

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

Katolická teologická fakulta

Katedra teologické etiky a spirituální teologie

Teologie (NBT)

Mgr. Lenka Kolaříková

INFROMACE NEBO MANIPULACE?  
ČESKÁ MÉDIA A KATOLICKÁ CÍRKEV.

Bakalářská práce

Vedoucí práce: MUDr. ThLic. Jaromír Matějka, Ph.D.

PRAHA 2011

## Bibliografická citace

Informace nebo manipulace? Česká média a katolická církev.: bakalářská práce / Lenka Kolaříková; vedoucí práce: Jaromír Mětějek. Praha, 2011, 49 s.

## Anotace

Práce charakterizuje etické principy týkající se zpravodajské funkce médií, mezi něž patří zejména pravdivost, nestrannost, ověřování informací a transparentnost jejich získávání, jejich relevantnost pro společnost a celková úcta k člověku. Sleduje, jak mediální etiku pojmají církevní dokumenty i profesní etický kodex žurnalistů. Etické hodnoty posléze komparuje s tzv. hodnotami zpravodajskými, které určují, jaká událost se stane mediální zprávou. Mezi tyto hodnoty patří například aktuálnost, kulturní a geografická blízkost, prominentnost a negativita. Práce se dále zabývá problematikou mediální manipulace a jejími metodami, mezi něž patří uvádění lží a polopравd, zneužívání mýtů a stereotypů, manipulace s autoritou nebo umělé vytváření objektivitu. Metodou rešerše se posléze zabývá zpravodajstvím českých médií o katolické církvi. Poukazuje na témata, která nastoluje zpravodajství České televize a která naopak opomíjí. Rozbor mediálního zpracování konkrétních událostí – celosvětového setkání mládeže v Madridu, návštěvy Benedikta XVI. v Německu a svatováclavské pouti ve Staré Boleslavi – posuzuje tyto obsahy z hlediska dříve stanovených etických kritérií. Práce dochází k závěru, že zpravodajství českých médií o katolické církvi se pohybuje na hranici mezi manipulací a neprofesionalitou, když upřednostňuje kritéria negativity, konfliktu, vytváří umělou objektivitu a předkládá neúplný obraz o církvi.

## Klíčová slova

média, etika, církev, manipulace, svoboda slova, zpravodajské hodnoty

## Abstract

The thesis „Information or Manipulation? Czech Media and the Catholic Church.“ characterizes ethical principles of media news, which include truthfulness, impartiality, transparency and verification of information and their relevance to society and respect for human beings. It monitors

how media ethics is specified in church documents and professional code of ethics of journalists. Ethical values then compares with news values contains topicality, cultural and geographical proximity and negativity. The work also deals with issues of media manipulation and its methods, including placing of lies and half-truths, myths and stereotypes, abuse, manipulation with the authority and objectivity. Retrieval method was then engaged in the Czech media reporting about the Catholic Church. It refers to issues that raises the news of Česká televize, and which in turn fails. Analysis of the media handling of specific events – the World youth day in Madrid, visiting Pope Benedict XVI in Germany and pilgrimages to St. Wenceslaus in Stara Boleslav – assess the content in terms of the previously stated ethical criteria. The work concludes that the Czech media news about the Catholic Church borders between manipulation and unprofessionality, it prefers the criteria of negativity, conflict, creating an artificial objectivity and presents an incomplete picture of the church.

#### Keywords

media, ethics, church, manipulation, freedom of speech, news values

Počet znaků (včetně mezer): 101 703

## Prohlášení

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

Datum:

Podpis:

## Poděkování

Děkuji Pánu Bohu, že mi dal mé rodiče, manžela, synka a všechny, kdo mi už jen svojí přítomností pomáhali studovat a studium dokončit. Děkuji MUDr. ThLic. Jaromíru Matějekovi, Ph.D. za spolupráci při psaní této bakalářské práce.

## OBSAH

Slovo před úvodem.....	6
ÚVOD: O svobodě slova z hlediska lidských práv a fundamentální etiky.....	7
I. Hodnoty ve zpravodajství .....	10
1 Etické nároky na zpravodajství.....	10
2 Zpravodajské hodnoty z hlediska mediálních studií.....	11
3 Mediální etika v církevních dokumentech.....	15
4 Etický kodex Syndikátu novinářů ČR.....	17
Shrnutí.....	19
II. Mediální manipulace.....	20
1 Definice pojmu.....	20
2 Metody manipulace.....	23
2.1 Lež a polopravda, zveřejňování neověřených a zatajování nepohodlných informací.....	23
2.2 Mýtus, stereotyp a klišé.....	24
2.3 Pořádek prezentace (agenda setting) a významnost (salience).....	25
2.4 Skryté přesvědčování, manipulace s autoritou.....	26
2.5 Simulace objektivity.....	26
2.6 Manipulace prostřednictvím titulků a perexů.....	27
2.7 Ovlivňování emocí, vyvolávání strachu.....	27
2.8 Metoda překrytí.....	27
Shrnutí.....	28
III. Agenda setting: o čem česká média v souvislosti s katolickou církví informují.....	29
1 Majetkové vyrovnání mezi státem a církvemi.....	30
2 Zahraniční cesty papeže Benedikta XVI.....	32
3 Sexuální zneužívání v církvi.....	34
4 Jaké události z církevního života ve zpravodajství ČT chyběly.....	35
Shrnutí.....	36
IV. Vybrané zpravodajství z hlediska žurnalistické etiky.....	37
1 Celosvětové setkání mládeže v Madridu.....	37
2 Benedikt XVI. v Německu.....	39
3 Slavnost sv. Václava a Den české státnosti.....	41
Shrnutí.....	42

ZÁVĚR: Na rozhraní mezi manipulací a neprofesionalitou.....	44
OBRAZOVÁ PŘÍLOHA.....	46
LITERATURA.....	48

## Slovo před úvodem

V posledním ročníku střední školy jsem se přihlásila ke studiu žurnalistiky. Úspěšně jsem složila přijímací zkoušky a po absolutoriu gymnázia se mohla těšit na nové bádání a zkoumání na vysněné fakultě v rámci ještě více vysněného oboru. V té době jsem si při cestě autobusem přisedla ke staršímu, boдрému pánovi. I když naše společná cesta trvala asi jenom patnáct minut, dal se muž po mé levici do hovoru. Zeptal se také, čím se zabývám. Když jsem mu s hrdostí v hlase odpověděla, že se chystám ke studiu žurnalistiky, jeho bezprostřední reakce zněla: „A budou vás tam taky učit lhát?“

Metodám lži a podvodu jsme se na zmiňované fakultě neučili. Rozhovor s neznámým spolucestujícím mi ale dodnes zůstává v mysli jako výstražné memento.



## ÚVOD: O svobodě slova z hlediska lidských práv a fundamentální etiky

Když se mediální teorie pokouší definovat společenské funkce hromadných sdělovacích prostředků, nezapomíná na jejich úkol přinášet informace a hovoří o takzvané informační funkci médií. Vedle zábavy, kulturních artefaktů a návodů, jak se úspěšně začlenit do společnosti, předkládají média zprávy ze světa a o světě, ve kterém žijeme.<sup>1</sup> Aby mohli pracovníci sdělovacích prostředků tohoto cíle dosahovat, užívají svůj nárok na svobodu slova, jež ve výčtu lidských práv, která postupem času definovala západní politická filosofie i praxe, figuruje mezi prvními a tedy základními požadavky. Jako závazek ji formuluje Všeobecná deklarace lidských práv z roku 1948 a v návaznosti na ni další mezinárodní úmluvy. Samotné státy se k ní zavazují ve svých ústavách. V českém právním řádu zaručuje svobodu slova Listina základních práv a svobod z roku 1993. Zároveň ji upřesňuje, když výslovně hovoří o svobodě projevu a právu na informace<sup>2</sup>, které může každý občan svobodně vyhledávat, přijímat a rozšiřovat<sup>3</sup>. Takový je politicko-právní pohled. Jak ale svobodu slova vysvětlit z hlediska etiky?

Základním předpokladem pro hodnocení lidského jednání je svobodná vůle člověka. Díky ní mohou lidé činit rozhodnutí, na jejichž základě jednají. Takové jednání lze posléze hodnotit jako morální či nemorální. Avšak s vůlí (chtěním) úzce souvisí další výkon lidského ducha, jímž je poznání.<sup>4</sup> Vůle a poznání spolu souvisí: člověk poznává, když chce poznávat, a nemůže chtít něco, co dříve nějakým způsobem nepoznal. Myšlenku můžeme rozvést, pokud přijmeme další předpoklad, totiž že vůle vždy směřuje k dobru:

„Touto svou základní tendencí (směřování k dobru – pozn. LK) vůle podmiňuje veškerou lidskou činnost, pokud se děje vědomě. Ale vůle jako taková nemůže sama sebe *určovat* (specifikovat). Určitou vůlí se stává pouze skrze určitý objekt. Ale tento objekt (*pohnutku, motiv*) vůle dostává pouze prostřednictvím poznání. Proto mobilizuje poznání, *aby se mohla skrze poznání určit.*“<sup>5</sup>

Jak tedy bylo řečeno, mravní jednání člověka je podmíněno jeho svobodnou vůlí. Aby si ale mohl udělat úsudek o tom, co chce, co je jeho cílem, potřebuje patřičné poznání,

---

1 Mediální teorie hovoří o informační, zábavní, kulturní, sociální a někdy také politické funkci médií. Srov. BURTON Graeme, JIRÁK Jan: Úvod do studia médií, Brno: Barrister & Principal – studio, 2003, 148–151.

2 Srov. Listina základních práv a svobod, čl. 17 (1).

3 Srov. tamtéž čl. 17 (2)

4 Srov. ANZENBACHER Arno: Úvod do filosofie, Praha: Portál, 2004, 270.

5 Tamtéž, 271.

na jehož základě se rozhodne, k čemu bude směřovat jeho vůle a tedy i jednání. Z toho vyplývá, že pouze dobře informovaný člověk může s plným vědomím činit svobodná rozhodnutí a poté na jejich základě jednat. Proto jsou pro něj objektivní a pravdivé informace tolik důležité.

Ne náhodou se hromadné sdělovací prostředky v Evropě začínají rozvíjet v době, kdy se Evropané učí novému způsobu vládnutí – demokracii. Vládne-li jediný panovník, pak stačí, aby pouze on a jeho rádci byli informovaní o světovém a domácím veřejném dění. Mají-li ale začít svobodně rozhodovat občané, i když třeba jen jednou za několik let při volbách, vyžaduje to jejich kvalifikovaný úsudek. Tím se jejich informovanost stává nezbytnou. A co teprve ti lidé, kteří se díky možnostem, jež jim dává demokratický systém a otevřená společnost, dostanou do vedoucích pozic, ať už politických, ekonomických, kulturních, vědeckých nebo náboženských. Ti všichni nyní musí být kvalitně informováni. Tuto službu jim poskytují sdělovací prostředky. Z jejich práva svobodně vyhledávat a rozšiřovat informace se v souvislosti s rolí, jakou zaujímají ve společnosti, a koneckonců také s ohledem na to, že tuto činnost zpravidla vykonávají za úplatu, stává povinnost.

Vztahuje se svoboda slova také nějakým způsobem na působení církve? Z toho, co bylo dosud řečeno, vyplývá, že ano, pokud informace, které podává, a zároveň informace, které jsou o ní podávány, mohou nějakým způsobem určovat, specifikovat vůli člověka a tím i jeho jednání. Takovou informací je především evangelium, dobrá zpráva o spáse skrze Ježíše Krista. Právě na tuto skutečnost se odvolává třetí článek dekretu druhého vatikánského koncilu o sdělovacích prostředcích *Inter mirifica*:

„Katolická církev byla založena Kristem Pánem k tomu, aby přinášela spásu všem lidem, a proto pociťuje naléhavou nutnost hlásat evangelium. Pokládá tedy za povinnost, spjatou s jejím úkolem, kázat poselství o spáse i pomocí hromadných sdělovacích prostředků a poučovat lidi o jejich správném používání. Církev má tedy přirozené právo používat a vlastnit všechny druhy těchto prostředků, pokud jsou nutné nebo užitečné ke křesťanské výchově a k veškeré její práci pro spásu duší.“<sup>6</sup>

Církev podle tohoto článku má přirozené právo používat a vlastnit sdělovací prostředky. Důvod je následující: Církev je tu proto, aby hlásala spásu všem lidem, jak jí to uložil její zakladatel Ježíš Kristus. Hromadné sdělovací prostředky jsou účinným nástrojem

---

6 DRUHÝ Vatikánský koncil: Dekret o hromadných sdělovacích prostředcích *Inter mirifica*, (ze dne 4. prosince 1963), in: Dokumenty II. vatikánského koncilu, Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2002, čl. 3.

takového hlásání, proto je povinností církve užívat je k tomuto účelu. Právo církve na vlastnictví a užívání těchto nástrojů platí potud, pokud jsou nutné či užitečné ke křesťanské výchově a pro spásu duší.

Tímto způsobem je ospravedlněn nárok církve na užívání hromadných sdělovacích prostředků k hlásání zvěsti, která jí byla svěřena. Je tu ale ještě druhá strana mince. Je-li totiž církev součástí společnosti, která vyznává svobodu slova, pak musí být připravena na to, že se ona sama, jako instituce nezanedbatelného vlivu, stane středem zájmu a pozornosti médií. Je vysoce pravděpodobné, že lidé budou užívat svobody projevu a práva na informace o ní samotné. Právě tomuto aspektu se bude především věnovat tato bakalářská práce.

Její první kapitola charakterizuje etické nároky na zpravodajství, jak je předkládají teologové, církevní dokumenty i samotní novináři ve svých profesních etických kodexech. Nabídne také srovnání těchto hodnot s řemeslnými kritérii dobrého zpravodajství, jak je předkládá mediální teorie. Z této komparace pak plyne otázka, na níž se první kapitola pokusí odpovědět, totiž do jaké míry je novinář v praxi schopen vyhovět jak nárokům, které na něj klade redakce a způsob i okolnosti jeho práce, a zároveň požadavkům žurnalistické etiky. Druhá kapitola se zabývá vlastním fenoménem mediální manipulace. Nabídne definici tohoto pojmu a přehled nejčastějších metod manipulace.

Třetí kapitola obsahuje rešerši zpravodajských výstupů o katolické církvi s ohledem na tzv. agenda setting, tedy nastolování témat, o nichž se v souvislosti s katolickou církví mluví a která naopak zůstávají bez mediální pozornosti. Jako reprezentativní vzorek poslouží zpravodajství České televize v časovém období od 1. srpna do 30. října 2011. Na základě dříve stanovených kritérií se pokusíme odpovědět na otázku, proč se ta či ona událost církevního života stala či nestala součástí hlavní zpravodajské relace ČT Události.

Čtvrtá kapitola si všímá vybraných zpravodajských výstupů českých médií a posuzuje je podle dříve stanovených etických kritérií. Otázka, na kterou se v této závěrečné části pokusíme odpovědět, zní, do jaké míry konkrétní zpravodajství týkající se katolické církve splňuje etické nároky na žurnalistickou práci, kde se nacházejí jeho slabiny a zda můžeme v těchto konkrétních případech hovořit o mediální manipulaci.

## I. Hodnoty ve zpravodajství

Odborné texty či učebnice týkající se novinářské práce se často pokoušejí definovat zásady, jichž by se měla žurnalistická praxe přidrřovat. Odpovědi na otázku jak napsat dobrou zprávu zajímají nejen samotné novináře, ale také odborníky jak z oboru mediálních studií, tak jejich kolegy zabývající se etikou. V této kapitole se budeme primárně věnovat etickým nárokům na zpravodajství. Stranou ovšem neponecháme ani „řemeslná“ kritéria novinářské práce označovaná většinou za zpravodajské hodnoty. Vzájemné porovnání těchto dvou skupin různě definovaných požadavků na žurnalistiku nám může nabídnout zajímavé zhodnocení mezioborové spolupráce. Zároveň ukáže, že novináři se často setkávají s protichůdnými požadavky na svoji práci a stojí tak před mnohými dilematy a nutností učinit zodpovědné rozhodnutí.

### 1 Etické nároky na zpravodajství

Seznam etických nároků na zpravodajství lze najít v mnoha odborných publikacích. Většinou se shodují v základních kritériích, jakými jsou pravdivost, úplnost, nestrannost a podobně. Zde nabízíme seznam, který vypracoval polský teolog Tadeusz Zasepa. Jeho přístup vybíráme proto, že vedle těchto hodnot zdůrazňuje ohled na důstojnost člověka jako jednu z důležitých podmínek novinářské práce. Ta by měla podle Zasepy přinášet transparentní a vyvážené informace splňující následující kritéria<sup>7</sup>:

**Pravdivost.** Informace mají vycházet od věrohodného zdroje. Ten má být ve zprávě vždy uvedený, kromě případů, kdy si přeje zůstat v utajení. I v takové situaci ale sám novinář musí znát zdroj dané informace a být připravený nést za její pravdivost plnou zodpovědnost.

**Úplnost.** Novinář nesmí vynechat podstatné informace anebo z nich vyselektovat pouze určitou část. Příjemce by se měl dozvědět pokud možno úplnou informaci o daném tématu tak, aby si na jejím základě mohl vytvořit vlastní mínění.

**Nestrannost.** Výběr a obsah informace nemá být podmíněn žádnými dílčími zájmy, a to ani zájmy samotného novináře, vlastníka či provozovatele daného média, politických skupin ani dalších zainteresovaných subjektů.

---

<sup>7</sup> Srov. GAZDA Imrich, OLEKŠÁK Peter, ZASEPA Tadeusz: Etika v žurnalistike, Ružomberok: VERBUM, 2009, 111–145.

**Věrohodnost.** Tato vlastnost úzce souvisí se třemi předchozími.

**Stálost.** Zde autor myslí především na kontinuálnost zpráv, která se odráží v připomenutí kontextu dané události a povinnosti novináře sledovat její další vývoj a informovat o něm.

**Dokumentace.** Informace by měly být podloženy archivními materiály, názory expertů a podobně.

**Oddělení fakt od komentáře.** Fakta by měla být jasně oddělená od jejich případného hodnocení a komentáře. I ty samozřejmě patří do práce novináře a redakce, mají být ale zřetelně odlišené.

**Kompetentnost a srozumitelnost.** Novinář by sám měl disponovat dobrou znalostí předmětu, o němž informuje. Zprávu by měl podávat pochopitelným způsobem, za použití všeobecně známého jazyka s případným vysvětlením nezbytných nových nebo složitých termínů.

**Úcta vůči právu.** Zde má autor na mysli zvláště tiskové právo zahrnující právo na doplnění a opravu nesprávných informací (v českém právním řádu se jedná o právo na dodatečné sdělení a odpověď<sup>8</sup>), ochranu osobních dober, osob a institucí, náboženského přesvědčení a podobně.

**Ohled na kulturu.** Vzhledem k tomu, že zprávy mají vliv na kulturu, mají být podle autora podávány bez vulgarismů, hovorového či nespisovného jazyka atd.

**Široký záběr s ohledem na lidskou důstojnost.** Zde autor opakuje některé předchozí zásady, podle nichž má novinář informovat o všem důležitém, musí při tom ale respektovat člověka a jeho osobní důstojnost.

Zprávy by dále měly podle Tadeusze Zasepy reprezentovat a zároveň formovat veřejné mínění, plnit kontrolní funkci ve vztahu k vládě a informovat o změnách ve společnosti, které přinášejí možnost ohrožení života anebo naopak zlepšení životních podmínek.

## 2 Zpravodajské hodnoty z hlediska mediálních studií

Podrobnou charakteristikou zpravodajských výstupů se vedle etiky zabývají také mediální studia. Tento obor ovšem většinou nevychází z normativních východisek, ale z empirických podkladů. V tomto smyslu definují Graem Burton a Jan Jiráček zpravodajské

<sup>8</sup> Srov. Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon), § 10 - § 11.

hodnoty jako souhrn kritérií, „jimiž média poměřují zpravodajskou přijatelnost událostí a zpravodajskou vhodnost jejich zpracování.“<sup>9</sup> Jedná se tedy o kritéria, která v praxi rozhodují o tom, zda určitá událost bude anebo nebude zařazena do zpravodajského přehledu. Od výše zmíněných etických principů se do značné míry odlišují. Podle čeho se ale novinář v konkrétní situaci rozhodne zprávu zveřejnit či nezveřejnit, případně jakým způsobem ji zveřejnit? Bude více sledovat etická kritéria nebo požadavky redakce či publika? Do jaké míry se tyto požadavky odlišují? Abychom mohli hledat odpovědi na tyto otázky, podívejme se nejprve na problematiku zpravodajských hodnot, jak ji předkládá mediální teorie. Zmiňovaní autoři Burton a Jiráček řadí mezi zpravodajské hodnoty tato kritéria<sup>10</sup>:

**Frekvence výskytu.** Média upřednostňují časově kratší a jednoznačnější zprávy, které jsou navíc časově zharmonizované s rytmem příslušné redakce. To se typicky týká například dopravních nehod či pádů letadel, které se udály v jediném okamžiku a lze je tak snadno zpracovat.

**Blížkost.** Události, které se staly v sociálně a kulturně blízkém prostředí se s větší pravděpodobností stanou zprávou.

**Jasnost.** Média upřednostňují srozumitelné a jednoduché události, složitější děje mají nižší šanci na zpracování. Vlastní zpravodajské zpracování pak samo inklinuje ke zjednodušování dějů, které jsou často podávány pokud možno jednoznačně, což může vést ke vzniku zpravodajských stereotypů.

**Jednoduchost.** Souvisí s jasností. Jednoduché, snadno vysvětlitelné děje mají větší zpravodajský potenciál.

**Smysluplnost.** Tedy pochopitelnost události pro určité publikum.

**Novost.** Aktuální události jsou pro média zajímavější než starší děje.

**Kontinuita.** Pokud se událost už jednou stala zprávou, budou novináři pravděpodobně věnovat pozornost také jejímu vývoji. Větší šanci na zpracování tak mají události s možností dalšího vývoje, například stávkový, vládní krize a podobně. Důraz na vývoj události ovšem může vést také k tomu, že tyto děje budou médiu uměle prodlužovány.

**Vztah k elitám.** Do zpravodajství se s velkou pravděpodobností dostanou ty události, které jsou spojené s elitními národy, státy, osobami a celebritami.

**Personalizace.** Události, které jsou spojené s konkrétními osobami a s jejich jednáním se

---

9 BURTON, JIRÁK, 248.

10 Srov. tamtéž, 248–255.

spíše stanou součástí zpravodajství než abstraktní děje.

**Negativita.** Média bohatě využívají společenské vědomí toho, co je špatné, nežádoucí či nešťastné nebo smutné. Zpráva o negativní události je považována za dobrou zprávu.

**Očekávání.** Novinář se snaží výběrem zprávy i jejím zpracováním naplnit očekávání publika, do něhož patří například informace z politiky, sportu, o kultuře, o nějaké nehodě a podobně.

**Překvapení.** Publikum ale zároveň očekává nové, překvapující zprávy. I takto laděné události mají větší šanci na zařazení do zpravodajství.

**Předvídatelnost.** Jedná se o události, o nichž publikum očekává informace, například výsledky voleb. Takové události jsou výhodné i pro samotnou redakci, která se může včas připravit na práci na daném tématu.

**Variace.** Existuje-li důležitá událost, média mají tendenci více si všimnout podobných událostí, například volby v tuzemsku vyvolají zájem o výsledky současně probíhajících voleb v jiné zemi.

Autoři vedle těchto tzv. zpravodajských hodnot připomínají ještě zpracovatelské hodnoty, které mají vliv na konečnou podobu zpravodajství. Větší pozornost médií vyvolávají události, které nabízejí zajímavý obrazový materiál, možnost dramatizace a podobně. Do třetice Burton a Jiráček zmiňují hodnoty informační kvality, které vypovídají o tom, nakolik je zpravodajství pro příjemce užitečné a důležité. Mezi tato kritéria podle nich patří relevance, pravdivost, srozumitelnost a aktuálnost.

Podobný přehled můžeme vidět i u jiných autorů. Například Stephan Russ-Mohl a Hana Bakičová<sup>11</sup> představují závěry práce teoretiků z 60. a 70. let Einara Östgaarda, Johana Galtunga, Marie Holmboeové Rugeové a Winfrieda Schulze, kteří určili a systematizovali dvanáct faktorů, které rozhodují o tom, zda budou události médiem zpracovány a předloženy publiku ve formě zprávy. Mezi časové faktory patří aktualita, trvání a kontinuita, dále je důležitá blízkost, síla oslovení a relevance, třetí oblastí jsou faktory týkající se statusu, totiž centrálnost, moc, vliv a prominentnost, dále je podstatná dynamika a k ní patřící překvapení, struktura a intenzita události. Dalším faktorem je podle autorů valence, tedy rozlišování míry negativismu anebo pozitivismu určité události. Ta je hodnocena také kritériem identifikace, k němuž patří personalismus, etnocentrismus a pocitová hodnota. V současnosti se k výčtu připojuje také faktor týkající se možnosti prezentace v obrazech a to

---

<sup>11</sup> Srov. BAKIČOVÁ Hana, RUSS-MOHL Stephan: Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou, Praha: Grada, 2005, 97–108.

v souvislosti s rostoucí úlohou obrazového materiálu v médiích.

Autoři zároveň hodnotí vztahy mezi jednotlivými faktory i proměnlivost jejich relevance: „Témata se stále víc opotřebovávají. Faktor kontinuity ztrácí ve srovnání s faktorem dynamiky na významu. Sledovanost nebo prodaný náklad se dá zvýšit dramatičností, senzacími a překvapením... a samozřejmě negativismem. Kult hvězd dnes kvete více než dříve. Filozof jako hvězda popové kultury je dnes sotva myslitelný. Význam faktoru prominentosti roste. Ve srovnání se zpravodajstvím ze zahraničí nebo „velkou“ politikou získaly na významu i místní a regionální zprávy.“<sup>12</sup>

Je zajímavé porovnat zmíněné dva pohledy, normativní a empirický, a ptát se, zda je vůbec možné vyhovět všem požadavkům, totiž jak etickým tak těm, které na novináře klade jejich řemeslo a současné trendy v této oblasti. Jestliže je žurnalista redakcí, novinářskou rutinou a očekáváním jak od kolegů z branže tak od publika vedený k tomu, aby zprávy byly jednoduché, aktuální, lidem srozumitelné, nepřiliš abstraktní a složité, jak potom může zároveň brát ohled na etické principy, podle nichž by předkládané informace měly být úplné, stálé, nestranné a formující veřejné mínění?

Podíváme-li se na oba seznamy podrobněji, uvidíme hned několik možných kolizí. Obstojí vždy požadavek na pravdivost a úplnost zprávy, snaží-li se novinář o její jednoduchost a stručnost? Mají-li být zprávy oddělené od komentáře a zároveň platí trend zobrazování událostí prostřednictvím konkrétních osob, tedy jejich presonalizace, pak je zřejmé, že tyto osoby budou mít tendenci událostem přisuzovat vlastní komentář a tedy novou hodnotu, kterou příjemce nemusí být vždy schopný oddělit od prostých faktů. Podobně etický požadavek na reprezentaci a formaci veřejného mínění pravděpodobně bude muset ustoupit, pokud budou novináři vyhledávat záměrně a zejména zprávy vztahující se k elitám či převážně události s negativním nábojem.

Oba pohledy se ale také shodují, například v požadavku na užitečnost a důležitost zprávy pro publikum, na její srozumitelnost, která ale dle etiky nemá upozadit kritérium kompetentnosti. Oba seznamy také zdůrazňují potřebu relevantních a pravdivých informací.

Etika nabízí normativní přístup, jenž hovoří o tom, jaké by zprávy měly být. Mediální odborníci provádějí empirické výzkumy týkající se fungování konkrétních redakcí. Srovnání ukazuje, že přes dílčí shody se oba pohledy v mnohém rozcházejí a novinářská praxe tak často stojí před dilematem, které požadavky upřednostnit. Etická kritéria tak mohou snadno ustupovat požadavkům publika, stereotypu novinářské práce, organizačním a technickým podmínkám redakce a dalším faktorům, mezi nimiž nechybí

---

12 Tamtéž, 107.



ani osobní naladění, zájmy a jistě i profesní omezení konkrétního novináře.<sup>13</sup> Toto napětí bude vždy žurnalistickou prací provázet a jeho stálá přítomnost je výzvou pro proces formování novinářů. Jedná se nejen o jejich osobní odpovědnost, ale také celkový systém vzdělávání a výchovy na příslušných školách a institutech. Zde by se měli naučit, jakým požadavkům a nárokům podřizovat žurnalistickou praxi a jak zvládat napětí, které s sebou tato práce přináší.<sup>14</sup>

### 3 Mediální etika v církevních dokumentech

Snaha o vymezení etických nároků na mediální výstupy může mít ještě jiné odůvodnění, než jaké jsme podali výše. Snažili jsme se ukázat, jaká kritéria by mělo zpravodajství respektovat, aby bylo zpravodajstvím kvalitním, a to jak z pohledu etiků, tak mediálních teoretiků. Církevní dokumenty ovšem odůvodňují morální nároky týkající se této oblasti ještě z jiného pohledu. V základu stojí přesvědčení, že média a jejich pracovníci disponují v dnešním světě významou mocí a vlivem, jež je třeba pomocí morálních zásad omezit, aby nedocházelo ke zneužívání těchto vysoce účinných nástrojů. Ačkoli míra reálného vlivu médií na publikum bývá mezi odborníky často diskutovaná, samotný fakt, že média mají nezanedbatelné účinky na jedince i celou společnost, nebývá zpochybňován<sup>15</sup>. Odtud tedy vychází potřeba omezit tuto moc, vytyčit její hranice, jak o tom píše například dekret druhého vatikánského koncilu *Inter mirifica*:

„Aby se sdělovacích prostředků užívalo správně, je zcela nezbytné, aby ti, kdo s nimi pracují, znali pravidla mravního řádu a věrně je v této oblasti uplatňovali. Musí mít na zřeteli především obsah, (...) současně ať mají při sdělování před očima všechny okolnosti (...) v nichž se sdělení uskutečňuje a které mohou pozměnit nebo zcela obrátit mravní hodnotu obsahu. Mezi ně patří každému sdělovacímu prostředku vlastní ráz působení, totiž moc jeho vlivu, kterou zejména nezkušení lidé jsou sotva s to postřehnout, zvládnout a podle potřeby odmítnout.“<sup>16</sup>

Koncilní otcové následně nastiňují zmiňovaná pravidla mravního řádu v souvislosti s informativní úlohou médií. Sdělování má podle nich mít a) pravdivý obsah, b) při

---

13 Srov. tamtéž, 98.

14 Srov. GAZDA, OLEKŠÁK, ZASEPA, 79–86.

15 Srov. např. BURTON, JIRÁK, 355–382.

16 IM, čl. 4.

zachování spravedlnosti a lásky má být úplné, c) jeho forma (myšleno opatřování a šíření zpráv) musí být mravně nezávadná (tzn. při opatřování i při šíření zpráv se musí pečlivě dbát mravních norem i zákonitých práv a důstojnosti člověka).<sup>17</sup> K tématu se dokument vrací ještě tehdy, když vyjmenovává povinnosti tvůrců:

„Zvláštní mravní zodpovědnost za správné užívání sdělovacích prostředků mají novináři, spisovatelé, herci, režiséři, producenti (...) a ostatní, kteří se jakýmkoli způsobem podílejí na tvorbě a šíření sdělovaných obsahů. Je zcela jasné, jak vážné a důležité povinnosti spočívají za dnešních společenských poměrů na všech těchto činitelích; oni přece mohou svým informováním a ovlivňováním vést lidstvo správným směrem nebo ke zkáze. Jim proto připadá úkol působit na uspořádání hospodářských, politických a uměleckých záležitostí tak, aby nikdy neodporovaly obecnému blahu.“<sup>18</sup>

Pro úplnost je ovšem třeba podotknout, že koncilní otcové neupozorňují pouze na povinnosti tvůrců, ale také na mravní závazky příjemců mediálních obsahů a také na úkoly církve. Těm, kteří přijímají mediální výstupy, dekret připomíná:

„Správný výběr znamená požadavek, aby plně přáli všemu, co je hodnotné z hlediska mravnosti, vědění a umění, a aby se vyhýbali všemu, co by jim bylo příčinou duchovní škody nebo příležitostí k ní, co by mohlo jiné špatným příkladem uvést do nebezpečí nebo co by zatlačovalo dobrou produkci a podporovalo špatnou.“<sup>19</sup>

Papežská rada pro sdělovací prostředky vydala z pověření druhého vatikánského koncilu<sup>20</sup> pastorální instrukci o sdělovacích prostředcích *Communio et Progressio*. Ta pochází z 23. května 1971, na tento den připadl pátý Světový den sdělovacích prostředků. Také v ní se uvádí, že právo na informace má „jasné meze, jestliže by jeho uplatňování porušovalo jiná práva.“ Mezi těmito „jinými právy“ dokument jmenuje právo na pravdu, které chrání dobrou pověst jednotlivců a celé společnosti, právo na neporušitelnost soukromé sféry rodiny a jednotlivce, právo na zachování služebního tajemství nebo

---

17 Srov. IM, čl. 5.

18 IM, čl. 11.

19 IM, čl. 9.

20 Srov. IM, čl. 23, kde se píše: „Aby všechny zásady a směrnice tohoto posvátného sněmu o hromadných sdělovacích prostředcích byly uvedeny ve skutek, ať je z výslovného příkazu koncilu vydána pastorační instrukce.“ Tímto úkolem koncil pověřil zvláštní úřad Svatého stolce.

tajemství v zájmu veřejného blaha.<sup>21</sup>

Zmíněný dokument, přestože vychází z koncilního dekretu a navazuje na něj, spíše zmírňuje důraz na nebezpečí přehnaného a neomezeného vlivu sdělovacích prostředků, jak jsme to viděli u *Inter mirifica*, a více si všímá kladných stránek komunikace i jejích moderních podob a zdůrazňuje tak její pozitivní úlohu v současném světě: „Komunikace je skutečně víc, než jen vyjadřování myšlenek nebo pocitů; ve své nejhlubší podstatě je sdělením sebe samého v lásce,“<sup>22</sup> uvádí se v *Communio et progressio*, kde se zároveň píše, že církve ve sdělovacích prostředcích spatřuje „Boží dary, protože podle rozhodnutí Božské prozřetelnosti bratrsky spojují lidi, aby spolupůsobili v Božím díle spásy.“<sup>23</sup>

Převážně pozitivní přístup ke sdělovacím prostředkům zastává také pastorální instrukce *Aetatis novae* z 22. února 1992. Z ní můžeme vzhledem k našemu tématu citovat zejména tento důležitý úryvek:

„Proč církve trvá na právu lidí na přesné informace? Proč církve podtrhuje svoje právo zvěstovat autentickou pravdu evangelia? Proč klade církve tak velikou váhu na odpovědnost svých pastýřů, aby hlásali pravdu věřícím a učili je, aby činili totéž? Důvodem k tomu je, že celkové pochopení toho, co v církvi znamená komunikace, spočívá na poznání, že slovo Boží sděluje samo sebe.“<sup>24</sup>

Zde můžeme spatřovat nejhlubší důvody toho, proč se církve zajímá o sdělovací prostředky a proč jí záleží na jejich pravdivosti a morální odpovědnosti. Když ji požaduje od mediálních tvůrců, doporučuje jim také účast v odborných sdružení, která nezřídka disponují společnou úmluvou o zachovávání mravního kodexu při výkonu dané profese. V českém prostředí patří mezi nejznámější Syndikát novinářů České republiky, jehož etickému kodexu se věnuje následující podkapitola.

#### 4 Etický kodex Syndikátu novinářů ČR

---

21 Srov. PAPEŽSKÁ RADA PRO SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY: Pastorální instrukce o sdělovacích prostředcích *Communio et progressio*, (ze dne 23. května 1971), <http://www.cirkev.cz/res/data/004/000490.pdf> (21. 10. 2011), čl. 42.

22 Tamtéž, čl. 11.

23 Tamtéž, čl. 2.

24 PAPEŽSKÁ RADA PRO SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY: Pastorální instrukce o sdělovacích prostředcích *Aetatis novae*, (ze dne 22. února 1992), <http://www.cirkev.cz/res/data/004/000490.pdf> (21. 10. 2011), čl. 10.

Syndikát novinářů České republiky je dobrovolné profesní sdružení. Dodržování jeho etického kodexu<sup>25</sup> je jednou z významných podmínek členství, které je otevřené všem žurnalistům.

Etický kodex se ve svém úvodu odvolává na závěry Evropské konference o politice hromadných sdělovacích prostředků konané v Praze roku 1994 a zároveň na čl. 10 Evropské konvence o lidských právech, který zaručuje svobodu slova a zároveň jmenuje její omezení. O smyslu novinářských kodexů se v úvodu píše: „Kodexy chování novinářů, které byly přijaty v řadě evropských demokratických zemí, se snaží různým způsobem sladit práva a svobody novinářů s právy a svobodami občanů tak, aby se nedostávaly do konfliktu, a stanovit odpovědnost novinářů za jejich činnost.“<sup>26</sup> Kodex se následně dělí do tří článků.

První rozvíjí povinnosti novináře související s právem občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace. Aby mohl žurnalista dosáhnout tohoto cíle, má podle kodexu dodržovat určité postupy, například zveřejňovat pouze ověřené informace, neověřené zprávy doprovodit nezbytnými výhradami. Dále mají novináři respektovat pravdu bez ohledu na důsledky, které by to pro ně mohlo mít, a vyhledávat informace sloužící všeobecnému zájmu. Při své činnosti mají rozlišovat fakta od osobních názorů, nezamlčovat důležitá zjištění, odmítat jakýkoli nátlak na zveřejnění nepravdivé nebo jen částečně pravdivé informace, odmítat zásahy státních orgánů a nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informace. Nepoctivost prostředků je podle kodexu třeba posuzovat v souvislosti s veřejným zájmem na publikování dané zprávy.

Druhý článek se věnuje požadavkům na vysokou profesionalitu v žurnalistice. Ta by se měla projevovat zejména osobní zodpovědností novináře za své zveřejněné materiály, žurnalista by měl také vyloučit možný konflikt zájmů, k němuž by mohlo dojít při výkonu jeho činnosti. Nemá přijímat žádné hodnotné dary nebo výhody v souvislosti se svojí prací, stejně tak jako nezneužívat svého povolání k reklamním účelům a odmítnout publikovat skrytou reklamu. Výsad plynoucích ze svého povolání nemá zneužívat k prezentování osobních postojů.

Třetí a závěrečný článek nese nadpis „Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu médií“. Kodex zde definuje následující pravidla: neomluvitelná je nepřesnost či neprověření informace, dojde-li k uveřejnění nepřesné informace, musí být opravena.

25 Etický kodex novináře přijala jako otevřený dokument valná hromada Syndikátu novinářů ČR dne 18. 6. 1998 a na návrh Komise pro etiku při Syndikátu novinářů jej aktualizovala správní rada dne 25. 11. 1999. Srov. SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY: *Etický kodex novináře*, (ze dne 18. 6. 1998), <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex> (5. 11. 2011).

26 Tamtéž.

Mediální pracovníci mají respektovat přání zdroje informací ohledně jeho utajení a respektovat soukromí osob. S tím souvisí požadavek na dodržování presumpce nevinny a zákaz identifikovat příbuzné obětí nebo delikventů. Novináři by podle kodexu měli považovat pomluvu, neprokázané obvinění, překroucení faktů a lež za nejzávažnější profesionální chyby. Neměli by využívat ve svůj prospěch informace zjištěné svojí novinářskou činností a to dříve, než budou zveřejněny. Nemají ztvárňovat námět, který by podněcoval k diskriminaci rasy, barvy pleti, náboženství, pohlaví nebo sexuální orientace. Výslovně je zde uvedený zákaz plagiátu, při reprodukci jakéhokoli textu musí žurnalista adekvátní formou uvést jeho autora.

## Shrnutí

První kapitola nabídla přehled etických zásad novinářské praxe, jak je definuje morální teologie, církevní dokumenty i samotní žurnalisté. Tyto různé pohledy se v mnohém shodují, zejména v důrazu na zodpovědnost, kterou v dnešní společnosti sdělovací prostředky a jejich pracovníci nesou. Z ní vyplývají základní etické požadavky na novinářskou práci. Mezi tyto principy patří zejména pravdivost, nestrannost, ověřování informací a transparentnost jejich získávání, jejich relevantnost pro společnost a celková úcta k člověku, ať už se jedná o příjemce zpráv, nebo o toho, o němž média informují.

S etickými hodnotami nemusí vždy souznít takzvané zpravodajské hodnoty, jež vyzorovali a zaznamenali teoretici médií. Jedná se o vlastnosti jednotlivých událostí, které zvyšují pravděpodobnost, že se právě tyto děje stanou mediální zprávou. Požadavky, které na novináře klade očekávání publika, styl redakční práce, důraz na jednoduchost, aktuálnost a také jistou zábavnost předkládaných informací mohou někdy ztěžovat snahu o naplňování norem etických.

## II. Mediální manipulace

Jedním z nejčastějších a nejvíce závažných prohřešků proti novinářské etice je mediální manipulace. Tento pojem si žádá bližší vymezení, v této kapitole se pokusíme nalézt jeho vhodnou definici a uvedeme přehled hlavních postupů, které manipulátoři pro své záměry využívají.

### 1 Definice pojmu

Termín manipulace pochází z latinských slov „manus“, to znamená ruka, a „plere“, tedy naplňovat. Díky zvláštnímu vývoji rukou může člověk užívat a ke svému prospěchu využívat různé předměty, může s nimi manipulovat. Dlouhou dobu bylo toto slovo technickým termínem. Teprve ve 20. století proniklo také do psychologie, medicíny a pedagogiky. Jeho význam se v této souvislosti posouvá. Už nejde pouze o manipulování s předměty, ale také s druhými lidmi, kterých chce člověk využít ke svým cílům, přimět je plnit jeho záměry.<sup>27</sup> Lidé jsou v takovém případě nikoli cílem sami o sobě, ale stávají se prostředkem na cestě k cíli, jenž si manipulátor vytyčil. Dochází tak k určitému zpředmětnění osob, s nimiž je zacházeno jako s věcmi, což je z etického hlediska nepřijatelné.

Někteří autoři užívají více termínů pro jemnější rozlišení podobných skutečností. Maciej Iłowiecki například srovnává manipulaci a propagandu. I když se v obou případech jedná o snahu ovlivňovat druhé lidi a přimět je přemýšlet a jednat určitým způsobem, propaganda na rozdíl od manipulace se tento svůj cíl nesnaží skrývat, ale činí tak otevřeně. S propagandou se nejčastěji setkáváme v totalitních a autoritářských režimech. Mediální komunikaci a další prostředky političtí představitelé využívají k šíření vlastní ideologie a potírání odlišných názorů. Propaganda je „vědomá a záměrná činnost jedněch lidí vůči druhým, s úmyslem podříditi si je sobě nebo nějaké ideji“<sup>28</sup>.

Mediální manipulace je nástrojem propagandy, a to jedním z nejúčinnějších. Využívá mediální komunikaci, jejímž prostřednictvím ovlivňuje masy. Mediální manipulace přetrvává a rozvíjí se i v demokratických režimech, a to ve větší míře než propaganda. Jak je to možné? Otevřená propaganda, která neskrývá své cíle a nemusí se

---

27 Srov. GAZDA, OLEKŠÁK, ZASEPA, 48.

28 IŁOWIECKI, Maciej: Manipulace v médiích, Praha: UNIVERZITA JANA ÁMOSE KOMENSKÉHO, 2008, 30.

obávat svého odhalení totiž nemá v demokratických systémech místo, jako snadno prohlédnutelná se stává neúčinnou. Efektivnější je skrytá manipulace, jíž si publikum není vědomo.

Maciej Iłowiecki tedy nabízí následující definici pojmu manipulace: „Manipulaci chápeme jako určitý způsob ovlivňování jednotlivce nebo skupiny či dokonce celé společnosti, jímž se změní jejich názory a postoje, samozřejmě aniž by si to jednotlivci anebo skupiny uvědomovali. Jde tedy o způsoby, resp. metody, v jejichž důsledku je manipulovaná osoba přesvědčená, že sama je původcem nějakého jednání, že se sama tak rozhodla nebo něco zhodnotila. Zatímco ve skutečnosti je jen nástrojem v ruce autora. Manipulace má už svojí podstatou přivádět lidi v omyl.“<sup>29</sup>

Podobně vnímají manipulaci také Peter Olekšák a Tadeusz Zasepa, podle nichž je manipulace „metoda odevzdávání nepravd a polopravd. (...) Manipulace je specifickou formou lži.“<sup>30</sup> Autoři ale dále upozorňují na důležitý aspekt fungování médií, jenž nutí pracovat s pojmem manipulace opatrně. Manipulátoři totiž ke svým záměrům využívají těch nástrojů, které média poskytují, především slova a obrazu, jejichž prostřednictvím je předávána informace. Mediální obsahy ale vždy budou specifické a závislé na svých autorech. Ani při nejlepší vůli není možné zobrazit skrze média plně objektivní obraz skutečnosti. Není možné informovat o všech událostech daného dne, novináři musí vždy provést určitý výběr. Není možné zachytit plnou realitu, média vždy nabídnou pouze ten její výsek, jenž zachytil konkrétní kameraman hledáčkem svého objektivu. Nikdo nemůže natočit například vše, co se odehrálo na některé demonstraci. Jak tedy odlišit hodnověrnou informaci od manipulace? Důležitou roli zde hraje úmysl novináře. Pokud dopředu ví, co chce svým divákům říci, pak se s největší pravděpodobností uchýlí k manipulaci. Pokud není ochotný dát prostor také těm názorům, s nimiž nesouhlasí, pak manipuluje publikem. Pokud záměrně zkresluje zveřejněnou informaci, pak je jeho jednání manipulativní. Vnitřní úmysl novináře se ovšem jen těžko odhaluje, byť i to je na základě určitých indicií někdy možné. Pozitivní roli zde navíc může sehrát pluralita médií.<sup>31</sup> S rozvojem elektronické komunikace prudce narůstá množství informačních zdrojů. Tohoto pozitivního efektu plurality ovšem dokáže využít jen mediálně dobře vzdělané publikum, schopné orientovat se v informační záplavě a užívat ji ke svému prospěchu, nikoli ke škodě. Tím se opět dostáváme k otázce mediální formace, která s problematikou mediální manipulace úzce souvisí, byť není přímo předmětem našeho zkoumání.

---

29 Tamtéž, 31.

30 GAZDA, OLEKŠÁK, ZASEPA, 48 a 51.

31 Srov. IŁOWIECKI, 79.

Americký novinář Bernard Goldberg ve své knize *Jak novináři manipulují*<sup>32</sup> popisuje ještě jiný druh manipulace, kterou si její autoři nepřiznávají a snad ani neuvědomují, přestože se jí dopouštějí. Je obtížné v krátkosti nastínit pohled do zákulisí americké žurnalistiky, který Goldberg nabízí. Podstatný rys je ovšem následující: autor ze svojí vlastní zkušenosti uvádí, že většinu vlivných médií, zejména nejvýznamnější televizní kanály v jeho zemi ovládají levicově orientovaní liberálové. Sami si ovšem toto svoje zaměření nepřiznávají. Lidé pracující v médiích tak tvoří uzavřenou skupinu lidí, která je přesvědčená o své nestrannosti, objektivnosti a upřímnosti svého vidění světa, které se odráží i v jejich práci. Ovšem poměr idejí prosazovaných takto jednostranně profilovanou skupinou lidí neodpovídá reálnému názorovému složení společnosti, proto podle autora ztrácejí tato média v očích publika na hodnověrnosti. Autor toto své tvrzení dosvědčuje na konkrétních příkladech jednotlivých kauz zabývajících se sprnými tématy jako jsou potraty, pozitivní diskriminace či otázky týkající se homosexuálů. Liberální podjatost médií se podle něj projevuje zřetelně už jenom tím, že samotné slovo „liberální“ či „liberál“ vymizelo z jejich slovníku, zatímco slovo „konzervativní“ a „konzervativec“ je ve vysílání na denním pořádku. Jinak řečeno, má-li například nějaký expert konzervativní názory, je médii označen za konzervativce, aby bylo publiku zřejmé, že tento člověk podléhá určité ideologii a jeho pohled je svým způsobem zaujatý. Zatímco levicově smýšlející respondent je označený jednoduše za odborníka, tedy člověka, jehož pohled má být vnímán jako nestranný a čistě racionální. „Z hlediska většinové Ameriky představují tyto postoje zásadní prvky liberálního programu. Z pohledu liberálů v médiích to ovšem vůbec liberální postoje nejsou. Jsou to prostě rozumné, racionální názory, které shodou okolností zastávají i oni sami.“<sup>33</sup>

Situace amerických médií je jistě rozdílná od situace na české mediální scéně. Je ale přínosné zmínit také nebezpečí tohoto druhu manipulace, při níž novinář pracuje s dobrým úmyslem a přesto je jeho práce jednostranně zaměřená a podmíněná jeho vlastními názory. Také z toho důvodu je žádoucí odborná i společenská kritika médií, kterou budou ochotní novináři přijímat.

Jak tedy rozpoznat dobrou informaci od manipulace? Možností je jistě více, zde můžeme zmínit to nejzákladnější. Dobrá informace je spojená se dvěma základními hodnotami, jimiž jsou pravda a svoboda. Dobrá informace nemůže být jiná, než pravdivá, o tom jsme se přesvědčili už v předchozí kapitole. Aby se novinář vyhnul manipulaci, musí

---

32 Srov. GOLDBERG, Bernard: *Jak novináři manipulují*. Praha: Ideál, 2005.

33 Tamtéž, 50–51.



dodržet ještě další zásadu, totiž ponechat svému čtenáři, posluchači či divákovi *svobodu* vytvořit si na základě předložených pravdivých informací vlastní názor, přijmout vlastní stanovisko. Náročnost tohoto úkolu opět klade vysoké požadavky na kvalitní formaci budoucích novinářů už při jejich studiu a profesní profilaci.

## 2 Metody manipulace

Manipulace skrze média patří k nejefektivnějším, neboť prostředky masové komunikace jsou účinným nástrojem k ovlivňování lidí. Zasahují velkou skupinu lidí, skrze média, zejména ta nejvíce rozšířená, lze v jedinou chvíli hovořit k více lidem než na jakékoli demonstraci či jiném setkání. Tito lidé, ačkoli jejich počet je veliký, zůstávají ovšem fragmentováni, každý čte noviny, poslouchá rozhlas, dívá se na televizi anebo čte internet většinou sám, proto je možné oslovit skrze média lidi osobně, s apelem na jejich osobní názory a postoje. Tohoto potenciálu lze využít k dobrému i ke špatnému záměru. V následujícím textu zmíníme metody manipulace, tedy některé konkrétní postupy, jichž novináři využívají k ovlivňování příjemců mediálních obsahů.

### 2.1 Lež a polopravda, zveřejňování neověřených a zatajování nepohodlných informací

Uvádění nepravdivých informací patří mezi jedno z nejzávažnějších porušení novinářské etiky. Původcem záměrné lži může být novinář, ale častěji se jím stávají sami informátoři, například lidé s konkrétními politickými či ekonomickými cíly, jichž chtějí skrze média dosáhnout. Úkolem novináře pak je nepravdivé informace odhalovat, zejména jejich důkladným prověřováním. Neověřené informace se často dostávají na veřejnost pod záminkou rychlého informování o té či oné události. Aktuálnost by ale neměla být přednější než pravdivost zprávy.

Méně nápadná než lež, ovšem neméně škodlivá, je polopravda. Nejčastěji dochází k zamlčování známých, ale nepohodlných informací. Příjemci tak dostanou záměrně zkreslený obraz události a nemají možnost vytvořit si vlastní názor na základě úplného informování. Zamlčování nepohodlných informací a uvádění polopravd patří k nejčastějším způsobům manipulace.<sup>34</sup> Často se jej dopouštěli například média v

<sup>34</sup> Srov. IŁOWECKI, 77 a dále.

komunistických státech bývalého východního bloku. Jako příklad lze uvést jadernou havárii v Černobylu v roce 1986 a následné mlčení médií o následcích této katastrofy, zejména účincích na zdraví obyvatel. K podobným postupům ovšem dochází i v demokratických systémech a vůbec všude, kde jsou skupiny mající zájem na zamlčení určitých informací. Díky pluralitě médií je sice pravděpodobné, že se daná informace dá dohledat, přesto svou roli hraje významnost a dopad jednotlivých médií. Manipulátoři mohou mít významný zájem na tom, aby zatajovaná informace nezazněla v nejvíce sledovaných sdělovacích prostředcích.<sup>35</sup>

## 2.2 Mýtus, stereotyp a kliše

Mýtem se v mediální teorii rozumí příběh, který pro příslušnou kulturu představuje respektovanou pravdu.<sup>36</sup> Často je spojený s chápáním vlastní historie, která vedle faktografie obsahuje také společností přijímaný výklad těchto faktů. Mezi české mýty patří například příběh o prohrané bitvě na Bílé hoře a následné „době temna“, která údajně přinesla úpadek do českých zemí. Toto přesvědčení může v lidech přetrvávat navzdory dostupným faktům, stejně jako přetrvává neochota si v takovém případě fakta ověřovat. Na podobném principu fungují i média. Také ona mají tendenci využívat či dokonce vytvářet mýty, které dokáží být přesvědčivé bez ohledu na skutečná fakta. Odhalovat tyto mýty, korigovat je a upřesňovat informace je úkolem novinářů. Ti přesto mohou z nedůslednosti či dokonce záměrně využít podobného příběhu pro vlastní cíle, často převládá pouze neochota důsledně dohledávat informace a nedostatek odvahy dívat se na věci a události novým pohledem.

Stereotyp se v médiích objevuje nejen prostřednictvím mluveného slova, ale také skrze obraz. Určitá ustálená vyjádření či zobrazení představují zkratku, již je čtenáři či divákovi sdělena určitá skutečnost. Tak například rozhovor s respondentem v brněnském studiu bude dokreslovat silueta hradu Špilberk na pozadí, tento obraz si divák snadno spojí s jihomoravskou metropolí. Podobná stereotypní zobrazení mohou ale přinášet i škodlivé účinky, jak můžeme vidět například na reportáži týkající se Romů, která začíná záběrem na

---

35 Srov. tamtéž, 78.

36 Srov. BURTON, JIRÁK, 186. Mýty se podrobněji zabýval například Roland Barthes. Ve své knize *Mytologie* z roku 1957 definuje mýtus jako „určitou promluvu“. Mýtus není určený předmětem svého sdělení, ale způsobem, jakým je sdělován a vnímán společností. Skutečnou podstatu může takový mýtus zastíňovat. Srov. BARTHES, Roland: *Mytologie*. Praha: Dokořán, 2004, 107.

špinavý a znečištěný dům či dvůr. I tato zkratkovitá vyjádření je třeba podrobovat kritice. Publikum má ale tendenci zevšeobecňovat a vnímat přijímané informace právě na základě jednoduchosti a stručnosti vyjadřování skrze symboly. Toho mohou novináři z pohodlnosti či záměrně využívat a dopouštět se tak maniuplativního jednání.

Podobně funguje klišé, které s sebou často nese negativní hodnocení určité věci anebo události. V souvislosti s neochotou ověřovat informace se nálepky a klišé stávají snadným způsobem vyjádření. To může sloužit manipulaci především tehdy, pokud se klišé předkládá jako neutrální a samozřejmě pravdivé.<sup>37</sup>

### 2.3 Pořádek prezentace (agenda setting) a významnost (salience)

Ze své podstaty musejí média ze záplavy denních událostí vybírat ty, které zveřejní jako zprávu. Zároveň musí určit pořadí těchto zpráv, z nichž první ve vysílání anebo ta na titulní straně zaujímá vždy přední místo a tím je podtržena její významnost (v angl. literatuře „salience“)<sup>38</sup>. Jak velký dostane ta či ona událost ve zpravodajství prostor, na kterém místě bude zveřejněna, to vše ovlivňuje způsob jejího vnímání příjemci. Určitý výběr a určité seřazení musí pracovníci sdělovacích prostředků vždy učinit. Manipulativním se takové jednání stává, pokud se výběr zpráv nevyznačuje kritériem nestrannosti, pravdy a skutečné relevance pro společnost a naopak odpovídá záměrům novináře či toho, komu chce svojí prací vyhovět.

Manipulátoři, kteří chtějí tohoto postupu využít, vědí, že média nemohou zcela ovlivnit to, co si lidé myslí, ale velmi efektivně přispívají k tomu, o čem vůbec lidé přemýšlejí.<sup>39</sup> Jinak řečeno, událost, o níž se nezmíní denní zpravodajství, není pro většinu lidí vůbec žádnou událostí. I tento postup může mít manipulativní efekt, ať už se jej novináři dopouštějí záměrně anebo jakoby mimochodem. Jistě si ale mají být vědomi toho, že pořádek prezentace, který zvolí, má významný vliv na jejich publikum, proto je třeba pracovat s velkou odpovědností. Té se ovšem mediálním tvůrcům často nedostává, což vede k situaci, jíž Maciej Iłowecki popsal takto: „Pomalou si zvykáme přemýšlet o realitě, ale i o sobě v kategoriích, v jakých realitu představuje televize a obecně všechna masmédiá – to znamená v kategoriích senzace, drastičnosti, konfliktů, zla a zároveň moci, úspěchu,

37 Srov. IŁOWECKI, 88.

38 Srov. McCOMBS, Maxwell: Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění. Protál, Praha, 2009, 25.

39 Srov. tamtéž, 28.

tedy v kategoriích lehké zábavy a požitků. To má za následek vytlačování myšlení v kategoriích hodnot, smyslu, zodpovědnosti a citlivosti.<sup>40</sup>

## 2.4 Skryté přesvědčování, manipulace s autoritou

Skryté přesvědčování patří k velmi účinným manipulativním technikám, zejména proto, že je pro příjemce jen těžko rozpoznatelné. Jedná se o postup, při němž jsou určité názory na danou věc a její hodnocení uváděné jako pravda o skutečnosti, navíc všeobecně známá a přijímaná. Příjemce posléze nabyde dojmu, že „každý přece ví“, že věc se má tak a tak. Pokud si toho dosud vědom nebyl, zahanbeně přijímá prezentovaný názor.<sup>41</sup>

Skrytého přesvědčování lze dosáhnout zejména prostřednictvím zdánlivé autority.<sup>42</sup> Lidé mají tendenci naslouchat autoritám a přejímat jejich názory. Mravní autoritu získávají lidé svým celoživotním úsilím a zásluhami. Taková autorita se ovšem může stát nepohodlná pro vlivné skupiny ovládající média. Proto dochází k umlčování takových autorit a jejich nahrazování takzvanými zdánlivými autoritami, které jsou ochotné říci názor shodný se zájmy manipulátora. Jedná se například o politiky, hvězdy popové kultury, ale velmi často také o různé odborníky a experty, jejichž názory jsou předkládané jako jistě objektivní, nestranné a racionální. Novinář ale může vždy najít a oslovit právě toho odborníka, který sdílí jeho vlastní přesvědčení a názory.

## 2.5 Simulace objektivity

Objektivita je jedním ze základních kritérií novinářské práce. Proto se jí jistě budou zaštiťovat snad všichni pracovníci ve zpravodajských redakcích. Je však možné ji uplatňovat způsobem, který neodpovídá skutečnosti a požadavkům pravdy a morální odpovědnosti, a to především, když se její význam posune do roviny politické či jiné korektnosti.<sup>43</sup> Takový přístup vede k relativizaci všech názorů, hodnot a postojů. Je-li novinář přesvědčen, že objektivitu dosáhne jednoduše tehdy, pokud všem zúčastněným

---

40 IŁOWECKI, 35.

41 Srov. tamtéž, 37–39.

42 Srov. tamtéž, 92–94.

43 Srov. tamtéž 98–100.

stranám dá stejný vysílací čas či prostor na stránkách novin, pak pozapomněl, že vedle objektivitu je třeba zohledňovat také neméně významné kritérium pravdy. Pod záminkou objektivitu lze ovlivňovat různými způsoby, například když média dávají neadekvátně velký prostor lidem a skupinám, jejichž reálný význam ve společnosti je spíše marginální.

## 2.6 Manipulace prostřednictvím titulků a perexů

Média často využívají skutečnosti, že čtenáři se první informaci o tématu dozvídají z titulků a krátkého perexu uvozujícího celou zprávu. V mnoha případech se příjemce ani nedostane k tělu zprávy, přečtením titulků nabývá dojmu, že už se o události dozvěděl to podstatné, zejména to, že se vůbec stala. Další podrobnosti v textu mohou ale ukázat, že titulek byl formulován zavádějícím způsobem.

## 2.7 Ovlivňování emocí, vyvolávání strachu

Ovlivňování emocí patří k častým formám manipulace. Pojem „infotainment“ spojující dvě anglická slova information – informace a entertainment – zábava, v mediálním světě zdomácněl. Aby zprávy bavily, musí také působit na emoce, častěji na ty negativní než pozitivní. Lidi lze ovlivňovat především prostřednictvím vyvolávání strachu. Zřetelné je to například v oblasti politiky, kde dochází k záměrnému vyvolávání obav z reforem, názorů a kroků vycházejících z odlišného politického tábora. Události vyvolávající silné emoce získávají zvláštní pozornost médií. Také proto dostávají tak velký prostor informace týkající se násilí, agresivity, senzací a sexu. Příliš silné emoce ovšem zastíňují pravou podstatu sdělení, právě tohoto efektu lze využít k záměrnému ovlivňování.

## 2.8 Metoda překrytí

Metodou překrytí lze zastínit nepohodlnou informaci či událost. Užívá se k odvrácení pozornosti od tématu, které se má před očima veřejnosti skrýt. Účinnost této

metody spočívá především v tom, že ji lze jen těžko odhalit. Vyžaduje to velmi dobrou znalost politiky či jiné oblasti, jíž se zpráva dotýká a také určitou dávku představivosti a spekulace. Zajímavý pohled do zákulisí politiky a mediální manipulace nabídl americký film z roku 1997 Vrtěti psem režiséra Barryho Levinsona. Prezident Spojených států se v něm pokouší odvrátit pozornost od vlastního sexuálního skandálu zveřejňováním smyšlenými informacemi o neexistujícím válečném konfliktu v Albánii. Situace zachází tak daleko, že se v hollywoodských ateliérech natácejí scény z hořící albánské vesnice. I když se jedná o smyšlený filmový příběh, snímek zajímavým způsobem prezentuje metodu překrytí, v anglické literatuře zvané též red herring, červený sled<sup>44</sup>. Neboť právě ten na sebe snadno upoutá pozornost.<sup>44</sup>

## Shrnutí

Manipulace skrze média patří v současnosti k nejúčinnějším nástrojům ovlivňování lidí. K efektivní manipulaci dochází skrytě, takovým způsobem, aby si manipulovaný nebyl vědom toho, že jeho názory, rozhodnutí a jednání podléhají záměrům manipulátora. Také proto je těžké ji odhalit, tím spíše roste požadavek na vysokou mediální gramotnost lidí žijících v mediální společnosti.

Existuje mnoho způsobů mediální manipulace, některé z nich se staly „osvědčenými“ a příjemce mediálních obsahů se s nimi může setkat poměrně často. Mezi nejčastější metody patří uvádění lží a polopravd, zveřejňování neověřených a zatajování nepohodlných informací. Také zneužívání mýtů a stereotypů, užívání klišé, manipulace s pořádkem prezentace či s hlasem autority. Publikum lze ovlivňovat prostřednictvím emocí, upravených titulků a perexů nebo simulace objektivit. Znalost těchto postupů může příjemci pomoci orientovat se v mediálních sděleních a odhalovat případy manipulace.

---

44 Srov. tamtéž, 90.

### III. Agenda setting: o čem česká média v souvislosti s katolickou církví informují

Už jsme v krátkosti popsali princip pořádku prezentace nebo také nastolování tématů, v anglické literatuře zvané jako agenda setting. V následující kapitole se jím budeme blíže zabývat, když budeme hledat odpověď na otázku, o jakých tématech a událostech česká média v souvislosti s katolickou církví informují a která naopak zůstávají stranou jejich pozornosti.

Jak ukazují výzkumy, nastolování tématů zpravidla nejvíce ovlivňuje televizní zpravodajství.<sup>45</sup> Proto se tato kapitola bude zabývat především hlavní zpravodajskou relací České televize, kterou tato veřejnoprávní stanice vysílá každý den od 19. hodin. Události trvají přibližně půl hodiny a obsahují patnáct až dvacet reportážních příspěvků. Časově se omezíme na tříměsíční období od začátku srpna do konce října 2011.

V daném období zaznělo v Událostech České televize celkem dvacet šest reportáží týkajících se alespoň okrajově katolické církve či v širším slova smyslu křesťanství. Pět příspěvků se věnovalo zářijové cestě papeže Benedikta XVI. do Německa. Čtyřikrát se zpravodajci České televize zabývali majetkovým vyrovnáním mezi státem a církvemi. Třikrát se objevily informace týkající se papežovy cesty do Madridu na celosvětové setkání mládeže, také třikrát se tvůrci zabývali problematikou sexuálního zneužívání v církvi a souvisejícími událostmi. Jméno pražského arcibiskupa Dominika Duky zaznělo v reportáži o sporu o sexuální výchovu na školách, zpravodajci zařadili také reportáž z muklovské poutě na Svatý Hostýn, zmínili se o úloze kněží při událostech v Babicích v roce 1951 i o cestě arcibiskupa Duky do Spojených států amerických. Dále o církevních oslavách ve Staré Boleslavi při příležitosti slavnosti svatého Václava a Dne české státnosti, o stěhování Třebechovického betlému, nové knize o svatovítské katedrále, náboženském násilí v Egyptě, mši ve svatovítské katedrále za oběti nacistických represí po atentátu na zastupujícího říšského protektora Reinharda Heydricha a o návrhu polského politického Hnutí Palikota na zákaz umístění křížů ve veřejných budovách.

Následující přehled se zvláště zaměří na témata, která se ve zpravodajství ČT ve sledovaném období objevila opakovaně.

---

45 Srov. McCOMBS, 25.

## 1 Majetkové vyrovnání mezi státem a církvemi

Největší prioritu získaly zprávy týkající se majetkového vyrovnání mezi státem a církvemi. Novináři totiž ovlivňují nejen výběr zpráv, ale také jejich významnost tím, že určují pořadí zpráv a jejich zařazení. Během sledovaného období se téma majetkového vyrovnání dvakrát stalo tzv. otvírákem, tedy první a zároveň hlavní zprávou relace. Poprvé se tak stalo 14. září, když se zdálo, že se téma stane důvodem k rozkolu v rámci vládní koalice. Více než dvouminutová reportáž informovala o požadavku vládní strany Věci veřejné na navýšení rozpočtu jimi spravovaného resortu dopravy, kterým podmiňovali svůj souhlas s dojednanou podobou majetkového vyrovnání s církvemi. Slovo v reportáži dostali jak zástupci této strany, tak ministr financí a kultury z dalších vládních stran ODS a TOP09, krátce promluvil také předseda Ekumenické rady církví ČR Joel Ruml. Reportér svůj příspěvek zakončil slovy zdůrazňujícími napětí: „Nečasova vláda by měla o rozpočtu i o penězích na církevní restituce rozhodovat příští týden. Pokud se nedohodne, tak podle premiéra končí.“

Jak tedy Česká televize informovala o vývoji této události v následujících dnech? Vláda skutečně o daném tématu jednala, divák se o tom dozvěděl v relaci z 27. září, zde se zpráva dostala na šesté místo v pořadí, aniž by byla zahrnuta v tzv. headlines, tedy úvodním přehledu nejdůležitějších zpráv dne. Vstup trval třicet sekund, hovořila v něm pouze moderátorka ve studiu, která během patnácti vteřin oznámila, že vláda schválila podobu majetkového vyrovnání a stručně shrnula její podmínky. Dalších patnáct vteřin informovala o muži, který během jednání vlády vylezl na vládní budovu a z římsy v druhém poschodí jej musela sundávat policie. Nepoměr mezi oběma zprávami je nepřehlédnutelný. Výrazně převládá negativismus, možný vládní rozkol je pro zpravodajce České televize nepoměrně zajímavější než uskutečněná dohoda. Více než podmínky této dohody je zajímavý podivín, který si v Praze cvičí své horolezecké schopnosti. Lze předpokládat, že tento ne právě podstatný detail si divák zapamatuje víc, než informaci o podobě majetkového vyrovnání.

Podruhé se toto téma stalo otvírákem 25. října. Rozsáhlá reportáž opět informovala o možném narušení dřívější dohody a to kvůli sporu o konkrétní paragraf v připravovaném zákoně mezi ministerstvem kultury a ministerstvem zemědělství. Jak můžeme pozorovat, majetkové narovnání je ve zpravodajství této stanice prezentované především jako politické téma, nikoli náboženské a nikoli morální, jak by z určitého úhlu pohledu jistě také mohlo být. Prostor toto téma dostává především ve chvíli, kdy je spojené s nějakým



rozporem či rozepří mezi politickými subjekty. Církevní zástupci nemají v této souvislosti hlavní slovo, vyjadřují se spíše jako komentátoři politického dění. Nutno ovšem podotknout, že čím méně dostávají církevní zástupci prostor ve výpovědích, tím více se jim ho dostává v obrazovém zpracování tématu. Reportáže jsou plné záběrů na opravené i polorozpadlé kostely, církevní představitele oděné v klerikách i zdobné liturgické průvody.<sup>46</sup> Pravděpodobně proto, že vizuálně jsou roucha církevních představitelů zajímavější než tmavé obleky politiků. Je to jistě i určitý druh stereotypního zobrazení, které může vyvolávat mylnou představu, že církev tvoří téměř výhradně zlatem odění muži, kněží a biskupové, členové církevní hierarchie. Zajímavé je si povšimnout, že ačkoli by zprávu o majetkovém vyrovnání s církvemi mohly zrovna tak doprovázet záběry například z evangelické bohoslužby, neděje se tak. Katolická liturgie je zřejmě pro novináře obrazově zajímavější, navíc publiku rychle předá informaci o tom, že zpráva se týká náboženství a obecně církve, i když není jasno které nebo kterých. Na záběry z bohoslužby některého evangelického či protestantského sboru není český divák zvyklý a pravděpodobně by mu tento obraz nic konkrétního neřekl, neposloužil by jako symbolické zobrazení odkazující na nevyčtené informace.

Jak informování České televize o majetkovém vyrovnání státu s církvemi naplňuje etická kritéria žurnalistické práce? Jsou předkládané informace pravdivé a úplné? Značné zkreslení způsobuje skutečnost, že téma je prezentované výhradně jako politická záležitost. Ignorování historické a morální stránky věci značně posouvá její vyznění. Žádná reportáž nezdůraznila, že se jedná o navrácení zabaveného majetku a že tedy nejde o jakýsi „dar“ státu církvím, ale napravení dříve způsobených křivd a navrácení nespravedlivě získaných prostředků. Takto mylně vzniká dojem, že stát dává církvím něco ze svého, něco z daní současných poplatníků. Proto může takto vystavěná zpráva vyvolávat odpor u části obyvatel, kteří nechápou, proč by měli ze svých peněz financovat chod církve, s níž nechtějí mít nic společného. Novináři často a rádi předkládají svému publiku čísla, která působí jako jasná fakta. To platí i o zprávách týkajících se majetkového vyrovnání, která jsou plná cifer týkajících se výše navrácených financí či objemu lesů a polností. Málo už se ale zdůrazňuje, že po uzavření dohody a uplynutí přechodné doby přestane stát vyplácet příspěvky na platy duchovních a tedy státní rozpočet bude o tuto částku méně zatížený. Vyčíslení kolik tímto krokem stát „ušetří“ a kolik je tedy třeba od celkové částky vyrovnání

---

<sup>46</sup> Obliba liturgických rouch pro obrazové zpracování zpráv týkajících se církve se projevila i v jiných případech. Například Hospodářské noviny přinesly jen omezené informace o celosvětovém setkání mládeže v Madridu v srpnu 2011, fotografie kněží v liturgickém oděvu se 23. září ale stala fotkou dne. Viz obr. 3.

odečíst, se ale ze zpravodajství nedozvíme. I toto je možné považovat za neúplnou informaci, která v konečném důsledku zkresluje prezentaci celé události.

Reportáže ukazují, že novináři se snaží zachovat nestrannost tím, že dají prostor všem zúčastněným stranám. Uvážíme-li ovšem, že největší prostor dají tématu ve chvíli, kdy jedna vládní strana hrozí odstoupením od dohody a ostatní aktéry nechá pouze komentovat tuto událost aniž by jim dali prostor pro prezentaci vlastních názorů, otázek a tvrzení týkajících se tématu, pak můžeme o vyváženosti a nestrannosti pochybovat. Také uvedené porovnání reportáží ze 14. a 27. září ukazuje, že vyváženost tomuto konkrétnímu zpravodajství chybí. Nepoměr mezi pozorností, jež Česká televize věnovala politickým debatám o možných rozporech na jedné straně a skutečné podobě nakonec uzavřené dohody na straně druhé, je vedle skutečnosti, že téma je prezentované výhradně jako politická záležitost, největším prohřeškem daného zpravodajství. Z tohoto nepoměru posléze plynou další důsledky, zejména pak pochybnost o tom, zda novináři v tomto případně skutečně informovali o tom, co je pro společnost podstatné.

## 2 Zahraniční cesty papeže Benedikta XVI.

Během sledovaného období absolvoval papež Benedikt XVI. dvě zahraniční cesty. V srpnu se v Madridu zúčastnil celosvětového setkání mládeže, v září navštívil své rodné Německo, poprvé od zahájení jeho pontifikátu se jednalo nikoli o čistě pastorační, ale také o státní návštěvu této země. Ani v jednom případě se tyto události nestaly hlavní zprávou dne, přesto jim Česká televize věnovala větší pozornost, především ve srovnání s ostatními církevními událostmi daného období. V tomto případě zřejmě zafungoval princip zobrazování elit. Prostor ve zpravodajství dostává přednostně dění týkající se nějaké význačné osobnosti, a tou, jak můžeme vidět, nejvyšší představitel katolické církve pro česká média je.

Cesty papeže do Španělska si zpravodajci všimli celkem třikrát, ve všech případech relaci zařadili až do závěru Událostí, jako druhou či třetí zprávu od konce. Podrobněji si budeme zpravodajství o této události všimnout v následující kapitole. V souvislosti s výběrem událostí zde můžeme pouze podotknout, že pozornost novinářů si získaly především ekonomické okolnosti celosvětového setkání mládeže, které zajímavě zapadly do dřívějšího zpravodajství o špatné hospodářské situaci ve Španělsku a o protestech zejména

mladých Španělů proti vládě, nezaměstnanosti, výši cen a podobně. I v tomto případě převládá důraz na negativismus a možný konflikt, neboť novináři prezentovali událost jako záležitost dvou protichůdných názorových skupin – papežových příznivců a odpůrců. Ekonomická stránka věci, především pak pochybnosti některých, zda si stát může dovést financovat návštěvu papeže v době hospodářské recese, se objevily ve všech třech reportážích. Konkrétní poselství Benedikta XVI. Španělsku či jiná významnější část některé jeho promluvy nikoli. V tomto případě lze uvažovat o záměrné manipulaci s autoritou, dlouhodobě totiž dochází k umlčování autority papeže, jehož názory a myšlenky zpravodajství České televize prezentuje pouze minimálně. Naproti tomu dává prostor jiným „autoritám“ – organizátorům protestů a podobně.

Při informování médií o cestách papeže si lze zvláště všimnout jedné věci, která je pro většinu zpravodajství o katolické církvi a náboženství v širším slova smyslu typická. Zpravodajství se téměř minimálně zabývá morálkou, etickými a dalšími hodnotami či propracovanějšími myšlenkovými systémy.<sup>47</sup> Důvodem může být to, co jsme zmiňovali už výše, totiž že zpravodajství upřednostňuje jednoduché, krátké a konkrétní události před složitými, abstraktními informacemi, které vyžadují větší prostor pro vysvětlení. To platí zejména pro televizní zpravodajství. Také proto se ze zpravodajství o papežských zahraničních cestách diváci jen výjimečně dozvědí, jaké poselství papež do té či oné země přináší.

Větší pozornost České televize než cesta papeže Benedikta XVI. do Madridu si získala jeho návštěva rodného Německa. Můžeme to vysvětlit geografickou blízkostí této země anebo také okolnostmi týkajícími se organizace redakční práce. Zatímco v Německu dlouhodobě působí zpravodajové České televize, ve Španělsku nikoli. Také proto ČT nabídla vlastní zpravodajství z německé návštěvy, ovšem celosvětové setkání mládeže zpracovala výhradně na základě zahraničních zdrojů. Lze podotknout, že je to škoda a ochuzení novinářské práce vzhledem k tomu, že jen několik málo dní před příletem papeže do Madridu měla ČT v tomto městě svého zvláštního zpravodaje, který přinášel informace o protestech mladých Španělů proti hospodářské situaci v zemi. Setkání katolické mládeže už ale redakci takřikajíc nestálo za to, aby je sledoval zvláštní zpravodaj a to ani když si uvědomíme, že setkání se zúčastnilo na tři tisíce českých poutníků a jejich hlas by mnohé

---

47 Srov. tamtéž, 41. McCombs zde uvádí zajímavý postřeh na základě výzkumu nastolování témat médií v americké společnosti. Respondenti při něm odpovídali na otázku: Co považujete za největší problém naší společnosti? Jejich odpovědi se pak porovnávali s tématy, o nichž ve danou dobu informovala média. Zatímco u většiny témat odpovědi více či méně korelovaly s mediálním zpravodajstvím, v jednom případě byla nekorelace zvláště patrná, a to právě v oblasti morálky. Zatímco respondenti ji neváhali označit za jeden z nejdůležitějších problémů dneška, média se o ní téměř nezmiňovala.

české diváky s velkou pravděpodobností zajímal.

Vraťme se ale ke zpravodajství o návštěvě papeže v Německu. Pořad Události o ní informoval celkem čtyřikrát a to v reportážích německé zpravodajky Evy Pláničkové. 22. září byla zpráva zařazená na čtvrté místo relace, doplněna byla o živý zpravodajský vstup, což jí přidává na významnosti. O dva dny později reportérka informovala o návštěvě papeže v Erfurtu, 25. září se pak moderátorka ve studiu krátce zmínila o závěru papežovy cesty. Podívejme se nyní na konkrétní témata, která novináři při těchto příležitostech nastolili. Informovali o „krizi“ katolické církve v Německu, kterou opouštějí věřící, přípravě hostií na mše s papežem v jednom klášteře nedaleko Berlína, přípravách protestů proti papežovi kvůli sexuálním skandálům a postoji církve k užívání antikoncepce, dále o finančních výdajích, bezpečnostních opatřeních i suvenýrech spojených s návštěvou. Reportérka se věnovala projevu papeže ve spolkovém parlamentu a také protestem části poslanců. Další reportáž informovala o setkání papeže s evangelíky a s oběťmi sexuálních zločínů v církvi. Neopomněla informaci o tom, že jeden muž střílel ze vzduchovky na ochranu a závěrečná reportáž shrnující papežovu cestu do Německa informovala, že Benedikt XVI. je proti „reformám v církvi“ jako jsou sňatky homosexuálů, svěcení žen či manželství kněží.

### 3 Sexuální zneužívání v církvi

3. září zazněla v závěrečné části zpravodajské relace ČT následující krátká zpráva: „Vatikán odmítl obvinění, že se v Irsku snažil zakrývat sexuální zneužívání dětí kněžími a že tamním biskupům zakazoval hlásit zločiny policii. Irský premiér letos v červenci katolickou církev obvinil, že svou pověst stavěla nad práva obětí.“ Podruhé ve sledovaném období se téma dostalo mezi hlavní zprávy 14. září, když televize informovala o žalobě skupiny zastupující sexuální oběti na papeže a další vysoké církevní představitele u Mezinárodního trestního tribunálu v Haagu. Téma bylo zmíněné také v reportáži z cesty Benedikta XVI. do Německa z 24. září, kde se papež setkal se skupinou obětí. Během této zahraniční cesty papeže se téma objevilo také v rámci informování o protipapežských a proticírkevních protestech. 25. září televize informovala o novém kodexu, jež přijala katolická církev v Belgii a který mimo jiné nařizuje psychologické testy kandidátů kněžství, které by měly odhalit jejich případné sklony k pedofilii.

#### 4 Jaké události z církevního života ve zpravodajství ČT chyběly

Hovoříme-li o nastolování témat veřejné agendy, pak jistě nemůžeme opominout skutečnost, že mnohé události mající potenciál stát se zprávou významnou pro celou společnost se do vysílacího času příslušné relace nevydají. Někdy mohou být opomenuty z nedbalosti nebo dokonce záměrně. Následující řádky přinášejí přehled, jaká témata Česká televize ve sledovaném období vypustila, ačkoli by jejich zpracování mohlo být přínosné pro společnost. Ke srovnání poslouží internetové stránky Tiskového střediska České biskupské konference, které pravidelně vydává zprávy týkající se církve doma i v zahraničí.<sup>48</sup>

Zpravodajci ČT na začátku srpna informovali o šedesátém výročí sedmi poprav vykonaných komunistickým režimem v reakci na dosud nevyjasněné události v Babicích. Role kněží v tomto případě byla v reportáži zmíněna, byť ne zcela jasně vysvětlena. Reportér konstatoval, že někteří kněží se měli podílet na aktivitách Ladislava Malého, jenž sehrál v případě klíčovou roli, přestože dodnes není jasné, z jakých pohnutek a za čí zájmy tato postava jednala. Z formulací novináře nebylo patrné, zda měli kněží spolupracovat na vraždách komunistických představitelů v Babicích anebo zda se sami stali oběťmi těchto událostí. Svě vzpomínky v reportáži nabízí kněz Josef Valerián, který hájí pověst svých spolubratří. V reportáži ale zcela chyběla pro českou katolickou církev významná informace o probíhajícím procesu beatifikace dvou popravených kněží Jana Buly a Václava Drboly a to přesto, že církevní zdroje o této skutečnosti hojně informovaly.<sup>49</sup>

V průběhu srpna Česká televize ve své hlavní zpravodajské relaci neinformovala o pohřbu slovenského biskupa Rudolfa Baláže, setkání zástupců církví a polského předsednictví Evropské unie, o vzpomínkovém setkání na kněze a řeholníky internované během komunistického režimu v klášteře v Želivě, omluvě představitelů církve na Maltě za sexuální zneužívání, Pochodu pro rodinu v pražských ulicích ani o žádné pouti věřících, jichž je v letních měsících celá řada. V září unikla pozornosti novinářů návštěva papežského diplomata ve Vietnamu, v souvislosti s tryznou za tragicky zemřelé české hokejisty neupozornili na mši svatou slouženou za ně v Týnském chrámu na Staroměstském náměstí, nepodali zprávu ani o jmenování Giuseppa Leanzy nunciem pro Českou republiku nebo o františkánských misiích v Ostravě. V říjnu se diváci Událostí

48 Srov. <http://tisk.cirkev.cz> (15. listopadu 2011)

49 Na internetu lze snadno najít podrobné informace o kanonizačním procesu Jana Buly a Václava Drboly a to na oficiálních stránkách brněnského biskupství. Srov. <http://kanonizace.biskupstvi.cz> (16. listopadu 2011)

nedozvěděli o plenárním zasedání České biskupské konference, pražském kongresu Evropské komise pro katolickou výchovu, o oslavách patnáctého výročí vzniku ostravsko-opavské diecéze, ekumenické modlitbě za zklidnění vztahů mezi Romy a většinovou společností v severočeském Rumburku, mezináboženském setkání v italském Assisi a dalších tématech. Alespoň některé z těchto událostí by se jistě mohly dostat mezi dvacítku nejdůležitějších zpráv dne, avšak nestalo se tak. Nutno podotknout, že zpravodajci v tomto ohledu projevují jen velmi malou kreativitu v hledání zajímavých a neotřelých témat. Namísto toho dlouhodobě v souvislosti s katolickou církví stále dokola opakují několik vybraných témat a tvrzení předkládaných tiskovými agenturami a zahraničními médii. Zda se jedná o záměrnou manipulaci či pouze o poddávání se rutině, stereotypům a neochotu či neschopnost dívat se na věci novým pohledem, nemůžeme posoudit.

## Shrnutí

V průběhu sledovaného období Česká televize nastolila především témata majetkového vyrovnání státu s církvemi, zahraničních cest papeže Benedikta XVI. a sexuálního zneužívání v církvi. V prvním případě se novináři zřejmě snažili postihnout téma důležité pro společnost, ale vzhledem k tomu, že o něm podrobně informovali pouze tehdy, když bylo spojené s možnou vládní krizí, můžeme říci, že v záměrech novinářů převládl důraz na negativismus, konflikt a černobílou prezentaci události. Podobné hodnoty se staly nosnými i pro zpravodajství o zahraničních cestách papeže Benedikta XVI. Zdánlivá objektivita žurnalistů způsobila, že události byly prezentované jako souboj papežových příznivců a odpůrců s tím, že odpůrcům byl spíš dán větší prostor pro možnost vyjádření. V tomto smyslu se opakovaně objevila takzvaně kontroverzní témata jako je postoj církve k homosexualitě a používání antikoncepce, reakce na sexuální skandály a v době hospodářské krize přeceňované státní výdaje spojené s papežskou návštěvou.

Podstatně méně televize informovala o poselství papeže při jeho cestách či o dojmech samotných věřících ze setkání s papežem. Během tří měsíců se ve zpravodajství České televize vůbec neobjevila mnohá témata spojená se životem katolické církve, která jsou významná pro celou společnost a měla potenciál stát se jednou ze zpráv relace Události.

#### IV. Vybrané zpravodajství z hlediska žurnalistické etiky

##### 1 Celosvětové setkání mládeže v Madridu

Můžeme říci, že pro univerzální katolickou církev stejně tak jako pro české katolíky bylo setkání mládeže v Madridu jednou z nejdůležitějších událostí letních měsíců roku 2011. Jak tuto událost reflektovala česká média? O zpravodajství České televize bylo pojednáno už výše, podívejme se nyní, jak téma zpracovaly tištěné deníky.

Nejčtenějším tzv. seriózním deníkem je Mladá fronta DNES<sup>50</sup>. Zajímavé je, že právě toto periodikum se o cestě Benedikta XVI. do Španělska vůbec nezmínilo. Hospodářské noviny informovaly o této cestě pouze v reportáži pojednávající o hospodářské situaci ve Španělsku, o nespokojenosti tamních mladých s vysokými cenami a nezaměstnaností a také s návštěvou nejvyššího představitele katolické církve, která si údajně vyžádala vysoké výdaje ze státního rozpočtu. Jak už jsme mohli vidět u zpravodajství České televize, právě na tento moment, tedy na ekonomickou stránku věci a na protesty mladých Španělů kladlo zpravodajství z Madridu největší důraz a to ve většině sledovaných médií. Lze předpokládat, že se jednalo o informace přejaté ze zahraničních zdrojů, protože zmiňovaná média neměla své zpravodaje přímo na místě. Jak posoudit takovéto zpravodajství z hlediska žurnalistické etiky?

Nejprve se můžeme ptát, zda předkládané zprávy splňovaly kritéria vyváženosti a objektivity. Zdá se, že nikoli. Novináři kladli přehnaný a jednostranný důraz na ekonomickou stránku věci. Informovali především o protestech týkajících se ekonomické stránky věci a zcela ignorovali její další rozměry – náboženský, morální či můžeme říci jen obecně lidský. O samotných celosvětových dnech mládeže nepadla téměř zmínka, pohled samotných účastníků zajímal média jen okrajově.

Sdělovali novináři svému publiku pravdivé informace? V českých médiích zazněla informace, že mnozí Španělé nesouhlasí s financováním papežovy návštěvy státem. Uváděli při tom rozdílné cifry v rozezí pětadvaceti až padesáti milionech eur, které mělo Španělsko na tuto akci vynaložit. Informace o podrobnějším rozpočtu ovšem nikde nezazněly, a to přes to, že organizátoři Světových dnů mládeže médiím opakovaně

---

50 Nejčtenějším deníkem v Česku je dlouhodobě Blesk. Jak uvádí výzkum odhadů čtenosti Media projekt za druhé a třetí čtvrtletí roku 2011, tento bulvární deník otevřelo v daném období přibližně 1 404 000 čtenářů. V této práci se ale chceme zabývat tzv. seriózním tiskem. Z této kategorie zůstává nejčtenější Mladá fronta DNES, kterou v daném období mělo v rukou 791 000 čtenářů. Srov. Media projekt 2011, <http://www.uvdt.cz/Upload/936.pdf> (12. listopadu 2011).

sdělovali, že většinu nákladů na celou akci hradí sami účastníci z účastnických poplatků a další velkou částku vykrývají sponzorské dary firem a dalších subjektů. Stát hradil především policejní zabezpečení a podobná opatření spadající do jeho kompetence, sama španělská vláda navíc popřela tvrzení, že by setkání bylo financované z peněz daňových poplatníků. Česká média si v tomto případě neověřila mnohokrát opakované, ale přesto mylné tvrzení, a přinesla neúplnou informaci, která značně zkreslila celkový pohled na financování návštěvy.

Dokázali čeští novináři návštěvu papeže v Madridu řádně zdokumentovat? Jak už bylo řečeno, ke své práci využili především zahraniční a nikoli vlastní zdroje. Lze podotknout, že k vlastní škodě, neboť setkání mládeže se zúčastnilo na tři tisíce českých poutníků, o čemž ale většina zpráv mlčí. Novináři tak propásli příležitost oslovit některého z českých účastníků či organizátorů a dobrovolníků a přiblížit dění v Madridu domácímu publiku. To, že tak neučinili, lze považovat přinejmenším za velkou profesionální chybu. Světlou výjimkou jsou v tomto případě Lidové noviny, které 20. srpna uvedly rozhovor s jedním z českých organizátorů, knězem Vítem Zatloukalem, toho času ředitelem Sekce pro mládež České biskupské konference. Tento rozhovor jako jeden z mála nabídl nové a podrobnější informace o celosvětovém setkání mládeže.

Nelze opomenout, že pozornost médií si vysloužila drobnost, která se odehrála při vigílii na letišti Quatro Vientos. Během setkání se strhla prudká bouře, která znemožnila papeži Benediktu XVI. přednést celý přichystaný projev. Při této příležitosti mu vítr odnesl solideo, což zaznamenaly kamery. Záběr představila svým divákům televize Nova, jejíž hlavní zpravodajská relace Televizní noviny dlouhodobě patří k nejsledovanějším televizním pořadům v Česku.<sup>51</sup> I když tato komerční televize postavila reportáž z vigílie právě na tomto detailu, přesto informovala o poutnících účastnících se tohoto setkání, citovala jejich reakce a dala prostor také papežově promluvě, z níž citovala slova „Krista si nenechávejte jen pro sebe. Podělte se s ostatními o radost z víry“. I zpravodajci na Nově v dalších reportážích informovali o protestech mladých Španělů, ekonomických nákladech setkání a podobně.

Celosvětovému setkání mládeže s papežem Benediktem XVI. v Madridu věnovala česká média jen omezenou pozornost, této události přisoudila spíše nízkou relevanci. Novináři ji spojili téměř výhradně s ekonomickými tématy, čímž značně posunuli její význam. Neověřovali si informace ze zahraničních zdrojů, až na jednu výjimku nepožádali o vyjádření nikoho z českých poutníků a téměř ignorovali obsah projevů papeže ve

---

51 Srov. Projekt elektronického měření sledovanosti, <http://www.ato.cz> (12. listopadu 2011)



Španělsku. Toto všechno jsou závažné prohřešky proti žurnalistické etice a svědčí o neprofesionálním přístupu k danému tématu.

## 2 Benedikt XVI. v Německu

Z církevních událostí sledovaného období, tedy od začátku srpna do konce října 2011, byla českými médii nejvíce sledovaná návštěva papeže Benedikta XVI. v Německu. Deník Mladá fronta DNES jí věnoval dva delší články, první ještě před samotnou návštěvou shrnoval očekávání s ní spojená a čerpal z německého magazínu Stern. Informoval o tom, že se jedná o první oficiální cestu Benedikta XVI. do Německa, o očekávané účasti věřících na mši svaté v Erfurtu, první bohoslužbě sloužené tímto papežem na území bývalého východního Německa, o jeho plánované návštěvě spolkového parlamentu a o připravovaných protestech některých poslanců. Článek se dále zmiňuje o rostoucím odchodu věřících z řad německé katolické církve, což dává do souvislosti s odhalením sexuálních skandálů v církvi. Zmiňuje se také o připravovaných protestech lidí z organizací zabývajících se bojem proti chorobě AIDS.

Na tomto příkladě lze demonstrovat, jak česká média vnímají požadavek objektivitu a vyváženosti v souvislosti s informováním o krocích hlavy katolické církve. Typický pro tuto situaci byl titulek pod fotografií ze mše svaté sloužené papežem v Berlíně, kterou zveřejnila Mladá fronta DNES 23. září na titulní straně. Titulek zněl: „Potlesk i bojkot.“<sup>52</sup> Podobně i zpravodajci České televize, řeknou-li v první větě, že papež přijíždí do té či oné země, uvedou hned ve druhé, že jej čekají větší či menší skupiny odpůrců. Postup žurnalistické práce tedy v tomto případě podléhá jasným stereotypům, novináři především vždy naleznou někoho, kdo vyjádří protipapežský názor, a to bez ohledu na to, v jakém konkrétním kontextu ta či ona návštěva probíhá. Respondenty odpůrce je nejnásadnější hledat mezi bojovníky proti AIDS, zastánci homosexuality, či oběťmi sexuálních zločinů a jejich obhájci. Za objektivitu a vyváženost se tak snadno ukrývá snaha o zobrazení konfliktu za každou cenu, při jisté míře spekulace bychom mohli hovořit i o záměrném bojkotu papežské autority. Je třeba si položit otázku, jestli při informování o krocích papeže je třeba vždy hledat také „druhou stranu“ a zda se tato druhá strana musí vždy profilovat právě z řad zmíněných uskupení.

Zdá se, že českým novinářům by se zpravodajství o papeži zdálo neobjektivní,

---

<sup>52</sup> Viz obr. 1.

pokud by v něm nezazněly názory jeho odpůrců. Objektivita a vyváženost tak v tomto případě znamená dát prostor lidem z nejrůznějších názorových skupin. Jak jsme ale uvedli výše, přehnaná objektivita, či spíše korektnost, může být prosazována na úkor pravdy a morální odpovědnosti. Kritérium pravdivosti a úplnosti není naplněné, pokud papežovy výroky a jeho působení média omezují výhradně na kontroverzní témata týkající se sexuality. Ani není třeba utíkat se k nadsázce, když si dovolíme tvrzení, že je vcelku jedno, co papež při té či oné příležitosti řekne anebo udělá. Novináři vždy nakonec zmíní a zdůrazní, že papežův postoj k uvedeným kontroverzním tématům se nezměnil. Nejenomže tímto přinášejí újmu osobě pontifika, jehož obraz je tak značně zkreslený, ale přinášejí také újmu publiku, protože svým divákům, čtenářům a posluchačům nejsou schopní přinést žádné nové a relevantní informace, neboť neustále dokola opakují totéž. Podléhají tak stereotypu, pro nějž platí přísloví „Tisíckrát opakovaná lež (anebo polopravda) se stává pravdou.“ Obraz církve je tímto způsobem médií značně ovlivňovaný.

Proč čeští novináři pracují převážně tímto způsobem? Odpovědi můžeme nabídnout několik. Za prvé můžeme říci, že se jedná o celoevropský trend zobrazování papeže. Při přebírání zpráv ze zahraničních zdrojů tak čeští novináři kopírují i příslušný způsob zobrazování. Mohli bychom vzít v úvahu i cílenou a vědomou manipulaci. I když nemůžeme novinářům jednoduše přisuzovat zlý úmysl, jistě lze uvažovat přinejmenším o neprofesionálním přístupu, kdy si žurnalisté nedají tu práci, aby ověřovali zdroje, tázali se církevních představitelů a zejména hledali nové úhly pohledu. Na otázku, proč jsou papežova vystoupení neustále spojována s tématy týkajícími se sexuality, lze také odpovědět, že tato oblast je pro nynější společnost jakýmsi způsobem příznačná. Právě sexualita vyvolává v současnosti mnohé etické otázky, neboť je až příliš často zneužívaná. Snad i proto je obhajoba morálních hodnot v této oblasti ze strany církve a jejích představitelů současníkům takříkajíc trnem v oku. A pracovníci v médiích odrážejí tuto skutečnost, ať už vědomě či nevědomě.

Z českých deníků jako jediný věnoval větší pozornost papežovým projevům a jeho výrokům při návštěvě do Německa deník Právo. Jeho dva články reflektující tuto událost nesou titulky „Benedikt XVI.: Měřítkem politické práce nesmí být úspěch ani prospěch“<sup>53</sup> a „Papež označil muslimy za jeden z rysů Německa“. Tyto články se z velké části věnovaly papežovým myšlenkám. Autoři v nich čerpali z České tiskové kanceláře a německé tiskové agentury Deutsche Presse-Agentur.

---

53 Viz obr. 2.

### 3 Slavnost sv. Václava a Den české státnosti

O svatováclavské pouti do Staré Boleslavi informovala všechna sledovaná média, největší pozornost shodně věnovala projevu prezidenta Václava Klause při této příležitosti, vlastní církevní oslava či postava světce zůstaly stranou jejich pozornosti. Lidové noviny otiskly celý prezidentův projev, zároveň jej nechaly okomentovat vybranými politiky. Také zpravodajství Práva či České televize ukázalo, že novináři této události využili k připomenutí známých a často ojedinělých postojů prezidenta Klause, liturgická oslava jim posloužila spíše jako obrazově velmi zajímavá, ale vcelku méně významná kulisa

Osobitě se zpracování události ujal deník Právo. Den po svatováclavské pouti zařadil na titulní stranu jako hlavní zprávu dne reakci kněze Tomáše Halíka na vystoupení prezidenta Klause ve Staré Boleslavi a jeho názor na vztahy mezi církví a státem. V pokračování článku uvnitř listu nabídl reakci některých biskupů. Téma novináři pojali především z pohledu státoprávní můžeme říci ideologické teorie a sporů jednotlivých koncepcí. Poukázali totiž na kritiku sociálního státu z úst prezidenta a také výpověď Tomáše Halíka směřovala především k tomuto tématu, když proti neoliberalistické koncepci tržního hospodářství, jejímž zastáncem Václav Klaus je, postavil sociálně-ekologickou koncepci státu, jež podle jeho slov zastává katolická církev. Také dotaz na citované biskupy byl vedený tímto směrem. Církev se tedy v tomto zpravodajství opět stává především politickým hráčem, jehož „úkolem“ je přidat se k tomu či onomu názorovému táboru. Vzhledem k dlouhodobému zaměření deníku Právo, jež se profiluje jako spíše levicově zaměřené periodikum, si můžeme položit otázku, proč dali jeho tvůrci tolik prostoru právě tomuto tématu a zda to svědčí o jejich zájmu o katolickou církev anebo spíše zájmu na tom, aby zaznělo co nejvíce názorů proti neoliberalismu a proudu, jež v Česku v současnosti představuje právě prezident Klaus. Iniciativa zpravodajců deníku Právo ale svědčí o jejich snaze nastolit společenskou debatu, do níž zahrnuli také otázku vztahu mezi církví a státem. Můžeme říci, že v tomto případě si jako jediní všimli tohoto v ostatních médiích opomíjeného tématu (vyjma ekonomických vztahů v souvislosti s majetkovým vypořádáním), které je pro společnost významné a důležité, a splnili tak jedno z etických kritérií kladených na žurnalistickou práci.

Také Česká televize informovala o národní pouti do Staré Boleslavi. Za významné lze považovat zařazení zprávy v rámci relace. Objevila se na třetím místě, jako první televize přinesla informaci o průzkumu týkajícím se přímé volby prezidenta, druhá reportáž mířila do europarlamentu, kde probíhala debata o dalším směřování Evropské unie

mezi zastánci intenzivnější integrace a jejími kritiky. Řazení těchto tří zpráv nelze považovat za náhodné. Předně je důležitý postřeh, že státní svátek připomínající národního patrona a českou státnost není pro tvůrce Událostí hlavní zprávou dne. A nejen to. Předěšla ji zpráva o debatě týkající se většího propojení evropských států, zřejmě na úkor jejich suverenity. Obě zprávy tedy v určitém smyslu stály v protikladu. Ze skutečnosti, že reportáž z evropského parlamentu předcházela příspěvek ze Staré Boleslavi, můžeme usuzovat, že právě evropské integraci přisuzují tvůrci Událostí větší význam. Zpracováním těchto událostí navíc zvláštním způsobem opět provázela postava prezidenta Klause. Za nevýznamný nelze považovat fakt, že první reportáž týkající se průzkumu ohledně přímé volby prezidenta končila údajem, že více než polovina respondentů by Václava Klause v tomto hlasování nezvolila. Toto sdělení doplňoval závěrečný záběr s červeně přeškrtnutým portrétem současného prezidenta. Reportáž ze Staré Boleslavi věnovala pozornost prezidentově přítomnosti při liturgii a jeho projevu. Z obrazového záznamu liturgie si novináři vybrali záběr, v němž prezident sahá do kapsy a přispívá do mešní sbírky, posléze zařadili úryvek jeho projevu, v němž hovoří o útoku pokrokářů na tradiční hodnoty a o devalvaci vlastnictví ve společnosti. Pražského arcibiskupa Dominika Duku nechají promluvit o úsporných opatřeních vlády a jejich dopadu na občany země. V reportáži zazněl také hlas poutníků, kteří hovořili o tradici svatováclavské pouti, a informace o zastávce vlaku s výstavou o papeži Janu Pavlu II. ve Staré Boleslavi.

V tomto případě tvůrci České televize zachovali vcelku vyvážený poměr mezi informováním o náboženské slavnosti a o jejích politických a ideologických rozměrech. Vzhledem k tomu, že se jednalo nejen o liturgickou slavnost svatého Václava, ale také o státní svátek připomínající českou státnost, je informování o obou rozměrech události na místě. Vyváženost zpravodajství narušuje především řazení zprávy a její vyznění v celkovém kontextu relace Událostí, zejména v souvislosti s reportážemi, které zpráve ze Staré Boleslavi předcházely.

## Shrnutí

Sledovaná média v daném období nabídla jen omezené zpravodajství týkající se katolické církve, největší pozornost věnovala zahraničním cestám papeže Benedikta XVI. Novináři ve většině případů neprojevali větší kreativitu a témata zpracovali stereotypním

způsobem. Upřednostnili zejména krátkost, jednoduchost a snadnou pochopitelnost zpravodajství před hledáním a ověřováním zdrojů, hlubší dokumentací událostí, snahou o pravdivost sdělovaných informací a hledání témat relevantních pro společnost.

Deníky nabídly hlubší pohled na události spojené s církvemi ve dvou případech: Lidové noviny uvedly rozhovor s českým organizátorem světového setkání mládeže v Madridu, ředitelem Sekce pro mládež České biskupské konference Vítem Zatloukalem, v němž zazněly informace, které se jinde neobjevily. Deník Právo v souvislosti s návštěvou papeže Benedikta XVI. v Německu využil tamní zdroje a podrobněji informoval o obsahu projevů pontifika v Bundestagu a při setkání se zástupci muslimů.

V mediální prezentaci událostí spojených s církví převládají stereotypní zobrazení, opakující se témata bez hlubšího vysvětlení a postihnutí detailů. Téměř vždy se objeví problematika postoje církve k homosexualitě, užívání antikoncepce, připomenutí sexuálních skandálů v církvi a výdajů spojených se zahraničními cestami papeže. Tímto způsobem vzniká specifický obraz církve odpovídající skutečnosti jen velmi okrajově. Ve výsledku můžeme uvažovat o mediální manipulaci nebo přinejmenším značné neprofesionalitě českých novinářů v této oblasti.

## ZÁVĚR: Na rozhraní mezi manipulací a neprofesionalitou

V bakalářské práci jsem se pokusila shrnout základní etické požadavky na žurnalistickou práci vyjádřené v církevních dokumentech, odborné literatuře i definované samotnými novináři v profesním etickém kodexu. I když tyto dokumenty vycházejí z odlišného prostředí, shodují se na základních normách žurnalistické práce, k nimž patří důraz na svobodu projevu a s ní spojené povinnosti žurnalistů, jako je snaha o pravdivost a úplnost informace, zachovávání nestrannosti a vyváženosti, ověřování a uvádění zdrojů, oddělování fakt od komentáře, informování o událostech relevantních pro společnost, ohled na právo, kulturu a lidskou důstojnost. Uvedli jsme také kritéria, která jsou na novináře kladena z řemeslného hlediska, které upřednostňuje krátké, jednoduché, srozumitelné události, které mají větší šanci stát se mediální zprávou. Do popředí se dostávají příběhy spojované s elitami, události publiku regionálně i kulturně blízké a senzační témata vyvolávající emoce. Skloubit etické a řemeslné požadavky nemusí být vždy nutně v protikladu, často ale vnáší do novinářské práce dilemata a nutnost rozhodnutí. Konkrétní příklady české žurnalistiky týkající se církevních témat ukázalo, že většinou převládá zjednodušující prezentace událostí, novináři se častěji zaměřují na snadno postihnutelná témata jako jsou ekonomické okolnosti či bezpečnostní opatření při návštěvě papeže než na složitější skutečnosti vyžadující hlubší pohled, jako je například obsah papežova poselství při té či oné příležitosti.

Ve druhé kapitole jsme definovali mediální manipulaci jako skrytý způsob ovlivňování jednotlivců nebo skupin prostřednictvím médií způsobem, který si ovlivňování neuvědomují. Popsali jsme také některé konkrétní metody manipulace. Při zkoumání mediálního zpravodajství týkajícího se katolické církve pak bylo patrné, že některé tyto postupy se objevují i v těchto případech. Rešerše odhalila časté používání stereotypů v souvislosti s katolickou církví například v obrazovém zpracování, které většinou při informování o církvi nabízí záběry na liturgické průvody, kněze v mešním rouchu či významné církevní představitele. Stereotypy se ale objevují také například při informování o názorech či krocích papeže, s nimiž se vždy pojí nářky na postoje církve a jejího nejvyššího představitele ke kontroverzním tématům souvisejícím se sexualitou. Při informování o osobě papeže můžeme pozorovat také jistou manipulaci s autoritou, neboť vlastním projevům pontifika nabízejí média jen omezený prostor, zatímco názory a požadavky lidí a skupin, jež média charakterizují jako papežovy odpůrce, zaznívají častěji a bezprostředně z úst dotazovaných respondentů. V této souvislosti jsme si povšimli také

manipulováním s mediální objektivitou měnicí se na korektnost. Jejím požadavkem pak je dát stejný prostor všem názorovým skupinám bez ohledu na hledání pravdy a respektování relevance té či oné události nebo skupiny pro společnost.

Důležitým faktorem pro posouzení mediálního zpravodajství je tzv. nastolování tématů. I kdyby média neměla moc přímo ovlivnit názory a myšlení publika, jistě mají zásadní vliv na to, o čem vůbec lidé přemýšlejí. Média nastolují témata veřejné agendy a naopak mají moc tu či onu událost ignorovat a tím vyřadit z veřejného života. Na přehledu zpravodajství České televize jsme mohli vidět, že v médiích se objevují informace o zahraničních cestách papeže, sexuálních skandálech v církvi, o majetkovém vyrovnání mezi českým sátem a církvemi, o významných poutích jakou byla v daném období pouť svatováclavská do Staré Boleslavi. Mnohá jiná témata však média do zpravodajství nezařazují, příznačný byl v tomto deník Mladá fronta DNES, který na stránkách zpravodajství určeného pro celorepublikové vydání uvedl za měsíc srpen pouze jedinou zprávu týkající se církve a to informaci o tom, že pražský arcibiskup Dominik Duka navštívil armádní jednotku, oblékl vojenskou uniformu a usedl do armádního letounu. Za jedno z nejvíce manipulativních zpravodajství o církvi můžeme považovat právě to, které zcela absentuje. Takových bílých míst je v české žurnalistice mnoho.

O maniuplaci jsme řekli, že je záměrným ovlivňováním lidí. Vlastní úmysl novinářů či vlastníků a vydavatelů médií zjistit nemůžeme. Vědomí toho, jak velký vliv mají na utváření představ lidí o světě, by ale mělo žurnalisty vést k důslednosti při práci a jisté míře sebekritičnosti či můžeme říci pokory. Informování českých médií o katolické církvi z velké části neodpovídá nárokům etiky na žurnalistiku, což je patrné i bez podezření na záměrné manipulování mediálním obrazem katolické církve. Nápravu lze vidět především v důsledném formování žurnalistů při jejich odborné přípravě, ale i během výkonu profese. Vždy se však na výsledku práce bude projevovat osobní odpovědnost každého jednotlivce.

## OBRAZOVÁ PŘÍLOHA



Obr. 1 Fotografie z titulní strany deníku MF DNES z 23. 9. 2011





Obr. 2 Článek uveřejněný v deníku Právo 23. 9. 2011



Obr. 3 Foto dne Hospodářských novin 22. 8. 2011

## LITERATURA

- ANZENBACHER Arno: Úvod do filosofie, Praha: Portál, 2004.
- BAKIČOVÁ Hana, RUSS-MOHL Stephan: Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou, Praha: Grada, 2005.
- BARTHES, Roland: Mytologie. Praha: Dokořán, 2004.
- BURTON Graeme, JIRÁK Jan: Úvod do studia médií, Brno: Barrister & Principal – studio, 2003.
- DRUHÝ VATIKÁNSKÝ KONCIL: Dekret o hromadných sdělovacích prostředcích *Inter mirifica*, (ze dne 4. prosince 1963), in: Dokumenty II. vatikánského koncilu, Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2002.
- GAZDA Imrich, OLEKŠÁK Peter, ZASEPA Tadeusz: Etika v žurnalistice, Ružomberok: VERBUM, 2009.
- GOLDBERG, Bernard: Jak novináři manipulují. Praha: Ideál, 2005.
- IŁOWIECKI, Maciej: Manipulace v médiích, Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2008.
- KIERAN, Matthew: Media ethics, London: Routledge, 1998.
- McCOMBS, Maxwell: Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění. Portál, Praha, 2009.
- PAPEŽSKÁ RADA PRO SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY: Pastorální instrukce o sdělovacích prostředcích *Aetatis novae*, (ze dne 22. února 1992), <http://www.cirkev.cz/res/data/004/000490.pdf> (21. 10. 2011).
- PAPEŽSKÁ RADA PRO SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY: Pastorální instrukce o sdělovacích prostředcích *Communio et progressio*, (ze dne 23. května 1971), <http://www.cirkev.cz/res/data/004/000490.pdf> (21. 10. 2011).
- SHRUM, L. J. (ed.): The psychology of entertainment media: blurring the lines between entertainment and persuasion, Mahwah New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2004.
- SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY: *Etický kodex novináře*, (ze dne 18. 6. 1998), <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex> (5. listopadu 2011)
- TELEVIZNÍ NOVINY, zpravodajský pořad televize Nova, <http://tn.nova.cz> (10. listopadu 2011)
- THOMPSON, Kenneth: Moral panics, London: Routledge, 1999.
- UDÁLOSTI, zpravodajský pořad České televize, <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti> (15. listopadu 2011)

ZPRÁVY TISKOVÉHO STŘEDISKA ČESKÉ BISKUPSKÉ KONFERENCE,  
<http://tisk.cirkev.cz> (16. listopadu 2011)