

Jan Křeček, Vlastimil Nečas, Ivan Vodochodský, Jan Miessler

# VYVÁŽENOST VE VYSÍLÁNÍ



## KATALOGIZACE V KNIZE - NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Křeček, Jan, 1974-

Vyváženost ve vysílání / Jan Křeček, Vlastimil Nečas, Ivan Vodochodský,

Jan Miessler. -- Vydání 1.. -- Praha : Grada, 2022. -- 1 online zdroj

Anglické resumé

Obsahuje bibliografii

ISBN 978-80-271-4868-4 (online ; pdf)

\* 316.774 \* 654.197 \* 654.195.6 \* 316.772.4 \* 165.423 \* (437.3) \* (048.8:082)

– masmédia

– televizní vysílání

– rozhlasové vysílání

– televizní vysílání -- Česko

– rozhlasové vysílání -- Česko

– mediální komunikace

– objektivita

– vyváženost vysílání

– kolektivní monografie

316.4/.7 - Sociální interakce. Sociální komunikace [18]

Jan Křeček, Vlastimil Nečas, Ivan Vodochodský, Jan Miessler

# VYVÁŽENOST VE VYSÍLÁNÍ



**Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy**

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **tretně stíháno**.

*Tento projekt je spolufinancován se státní podporou  
Technologické agentury ČR v rámci Programu Éta.*



**Jan Křeček, Vlastimil Nečas,  
Ivan Vodochodský, Jan Miessler**

## **VYVÁŽENOST VE VYSÍLÁNÍ**

Vydala Grada Publishing, a.s.  
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7  
tel.: +420 234 264 401  
[www.grada.cz](http://www.grada.cz)  
jako svou 8504. publikaci

**Recenzoval:**

Mgr. Josef Baxa, Ph.D. (Analytické oddělení Českého rozhlasu)

Redakce a korektury Magdalena Jimelová  
Grafická úprava Antonín Plicka  
Návrh a zpracování obálky Antonín Plicka  
Počet stran 112  
Vydání 1., 2022

Vytiskla TISKÁRNA PROTISK, s.r.o., České Budějovice

© Grada Publishing, a.s., 2022  
Cover Photo © freepik.com

ISBN 978-80-271-4869-1 (ePub)  
ISBN 978-80-271-4868-4 (pdf)  
ISBN 978-80-271-3477-9 (print)

# Obsah

<b>1. Teoretická a metodologická východiska</b>	<b>7</b>
<i>Jan Křeček</i>	
1.1 Teoretická východiska	7
1.2 Metodologická východiska	10
1.3 O projektu	13
<b>2. Objektivita a vyváženost</b>	<b>17</b>
<i>Vlastimil Nečas</i>	
2.1 Objektivita = faktičnost + nestrannost	20
2.2 Objektivita = nestrannost + vyváženost	24
2.3 Objektivita = nestrannost = vyváženost	26
<b>3. Jednostranné zvýhodňování</b>	<b>31</b>
<i>Jan Křeček, Jan Miessler, Ivan Vodochodský</i>	
3.1 Média a moc	31
3.2 Favorizace a bias	33
3.3 A jak to měřit?	38
3.3.1 První úroveň – Kdo mluví?	41
3.3.2 Druhá úroveň – O kom se mluví?	42
3.3.3 Třetí úroveň – Jak se o něm mluví?	44
<b>4. Relevance aktérů a mocenský bonus</b>	<b>49</b>
<i>Jan Křeček, Jan Miessler</i>	
4.1 Rovnost minimální, absolutní, odstupňovaná	49
4.2 Mocenský bonus	62
<b>5. Celek vysílání</b>	<b>67</b>
<i>Jan Křeček</i>	
5.1 Mikrocelek	68
5.2 Makrocelek	70

<b>6. Politické strany, hnutí a skupiny veřejnosti</b>	<b>75</b>
<i>Jan Křeček</i>	
<b>7. Manuál – Jak prakticky měřit objektivitu a vyváženost rozhlasového a televizního vysílání</b>	<b>79</b>
<i>Vlastimil Nečas, Ivan Vodochodský</i>	
7.1 Pořízení a příprava dat pro analýzu	80
7.1.1 Rozsah a zdroje dat pro analýzu	80
7.2 Postup analýzy	85
7.2.1 Určení analytické jednotky	85
7.2.2 Vytvoření kódovací knihy	86
7.2.3 Test reliability	87
7.2.4 Kódování dat	88
7.2.5 Kontrola a čištění dat	89
7.2.6 Tvorba analytických výstupů	89
7.2.7 Kvantitativní třídění pomocí metadat	91
7.3 Stupně měření vyváženosti	92
7.3.1 Základní analýza vyváženosti – analýza mluvčích	93
7.3.2 Pokročilá analýza vyváženosti – analýza mluvčích s atributy	94
7.3.3 Komplexní analýza vyváženosti – analýza mluvčích a adresátů promluv	95
7.4 Kódovací kniha	96
<b>Literatura</b>	<b>101</b>
<b>Resumé</b>	<b>111</b>

# 1. Teoretická a metodologická východiska

JAN KŘEČEK

## 1.1 Teoretická východiska

Objektivita a vyváženost patří k notoricky známým požadavkům, jejichž vnímaná potřeba a následné vyžadování daleko přesahuje komunitu mediálních studií a jejich doménu normativních teorií médií.

Jakkoliv se konkrétní představy o objektivitě a vyváženosti liší napříč politickými systémy a mediálními krajinami a bývají vztahovány jen na některé typy médií a obsahů, fundament zůstává stejný – bez jejich uplatnění a vyžadování není demokratické, svobodné a pluralitní společnosti.

Každé politické zřízení, které se hodlá za demokratické, svobodné a pluralitní deklarovat, musí nutně předjímat existenci veřejnosti a s ní spojenou existenci veřejného prostoru (sféry, tržiště), v němž mohou názory a argumenty nejenom zaznívat, ale současně jsou i slyšet. V němž se svobodně setkávají rozdílné názory, argumenty a politics, kde se společně dospívá k návrhům policies a kde je síla hlasů odstíněna od politické a ekonomické moci (a mediální teorie zde dodává: kde ani média nenabývají nelegitimní mediální/symbolickou moc).

Napříč aplikovanými demokratickými teoriemi (a z nich vycházejícími normativními teoriemi médií) se může lišit množina médií, na která jsou oba požadavky uplatňovány – ať již extenzivně (na všechna seriózní, neparalelistická a nestranická), nebo úzce (vysílací média, někdy jen ta veřejnoprávní). Ať již se představa o jejich vynucování vtělila do pomyslné neviditelné ruky voličského trhu (která rozhoduje o přežití médií nákupem kvalitního informačního servisu), nebo do podoby závazných norem až zákonů, kterými stát oba požadavky vynucuje (i na médiích

soukromých). Vždy však jsou oba požadavky nutným předpokladem existence komunikačního prostoru, v němž dochází k politické (komunikační) participaci nebo kde lze (alespoň) získat co nejuplněnější informační servis pro poučenou volbu zastupitelů (Ferree, Gamson, Gerhards, Rucht, 2000; Henneberg, Scammel, O'Shaughnessy, 2009).

První z politologických demokratických teorií – kompetitivní elitismus – zdůrazňuje roli voleb, v nichž si občanstvo vybírá nejlepší správce věcí veřejných. V oblasti mediálních studií se pak překrývá s teorií reprezentančně-liberální, která v oblasti politické komunikace vyžaduje od médií co nejtransparentnější informování o kandidátech a následně vykonavatelích moci, zprostředkování dialogu mezi zastupiteli a experty, aktivovanými dle momentálně diskutované agendy. Vzývanou kvalitou médií je zde interní pluralismus, který se dá s požadavky objektivity usouvztažnit až ztotožnit. Namísto regulace zde teorie pracuje se spotřebitelskou mocí mediálních publik, kdy nekvalitní (nerespektující interní pluralismus) média chřádnou nezájmem příjemců za takto vychýlený informační servis platit (penězi či jen pozorností).

I proto se pro veřejný komunikační prostor používá označení veřejné tržiště, i proto reprezentančně-liberální teorie předpokládá média soukromá, se kterými neměla a nemá problém ani ve vysílacím sektoru.

Tyto teorie a jejich představy o žádoucí roli médií bývají ztotožňovány spíše se severoamerickým prostředím, tedy s libertariánským, resp. atlantickým modelem dle Hallina a Manciniho (Schumpeter, 2004; Corner, 2003; Hallin, Mancini, 2008).

Naopak spíše s evropskou tradicí bývají usouvztažňovány politologická delibarativně-participační, resp. mediálněvědní participačně-liberální teorie, které krom svobody projevu a médií zdůrazňují i větší zapojení občanstva do tvorby politik a potažmo i nutně související větší míru odpovědnosti.

Hodnota externího pluralismu předpokládá média více stranící, přičemž žádoucího stavu se dosahuje pestrostí mediální sféry, pokrývající různé názorové proudy. Této představě historicky odpovídal sektor tištěných



médií, která byla paralelistická, tedy napojena (či přímo zřizována) politickými stranami a dalšími politickými aktéry (a jistou míru afinity k sektorům politické osy si zachovávají dodnes). Kombinace co nejpestřejšího vějíře angažovaných médií spolu s důrazem na inkluzivnost komunikačních procesů směrem k aktivnímu občanstvu našla pojmenování veřejného komunikačního prostoru coby veřejné sféry. Při nástupu vysílacích médií však technologická omezení (nedostatek frekvencí pro všechny aktéry) neumožnila v sektoru aplikovat externí pluralismus, a tak vznikly jiné modely řízení a regulace – typicky státní a později veřejnoprávní rozhlas (a později televize). V oblasti politického zpravodajství a publicistiky se rozvinuly zásady objektivit a vyváženosti, často jako výsledek vnější (státní) regulace. Právě existence veřejnoprávního sektoru názorně usouvztažňuje participace-liberální teorii s evropskými modely vztahu médií a politiky, tedy středomořským (polarizovaně-pluralistickým), středo- a severoevropským (demokraticko-korporativistickým), případně i specifickým středo- a východoevropským (Habermas, 1996; Hirst, 1994).

V souhrnu těchto dvou ideálních typů demokratických teorií (a příslušných normativních mediálních teorií) by šlo konstatovat, že myšlenky objektivit a vyváženosti jsou přítomny v obou dvou.

Zatímco první je spíše předpokládá, zato u všech (seriózních, faktických, zaměřených na otázky tvorby veřejných politik), druhá je explicitně vyžaduje, ovšem jen u některých (vysílacích).

Jestliže obě tyto tradice vycházejí ze shodného přesvědčení, že demokratickou diskusí (a s ní volby a decision-making) je třeba ochraňovat před nadměrnou/nelegitimní politickou a ekonomickou mocí partikulárních aktérů, zbývá ještě otázka moci, kterou získávají sama média provozováním veřejného diskurzu. Sociologie moci o třech rozměrech v případě moci mediální hovoří o moci zdrojové, přístupové a diskurzivní, přičemž právě druhý rozměr, tedy moc přístupu do obsahů, je polem, kde se požadavky objektivit a vyváženosti rozvíjejí (Lukes, 1974).

Vzhledem k radikální mocenské/politické změně, kterou v tehdejší Československu odstartoval rok 1989, nemá příliš smyslu hovořit

o tradici, tím méně pak v oblasti liberálně-pluralitního veřejného prostoru. V oblasti regulace mediální krajiny se spontánní odstátňování a víra v samozřejmou prozřetelnost trhu střetly s touhou „vracet se do Evropy“. Ta se nakonec pro podobu mediální regulace stala určující a Evropská unie si během přechodové fáze ohlíдела harmonizaci mediální legislativy. V České republice se tak ustavil „evropský“ duální systém vysílacích médií, kdy vedle sebe existují média soukromá a veřejnoprávní. Jakkoliv média veřejné služby dostala do vínku řadu dalších normativních očekávání (vyjádřených zejména v zakládajících zákonech a podzákonných kodexech, schvalovaných ovšem Poslaneckou sněmovnou), požadavky objektivit a vyváženosti byly vtěleny do vysílacího zákona, který platí pro všechny vysílatele stejně.

Pro tuto publikaci je tedy výchozím a určujícím bodem odstavec 3 § 31 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání:

*„Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivit a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.“*

Tento odstavec se bude objevovat v záhlaví následujících kapitol vždy se zvýrazněním pojmů, kterým se příslušná kapitola věnuje.

## 1.2 Metodologická východiska

Z konceptualizace prostředí a následného projektového zadání, kterému se věnovala předchozí podkapitola, se nutně odvíjejí základní předpoklady pro metodické/analytické uchopení.

**Objektivita a vyváženost**, kterými je klíčový odstavec zákona uvozen, zde mají spíše deklaratorní povahu. V mediálněvědní teorii mají řadu (často ne úplně souladných) významů/naplnění, kterým se věnuje hned následující **druhá kapitola** předkládané publikace (mnohoznačnost pojmů a jejich užití vysvětluje větší délku kapitoly oproti ostatním). Deklarovaný ideál je ve výše citovaném odstavci zákona dále rozvíjen a konkretizován několika dalšími pojmy, které již zřetelně určují jeho metodické uchopení.

**Zvýhodňování** (natožpak jednostranné) určitého politického aktéra médiiem je s ideály objektivita a vyváženosti v přímém rozporu – i proto začíná **třetí kapitola** konceptualizací negativně chápaných mediálních biasů (odklonů, zkreslení, předpojatostí), typologizovaných do čtyř kvadrantů. Podle dvou os – vědomosti na straně autora/komunikátora a viditelnosti na straně příjemce/publika – identifikujeme bias stránek, bezděčný, propagandistický a diskuzní, přičemž těžiště našeho projektu se bude nacházet zejména v oblasti druhého typu biasu. Tedy tam, kde se realizuje mediální přístupová moc a kdy o přístupu do obsahů (a míře věnované pozornosti) spíše než úmysl rozhodují zvnitřnělé rutinní postupy novinářů (McQuail, 1992; Street, 2001).

Měření samotného zvýhodňování je nevyhnutelně navázáno na věnovanou pozornost, resp. věnovaný prostor, resp. věnovaný čas. Kvantitativní logika – čím více, tím důležitěji, čím méně, tím bezvýznamněji – je neúprosná, variantnost se skrývá pouze v tom, čemu konkrétně se u jednotlivých aktérů pozornost/prostor/čas věnuje. Od prosté frekvenční analýzy KDO MLUVÍ se měření zvýhodňování dostává k druhé úrovni O KOM SE MLUVÍ a následně až ke třetí úrovni JAK SE O NĚM MLUVÍ. Zde už se kvantitativní valenční (na škále pozitivně – negativně) analýza svou komplikovanější intersubjektivitou a časovou náročností blíží analýze kvalitativní (a rozpíná se do obtížně sledovatelného třetího rozměru moci, resp. třetího a čtvrtého, propagandistického a diskurzního kvadrantu bias).

**Čtvrtá kapitola** se věnuje reálnému zastoupení politických stran a hnutí v politickém a společenském životě, tedy jejich politické a společenské

**relevanci.** Právě „přihlédnutí k reálnému zastoupení“ přidává k námi předpokládané analýze komparativní rozměr. Tento požadavek zákona totiž vyžaduje nalezení před-/mimomediální sady dat. A to srovnatelně „tvrdých“, získaných předchozími kvantitativními politickými rozhodovacími procesy (volby), aktuálnějšími kvantitativními průzkumy (výzkumy preferencí), příp. i dalšími.

Takovéto uchopení obou požadavků (nezvýhodňování a přihlížení k relevanci) je natolik nevyhnutelné, že s odstupem několika málo let překvapuje kontroverze<sup>1</sup>, kterou ve veřejných diskusích vyvolalo jejich logické a nutné zapojení do Analýzy předvolebního vysílání České televize a Českého rozhlasu (Krajské a senátní volby 2016), (CEMES, 2017)<sup>2</sup>, jež stála u vzniku tohoto projektu/publikace. Zvláště když jak „stop-watch principle“, tak vyčíslování společenské relevance aktérů je běžnou součástí obdobných aplikovaných mediálních analýz (Norris, Sanders, 1998; ACE Project, 1994).

Naopak **mocenský bonus**, kterému se věnuje druhá část čtvrté kapitoly, se v zákoně neobjevuje, přesto je intuitivně chápaný všemi zúčastněnými aktéry. Jde o prostý fakt, že někteří z účastníků politické soutěže jsou dočasně v exekutivních pozicích a tato konfúze rolí znepřehledňuje sběr a analýzu dat. I tento případ je detailně popsán v zahraniční teoretické i analytické praxi, na rozdíl od předchozích se však náš import termínu mocenský bonus kontroverzí nedočkal a zodpovězení si tak žádá jen otázka, jak s ním v kvantitativním výzkumu pracovat. I zde, stejně jako u zvýhodňování a relevance, preferujeme jeho zapojení až v závěrečné, interpretační fázi.

Nejobtížněji uchopitelným objektem našeho projektu se stal **celek vysílaného programu**, namísto přesné definice tak **pátá kapitola** přináší

---

<sup>1</sup> Pro shrnutí viz Křeček, J. (2018): CEMES 2017: Ostře sledovaná analýza. Celek vysílání a společenská relevance – dva aktuální problémy aplikovaného mediálněvědního výzkumu. Mediální studia, 2/2018, str. 98–110.

<sup>2</sup> V textu budeme pro tuto analýzu dále užívat zkratku CEMES 2017.

rozlišení na mikrocelek a makrocelek a několik možných variant jeho stanovení v předvolebním období. Termín celek ve svém případnějším užití (makrocelek jako celek vysílaného programu, nikoliv mikrocelek pořadu) zopakuje a dále zdůrazní roli kvantitativní obsahové analýzy jako stěžejní metody při analýze objektivit a vyváženosti, neboť tato metoda je jako jediná použitelná při zpracování tak rozsáhlého základního souboru.

Přestává však stačit ve chvíli, kdy namísto spočitatelné skupiny **stran** a **hnutí** rozšíříme měření vyváženosti i na zpravodajské a politicko-publicistické pokrývání názorů **skupin veřejnosti**. Uspokojivé naplnění tohoto požadavku vidí text **šesté kapitoly** pouze v případové konceptualizaci konkrétní analýzy (např. vázané na zjišťování objektivního a vyváženého pokrývání konkrétní kauzy a/nebo tématu) a/nebo při interpretaci analýzou zjištěných výsledků. Náš projekt tomuto požadavku ovšem přisuzuje i jeden zásadní význam – slouží jako varování před příliš mechanickým a technicistním přístupem k měření objektivit a vyváženosti. Namísto co nejkvalitnější realizace a reprezentace veřejné sféry ve vysílání by tak naše metodika mohla působit konzervačně a mohla by uzavírat české rozhlasové a televizní vysílání do podoby vysílání parlamentního.

**Závěrečná kapitola** pak obsahuje praktický **manuál** pro provedení analýzy, vycházející z principů kapitol předcházejících. Je určena jak samotným vysílatelům a jejich regulačním orgánům, které se rozhodnou analýzu poplat u specializovaného pracoviště, tak i analytickým týmům, které se budou o provedení analýz objektivit a vyváženosti pokoušet.

## 1.3 O projektu

Předkládaná publikace je čtvrtým (a závěrečným) výstupem grantového projektu *Vyváženost v rozhlasovém a televizním vysílání*, který v rámci programu podpory inovačního potenciálu společenských věd,

humanitních věd a umění Ěta podpořila Technologická agentura České republiky. Jeho zaměření a potřebnost anotoval návrh projektu takto:

*„Dosavadní analytická a regulační praxe rozhlasového a televizního vysílání v ČR je nedostatečná, neboť nemá k dispozici ustálený výklad požadavků objektivity a vyváženosti a především dosud nezohledňovala související klíčový požadavek, tedy aby... zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana.... a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.“ (§ 31 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb.)*

*„I tento dlouhodobě neřešený stav generuje nejistotu na straně vysílatelů a nespokojenost na straně politických aktérů. Na straně veřejnosti důvěra v klasická média klesá, přestože jejich význam pro provoz veřejné sféry a racionální (celo)společenské debaty ve věku sociálních sítí stoupá.“*

Hlavním uchazečem (a následně řešitelským pracovištěm) se stala Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy (resp. její výzkumné Centrum pro mediální studia CEMES), aplikačním garantem pak společnost Newton Media<sup>3</sup>. Při řešení projektu byly hlavními užitými metodami rešerše odborné literatury a dalších souvisejících pramenů, polostrukturované rozhovory s klíčovými aktéry české vysílací a regulační scény a obsahové analýzy vysílání posledních pěti volebních let. Společný řešitelský tým v rámci řešení projektu uspořádal workshop pro odbornou veřejnost, vydal working papers a uspořádal konferenci, všechny tyto výstupy (resp. jejich záznamy) jsou dostupné na webových stránkách projektu [vyvazenost.fsv.cuni.cz](http://vyvazenost.fsv.cuni.cz).

Vznikající metodika vycházela z původní metodiky použité při zpracování Analýzy předvolebního vysílání České televize a Českého rozhlasu (Krajské a senátní volby 2016), (CEMES, 2017). Ta byla v průběhu řešení

---

<sup>3</sup> Více o Newton Media v kapitole 7 Manuál.

doplňována a uzpůsobována pro použití pokročilých analytických nástrojů Newton Media tak, aby výsledkem bylo komplexní a vyargumentované řešení.

Právě analýza CEMES 2017, resp. intenzivní veřejná debata po jejím uveřejnění, stála u zrodu tohoto projektu, neboť výmluvně ilustrovala jeho potřebnost. S vědomím této potřebnosti jsme se pak setkávali po celou dobu řešení u našich respondentů, kterým bychom chtěli ještě jednou poděkovat za vstřícnost a spolupráci. Zejména pak vedoucímu Analytického oddělení Českého rozhlasu Josefu Baxovi a vedoucí Útvaru výzkumu a analýz České televize Renatě Týmové, u nichž spolupráce na tématu překročila i hranice projektu.<sup>4</sup> Opakovaně naopak litujeme reakce Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, která spolupráci na projektu odmítla<sup>5</sup>, přestože je její role jako orgánu státní správy, v němž se setkává politická logika s logikou analytickou, při analytice a regulaci vysílacích médií nezastupitelná. Jistou naději však shledáváme v tom, že odmítnutí bylo omezené právě jen na dobu řešení projektu.

<sup>4</sup> Např. při Rozpravách o českých médiích v dubnu 2020, záznam viz <https://www.youtube.com/watch?v=-TMhaLDn8jQ>.

<sup>5</sup> „Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) se na svém 19. zasedání dne 19. listopadu 2019 seznámila s Vaší nabídkou setkání, na němž by mohla být prezentovány očekávání a představy Rady v souvislosti s projektem analytické metodiky, na které CEMES v současnosti pracuje. Dovolte, abych Vám sdělil, že Rada jako správní úřad je vázána řadou povinností. Mimo jiné povinností, aby v případě, kdy se rozhodne spolupracovat s externím pracovištěm, vždy toto pracoviště volila na základě stanovených kritérií v rámci výběrového řízení. Pokud by Rada participovala na projektu, který zpracovává CEMES, mohla by v budoucnu při výběru externího pracoviště vzniknout pochybnost o nezávislosti rozhodování Rady (bude-li zainteresována na projektu jednoho ze soutěžitelů). Proto Rada nevyužije nabídky participovat na vývoji projektu, nicméně za tuto nabídku děkujeme. Velice rádi se seznámíme s výstupy projektu po jeho dokončení.“ (odpověď předsedy RRTV Ivana Krejčího, 19. 11. 2019).

Závěrem proto konstatujeme, že stejně jako řešitelský tým Newton Media implementoval vyvinutou metodiku (s pracovním názvem VyVy21) do své analytické praxe a je dle ní připraven realizovat analýzy, je řešitelský tým FSV UK nadále připraven být nápomocný při všech dalších krocích, které povedou k větší objektivitě a vyváženosti českých vysílacích médií.



## 2. Objektivita a vyváženost

VLASTIMIL NEČAS

*„Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivit y a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.“ (Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání č. 231/2001 Sb., § 31, odst. 3)*

Objektivita je obecně považována za základní stavební kámen moderní žurnalistiky a v důsledku je tedy také klíčovým konceptem pro výzkum a odbornou reflexi žurnalistiky (Raeijmaekers, Maesele, 2017; Boudana, 2011; Schudson, 2001; Martine, De Maeyer, 2018). Následující pokus o zmapování a kontextualizaci aktuálního stavu odborné reflexe žurnalistické objektivit y je uveden stručným historickým exkurzem. Dále jsou představeny dostupné definice a možnosti empirického zkoumání novinářské objektivit y a hlavní oblasti odborné kritiky, která koncept novinářské objektivit y již od počátku provází.

Většina autorů se shodne na tom, že koncept objektivit y vznikl na přelomu 19. a 20. století ve Spojených státech amerických v souvislosti s profesionalizací žurnalistiky a ustavováním profesních organizací a norem (např. Schudson, 2001; Wien, 2005; Post, 2015). Koncept objektivit y je v odborné literatuře shodně spojován především s americkou žurnalistikou (Schudson, 2001; Raeijmaekers, Maesele, 2017), zatímco v evropském kontextu se namísto objektivit y častěji prosazují koncepty nestrannosti<sup>6</sup> a vyváženosti<sup>7</sup> (Martine, De Maeyer, 2018; Sambrook, 2012; Hampton, 2008).

---

<sup>6</sup> V angl. impartiality.

<sup>7</sup> V angl. balance.

Definice žurnalistické objektivitě existuje značné množství, přičemž není k dispozici jedno, obecně akceptované a široce sdílené vymezení tohoto pojmu. Pro účely této práce vycházíme z vymezení M. Schudsona (2001) a J. Rosena (1993). Schudson definuje žurnalistickou objektivitu jako normu „požadující od novinářů, aby oddělovali fakta od hodnot a komunikovali pouze fakta. Objektivní zpravodajství má být věcné, spíše než emotivní. Objektivní zpravodajství klade důraz na to, aby v politických diskuzích spravedlivě referovalo o všech hlavních názorových stranách. Podle normy objektivitě je úkolem novináře komunikovat ‚zprávy‘, aniž by je komentoval, zkresloval nebo jakýmkoliv jiným způsobem přetvářel. Důležitost objektivitě je patrná především při srovnání se stranickou žurnalistikou, kde jsou noviny přiznanými spojenci nebo agenty politických stran a jejich zpravodajství je součástí politického boje. Straničtí novináři, podobně jako novináři objektivní, většinou odsuzují nepřesnosti, lži a dezinformace, ale straničtí novináři bez rozpaků prezentují informace z pohledu konkrétní politické strany či frakce.“ (2001, s. 150).

Rosen nabízí pět způsobů, jak lze chápat objektivitu. „Prvním způsobem, jak popsat objektivitu, je jednoduše říci, že se jedná o smlouvu mezi novináři na jedné straně a jejich zaměstnavateli na straně druhé. (...) Smlouva říká: vydavatelé, dali jste nám právo dělat zpravodajství nezávisle a nechali nás na pokoji. Na oplátku vám nebudeme dělat potíže, když do zpravodajství budete prosazovat svou vlastní politiku. Druhým způsobem, jak uchopit objektivitu, je tvrzení, že je to teorie, jak se dostat k pravdě. Můžeme ji také nazývat epistemologie americké žurnalistiky. (...) Třetí možností je chápat objektivitu jako soubor profesních rutin a postupů – tedy jako komplex pravidel a procesů uplatňovaných novináři při výrobě zpravodajství. (...) Čtvrtým způsobem uchopení objektivitě – a to zřejmě nejméně obvyklým – je chápat objektivitu jako rétorickou strategii či techniku, pomocí níž se nás novináři snaží přesvědčit, že pouze zprostředkovávají faktické informace, informace, na kterých nemají žádný vlastní zájem, jen popisují skutečnost takovou, jaká doopravdy je. (...) Poslední, pátý způsob, chápe objektivitu jako vzor či ideál, bez kterého nelze dosáhnout

*pravdivosti. Ideál novinářské objektivity tak posiluje představy a přesvědčení, že existuje objektivní, nezaujatá, na člověku nezávislá pravda.*“ (Rosen, 1993, s. 48–51).

Z vymezení Schudsona (2001), Rosena (1993) i řady dalších autorů (Tuchmann, 1972, 1978; Martine, De Maeyer, 2018; Thorsen, 2008; Boudana, 2011; Robinson, Culver, 2019) je patrné, že koncept žurnalistické objektivity se vztahuje současně k profesní etické normě, uplatňovaným redakčním postupům a rutinám i ke specifickým charakteristikám zpravodajských obsahů. Zkoumání objektivity je tak možné realizovat: *„(a) prostřednictvím analýzy vyjádření, kterými se novináři přihlásí k objektivitě – v projevech, na konferencích, v profesních etických kodexech, v učebnicích žurnalistiky, v debatách a diskuzích, v odborných časopisech a výzkumech názorů novinářů; (b) etnografickými výzkumy novinářské práce a zkoumáním pracovních postupů, které dodržují; (c) pomocí obsahové analýzy tisku a zpravodajských pořadů, měřením míry ne-osobnosti a nestrannosti ve zpravodajství; a (d) zkoumáním intenzity odporu a nesusouhlasu zastánců objektivity, když je objektivita veřejně zpochybňována či kritizována.*“ (Schudson, 2001, s. 149–150).

Cílem našeho projektu je operacionalizace objektivity a vyváženosti do podoby kvantitativně ověřitelných indikátorů pro obsahovou analýzu<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Koncipovat úvodní kapitolu takto obsírně umožnila zjevně deklaratorní povaha, kterou požadavky objektivity a vyváženosti v klíčovém článku vysílacího zákona mají. Ta odkazuje k (normativní) teorii médií, v jejímž rámci lze vycházet z množství odborné literatury, které shrnuje úsilí základního akademického výzkumu. Tato výchozí deklaratorní část („aby bylo dbáno zásad“) je v klíčovém odstavci vysílacího zákona až posléze konkretizována („a zejména nebyla...“) dílčími požadavky a parametry, kterým jsou věnovány následující kapitoly (v nichž východiska základního výzkumu postupně vystřídají konkrétní přístupy výzkumu aplikovaného). Jestliže se i v těchto dalších kapitolách objeví pojmy objektivita a vyváženost, pak toto užití vyjde z takto koncipovaného vztahu – od obecného ke konkrétnímu, od deklaratorního k závaznému, od základního k aplikovanému. Užití je takto třeba chápat jako vztahové a konkretizační.