka, která je patrná z přísloví: Co sám nechceš, nečini jinému. *„Tím se vyjadřuje požadavek, aby se lidé navzájem uznávali jako rovnocenné bytosti a vážili si sebe navzájem a aby každý ve svém jednání bral v úvahu, že druzí lidé mají potřeby a zájmy jako on sám.*<sup>6</sup>

Morálka se částečně překrývá s pojmem právo, protože u obou pojmů se setkáváme se souhrnem závazných norem chování. Obecně je ale známé, že právo či zákon je minimum morálky. Morálka totiž působí i v takových místech, kam právo nedosáhne nebo nezasahuje,

---

<sup>3</sup> JANOTOVÁ, Helena at al. *Profesní etika*. Praha: Eurolex Bohemia, 2005. s. 11

<sup>4</sup> termín definuje Arno Anzenbacher jako fakt, že mravním slovům obvykle snadno rozumíme a bez problému je užíváme

<sup>5</sup> ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*. Praha: Zvon, 1994. s. 14

<sup>6</sup> ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*. Praha: Zvon, 1994. s. 16

vztahuje se tedy na všechny lidské aktivity. Právo se pak vztahuje pouze na konkrétní lidské chování. Navíc morálce patří větší oblast společenských vztahů než právu. Zatímco pod pojmem právo vnímáme to, co určuje stát, u morálky je to svědomí, podle kterého jednáme a chováme se. Právo je definované, zákony mají písemnou formu, morálka je v každém z nás. Předává se z generace na generaci a její pravidla nikde sepsaná nejsou. Zároveň však morálku můžeme chápat jako nepsaný zákon, který je závazný pro jednotlivce dané společnosti.

## 1.2 Dělení etiky

Brit Mel Thompson, autor několika knih o filozofii, náboženství a etice, etiku rozdělil do čtyř kategorií. Deskriptivní etika je první a základní kategorií. Hodnoty a mravní rozhodnutí určité společnosti pouze popisuje. Tento typ etiky zkoumá význam morálního jednání, postojů a názorů, popisuje také jejich změny. Popisuje morálku u jednotlivých sociálních skupin, kultur, etnik, národů a kmenů. Nesnaží se nacházet odpovědi na to, co je a není správné.

O tom už přemýšlí normativní etika, někdy označovaná jako preskriptivní nebo deontologická. Ta zkoumá, a navíc zdůvodňuje normy, jimiž se daná společnost řídí. Dokonce se snaží odpovědět na otázku, jak by mělo vypadat správné chování člověka. Podle toho, co je a není správné, formuluje zákazy, příkazy a tabu. Zabývá se tedy otázkami týkajícími se povinností a hodnot.

Třetí kategorií je metaetika. Ta zkoumá jazyk, který se při diskuzích o etice používá. Zkoumá také to, jak můžeme tento jazyk odůvodnit a jaký význam mají základní mravní pojmy. Jednoduše řečeno, metaetika provádí rozbor etických pojmů a výroků.

Poslední a nejdůležitější je aplikovaná etika, do které patří jednotlivé odvětví lidské činnosti. Zabývá se mravním chováním v určitém odvětví, například v lékařství, soudnictví nebo žurnalistice. Jedná se o etiku aplikovanou, tedy použitou v praxi.

Podle Thompsona je úkolem etiky odstranit nejasnosti, rozlišit fakta, hodnoty a argumenty, odhalit základy, na kterých jsou komentáře vystavěny, a zjišťovat, na kolik jsou logické a zda skutečně vyjadřují hluboce zakořeněné názory, nebo emoční reakce.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. Praha: Portál, 2004. s. 15



### 1.3 Aplikovaná etika a etické kodexy

S aplikovanou etikou se setkáváme v praxi. Je spjata s různými profesemi člověka, proto její součástí je také profesní etika<sup>8</sup>. Její vývoj je závislý na vývoji konkrétního povolání a požadavcích společnosti na danou profesi. Požadavky se samozřejmě mohou s časem měnit. Některé obory lidské činnosti se etikou zabývaly od svého počátku, jiné si etiky začaly všimnout až nedávno. Dlouhou historii tak za sebou má profesní etika těch profesí, které existují už několik let, například lékaři, učitelé nebo právníci. Etika těchto profesí je proto nejvyvinutější a mezi lidmi nejznámější. I proto je společnost nejvíce hlídá. Pravděpodobně nejstarší profesní etikou je etika lékařská, která je součástí Hippokratovy přísahy. Tu skládá každý lékař.

Profesní etika vznikla proto, aby se člověk v zaměstnání choval tak, jak se od něj očekává, a aby svoje zájmy nestavěl nad zájmy profesní skupiny nebo zaměstnavatele. Pro každé povolání je typické jiné chování, s odpovídajícím chováním a vystupováním je spjatá profesionalita. Ten, kdo se ve svém povolání chová profesionálně, získává důvěru a dobré jméno sobě, ale také celému pracovnímu odvětví. Kdo se chová podle etického kodexu, je zodpovědný sobě, společnosti, ve které pracuje, i svému oboru.

Pro jednotlivé obory se tvoří etické kodexy, které jsou definovány jako souhrn základních etických pravidel a norem, které zabezpečují minimum etiky v chování. Usměrnují chování a jednání pracovníků. Základní pravidla slušného chování jsou pro všechny stejná, přesto se kodexy v mnohém liší. Podle profese se mění etický kodex. „*V zásadě se normy a hodnoty profesních etik odvozují z obecných mravních norem a zároveň vyjadřují určité specifika jednotlivých povolání.*“<sup>9</sup>

Pro všechny pracovníky jedné činnosti může existovat pouze jeden kodex, jako je to v případě lékařů. U ostatních povolání si každá společnost, která ho vykonává, může vytvářet kodexy vlastní. Například redakce novin a časopisů mají znění etických kodexů odlišné.<sup>10</sup> Také podle toho se etické kodexy dělí na profesní, odvětvové a podnikové.

Etické kodexy nevycházejí pouze z učení o etice, ale také ze sociologie, politiky nebo práva. Téměř každý etický kodex obsahuje slovo tolerance, poctivost, pracovitost, zdvořilost,

---

<sup>8</sup> Profesní etika se věnuje etickým normám a hodnotám a taktéž povinnosti jejich dodržování v konkrétní profesi. viz JANOTOVÁ, Helena et al. *Profesní etika*. Praha: Eurolex Bohemia, 2005. s. 17

<sup>9</sup> JANOTOVÁ, Helena et al. *Profesní etika*. Praha: Eurolex Bohemia, 2005. s. 17

<sup>10</sup> Kromě kodexů, které platí pouze pro konkrétní redakce, existují i kodexy, které platí pro celou skupinu novinářů, například pro národ. U nás takový etický kodex vytvořil Syndikát novinářů ČR

trpělivost, pravdomluvnost, sebeovládání, rozvážnost, obětavost, ochota, zodpovědnost a odbornost.

Je však potřeba připomenout, že etické kodexy zajišťují jen minimum etiky v chování. Etické kodexy různých profesí se mohou také s časem proměňovat. Souvisí to s novou dobou, novými lidmi, ale také novými problémy a zkušenostmi. Přesto se nedá říci, že by všichni etické kodexy dodržovali, přečinů proti morálce je mnoho. V takovém případě nastupuje napomenutí, kárné řízení, dočasné suspendování, v krajním případě vyloučení z podniku. Podle některých teoretiků porušování etických kodexů souvisí s hierarchizací potřeb. Je totiž potřeba nejdřív uspokojit základní potřeby, jako jsou potřeby fyziologické a potřeby jistoty a bezpečí, poté psychologické potřeby a teprve pak potřeby seberealizace.<sup>11</sup>

Dále může neetické chování souviset s

- možností rychlého obohacení na úkor podnikatelského subjektu nebo zákazníků
- touhou po uznání
- nedostatečným profesionálním chováním a nedostatkem empatie
- nízkou úrovní právního vědomí
- nízkým prahem etické citlivosti<sup>12</sup>

#### **1.4 Novinářská etika**

Etikou v žurnalistice se zabývalo a dodnes zabývá mnoho mediálních teoretiků a každý z nich na ni nahlíží jinak. Mezi nejvýznamnější teoretiky médií, kteří se zabývají také etikou, patří Brian McNair, Stephan Ruß-Mohl a Denis McQuail.

*Kodifikace novinářské etiky pro Briana McNaira znamená nezbytnost. „Žurnalistika je také profese, a jako taková musí mít etický kodex. Mají-li být novináři přijímáni jako profesní skupina (stejně jako lékaři, právníci či akademičtí pracovníci), musí pracovat podle jednotlivého kodexu chování, který zaručuje jejich bezúhonnost, důvěryhodnost, a tudíž i jejich status informátorů o ‚pravdě‘.“<sup>13</sup>*

---

<sup>11</sup> dle teorie potřeb Abrahama Maslowa

<sup>12</sup> JANOTOVÁ, Helena at al. *Profesní etika*. Praha: Eurolex Bohemia, 2005. s. 85

<sup>13</sup> McNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. s. 67

Sociolog médií McNair klade důraz na důvěryhodnost médií a na to, že na novináře je nazíráno jako na „vypravěče pravdy“ a „oprávněné šířitele faktů“. Aby lidé žurnalistice věřili, musí pracovníci médií ctít a dodržovat určitá pravidla, která jsou zakotvena v etickém kodexu.

Pro Stephana Ruß-Mohla je naopak důležitá profesionalita. Etický kodex připodobňuje k zábradlí, kterého se novináři mohou držet, když nastane jakýkoli problém.

Německý mediální vědec Ruß-Mohl se domnívá, že vnější kontrola žurnalistiky pomocí právních norem je nedostatečná, proto by měly existovat etické kodexy. *„Kam nedosahují zákony a právní normy, tam by měl řídit jednání novinářů alespoň etický kodex. Tento kodex musí zprostředkovávat jasné představy o tom, co je a co není v žurnalistice ‚profesionální‘.“*<sup>14</sup>

Zároveň ale dodává, že etický kodex nezaručuje správné chování novináře, a to proto, že je relativně slabým prostředkem, většinou s ním totiž nejsou spojeny žádné sankce. Proto by podle Ruß-Mohla etický kodex měl být součástí pracovní smlouvy. *„Mediální podniky by proto měly jasně specifikovat, jaká očekávání mají vůči novinářům, zavést kodex chování a ten učinit závaznou a nedílnou součástí pracovní smlouvy. V USA stejně jako ve Švýcarsku jsou takováto ustanovení běžná už dlouho.“*<sup>15</sup>

Poslední teoretik, kterého uvádím, je Denis McQuail, který v souvislosti s etikou zdůrazňuje serióznost médií. Etické kodexy podle něho udávají, jak by média měla fungovat, aby byla seriózní. Jako jediný však doplňuje, že kodex víc než se skupinou novinářů souvisí spíš s jedinci. Podle McQuaila podoba etického kodexu závisí na tradicích a zvycích jednotlivých zemí a také na tom, kdo kodex formuluje. Jestli vydavatelé, šéfredaktoři, novináři nebo externí regulační orgán.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> RUß-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ. *Žurnalistika: Komplettní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada, 2005. s. 237

<sup>15</sup> RUß-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ. *Žurnalistika: Komplettní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada, 2005. s. 253

<sup>16</sup> McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007. s. 148

O mediální etice ale také trochu pochybuje. „*Normativní teorie médií má na poli ,vědy o komunikaci‘ stále ještě velmi nejistou pozici a musí bojovat o uznání. Je to způsobeno částečně tím, že se nevyhnutelně dotýká otázek ideologie, politiky, práva nebo morálky.*“<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007. s. 148

## 2 Regulace žurnalistiky

Žurnalistika není regulována jen zevnitř, interně. Kromě samoregulace či autoregulace existuje také regulace externí. Když se hovoří o samoregulaci, znamená to, že etické kodexy přijímají sami novináři (novinářské svazy, odborové a profesní organizace, vlastníci médií nebo jednotlivé redakce). V regulaci externí se uplatňují zákony či cenzurní zásahy státní moci. Obecně pojem regulace v mediální oblasti znamená chránění před škodlivými důsledky některých obsahů.

Pokud vnější regulaci nevnímáme jako negativní zásahy státní moci (cenzuru), jejím cílem je dosažení harmonického a funkčního mediálního prostředí a to, aby média odpovídala veřejnému zájmu. Pojem veřejný zájem<sup>18</sup> se dá charakterizovat jako zájem celé společnosti nebo její většiny. Odborníci se shodují, že média je nutno regulovat hlavně proto, že mají obrovský vliv na společnost. Diskuze, která se v souvislosti s regulací médií otevírá, je, jak by měla v demokracii regulace vypadat, tedy kde jsou její hranice.

*„Regulace znamená ingerenci do určité činnosti, jejímž smyslem je vytvoření určitých pravidel a mezí, pouze v jejichž rámci může být regulovaná činnost prováděna svobodně, ale jejichž překročení nelze akceptovat z důvodu ochrany zájmů, které byly pro stanovené případy vyhodnoceny jako důležitější a hodny vyšší ochrany.“<sup>19</sup>*

Existují dva druhy vnější regulace, a to regulace přístupu a obsahu. Regulace přístupu je o technických limitech a týká se audiovizuálního vysílání. Tedy rádia a televize, jejichž provozovatelé musí od Rady pro rozhlasové a televizní vysílání získat licenci, aby mohli své médium provozovat. Bez licence se vysílání k divákovi nedostane.

Regulace obsahu už do daného média zasahuje přímo. Pracuje s tím, že určité obsahy jsou společností považovány za nepřijatelné nebo škodlivé, a z média daný obsah vyjme tak, že ho zakáže.

---

<sup>18</sup> za veřejný zájem je považováno: ochrana veřejného zdraví a pořádku, odhalování vážného přestupku či zločinu, vědomého uvádění veřejnosti v omyl, střet zájmů ve veřejné sféře, odhalování chamtivosti, korupce nebo nečestného jednání

<sup>19</sup> POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií*. Praha: Leges, 2010. s. 97

Médiím se v České republice věnují tyto zákony: tiskový zákon, zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání, zákon o Českém rozhlasu, o České televizi, o České tiskové kanceláři, o regulaci reklamy a o neperiodických publikacích. Médií se dotýká také autorský zákon, občanský zákoník nebo trestní zákoník. Mediální právo je vnímáno jako souhrn právních norem, které upravují vydávání periodického tisku, provozování rozhlasového a televizního vysílání a činnost tiskových a informačních agentur. Tyto normy mají média chránit před jejich zneužíváním a nežádoucími zásahy výkonné moci.

Rozdílem mezi regulací a přímým řízením se zabývá například Josef Musil. *„Účelem přímého řízení je dosažení stavu daného pozitivního cíle nebo přímo optimalizace, tj. dosažení stavu, který je za optimální považován. Pokud jde o média, je i bez velké teoretické analýzy zřejmé, že každé jejich řízení politickou nebo jinou vnější mocí znamená konec svobody projevu a velmi brzy konec svobody vůbec.“*<sup>20</sup>

Zatímco regulace externí nebo také institucionální je některými chápána negativně, interní regulace má cíle chvályhodné. Externí regulace je realizována pomocí legislativních norem, autoregulace etickými kodexy, které jsou přijímány dobrovolně. Kromě toho, že je samoregulace vnímána pozitivněji, je oproti externí regulaci také levnější a nezatěžuje státní orgány. Také je schopna daleko rychleji reagovat na nové situace, snadno se doplňuje nebo obměňuje.

Dalším rozdílem mezi těmito dvěma druhy regulací je, že dohled nad externí regulací patří orgánům veřejné moci, zatímco na samoregulaci dohlíží etické komise, případně vlastníci či šéfredaktor média. A samozřejmě konzumenti médií. Dále státní moc externí regulaci vynucuje a porušení trestá. Právní následky autoregulace nabývá jen tehdy, kdy je součástí pracovních povinností.

Někdy je regulace vnímána jako zásah proti svobodě slova, což je jedna ze základních záruk demokracie. Pokud se jedná o samoregulaci, svobodu slova negativně neovlivňuje. U samoregulace je však vždy důležitá diskuze nad jednotlivými problémy, přispívá k ní také sebereflexe médií a mediální kritika. Naopak externí regulace v totalitních zemích svobodu slova omezovat už může, a to výrazně.

---

<sup>20</sup> MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. s. 214

Zajímavým faktem je, že externí regulace se víceméně nedotýká internetových zpravodajských serverů. Pro online žurnalistiku v českém prostředí neexistuje žádný zákon a nevztahuje se na ni ani tiskový zákon. O tom, jestli se na internetové zpravodajské servery tiskový zákon<sup>21</sup> skutečně nevztahuje, se vedla dlouhá diskuze.

Například právník specializující se na mediální právo Ondřej Moravec je toho názoru, že zpravodajské servery nejsou periodickým tiskem, takže se na ně tiskový zákon nevztahuje. Argumentuje tím, že přestože je online magazín psaný, není tištěný, není v evidenci periodického tisku a nezasílá stanovený počet výtisků daným institucím. Navíc oproti periodickému tisku, který je statický a jehož vydavatel do oběhu posílá určitý počet výtisků a zpětnou vazbu získá až v následujícím vydání, je online žurnalistika dynamická, nemá stanovený náklad, k dispozici je neustále (nelze ji vyprodat, jak se může stát např. u novin) a zpětnou vazbu získává prakticky ihned. *„Domníváme se, že povinnosti, které vydavatelům periodického tisku ukládá tiskový zákon, se na provozovatele nových médií nevztahují, stejně jako se na ně nevztahují povinnosti uložené zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání.“*<sup>22</sup>

Opačný názor má Olga Pouperová z Katedry správního práva a správní vědy na Právnické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Samotný internet podle ní tiskovinou není, online magazíny by však periodickým tiskem být mohly. Za prvé mohou být přeneseny na papír, za druhé každý magazín disponuje stejným názvem, jednotnou grafickou úpravou, a navíc jsou publikovány minimálně dvakrát ročně. *„Za činnost ekvivalentní vydávání periodických tiskovin ve smyslu tiskového zákona, lze v oblasti poskytování služeb na internetu považovat takovou činnost, při níž jsou systematicky vytvářeny soubory, které jsou následně ukládány (nahrávány) na paměťové zařízení počítače (servery) a které jsou vzájemně funkčně provázány technologií http v jazyce html.“*<sup>23</sup>

Je samozřejmé, že tiskový zákon se nemůže vztahovat na všechny obsah internetu, ale co online zpravodajství, které má kolikrát dalekosáhlejší dopad a dosah než tradiční média?

---

<sup>21</sup> tiskový zákon (zákon č. 46/2000 Sb.) periodickým tiskem rozumí noviny, časopisy a jiné tiskoviny vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce; periodický tisk je vedený v evidenci Ministerstva kultury a jeho vydavatel do sedmi dnů od vydání povinně odevzdává z každého vydání stanovený počet výtisků určeným knihovnám a ministerstvu

<sup>22</sup> MORAVEC, Ondřej. Webové stránky nejsou tiskovinou. *Správní právo*. 2007, roč. 40, č. 3, s. 157-163

<sup>23</sup> POUPEROVÁ, Olga: *Regulace médií*. Praha: Leges, 2010. s. 32

Helena Chaloupková, advokátka zaměřující se na mediální právo a zároveň vyučující na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze, v e-mailové komunikaci vedené pro potřebu této bakalářské práce uvedla, že tiskový zákon se vztahuje na hmotné rozmnoženiny periodického tisku. A obsah internetových zpravodajských serverů hmotný není. Neexistuje tedy žádná úprava, která by brala v potaz pouze internetové zpravodajské servery. To ale neznamená, že se jich netýkají jiné zákony.

*„Online žurnalistiku upravuje především zákon o některých službách informační společnosti, který se týká zejména odpovědnosti, a zákon o elektronické komunikaci, který zodpovídá otázky provozování služeb. Na obsah internetových zpravodajských serverů se dále vztahují veškeré obecně závazné předpisy upravující otázky týkající se ochrany osobnosti, dobré pověsti, nekalé soutěže, reklamy a její regulace, trestně právní předpisy, autorský zákon a další,“* napsala Helena Chaloupková.

## **2.1 Etické kodexy v žurnalistice**

První známý novinářský etický kodex vytvořil v roce 1868 Charles A. Dan, vydavatel amerického listu The New York Sun. Kodex, který pojmenoval Desatero novinářské etiky, zakazoval přebírání informací z jiných médií a uveřejňování rozhovoru bez souhlasu. Novináře vedl k dodržování ústavy a k tomu, aby si stáli za svým názorem.

Prvním evropským etickým kodexem byl francouzský Kodex novinářské etiky vytvořený v roce 1918. První mezinárodní kodex pak přijala Mezinárodní federace novinářů v roce 1939. Tento kodex novináře upozorňoval na to, že mají velký vliv na veřejné mínění. Připomínal také novinářský ideál, kterým by měla být láska k pravdě. Etické kodexy začali novináři přijímat po celém světě v průběhu 20. století. Všechny kodexy vycházejí ze dvou etických ideálů: *„Pravdivost a pocit zodpovědnosti vůči tomu, o kom píšeme, jakož i vůči tomu, pro koho píšeme.“*<sup>24</sup>

Etické kodexy novináři přijímají, aby získali důvěru recipientů, aby se ubránili před škodlivými vlivy okolí, aby jim pomohly vyřešit sporné situace a také proto, aby si udrželi svou svobodu a ubránili se před zásahy státní moci. *„Obavy ze zásahů státní moci do činnosti dané profese jsou jedním z faktorů, které vedou profesi k hlídání etické bezúhonnosti a*

---

<sup>24</sup> MEZULÁNÍK, Radek. Etika podnikání, etika novinářské profese. In *Z vůle médií*. Praha: Hermes, 2006. s. 32



*dobrého jména. Profesionální svazy se snaží korigovat chování svých členů, monitorovat jejich činnost a sankcionovat neetické chování.* <sup>25</sup>

Mezi hlavní body etických kodexů patří především pravdivost, která je většinou uváděna na předních místech. Téměř každý novinářský etický kodex se opírá o svobodu projevu a práva občanů na informace.<sup>26</sup> Dále etické kodexy zdůrazňují respektování lidské důstojnosti, ochranu soukromí, ověřování informace z více zdrojů a uvádění zdrojů, oddělení zprávy od názoru, zodpovědnost redaktora za svou práci a to, že novinářina je služba veřejnému zájmu.

Etické kodexy zpravidla upozorňují na eticky sporné oblasti, jako je plagiátorství, úplatky, korupce a konflikt zájmů, zobrazování násilí a utrpení, zkreslování, používání nepodložených informací, vytržení informace z kontextu, záměrné zamlčování některých zpráv, manipulace (např. záměrné šíření lživých a poplašných zpráv, preferování určitých názorů a osob), dále včasnost, úplnost, přesnost, nepředpojatost a vyváženost. Za základ etiky novináře je považována objektivita. Zahrnuje v sobě totiž vyváženost, nezaujatost, zdrojování a oddělení faktů od názorů.

Václav Moravec vymezuje šest nejzávažnějších provinění vůči novinářské etice. Je to narušování soukromí (když novinář poruší právo člověka na ochranu soukromí; nejčastěji k tomu dochází při porušení presumpce neviny, nebo když redaktor podává zprávy o obětech trestných činů), střet zájmů (když je novinář zaujatý; zainteresovaný v tom, o čem referuje), úplatky (hmotné výhody, které jsou novinářům nabízeny proto, aby o darovaných nebo o výrobku referovali kladně; pokud etický kodex úplatky nezakazuje, měl by alespoň stanovit, kdy se jedná o dar a od jaké míry o úplatek), klamání (postup, kdy novinář klame čtenáře, zdroj informací nebo ty, kteří jsou předmětem zpravodajství; novinář klame, když se v honbě za informacemi vydává za někoho, kým není), osobní účast na zprávě (když se novinář spíše než nezaujatým pozorovatelem stává přímým účastníkem děje) a plagiátorství (opisování cizích textů a vydávání je za vlastní).<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010. s. 97

<sup>26</sup> právo na informace v České republice zajišťuje čl. 17 v Listině základních práv a svobod, která je součástí Ústavy ČR

<sup>27</sup> MORAVEC, Václav. *Etika a české média*. In *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005. str. 51-53

*„Kodifikace etických pravidel by měla být výsledkem reflexe mnohaletých zkušeností redakčních týmů, reflexe zaběhnutých postupů, chcete-li ‚tradic‘ jednotlivých médií, a především výsledkem hlubokého dialogu nejen uvnitř novinářské profese, ale i mezi novinářskou obcí a veřejností.“<sup>28</sup>*

Etika českých médií zatím zdaleka nedosahuje k etickým principům některých zahraničních zemí, jako je například Velká Británie nebo Německo. Radek Mezuláník vyjmenoval hlavní nešvary českých médií:

- není neobvyklé, že majitel média požádá novináře o zpracování materiálu „na objednávku“ – např. o společnosti, která je klientem daného média
- v redakcích běžně pracují novináři, kteří jsou ke svým článkům přímo nebo nepřímo motivováni zájmovými skupinami a vedení redakce nezasáhne
- v případě, že novinář narazí na ožehavý problém, může se mu stát, že zůstane ve svém „boji“ sám, kromě jiného i proto, že média dnes často nutí novináře pracovat na smlouvy a nezaměstnávají je v řádném pracovním poměru
- pokud se brání dotčená osoba proti článku, který ji nějak poškodil, obvykle zvažuje redakce a dotčený novinář jen pravdivost použitých faktů, ne třeba pravdivost souvislostí, do kterých byla fakta zasazena
- v případě, že novinář ve svém materiálu narazí na skutečnosti, které se mohou týkat klienta (inzerenta) daného média, může se mu stát, že ho majitel média požádá, aby daný materiál neuveřejnil
- pro mnoho lidí s konkrétními zkušenostmi spolupráce s „profesionálními“ novináři, kteří jsou schopni nahrávat si výpovědi bez souhlasu dotčené osoby, zní jako pohádka část kodexu, uvádějící, že novinář přebírá odpovědnost za všechno, co uveřejní, a bez souhlasu příslušné osoby nesmí psát tak, aby zasahoval do jejího soukromého života, neuveřejní rozhovor, pokud si to osoba nepřeje atd.<sup>29</sup>

## **2.2 Stručný vývoj regulace české žurnalistiky po roce 1989**

Zásadní obrat pro česká média přišel těsně po 17. listopadu 1989. S pádem totalitní moci padla i některá média a někteří novináři. Naopak přišla média nová, přišly i nové tváře, ale hlavně se u nás zcela změnila novinářská profese: média už nebyla v rukou státu a

<sup>28</sup> MORAVEC, Václav. Etika a české média. In *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005. str. 61

<sup>29</sup> MEZULÁNÍK, Radek. Média jako projekce chování společnosti a zájmových skupin. In *Z vůle médií*. Praha: Hermes, 2006. s. 155

politických stran. Získala svobodu a s ní především vysněnou svobodu slova. Žurnalisté chtěli získat také důvěru, za komunismu médiím důvěřovala totiž jen hrstka českých obyvatelů. „Vždy byla média vnímána jako rizikový faktor, jako možný a tušený zdroj víceméně skryté rezistence. To je jeden z paradoxů postavení médií v minulém režimu: byla potřebná, protěžovaná, a současně podezřelá a hlídaná.“<sup>30</sup> To napsal o předrevolučních médiích, která se stávala propagandistickým nástrojem, Jan Jirák.

Na začátku 90. let média prošla velkými změnami. Odstátlnila se, privatizovala, zcela se proměnil obsah, audiovizuální média změnil duální princip a začala platit nová mediální legislativa. Základem všeho byl ústavní zákon č. 23/1991 Sb., kterým se součástí ústavy stala Listina základních práv a svobod, jejíž článek č. 17 zajišťuje svobodu projevu a právo na informace.

Novela tiskového zákona z března roku 1990 zakázala cenzuru a odstranila zákaz vydávání novin a časopisů soukromým podnikatelským subjektům. Do té doby mohly tištěná média vydávat pouze státní a družstevní podniky, spolky, politické strany a další. Ne však soukromníci či firmy. V květnu stejného roku byl zákonem č. 166/1990 Sb. zrušen Federální ústav pro tisk a informace, který byl hlavním kontrolním úřadem médií. O rok později, v říjnu 1991, byl přijat zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

První etický kodex, který reguloval chod médií, vznikl v České televizi. Rada České televize schválila 27. září 1995 Statut České televize, jehož přílohou byl i Kodex České televize. Na základě tohoto kodexu ve stejném roce vznikl Etický panel, který dohlížel na dodržování etických pravidel.

O tři roky později, 18. června 1998, jediná novinářská profesní organizace u nás, Syndikát novinářů České republiky, přijala Etický kodex novináře. Valná hromada Syndikátu tak navázala na deklaraci ministrů zahraničí, kteří se zúčastnili 4. Evropské konference o politice hromadných sdělovacích prostředků v Praze roku 1994. Tato deklarace uznala, že novináři mají právo přijímat vlastní samoregulační normy.

---

<sup>30</sup> JIRÁK, Jan. Masová média a česká společnost. In *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005. str. 14

Etický kodex novináře byl vytvořen na základě studia různých mezinárodních i národních kodexů. Pro členy Syndikátu je závazný, zároveň však organizace vyzvala k jeho dodržování všechny novináře, kteří u nás působí.<sup>31</sup>

Na podzim roku 1998 v rámci Syndikátu vznikla Komise pro etiku při Syndikátu novinářů ČR, která se dodnes zabývá stížnostmi veřejnosti na porušení etiky v českých médiích. Nemá však velké pravomoci a novináři ji ani příliš nevnímají. *„I když se komise na svých jednáních pokouší o systematické zkoumání úrovně etiky práce novinářů v ČR, za sedm let existence se jí nepodařilo stát se respektovanou platformou, jejíž závěry by se významně projeví v úrovni etiky české žurnalistiky jako celku.“*<sup>32</sup> Etický kodex Syndikátu byl aktualizován 25. listopadu 1999.<sup>33</sup>

V důsledku politických, ekonomických, kulturních i společenských změn po revoluci do mediální branže přišla řada nových lidí, především mladí, kteří neměli žádné novinářské vzdělání ani zkušenosti. Pro starší novináře s komunistickou minulostí v přeměněných či nových médiích nebylo místo, případně odešli sami, když pochopili, že nastupuje nová éra české žurnalistiky. Noví pracovníci médií se chopili své práce s obrovskou vervou. Snažili se vybudovat svobodná a nezávislá média, využívali naplno nově nabitou svobodu a zároveň si uvědomovali svou moc.

Novináři přestali respektovat rozhodnutí původních vydavatelů, většinou si zvolili nové vedení z vlastních řad. Původní vlastníci odešli a tisk začali vést ti, kteří s předchozím režimem nesouhlasili. Nástup soukromníků do audiovizuálních médií umožnil tzv. duální systém.

Deníky s původními majiteli (jako třeba Lidová demokracie nebo Svobodné slovo) brzo zanikly, některé změnilý názor a později i název (například tehdejší Mladá fronta nebo Rudé právo). Samozřejmě se znovu obnovila dříve zrušená nebo zakázaná periodika, stejně tak vznikla řada nových.

---

<sup>31</sup> Syndikát novinářů České republiky se u nás netěší velké oblibě ani uznání. Mnoho předních českých novinářů nikdy nepatřilo mezi členy Syndikátu, mnohdy se neřídí ani doporučeními, které Syndikát vydává.

<sup>32</sup> MORAVEC, Václav. Etika a české média. In *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005. str. 56

<sup>33</sup> pro představu: na Slovensku vznikl Slovenský syndikát novinářů už 5. ledna 1990 a 19. října téhož roku tato organizace schválila Kódex novinářské etiky Slovenského syndikátu novinářů. Dnešní podobu slovenský etický kodex novinářů získal 5. listopadu 2010

Protože česká média měla za sebou více než čtyřicet let cenzury, zpočátku jakákoli regulace nepřípadala v úvahu. Každá regulace byla totiž po revoluci chápána jako omezování svobody slova. Teprve později si novináři uvědomili, že pokud chtějí, aby jim společnost důvěřovala, musí se regulovat sami. Tedy musí přijmout určité etické zásady v podobě etického kodexu.<sup>34</sup>

Jako první, 5. října 1998, s etickým kodexem přišel týdeník Týden. Zavedl ho tehdejší zástupce šéfredaktora Michal Růžička poté, co se vrátil ze studijního pobytu ve Spojených státech amerických. V zahraničí tou dobou bylo přijímání etických kodexů redakcemi nebo profesními organizacemi běžné. Nutno však podotknout, že v Týdnu zpočátku, stejně jako v dalších redakcích, byl jen formálním dokumentem.

České deníky začaly kodexy přijímat až v novém miléniu. Deníky Hospodářské noviny a Mladá fronta Dnes etický kodex přijaly v roce 2002, vydavatelství Vltava-Labe-Press vydávající regionální Deníky o dva roky později.

---

<sup>34</sup> V Československu před rokem 1989 existoval pouze Kodex stranického žurnalisty, který kladl důraz na loajalitu, ideovost a lidovost. Kodex byl v souladu s totalitním režimem a jeho ideologií.

### 3 Internet a internetová média

Dnes si svůj život bez internetu dokáže představit jen málokdo. Internet tu není dlouho, dá se říci, že má za sebou pouze začátek své historie. Přesto ho už bereme jako samozřejmou věc. I tak ale někteří ze starší generace internetu, a počítačům především, stále nepřišli na chuť. U nás byl internet spuštěn teprve před dvaceti lety, česká společnost ho využívá přibližně až od roku 1996. A to je poměrně nedávno. Světový internet ale není o moc starší.

#### 3.1 Stručná historie internetu

Vše začalo v 60. letech ve Spojených státech amerických. Tamější ministerstvo obrany a akademická obec spojily své síly, aby společně vybudovaly odolnou počítačovou síť a online systém, pomocí kterého budou moci dva a více subjektů spolu komunikovat na dálku s možností přenášení dat a souborů. Základní kámen internetu položila ministerstvem obrany USA založená a financovaná agentura ARPA (Advanced Research Project Agency), která v roce 1969 spustila první síť nazvanou Arpanet. Byla to pokusná síť čtyř univerzit: University of California Los Angeles, University of California Santa Barbara, Stanford Research Institute a University of Utah.

V následujícím desetiletí se tato síť začala rozrůstat, vnikaly nové sítě, které se k Arpanetu připojily později, hlavně ale začaly vznikat nové aplikace. K nejdůležitějším se řadí e-mail, první byl odeslán v roce 1971. „*V sedmdesátých letech bylo vyřešeno posílání dat v této síti. Klíčovou roli sehrál americký vědec Vinton Cerf, který napsal protokol TCP/IP. Na jeho základě funguje internetový přenos dat dodnes.*“<sup>35</sup> Stále však tato pokusná síť sloužila pouze k armádním a vědeckým účelům, nikdo jiný k Arpanetu přístup neměl. V první polovině 70. let se k této síti začala připojovat i Evropa, jako první se v roce 1973 přidala Velká Británie a Norsko.

Změna přišla v roce 1983, kdy se tato síť rozdělila na dvě. Pro armádu vznikl Milnet a Arpanet byl vyhrazen civilním potřebám. Právě z té druhé frakce později vznikl internet. Přesto se do konce 80. let síť používala výhradně na univerzitách, ve firmách, případně ho využívaly veřejné správy. K běžnému uživateli se dostal až později, musel totiž nejdřív

---

<sup>35</sup> ČERMÁK, Miloš. Nová média: Úvod a stručná historie. In *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum, 2009. s. 16

upoutat. Musela vzniknout služba, která by užívání sítě zjednodušila a zpřístupnila širokým vrstvám obyvatel. „*Onou aplikací, která dokázala zaujmout a která odstartovala cestu internetu k ‚obyčejným‘ uživatelům, se stal World Wide Web. Jeho autorem byl anglický vědec Tim Bernes Lee a aplikace vznikla v Evropském středisku atomového výzkumu CERN.*“<sup>36</sup>

Dnes už známý systém WWW, který používá princip hypertextů, jazyk HTML a protokol HTTP, vznikl v roce 1989 a přinesl internet do domácností. Poprvé byl vyzkoušen na konci roku 1990. V ten samý rok byla síť Arpanet odpojena, globální síť vznikla ze spojení několika dalších sítí.

S WWW systémem se daly nově vytvářet webové stránky, které jsou zobrazovány pomocí webového prohlížeče. Své uživatele decentralizovaná síť zvaná Internet v této podobě získala však až v první polovině 90. let s nárůstem zájmu o osobní počítače. Česká republika se k síti poprvé připojila 13. února 1992. Stalo se tak na pražském Českém vysokém učení technickém.

### **3.2 Počátek českých médií na internetu**

S internetem přišla nová výzva pro novináře – publikovat zprávy na internetu. Začátek byl však poměrně rozpačitý, nikdo totiž nevěděl, jak novou možnost využít. Proto se zpočátku na internetu objevovaly pouze zprávy přepsané z novin, rádia nebo televize, přicházely se zpožděním, navíc bez jakékoli nadstavby. Internet však novinářům přinesl velké ulehčení: rychlý způsob rešerše a komunikace. Komunikaci usnadňoval e-mail, který byl rychlejší než klasická pošta nebo osobní setkání. Dále díky internetu novináři dostali přístup k různým datům, archivům a databázím. K dohledání byly tiskové zprávy, ale i usnesení vlády.

Palo Alto Weekly, kalifornský týdeník, byl zcela prvním tištěným médiem, které se objevilo na síti. S periodicitou dvakrát za týden začal týdeník na webu vycházet v roce 1994. Do konce toho roku internet čítal zhruba 80 elektronických novin a s několika výjimkami byly všechny zadarmo. V letech 1995 až 1996 na web vstoupily téměř všechny známé světové deníky a časopisy.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. Praha: Grada, 2011. s. 39-40

<sup>37</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. Praha: Grada, 2011

V roce 1995 se na internetu objevila první česká média, a to Mladý svět, později deník Slovo a Lidové noviny. Všechny však jen překlápěly původní obsah. Teprve později si novinářská obec uvědomila, že tudy cesta nevede. Začaly se tak vytvářet speciální redakce, které generovaly obsah pouze pro internet. Případně stávající redakce začaly brát internet jako novou platformu, která si žádá vlastní pozornost i vlastní články.

První webový deník u nás spustil spisovatel sci-fi a novinář Ondřej Neff, nazval ho Neviditelný pes. Vychází od roku 1996 a dodnes funguje. Neviditelný pes k internetu přilákal spoustu dalších lidí a zároveň podpořil další tvorbu zpravodajských serverů. Fungoval také jako velký konkurent, v roce 1999 měl dokonce větší návštěvnost než iDNES.cz i iHNed.cz. Dalším pokusem byl webový deník Daniela Dočekala Svět namodro, který se soustředil především na technická témata. Poprvé spatřil světlo internetu v listopadu 1996, dnes už neexistuje.

Obrovský rozvoj přišel až ke konci 90. let, to na internet pronikly velké české deníky. V lednu v roce 1998 vznikl iDNES.cz, následovaly Novinky.cz, iHNed.cz a Lidovky.cz.

Velkou událostí pro českou internetovou žurnalistiku bylo spuštění zpravodajského online deníku Aktuálně.cz. Vznikl v roce 2005 a jako jediný dodnes nemá domovské médium. Nepochází totiž z žádných novin, rádia ani televize, je tedy zcela samostatný. Nástup tohoto serveru způsobil malou revoluci, v reakci na něj totiž konkurence začala klást větší důraz na aktuálnost a pravidelnost, což bylo a stále je hlavním mottem Aktuálně.cz. Do té doby žádný podobný subjekt na českém internetu nepůsobil, pro novináře bylo vždy přednější tištěné vydání.

Dnes už je vše naopak. Noviny jsou stále považovány za vlajkovou loď žurnalistiky, jsou považovány také za domov seriózní žurnalistiky. Přesto řada lidí dnes pro zprávy místo do trafiky chodí na internetové stránky českých deníků. A je pravda, že i dnes se tištěná média ve velké míře přizpůsobují internetu. Téměř každý den odkazují na své webové stránky. Lákají na doplňující informace, názory, jiné zpracování, fotogalerie nebo na zajímavé interaktivní přílohy.



### 3.3 Výhody a specifika internetové žurnalistiky

Internetové zpravodajství má oproti tradičním médiím mnoho velkých výhod. Právě proto v současnosti internetová média válčují ta tištěná.

Největší výhodou online žurnalistiky je všudypřítomnost a pohotovost. Snadno totiž překonává hranice prostoru i času. Obsah zpravodajských serverů si člověk přečte kdekoli na světě. Potřebuje akorát zařízení, které webovou stránku zobrazí (počítač, chytrý mobil či tablet) a připojení k síti. S těmito základními potřebami má každý možnost přečíst si zprávy jak z domova, tak ze světa, ve svém rodném nebo světovém jazyce.

Internet je médium, které má nejmenší problém s aktuálností, s časem. Má obrovskou výhodu v tom, že když se něco děje, okamžitě o tom může uveřejnit dostupné informace. Takovou zprávu pak novináři online médií podle aktuálního dění doplňují a rozšiřují. Internet je schopen zareagovat rychle, konzumenti zpráv tak nemusí čekat do dalšího vydání novin nebo do televizních zpráv. Navíc novináři mohou obsah zprávy průběžně aktualizovat. Jednou publikovaný článek v novinách nebo odvysílaná reportáž v televizi doplnit už nelze.

S tím souvisí také touha mít zprávy „live“. Jako televizní reportéři chodí přímo na místo děje, vyráží tam také redaktoři internetových periodik. Tvoří tak online reportáže. To, co vidí či slyší, ihned posílají na web.

Tato výhoda internetu je nejvíce patrná při důležitých, nečekaných nebo krizových událostech. Lidé na zpravodajských serverech kontrolují průběžné výsledky voleb nebo sledují vývoj krizové situace, například záplav nebo jiných kalamit. Lidé lačnicí po zprávách nechtějí čekat. Internet jim to, co chtějí vědět, nabídne takřka ihned.

Další velkou výhodou je interaktivita. Internetová média oslovují čtenáře, kteří novinářům či vydavatelům mohou dávat rychlou zpětnou vazbu. Díky interaktivitě je komunikace se čtenářem daleko jednodušší a rychlejší. Čtenáři se mohou zapojovat do diskuzí pod článkem, mohou napsat e-mail redakci, zúčastnit se ankety, ohodnotit kvalitu článku, sdílet ho na sociálních sítích, odeslat ho komukoli na e-mail, vytisknout ho nebo na něj s odkazem napsat reakci na vlastní blog. Žádný jiný typ média tolik služeb nemá a ani mít nemůže.

Internetová média jsou unikátní také ve své multimedialnosti. Díky službám internetu může čtenář na jedné stránce číst text, sledovat video, prohlížet si fotografie a ilustrace nebo poslouchat audio. Zároveň se může díky odkazu dostat na prvotní zdroj informace, přečíst si celý záznam rozhovoru nebo získat různé dokumenty, ze kterých zpráva vychází.

Informace na webu jsou provázané. Díky odkazům se uživatel může dostat na stránky s podobným tématem, s doplňujícími informacemi nebo ke starším článkům, které s původní zprávou souvisejí. Mnohá internetová média na svých stránkách nechávají volně přístupný také archiv starých zpráv. To je naprosto jedinečné. Pokud si čtenář noviny neschovává, staré novinové články si může přečíst pouze v archivu v knihovně.

Navíc je internetová žurnalistika levnější a ekologičtější a dokáže oslovit daleko větší publikum než média tradiční. Svým čtenářům neservírují zprávy v určitém pořadí, redakce počítají s tím, že si čtenář sám vybere, o co má zájem. Řadí tak zprávy do jednotlivých rubrik, maximálně čtenářům doporučují. Nevytváří ale naprosto jasné pořadí zpráv jako v rádiu nebo televizi.

Díky těmto výhodám se na internetu zrodily nové žurnalistické žánry. Je to online reportáž, interaktivní rozhovor a průběžně aktualizovaná zpráva.

Přesto mají zpravodajské servery i své zápory. Například mají problém udržet si čtenáře, protože ten může jedním kliknutím přejít ke konkurenci. Designéři webových periodik tak musí dbát na přehlednost a utříděnost. Je pravda, že prostor na internetu není omezený, zároveň je však potřeba podřídit se čtenářům, kteří na internetu preferují stručnost a výstižnost. Dalším rizikem je, že internet může snadno a rychle šířit neověřené informace, které se později mohou ukázat jako nepravda. Novináři online médií v dobré víře ihned uveřejní zprávu, kterou vzápětí musí dementovat. Problém je, že vyvrácení zprávy se ne ke každému dostane.

Internetová média se také musí vypořádat s tím, že lidé na internetu jinak čtou. Důvodem jsou:

- fyzikální vlastnosti monitoru (čtení je méně příjemné, více bolí oči, čteme asi o 25 procent pomaleji než na papíře)

- ergometrie (při čtení z obrazovky či monitoru sedíme méně pohodlněji než při čtení novin nebo časopisu)
- psychologie (počítač máme spojen s prací nebo naopak „rychlejšími“ formami zábavy, jako je hraní her či sledování videa)<sup>38</sup>

Další nevýhodu je, že některá internetová periodika na sebe neumějí vydělat. Protože je veřejnost zvyklá konzumovat zprávy z internetu zadarmo, internetová média živí domovské redakce nebo reklama. Tato věc stále není vyřešená, někteří už experimentují se zpoplatněním části svého obsahu. Jak to celé dopadne, nám ukáže až čas.

---

<sup>38</sup> ČERMÁK, Miloš. Zpravodajství na internetu. In *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2011. s. 111

## 4 Samoregulace českých zpravodajských serverů

Na poli české internetové žurnalistiky působí několik zpravodajských serverů. K porovnání etických kodexů jsem si vybrala ty hlavní, tedy iDNES.cz, iHNed.cz, Lidovky.cz, Aktuálně.cz, Novinky.cz, Týden.cz, Deník.cz a ParlamentníListy.cz. Jako zástupce bulváru jsem si vybrala Blesk.cz.

Dokument s etickými pravidly jsem nezískala od vedení Novinek.cz, Lidovek.cz, Týdne.cz, ParlamentníchListů.cz, a to ze tří odlišných důvodů. První důvod je ten, že redakce etickým kodexem nedisponuje. Nemají ho Lidové noviny ani sesterský server Lidovky.cz. To samé platí pro týdeník Týden a internetovou stránku Týden.cz. Jejich původní etický kodex z roku 1998 již neplatí a žádný aktuální redakce časopisu ani zpravodajského serveru v současnosti nemá. Kodex jsem nezískala ani od šéfredaktora Novinek.cz Vladimíra Dušánka s odůvodněním, že se jedná o interní dokument, který kromě etický pravidel a návodů obsahuje také pracovní postupy označované redakcí jako know-how. Třetí důvod se týká ParlamentníchListů.cz, které kodex údajně mají, ale aktualizuje se a vedení redakce ho nechce zveřejnit dřív, než bude mít novou podobu.

Obsahy etických kodexů, které mám k dispozici, se od sebe nijak zásadně neliší. Dotýkají se všech zásadních problémů, liší se jen v podrobnostech. Zarážející pro mě však je, že všechny etické kodexy, ze kterých vycházím, platí jak pro tištěnou, tak pro online verzi deníku. Jedinou výjimkou je server Aktuálně.cz, který svůj tištěný protějšek nemá. Na mediální scéně figuruje samostatně, o kodex se tak ani s nikým dělit nemůže.

Zcela zvlášť stojí kodex nazvaný Code of Conduct, který jsem získala z redakce Blesku.cz. Ten platí pro celou vydavatelskou společnost Ringier Axel Springer. Více než etice novinářské se věnuje etice vystupování všech zaměstnanců a celé společnosti navenek i vevnitř firmy. Kdybych ho postavila na roveň ostatním, hodnotila bych ho jako zcela nedostačující, protože řadu novinářsky eticky sporných situací vůbec neřeší.

### 4.1 Aktuálně.cz

Online deník Aktuálně.cz má jako jediný z výše jmenovaných svá etická pravidla volně k dispozici na internetové stránce. Zahrnutý jsou v tiráži. Vznik Etického kodexu

Obsahových služeb, jak je dokument nazván, je datován k 1. listopadu 2005. Pod ním je podepsán ředitel Aktuálně.cz Jakub Unger. Současný šéfredaktor Pavel Tomášek potvrdil, že kodex byl od té doby drobně upraven.

Smysl tohoto kodexu je vysvětlen ze dvou hledisek: odpovědnost vůči firmě a odpovědnost vůči čtenáři. Redakce se tímto zavazuje, že jejím prvotním zájmem je poskytovat čtenářům popis události v čase jejího děje nebo v době, která bezprostředně následuje. Tím je kodex Aktuálně.cz v porovnání s ostatními, které mám k dispozici, ojedinělý. K tomuto důrazu na aktuálnost kodex ještě doplňuje, že redakce produkuje nezávislé informace. *„Ochrana této nezávislosti je přitom bytostnou povinností všech lidí pracujících pro Obsahové služby. Sami a aktivně musí činit vše pro to, aby svému závazku dostáli a vyhnuli se tak riziku, že poškodí dobré jméno Aktuálně.cz a dalších médií divize Obsahových služeb.“*<sup>39</sup>

Dále se důkladně věnuje problému inzerce, reklamy a PR. Podle kodexu musí být všechny tyto materiály na webu výrazně a srozumitelně odděleny od redakčního obsahu. Etický kodex Deníků Vltava-Labe-Press, se kterým budu Etický kodex Obsahových služeb často srovnávat, dokonce říká, i jakým způsobem (viz níže). Dále zdůrazňuje, že do redakčního obsahu online deníku se nesmí promítat obchodní zájmy firmy nebo jejich majitelů. O této důležité věci se zmiňuje také kodex vydavatelství Economia.

Etický manuál Aktuálně.cz zavazuje redaktory, aby jednali podle zákonů platných pro Českou republiku. Jejich překročení je možné jen v případě, kdy se jedná o veřejný zájem, a to pouze za předpokladu, že protiprávní postup schválí šéfredaktor i ředitel společnosti. Kodex nepovoluje jakoukoli diskriminaci, plagiátorství, vědomé zkreslování informací a získávání informací bez přiznání, že tázající se je novinář (výjimku, která nastává v případě investigativní žurnalistiky, schvaluje vedení redakce). Kodex vyžaduje objektivnost, přesnost a co největší úplnost publikovaného textu. Vyžaduje také rychlé opravení zavádějící zprávy, vyjadřuje se také k nutnosti zamyšlení se nad správně zvoleným titulkem, fotografií nebo ankety. Ty totiž mohou text, ke kterému jsou připojeny, zkreslit poměrně snadno. (Nad správností použití titulku a fotografií se podle svých kodexů mají zamýšlet i redaktoři Deníku.cz a iHNed.cz.)

---

<sup>39</sup> AKTUÁLNĚ.CZ. *Etický kodex Obsahových služeb*. 2005. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/blogy-a-nazory/clanek.phtml?id=747>

Vlastní kapitolu má zdrojování a autenticita informací, podle které má každý člen zpravodajské redakce dát prostor k vyjádření se všem stranám, kterých se zpráva týká. Dále zakazuje publikování takové zprávy, která je založena pouze na jednom zdroji a negativně se dotýká nějaké osoby nebo subjektu. Podobné pravidlo má i Vltava-Labe-Press (dále VLP) a vydavatelství Economia. Pozornost je věnována také autorizacím rozhovorů. Redakce obecně nenabízí autorizaci rozhovoru, v případě autorizace pak redaktor Aktuálně.cz musí dbát na to, aby respondent nezměnil smysl výroku.

Dále kodex redakci zavazuje k tomu, aby ctěla presumpci nevinny a soukromí jednotlivců. Od ochrany soukromí se může ustoupit pouze v případě, že se jedná o člověka, který je veřejně činný nebo známý.

Etický kodex Aktuálně.cz srovnávám s kodexem VLP, v řadě věcí vyznívají totiž stejně. Podobně je tomu i u konfliktu zájmů. Oba ho odsuzují, jen s tím rozdílem, že v redakci Aktuálně.cz redaktor nesmí referovat o organizaci nebo skupině, které je členem. Zaměstnanec Deníku.cz může, ale musí o tom vědět šéfredaktor a musí při tom dodržet zásady vyváženosti a nestrannosti. Pokud by novinář měl referovat o podniku, ve kterém má ekonomický zájem, etický kodex mu to zakazuje. To platí pro členy obou srovnávaných redakcí. Stejně pravidlo mají také pro nábor inzerce, na kterém se nesmí podílet členové redakce, a zákaz slibování článku za inzerci. Stejnou formulaci obsahuje také kodex platný pro iHNed.cz. Malý rozdíl nastává ve spolupráci redaktora s konkurenčním médiem: kodex Aktuálně.cz i společnosti VLP zakazuje svým redaktorům spolupráci s přímými konkurenčními médii bez souhlasu šéfredaktora. Redaktor Deníku.cz však může vystupovat v jiných než přímo konkurenčních médiích, musí být však uveden jako zaměstnanec VLP a opět to musí schválit šéfredaktor. Podobné pravidlo jako VLP má i iHNed.cz a iDNES.cz. Kodex posledního jmenovaného ale doplňuje, že tato činnost nesmí být vykonávána v pracovní době redaktora.

Co se týče služebních cest, zpravidla je hradí redakce, pouze ve zvláštním případě jiná organizace, firma nebo vláda. Taková situace nastává pro novináře Aktuálně.cz i Deníku.cz tehdy, pokud to dovolí šéfredaktor, cesta má jednoznačnou zpravodajskou (pro Aktuálně.cz) nebo publicistickou (pro VLP) hodnotu a šéfredaktor dopředu plátce služební cesty upozorní, že redaktor bude objektivní a nezávisle kritický. Rozdílné nahlížení těchto dvou kodexů nastává na přijímání peněžitých výhod a darů. Povolené jsou pouze drobné předměty. Kodex

VLP však dále uvádí, že pokud by odmítnutí hodnotného daru bylo nezdvořilé, redakce ho po oznámení dárci věnuje charitě. Stejně to funguje i v redakci iDNES.cz a iHNed.cz, Aktuálně.cz se o charitě nezmiňuje.

Jako jeden z mála se etický manuál Aktuálně.cz věnuje působení novinářů ve veřejném prostoru a na sociálních sítích. „Každý z členů redakce si uvědomuje, že coby novinář může být ostatními vnímán jakožto ‚osoba veřejná‘ i v jiných situacích a kontextech, než které jsou přímo svázány s jeho prací v Aktuálně.cz. Je proto nezbytné, aby i mimo pracovní dobu, povinnosti a prostředí důsledně dbal na profesionální reprezentaci Aktuálně.cz ve všech situacích, kdy by se jeho veřejné vystupování, názory či postoje mohly dostat do kolize se zásadami, k nimž se redakční tým hlásí.“<sup>40</sup> Na svém profilu na Facebooku, Twitteru nebo LinkedInu musí mít novináři Aktuálně.cz stále na paměti, že jsou novináři a že by měli být nestranní za všech okolností. Tomuto etickému problému se dotýká také kodex iDNES.cz.

Na závěr autoři kodexu ještě připomínají, že jeho dodržování je základním kritériem pro hodnocení zaměstnance a že po porušení může vedení požadovat náhradu škody.

## 4.2 Deník.cz

Etickým kodexem Deníků Vltava-Labe-Press a.s. se řídí 71 regionálních deníků, 23 týdeníků i zpravodajský server Deník.cz. První kodex Deníků VLP vznikl v roce 2004, vytvářela ho tehdejší šéfredaktorka centrální redakce Ludmila Rakušanová ve spolupráci s krajskými šéfredaktory. Jako vzor Ludmile Rakušanové posloužily kodexy regionálních deníků v Evropě.

Jak jsem naznačila výše, v lecčems je podobný tomu, který platí pro Aktuálně.cz, v lecčems je podobný také tomu, který platí pro iHNed.cz, případně se liší v drobnostech. Odpověď na otázku, proč některé formulace těchto tří kodexů jsou shodné, mi pomohla nalézt právě Ludmila Rakušanová. V roce 2006 ji v pozici šéfredaktora regionálních Deníků nahradil Roman Gallo, který prošel Aktuálně.cz i Hospodářskými novinami (pro které platí stejný etický kodex jako pro iHNed.cz). Do VLP tak přinesl kodex, který platil v Aktuálně.cz i Hospodářských novinách. O osobě Romana Galla viz níže.

---

<sup>40</sup> AKTUÁLNĚ.CZ. *Etický kodex Obsahových služeb*. 2005. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/blogy-a-nazory/clanek.phtml?id=747>

Kodex vydavatelského domu VLP začíná úvodem, ve kterém je vysvětleno, že morální a etické chování všech redaktorů je důležité pro společenský i hospodářský úspěch listu. Čtenáři Deníku i Deníku.cz mají podle kodexu nárok na včasné, úplné, pravdivé a nezkreslené informace. Čtenáři jsou také pro redakci ti hlavní, odborníci, politici, zdroje nebo inzerce jsou na řadě až jako druzí (stejně mluví i preambule kodexu pro iHNed.cz, viz níže). Podle úvodu má kodex zabránit především konfliktu zájmů. *„Protože otázky spojené s konfliktem zájmů jsou komplexní povahy a protože redakce nemůže po čtenářích žádat, aby se vyznali v detailech této komplexnosti, musí každý člen redakce udělat vše pro to, aby se vyhnul i zdání konfliktu zájmů, neboť i to poškozuje dobré jméno listu.“*<sup>41</sup> Úvod je uzavřen tím, že porušení etického kodexu může vést k ukončení pracovního poměru.

Redaktoři Deníku.cz se podle etických pravidel řídí zákony České republiky, vyhýbají se diskriminaci, přinášejí co nejpřesnější a nejúplnější informace, dbají na to, aby je nezkreslili nevhodně použitým titulkem nebo fotografií, neprodleně opravují nepřesné informace a nepublikují zprávy, které vycházejí pouze z jednoho zdroje. Na rozdíl od Aktuálně.cz však tento kodex vyjmenovává výjimky, na jednom zdroji mohou být postavené agenturní zprávy, statistické a věcné informace a zpravodajství o významných projevech politiků. Pokud editor zamýšlí vydat článek z jednoho zdroje v jiném případě, musí mu to schválit šéfredaktor. Obecně je ve VLP velký důraz kladen na šéfredaktora, který schvaluje téměř vše problematické. Například nepřiměřený zásah do soukromí osob, nestandardní žurnalistické postupy v rámci investigativy nebo nejmenování zdrojů či publikování zprávy bez vyjádření osoby, které se informace negativně týká (taková zpráva musí zároveň obsahovat důvod, proč konkrétní osoba není citovaná). Nutno podotknout, že šéfredaktor je v každém regionálním Deníku, existují ale i šéfredaktoři pro každý kraj. Nad všemi stojí šéfredaktor centrální redakce.

Kodex se dále zmiňuje o nutnosti oddělení názorů od zpravodajství. Zatímco se v kodexu VLP přímo píše, že osobní názory se mohou objevit pouze v komentářích nebo názorových analýzách, Aktuálně.cz upozorňuje pouze na to, že redaktoři nesmí zpravodajské příspěvky zpracovávat na základě osobních názorů, ale musí ctít fakta.

---

<sup>41</sup> VLTAVA-LABE-PRESS. *Etický kodex Deníků VLTAVA-LABE-PRESS a.s.*



Kodex samozřejmě zakazuje plagiátorství a zatajování statusu novináře. Při investigativní žurnalistice nebo testování kvality služeb je zatajení identity nutné, opět však redaktor potřebuje souhlas šéfredaktora.

Jak jsem výše naznačila, kodex Deníku.cz uvádí, jakým způsobem je inzerce odlišena od textů redakce. Je to jiný typ písma, odlišná grafická podoba a označení slovem inzerce. Výše je také vysvětlen princip konfliktu zájmů, na který musí redaktor sám upozornit příslušného šéfredaktora. Stejně tak princip přijímání darů, proplácení služebních cest a spolupráce s jinými médii.

Deník přichází také s etickým pravidlem, které Aktuálně.cz popsané nemá. Je to použití statusu novináře a informace, která není dostupná veřejnosti, k vlastnímu prospěchu redaktora nebo třetích osob. Stejně pravidlo platí i pro iDNES.cz, jejich kodex ale navíc doplňuje, že zatím nezveřejněné informace nesmí zaměstnanec poskytnout vůbec nikomu. iHNed.cz pak přichází s redakčním tajemstvím.

Kodex samozřejmě redaktorům Deníku.cz prikazuje, aby respektovali soukromí osob, ale s upozorněním, že menší ochranu soukromí mají lidé veřejně známí, protože mají větší odpovědnost za jednání vůči společnosti.

Co se týče autorizace rozhovoru, redaktoři by k ní měli přistupovat podobně jako v Aktuálně.cz. Deník.cz ji tedy neuznává. I pro Deník.cz platí, že redaktor nedovolí zpovídánému změnit smysl výpovědi, pouze zpřesnění. *„Shlédnutí textu rozhovoru interviewovaným před publikací je zdvořilostí, kterou člen redakce může a nemusí poskytnout.“*<sup>42</sup> Že je zdvořilé poslat zpovídánému rozhovor před publikací, upozorňuje i kodex vydavatelství Economia.

Kodex VLP je sdílnější také u presumpce nevinny, jména obviněných a obžalovaných redaktoři Deníku.cz zveřejní jen v případě veřejného zájmu, všeobecné známosti jména nebo pokud už jméno bylo zveřejněno v médiích a nehrozí, že zveřejnění bude mít negativní dopad na dotčeného nebo na jeho příbuzné. *„Redakce neidentifikují v článcích příbuzné obětí nebo delikventů bez jejich výslovného souhlasu.“*<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> VLTAVA-LABE-PRESS. *Etický kodex Deníků VLTAVA-LABE-PRESS a.s.*

<sup>43</sup> VLTAVA-LABE-PRESS. *Etický kodex Deníků VLTAVA-LABE-PRESS a.s.*

### 4.3 iHNed.cz

Etický kodex, kterým se řídí server iHNed.cz, platí pro celé vydavatelství Economia. Vedení vydavatelství ho v současné podobě schválilo v říjnu roku 2011, na začátku listopadu stejného roku vstoupil v platnost. Podepsaný je generálním ředitelem Petrem Babickým a Evou Čermákovou, ředitelkou řízení lidských zdrojů. Tímto kodexem se tedy kromě serveru iHNed.cz řídí také Hospodářské noviny, týdeník Ekonom, Respekt a další.

Etický kodex vydavatelství Economia se od předchozích dvou kodexů příliš neliší. Je zřejmé, že všechny tři, tedy kodex platný pro Aktuálně.cz, Deník.cz a iHNed.cz, vychází ze stejného základu, který vytvořil Roman Gallo (viz níže).

V preambuli kodexu stojí to, k čemu se hlásí i ostatní kodexy. Zmiňuje se o právu na informace, pravdivosti, úplnosti a nezkreslenosti zpráv, zodpovědnosti za obsah článků a čtenářích, kteří jsou prvotním zájmem pro vydavatelství. Dále přikazuje redaktorům, aby se řídili zákony a nepodporovali diskriminaci nebo extrémní názory. Preambule však obsahuje i další body, které se v jiných kodexech neobjevují. Například zavazuje vydavatele, aby redaktorům dal plnou svobodu k novinářské práci, a zavazuje také všechny redakce, které v rámci vydavatelství fungují, aby podporovaly principy demokracie a tržní společnosti založené na volné konkurenci. Hned ve třetím odstavci se vydavatelství přiznává ke konfliktu zájmu, což je netradiční, zároveň ale velice čestné. Vzbuzuje to větší důvěru. *„Jsme si vědomi konfliktu zájmů, který je dán tím, že jsme sami součástí mediálního průmyslu, který je významnou součástí ekonomiky, a také tím, že většinový akcionář vydavatelství Economia podniká v dalších odvětvích ekonomiky. Tento konflikt zájmů nesmí nikdy vést k tomu, abychom se těmito problematikám vyhýbali, psali o nich z důvodu konfliktu zájmů méně nebo jinak než píšeme o jiných odvětvích. Naši profesionální povinností je o nich psát ve stejném rozsahu, jako by tento konflikt zájmů neexistoval. Není-li to zcela zřejmé ze samotného článku, vždy na konflikt zájmů explicitně upozorníme.“*<sup>44</sup>

Na toto vyjádření navazuje pak kapitola nazvaná Informování o vydavatelském trhu a vydavateli. Žádný jiný kodex se o tomto tématu nezmiňuje jediným slovem. Všichni novináři vydavatelství Economia musí o tomto vydavatelství a jeho součástech informovat tak, jako by to nebylo vydavatelství, které je zaměstnává. Vychází to z pravidla objektivit, úplných a

---

<sup>44</sup> ECONOMIA. *Etický kodex vydavatelství Economia*. 2011.

nezkreslených zpráv. Čtenáři se však v takovém článku musí vysvětlit, že redaktor píše o vlastním zaměstnavateli.

Preambule je zakončena poznámkou, ve které jsou vyjmenováni všichni, kteří se kodexem musí řídit. Tedy autoři, editoři, vedoucí vydání, webeditoři, grafičtí editoři a další.

Etický kodex iHNed.cz se od ostatních liší i v některých dalších bodech. Například redakce od faktických údajů kromě osobních názorů rozlišuje i spekulace, zřetelně také označuje nejenom inzerci, ale i sdělení vydavatele. Pracuje také s pojmem redakční tajemství, které představuje veškeré osobní údaje shromážděné, zpracované a použité pro redakční účely. Ostatní kodexy varují akorát před vyjádřením záměrů a zatím nepublikovaných textů redakce a použití dosud nezveřejněných informací pro vlastní redaktorův prospěch. Kodex dává přísnější pravidla také pro ty, kteří připravují článek spojený s rizikem žaloby. Nejenže o takovém článku a riziku musí vědět šéfredaktor, redaktor je navíc povinen ponechat si všechny podklady, ze kterých vycházel (nahrávky, fotografie atd.). O člancích s rizikem žaloby se zmiňuje také kodex iDNES.cz, který ale redaktorovi přikazuje takový článek konzultovat s šéfredaktorem a právním oddělením, o archivaci důležitých materiálů se nezmiňuje.

Stejně jako ostatní, i etický kodex iHNed.cz garantuje opravu nepravdivé nebo nepřesné informace, uvádění zdrojů a možnost vyjádření se osobě, které se týká negativní sdělení. Stejně jako na Deníku.cz a Aktuálně.cz by se na serveru iHNed.cz neměly objevit zpravodajské články postavené na jednom zdroji (výjimku tvoří statistické informace, projevy politiků atd.). Podobné je to i se zatajováním pozice novináře. Výjimky udílí šéfredaktor pouze pro potřebu investigativní novinářiny nebo hodnocení kvality služeb. S kodexem VLP má iHNed.cz stejné pravidlo i pro nábor inzerce, na kterém se nesmí podílet redaktori.

Odlišný je kodex iHNed.cz v pravidlech o konfliktech zájmů. Když zaměstnanci VLP při redaktorské práci hrozí konflikt zájmů, musí to oznámit nadřízenému, který rozhodne, zda v práci na dané téma může pokračovat, nebo ne. Kodex iHNed.cz stejně jako Aktuálně.cz je striktní, takové chování zakazuje úplně. Jinak se vyjadřuje také k redaktorově členství v politických a zastupitelských orgánech, zatímco zaměstnanec Aktuálně.cz a VLP musí takovou skutečnost oznámit šéfredaktorovi, který rozhodne o dalším postupu, redaktorovi týmu iHNed.cz jeho kodex toto členství zkrátka nedoporučuje.

Podobná pravidla jako konkurenční média má iHNed.cz pro placení služebních cest, práci s utajenými zdroji, výjimky pro narušování soukromí osob, autorizaci a úpravu rozhovoru a presumpci nevinu. Žádné novinky nejsou ani v pravidlech pro spolupráci s jinými médii, které navíc obsahují jen tu informaci, že redaktoři mohou se souhlasem svého šéfredaktora spolupracovat s jakýmkoli titulem, který vydává Economia.

#### **4.4 iDNES.cz**

Etický kodex novinářů MF Dnes a iDNES.cz, jak je pojmenován, je ze všech porovnávaných kodexů nejstručnější. Řadu problémů jen zmíní, takzvaně natukne, ale nerozebírá je do podrobností nebo neuvádí případy či příklady, jak tomu je například u etických pravidel Deníku.cz a Aktuálně.cz. Přesto ale přináší něco nového. Za všechno bych zmínila především spornou hranici výši daru, do které novinář smí dar přijmout. Za neetické a nepřijatelné redakce Mladé fronty Dnes a iDNES.cz považuje přijetí takového daru, jehož hodnota přesahuje pět set korun.

Současný šéfredaktor serveru iDNES.cz Michal Hanák nedokázal odpovědět, kdy byl kodex vytvořen. V době jeho nástupu, v roce 2000, už platil tento. Jeho autory také nezná.

Samozřejmě, že i pro redaktory portálu iDNES.cz platí, že píšou pravdivé, přesné a nezkrácené texty, neprodleně opravují nepravdivé, zkreslené nebo zavádějící informace, vyhýbají se diskriminaci a předsudkům a chrání své zdroje, pokud si to zdroje přejí.

Pokud redaktor zpracovává článek, za jehož zveřejnění může být redakce zažalovaná, musí takový článek redaktor konzultovat nejen s šéfredaktorem, ale i s právníkem vydavatelské společnosti Mafra. O konzultaci s právníky v takovém případě žádný jiný kodex nehovoří.

Pro redaktory iDNES.cz stejně jako pro redaktory Aktuálně.cz platí, že jejich jméno je ve všech životních situacích spojeno se značkou daného média. Platí to i pro působení na sociálních sítích. K sociálním sítím se v tomto kodexu váže ještě jedno pravidlo. A to takové, že zaměstnanci nepodávají nikomu, ani na sociálních sítích jako jsou blogy, Facebook nebo Twitter, žádné zprávy o plánované nebo vykonávané práci redakce.

Stejná pravidla jako předchozí etické kodexy má iDNES.cz také pro další eticky sporné případy. Malá odchylka nastává u spolupráce redaktora s jinými médii. Kodex tohoto portálu na rozdíl od kodexu Deníku.cz nerozeznává rozdíl mezi přímými konkurenčními a ostatními médii. Kodex redaktorům iDNES.cz pouze dává povinnost, že spolupráci s jiným médiem musí schválit šéfredaktor, případně jeho zástupce. Taková spolupráce však nesmí ohrozit či oslabit redaktorovu domovskou redakci, a navíc musí být u jména uvedeno, že je redaktorem serveru iDNES.cz.

Změna nastává také u služebních cest hrazených třetím subjektem. Kromě toho, že takové cesty redaktorovi schvalují jeho nadřízení, kteří plátce upozorní na fakt, že redaktor ani na takové cestě neztratí nestrannost, musí být navíc pod výstupním článkem uvedeno, na jakém základě vznikl. Čtenář se tedy musí dozvědět, kdo cestu novináři proplatil, jestli redakce, nebo někdo jiný. Stejně tak se čtenář musí v hodnotícím článku o nějakém předmětu dozvědět, jestli redaktorovi byl takový předmět zapůjčen, nebo jestli si ho redakce pořídila bez vědomí výrobce.

Etický kodex iDNES.cz a MF Dnes své zaměstnance upozorňuje také na to, že ze zákonů České republiky by měli respektovat především autorské právo. Z tohoto důvodu z kodexu nejspíš vypadlo slovo plagiát a opisování. K problému zdrojování pak kodex uvádí, že všichni členové redakce respektují práci konkurenčních médií, proto i je uvádějí jako zdroj.

## **4.5 Blesk.cz**

Naprosto odlišný od výše popsaných materiálů je Code of Conduct, kodex chování, kterým se řídí bulvární zpravodajský portál Blesk.cz. V dnešní podobě vznikl v roce 2007 v Zurichu a platí nejen pro internetový Blesk, ale i pro tištěný Blesk, a navíc pro další tiskoviny a internetové servery po celém světě, které jsou ve vlastnictví vydavatelství Ringier Axel Springer. Sídlo společnosti je ve Švýcarsku, podniká pak kromě České republiky také v Polsku, Slovensku a Srbsku. Kodex chování, jak je materiál nazván, neplatí jen pro novináře, ale pro všechny zaměstnance této mezinárodní vydavatelské skupiny. Hlavně proto má od ostatních zcela jinou podobu.

Už úvod, který je podepsán generálním ředitelem pro českou oblast Florianem Felsem, je odlišný. Poté, co ředitel zdůrazní důvěryhodnost, která je podle něj důležitá pro celou

firmu, prosí, aby si každý našel několik málo chvil na přečtení tohoto kodexu. V žádném jiném kodexu vedení své zaměstnance či redaktory neprosí, aby si materiál prostudovali.

Základ kodexu, který platí pro novináře, ale i pracovníky v obchodním nebo i inzertním oddělení, je stejný. Vydavatelství se hlásí k dodržování vysokých etických norem chování. Zatímco se ostatní kodexy zaměřovaly především na chování člena redakce směrem ke čtenářům a k informačním zdrojům, tento kodex se v první části zaměřuje spíše na chování jednoho zaměstnance k druhému, dále ke klientům, konkurentům nebo dodavatelům. Čtenáři jsou mnohdy zmíněni až na druhém místě nebo vůbec.

Hned v prvním bodě se hovoří o loajalitě ke společnosti a ke všem zaměstnancům, v druhém o čestném jednání s třetími osobami. Kodex také dává návod. Radí, že se zaměstnanec společnosti Ringier má k třetím stranám chovat tak, jak by chtěl, aby se ony chovaly k němu. Třetí bod pojednává o diskriminaci, na prvním místě je však zmíněna diskriminace ze strany jednoho zaměstnance k druhému. Čtenáři se pravděpodobně skrývají pod označením jiné osoby. Další bod se týká čestného jednání a důvěrnosti informací, opět je to chápáno ve smyslu vůči firmě. Zaměstnanci například nesmí nadsazovat náklady na reportáže nebo nesmí vyzrazovat důvěrné informace o společnosti.

Pouze v tomto kodexu se hovoří o úplatkářství a poskytování výhod ze strany zaměstnanců Ringieru. Kodex chování upozorňuje, že žádný zaměstnanec nesmí dávat nebo nabízet úplatek veřejnému činiteli, státnímu úředníkovi nebo komukoli jinému se záměrem ovlivnit jeho rozhodování, získat výhodu nebo důvěrnou informaci. Ostatní kodexy hovořily akorát o nezákonných postupech, které se ovšem týkaly spíše nepřiznání statusu novináře, ale ne úplatků.

Kodex, který platí pro redakci Blesk.cz, se rozsáhleji věnuje přijímání darů a výhod. Nestanovuje hodnotu jako iDNES.cz, nezmiňuje ani charitu jako Aktuálně.cz a iHNed.cz. Podle kodexu ale nikdo ze společnosti nesmí přijmout takový dar, který by mohl vzbudit dojem, že ovlivňuje obchodní vztahy společnosti s dárcem, dar, který je nevhodný nebo neobvyklý a který by mohl zpochybnit objektivitu. Příklad kodex už nedává. Naopak zaměstnanci mohou přijímat takové dary a pozornosti, které se dají spotřebovat během jednoho dne, které otevírají možnost pro budování sítě a které se dají považovat za propagaci nebo slevy nabízené například dopravními společnostmi, hotely, půjčovnami aut nebo

restauracemi. „*Jsou-li dary, výhody a pozvánky nabízeny, aniž by nabízející očekával zvláštní výhodu v souvislosti s prací zaměstnance, mohou být přijaty, pokud jsou splněny podmínky stanovené výše.*“<sup>45</sup> Tak je kapitola o darech, ze které usuzuji, že přijímání darů je v redakci Blesk.cz daleko benevolentnější než v jiných porovnávaných médiích, zakončena.

Teprve až sedmým bodem kodexu začíná etika novinářská. Hned na úvod je zmíněno, že základem novinářské práce je hledání pravdy a čestné nakládání se skutečnostmi. Pod touto v porovnání s předchozími kodexy originální formulací se skrývá to, že novinář nesmí podávat nepřesné a neobjektivní informace, nesmí úmyslně zkreslovat skutečnost a klamat veřejnost. Tento kodex je jediný, který vyžaduje, aby novináři dodržovali profesní standardy vydané profesním sdružením dané země. Je to tedy jediný kodex, který nepřímo odkazuje na Syndikát novinářů České republiky.

Blesk.cz by podle tohoto kodexu měl u každého článku i fotografie zvážit dopad, který by mohl mít na veřejnost a na konkrétní osoby. Zmíněna je také nutnost úplnosti a ověřenosti každé zprávy. Novinář by také měl předkládat spravedlivé informace, které zbytečně nenapadají nebo neponižují žádné osoby nebo události. Kodex zdůrazňuje také nezávislost novináře, odmítá plagiátorství a respektuje autorská práva.

V předposledním bodě kodex pojednává o respektování soukromí. Novinář podle něj nesmí publikovat jméno nebo fotografii osoby, pokud to není veřejně činný člověk a pokud to neospravedlňuje veřejný zájem. Dále hovoří o tom, že k získávání informací může novinář použít pouze zákonné prostředky. Jako nezákonné kodex zmiňuje jenom úplatek nebo nátlak.

V závěru kodexu jsou stanoveny sankce za nedodržení pravidel (které závisí na závažnosti porušení a pracovní smlouvě) a povinnost generálního ředitele pro Českou republiku informovat o dodržování kodexu nejvyšší vedení.

Kodex vydavatelské společnosti Ringier Axel Springer, pod kterou patří i Blesk.cz, zcela vynechává nutnost oddělení zpráv od názorů, inzerce a PR textů, dále nezmiňuje nutnost opravy v případě pochybení, presumpci nevinu, nenastavuje pravidla pro práci redaktora

---

<sup>45</sup> RINGIER AXEL SPRINGER. *Code of Conduct: Kodex chování pro společnosti skupiny Ringier Axel Springer*. 2010.

v jiných médiích ani pro působení redaktorů na sociálních sítích a ve veřejném prostoru. Nezmiňuje se také vůbec o autorizaci rozhovorů.

#### **4.6 Dodatek: Role Romana Galla v tvorbě českých etických kodexů**

Na první pohled to vidět není, na druhý už ano. Většina etických kodexů, které dnes platí v českých médiích (a nejenom v těch internetových), pochází od stejného autora, od Romana Galla. Přestože dnes žije v Bahrajnu, ochotně se mnou komunikoval pomocí e-mailu.

Jeho kariéra začala v České tiskové kanceláři, kde byl od roku 1989 redaktorem, později se stal vedoucím domácí redakce. V roce 1993 zastával post editora deníku Mladá fronta Dnes, ze kterého povýšil na zástupce šéfredaktora. Stál také u vzniku zpravodajského portálu iDNES.cz. V roce 1999 pak ve vydavatelství Mafra působil jako náměstek generálního ředitele. V roce 2002 přestoupil do Hospodářských novin, a to rovnou na pozici šéfredaktora. O tři roky později už připravoval Aktuálně.cz. Následující rok se stal ředitelem a členem představenstva vydavatelství VLP, které vydává regionální Deníky a provozuje Deník.cz. Po odchodu z VLP spustil projekt regionální žurnalistiky Naše adresa, který v roce 2010 skončil neúspěchem. V současné době žije v Bahrajnu a vede firmu Gallo Multimedia, která poskytuje konzultační služby především arabským médiím.

Podle Ludmily Rakušanové, kterou nahradil ve funkci šéfredaktora centrální redakce Deníku, etický kodex putoval s ním. Tuto informaci Roman Gallo v e-mailové komunikaci vedené pro tuto práci potvrdil: *„Ano, je pravda, že jsem se podílel na vzniku etických kodexů pro redakce, které jsem vedl. Šlo o etické kodexy pro Hospodářské noviny, Aktuálně.cz a Deníky. Předtím jsem se podílel na vzniku etického kodexu Mladé fronty Dnes, poté na kodexu Naší adresy. Mimochodem v těchto dnech připravujeme etický a profesionální kodex pro saúdské vydavatelství Alyaum (Dnes).“*

Podle Romana Galla se ve všech kodexech prolínají myšlenky a principy, na nichž by podle jeho názoru a názoru jeho tehdejších kolegů měla stát práce novináře a fungování slušného média. Kromě toho, že se kodexy vyvíjely s novými názory a především zkušenostmi, měnily se také podle charakteru média. Základy kodexů jsou však stejné.



*„Pokud si pamatuji, tak kodexy vznikaly tak, že jsme jednak ve vedení redakce nadefinovali naše principy fungování, co bychom měli chtít sami od sebe a od našich novinářů, jednak jsme prostudovali různé externí vzory. Zpravidla nejkomplikovanější pak byla debata s vydavatelem, protože v některých bodech se kodexy dotýkaly obchodních aktivit firmy atd. Zásadní pak bylo to, že v některých redakcích jsme kodex nenechávali pouze jako deklaraci, ale byl to do určité míry právně závazný dokument, jehož hrubé porušení mohlo vést až k propuštění zaměstnance redakce.*

*To, že některé kodexy platí v ‚mé‘ podobě, mě na jednu stranu těší, na stranu druhou, a ta je mnohem podstatnější, nestačí, když jsou napsané, ale především se musí dodržovat. A tady musím říci, že když čtu česká média, tak mnohdy vypadají, že buď etický kodex nemají vůbec, a nebo stojí na takových základech, které jsou vzdáleny mým představám o fungování slušných novin či slušného zpravodajského webu,“* doplnil v e-mailu Roman Gallo.

## 5 Eticky sporné situace online žurnalistiky

Online žurnalistika má svá specifika i v oblasti etiky. Základní etická pravidla chování jsou pro všechny novináře stejná, ať svou činnost vykonávají v novinách, televizi, rádiu nebo pracují pro zpravodajský internetový server. I proto mívají etické kodexy stejné znění. Přesto jsou novináři v internetovém prostoru často vystaveni situacím, které jejich kolegové z jiného typu média řešit nemusí. Jako příklad uvádím opravu nepravdivé informace, rozpor mezi rychlostí a ověřováním, uvádění a především odkazování na zdroje a zveřejňování eticky sporných fotografií.

Nepravdivé informace se opravují ve všech typech médií, internetová média však mají několik možností, jak s původním článkem naložit. Internet není rádio nebo televize, u kterých platí, že divák se s jednou odvysílanou zprávou už neseťká. Na online zpravodajských serverech jsou naopak běžně k dispozici i několik let staré zprávy.

Protože online deníky sází především na aktuálnost, mnohdy rychlost zvítězí nad ověřováním. U internetu je tedy větší šance, že na něm budou kolovat neověřené nebo nepotvrzené zprávy. Zpravodajské servery víc než kdo jiný také soupeří s konkurencí. Soupeří časově, ale i exkluzivitou zpráv. Často se také konkurencí nechávají inspirovat nebo z ní čerpají. V takovém případě by na řadu mělo přijít správné zdrojování a s ním spojené odkazování. České zpravodajské servery přitom odkazy na konkurenci nepoužívají.

Online deníky mají také oproti tisku neomezený prostor, který mohou pro svůj obsah využít. Zatímco na novinovou stránku se vejde jen jedna velká fotografie, online zpravodajství nabízí možnost využití fotogalerií, do kterých je možné nahrát hned několik desítek obrázků. Na internetu se tedy můžou publikovat i takové obrázky, které se do novin nevejdou. Místo je tedy i pro ty, které ilustrují zprávy brutálnějšího charakteru, jako jsou dopravní nehody, zranění nebo úmrtí.

České zpravodajské servery v různých situacích reagují různě. Rozhodují se na základě etického kodexu, ale především na základě vlastního uvážení a na podobě konkrétní situace. Abych mohla přístupy jednotlivých redakcí porovnat, vytvořila jsem pro šéfredaktory dotazník s nastíněnými eticky spornými situacemi. U každé otázky jsem požadovala svolení jedné z nabízených možností a krátké zdůvodnění rozhodnutí.

Ne každý však byl ochoten můj dotazník vyplnit. Podle mých požadavků ho zaslala jen Lucie Tvarůžková, šéfredaktorka portálu iHNed.cz, a její kolega z iDNES.cz Michal Hanák. Vladimír Dušánek z Novinek.cz a Pavel Tomášek z Aktuálně.cz na dotazník odmítli odpovědět (s vyjádřením, že nelze jednoznačně volit z nabízených možností), nicméně se k nastíněným tématům alespoň vyjádřili telefonicky nebo e-mailově. Osobně jsem se setkala s Daliborem Balšínkem, šéfredaktorem Lidových novin, který vede server Lidovky.cz i iDNES.cz, který taktéž ochotně probíral nastolená témata. Po několikerém připomenutí a domlouvání se mi nakonec dotazník nebyl schopen vrátit Marek Bláha z ParlamentníchListů.cz. Každopádně z mého šetření vyplynulo, že v některých případech se názory šéfredaktorů značně liší.

## **5.1 Ověřování a oprava**

Internetová média mají výhodu především v tom, že mají možnost zprávu zveřejnit přesně v tom čase, co se událost děje. Mohou také takřka ihned reflektovat to, o čem informuje konkurence. To však vyžaduje určité chování, ke kterému se sice internetová média v kodexech hlásí, ale mnohdy ho nedodržují. O tom, že některá česká média převzaté zprávy dostatečně neověřují, jsme se mohli přesvědčit 10. února 2012. Předchozí den v podvečer se na ParlamentníchListech.cz objevila zpráva nesoucí titulek „Romové založili stranu a už mají problém: zmizel jim pokladník i s penězi“. Poměrně atraktivní zprávu během několika málo hodin převzala celá řada médií. Problém je v tom, že tato zpráva se později ukázala jako lživá. Kromě ParlamentníchListů.cz na lež redaktora naletěl také iDNES.cz, Deník.cz a Týden.cz. Kromě toho, že se ukázalo, že redaktoři v těchto redakcích zprávy dostatečně neověřují, lze s touto kauzou pozorovat také jiný problém. Etické kodexy všem těmto serverům přikazují, že nepravdivou zprávu musí ihned opravit. Každá redakce se však s opravou vypořádala jinak. Je pravda, že v etických kodexech se o opravě pouze píše, žádný už neposkytuje redaktorům návod, „jak na to“. To je problém, nelze totiž říci, jak by internetová zpravodajská média, přes která se nepravdy nebo polopravdy šíří nejlépe a nejsnadněji, měla omyly opravovat.

### **5.1.1 ParlamentníListy.cz**

Server ParlamentníListy.cz působil jako epicentrum dění. Právě u nich se zpráva z Ústí nad Labem o útěku pokladníka s členskými příspěvky z právě založené romské strany objevila poprvé. Autorem textu je Václav Prokůpek, který redakci ParlamentníchListů.cz musel po tomto incidentu opustit.

Zpráva o Evropské romské straně, na jejíž ustavující sjezd nedorazil člověk, který vybíral členské poplatky, na první pohled vypadá naprosto normálně. Obsahuje řadu citací, nevypadá tedy vykonstruovaně. Poté, co zprávu převzala další média, si na ni detailněji posvětili lidé ze serveru Romea.cz (Patrik Banga a František Kostlán). Snažili se ověřit totožnost citovaných, místo konání sjezdu a samotný vznik strany. Narazili u všeho, nepodařilo se jim totiž ověřit vůbec nic. Učinili z toho tedy závěr, že zprávu si Václav Prokůpek vymyslel. Své vyjádření zveřejnili 20. února na blogu Patrika Bangy.

Parlamentní listy na svém webu zveřejnily omluvu pod titulkem „ParlamentníListy.cz naletěly podvodníkovi. Omlouváme se“. Pod omluvou, která byla zveřejněna 22. února 2012, není podepsaná redakce ani šéfredaktor listu, jako autor je uvedena pouze zkratka tan. Omluvný článek pak přebírá text Františka Kostlána a Patrika Bangy z blogu na iDNES.cz. Původní článek redakce ParlamentníchListů.cz nechala v původním znění, odkaz na omluvu umístila až na konec, a to až pod odkazy na související články s romskou tematikou. To považuji za nedostatečné, protože pokud si tento článek přečte situace neznalý člověk, nenápadného odkazu na omluvu si nemusí všimnout. Redakce by měla zprávu uvést na pravou míru hned na začátku a viditelně.

### **5.1.2 iDNES.cz**

O den později, 10. února 2012 v půl druhé odpoledne, zprávu o romském pokladníkovi převzal iDNES.cz. Dnes nezjistíme, jak přesně o incidentu redaktoři tohoto serveru referovali, článek totiž už neexistuje. Respektive existuje, ale byl 22. února aktualizován a přepsán. Dnes jsme tedy v situaci, kdy dvě odlišné URL adresy vedou na jeden článek. Původní zpráva s titulkem „Sotva založili politickou stranu, zmizel pokladník s příspěvkem“ existuje už jen ve formě článku s jiným titulkem: „Parlamentní listy se omluvily za lživou zprávu o Romech, jež okradl pokladník“.

iDNES.cz se jako jediný svým čtenářům omluvil prostřednictvím šéfredaktora. Ale až v posledním odstavci aktualizovaného článku. *„I redakce iDNES.cz cítí zodpovědnost na tom, že pomohla dezinformaci šířit. Velmi nás mrzí, že jsme naše čtenáře uvedli v omyl a neodhalili jsme tuto dezinformaci dříve. Od této chvíle bude mít monitorování cizích médií*

*přísnější pravidla, aby se toto už nikdy nemohlo opakovat,‘ řekl šéfredaktor Michal Hanák.<sup>46</sup>*  
Text s omluvou je podepsán pouze zkratkou jan.

Jednání iDNES.cz se dá považovat za eticky správné. Původní zpráva není smazaná, jen aktualizovaná. Vznikly tak dva odkazy, které vedou na totožný článek. Tím, že redakce nezrušila odkaz na původní článek, nesnaží se zakrýt svou chybu. Zároveň se na iDNES.cz nemůže stát, že by čtenář mohl náhodou narazit na nepravdivou zprávu, která by ho uvedla v omyl. Rozhodně se se vzniklou situací server vypořádal lépe než ParlamentníListy.cz, jejichž odkaz na omluvu může být snadno přehlédnut. Navíc se na iDNES.cz čtenářům omluvil přímo šéfredaktor.

### 5.1.3 Deník.cz

Zprávu o zloději příspěvků romského původu převzal také Deník.cz, a to o hodinu později než iDNES.cz. Autor Janni Vorlíček ji otitulkoval „Romové založili stranu, pokladník jim zmizel s penězi“.<sup>47</sup> Kromě informací a citací převzatých z ParlamentníchListů.cz autor tento článek doplnil o vyjádření politologa.

Ani na začátku tohoto textu nezazní jediná informace o tom, že zpráva je nepravdivá. Text ale končí větou: „*Původní zdroj zprávy, tedy server ParlamentníListy.cz, se za ni omluvil a označil ji za vylhanou.*“<sup>48</sup> Redakce Deníku.cz se v tomto článku za lež neomluvila. Omluva se skrývá až pod odkazem.

Na webových stránkách Ústeckého deníku se však v původní zprávě objevila citace aktivisty z iniciativy V Ústí (neo)nacisty nechceme, který kontaktoval redaktory Ústeckého deníku, že zpráva je pravděpodobně mystifikací. Podle jeho slov žádný Rom ve městě o takové straně nic neví. Zajímavé je, že celostátní Deník.cz zprávu z Ústeckého deníku převzal, ale ne už s touto citací. Ústecký.deník.cz zprávu publikoval o sedm minut dříve než Deník.cz. Zvláštní je i to, že dnes v článku v Ústeckém deníku odkaz na omluvu a vysvětlení není.

---

<sup>46</sup> Sotva Romové založili politickou stranu, zmizel pokladník s příspěvkem. *iDNES.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z: [http://zpravy.iDNES.cz/sotva-romove-zalozili-politickou-stranu-zmizel-pokladnik-s-prispevky-13u-/domaci.aspx?c=A120210\\_131857\\_usti-zpravy\\_oks](http://zpravy.iDNES.cz/sotva-romove-zalozili-politickou-stranu-zmizel-pokladnik-s-prispevky-13u-/domaci.aspx?c=A120210_131857_usti-zpravy_oks)

<sup>47</sup> Zajímavé, že URL adresa odkazuje na jiný titulek. Ten zní: „Romové založili stranu a peníze jsou fuč“. Kdy a proč ke změně titulu došlo, můžeme jen hádat.

<sup>48</sup> Romové založili stranu a peníze jsou fuč. *iDNES.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z: [http://zpravy.iDNES.cz/sotva-romove-zalozili-politickou-stranu-zmizel-pokladnik-s-prispevky-13u-/domaci.aspx?c=A120210\\_131857\\_usti-zpravy\\_oks](http://zpravy.iDNES.cz/sotva-romove-zalozili-politickou-stranu-zmizel-pokladnik-s-prispevky-13u-/domaci.aspx?c=A120210_131857_usti-zpravy_oks)

Stejně jako předešlé servery i Deník.cz omluvu publikoval 22. února. Text není podepsaný a nese titulky „Zpráva o romském pokladníkovi byla nepravdivá“. Čtenářům se Deník.cz stejně jako iDNES.cz omluvil až v posledním odstavci, ne však z úst šéfredaktora. Dále všechny čtenáře informuje o citaci aktivisty. „*S uvedenou informací redaktor Ústeckého deníku bohužel dále nepracoval, takže jsme se stejně stali součástí mystifikační kampaně spuštěné Parlamentními listy. Čtenářům se omlouváme.*“<sup>49</sup>

Opravné řešení Deníku.cz nepovažuji za ideální. Vadí mi, že redaktoři původní zprávu dementovali až v poslední větě. Zarážející je i práce se zdrojem v Ústí nad Labem.

#### **5.1.4 Týden.cz**

Naprosto odlišně se s lživou zprávou vyrovnal Týden.cz, který dnes dělá, jako by se nic nestalo. V současné době je na webových stránkách týdeníku dostupný jen článek o tom, že zpráva o romském pokladníkovi byla vykonstruovaná. Podepsaný je zkratkou redakce a jeho titulky zní „Pátrání po zmizelém pokladníkovi romské strany“.

Přestože se v článku dočteme, že zprávu o krádeži v začínající romské straně převzaly téměř všechny zpravodajské servery i televize, o krocích redakce Týdne.cz se autor nezmínil jediným slovem. Týden.cz totiž původní zprávu ze svého webu odstranil, zůstala už jen informace o vyvrácení zprávy. Tento zpravodajský server tedy zprávu ani neopravil, ani se neomluvil svým čtenářům. Pouze ji smazal.

Z hlediska etiky tento postup hodnotím jako zcela nedostačující. Týden.cz se ke svým čtenářům zachoval neadekvátně. Původní zprávu odstranil a čtenářům se za mylnou informaci neomluvil. Navíc ze špatné práce osočuje i konkurenty.

#### **5.1.5 Ostatní média a závěr**

Zprávu bez ověření dále publikoval server televize Nova Tn.cz a internetové stránky bulvárního deníku Aha. V těchto a předešlých online médiích došlo k vítězství zajímavého obsahu zprávy nad etickými standardy novináře. Nikdo by zprávu nemohl vydat, pokud by se ji snažil ověřit. Obstály naopak servery iHNed.cz, Aktuálně.cz i Blesk.cz. Lidovky.cz se

---

<sup>49</sup> Zpráva o romském pokladníkovi byla nepravdivá. *Denik.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z: [http://www.denik.cz/z\\_domova/zprava-o-romskem-pokladnikovi-byla-nepravdiva.html](http://www.denik.cz/z_domova/zprava-o-romskem-pokladnikovi-byla-nepravdiva.html)

romskému pokladníkovi věnovaly až zpětně, kdy zveřejnily, že zprávu ParlamentníListy.cz prohlásily za smyšlenou. Hned v druhém odstavci se pak objevila věta: „*Server Lidovky.cz se informací od Parlamentních listů pokoušel ověřit na ústecké policii, kde o případu nevěděli. Zprávu proto nepřevzal.*“<sup>50</sup> Podobně se zachovaly i Novinky.cz.

Obdobnou situaci jsem nastínila i v dotazníku pro šéfredaktory. Týkala se údajného útěku Jiřího Kajínka z vězení, který se později ukázal jako smyšlený. Tato zpráva by si také vyžadovala rychlou opravu.

„*Nepravdivou zprávu je třeba opravit neprodleně. V jaké podobě a jakou formou závisí na konkrétních okolnostech,*“ odpověděl na dotazník šéfredaktor Aktuálně.cz Pavel Tomášek. Jeho kolega Michal Hanák, který šéfuje iDNES.cz, odpověděl podobně. Záleží prý na stupni prohřešku. V případě vydání nepravdivé zprávy o útěku Jiřího Kajínka z vězení by iDNES.cz určitě uveřejnil i samostatnou omluvu. „*Původní zprávu musíme určitě upravit, aby nezůstávala lživá informace ve vyhledávačích. Podobná situace už jednou bohužel nastala. Citovali jsme zprávu Parlamentních listů a ta se následně ukázala jako lživá. Upravili jsme původní zprávu, vytáhli ji jako novou na titulní stranu a do ní vložili omluvu,*“ napsal Hanák.

Šéfredaktor Lidových novin Dalibor Balšínek zaštiťuje server Lidovky.cz, ale i iDNES.cz. S Michalem Hanákem prý často vede boj o mazání původních nepravdivých zpráv. „*Jsem zastáncem toho, že původní lživá zpráva má být smazána. Od toho také web je. Protože když ji necháte, implikuje to tvrzení, že na každém šprochu pravdy trochu. Kolega Hanák mazat nechce. V každém případě je potřeba se omluvit, napsat, co se stalo, a dát zprávu pryč,*“ řekl Dalibor Balšínek v osobním rozhovoru, který se uskutečnil pro tuto práci.

Lucie Tvarůžková, šéfredaktorka portálu iHNed.cz, by zveřejnila článek, ve kterém by na nepravdu upozornila. Ale necharakterizovala by ho jako omluvný. Naopak omluvu čtenářům vyžaduje šéf Novinek.cz Vladimír Dušánek: „*Ihned se omluvíme čtenářům, podle zákona se omluvíme i těm, kterých se zpráva týká. Původní zprávu uvedeme na pravou míru tak, aby v ní nepravdivá informace nefigurovala. Jinak by opět mohlo dojít k nedorozumění.*“

---

<sup>50</sup> Článek o romském pokladníkovi byl podvrh. *Lidovky.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z: [http://www.lidovky.cz/clanek-o-romskem-pokladnikovi-byl-podvrh-fp3-/ln-media.asp?c=A120222\\_114900\\_ln-media\\_ogo](http://www.lidovky.cz/clanek-o-romskem-pokladnikovi-byl-podvrh-fp3-/ln-media.asp?c=A120222_114900_ln-media_ogo)

## 5.2 Odkazování

Všichni novináři na světě jsou hákliví na opisování a plagiátorství. Všechny etické kodexy plagiátorství odmítají a po novinářích žádají, aby u svých zpráv uváděli správné zdroje. Jak už jsem naznačila výše, zaměstnanci online deníků neustále kontrolují produkci svých konkurentů. A pokud na jejich webu chybí nějaká informace, kterou má konkurence, ihned je doplněna. Boj se svádí také o zajímavá témata a vyjádření. Pokud veřejně známá osoba řekne něco důležitého jedné redakci, ostatní takovou zprávu převezmou.

Redaktoři, kteří s takovou informací pracují v tisku, rádiu nebo televizi, jednoduše oznámí, kdo s ní přišel jako první. Internetovým médiím se však nabízí možnost přímého odkazu. S odkazy jednoho zpravodajského serveru na druhý se však u nás prakticky nesetkáváme. A takřka všichni šéfredaktoři českých zpravodajských serverů přímé odkazování také odmítají.

Články na Aktuálně.cz jsou plné hypertextů, které ale odkazují jen na jiné související články v rámci portálu. „*Neodkazujeme mimo web Aktuálně.cz,*“ potvrdil Pavel Tomášek, současný šéfredaktor. Podobně se chová i iDNES.cz, který hned v prvním odstavci zdůrazní, odkud informace pochází. V dotazníku, ve kterém jsem pracovala se situací přiznání Víta Bárty konkurenčnímu médiu k tomu, že v obálkové kauze uplácel, Michal Hanák vybral možnost následující: k věci nechám vyjádřit další politiky a teprve poté ji publikuji. Zmíním, že stavím na informaci z konkurenčního média. Lucie Tvarůžková by na rozdíl od Michala Hanáka nečekala na vyjádření dalších. U této otázky zvolila možnost: zveřejním tento fakt na webu a bez odkazu uvedu, pro které médium se Vít Bárta takto vyjádřil.

Neodkazoval by ani Dalibor Balšínek: „*Pravidlo je takové, že se cituje, ale nedělá se odkaz. Mezi Lidovkami.cz a iDNES.cz aktivní odkazy máme, ale lidí, které zajímá původní informace, je v řádu promile. Aktivní odkazy jsme udělali, abychom zjistili, jak to funguje. Výsledek je nula, lidem je jedno, kde co čtou.*“ Podle Balšíňka přímé odkazování na konkurenci nemá smysl. „*To si akorát novináři honí prsa, že někdo něco měl jako první. Někdy to může mít nějaký efekt, ale v 99 procentech případů nemá,*“ řekl v rozhovoru, který jsem s ním vedla pro tuto bakalářskou práci.



Jiné vysvětlení má Vladimír Dušánek z Novinek.cz: „*Ctíme autorský zákon, zdrojujeme, ale přímé odkazy nedáváme, protože se tak nikdo jiný nechová. Je to takový boj mezi námi, obecně se prostě neodkazuje. Neděláme si s konkurencí reklamu větší, než se musí.*“ Novinky.cz stejně jako třeba Aktuálně.cz hojně používá odkazů na vlastní články. Podle Dušánka jsou ale Novinky.cz v přístupu ke konkurenčním médiím unikátní. „*Ostatní by nám měli být vděční, protože v sekci Denní tisk reflektujeme, co se děje v jiných médiích, a to i přímo v konkurenčních. To nikdo jiný nedělá,*“ řekl do telefonu Dušánek.

K problému přebírání zpráv z internetu se chystají mezi Českou tiskovou kancelář a dalšími subjekty pravidla, která by zabránila nechtěnému a nadměrnému citování. O pravidlech viz níže.

### **5.3 Sociální sítě**

Více než jiné typy médií, ta internetová daleko častěji využívají sociálních sítí, jako je Facebook, Twitter nebo například blogy. Nejenže se na sociálních sítích prezentují a sdílejí svůj obsah, ale pracují s nimi také jako se zdroji informací. Na sociálních sítích působí také různé firmy, vládní organizace a osobnosti, které jsou všeobecně známé a často jejich jména figurují ve zpravodajství.

Často se vedou spory o to, jestli obsah profilů na sociálních sítích patří do zpravodajství, nebo ne. Protože však online žurnalistika působí na síti vedle těchto služeb a protože má neomezený prostor, ze sociálních sítí často čerpá. Mají novináři ke své práci využívat online život zpravodajsky významných osob a organizací? Mají se informace ze sociálních sítí důkladněji ověřovat?

Šéfredaktoři všech českých zpravodajských portálů sociální sítě považují za důležitý zdroj, většina ale upozorňuje na důkladnější ověřování. „*Sociální sítě je třeba brát jako každý jiný zdroj. Informaci, kterou z nich dostáváme, je třeba prověřit, není možné s ní pracovat jako s apriori věrohodnou či nevěrohodnou. Při práci se sociálními sítěmi platí standardní pravidla pro seriózní novinářskou práci,*“ uvedl za Aktuálně.cz Tomášek. Podobně postupuje i iDNES.cz a iHNed.cz.

Novinky.cz pracují podobně, oproti jiným ale postupují důkladněji v ověřování. „Vždy voláme dané osobě a prosíme ji o vyjádření. Ve virtuálním prostoru je mnohem snadnější šířit podvod, stává se to i v e-mailové komunikaci. Pokud nám přijde e-mail s vyjádřením politika, které se nám nezdá, ověřujeme to. I když se v případě ostré kritiky na facebookovském profilu politika vůči jinému politikovi později většinou ukáže, že to psal nějaký jeho asistent, zprávu zveřejníme,“ řekl Dušánek v telefonátu.

I Lidovky.cz se sociálními sítěmi pracují jako se zdrojem, nekladou však takový důraz na ověřování jako předchozí. „Je to podobné jako s tiskovými zprávami, které se neověřují. Pokud je to oficiální stránka na sociální síti, tak informaci speciálně neověřujeme,“ řekl Balšínek.

## 5.4 Fotografie

Fotografie a etika je kapitola sama o sobě. Dnes, ve světě nových technologií, kapesních fotoaparátů a chytrých telefonů, existuje obrazová dokumentace téměř ke každé události, kterou zpravodajství pokrývá. Existují tak i fotografie zachycující smrtelná nebo vážná zranění či utrpení.

Eticky sporné fotografie se čas od času objevují jak v tištěných médiích, tak na internetu. V případě online žurnalistiky se s nimi můžeme setkat ale daleko častěji, protože fotografií je na internetu doplněna každá zpráva.

Problému fotografií v internetových médiích jsem v dotazníku pro šéfredaktory věnovala tři otázky. První se týkala situace, kdy neznámý fotograf redakci bez nároku na honorář nabídne fotografie z pohřbu Václava Havla. Bývalý prezident by na nich byl v rakvi zachycen tak, jak ho naposledy viděli jeho známí a příbuzní.

Ne všichni šéfredaktoři mi na otázku, jak by se v takovém případě chovali, dokázali odpovědět. Šéfredaktor iDNES.cz by nejdříve ověřil pravost fotografií a identitu fotografa a obrázky by zveřejnil. Pravděpodobně bychom je však nenašli na Novinkách.cz. „S takovými fotografiemi zacházíme citlivě, ctíme památku,“ vysvětlil své rozhodnutí Dušánek.

iHNed.cz by je zveřejnil jen v případě, že by byly dobré a fotograf by nebyl náhodný. Pokud by autor fotografií byl Havlův dlouholetý přítel, který ho fotil celý život, nebo profesionální fotograf, který by fotil celou Havlovu rodinu, pak by se fotografie na serveru objevily. iHNed.cz by však nejdřív požádal o souhlas pozůstalých. *„Pokud jde o amatérské fotografie, používáme je jen ve velmi specifických případech – při katastrofách a mimořádných situacích nebo v rámci speciálních projektů,“* vysvětlila Lucie Tvarůžková.

Na nutnost souhlasu pozůstalých upozornil i Dalibor Balšínek: *„Kdyby byla fotografie důstojná, zjistili bychom, kdo ji udělal a jestli by s uveřejněním neměli příbuzní problém. Tento typ fotografií není proti pravidlům. V katolické křesťanské společnosti se tělo ukazuje, neviděl bych v tom tedy žádný problém a určitě bychom ji publikovali.“*

V souvislosti s etikou a fotografiemi se ale nejčastěji hovoří v případě dopravních nehod. Ne všichni šéfredaktoři mají na zveřejňování fotografií z tragédií, které zachycují lidské utrpení nebo evokují smrt, stejný názor. Vladimír Dušánek z Novinek.cz se fotografií zachycujících tragickou nehodu nebojí: *„Média by neměla zkreslovat realitu, k článku o nehodě by měla patřit fotografie přímo z nehody a ne ilustrační obrázek nově položeného asfaltu. Podobné fotografie jsou i v různých kampaních, měly by být i u zpráv. Navíc lidi to odradí od nebezpečné jízdy.“*

Opačný názor má Dalibor Balšínek: *„Málokdy vidíte reálnou fotku. Především proto, že pozůstalí takové fotky vidět nechtějí. Je jedno, jestli je člověk známý nebo ne, protože dopad na nejbližší je vždy stejný. V případě březnové nehody belgického autobusu s dětmi ve Švýcarsku<sup>51</sup> také nikdo neviděl fotky dětí po nehodě.“* Naopak upozorňuje, že je potřeba zveřejnit alespoň pasovou fotografii oběti tak, jak vypadala před smrtí. *„Když zveřejníme, jak oběť vypadala, jedná se o pietu. Působí to také jako smuteční oznámení. Editorům Lidových novin jsem vynadal, že nezveřejnili fotografie všech dětí, které loni zahynuly na norském ostrově Utoya<sup>52</sup>,“* prozradil Balšínek. Proti uveřejňování snímků z tragických dopravních nehod je také iHNed.cz.

---

<sup>51</sup> 14. března 2012 ve švýcarském tunelu havaroval autobus, který vezl belgické školáky z lyžařského výcviku domů. Zpráva o tragické smrti dvaceti dvou dětí a šesti dospělých obletěla celý svět.

<sup>52</sup> 22. července 2011 na norský ostrov Utoya (nedaleko hlavního města Osla) vlastněný mládežnickou organizací Norské dělnické strany vtrhl norský pravicový extremist a Anders Behring Breivik. Během hodiny a půl na ostrově zastřelil 68 dospívajících účastníků letního tábora. Zatímco švýcarská tragédie byla ilustrovaná fotografiemi zachycujícími pouze zdemolovaný autobus, na fotografiích z Norska byla vidět i bezvládná těla mrtvých.

Šéfredaktor Aktuálně.cz se k podobným fotografiím vyjádřil takto: „*Drastické fotografie je možné publikovat pouze v případě, že nesou podstatnou zpravodajskou informaci, jejich publikace nemůže a nesmí být samoučelná. Zároveň není možné a správné při rozhodování zohledňovat další měřítko, než je právě zmíněná zpravodajská relevance.*“

Michal Hanák z iDNES.cz v této věci upozorňuje ještě na fakt, že na fotografiích nesmí být nikdo identifikovatelný, a to ani osoby, ani registrační značka auta. Takové snímky iDNES.cz nezveřejňuje, případně je upraví tak, aby identifikace nebyla možná. Zároveň ale dodává, že respektuje pietu a nepublikuje snímky tělesných ostatků.

Někdy však konzumenti zpráv fotografie potvrzující smrt nebo násilnost vyžadují. Stalo se tak loni v souvislosti s dopadením a zabitím teroristy Usámy bin Ládina. Dnes už nikdo nepochybuje o jeho skonu, v tu dobu však lidé žádali potvrzení skutečnosti. Fotografie mají totiž jednu úžasnou vlastnost: to, co je na nich zachyceno, se opravdu stalo. (Pomineme-li fotografické podfuky.)

Nejdříve se v médiích po celém světě objevila fotografie zkrvaveného obličeje bin Ládina. Už ta vzbudila rozpaky. Později se ale ukázalo, že fotografie byla zfalšovaná. Americký prezident Barack Obama snímky k dispozici podle dostupných informací měl, nakonec však rozhodl, že pro jejich brutalitu zůstanou utajené. Měly tyto fotografie potvrzující skutečnost dojít k veřejnosti?

Šéfredaktor iDNES.cz by tyto fotografie uveřejnil, ale nechal by rozostřit, zakrýt nebo jinak upravit příliš drastická místa. To samé platí pro iHNed.cz. V Novinkách.cz by byli opatrní ve výběru, zveřejnili by jen ty snímky, které by nebyly tak drastické. „*Je to drsné, ale je to realita, kterou by média neměla cenzurovat,*“ dodal k tomu Dušánek.

Naopak skeptický je šéf Lidovek.cz: „*Dnes už neplatí, že fotka potvrzuje skutečnost. Může být nainscenovaná, nemá žádnou vypovídající hodnotu. Hitlera také nikdo nikdy neviděl mrtvého. A kdyby vám teď někdo ukázal jeho fotku, tak si nemůžete být jisti, jestli to není podvrh. Kdyby fotky ke zprávě o smrti bin Ládina byly, na faktu by to nic nezměnilo.*“

## 6 Etické kodexy v zahraničí

Stejně jako v České republice i v zahraničí jsou vesměs zpravodajské portály přidružené k jinému médiu, nejčastěji k dennímu nebo týdennímu tisku. I etické kodexy mají tedy společné. Protože se jedná o podobný typ dokumentů, rozhodla jsem se porovnat jejich obsah. Zaměřila jsem se na pravidla, která se týkají provozování zpravodajského internetového serveru.

### 6.1 BBC

BBC je zkratka pro britskou veřejnoprávní rozhlasovou a televizní společnost, jejíž celý název zní British Broadcasting Corporation. Funguje už od roku 1922 a kromě televizního a rozhlasového vysílání provozuje také internetové zpravodajství, ze kterého čerpají informace zahraniční oddělení redakcí po celém světě. V mediálním prostoru patří BBC ke společnostem, které mají nejlépe formulované etické standardy. I proto má takovou sílu a takový dosah. Etický kodex platný pro celou společnost nese název Editorial Guidelines. Řídí se jím všechny redakce, které fungují v rámci BBC, internetové zpravodajství nevyjímaje. Z rozsáhlých pravidel jsem vybrala ta, která se týkají právě internetového zpravodajství. A zjistila jsem, že kodexy českých zpravodajských portálů by se od Editorial Guidelines měly co přiučit.

Editorial Guidelines redakci tvořící pro portál BBC.com přikazuje, aby online obsah průběžně aktualizovala, archivovala a u každého příspěvku jasně uvedla, kdy byl publikován poprvé a kdy přesně u něj došlo k poslední aktualizaci. V kodexech, kterými se řídí české servery, nic podobného napsané není, i když to podle mého názoru jsou zásadní pravidla pro fungování zpravodajského portálu. Je však pravda, že české portály se podle těchto pravidel chovají, i když je nemají sepsaná. Průběžné aktualizování a archivování vyžaduje totiž publikum webu.

Samostatná kapitola je věnovaná programu webu BBC, který musí být vhodný pro širokou společnost včetně dětí. V případě, že by nějaký článek, video, audio nebo fotografie pro děti vhodné nebylo, musí to být jasně označeno. Dále musí obsah odpovídat očekávání veřejnosti. Toto pravidlo platí také pro odkazy na jiné internetové stránky. I ty nesmí být něčím závadné nebo nebezpečné. BBC za odkazy na třetí strany ručí stejně, jako je zodpovědná za svůj obsah. Zároveň se však Editorial Guidelines zmiňují o tom, že obsah

internetových stran provozovaných společnostmi BBC musí odpovídat domovskému médiu, tedy rádiu a televizi. Předpokládá se totiž, že publikum je podobné a proto si vyžaduje i podobný přístup a typ informací. Toto pravidlo je doplněno dalším, výstupy jednotlivých typů médií, které BBC provozuje, nesmí být totožné. Znamená to tedy, že jednu zprávu ve stejném znění nelze odvysílat v rádiu a televizi, nesmí být publikovaná ale ani na internetu. Samozřejmě, důležité zprávy reflektují všechny redakce v rámci BBC, každá je však zpracovává svým způsobem.

V tom také tkví jeden ze základních rozdílů mezi serverem BBC a jeho mateřským médiem a například serverem iDNES.cz a jeho domovskou Mladou frontou Dnes. Prakticky denně jsou v tištěné verzi novin články podepsané redakcí iDNES.cz, které jsou převzaté slovo od slova.

Jak už jsem naznačila, etický kodex BBC se zaměřuje také na hypertextové odkazy na další zdroje. Na rozdíl od českých serverů je BBC totiž používá. Dokonce se tato organizace považuje za průvodce webem. Podle kodexu odkazuje na další informace, materiály a informační zdroje a komentáře. V pravidlech je ale také zákaz, z webu BBC se nesmí odkazovat na komerční internetové stránky a odkazy nesmí být do textu dávány za finanční nebo jiné výhody.

V tom je tento kodex od českých naprosto odlišný, kodexy českých zpravodajských portálů se o odkazech zaprvé nezmiňují a zadruhé jsou české články plné reklamních odkazů, které se zpravodajstvím nemají nic společného.

Editorial Guidelines se zmiňují také o opravě a mazání, avšak podobným způsobem jako kodexy české. Z webu BBC se zpráva maže pouze z právních důvodů, pokud dojde k porušení bezpečnosti nebo pokud dojde k porušení redakčních pravidel a takové porušení se nedá opravit jinak než stáhnutím daného obsahu. Co se týče oprav, Editorial Guidelines požadují potvrzení chyby a rychlé, jasné a odpovídající opravení. Neuvádí ale způsob opravení a mazání.

## 6.2 The New York Times

Pravděpodobně nejdůležitějším médiem ve Spojených státech amerických a celé Americe je deník The New York Times. Založen byl už v roce 1851. Získal si věhlas po celém světě a podobně jako BBC i tento deník šíří zprávy do celého světa. The New York Times Company vydává i několik dalších listů, stejně tak provozuje zpravodajské servery, které jsou přidruženy k tištěným novinám (NYTimes.com, Bostonglobe.com). Pro všechny je závazný dokument, který nese název The New York Times Company Policy on Ethics in Journalism.

I tento kodex je oproti těm českým výrazně delší a podrobnější. Všeobecně se daleko více zaměřuje na možný střet zájmů, poměrně výrazně zasahuje také do osobního života novinářů. Neutralita je totiž pro The New York Times a jeho internetový portál to nejdůležitější. Speciálně se tak věnuje například možnému blízkému vztahu novináře s jakýmkoli informačním zdrojem nebo členům rodiny, kteří vykonávají veřejnou funkci nebo jinak zasahují do společenského dění. Tento kodex platí jak pro redaktory, tak pro další zaměstnance společnosti, jako jsou reportéři, sloupkaři, editoři, šéfredaktoři, fotografové, obrazoví editoři, grafici, rešeršisté a další. V mnohém je také daleko přísnější než kodexy české (pravidla pro používání press karet a jiné výhody, které jsou nabízeny novinářům, speciální pravidla chování redaktorů ve sportovní nebo kulturní rubrice, vystupování v jiných médiích, vydávání vlastních publikací atd.).

Na rozdíl od Editorial Guidelines, kterými se řídí BBC, kodex pro The New York Times a NYTimes.com se nevěnuje v takové míře online žurnalistice. Zaměřený je především na chování novinářů v práci a ve volném čase.

Co se týká internetového prostoru, zmiňuje pouze blogy a osobní webové stránky, které si redaktoři mohou vést. Na blozích a jim podobných platformách se podle kodexu zaměstnanci The New York Times Company mohou vyjadřovat jen k tomu, o čem nereferují v práci. Blogy mohou být pouze osobní, psát můžou o jídle, sportu nebo například hudbě, nesmí se ale vyjadřovat k veřejným záležitostem. Zároveň obsah takových stránek musí podle kodexu být vkusný, musí respektovat důstojnost a soukromí jiných, nesmí nikoho pomluvit nebo ponížit.

O hypertextových odkazech se kodex nezmiňuje, říká ale, že s konkurencí se jedná otevřeně a čestně. Podle pravidel novináři v The New York Times nedělají konkurenci překážky, nepřekazují jim jejich úmysly a v případě, že užijí jejich informace, tak je zdrojují.

Nepříliš konkrétní je kodex také v případě opravování chyb. Oprava má být podle kodexu zveřejněna na předním místě v odpovídajícím čase.



## 7 Závěr

Než jsem začala bakalářskou práci psát, myslela jsem si, že zpravodajské weby jsou regulovány vlastními etickými kodexy. Předpokládala jsem totiž, že pro jejich správný chod jsou potřeba i jiná etická pravidla než ta, která jsou definovaná pro novináře pracující v denním tisku. Mýlila jsem se, protože všechny etické kodexy českých zpravodajských serverů platí pro tištěnou verzi média i jeho internetový protějšek. Výjimku tvoří akorát online deník Aktuálně.cz, který nemá jinou spřátelenou redakci, se kterou by kodex mohl sdílet. Na české mediální scéně totiž figuruje sám.

Překvapilo mě, že stejný model funguje také v zahraničí, ani tam totiž zpravodajské servery nemají vlastní etické kodexy. Když jsem pátrala po vysvětlení, narazila jsem na stanovisko The Knight Digital Media Center, které spolupracuje se dvěma univerzitami v Kalifornii (University of Southern California a University of California at Berkeley Graduate School of Journalism) a jejich obory žurnalistika a komunikace. Stanovisko se jmenuje The Online Journalism Review a hned na začátku upozorňuje, že etika online žurnalistiky se neliší od etiky tradiční žurnalistiky. Podle „kodexu pro online žurnalisty“ je ze všeho nejdůležitější nestrannost, pravdivost, bezchybné ověřování, transparentnost, vyloučení konfliktu zájmů, odmítnutí plagiátorství, zdrojování, nevyužívání statusu novináře pro vlastní účely, čestnost, neúplatnost a dávání prostoru vyjádřit se těm, o kterých novinář píše. Pro zpravodajské servery však dále platí, že by měly na svoje zdroje odkazovat pomocí linku. Uvádění původu informace však platí pro všechny novináře.

Potvrdil mi to také Petr Adler, český novinář, který od roku 1980 žije a pracuje v kanadském Edmontnu: *„Základní pravidla slušného chování, čili etiky, zůstávají stejná. V Kanadě jsou shrnuta do Canadian Press Stylebook and Rulebook. V těchto knihách, sepsaných tiskovou agenturou, jejímiž členy donedávna byly bezmála všechny větší sdělovací prostředky, je shrnut nejen způsob psaní, ale také seznam některých etických zásad,“* napsal mi v e-mailu.

I on vyjmenovává nejdůležitější pravidla, kterými by se měl nejenom kanadský novinář řídit, ať už se jeho práce objevuje v tisku, televizi nebo na internetu. Zaprvé musí při každé příležitosti říci, že pracuje jako novinář, zadruhé musí svému vedení a publiku oznámit

možný střet zájmů, zatřetí nesmí bez souhlasu vedení redakce někomu slíbit, že jeho informace bude publikovaná bez uvedení zdroje.

Tedy, aby zpravodajský server mohl fungovat bez porušování etických novinářských zásad, mělo by stačit, aby se novinář choval podle svého nejlepšího svědomí, aby dodržoval zákony platné pro danou zemi a aby se řídil obecnými pravidly pro práci novináře. Podobně se vyjádřil také Dalibor Balšínek, který zaštiťuje servery iDNES.cz a Lidovky.cz.

České servery se však často chovají naprosto odlišně. Potvrdil to i dotazník pro šéfredaktory, který jsem vytvořila pro potřeby této práce. Nejvíce se odpovědi respondentů lišily u otázky publikování fotografií, které zachycují tragickou dopravní nehodu. Jedni byli pro, jiní nikoli. Někteří šéfredaktoři odlišně odpovídali také na to, jak zacházet s informacemi ze sociálních sítí. Většina takové informace ověřuje důkladně, jiní, pokud pochází z oficiálního profilu, je neověřují vůbec. Přístupy se tedy liší. Protože neexistují žádná obecná pravidla a na podobně sporné situace zapomínají i etické kodexy, rozhodnutí leží právě na šéfredaktorovi či editorovi zpravodajského portálu. Jejich soudy můžeme hodnotit pouze podle toho, jak bychom se v takových situacích zachovali my.

Při získávání materiálů pro tuto práci jsem objevila zajímavou věc. Většina kodexů, které jsem analyzovala, má stejného autora. Takřka všechny pocházejí ze základu, který stanovil Roman Gallo. Ten stál u zrodu většiny českých zpravodajských serverů, vystřídal také řadu redakcí. Právě díky tomu se mnou zkoumané etické kodexy liší jen v drobnostech. A možná proto, že je vždy tvořil stejný člověk, všechny opomíjí online žurnalistiku, kterou naopak má v Editorial Guidelines dobře zakomponovanou britská BBC.

Překvapující je také to, že některé servery etický kodex sepsaný nemají, například Lidovky.cz nebo Týden.cz. V případě druhého jmenovaného je to víc než zarážející, protože právě týdeník Týden byl po revoluci prvním tištěným českým médiem, které disponovalo etickým kodexem. Navíc, jestli původní kodex stále platí, nebo ne, si musela asistentka šéfredaktora Týdne i šéfredaktorka Týdne.cz ověřovat. Ani jedna nedokázala ihned říci, jestli nějaký kodex mají.

Zvláštní byla také spolupráce se serverem ParlamentníListy.cz. Jejich šéfredaktor mi několikrát slíbil, že mi kodex poskytne, nicméně tak ani po několika připomenutích a

telefonické domluvě neučinil. Za vše mluví také to, že údajně nejdřív musí kodex upravit. Za zhruba dva měsíce toho nebyl schopen.

Protože internet je médium, které se každým dnem vyvíjí, vyvíjí se také nová pravidla, která souvisí s etikou. V průběhu práce se tak například začala tvořit pravidla pro přebírání a citování zpráv na internetu. Dokument připravuje Česká tisková kancelář s dalšími vydavateli a některými zájmovými sdruženími. *„Účastníci a obsah budou zveřejněni, až bude dokument podepsán,“* napsal mi ředitel České tiskové kanceláře Jiří Majstr.

Bližší informace k chystaným pravidlům mi prozradil Dalibor Balšínek z Lidových novin. Chystaná pravidla mají zabránit tomu, aby informace z tištěných novin skrz Českou tiskovou kancelář nepřebíraly zpravodajské servery. Agentura totiž monitoruje první vydání novin už o půlnoci a informace o obsahu zpřístupní svým odběratelům. Už brzo ráno zpravodajské servery tyto zprávy přebírají a čtenáři tak nemají důvod kupovat si aktuální vydání novin, když vše důležité si přečtou na internetu. *„Svádí se boj o obsah, weby a deníky si totiž vzájemně kradou zprávy. Dá se to nazvat krádeží, i když je u zpráv uvedený zdroj. Čtenářům tak prakticky stačí číst jen jeden server, protože ten za něj monitoring médií udělá. Nevím, jak se tato pravidla budou implementovat, nebude to vůbec jednoduché. Hráčů, kteří kradou, je hrozně moc. Například regionální média ČTK vůbec neodebírají, zprávy si berou pouze z webu,“* prozradil Dalibor Balšínek.

V momentě psaní této práce etika českých zpravodajských serverů vypadala tak, jak jsem ji popsala. Etika v případě online žurnalistiky, jak jsem naznačila, se neustále vyvíjí. Je tedy možné, že za několik měsíců bude vše jinak.

## **Summary**

The author of this thesis found that not all of the editorial boards of Czech web journals have written down their code of ethics. Further some of the chief editors of these web journals are not willing to share it. Only one code of ethics is publicly available on the internet. The thesis reveals that the web journals not having their own code of ethics commonly use those valid for printed media. This model is common abroad. An interesting fact is that the majority of codes of ethics the author studied were based on the foundations of one person who worked for nearly all of the large Czech web journals and daily press. The codes of ethics coincide a lot as a consequence. Based on the questionnaire designed for the purpose of this thesis, not all of the chief editors have the same attitude for the given topic. In many cases there are huge differences in what is considered to be ethical.

## Použitá literatura

### **Knihy:**

ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1994. 292 s. ISBN 80-7113-111-3.

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 210 s. ISBN 978-80-247-3452-1.

BLACK, Jay a Chris ROBERSTS. *Doing ethics in media: theories and practical applications*. New York: Routledge, 2011, 441 s. ISBN 978-0415-88154-8.

BRÁZDA, Radim. *Úvod do srovnávací etiky*. 1. vyd. Praha: Koniasch Latin Press, 1998. 177 s. ISBN 80-85917-46-7.

JANOTOVÁ, Helena et al. *Profesní etika*. 1. vyd. Praha: Eurolex Bohemia, 2005. 96 s. ISBN 80-86861-42-2.

JIRÁK, Jan et al. *10 let v českých médiích*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 142 s. ISBN 80-7178-925-9.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. 310 s. ISBN 978-80-7367-698-8.

KOUBEK, Jiří et al. *Z vůle médií*. 1. vyd. Praha: Hermes, 2006. 183 s. ISBN 80-903852-0-6.

McNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 182 s. ISBN 80-7178-840-6.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007. 447 s. ISBN 978-80-7367-338-3.

MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Votobia, 2003. 261 s. ISBN 80-7220-157-3.

OSVALDOVÁ, Barbora et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. rozš. vyd. Praha: Karolinum, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.

OSVALDOVÁ, Barbora et al. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2001. 155 s. ISBN 80-246-0248-2.

OSVALDOVÁ, Barbora et al. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9.

OSVALDOVÁ, Barbora et al. *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb*

*nová média teoreticky i prakticky*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009. 195 s. ISBN 978-80-246-1684-1.

POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií*. 1. vyd. Praha: Leges, 2010. 272 s. ISBN 978-80-87212-48-6.

RUß-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ. *Žurnalistika: Kompletní průvodce praktickou žurnalistikou*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 292 s. ISBN 80-247-0158-8.

REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010. 310 s. ISBN 978-80-8101-376-8.

SANDERS, Karen. *Ethics & journalism*. London: Sage Publications, 2003, 196 s. ISBN 0-7619-6967-5.

THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 167 s. ISBN 80-7178-806-6.

VLASÁK, Rudolf. *Světový informační průmysl: učební text pro posluchače Filozofické fakulty UK*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1999. 341 s. ISBN 80-7184-840-9.

WHEELER, Tom. *Phototruth or Photoficition?: Ethic and media imagery in the digital age*. vyd. 1. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2002. 218 s. ISBN 0-8058-4261-6.

WARD, Mike. *Journalism online*. Oxford: Focal Press, 2001, 214 s. ISBN 0-240-51610-9.

#### **Články:**

MORAVEC, Ondřej. Webové stránky nejsou tiskovinou. *Správní právo*. 2007. roč. 40, č. 3. ISSN 0139-6005.

#### **Weby:**

*Aktuálně.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.aktualne.cz/>

*Blesk.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/>

*Deník.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/>

*iDNES.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.idnes.cz/>

*iHNed.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.ihned.cz/>

*Lidovky.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.lidovky.cz/>

*ParlamentníListy.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.parlamentnilisty.cz/>

*Týden.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.tyden.cz/>

### **Jiné dokumenty:**

AKTUÁLNĚ.CZ. *Etický kodex Obsahových služeb*. 2005. Dostupné z: <http://www.aktualne.centrum.cz/blogy-a-nazory/clanek.phtml?id=747>

VLTAVA-LABE-PRESS. *Etický kodex Deníků VLTAVA-LABE-PRESS a.s.*

ECONOMIA. *Etický kodex vydavatelství Economia*. 2011.

RINGIER AXEL SPRINGER. *Code of Conduct: Kodex chování pro společnosti skupiny Ringier Axel Springer*. 2010.

BBC. *BBC Editorial Guidelines*. 2005. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/>

The New York Times. *The New York Times Company Policy on Ethics in Journalism*. 2005. Dostupné z: <http://www.nytc.com/press/ethics.html>

### **E-články:**

Článek o romském pokladníkovi byl podvrh. *Lidovky.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z: [http://www.lidovky.cz/clanek-o-romskem-pokladnikovi-byl-podvrh-fp3-/ln-media.asp?c=A120222\\_114900\\_ln-media\\_ogo](http://www.lidovky.cz/clanek-o-romskem-pokladnikovi-byl-podvrh-fp3-/ln-media.asp?c=A120222_114900_ln-media_ogo)

KOČÍ, Petr. Roman Gallo: Multimédia by neměla sloužit jako zástěrka pro nekvalitní zpravodajství. *Lupa.cz* [online]. 2011 [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/roman-gallo-multimedia-by-nemela-slouzit-jako-zasterka-pro-nekvalitni-zpravodajstvi/>

NILES, Robert. What are the ethics of online journalism?. *The Online Journalism Review* [online]. [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <http://www.ojr.org/ojr/wiki/ethics/>

Romové založili stranu a peníze jsou fuč. *iDNES.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z: [http://zpravy.iDNES.cz/sotva-romove-zalozili-politickou-stranu-zmizel-pokladnik-s-prispevky-13u-/domaci.aspx?c=A120210\\_131857\\_usti-zpravy\\_oks](http://zpravy.iDNES.cz/sotva-romove-zalozili-politickou-stranu-zmizel-pokladnik-s-prispevky-13u-/domaci.aspx?c=A120210_131857_usti-zpravy_oks)

Sotva Romové založili politickou stranu, zmizel pokladník s příspěvkem. *iDNES.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z: [http://zpravy.iDNES.cz/sotva-romove-zalozili-politickou-stranu-zmizel-pokladnik-s-prispevky-13u-/domaci.aspx?c=A120210\\_131857\\_usti-zpravy\\_oks](http://zpravy.iDNES.cz/sotva-romove-zalozili-politickou-stranu-zmizel-pokladnik-s-prispevky-13u-/domaci.aspx?c=A120210_131857_usti-zpravy_oks)

Zpráva o romském pokladníkovi byla nepravdivá. *Deník.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z: [http://www.denik.cz/z\\_domova/zprava-o-romskem-pokladnikovi-byla-nepravdiva.html](http://www.denik.cz/z_domova/zprava-o-romskem-pokladnikovi-byla-nepravdiva.html)

### **Zákony:**

Zákon č. 46 ze dne 22. února 2000 o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon). In *Sbírka zákonů České republiky*. 2000. Dostupný také z: <http://zakony-online.cz/?s128&q128=all>.

## Seznam příloh

### **Příloha č. 1: e-mail od JUDr. Heleny Chaloupkové**

(6. února 2012)

Dobrý den,

omlouvám se za opožděnou odpověď, byla jsem několik dnů v nemocnici.

Nevím kdy jste u mne studovala, v každém případě jsme nepochybně mluvili, pokud jde o odpovědnost za obsah, o celé řadě zákonů, které dopadají i na internet. Ano máte pravdu, tiskový zákon to není, on ho nepomíjí – jak uvádíte – on se na něj prostě nevztahuje, protože tiskový zákon se vztahuje jen na periodický tisk (a sice ve smyslu definice v zákoně uvedené – v každém případě musí jít o hmotné rozmnoženiny). Obsah umístěný a užívaný prostřednictvím internetu má nehmotnou povahu. Obecně lze uvést, že některé otázky týkající se zejména odpovědnosti upravuje zákon č. 480/2004 Sb. (zákon o některých službách informační společnosti), provozování služeb a s tím související otázky – zákon č. 127/2005 (o elektronické komunikaci). A pokud jde o samotný obsah, pak se na něj vztahují veškeré obecně závazné předpisy upravující otázky týkající se ochrany osobnosti, dobré pověsti, nekalé soutěže, reklamy a její regulace, včetně trestněprávních předpisů atd. Samozřejmě i autorský zákon. Může se na ně vztahovat i zákon č. 132/2010 Sb. (o audiomedialních službách na vyžádání, pokud je obsahem serveru i poskytování tzv. služeb na vyžádání – katalog dokumentů, filmů, spotů apod.).

Uzavřít lze tak, že speciální úprava týkající se jen provozování zpravodajských serverů apod. neexistuje, je nutné vzít v úvahu vše co je uvedeno výše.

Přeji příjemné studium

Helena Chaloupková

### **Příloha č. 2: e-mail od Ludmily Rakušánové**

(5. dubna 2012)

Dobrý den,

v příloze najdete první Kodex deníků VLP, který jsem vypracovávala společně s krajskými šéfredaktory v roce 2004, když jsem byla šéfredaktorkou centrální redakce. (Na konci kodexu je o vzniku kodexu pár řádek). Orientovala jsem se podle kodexů regionálních deníků v Evropě.

Tento kodex platil do té doby, než se stal šéfredaktorem centrální redakce Roman Gallo. Ten přišel do VLP z funkce šéfredaktora Aktuálně.cz a předtím šéfoval v Hospodářských novinách. Do VLP přinesl kodex, který platil původně v HN a pak v Aktuálně.cz, (odtud ta shoda).

Mějte se fajn.

Lída Rakušánová



### **Příloha č. 3: e-mail od Romana Galla**

(19. dubna 2012)

Hezky den přeji,  
dole naleznete moji stručnou reakci. Pokud byste potřebovala cokoli více, dejte mi prosím vědět.

Mějte se fajn  
Roman G.

Ano, pravda je to, že jsem se podílel na vzniku etických kodexů pro redakce, které jsem vedl. Šlo o etické kodexy pro Hospodářské noviny, Aktuálně.cz a Deníky. Předtím jsem se podílel na vzniku etického kodexu MF DNES a poté na kodexu Naší Adresy. Mimochodem v těchto dnech připravujeme etický a profesionální kodex pro saudské vydavatelství ALYAUM (Dnes).

Ohledně stejného základu kodexů: Ano, bezpochyby ve všech kodexech se prolínají stejné myšlenky, principy, na nichž by podle mého názoru a názorů mých tehdejších spolupracovníků měla stát práce novináře, mělo fungovat slušné médium. Na druhou stranu ale kodexy se vyvíjely stejně, jako se vyvíjely naše, moje názory a navíc vždy musely reflektovat charakter media, pro který byly vytvořeny. Nicméně základní stavební kameny všech zmíněných kodexů jsou stejné.

Pokud si pamatuji, tak kodexy vznikaly tak, že jsme jednak ve vedení redakce nadefinovali naše principy fungování, co bychom měli chtít sami od sebe, od našich novinářů, jednak jsme prostudovali různé externí vzory. Zpravidla nejkomplikovanější pak byla debata s vydavatelem, neb v některých bodech se kodexy dotýkaly obchodní aktivit firmy atd. Zásadní pak bylo to, že v některých redakcích, jsme kodex nenechávali pouze jako deklaraci, ale byl to do určité míry právně závazný dokument, jehož hrubé porušení mohlo vést až k propuštění zaměstnance redakce.

To, že některé kodexy platí v „mojí“ podobě mě na jednu stranu těší. Na stranu druhou, a ta je mnohem podstatnější, nestačí, když jsou napsané, ale především se musí dodržovat. A tady musím říci, že když čtu česká média, i ta, která jste zmiňovala, tak mnohdy vypadají, že buď etický kodex nemají vůbec, anebo stojí na takových základech, které jsou vzdáleny mým představám o fungování slušných novin, slušného zpravodajského webu.

### **příloha č. 4: e-mail od JUDr. Jiřího Majstra, MBA**

(5. dubna 2012)

Dobrý den,

- a) s dalšími vydavateli a některými zájmovými sdruženími (nikoli jen servery) připravujeme pravidla pro přebírání a citování zpráv na internetu, nikoli tedy celkový etický kodex; účastníci a obsah budou zveřejněni, až bude dokument podepsán
- b) na etickém panelu ČTK pracuji
- c) etický kodex ČTK vám pošlu, ne však dnes, protože jsme se interně domluvili na drobné úpravě; ještě letos bude zcela veřejný, protože není důvod ho tajit

Hezké svátky,  
JM

## **Příloha č. 5: e-mail od Petra Adlera**

(18. dubna 2012)

Dobrý den,  
jeden odkaz, který se bude patrně dotýkat vaší práce, naleznete zde:  
<http://www.pcc.org.uk/cop/practice.html>.

Povšimněte si laskavě, že se ta pravidla týkají VŠECH druhů sdělovacích prostředků, od novin, přes rozhlas, televizi, film až k těm tzv. novým sdělovacím prostředkům (záměrně se vyhýbám výrazu internet nebo web, neboť tady může dojít ke změnám dřív, než vám odešlu tuto odpověď). Povšimněte si také, že členství v Britské tiskové radě NENÍ povinné. Neznám přesná procenta, avšak (pokud vím) většina britských sdělovacích prostředků JE členem. Jelikož ale jde o dobrovolnou společnost, nejsou ani její rozhodnutí závazná ze zákona.

Mezi Británií a severní Amerikou jsou některé zásadní rozdíly. Nejdřív Kanada, o níž bych toho snad měl vědět víc. Existují provinční tiskové rady, opět dobrovolné, a jejich úkolem je zkoumat stížnosti těch, kteří se cítí být nějak postiženi. Rozhodnutí těchto rad opět není ze zákona závazné, avšak běda tomu, kdo se na to vykašle. Pak ještě samozřejmě jsou soudy a většina novin mívala své spravedlivé (ombudsmany), jenže v rámci šetření je už většina novin nemá.

Pokud jde o nové sdělovací prostředky, z převážné většiny jsou tak či onak spojeny s tzv. tradičními prostředky (noviny, rozhlas, televize). Ona manželství jsou poněkud chaotická, neboť nové sdělovací prostředky musí, aby přežily, přistupovat k věcem poněkud jinak než jejich rodiče. Ať už jde o okamžitost, nebo o schopnost použít různých výrazových prostředků (multimédia). Základní pravidla slušného chování, čili etiky, však zůstávají stejná. Jsou shrnuta do tzv. Canadian Press (CP) stylebook and rulebook. V těchto knihách, sepsaných tiskovou agenturou, jejímiž členy donedávna byly bezmála všechny větší sdělovací prostředky, ale to se v poslední době trochu změnilo, je shrnut nejen způsob psaní, ale také seznam některých etických zásad.

Takže: novinář se VŽDYCKY (kromě snad společenských záležitostí, na nichž není pracovně) MUSÍ představit i s tím, že je novinářem, a musí též říci, pro který sdělovací prostředek pracuje. V případě oné společenské záležitosti, kdyby se mu stalo, že by mu někdo řekl něco, co by mělo být zveřejněno, musí se představit alespoň dodatečně, a dotyčného či dotyčnou požádat, aby výrok zopakoval/a za účelem zveřejnění. Neučiní-li tak, je to nejen tzv. hřích jménem „gotcha journalism“ (gotcha = got you, v podstatě: to jsem tě nachytl/a), ale hlavně je to trestný čin podle paragrafu o tzv. „entrapment“, čili chycení do pastí, neboli použití neoprávněné lsti. V této souvislosti jsou známy případy, kdy se novinář hájil, že citovaný MĚL vědět, že šlo o novináře, ale než se stačil ozvat právník žalující strany, smetl to soudce otázkou: Odkud to měl vědět? Představil jste se jako novinář? Ne? Neplatná obhajoba (overruled). Tohle samé platí bez výjimky o natáčení (zvukovém či obrazovém) bez vědomí natáčeného. To je dvojice trestných činů (entrapment a privacy violation) a zachází se s nimi podle toho. Zažil jsem tuto výměnu: Měl jste k tajnému pořizování záznamu souhlas alespoň smírčího soudce? Odpověď: Neměl, vždyť nejsem policie (doslova to znělo: law enforcement

agency). Čili, uzavřel soudce, jste ani neměl právo žádat smírčího soudce, natož pak používat policejních taktik.

Novinář MUSÍ přiznat jakýkoliv, byť jen zdánlivý, střet zájmů. V takovém případě, i kdyby šlo o věc, kde to jen VYPADÁ jako střet zájmu, předá jeho nadřizeny okamžitě věc někomu jinému.

Tzv. off-the-record, for the background, a vůbec utajování zdrojů: Novinář NESMÍ bez schválení vedení redakce nikomu slibovat, že jeho výpověď je, a bude, off-the-record, čili informace zveřejněná bez sdělení zdroje. Vedení redakce potřebuje ke svému vyjádření (rozhodnutí) znát nejen jméno zdroje, který si přeje zůstat utajen, ale také důvody, které jej vedou k této žádosti. V případě, že vedení redakce souhlasí, musí být informace sdělena v anonymitě podepřená nejméně dvěma (na sobě naprosto nezávislými) dalšími zdroji, z nichž alespoň jeden je ochoten nechat zveřejnit své jméno včetně popisu, jakým způsobem je věci účasten. Zdroje blízké vyšetřování či dobře informované zdroje seznámené s případem a podobné úskoky jsou souhlasu vedení redakce zakázané.

Ve Spojených státech platí podobná pravidla, jsou shrnuta do knihy jménem Associated Press (AP) stylebook and rulebook. Jako v Kanadě, tak v USA se většina sdělovacích prostředků řídí alespoň základními částmi těchto dvou biblí, někdy ale tak, že podle nich sepíší svá pravidla (například novinář smí přijmout pohoštění do množství toho, co sní a vypije na jedno posezení: food and beverages consumed in one sitting).

Budete-li si to přát, poptám se kolegů z CP a AP, zda by byli ochotni se podělit s vámi každý o jeden výtisk svých pravidel, případně bych se domluvil s kolegy ze spolku jménem Editor&Publisher, což je spolek, který sdružuje šéfredaktory a vydavatele všech významných amerických sdělovacích prostředků, jestli mají oni nějaké takové dílo, že by vám ho poslali.

Jen na okraj: ptala jste se na čistě nové sdělovací prostředky, nespojené s novinami, rozhlasem či televizí. Takových moc není, nejvýznamnější jsou tzv. drudgereport.com nebo huffingtonpost.com, jinak ale jde většinou o blogy, a většina autorů těchto publikací se ani netváří, že jsou novináři z povolání, takže většinou na pravidla kašlou. Pak se dost diví, když stojí před soudem: zveřejnění totiž zůstává zveřejněním, ať už je člověk profesionál nebo ne.

Takže tohle jen tak pro začátek. Dejte mi, prosím, vědět, co více byste potřebovala, snad to budu vědět, nebo budu tušit, kde to najít.

Zlomte s tou diplomkou vaz ...

## **Příloha č. 6: rozhovor s Mgr. Daliborem Balšínkem**

(13. dubna 2012)

### **Proč Lidové noviny ani Lidovky.cz nemají etický kodex?**

Kodex má Mladá fronta Dnes a iDNES.cz. Kodexy nepovažují za nutnost, protože když se novinář drží zákonných pravidel, dodržuje tiskový zákon a pravidla slušného chování, tak kodex v zásadě nepotřebuje.

### **Když nemáte vlastní kodex, řídíte se nějak českým Syndikátem novinářů?**

Ne. Já členem nejsem a myslím, že ani nikdo z členů redakce není. Považuji to za nepotřebné a zbytečné.

### **S Mladou frontou máte stejného vydavatele, proč nemáte společný kodex jako Hospodářské noviny a iHNed.cz, které jsou také pod jedním vydavatelem?**

Lidové noviny se staly součástí vydavatelství Mafra a.s. až před dvěma lety, předtím byly jen vlastněny Mafrou, dnes je Mafra vydavatelstvím. Proto to u nás zatím nefunguje jako v Economii, kde jeden kodex platí pro víc subjektů.

### **Údajně se chystají pravidla, takový etický kodex, který by měl platit pro ČTK a další subjekty. Víte o tom něco?**

Internetové zpravodajství přináší mnoho nových aspektů, na které nikdo nebyl připraven a nějaká regulace nebo nastavení určitých pravidel bude muset přijít. Především z toho důvodu, že weby si vzájemně kradou zprávy. Dá se to nazvat krádeží, i když je uvedený zdroj. Čtenářům prakticky stačí číst jen jeden server, protože ten za něj monitoring zpráv udělá. Vydavatelé už začínají hledat nějaká pravidla přejímání zpráv. Svádí se boj o obsah. Přitom největším loupežníkem je Google, který díky svému agregátu nepochybně všem bere čtenáře.

Noviny se vytisknou o půlnoci, ČTK to zmonitoruje a než si ráno lidé koupí noviny, tak už zprávy mají na webech. Protože si to z ČTK ostatní servery vzaly. To dříve nebylo, dříve noviny citovalo akorát rádio. Dříve se kvalita média posuzovala také podle toho, jak často je citováno. Když ještě neexistovaly zpravodajské servery, tak na jiná média se mohlo odkazovat až den poté. Dříve vám tedy nezbyvalo nic jiného, než si noviny koupit. Dnes na všech serverech už ráno je, s čím ten den přišly noviny. Děje se tak zejména v případě důležitých rozhovorů, reportáží nebo odhalení.

Podle nových pravidel by mělo platit, že o tom, jestli médium má být citováno, rozhodne vlastník obsahu. Nevím, jak se to bude implementovat, nebude to vůbec jednoduché. Hráčů, kteří kradou, je hrozně moc. Například regionální média ČTK vůbec neodebírají a všechny zprávy si berou jenom z webu. Rozdíl oproti hudbě je, že nekradou uživatele, ale provozovatele.

### **Měly by zpravodajské servery s odkazem dávat také linky na konkurenční weby?**

Pravidlo je takové, že se cituje, ale nedělá se odkaz. Mezi Lidovkami.cz a iDNESem.cz aktivní odkazy máme. Počet lidí, kteří jdou na odkaz, a zajímá je původní informace, se pohybuje v řádu promile. Dávat linky nemá smysl. To si akorát novináři honí prsa, že někdo něco měl jako první. Někdy to může mít nějaký efekt, ale v 99 procentech případů nemá. Aktivní odkazy mezi Lidovkami a iDNESem jsme udělali, abychom zjistili, jak to funguje. A výsledek je nula. Lidem je úplně jedno, kde co čtou.

### **Berete sociální sítě jako relevantní zdroj informací?**

Ano. Žádný politik, s výjimkou snad Klause, si nepíše vlastní projevy. Všem prohlášení někdo píše. To není případ jen sociálních sítí, ale i tiskových prohlášení. Bere se však za to, že to řekl konkrétní politik. Pokud na jakékoli sociální síti víme, že je to oficiální stránka dané osoby, tak informaci z ní stejně jako tiskovou zprávu speciálně neověřujeme.

**Nepřavdivou zprávu u pokladníkovi z romské politické strany, který utekl s penězi, server Lidovky.cz nepřebíral. Jak byste se ale choval, kdyby se na Lidovkách.cz objevila lživá zpráva?**

Jsem zastáncem toho zprávu vymazat. Od toho web je. Protože když ji tam necháte, implikuje to tvrzení, že na každém šprochu pravdy trochu. Kolega Hanák mazat nechce. Nepovažuji to za problém, je potřeba se omluvit a říci, co se stalo a zprávu dát pryč.

**Jak byste se zachoval, kdyby vám někdo nabídl fotografie z pohřbu Václava Havla, na kterých je bývalý prezident zachycen v rakvi tak, jak ho naposledy viděli jeho nejbližší.**

V Lidových novinách by za ně nedostal žádný honorář, lidé jsou zvyklí takové fotografie posílat spíš do Blesku. Kdyby byla fotografie důstojná, zjistili bychom si, kdo ji udělal a jestli by s uveřejněním příbuzní neměli problém. Loučení se s Václavem Havlem je naprosto normální. I historicky v případě velkých osobností, například v případě papeže, vidíte, jak se mu lidé chodili klonit. To je typ fotografie, který není defektní a není ani proti pravidlům. V katolické křesťanské společnosti se tělo ukazuje, neviděl bych v tom tedy problém. Určitě bychom ji publikovali.

**Jak se stavíte k fotografiím, které zachycují smrtelné nehody?**

Fotografie obličejů a mrtvých těl se k článkům vůbec nedávají. Málokdy vidíte reálnou fotku. Když už takové fotografie jsou, tak se schovávají obličej. Dochází totiž také k tomu, že pozůstali takové fotky vidět nechťejí. Je jedno, jestli je člověk známý nebo ne, protože dopad na nejbližší je vždycky stejný. V případě nehody belgického autobusu ve Švýcarsku také nikdo neviděl fotky dětí po nehodě. Všechny oběti se ale ukazují, co jsou zač, tedy, jak vypadaly před smrtí. Je to trochu i pieta. Působí to také jako smuteční oznámení.

**Loni Američané dopadli a zabili Usámu bin Ládina. Nejdříve se objevila fotografie, která ale nebyla pravá. Fotografie prý vojáci pořídili, americký prezident se však rozhodl, že jsou příliš morbidní a nezveřejní je. Bylo to dobré rozhodnutí? Myslíte si, že fotografie opravdu potvrzuje skutečnost a že je lidé chtějí vidět?**

Tato věc se mě zas tak netýká a nezáleží na mém názoru. Dnes už ale neplatí, že fotka potvrzuje skutečnost. Může být nainscenovaná, nemá žádnou vypovídající hodnotu. Hitlera taky nikdo nikdy neviděl mrtvého. A kdyby vám teď někdo ukázal jeho fotku, tak si nemůžete být jisti, jestli to náhodou není fake. Kdyby fotky zachycujícího mrtvého bin Ládina byly, na faktu by to stejně nic nezměnilo.

## **Příloha č. 7: etický kodex platný pro Aktuálně.cz**

Etický kodex Obsahových služeb  
Zásady redakční nezávislosti Aktuálně.cz

### **Smysl kodexu**

#### Odpovědnost vůči firmě

Etický kodex divize Obsahové služby se snaží postihnout vztah mateřské společnosti Centrum Holdings a její obsahové divize, která vznikla proto, aby dodávala a šířila informace zpravodajské a publicistické povahy.

Kodex jako firemní dokument stojí vedle obecně platných pracovně-právních předpisů a pro každého ze zaměstnanců firmy, divize OS i externích spolupracovníků je základním popisem etických norem, na jejichž respektování stojí firemní filozofie společnosti Centrum Holdings.

Každý ze zaměstnanců a externích spolupracovníků divize OS si je přitom vědom, že respektování etického rozměru práce, a tedy jeho vlastní dobré jméno, je důležité pro vnímání serióznosti deníku Aktuálně.cz a dalších značek, které divize produkuje.

Ostatní zaměstnanci společnosti Centrum Holdings ve vztahu k obsahové divizi tato pravidla respektují rovněž a nesmí je obcházet s vědomím, že dodržování redakčního kodexu OS je předpokladem společenského a ekonomického úspěchu celé firmy.

Každý ze zaměstnanců a spolupracovníků divize OS se na druhé straně zavazuje chránit hodnoty, duševní vlastnictví a know-how mateřské společnosti i všech jejích částí.

### Odpovědnost vůči čtenáři

Tak jako je každý z členů redakce odpovědný vůči závazkům mateřské firmy, musí v obdobné míře ctít i odpovědnost vůči čtenáři.

Redakce jako celek i jednotliví pracovníci usilují o to, aby šířili informace, které jsou pravdivé, nezkreslené a úplné. Prvotním zájmem redakce přitom je poskytnout každý popis události v čase jejího děje nebo v době bezprostředně následující. Tak, aby redakce OS dostala svému poslání a umožnila občanům svobodný přístup k nezávislým informacím.

Ochrana této nezávislosti je přitom bytostnou povinností všech lidí pracujících pro OS. Sami a aktivně musí činit vše pro to, aby svému závazku dostáli a vyhnuli se tak riziku, že poškodí dobré jméno Aktuálně.cz a dalších médií divize OS. Závazek "čitelnosti" a "nezávislosti informací" vůči čtenáři respektují stejnou měrou i zaměstnanci a funkcionáři ostatních částí společnosti Centrum Holdings. V první řadě pak pravidlo, že každá forma komerční prezentace (reklama, PR apod.) umístěná v médiích produkovaných OS musí respektovat kritéria určená vedením redakce a být vždy výrazně a srozumitelně oddělena od redakčních částí obsahu.

Všechny případy komerčních aktivit a ujednání, jejichž obsah či forma by se mohly dostat do střetu s redakčním obsahem nebo jej mohly jakkoliv znedůvěryhodnit, podléhají předchozímu schválení vedením deníku Aktuálně.cz. To má přitom vymezeno právo takovou komerční aktivitu odmítnout.

Centrum Holdings je rovněž srozuměno s tím, že do redakčního obsahu médií divize OS a zejména deníku Aktuálně.cz se nesmí promítat obchodní zájmy firmy či jejích majitelů.

### **Redakční zásady OS**

#### a) Obecný přístup ke zpracování informací

- Každý zaměstnanec OS i každý z externích spolupracovníků ctí zákony České republiky nebo zákony zemí, v nichž v rámci své práce působí.
- Vyžaduje-li veřejný zájem, aby novinář při zjišťování informací nutných k ochraně tohoto zájmu učinil kroky, které mohou být později interpretovány jako porušení zákona, musí o takové aktivitě dopředu rozhodnout osoby odpovědné za publikaci (tj. šéfredaktor a ředitel), a to vždy ve shodě.
- Redakce i každý z jejích členů i spolupracovníků se vystříhá toho, aby svou prací vyzývali k jakékoli formě diskriminace.
- Člen i spolupracovník redakce se při práci nebo během všech činností s prací souvisejících musí každé třetí osobě představovat jako novinář. Výjimka z tohoto pravidla je přípustná jen ve vybraných případech tzv. pátrací žurnalistiky a vždy ji schvaluje vedení redakce.
- Redakce obecně dbá na to, aby publikované články byly objektivní, přesné a tudíž co nejúplnější. Autoři zpravodajských příspěvků nesmí informace zpracovávat na základě osobních názorů na danou věc, ale musí ctít faktické údaje.
- Vědomé zkreslování informací, které mění jejich kontext, je nepřijatelné. Každý, kdo je součástí redakce přemýšlí o tom, zda zprávy nezkruskuje i neúmyslným redakčním zásahem, například použitím nevhodného titulku, fotografie, ankety a podobně. Zavádějící zprávu, která kvůli nepravdám v zásadních rysech mění význam původního sdělení, redakce sama neprodleně opraví.

- Člen redakce se v každém jednotlivém případě snaží vážit, zda a jak zveřejnit informaci, která může být vnímána citlivě. U všech problematických bodů - ať už je to soukromí osob, možné nepravdivé interpretace informací, pro redakci nečitelný zdroj, údaje které by mohly zasáhnout emoce čtenáře atd - si tudíž člen naší redakce musí položit otázky: Je zveřejnění té věci účelné? Souvisí nějak se sdělovanou zprávou? Pokud nebude tato část zveřejněna, znamená to, že zpráva bez ní nebude úplná?

#### b) Zdrojování a autenticita informací

- Každý člen i spolupracovník redakce musí při přípravě ryze zpravodajského materiálu dát prostor všem stranám, o nichž pojednává, anebo musí v časovém rámci stanoveném pro zpracování materiálu učinit maximum proto, aby takový prostor dané straně poskytl.

- Redakce se vystříhá publikovat zpravodajské informace založené na jednom zdroji, pokud taková informace jakkoli negativně dopadá na další osobu nebo subjekt a není jinak verifikována.

Totéž platí i pro situace, v nichž by se redakce publikováním informace z jednoho zdroje mohla vystavit riziku, že se stane informačním nástrojem daného zdroje a ohrozí tak svou deklarovanou nezávislost.

- Pravidla publikování informace sdělené ústně jakýmkoli ze zdrojů musí být domluvena předem, přičemž redakce obecně nenabízí autorizaci rozhovoru. I v případě, že redakce výjimečně svolí k autorizaci, musí příslušný člen redakce nebo její spolupracovník zabránit tomu, aby byl text rozhovoru dodatečně měněn zásahem zdroje, pokud by tento zásah změnil původní smysl výroku.

- Žádný člen ani spolupracovník redakce se nesmí dopustit plagiátorství. V tématu musí vždy zveřejnit zdroje, z nichž při zpracování čerpal.

#### c) Ochrana soukromí a zdroje

- Redakce OS ctí presumpci nevinu. V trestních kauzách zveřejňuje citlivé informace o osobách (jména, rodinná situace, majetkové poměry apod.) jen tehdy, je-li taková informace věcí veřejného zájmu.

- Zaměstnanci i spolupracovníci redakce obecně respektují soukromí osob. V případech, kdy se jejich konkrétní jednání dotýká veřejného zájmu, jsou z tohoto pravidla vyjmuti lidé veřejně činní nebo veřejně známí.

- Pokud člen redakce s vědomím svého nadřízeného dojedná schůzku, jejímž výsledkem jsou informace "off-the-record", musí jakákoli z částí OS dohodu respektovat a zdroj utajit.

Obecně však platí, že ke zveřejnění citace bez uvedení zdroje přistupuje redakce jen ve výjimečných situacích, kdy se jedná o informaci nejvyšší priority (=veřejný zájem), kterou není možno získat a publikovat jiným způsobem.

- U citlivých informací publikovaných ve veřejném zájmu, kde zůstává původní zdroj veřejnosti utajen, redakce chrání identitu zdroje, i když je vystavena hrozbě postihu od jakékoli ze složek státní moci. Šéfredaktor v takovém případě požádá redaktora, aby mu sdělil jméno zdroje informace ještě před jejím zveřejněním.

#### d) Konflikt zájmů

- Členové redakce ani spolupracovníci nesmí zpracovávat zpravodajské materiály o jakékoli organizaci či skupině, jejímiž jsou členy.

- Účast v politických a zastupitelských orgánech musí členové redakce i spolupracovníci bez vyzvání oznámit vedení OS.

- Stejně tak musí každý, kdo publikuje v médiích divize OS, dopředu oznámit jakýkoli konflikt zájmů vyplývající z ekonomické zainteresovanosti (členství v orgánech firem, majetkové podíly, přímá zainteresovanost rodiny apod.).

V případech, kdy by se takový pracovník OS dostal do situace, že by měl publikovat zpravodajský materiál týkající se informace, na níž má ekonomický zájem, musí to odmítnout.

- Členové redakce ani spolupracovníci se nesmějí podílet na náboru inzerce pro OS. Stejně tak nesmí slibovat článek výměnou za inzerci.

- Členové redakce nespolupracují s médii, která jsou přímými konkurenty. Výjimku může povolit výhradně vedení OS.

#### e) Služební cesty a dary

- Služební cesty hradí redakce. Členové redakce mohou ve vybraných případech cestovat i za peníze třetího subjektu, vždy však při splnění následujících pravidel:

a) Cesta má pro divizi OS jednoznačnou zpravodajskou hodnotu.

b) Nestandardní parametry cesty schválil šéfredaktor, a to dopředu.

c) Firma či instituce, která cestu financuje, bude prostřednictvím dopisu šéfredaktora dopředu seznámena s tím, že si pracovník OS vyhrazuje právo na objektivní pohled včetně nezávislé kritiky.

- Členové redakce nesmí přijímat dary (s výjimkou darů symbolických a informačních, např. tužka, blok, CD-ROM apod.) od lidí a firem, o nichž píše. Stejně tak musí odmítnout finanční obnos nebo jiné hodnotné věci či služby.

#### f) Vystupování ve veřejném prostoru

Každý z členů redakce si uvědomuje, že coby novinář může být ostatními vnímán jakožto "osoba veřejná" i v jiných situacích a kontextech, než které jsou přímo svázány s jeho prací v Aktuálně.cz. Je proto nezbytné, aby i mimo pracovní dobu, povinnosti a prostředí důsledně dbal na profesionální reprezentaci Aktuálně.cz ve všech situacích, kdy by se jeho veřejné vystupování, názory či postoje mohly dostat do kolize se zásadami, k nimž se redakční tým hlásí.

Toto pravidlo je podstatné mít na paměti nejen při vystoupeních na veřejných akcích a ve veřejných prostorách, ale například také při aktivitách v rámci online sociálních sítí, jakými jsou Facebook, Twitter, Lidé, LinkedIn a další. I když jde v mnoha případech o soukromá vystoupení, online média zároveň vůči vnějšímu světu fungují jako veřejný prostor a dbát novinářské integrity je tudíž klíčové.

Členové Aktuálně.cz se v tomto veřejném prostoru pohybují a identifikují jakožto novináři. Nesmějí zavdat příčinu k tomu, aby v důsledku jejich vystupování mohla být jakkoliv zpochybněna jejich nestrannost, kvalita profesního úsudku či váha dalších etických norem, obsažených v tomto kodexu.

Zároveň se vyvarují všech aktivit či výroků, které by obdobným způsobem mohly uškodit značce Aktuálně.cz jako celku, zejména pak zveřejňování interních informací o přípravě zpravodajského obsahu nebo o vnitřních procesech a záměrech redakce a či vydavatelství.

#### **Váha kodexu**

Etický kodex platí pro všechny obsahové zaměstnance i spolupracovníky bez ohledu na formu upravující jejich vztah k firmě a je zásadním kritériem pro hodnocení jejich profesního působení.

Podpisem ředitele obsahových služeb společnosti Centrum Holdings se pokládá za automatické, že kodex budou stejnou měrou ctít i všichni další zaměstnanci firmy.

Každý jednotlivec si je vědom, že porušením kodexu poškodí dobré jméno firmy, značku Aktuálně.cz a další související média CentrumHoldings a vystavuje se tak postihu včetně případné žádosti o náhradu způsobené škody.



## **Příloha č. 8: etický kodex platný pro Deník.cz**

Etický kodex Deníků VLTAVA-LABE-PRESS a.s.

### **Úvodem**

Cílem Etického kodexu je poskytnout každému členu redakcí Deníků VLP (dále jen Deníků) vodítko k tomu, jaké profesně-etické jednání se od něj očekává v rámci jeho pracovních povinností. Etický rozměr práce všech členů redakcí Deníků je důležitý sám o sobě i jako předpoklad společenského a hospodářského úspěchu listu. Serióznost všech listů a dobré jméno každého redaktora jsou podmínkou pro naplnění této funkce.

Čtenáři mají jako občané právo na informace zaručené Základní listinou práv a svobod. Členové redakce přejímají osobní odpovědnost za to, že informace, které šíří prostřednictvím Deníků, jsou včasné, úplné, pravdivé a nezkreslené. V tomto vymezeném smyslu je každý člen redakce i celý list loajální především ke čtenářům "svého" Deníku. Prvotním zájmem členů redakce je zájem čtenářů, nikoliv skupinový zájem odborníků, politiků, zdrojů informací nebo inzerentů.

Z tohoto důvodu má etický kodex zabránit zejména konfliktu zájmů. Protože otázky spojené s konfliktem zájmů jsou komplexní povahy a protože redakce nemůže po čtenářích žádat, aby se vyznali v detailech této komplexnosti, musí každý člen redakce udělat vše pro to, aby se vyhnul i zdání konfliktu zájmů, neboť i to poškozuje dobré jméno listu. Dodržování etického kodexu je významným kritériem, podle něhož je každý pracovník hodnocen.

Porušení etického kodexu ze strany zaměstnance představuje porušení pracovní kázně zaměstnance, přičemž může vést ke ztrátě důvěry zaměstnavatele v zaměstnance a může být i důvodem pro rozvázání pracovního poměru.

## **ETICKÝ KODEX**

### **Práce s informacemi**

1. Při své práci se členové redakce řídí zákony České republiky. Zejména dbají na to, aby svými články nevyzývali k jakékoliv, zejména rasové, národnostní, třídní nebo náboženské diskriminaci, ani diskriminaci založené na příslušnosti k pohlaví či sexuální orientaci.
2. Členové redakce přinášejí čtenáři co nejpřesnější a nejúplnější informace. Zároveň nesmějí žádnou informaci vědomě zatajit či zkreslit.
3. Členové redakce dále dbají na to, aby nezkreslili přesnost informací, a to ani použitím nevhodného titulku, doprovodnou fotografií a podobně.
4. Každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná a mohla by kohokoliv poškodit, musí být neprodleně opravena.
5. Členové redakce obecně nepublikují zpravodajské články vycházející pouze z informací jednoho zdroje. Existují samozřejmě výjimky. Tvoří je agenturní zprávy, statistické a věcné informace (policejní „svodky“, hlášení hasičů...), články statistického charakteru, zpravodajství o významných projevech politiků a podobné články. Ve výjimečných případech je možné čerpat pouze z informací jednoho zdroje. Publikování takovéto informace schvaluje šéfredaktor (jde o šéfredaktora, který je přímo nadřízený redaktorovi či editorovi – dále jen šéfredaktor).

6. Ve svých materiálech členové redakce rozlišují faktické údaje a osobní názory. Osobní názory se mohou objevit pouze v názorových článcích – komentářích, názorových analýzách, nikdy ne ve zpravodajství.

7. Ti, kterých se týká zveřejňovaná negativní informace, musí vždy dostat možnost vyjádření. Pokud se přes snahu redakce dotčenou osobu nepodaří zastihnout, zpráva může být publikována. Publikování takovéto informace schvaluje šéfredaktor. Ve zprávě pak musí být uvedeno, že se redakce snažila napadenou osobu zastihnout a zpravidla i důvod, proč se to nepodařilo.

8. Osobám, se kterými člen redakce mluví a přináší o nich informace, se musí představit jako novinář. Výjimky se týkají například testování kvality služeb a citlivé investigativní práce a musí je schválit šéfredaktor.

9. Členové redakce se nedopustí plagiátorství. Jsou povinni uvést zdroje, z nichž čerpali. zpět

### **Rozdělení redakčních a obchodních záměrů**

10. V redakci i na stránkách listu je zřetelně oddělena redakční práce od inzertních ploch tak, aby čtenář nemohl obě tyto části zaměňovat. Členové redakce se nesmějí podílet na náborech inzerce.

11. Články napsané členy redakce jsou v listu zařazovány jen v místech, za něž nese odpovědnost redakce. Nemohou být využívány v inzerátech a zvláštních inzertních přílohách. Toto ustanovení se netýká redaktorů specializovaných na inzertní přílohy, které jsou však zřetelně označeny jako inzerce. Redaktor specializovaný na inzertní přílohy se zpravidla nepodílí na práci redakcí Deníků a nepublikuje v nich svoje články, pokud jeho nadřízený šéfredaktor nerozhodne jinak.

12. Inzertní části deníku jsou zřetelně odlišeny od redakčních, používají výrazně jiný typ písma, mají jinou grafickou podobu a jsou zřetelně označeny jako inzerce.

13. Člen redakce ani jiný zaměstnanec vydavatelství VLP nesmí slibovat článek výměnou za inzerci.

### **Konflikt zájmů**

14. Obecně platí zásada, že členové redakce píšou o politických, společenských a zájmových organizacích a skupinách, v nichž jsou členy, pouze tehdy, pokud je o jejich členství informován nadřízený šéfredaktor a zároveň jsou při jejich psaní plně dodrženy zásady vyváženosti a nestrannosti.

15. Účast v politických a zastupitelských orgánech a záměr kandidovat ve volbách jsou členové redakce povinni oznámit šéfredaktorovi a dohodnout se s ním na případných pravidlech další práce v redakci.

16. Osobní investice členů redakce nesmějí ovlivnit nezávislost psaní. Obecně platí pravidlo, že člen redakce nepíše o podniku, na jehož hospodářských výsledcích má zájem.

17. Členové redakce se nemohou publicisticky věnovat podnikům, v jejichž statutárních, dozorčích nebo jiných orgánech působí.

18. Členové redakce nejsou oprávněni využívat jakoukoliv informaci, která není k dispozici veřejnosti, k vlastnímu obohacení nebo prospěchu nebo k obohacení nebo prospěchu třetích osob. K vlastnímu prospěchu nebo prospěchu třetích osob nejsou oprávněni ani využívat status novináře.

19. Členové redakce při své práci nepřijmou dary nebo jakékoliv jiné peněžité nebo nepeněžité výhody ať už přímo nebo nepřímo od lidí a firem, o nichž píšou. Netýká se to symbolických dávků (tužka, poznámkový blok) či běžného pohoštění. Netýká se to ani recenzních kopií (kniha, CD, CD-ROM, katalog výstavy, apod.) Pokud by odmítnutí

hodnotného daru bylo nezdvořilé, člen redakce tento dar může přijmout za redakci, která jej pak věnuje charitě. V tomto případě to člen redakce oznámí dárci.

### **Služební cesty**

20. Obecně platí pravidlo, že všechny služební cesty hradí redakce. Členové redakce mohou v některých, níže popsanych, případech cestovat na náklady třetích osob, každá taková cesta však vždy podléhá schválení šéfredaktora.

21. Členové redakce mohou v některých případech a na základě schválení šéfredaktora cestovat na náklady vlád a neziskových organizací.

22. Ve výjimečných případech a na základě schválení šéfredaktora může člen redakce cestovat za peníze firmy, jsou-li splněny všechny následující podmínky: a) Cesta má pro list jednoznačnou publicistickou hodnotu. b) Cestu schválil šéfredaktor. c) Šéfredaktor pošle příslušné osobě, která nese náklady na cestu, dopis, v němž přijme pozvání člena redakce a upozorní ji, že redakce si vyhrazuje právo na objektivní pohled včetně nezávislé kritiky. zpět

### **Respektování soukromí a práce se zdroji**

23. Členové redakce respektují soukromí osob, o nichž přinášejí informace. Každý má právo na slušné zacházení. Veřejně známí lidé ale požívají menší ochranu soukromí než veřejně neznámí občané. Důvodem je zvýšená odpovědnost veřejně známých lidí za jejich jednání vůči společnosti, jejich možnost ovlivňovat životy spoluobčanů a také jejich snadný přístup ke sdělovacím prostředkům v případě poškození. Člen redakce je povinen brát zvláštní ohledy zejména na mladistvé, nemocné a sociálně "slabé" a jednat tak, aby jim nezpůsobil újmu. Vyžaduje-li investigativní práce narušení soukromí občanů, lze to zdůvodnit jen veřejným zájmem hledané informace. Narušení soukromí musí schválit šéfredaktor.

24. Vyžaduje-li investigativní práce nestandardní postup, který by mohl být interpretován jako porušení obecně závazných právních předpisů, lze takový postup ospravedlnit jen konkrétním veřejným zájmem, nikoliv však pouze obchodním zájmem. Takový postup podléhá schválení šéfredaktora, nikoli však šéfredaktora přímo nadřízeného redaktorovi, ale šéfredaktora stojícího o stupeň výše v hierarchii redakcí Deníků (u redaktora lokální redakce schválení uděluje šéfredaktor – kraje, u redaktora – kraje i redaktora centrální redakce Deníků toto schválení uděluje ředitel redakcí Deníků). Redaktor může výše uvedený nestandardní postup jako pracovní úkol odmítnout, aniž by mu hrozila jakákoli pracovněprávní sankce za neplnění pracovních úkolů. Poruší-li člen redakce Deníků platné obecně závazné právní předpisy, je za takové své jednání plně odpovědný.

25. Citace výroků a informace od občanů, kteří si nepřáli být jmenováni, používá redakce výjimečně. Zpravidla jen tehdy, není-li možné získat nebo potvrdit informaci z jiného zdroje, a neuveřejnění by postavilo list do konkurenční nevýhody. Čtenář má právo vědět, proč dotyčný nechce být citován. Každou citaci či informaci z nejmenovaného zdroje však musí schválit šéfredaktor nebo jím pověřený vedoucí pracovník redakce. I při publikování informací z nejmenovaného zdroje platí zásada pravdivosti a úplnosti.

26. Členové redakce chrání identitu zdrojů, přičemž postupují v souladu s obecně závaznými právními předpisy. V citlivých případech může vedoucí pracovník redakce a šéfredaktor požádat redaktora o sdělení jména zdroje informace. Redaktor má právo toto sdělení odmítnout bez nebezpečí postihu. V takovém případě však vedení redakce může odmítnout zveřejnění této informace.

27. Platí obecné pravidlo, že redakce neuznává institut autorizace rozhovoru. Pravidla vedení každého rozhovoru domluví člen redakce s interviewovaným předem. Jakékoliv informace poskytnuté redaktorovi mimo záznam musí být domluveny předem a člen redakce musí dohodu respektovat. Člen redakce nedovolí dodatečné zásahy do textu rozhovoru, které mají

jiný než zpřesňující charakter. Nedovolí zejména zásahy, které pozměňují smysl původního vyjádření. Shlédnutí textu rozhovoru interviewovaným před publikací je zdvořilostí, kterou člen redakce může a nemusí poskytnout.

28. Členové redakce dodržují zásadu presumpce nevinny. Jména obviněných a obžalovaných uvádějí pouze v případě, je-li to ve veřejném zájmu, nebo v případě, že jméno dotčeného je všeobecně známé, bylo již publikováno v médiích a nehrozí tak, že zveřejnění jména bude mít negativní dopady na dotčeného či jeho příbuzné. Redakce neidentifikují v článcích příbuzné obětí nebo delikventů bez jejich výslovného souhlasu.

### **Spolupráce s jinými médii**

29. Členové redakce nespolupracují s médii, která jsou přímými konkurenty (deníky, internetové servery, zpravodajské týdeníky, radniční noviny...), pokud zdůvodněnou výjimku písemně nepovolí šéfredaktor. V ostatních médiích mohou členové redakce vystupovat a mohou s nimi spolupracovat, pokud jsou identifikováni jako zaměstnanci Deníků VLP resp. konkrétního Deníku. I v tomto případě ale musí být o spolupráci s médiem předem informován nadřízený šéfredaktor.

30. Pokud se redaktor rozhodne vlastní materiál publikovat, např. v odborném časopisu, je povinen jej nejprve nabídnout k využití v médiích VLP. Až po odmítnutí publikuje jinde.

31. Členové redakce se nepodílejí na tvorbě PR materiálů firem, pokud by takováto práce mohla vystavit nebo zpochybnit nezávislé postavení člena redakce. I tento typ práce musí předem povolit nadřízený šéfredaktor.

### **Závěrem**

Vedení redakce Deníků VLP na všech stupních řízení odpovídá za uplatňování principů etického kodexu a řeší případy jeho porušení.

## **Příloha č. 9: etický kodex platný pro iHNed.cz**

Společnost *Economia, a.s.*, IČ: 281 91 226, DIČ: CZ281 91 226, se sídlem Praha 7, Dobrovského 25, PSČ 170 55, zapsaná v oddílu B vložce 12746 obchodního rejstříku vedeného Městským soudem v Praze (dále jen „vydavatelství *Economia*“ nebo „vydavatel“) tímto aktualizuje

### **ETICKÝ KODEX VYDAVATELSTVÍ ECONOMIA**

#### **Preambule**

Základní listina práv a svobod zaručuje právo na informace. Naší odpovědností je, že informace, které poskytujeme našim čtenářům, jsou pravdivé, úplné a nezkrácené. Prvotní je pro nás zájem našich čtenářů. Nesloužíme zájmům zdrojů informací, politiků či lobbistů.

Protože se naše tituly věnují politice, ekonomice a byznysu, mají pro své čtenáře nezastupitelný význam. Naše články slouží pro jejich profesionální i osobní rozhodování. Často pro ně mohou být jediným zdrojem. Z toho vyplývá mimořádná zodpovědnost za obsah našich článků.

Jsme si vědomi konfliktu zájmů, který je dán tím, že jsme sami součástí mediálního průmyslu, který je významnou součástí ekonomiky, a také tím, že většinový akcionář vydavatelství *Economia* podniká v dalších odvětvích ekonomiky. Tento konflikt zájmů nesmí nikdy vést k tomu, abychom se těmito problematikám vyhýbali, psali o nich z důvodu konfliktu zájmů méně nebo jinak než píšeme o jiných odvětvích. Naší profesionální

povinností je o nich psát ve stejném rozsahu, jako by tento konflikt zájmů neexistoval. Není-li to zcela zřejmé ze samotného článku, vždy na konflikt zájmů explicitně upozorníme.

Vydavatel rozhoduje o základním zaměření titulů a jejich pozici v rámci relevantního trhu. Koncepti titulu předkládá jeho šéfredaktor, v případě odborného tisku publisher B2B. Odsouhlasená koncepce se stává závazným rámcem pro redakční práci. Vydavatel garantuje redaktorům plnou svobodu k novinářské tvůrčí práci v rámci zaměření titulu a schválené koncepce.

Tituly vydavatelství Ecomia podporují principy demokracie a tržní společnosti založené na volné konkurenci subjektů. Neposkytují prostor propagaci extrémních názorů směřujících k diskriminaci a potlačování lidských práv. Při své práci se redaktoři řídí zákony České republiky.

(Poznámka: Jako redaktoři jsou pro účely tohoto kodexu chápáni všichni, kdo se podílejí na zpracování textových i obrazových materiálů tj. autoři, editoři, vedoucí vydání, webeditoři, grafičtí redaktoři ad. bez ohledu na druh právního vztahu k vydavateli.)

### **Práce s informacemi**

- Redaktoři přinášejí čtenáři co nejpřesnější a nejúplnější informace. Dbají na to, aby je nezkreslili ani použitím nevhodného titulku, doprovodnou fotografií a podobně.
- Ve svých materiálech redaktoři rozlišují faktické údaje, osobní názory a spekulace.
- Každá uveřejněná informace, která se ukáže jako nepřesná a mohla by kohokoliv poškodit, musí být neprodleně opravena.
- Redaktoři obecně nepublikují zpravodajské články vycházející pouze z informací jednoho zdroje. Výjimkou jsou agenturní zprávy, články statistického charakteru, zpravodajství o projevech politiků a podobné články.
- Ve výjimečných případech je možné čerpat pouze z informací jednoho zdroje. Publikování takové informace schvaluje šéfredaktor.
- Redaktoři uvádějí zdroje, z nichž čerpali.
- Ti, kterých se týká zveřejňovaná negativní informace, musí vždy dostat možnost vyjádření.
- Osobám, se kterými redaktor mluví a žádá je o informace, se musí představit jako novinář. Výjimky se týkají například testování kvality služeb a citlivé investigativní práce a musí je schválit šéfredaktor.
- Veškeré osobní údaje shromážděné, zpracované a použité pro redakční účely jsou předmětem redakčního tajemství.
- Redaktor je povinen upozornit šéfredaktora na článek, jehož zveřejnění může být spojeno s rizikem žaloby. Pro takový případ je povinen zaarchivovat všechny podklady, z nichž vycházel, zejména nahrávky, fotografie apod.

### **Oddělení redakčních a komerčních záměrů**

- Redaktoři se nepodílejí na náboru inzerce. Redaktor nesmí slibovat článek výměnou za inzerci.
- Články napsané redaktory nemohou být využívány v inzerátech. Inzertní části deníku jsou zřetelně odlišeny od redakčních. Sdělení vydavatele jsou jako taková označena.

### **Konflikt zájmů**

- Pokud redaktorovi hrozí při výkonu práce jakýkoliv konflikt zájmů, je povinen to sdělit

šéfredaktorovi a takové práci se vyhnout.

- Politická a občanská angažovanost redaktora nesmí být v rozporu s novinářskou nezávislostí a nesmí poškozovat dobré jméno titulu a vydavatele. Redaktoři na ni musí upozornit svého šéfredaktora.
- Členství v orgánech společností se redaktorům nedoporučuje. Redaktoři se musí vystríhat jakékoli formy manipulace trhu.
- Redaktor nepíše o podniku, na jehož hospodářských výsledcích má zájem on sám anebo osoby jemu blízké. Takový konflikt zájmů sdělí bezodkladně šéfredaktorovi.
- Redaktoři při své práci nepřijímají dary od lidí a firem, o nichž píší. Netýká se to symbolických dávků či běžného pohoštění. Pokud by odmítnutí hodnotného daru bylo nezdvořilé, redaktor tento dar může přijmout za redakci, která jej pak věnuje charitě. Při přijímání daru to oznámí dárci.

### **Informování o vydavatelském trhu a o vydavateli**

- Redaktoři považují vydavatelský, reklamní a inzertní trh za nedílnou součást tržní ekonomiky a v tomto smyslu mají povinnost o nich kvalitně a profesionálně informovat.
- Redaktoři mají povinnost věnovat se s maximální profesionalitou i tématům, v nichž figuruje vydavatelství *Economia* nebo jeho jednotlivé součásti. Vyplývá to z povinnosti dávat čtenářům úplné a nezkreslené informace.
  - vydavatelství *Economia* nebo o jeho součástech a titulech informují redaktoři v rozsahu a způsobem, jakým by o těchto skutečnostech informovali v případě, kdyby jejich účastníkem nebylo vlastní vydavatelství.
  - o aktivitách majoritního akcionáře informují redaktoři bez zábrán a objektivně. Činí tak v rozsahu a způsobem, jakým by o těchto skutečnostech informovali v případě, kdyby jejich účastníkem nebyl majoritní akcionář. Skutečnost, že tomu tak je, uvedou v textu či poznámce.

### **Služební cesty**

- Redaktoři mohou v některých případech a po schválení šéfredaktorem cestovat za peníze vlád a neziskových organizací v souvislosti s přípravou příspěvků pro vydavatele.
- Ve výjimečných případech může redaktor cestovat za peníze třetí osoby, pokud má cesta pro titul jednoznačnou zpravodajskou hodnotu a na základě předloženého programu cesty. Takovou cestu musí schválit šéfredaktor a v případě odborného tisku publisher B2B vydavatele.

### **Respektování soukromí a práce se zdroji**

- Redaktoři respektují soukromí osob, o nichž přinášejí informace. Veřejně známí lidé požívají menší ochranu soukromí než ostatní občané. Důvodem je zvýšená odpovědnost veřejně známých lidí za jejich jednání vůči společnosti.
- Vyžaduje-li investigativní práce narušení soukromí, lze to zdůvodnit jen veřejným zájmem informovat. Takový postup musí předem schválit šéfredaktor.
- Redaktoři chrání identitu zdrojů. Šéfredaktor může požádat redaktora o sdělení jména zdroje informace. Redaktor je povinen toto šéfredaktorovi sdělit. Nestane-li se tak, nemůže být článek publikován, protože šéfredaktor za něj nemůže přijmout odpovědnost.
- Citace výroků a informace od občanů, kteří si nepřejí být jmenováni, používá redakce výjimečně. Redakce neuznává institut autorizace rozhovoru. Pravidla vedení každého rozhovoru domluví

- redaktor s interviewovaným předem. Redaktor nedovolí dodatečné zásahy do textu rozhovoru, které mají jiný než zpřesňující charakter. Zhlédnutí textu rozhovoru interviewovaným před publikací je však zdvořilostí.
- Redaktoři dodržují zásadu presumpce nevinny. Jména obviněných a obžalovaných uvádějí pouze v případě, je-li to ve veřejném zájmu. Neidentifikují v článcích příbuzné obětí nebo delikventů bez jejich výslovného souhlasu.

### **Spolupráce s jinými médii**

- Redaktoři, kteří jsou zaměstnanci vydavatele, nespolupracují s médii, která jsou přímými konkurenty vydavatele.
- Redaktoři, kteří jsou zaměstnanci vydavatele, mohou se souhlasem šéfredaktora spolupracovat se všemi tituly vydavatelství Economia.
- S ostatními médii mohou redaktoři, kteří jsou zaměstnanci vydavatele, spolupracovat, pokud jsou v nich identifikováni jako redaktoři, autoři, spolupracovníci nebo přispěvatelé příslušného titulu vydavatelství Economia. Spolupráci musí předem povolit šéfredaktor, v případě šéfredaktorů generální ředitel (v případě šéfredaktorů odborného tisku publisher B2B).
- Pro redaktory, kteří jsou zaměstnanci vydavatele, zároveň platí zákaz výkonu jiné výdělečné činnosti shodné s předmětem činnosti vydavatele bez předchozího písemného souhlasu vydavatele ve smyslu příslušných ustanovení zákoníku práce.
- Redaktoři, kteří nejsou zaměstnanci vydavatele, mohou spolupracovat s ostatními vydavatelstvími (mimo tituly Economia), pokud tím nedojde nebo nemůže dojít k poškození práv a oprávněných zájmů vydavatele.

### **Platnost a dodržování kodexu**

- Tento kodex platí pro všechny tištěné a elektronické tituly vydavatelství Economia.
- Vydavatelství Economia přikládá tomuto kodexu velký význam. Všichni redaktoři titulů vydavatelství
- Economia jsou povinni ve všech ohledech ustanovení tohoto kodexu dodržovat.
- Porušení zásad kodexu může být důvodem pro ukončení spolupráce s redaktorem. Tento etický kodex byl schválen vedením vydavatelství Economia, a. s. dne 24. 10. 2011 a je účinný od 1. 11. 2011.

Ing. Petr Babický v.r.  
Generální ředitel a člen představenstva

Eva Čermáková v.r.  
Ředitelka řízení lidských zdrojů

## **Příloha č. 10: etický kodex platný pro iDNES.cz**

Etický kodex novinářů MF DNES a iDNES.cz

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

1. Povinností každého pracovníka MF DNES a iDNES.cz je poskytovat čtenáři pravdivé, přesné a nezkrácené informace.
2. Pokud je zřejmé, že MF DNES nebo iDNES.cz přece jen zveřejnily informace nepravdivé, zkrácené či zavádějící, neprodleně učiní jejich opravu.

3. iDNES.cz a MF DNES se vyhýbají jakýmkoliv předsudkům a pejorativním výrazům ve spojení s rasou, národností, pohlavím, náboženským vyznáním, politickým přesvědčením, sexuální orientací či profesním a společenským zařazením.
4. Redaktoři mají povinnost chránit své zdroje informací, pokud si to zdroje přejí. Zároveň však mají povinnost na požádání zdroj informací oznámit vedení redakce.
5. Každý článek, jehož zveřejnění může být spojeno s rizikem žaloby, je autor a editor povinen před uveřejněním konzultovat s některým členem šéfredakce. V případě nutnosti bude přizván právník společnosti MAFRA, a. s.
6. Při své práci jsou redaktoři a ostatní pracovníci reprezentanty iDNES.cz či MF DNES. Jejich vystupování nesmí žádným způsobem poškozovat dobrou pověst serveru a vydavatelství. Platí to i při publikování a působení na sociálních sítích jako jsou blog, facebook, twitter atd, kde musejí mít na paměti, že budou stále spojováni se značkou iDNES či MF DNES.
7. Redaktor iDNES.cz a MF DNES musí při své práci vždy uvést účel, za jakým získává informace. Nepoužívá nepoctivé prostředky pro jejich získání. Jen ve výjimečných případech, kdy nelze závažnou informaci získat jinak, nemusí redaktor dotazovanému své povolání sdělit: takový postup však vždy musí schválit nadřízený.
8. Redaktoři MF DNES a iDNES.cz nesmějí využívat ke svému vlastnímu prospěchu informace, které získávají při své práci, před jejich oficiálním zveřejněním. Takové informace ani nesmějí poskytnout před tímto zveřejněním nikomu dalšímu.
9. Redaktoři iDNES.cz a MF DNES nesmějí psát o podnicích, v nichž mají oni sami, jejich rodinní příslušníci nebo osoby blízké významný majetkový podíl či jiný osobní zájem. Pokud píšou o podnicích, jejichž akcie vlastní oni či osoby jim blízké, jsou povinni seznámit s touto skutečností svého přímého nadřízeného.
10. Pokud novináři hrozí při výkonu práce pro MF DNES či iDNES.cz jakýkoliv konflikt zájmů, je povinen seznámit s tím svého nadřízeného a takové práci se vyhnout. Jakákoliv občanská či politická angažovanost nesmí být v rozporu se zásadou nezávislosti deníku a serveru a nesmí poškozovat jeho dobrou pověst.
11. Autorská činnost zaměstnanců v jiných médiích, pokud je to soukromá aktivita nevyžádaná vedením redakce či vydavatelstvím, musí být předem schválena šéfredaktorem či příslušným zástupcem šéfredaktora. Taková činnost nesmí nijak ohrozit či oslabit iDNES.cz či MF DNES a nesmí být vykonávána během pracovní doby. Pokud je působení v jiných médiích vedením redakce schváleno, vždy musí být u jména redaktora uvedeno, že je členem redakce MF DNES a iDNES.cz.
12. Redaktorům a ostatním pracovníkům iDNES.cz či MF DNES je zakázáno podílet se na přípravě PR článků, inzertních článků a reklamních kampaní ve prospěch někoho jiného než MAFRA, a. s.
13. Novinář iDNES.cz a MF DNES nesmí přijímat výhody, jež jsou mu nabízeny z titulu jeho práce.
14. Redaktor může akceptovat dárky do hodnoty 500 Kč. Pokud dar tuto výši převyšuje a není zdvořilý ho v dané situaci odmítnout, platí pravidlo: dar přijmout s tím, že ho MF DNES či iDNES.cz věnuje na charitativní účely. To je nutné dárci vysvětlit.
15. Zahraniční cesty pracovníků MF DNES a iDNES.cz si prioritně platíme sami ze svých rozpočtů. Pozvání na nejrůznější cesty, jež pořádají třetí soukromé subjekty, lze akceptovat pouze za dodržení určitých podmínek. Vždy ji musí výslovně schválit vedení redakce, které se dozví všechny okolnosti takové cesty. Cesta musí mít smysl pro redakční práci. Hostitel také musí být informován, že redakce si nadále zachová nestrannost a v důsledku cesty se rozhodně nezavazuje k tomu, že bude informovat v jeho prospěch. Konečně v článku či pod článkem, který vznikl na základě cesty placené třetím subjektem, musí být jasně uvedeno, kdo cestu novináři platil.



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

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

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

19. Novináři iDNES.cz a MF DNES (i další zaměstnanci redakce) zachovávají loajalitu redakci i vydavatelství, zejména neposkytují žádné informace o plánované i vykonávané práci redakčního týmu či jednotlivých kolegů, a to ani na sociálních sítích jako jsou blogy, facebook, twitter atd.

## **Příloha č. 11: etický kodex platný pro Blesk.cz**

Milí zaměstnanci.

Etické chování našich zaměstnanců – jinými slovy, vás – dává naší společnosti Ringier Axel Springer důvěryhodnost, která je pro naši společnost tou nejcennější hodnotou. Zůstaneme-li důvěryhodnými, naše produkty dosáhnou nevyhnutelně lepší distribuce, přijetí a ekonomického úspěchu. Všem z vás bychom rádi poděkovali za přijetí nového kodexu chování, které nám dovoluje zůstat transparentní, jednat čestně a nezávisle – jako vydavatel a obchodně-orientovaná společnost.

Nicméně, zmezinárodnění naší skupiny a její stále více komplexní prostředí přinášejí více a více otázek, které se týkají nejlepších postupů. Tento rozvoj nás vedl k vyjádření a sepsání toho, co považujeme za etické chování ve společnosti Ringier Axel Springer. Prosím najděte si několik málo chvil na přečtení kodexu chování. Mimoto, v oblastech, které jsou pro Ringier Axel Springer klíčové, jsme vydali tištěné směrnice pro všechny naše zaměstnance – což znamená, pro vás – které též naleznete na těchto stránkách. Tyto předpisy jsou určeny jako směrnice k podpoře nejlepších postupů a k vaší podpoře ve vaší každodenní práci se specifickými směrnicemi v oblasti jednání. Tento kodex chování se váže na každého zaměstnance společnosti Ringier Axel Springer na světě –

v obchodních záležitostech stejně tak jako v jednání se zaměstnanci, s veřejností, vládními strukturami a institucemi.

Nenalezli jste odpověď na vaší otázku? Máte nový návrh? Kontaktujte vašeho manažera nebo vaše oddělení lidských zdrojů.

Děkuji vám za vaší důvěru.

Florian Fels  
CEO, Chief Executive Office

### **Úvod**

a) Náš závazek

Společnost Ringier Axel Springer se zavazuje uplatňovat vysoké etické normy chování při všech svých publikačních a novinářských činnostech, ve styku s obchodními partnery a

konkurenty, jakož i v každém jednání se zaměstnanci a mezi zaměstnanci. Etické chování je tedy ústřední součástí kultury společností Ringier Axel Springer a očekává se od každého zaměstnance, bez ohledu na jeho postavení v hierarchii společnosti. Tento kodex chování objasní všem zaměstnancům celé skupiny Ringier Axel Springer, co považujeme za etické chování. Dokument stanoví povinnosti pro každého jednotlivého zaměstnance; společnosti skupiny Ringier Axel Springer ve funkci zaměstnavatelů se na druhé straně zavazují, že budou dodržovat základní etické principy ochraňující práva zaměstnance a jeho osobnost.

#### b) Dodržování platných zákonů a předpisů

Kromě etického chování, jak je podrobně popsáno v tomto kodexu, se u každého zaměstnance předpokládá, že uznává a dodržuje zákony a interní i externí předpisy vztahující se k práci, kterou vykonává ve společnosti Ringier Axel Springer. V případě pochybností o tom, zda by určitý čin nebo opomenutí mohly znamenat porušení platných zákonů a ustanovení, se obraťte na svého přímého vedoucího nebo případně podnikového právního poradce (nebo právního poradce).

#### c) Na koho se kodex chování vztahuje?

Tento kodex chování se vztahuje na všechny zaměstnance skupiny Ringier Axel Springer. V kontextu tohoto kodexu znamená všechny společnosti, které jsou přímo nebo nepřímo řízeny více než 50% hlasovacích práv holdingem Ringier Axel Springer Media AG.

#### d) Jak tento kodex chování používat

Tento kodex chování slouží jako vodítko pro všechny profesionální činnosti, obchodní transakce a jednání našich zaměstnanců a každý z nás musí tato pravidla dodržovat. Ringier Axel Springer je mezinárodní skupina, a proto pracujeme v rozmanitých a neustále se měnících prostředích. Tento kodex dává našemu chování určitou minimální normu, je však třeba jej v jednotlivých případech uplatňovat se zdravým rozumem a na základě dobrého úsudku, s vědomím různých právních požadavků a morálního prostředí v zemích, kde vyvíjíme svou činnost. Jestliže si nejste jisti v některé etické otázce nebo v tom, zda určitá činnost je v souladu s tímto kodexem chování, promluvte si s HR-Manažerem, nebo se obraťte na svého přímého nadřízeného.

## **Poctivost podnikání všeobecně**

### 1. Loajalita a střet zájmů

Snažíme se vykonávat své povinnosti s maximální loajalitou vůči společnosti Ringier Axel Springer. Vyhýbáme se situacím, které by mohly zakládat konflikt mezi našimi vlastními zájmy, včetně zájmů blízkých příbuzných, a zájmy skupiny Ringier Axel Springer.

Žádný zaměstnanec zejména nesmí:

- veřejně diskreditovat nebo jakýmkoli jiným způsobem znehodnocovat společnost Ringier Axel Springer nebo kteréhokoli z jejích zaměstnanců;
- využívat svého postavení v rámci společnosti Ringier Axel Springer nebo dobrého jména Ringier Axel Springer k získání nepatřičného osobního zisku nebo zisku pro bezprostředního příbuzného;
- zastupovat společnost Ringier Axel Springer v jakékoli transakci, na níž by on sám nebo některý z jeho blízkých příbuzných mohl mít vážný osobní zájem.

Jestliže vznikne situace, v níž by mohlo dojít ke konfliktu loajality nebo střetu zájmů, musí každý zaměstnanec:

- neprodleně projednat tento konflikt loajality se svým nadřízeným nebo s jinou osobou v rámci společnosti Ringier Axel Springer, oprávněnou takovou situací se zabývat;
- neprodleně informovat přímého vedoucího o existujícím střetu zájmů;
- učinit veškerá potřebná opatření k překonání konfliktu loajality nebo k zamezení střetu zájmů.

#### *Loajalita a střet zájmů*

*Konflikt loajality a střet zájmů nastávají, když se osobní zájmy nebo přesvědčení zaměstnance dostanou do rozporu se zájmy nebo přesvědčením společnosti Ringier Axel Springer, nebo když zaměstnanec využívá svého postavení v rámci Ringier Axel Springer k osobnímu zisku mimo normální odměnu za práci. Takové situace vytvářejí protichůdné loajality a mohou vést k tomu, že zaměstnanec dá přednost osobním zájmům v situaci, kdy by na prvním místě měla být odpovědnost vůči společnosti Ringier Axel Springer.*

#### 2. Čestné jednání s třetími stranami

Vždy budeme jednat se třetími stranami, například s klienty, dodavateli a konkurenty tak, jak bychom byli rádi, kdyby oni jednali s námi. Vyhýbáme se nepravdivým, zavádějícím nebo odsuzujícím prohlášením o těchto třetích stranách. Jednáme čestným způsobem s našimi obchodními partnery na základě kvality svých produktů a služeb.

Žádný zaměstnanec zejména nesmí:

- veřejně diskreditovat, nebo jakýmkoli jiným způsobem znevažovat třetí strany, například klienty, dodavatele a konkurenty;
- vydávat chybná nebo zavádějící prohlášení a poznámky o konkurentech, jejich produktech nebo jejich službách;
- jednat se třetími stranami, jako jsou klienti, dodavatelé a konkurenti, nečestně, neuctivě nebo jiným znevažujícím způsobem.

Každý zaměstnanec musí:

- zajistit, aby všechna případná srovnání s konkurenty a jejich produkty a službami byla vždy podložená a naprosto přesná a nebyla zavádějící;
- vzít v úvahu, že srovnávací reklama může být v některých zemích zakázána, a že je tedy třeba se vždy předem poradit s interním nebo externím právním poradcem;
- učinit veškerá opatření, aby zabránil nečestnému jednání zaměstnanců společnosti Ringier Axel Springer vůči třetím stranám, například zákazníkům, dodavatelům a konkurentům.

#### *Čestnost a spravedlivost*

*Čestné a spravedlivé jednání, jednání naplněné úctou a jednání bez diskriminace se požaduje jak v našich vnitřních vztazích, tak také při jednání s třetími stranami mimo skupinu Ringier Axel Springer. Způsob, jakým jednáme se třetími stranami, například zákazníky, dodavateli a konkurenty, má silný vliv na image skupiny Ringier Axel Springer, jejich produktů a služeb a stejně tak bude na druhé straně ovlivňovat způsob, jakým budou tyto třetí strany jednat se skupinou Ringier Axel Springer a jejími zaměstnanci.*

#### 3. Diskriminace

Bez ohledu na funkci nebo postavení, jež ve společnosti Ringier Axel Springer zaujímáme, se budeme vždy chovat ke všem ostatním zaměstnancům slušně a způsobem, který není diskriminační. Stejně tak nebudeme obecně diskriminovat ostatní.

Žádný zaměstnanec zejména nesmí:

- diskriminovat ostatní zaměstnance nebo jiné osoby, zejména na základě jejich věku, rasy, národnosti, náboženského vyznání, původu a etnické příslušnosti, znevýhodnění, manželského stavu, místa narození, těhotenství, rasy a barvy pleti, předchozího odsouzení, pohlaví nebo sexuální orientace;
- činit obtěžující, zlehčující nebo jinak nepřístojné poznámky o ostatních zaměstnancích;
- zastrašovat ostatní zaměstnance nebo jiné osoby verbálně, fyzicky nebo vizuálně;
- činit sexuální návrhy nebo hanlivé poznámky na základě pohlaví druhé osoby;
- rozšiřovat záměrně nepravdivé informace nebo pověsti o ostatních zaměstnancích nebo o jiných osobách.

Každý zaměstnanec musí:

- chovat se zdvořile ke všem ostatním zaměstnancům nebo jiným osobám, bez ohledu na jejich postavení nebo původ;
- říci otevřeně, když je mu určité chování ze strany jiné osoby nepříjemné, protože tato osoba si nepřístojnost svého chování nemusí uvědomovat.

#### *Diskriminace*

*Diskriminace zahrnuje každé, ať už slovní, fyzické nebo vizuální, které je ve vztahu k druhé osobě obtěžující, zlehčující nebo urážlivé, a to zejména na základě věku, rasy, národnosti, náboženského vyznání nebo pohlaví této osoby. Ve většině zemí podléhá diskriminační chování postihům podle občanského a/nebo trestního práva.*

#### 4. Čestné jednání a důvěrnost informací

Budeme se vždy vůči skupině Ringier Axel Springer chovat čestně a se všemi informacemi, které obdržíme, budeme zacházet jako s důvěrnými.

Žádný zaměstnanec zejména nesmí:

- nadsazovat zaměstnavateli náklady na příslušné reportáže, nebo způsobovat zaměstnavateli náklady vyšší, než je pro řádný výkon jeho práce nezbytně nutné a přiměřené;
- vyrazovat důvěrné informace o obchodních partnerech, marketingu, produktech, koncepcích podnikání a podobné informace cizím osobám;
- využívat obchodní informace společností Ringier Axel Springer, včetně informací o obchodních partnerech Ringier Axel Springer nebo o informátorech, pro osobní zisk nebo tyto informace jinak zneužívat k nezákonným účelům.

Každý zaměstnanec musí:

- vyřizovat finanční záležitosti, které se týkají společností Ringier Axel Springer, stejně pečlivě a poctivě, jako kdyby jednal na svůj osobní účet;
- zeptat se svého nadřízeného, jestliže si není jist, zda se o určitou informaci může podělit s ostatními nebo nikoli.

#### *Důvěrné informace*

*Veškeré informace týkající se skupiny Ringier Axel Springer, jejího podnikání, produktů, marketingu, strategie nebo obchodních partnerů apod. mají být považovány za důvěrné bez ohledu na to, zda jsou výslovně označeny jako tajné nebo nikoli, jestliže lze rozumně předpokládat, že by si Ringier Axel Springer přál tyto informace uchovat v tajnosti. Zneužití*

*důvěrných informací může být trestným činem. Kromě toho může poškodit skupinu Ringier Axel Springer a posloužit jejím konkurentům. Povinnost udržovat důvěrné informace v tajnosti přetrvává i poté, co zaměstnanec společnost Ringier Axel Springer opustí.*

## 5. Úplatkářství a poskytování výhod

Naše vztahy s obchodními partnery, veřejnými činiteli, státními úředníky a ostatními osobami jsou založeny na uznání, důvěře a na kvalitě produktů a služeb, a nikdy nejsou jejich základem nezákonné dary, výplaty peněz nebo pozornosti pro ty, kteří v záležitosti rozhodují.

Žádný zaměstnanec nesmí:

- dávat nebo nabízet úplatek veřejnému činiteli, státnímu úředníkovu či jiné osobě se záměrem ovlivnit její rozhodování nebo získat od ní neoprávněnou výhodu nebo důvěrnou informaci;
- poskytovat veřejnému činiteli či státnímu úředníkovu a jiným osobám výhody (hotovost, dárky, apod.) za jakýmkoli jiným účelem, jestliže takové chování není vhodné a obvyklé nebo by mohlo ovlivnit či odůvodněně vzbuzovat dojem, že ovlivňuje vztah druhé strany ke skupině Ringier Axel Springer;
- dávat nebo nabízet úplatek osobě s rozhodovací pravomocí u (perspektivního) obchodního partnera nebo zprostředkovatele se záměrem ovlivnit rozhodnutí těchto osob.

### *Úplatkářství*

*Úplatkářství (podplácení) znamená poskytnutí nebo nabízení daru, půjčky, odměny, platby nebo jiné výhody (přímo nebo nepřímo) nějaké osobě, která může, avšak nemusí být veřejným činitelem (např. řediteli, funkcionáři, zaměstnanci nebo jakémukoli dodavateli, zákazníkovi či jakékoli jiné organizaci) za účelem toho, aby tato osoba v souvislosti se svou prací nebo funkcí udělala něco, co je nečestné, nezákonné nebo co znamená porušení důvěry. Úplatky pro veřejné činitele či státní úředníky a případně i pro obchodní partnery jsou ve většině zemí považovány za trestný čin.*

Každý zaměstnanec může:

- dávat malé dárky nebo pozornosti obchodním partnerům, jejich zaměstnancům a jiným osobám tak, jak je to obvyklé v příslušné zemi, pokud to není zakázáno zákonem nebo známými obchodními zásadami druhé strany, například po úspěšném dokončení projektu nebo jako projev zdvořilosti. Jako zásada zdravého rozumu může být použito pravidlo, že za povolené se obvykle považuje všechno, co lze spotřebovat v jednom dni.

### *Poskytování výhod*

*Poskytováním výhod se rozumí poskytnutí nebo nabízení jakéhokoli daru, odměny, peněžní úhrady nebo jiné výhody osobě, která může, avšak nemusí být veřejným činitelem (např. řediteli, funkcionáři, zaměstnanci nebo jakémukoli dodavateli, zákazníkovi či jakékoli jiné organizaci) v souvislosti s prací nebo úřadem, který tato osoba zastává. Poskytování výhod je nezákonné pouze v některých zemích. Například ve Švýcarsku je poskytování výhod veřejným činitelům trestné.*

## 6. Přijímání darů, výhod a pozvánek na zábavní akce

Snažíme se ze všech sil, abychom při veškerém svém podnikání zůstávali objektivní a čestní. Nenecháváme se ovlivňovat dary, výhodami nebo jakýmkoli pozornostmi či pozváním na zábavní akce, které nám nebo našim blízkým příbuzným poskytují nebo nabízejí jiné osoby, a

vyvarujeme se toho, abychom činili dojem, že jsme takto ovlivněni. V případě pochybností ohledně některého daru, výhody nebo pozvání budeme informovat svého přímého nadřízeného a danou situaci s ním projednáme.

Žádný zaměstnanec nesmí zejména:

- přijmout nebo dovolit svému blízkému příbuznému, aby přijal od nějaké osoby jakýkoli dar nebo jinou výhodu, jestliže takový dar nebo výhodu tato osoba poskytuje nebo slibuje proto, aby nás přiměla k poskytnutí přátelské služby v souvislosti s naší prací nebo by mohla odůvodněně vzbuzovat dojem, že ovlivňuje obchodní vztah skupiny Ringier Axel Springer s takovou osobou;
- přijmout nebo dovolit svému blízkému příbuznému aby přijal od nějaké osoby jakýkoli dar, výhodu nebo pozvání na zábavní akci, které jsou za hranicí toho, co je v dané zemi nebo oboru podnikání vhodné a obvyklé;
- přijmout nebo dovolit svému blízkému příbuznému, aby přijal jakýkoli dar, výhodu nebo pozvání na zábavní akci, jež by mohly zpochybnit objektivitu práce, kterou vykonáváme pro Ringier Axel Springer.

Každý zaměstnanec smí přijímat takové dary, výhody nebo pozvání:

- jestliže jsou přiměřené a obvyklé v zemi, kde pracuje, přičemž za dovolené se obvykle považují dary a pozornosti, které lze spotřebovat během jednoho dne;
- pokud nejsou osobní povahy, nýbrž otevírají možnost pro budování sítě;
- jestliže je lze považovat za propagační prémie a slevy nabízené např. dopravními společnostmi, hotely, půjčovnami aut a restauracemi, pokud jsou založeny na členství v bonusových programech a podobně pro jednotlivce, nebo jsou-li takové dary a výhody obvykle a řádně nabízeny jiným osobám, které mají k takové udělovací osobě nebo subjektu podobný vztah.

*Přijímání darů, výhod a pozvání na zábavní akce*

*Přijímání darů, výhod a pozvání (např. na zábavní akce) představuje protějšek k aktivnímu úplatkářství a poskytování výhod, jak je popsáno výše. Pozvání musejí spadat do oblasti obvyklé obchodní pohostinnosti. Jestliže jsou tyto dary, výhody a pozvánky na zábavní akce poskytovány či nabízeny s cílem přimět zaměstnance, aby udělil, poskytl laskavost nebo výhodu v souvislosti s jeho prací, vytvářejí pasivní úplatkářství a mohou být trestným činem. Jsou-li dary, výhody a pozvánky nabízeny, aniž by nabízející očekával zvláštní výhodu v souvislosti s prací zaměstnance, mohou být přijaty, pokud jsou splněny podmínky stanovené výše.*

## **Novinářská etiketa**

### **7. Novinářská bezúhonnost všeobecně**

Informace a zábava v tištěné a elektronické podobě představují hlavní činnost skupiny Ringier Axel Springer. Sdělovací prostředky mají jak svobodu, tak i odpovědnosti a práva i povinnosti. Novináři skupiny Ringier Axel Springer jsou si proto vědomi své odpovědnosti a svých povinností: základem novinářské práce je hledání pravdy a čestné nakládání se skutečnostmi.

Každý novinář zejména nesmí:

- podávat veřejnosti nepřesné a neobjektivní informace;
- nikdy úmyslně potlačovat nebo zkreslovat skutečnosti;
- zveřejňovat informace, o kterých ví, že jsou nepřesné;

- nikdy úmyslně klamat veřejnost.

*Ringier Axel Springer může plnit odpovědnosti, které mají sdělovací prostředky, pouze tehdy, budou-li všichni novináři dodržovat etické normy, stanovené v tomto kodexu chování. Kromě toho skupina Ringier Axel Springer vyžaduje, aby všichni novináři dodržovali uznávané profesní standardy vydané profesním sdružením v zemích, kde pracují.*

#### 8. Novinářská odpovědnost

Každý novinář musí vždy přijmout a ctít odpovědnost svobodného tisku. Novinář musí dodržovat zejména tyto podmínky:

- nesmí publikovat žádné informace, aniž by nejprve zvážil dopad, jaký by jeho materiál, publikace, články nebo fotografie mohly mít na veřejnost a na osoby, jichž se takový materiál, publikace, články nebo fotografie týkají;
- musí vyjádřit a odhalit všechna nezbytná fakta nebo prvky příběhu, které jsou důležité pro úplnou informovanost veřejnosti;
- musí se vyvarovat zveřejnění jakékoli informace, dokumentu nebo fotografie, jejichž původ je neznámý a které si nemohl nejprve ověřit, s výjimkou situace, kdy převáží veřejný zájem a daná informace je jasně označena jako nepotvrzená.

#### 9. Novinářská poctivost

Každý novinář musí vždy usilovat o to, aby ve svých novinářských materiálech předkládal spravedlivé informace, které zbytečně nenapadají nebo neponižují žádné osoby či události.

Novinář musí zejména:

- publikovat kritická nebo útočná fakta o určitém jednotlivci nebo subjektu pouze poté, co tomuto jednotlivci nebo subjektu poskytl možnost vyjádření, s výjimkou situací, kdy převládne veřejný zájem;
- zmínit nebo publikovat protiprohlášení ke svým článkům, odpovídající jejich závažnosti.

#### 10. Novinářská nezávislost

Každý novinář musí vždy usilovat o to, aby byl nezávislý na osobách, společnostech nebo úřadech. Každý novinář má právo nijak nejednat a nevyjadřovat žádný názor, který by odporoval profesním pravidlům nebo jeho osobnímu svědomí.

Novinář musí zejména:

- odmítat jakékoli osobní, politické nebo finanční podněty, které by mohly ovlivňovat schopnosti skupiny Ringier Axel Springer poskytovat veřejnosti přesné informace;
- kriticky zkoumat osobní přesvědčení nebo předpojatosti ohledně předmětu článku nebo jiného dokumentu.

#### 11. Respektování soukromí

Každý novinář musí vždy respektovat soukromí třetích stran podle národních a mezinárodních zákonů a zákonné praxe.

Novinář musí dodržovat zejména tato pravidla:

- nesmí publikovat jméno nebo fotografii osoby nebo informace, které se jí týkají, pokud tato osoba není veřejně činná a pokud informace nesouvisejí s těmito veřejnými činnostmi nebo neexistuje dostatečný veřejný zájem na tom, aby byly publikovány;
- získávat nebo usilovat o získání informací o určitých záležitostech nebo osobách musí

pouze zákonnými prostředky, a nikdy prostřednictvím úplatku nebo nátlaku.

#### 12. Dodržování práv k duševnímu vlastnictví třetích osob

Každý novinář se musí vždy vyvarovat plagiátorství a musí respektovat práva k duševnímu vlastnictví. Novinář musí zejména:

- respektovat autorská práva a podmínky dohod o autorských právech;
- používat výňatky z prací (textů, audio-, videonahrávek) jiných osob pouze za předpokladu, že bude jasně uvedeno autorské právo této jiné osoby nebo jestliže autor zveřejnění schválil.

#### 13. Odpovědnost zaměstnanců

Dodržování zásad formulovaných v tomto kodexu chování je povinností každého a všech zaměstnanců každé společnosti, která je součástí skupiny Ringier Axel Springer, bez ohledu na to, ve které zemi tato společnost působí. Zaměstnanci musejí hlásit jakékoli porušení tohoto kodexu chování nebo jiné závažné skutečnosti, které se tento kodex týká, přímo svým nadřízeným. Jestliže má zaměstnanec dobré důvody, proč se nechce obrátit na přímého nadřízeného, musí kontaktovat přímo odpovědného manažera pro lidské zdroje, a/nebo na generálního ředitele společnosti nebo organizace Ringier Axel Springer pro danou zemi. Jako poslední východisko se může zaměstnanec, který se cítí nucen ohlásit porušování kodexu, obrátit také přímo na externího zprostředkovatele pro dodržování zákonů a předpisů svojí společnosti nebo organizace Ringier Axel Springer v dané zemi. Pokud pro konkrétní společnost nebo zemi takový externí zprostředkovatel ustaven nebyl, má dotyčný zaměstnanec právo obrátit se na generálního ředitele organizace Ringier Axel Springer pro danou zemi. Hlášení mohou být v každém případě učiněna důvěrně a anonymně. Rozumí se samo sebou, že žádný zaměstnanec, který ohlásí porušování kodexu chování v dobré víře, nebude vystaven žádným odvetným opatřením.

### **Zavedení kodexu a kontrola jeho dodržování**

#### 14. Kontrola dodržování kodexu prováděná generálními řediteli

Generální ředitelé společnosti Ringier Axel Springer v jednotlivých zemích sledují, zda jsou dodržovány zásady stanovené v tomto kodexu. Ředitelé pro jednotlivé země budou každý rok jako součást svých povinných hlášení, společně s výkazy o obchodních činnostech, finančních výsledcích apod., podávat do ústředí skupiny Ringier Axel Springer zprávy o svých pozorováních a zkušenostech a svůj celkový posudek o úrovni zavedení a dodržování tohoto kodexu chování v zemích jejich působnosti.

#### 15. Sankce

V případě, že zaměstnanec poruší kodex chování, může mu zaměstnavatel uložit sankce. Druh a rozsah sankcí závisí na závažnosti porušení, a zejména na smluvních a právních ustanoveních příslušného pracovního vztahu (pracovní smlouvy).

### **Příloha č. 12: dotazník pro šéfredaktory**

Jak byste se jako šéfredaktor online zpravodajského serveru zachoval v následujících situacích? Prosim o zvolení jedné z možností s doplněním o zdůvodnění, proč byste tak postupoval.



Konkurenční zpravodajský server publikuje rozhovor s Vitem Bártou, ve kterém se přizná, že členy Věcí veřejných uplácel.

- a. zprávu převezmete a do textu vložíte odkaz, který povede přímo na rozhovor konkurenčního média
- b. zveřejníte tento fakt na svém webu a bez odkazu uvedete, pro které médium se Vít Bárta takto vyjádřil
- c. informaci zveřejníte bez udání zdroje
- d. k věci necháte vyjádřit další politiky a teprve poté ji publikujete. Zmíníte, že stavíte na informaci z iDNES.cz
- e. počkáte, až zprávu převezme ČTK, čerpat budete tedy z agentury
- f. zprávu vydáte až v tom momentě, co své uplácení Vít Bárta potvrdí i Vaší redakci

Včera jste vydali zprávu o tom, že Jiří Kajínek opět utekl z věznice. Zpráva se ale dnes ukáže jako nepravdivá.

- a. zveřejníte omluvu jako nový článek a původní text necháte beze změny
- b. zveřejníte omluvu jako nový článek a původní text smažete
- c. zveřejníte omluvu jako nový článek a odkaz na ni připojíte k původnímu článku
- d. pouze smažete původní text
- e. původní text uvedete na pravou míru, samostatný omluvný článek zveřejňovat nebudete

Máte k dispozici fotografie, které zachycují loňskou smrt Usámy bin Ládina.

- a. fotografie potvrzující smrt bin Ládina nepublikujete s odůvodněním, že jsou příliš drastické
- b. fotografie bin Ládina publikujete, ale upravíte je, aby nebyly tak drastické (například je rozostříte)
- c. fotografie publikujete bez úpravy, protože čtenáři žádají obrazové potvrzení skutečnosti

Dnes Vám do redakce zavolal pan Novák s nabídkou exkluzivních fotografie z pohřbu Václava Havla. Na nich je bývalý prezident zachycen v rakvi tak, jak ho naposledy viděli jeho nejbližší. Pan Novák za fotky nepožaduje žádný honorář.

- a. fotografie zveřejníte
- b. nejdříve ověříte pravost fotografií a identitu pana Nováka a pak fotografie zveřejníte
- c. fotografie nezveřejníte, ale napíšete zprávu o tom, že existují
- d. fotografie nezveřejníte a nebudete se tím dále zabývat

Dnes dopoledne na pražském okruhu došlo k srážce motocyklisty s osobním autem, do kterého narazí ještě další dvě auta. Motocyklista, který nehodu zavinil překročením rychlosti a kličkováním mezi auty, nehodu nepřežil, řidič prvního osobního auta a jeho spolujezdec jsou v kritickém stavu. Z nehody jsou pořízené snímky, na jednom je vidět bezvládné tělo motocyklisty, na druhém jeho zakryté mrtvé tělo, na třetím motorka a vozovka od krve a na ostatních jen trosky dopravních prostředků.

- a. zveřejníte všechny tyto fotografie
- b. čtenáře upozorníte, co fotografie zachycují (odlákáte tak slabší povahy), a zveřejníte je všechny
- c. zveřejníte fotografie s mrtvým tělem schválně proto, aby odlákaly další řidiče od nebezpečné jízdy
- d. zveřejníte jen ty fotografie, na kterých není vidět mrtvý motocyklista
- e. fotografie nezveřejníte vůbec

Jeden z Vašich redaktorů si na soukromém účtu Petry Paroubkové na Facebooku všimne fotografií, jak si s dcerou Margaritou a neznámým mladým mužem (tedy bez Jiřího Paroubka) užívá dovolené v nějaké exotické zemi. Tento účet bude potvrzen jako oficiální.

- a. uveřejníte o tom článek, jako zdroj Vám poslouží Facebook
- b. požádáte někoho z rodiny Paroubků nebo někoho z jejich blízkého okolí o vyjádření a zprávu vydáte
- c. zjištěním vašeho redaktora se vůbec nebudete zajímat, protože Facebook ani jiná sociální média nepovažujete za zdroj informací
- d. zprávu nepovažujete za vhodnou k publikování, ani kdyby byla pravdivá