

Jan Křeček, Vlastimil Nečas, Ivan Vodochodský, Jan Miessler

VYVÁŽENOST VE VYSÍLÁNÍ



KATALOGIZACE V KNIZE - NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Křeček, Jan, 1974-

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

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

Anglické resumé

Obsahuje bibliografii

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

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

– masmédia

– televizní vysílání

– rozhlasové vysílání

– televizní vysílání -- Česko

– rozhlasové vysílání -- Česko

– mediální komunikace

– objektivita

– vyváženost vysílání

– kolektivní monografie

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

Jan Křeček, Vlastimil Nečas, Ivan Vodochodský, Jan Miessler

VYVÁŽENOST VE VYSÍLÁNÍ



Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

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

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



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

VYVÁŽENOST VE VYSÍLÁNÍ

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

Recenzoval:

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

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

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

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

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

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

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

1. Teoretická a metodologická východiska

JAN KŘEČEK

1.1 Teoretická východiska

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.2 Metodologická východiska

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

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

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

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

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