



Barbora Osvaldová (ed.)
a kolektiv

Zpravodajství v médiích

KAROLINUM

Zpravodajství v médiích

Barbora Osvaldová (ed.) a kolektiv

Recenzenti:

doc. PhDr. Marcela Antošová, Ph.D.

PhDr. Petr Just, Ph.D.

Autorský kolektiv: Jan Jirků, Alena Lábová, Martin Lokšík, Josef Maršík,
Barbora Osvaldová (ed.), Ludmila Trunečková

Vydala Univerzita Karlova

Nakladatelství Karolinum

Praha 2020

Redakce Lenka Ščerbaničová

Grafická úprava Jan Šerých

Sazba DTP Nakladatelství Karolinum

Vydání třetí, revidované

© Univerzita Karlova, 2020

© Barbora Osvaldová (ed.) a kolektiv, 2020

ISBN 978-80-246-4612-1

ISBN 978-80-246-4642-8 (online : pdf)



Univerzita Karlova
Nakladatelství Karolinum

www.karolinum.cz
ebooks@karolinum.cz

Věnováno kolegyni PhDr. Aleně Lábové, Ph.D.,
která se vydání nedožila

Obsah

1. Úvod (Barbora Osvaldová)	9
2. Několik poznámek k objektivitě (Barbora Osvaldová)	12
3. Zpravodajství a publicistika (Barbora Osvaldová)	15
4. Stručná historie zpravodajství (Barbora Osvaldová)	17
5. Zpravodajství (Barbora Osvaldová)	22
6. Zpráva (Barbora Osvaldová)	25
7. Textová zpráva v agentuře (Ludmila Trunečková)	37
8. Rozhlasová zpráva a rozhlasové zpravodajství (Josef Maršík)	65
9. Televizní zpráva a televizní zpravodajství (Martin Lokšík)	80
10. Fotografické zpravodajství (Alena Lábová)	104
11. Online zpravodajství (Jan Jirků)	118
Shrnutí	131
Summary	132
Literatura a prameny	133
Příloha	137

1. Úvod

Barbora Osvaldová

Stručná charakteristika zpravodajství, která by se vešla do tří slov, by mohla znít: CO JE NOVÉHO?

Ten otazník má velmi důležitou funkci, protože zachycuje jeden z nezbytných aspektů žurnalistiky, a tím je tázání se. Celá jedna profese a podstatná část lidského rozhodování na tomto tázání stojí a odpověď na tento na první pohled jednoduchý dotaz tak ve svých důsledcích zpětně ovlivňuje život společnosti. Žurnalistika tuto otázku dennodenně zodpovídá prostřednictvím jazykových, stylistických a žánrových prostředků. Dělá to nepřetržitě, v nekončícím procesu hledání (a někdy i nalézání) a měla by to dělat – alespoň ta tzv. seriózní – s nejlepším vědomím a svědomím; a v krizových obdobích tím spíš.

Aby tuto roli mohla plnit, je třeba zachovávat určitá psaná a nepsaná pravidla, dodržovat určitý úzus, který se v každé, řekněme národní (ale ne ve smyslu nacionální), žurnalistice po několik století vyvíjel. Nebylo to pochopitelně v izolaci, naopak řada procesů probíhala podobně a při vzájemném ovlivňování. Poslední dobou, s informačními dálnicemi, satelitními přenosy a další neuvěřitelně rychle expandující technikou, už tyto národní hranice takřka padly.

Žurnalistika se globalizovala a stala se symbolem jakéhosi spasení a zároveň nebezpečnou Pandořinou skříňkou. Tím spíš, že i když náklady psaného tisku obecně klesají, publika stále ještě podléhá dojmu, že co je vyvedeno černým písmem na novinovém papíře, vyfotografováno nebo zjeveno obrazovkou jako takzvané očitě svědectví, musí být bezpodmínečně opravdové. Neuvědomují si ovšem, že o tom, co se odehrává v zahraničí nebo doma, se dovídají pouze zprostředkovaně. Že sice svobodně volí, co budou číst, poslouchat a na co se budou dívat, ale

předvýběr už jim připravili jiní. Jistý druh manipulace, včetně ovlivňování denního životního rytmu, nelze ponechat bez povšimnutí. Tím více dnes, kdy existují psaná, audiovizuální nebo online média, která se snaží publiky manipulovat a dokonce informace zamlčují nebo ohýbají.

V tomto smyslu jsou média na jedné straně považována za pouhého zprostředkovatele zpráv a informací, především politických, hospodářských, kulturních a sportovních, a zároveň za sílu schopnou změnit obsah lidského myšlení, doplnit nebo dokonce nahradit vzdělání.

Není divu, že sami novináři někdy tomuto dojmu podléhají a snaží se vedle povinnosti informační plnit i role další.

Ale je žurnalistická činnost příčinou, nebo výsledkem společenské změny? A jaká je pak funkce novináře?

Má být neutrální zpravodaj, člověk shánějící a shromažďující informace, data a fakta, která nezaújatě zobrazí a sdělí? Tedy jakýsi nositel zrcadla a prostředník?

Nebo vzdělavatel, osvětový pracovník a cosi, co známe z naší historie pod pojmem **buditel**?

Nebo aktivní zástupce veřejnosti, vlastně politický činitel s jednoznačným názorem, který také prosazuje a snaží se pro něj svá publika získat? Tedy **někdy protivník** establishmentu?

Nebo rovnou **aktivista**?

První pojetí je z logiky věci vhodné především pro veřejnoprávní instituce, kde je zdůrazňována vyváženost informování.

Druhé pojetí vzniklo historicky, ale dnes vlastně předpokládá, že publika jsou zaostalá, nechápou, co je pro ně dobré a potřebují pomoc a vedení.

Třetí pojetí vychází z tradičního, už frázovitého rčení, že tisk je hlídač pes demokracie. Ale jak si počínat v případě, když se tento hlídač sám snaží stát strůjcem událostí a popohnat vývoj dopředu směrem, který považuje za správný?

Každá doba musela tohle dilema řešit a každá také dávala přednost jinému typu žurnalisty. Klasické americké pojetí bylo ve vztahu novinář a společnost daleko střízlivější a kladlo důraz na složku informační a faktografickou, a pokud plnila žurnalistika roli politického oponenta, snažila se výsledku dosáhnout především použitím faktů. Se současnými politickými změnami už takový postulát na sto procent obhájit nelze.

Evropská tradice více spoléhala na argumentaci a komentování událostí. Nezachovávala přesnou hranici mezi pozicí novináře a aktivního tvůrce politiky. Je to jistě dáno komplikovaným politickým vývojem tohoto regionu, kdy mnohdy bylo nutné sáhnout k netradičním metodám

žurnalistiky (např. samizdat). Netradiční postupy v normálních podmínkách však žurnalistickou práci komplikují a narušují základní povinnost novinářů – zprostředkovat informace, analyzovat je a poskytnout je recipientům, aby si mohli utvořit vlastní názor.

Při výběru metod vždy záleží také na médiu. Jinak bude profese novináře chápána v tiskové agentuře nebo ve veřejnoprávním rozhlasu a televizi či v periodických takzvaně pro elitu, a jinak v soukromých rozhlasových a televizních stanicích nebo bulvárních denících a webech, internetových portálech nebo tištěných časopisech, jinak v médiích určených dětem, juniorům, lidem starším, a podobně. Jinak k těmto otázkám bude přistupovat novinář pracující online a jinak autor v politickém týdeníku nebo měsíčníku.

Pro ně pro všechny by však měly platit některé shodné požadavky. Jedním z nich je např. oddělování informací a názoru (komentování), rozlišování činnosti zpravodajské a publicistické. To by mohlo zajistit minimální rovnováhu nebo alespoň minimální „objektivitu“, termín, který používají různé zahraniční i naše etické kodexy, aniž by uvažovaly o tom, zda objektivitu lze skutečně dosáhnout.

2. Několik poznámek k objektivitě

Barbora Osvaldová

Zdálo by se, že objektivita je v žurnalistice věc skoro samozřejmá. Ale její pojetí a takříkajíc realizace může být velmi různá. Nevystačíme s jednoduchým výkladem, že objektivní je to, co odpovídá realitě a co je zřejmé, co je na první pohled viditelné, co je – zjednodušeně řečeno – pravdivé. I pečlivě srovnaná fakta nemusejí dávat dohromady pravdivý obraz, vždy může zároveň existovat „více výkladů“, a to i z pohledu takzvaně nezajatých pozorovatelů.

Věc má totiž nejméně dva aspekty: na jedné straně škály je představa, že zpráva je opravdu odrazem nějaké skutečnosti. Na druhé je různé pojetí této skutečnosti a její výklad, který se může podle různých úhlů pohledu lišit.

Všechny naše výpovědi patří do kontextu nějaké verze světa a každý popis světa je vlastně i jeho hodnocením. Fakta, z nichž je záznam určité situace složen, si vybíráme na základě svých znalostí, vzdělání, praktických zkušeností a z toho plynoucího hodnocení celé situace.

Při výkladu objektivity je proto potřeba dohodnout se na základních pravidlech, jak budeme určité kategorie chápat a interpretovat. Jinak může dojít k nedorozumění už na začátku: co je to realita? Dokážeme ji beze zbytku poznat? Co je to pravda? A dokážeme stanovit jednu pro všechny stejnou pravdu?

Sociolog a filozof Václav Bělohradský, který se pojmem objektivita zabývá již delší dobu, v knize Společnost nevolnosti (Bělohradský, 2007, s. 74) například říká: *Objektivita je:*

- 1) *antientropický režim řeči*
- 2) *v němž hraje rozhodující roli umění dokumentace*
- 3) *v němž popisující umí popsat i své popisování*

4) *v němž informace mají angažující, „literární formu“, díky níž umíme rozeznat informace relevantní od informací irelevantních...*

Opustíme-li filozofická a sociologická hlediska, zůstane hledisko žurnalistické, které bere objektivitu jako vědomý postoj, zdůrazňující, že každý člověk, a tím pádem i novinář, je produktem své společnosti, kultury a genderu. Neexistuje osoba bez předsudků, ať se jakkoli snaží nahradit tento handicap profesionální poctivostí, protože sama objektivnost, hodnocená různými jedinci, je od přírody nespolehlivým měřítkem. A pokročíme-li ještě dále – ke ztvárnění získaných informací –, je tu například úskalí ve výběru jazykových prostředků. I použitím různých výrazů pro jeden fakt může dojít ke zkreslení sdělení. Stejně tak formulováním titulku nebo umístěním zprávy ve vydání novin, v rozhlasové a televizní relaci, v hierarchii na internetových serverech a v celém kontextu, do kterého se zařadí. Příklady, které dokumentují, že jedna informace může být zpracována s různým dopadem na publika, lze najít celou řadu (podrobněji Kotátko, 1998). Jsou dokonce okamžiky, kdy je i vyváženost potlačena, protože by mohlo dojít k ohrožení společnosti – například při válečných konfliktech, kdy některé informace by mohl zneužít nepřítel, což by mělo fatální dopad na obyvatele.

Ostatně objektivita válečného zpravodajství i podle zahraničních teoretiků je jedním z diskutovaných témat. Podle Denise McQuaila (2016, s. 116) *objektivita znamená, že novinář má být racionální, logický, neovlivněný emocemi nebo manipulativními záměry a oddaný pouze odhalování a rozšiřování prokazatelné pravdy.*

Při všem tom, co o žurnalistické práci víme, je jasné, že ani v důsledku lidského faktoru nemůže existovat žádný zcela neideologický, apolitický, nestranný systém zpravodajského výběru a referování. Tím méně komentování. Zpravodajství tak nemůže být čistě neutrální proces, protože není v lidských silách zbavit se jisté tendenčnosti a zaujetí. A nehraje roli, zda autor nebo autorka ke skutečnosti přistupuje s nejlepšími úmysly nebo dokonce se snahou pomoci. I s nejlepším předsevzetím (nebo právě s ním) lze s fakty manipulovat. Proto teoretici (McNair, 2004; McQuail, 2016) i mnozí novináři docházejí k názoru, že absolutní objektivnosti nelze dosáhnout, jelikož už sám výběr skutečností, které mají být sděleny, je proces neobjektivní. Proto také dnes je spíš zdůrazňována vyváženost, vědomá nezaujatost a zdravý skepticismus a k metodám, kterými lze alespoň přibližné rovnováhy dosáhnout, jsou řazeny: přesnost, jasnost a úplnost informování, odstup od tématu, diskriminaci vylučující přístup ke zdrojům informací, vědomá neutralita ve sporu několika skupin, pluralita uveřejňovaných názorů, vyloučení skrytých

motivů i v dobré víře, neřkuli stranění velkým inzerentům nebo majitelům médií, jednoznačný zákaz zasahovat do skutečnosti, o které se referuje, a přísné dodržování terminologické neutrality.

Naopak předpojatostí, neobjektivností se rozumí záměrné zkreslení reality, preferování určitého výkladu, zdůrazňování jedněch názorů na úkor jiných, jedněch sociálních skupin na úkor jiných, manipulace s pojmy apod.

Důsledkem výše uvedených úvah je, že většina novinářských organizací a redakcí médií formuluje základní pravidla, která pomáhají novinářům objektivně se přiblížit, do profesních a etických kodexů (viz příloha).

Celá diskuse o vyváženosti zpravodajství a nestrannosti má však jednu základní podmínku, bez níž ztrácí smysl: zaručenou svobodu a nezávislost médií i společnosti. Což není zas tak banální, jak to vypadá.

3. Zpravodajství a publicistika

Barbora Osvaldová

Během dlouhého vývoje novin a později dalších médií se postupně začaly odlišovat obsahy zpravodajské a publicistické. Zpravodajství, jak bude ještě řečeno, má především funkci informační a definiční, snaží se aktuální události bez prodlení zachytit, popsat a předat (za pomoci technických prostředků) různě diferencovaným publikům. Doménou publicistiky, ať už se k recipientům obrací písmem, zvukem nebo obrazem, je hledání příčin a následků, vyslovování stanovisek, komentářů, mínění a souvislostí k většinou již známým faktům a pomoc v orientaci a utváření názoru.

Předmětem publicistické činnosti může být stejně událost jako „pouhá“ myšlenka, tedy věc, která se udála, ale také podnět duchovní povahy. Na rozdíl od zpravodajství, kde převládají empiricko-induktivní postupy, jedná se v publicistice o přístup abstraktně deduktivní. Nebo zjednodušeně – vztah mezi zpravodajstvím a publicistikou je vztahem mezi faktem a názorem na něj.

Už jednou citovaný Václav Bělohradský sice ve Společnosti nevolnosti uvádí, že *Možnost oddělit zprávu od komentáře je naivní iluze: i pouhý výběr zprávy předpokládá příběh. Demokracie je střet příběhů, které se navzájem neničí, ale prolínají se, jejich zápletky se různě propojují...* (Bělohradský, 2007, s. 75), nicméně pro potřeby tohoto textu předpokládejme, že informace a její komentování jsou dvě různé věci.

Fakticistní informace se vztahují k minulosti (události se staly či probíhají), nebo se právě očekávají a s jejich uveřejněním je proto nutné spěchat, kdežto názorové materiály naznačují východiska a možný další vývoj včetně řešení, a proto jejich publikování někdy může být rozloženo ve větším časovém úseku.