



# Směrem k informované správě médií

Metoda Mediadelcom

# Směrem k informované správě médií

## Metoda Mediadelcom

Editorka  
Petra Szávai,  
Mérték, Hungary

**MEDIA**delcom

Tartu–Budapest  
2023

## Titul v původním jazyce

*Towards a Knowledge-Based Media Governance  
The Mediadelcom Method*

Mediadelcom  
Tartu–Budapest  
2023

### Deliverable 5.1

Editorka Petra Szávai

Přispívající redaktoři Epp Lauk, Tanya Sakzewski

Layout Urmas Loit

Fotografie na obálce pořízená v Muzeu estonského rozhlasu, Silver Köster, Visit Järva. Prvky na oblau z [Pixabay](#), [Onlygfx](#), [Pngwing](#).

Obrázky: Britten Dortmans; Filip Naumienko; Sharik Ali, Melinda Fiorino, Simon Park, Ivana Divišová, Ron Porter, Gerd Altmann, Petra, PublicDomainPictures, geralt z [Pixabay](#); Irvan Smith, AbsolutVision z [Unsplash](#); Freepik, DCStudio z [Freepik](#); z [PikPng.com](#), [PngEgg.com](#), [Pngtree](#).

Každá účastnická země Mediadelcomu vydala tuto e-knihu ve svém národním jazyce a přidala konkrétní informace specifické pro danou zemi.



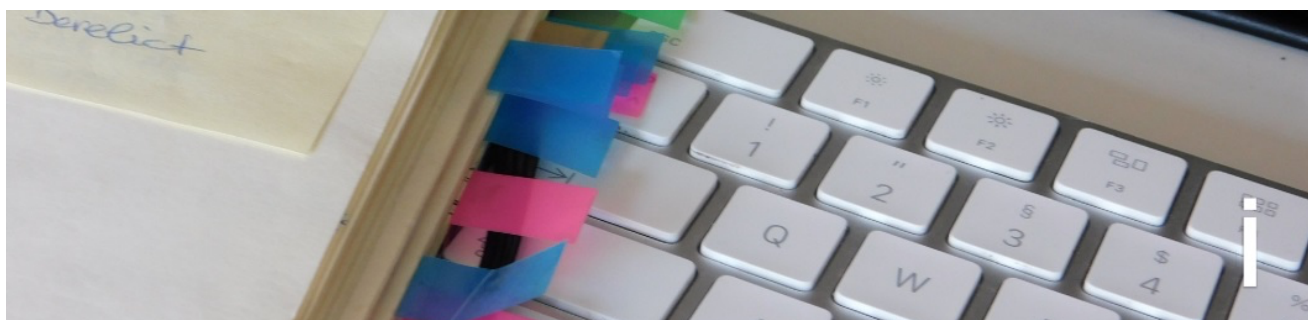
Tento projekt byl financován z programu Evropské unie pro výzkum a inovace Horizont 2020 na základě grantové dohody č. 101004811.

*Za obsah této publikace nese výhradní odpovědnost project Mediadelcom a nemusí nutně vyjadřovat názor Evropské unie.*

Publisher © Mediadelcom, 2023

*Mérték Médiaelemző Műhely* [Mertek Media Monitor], Hungary

*Tartu Ülikool* [University of Tartu], Estonia



# Obsah

<b>Obsah</b>	<b>4</b>
<b>Vážení čtenáři!</b>	<b>6</b>
<b>Orientace v mediálním matrixu</b>	<b>8</b>
<b>Monitorování médií</b>	<b>14</b>
<b>Svoboda projevu a svoboda informací</b>	<b>17</b>
<b>Odpovědnost médií</b>	<b>21</b>
<b>Monitorování udržitelnosti žurnalistiky – kritické faktory</b>	<b>23</b>
<b>Kdo může být považován za novináře?</b>	<b>25</b>
<b>Kdo sbírá data o uživateli médií?</b>	<b>28</b>
<b>Jak to všechno spolu souvisí?</b>	<b>30</b>
<b>Úloha kvalitativní komparativní fuzzy-set analýzy</b>	<b>34</b>
<b>Meta-analýza může být cool!</b>	<b>37</b>
<b>Cvičení ve třídě</b>	<b>40</b>

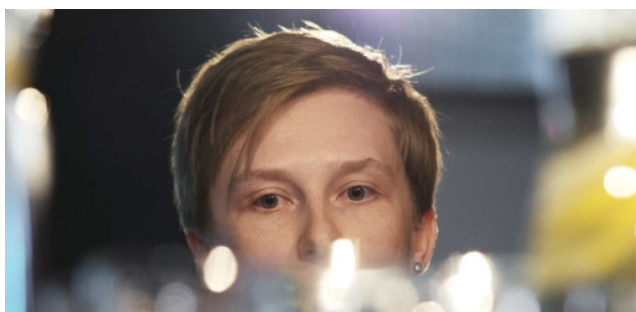
<b>Česko</b>	<b>42</b>
<b>Co dál?</b>	<b>47</b>
<b>Autoři</b>	<b>49</b>



## Vážení čtenáři!

Vítejte v e-booku nazvaném „Směrem k informované správě médií: Metoda Mediadelcom“. Cílem této knihy je seznámit vás s tématem monitoringu médií, jeho významem a potenciálem umožnit tvůrcům politik na národní a evropské úrovni přijímat informovaná rozhodnutí v oblasti správy médií.

Tato kniha se z velké části zabývá monitoringem a metaanalýzou výzkumu zpravodajských médií, jejímž cílem je zjistit, kolik toho víme (či nevíme) o vlivu proměny médií na deliberativní komunikaci ve společnosti. Mít povědomí o vzrůstajícím ohrožení svobody projevu, přístupu k informacím a dalších kritických faktorech pro demokracii je v dnešní realitě válek, pandemií a informačního znečištění nesmírně důležité.



Hanna Azemsha, bělorusko/polská novinářka ve Varšavě, květen 2023.

Běloruská novinářka Hanna Azemsha, pracující v Polsku pro televizi Belsat upozorňuje, že společnost by si měla všimnout a brát vážně varovné signály nebezpečného vývoje, jinak může přijít o svobodu, podobně jako se to stalo v Bělorusku. Autoritářský režim nebyl nastolen ze dne na den, náznaky se objevovaly dlouhodobě, přesto zůstávaly nepovšimnuty.<sup>1</sup> Proto je důležité, aby se v evropských společnostech rozvíjela

---

<sup>1</sup> Celý článek si můžete přečíst na adrese: <https://www.mediadelcom.eu/breaking-down-the-walls-artists-and-journalists-send-a-strong-warning-of-the-dangers-of-complacency/>

deliberativní komunikace, k čemuž je nezbytné sledovat, jak se zpravodajská média proměňují.

Tato publikace je zaměřena metodologicky a je určena především vysokoškolským studentům oborů žurnalistika a mediální studia. První část knihy však může být zajímavá i pro širší publikum, neboť poskytuje vhled do některých nesmírně důležitých oblastí výzkumného projektu Mediadelcom financovaného z prostředků EU v rámci programu Horizont 2020. Hlavním cílem projektu je vytvořit diagnostický nástroj, který umožní tvůrcům politik, mediálním odborníkům, nebo novinářům identifikovat rizika a příležitosti, které transformace médií deliberativní komunikaci přináší. Tato e-kniha představuje první výsledky projektu: metaanalytickou metodu pro sběr dat a sledování výzkumu napříč oblastmi zpravodajských médií, která umožňuje syntézu poznatků, posouzení rizik a příležitostí pro deliberativní komunikaci a identifikaci mezer ve znalostech v této oblasti. Prostřednictvím monitoringu a metaanalýzy ukážeme, jakým způsobem čtrnáct zemí zapojených do projektu Mediadelcom analyzovalo vývoj svých médií. Úroveň a kvalita získaných poznatků se v jednotlivých zemích do značné míry liší. Kniha nabízí čtenáři pohled na tyto země na základě jejich společných zkušeností.

První část brožury obsahuje teoretické úvahy o metodologii, které jsou shrnuty v článkách Epp Lauk, Martina Ollera Alonsa, Tobiasse Eberweina, Halliki Harro-Loit. Poté následují příspěvky zaměřené na různé oblasti médií: Evangelia Psychogiopoulou a Anna Kandyła nás zavedou do oblasti mediálního práva, Marcus Kreutler se zabývá odpovědností médií a Peter Berglez a Mart Ots udržitelností žurnalistiky. Lenka Waschková Čísařová se ve svém článku věnuje novinářským kompetencím, Ragne Kõuts-Klemm, Iveta Jansová a Lilia Raycheva v příslušné kapitole rozpracovávají téma výzkumu vzorců užívání médií, následuje článek Alnise Stakla a Andy Rožukalne o kompetencích v oblasti médií. Poslední metodologickou kapitolu knihy napsali Dina Vozab, Zrinjka Peruško a Filip Trbojević, kteří vysvětlují možnosti využití kvalitativní komparativní analýzy fuzzy-set pro posouzení rizik a příležitostí deliberativní komunikace. Na závěr Martin Oller Alonso a Sergio Splendore zvou čtenáře k objevování metody metaanalýzy Mediadelcom, k čemuž slouží také cvičení ke třem případovým studiím, které umožní studentům do hloubky poznat a vyzkoušet si praktickou aplikaci tohoto přístupu. Dovětkem je potom kapitola Jana Motala, která popisuje stav poznání v Česku.

Děkujeme, že jste se rozhodli spolu s námi vykročit na cestu objevování!

*Redakce*

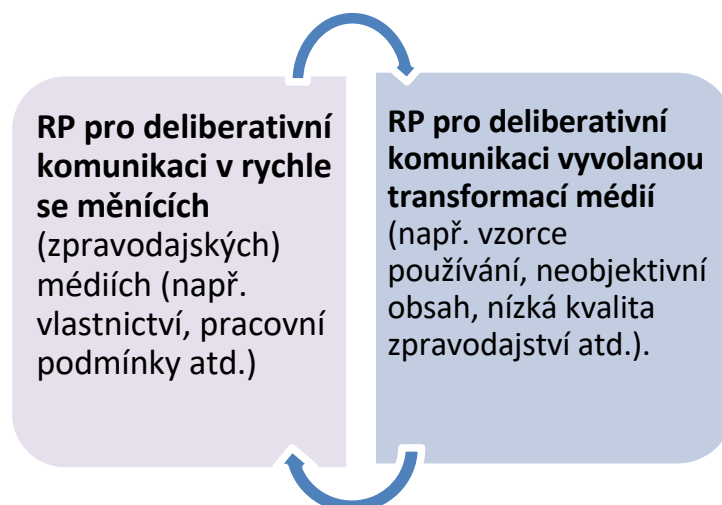


## Orientace v mediálním matrixu

Odhalení rizik a příležitostí pro deliberativní komunikaci v proměňujícím se evropském prostředí

*Epp Lauk & Martin Oller Alonso*

Tato kniha se zaměřuje na to, jak odhalit rizika a příležitosti (RP) pro deliberativní komunikaci ve zpravodajství a další mediální produkci (Obrázek 1). Vychází z výzkumu, spadajícího do první fáze projektu financovaného Evropskou komisí s názvem "Kritické zkoumání rizik a příležitostí souvisejících s médii pro deliberativní komunikaci" (Mediadelcom). Jak již název napovídá, druhá fáze projektu se zaměří na vytvoření modelů, které pomohou tvůrcům politik a mediálním odborníkům předvídat potenciální rizika a příležitosti pro deliberativní komunikaci a na jejich základě přijímat informovaná rozhodnutí.



Obrázek 1.1 Rizika a příležitosti pro deliberativní komunikaci

## Proč “deliberativní komunikace”?

V Mediadelcomu zastáváme myšlenku, že rozvíjení deliberativní komunikace má potenciál posilovat a upevňovat demokratické principy. Deliberativní komunikace označuje takový typ komunikace, jehož cílem je zprostředkovávat a usnadňovat informovanou a racionální diskusi, a to s důrazem na vzájemný respekt mezi jednotlivci s odlišnými názory či (zároveň) zájmy. Bayer (2018: 45) shrnuje předpoklady pro funkční deliberaci následovně: “(a) přístup pro veřejnost nebo transparentnost, (b) inkluzivita účasti, (c) rovná práva všech účastníků (týkající se jejich práva promluvit, kritizovat, nesouhlasit, nebo navrhnout další možnosti)”. Deliberativní komunikace vyžaduje ještě další tři podmínky: dostačující, adekvátní a pravdivé informace, pomyslné veřejné fórum pro vzájemnou komunikaci a existenci kultury dialogické komunikace v dané společnosti. Zpravodajská média mají svým fungováním tyto podmínky zajišťovat. Skrze podporu otevřeného a inkluzivního deliberativního procesu může zpravodajství přispívat k budování důvěry a k informovanému rozhodování svých publik.

Všichni víme, že pro deliberativní komunikaci málokdy panují ideální podmínky. Ale také víme, parafrázujíc Winstona S. Churchilla, že demokracie je nejlepší ze všech špatných forem vlády. Jaké jsou tedy rizikové faktory, které realizaci deliberativní komunikace v demokratické společnosti ohrožují?

Některé z těchto faktorů jsou viditelnější než jiné. Proto je na ně snazší přitahovat pozornost, což se promítá do možnosti systematicky o nich sbírat data, získávat financování pro jejich výzkum, případně v množství výročních zpráv, které monitorují změny. Ostatním rizikům se dostává méně pozornosti nebo jsou pro sledování komplikovanější.

Jedním z rizikových faktorů, které jsou v moderních demokraciích velmi snadno rozpoznatelné, je postupné omezování svobody projevu a informací. To může mít mnoho podob. Můžeme si všimnout například rostoucího počtu podaných žalob na novináře a jiné názorové vůdce, a to od mocných lidí, které dotýká kritizují (žaloby SLAPP). Jejich hlavním cílem je zastrašit a finančně i morálně vyčerpat novináře, aby od své kritiky upustili. Organizace a firmy často nabádají své zaměstnance, aby neposkytovali informace veřejnosti, i když se například položené otázky nijak netýkají obchodních tajemství. A právě tyto tendence, zejména pokud se kumulují, přeměňují danou společnost na neprůhlednou. Otázkou je, kdo může a kdo by měl takovému jednání bránit? Odpověď je: novináři, kteří mají jak motivaci, tak schopnosti odhalovat popsané mechanismy a srozumitelně je vysvětlit veřejnosti. Co se však stane, když takových novinářů, kteří by se odvažovali kritizovat mocné, není v dané zemi dostatek?

Deliberace vyžaduje, aby účastníci měli k dispozici přesné informace k informovanému rozhodování. Pokud se však komunikace znečistí dezinformací, může to vést k nesprávným závěrům nebo dokonce ke škodě. Zpravodajská média mají povinnost ověřovat fakta a informace předtím, než je předloží veřejnosti. Ovšem vždy existuje riziko,

že se některým nepravdivým nebo zavádějícím informacím podaří proklouznout. Hůře rozpoznatelné je riziko, které vyplývá ze schopnosti a motivace občanů rozlišovat mezi důvěryhodnými informacemi a propagandou. Pokud půjdeme hlouběji, skutečnost, že si velká část lidí neuvědomuje nebo není schopna rozpoznat dezinformace nebo lži, může signalizovat problémy v kvalitě vzdělávacího systému nebo s existencí politicky zaujatých médií. Tato situace ale zároveň představuje příležitost – je třeba klást velký důraz na informační kompetence ve formálním vzdělávání a v občanské společnosti, abychom dosáhli toho, že většina lidí bude vůči propagandě spíše netečná a nebude na ni mít významnější vliv.

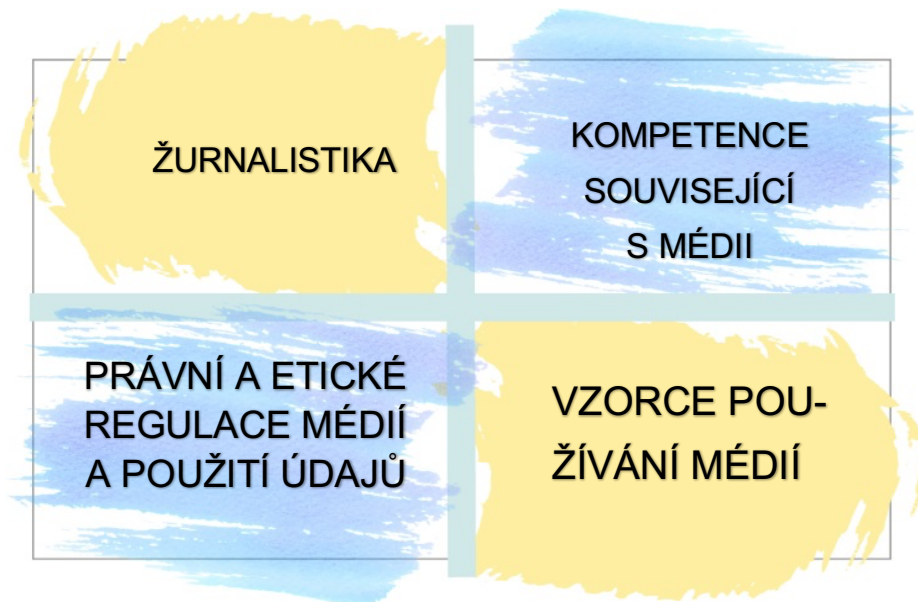
Dalším rizikem je možnost ovlivňovat deliberaci skrze mediální předpojatost. Zpravodajská média mohou prezentovat informace takovým způsobem, který je upřednostňuje jednu stranu problému před druhou. To může účastníky procesu deliberace ovlivňovat a bránit tak skutečně otevřené a inkluzivní konverzaci. Všechna vyjmenovaná rizika se vzájemně prolínají, a zatímco některá z nich se mohou stát pro demokracii skutečně nebezpečnými, jiná mohou být vyvážena příležitostmi, které vytvářejí.

## **Jak se výzkum provádí?**

Naším cílem bylo prozkoumat dostupné výzkumy médií, abychom identifikovali rizika a příležitosti pro deliberativní komunikaci ve čtrnácti evropských zemích.

Začali jsme vyhotovením rozsáhlého přehledu literatury, týkajícího se devíti tematických oblastí výzkumu: žurnalistická studia, ekonomika a management médií, konzumace médií uživateli, mediální gramotnost, etika médií a komunikace, regulace informací a médií, politická komunikace, mediální a komunikační politiky a systémy, sociologie médií a komunikace. Na základě detailního čtení různých akademických publikací jsme si pokládali otázku: kde lze najít diskurzy rizik a/nebo příležitostí (RP)? Následně jsme vše syntetizovali do čtyřech oblastí výzkumu RP (viz obrázek 2).

Poté jsme vypracovali seznamy ukazatelů (konceptních a operačních proměnných) pro identifikaci RP v každé ze čtyř vymezených domén. Tyto proměnné byly vodítkem pro hodnocení současného stavu možností monitorování médií v každé ze čtrnácti zúčastněných zemí.



Obrázek 1.2. Oblasti výzkumu rizik a příležitostí souvisejících s médii ve vztahu k deliberativní komunikaci.

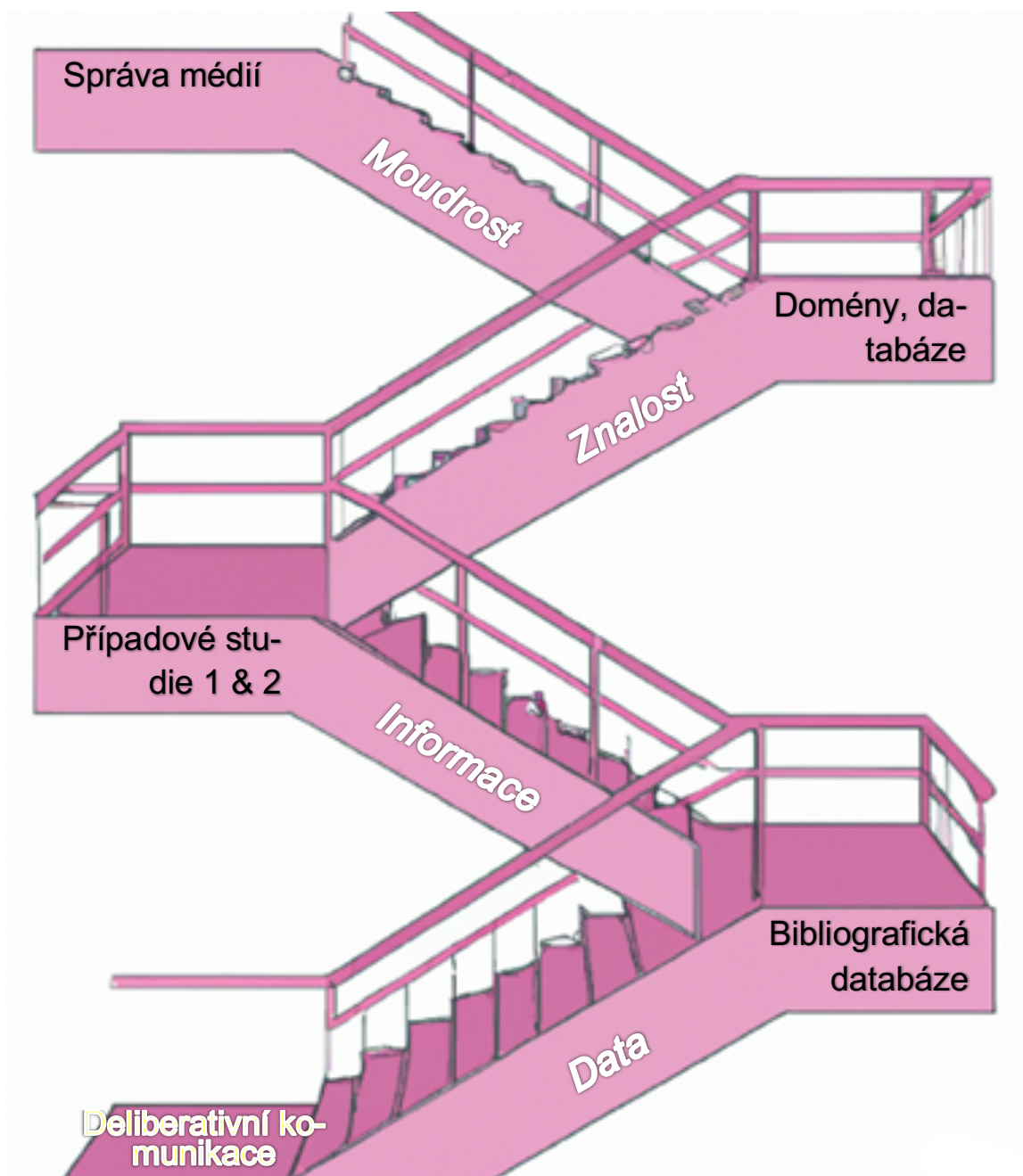
Ve druhé fázi jsme vytvořili bibliografickou databázi, která nám umožní čerpat z potenciálu národních odborných znalostí v oblasti rozvoje médií a deliberativní komunikace, které slouží k předvídání a řízení mediálních rizik a příležitostí. Finální databáze obsahuje více než 5600 systematizovaných a klasifikovaných odkazů (v souboru Excel)!<sup>2</sup>

Třetí etapa zahrnovala vypracování národních zpráv, týkajících se možností zkoumání a monitorování médií a deliberativní komunikace. Zprávy odpovídaly na zásadní otázky týkající se rizik a příležitostí spojených s médii.<sup>3</sup>

Ve čtvrté fázi jsme vyhotovili obsahovou analýzu (manuální a počítačovou) jednotlivých národních zpráv, čímž jsme získali informace o výzkumu médií a deliberativní komunikace v každé zemi a mohli tak doplnit „databázi domén“. Taková analýza má hodnotu zlata, neboť poskytuje nepřeberné množství srovnávání ve všech dimenzích a oblastech studia deliberativní komunikace. V páté fázi se zaměříme na správu médií založenou na datech – využíváme k tomu motivační modelování a simulaci založenou na aktérech, abychom předvídali výstupy související s médii a podporou deliberativní komunikace a sociální soudržnosti.

<sup>2</sup> Databáze je volně přístupná na adrese: <https://datadoi.ee/handle/33/515>.

<sup>3</sup> Případová studie 1: <https://dspace.ut.ee/handle/10062/89278>



Obrázek 1.3. Kroky metody Mediadelcom

Tato e-kniha vítá čtenáře na krátkém exkurzu do spletitého prostředí výzkumů, zaměřených na diagnostiku RP, které se objevují v deliberativní komunikaci v souvislosti s transformací médií. Kniha představuje některé teoretické a metodologické přístupy, jež lze využít při provádění metaanalýz existujících studií, týkajících se mediálních transformací.

### **Odkazy:**

Bayer, M. J. (2018). *Deliberation in the lab. The effect of communication on information sharing, cooperation, and consensus* [Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Sozialwissenschaften (Dr.rer.soc.)] Konstanzer Online-Publikations-System (KOPS). <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-2-z1tlv29358su0>.



## Monitorování médií

### Hlídaní hlídacího psa

*Tobias Eberwein & Halliki Harro-Loit*

Média a žurnalistika hrají v moderní společnosti důležitou roli. Tím, že shromažďují a předkládají relevantní zprávy svému publiku, plní informační funkci. Pomáhají tak vytvářet veřejnou sféru – klíčový předpoklad deliberativní komunikace. Novináři také často fungují jako pomyslní hlídací psi, přispívající ke kontrole politických a dalších elit. To je ovšem možné jen tehdy, pokud jsou média osvobozena od státních zásahů – alespoň v demokratických mediálních systémech.

Jak ale můžeme zajistit, aby média a žurnalistika tyto očekávané role skutečně naplňovala? Kdo hlídá „hlídací psy“?

Ačkoliv by měl být novinářský obsah nezávislý na politické kontrole, je úkolem dobrého řízení médií a tvorby mediální politiky vytvořit takové prostředí, které bude umožnit médiím co nejlépe plnit svoji funkci. Aby se tak mohlo stát, tvůrci těchto politik jsou závislí na získání spolehlivých dat. Potřebují vědět, co se v médiích děje. Jsou pro ně zásadní informace o tom, jaké druhy zpravodajských kanálů jsou v aktuálně v jejich zemi k dispozici, kolik lidí je konzumuje a jaká je jejich důvěryhodnost. Jaké procento novinářů je aktivních a skutečně nezávislých na vnějších vlivech? Umožňuje právní rámec pluralitní pokrývání médií? Jaká opatření jsou zavedena pro zvýšení mediální gramotnosti a do jaké míry jsou účinná?

Na tyto otázky lze odpovědět pomocí mediálního výzkumu a různých projektů monitoringu médií. Například nevládní organizace *Reportéři bez hranic* každoročně zveřejňuje *Světový index svobody tisku*, který měří stav svobody médií ve světě. *Monitoring plurality médií* nabízí nástroj pro hodnocení nejrůznějších slabin mediálních systémů, které v Evropě mohou pluralitě médií bránit. Studie *Worlds of Journalism* provádí průzkumy mezi novináři s cílem zjistit, jak je jejich profese vnímána v kontextu celého světa. Zpráva *Reuters Institute Digital News Report* zase odhaluje poznatky o využívání

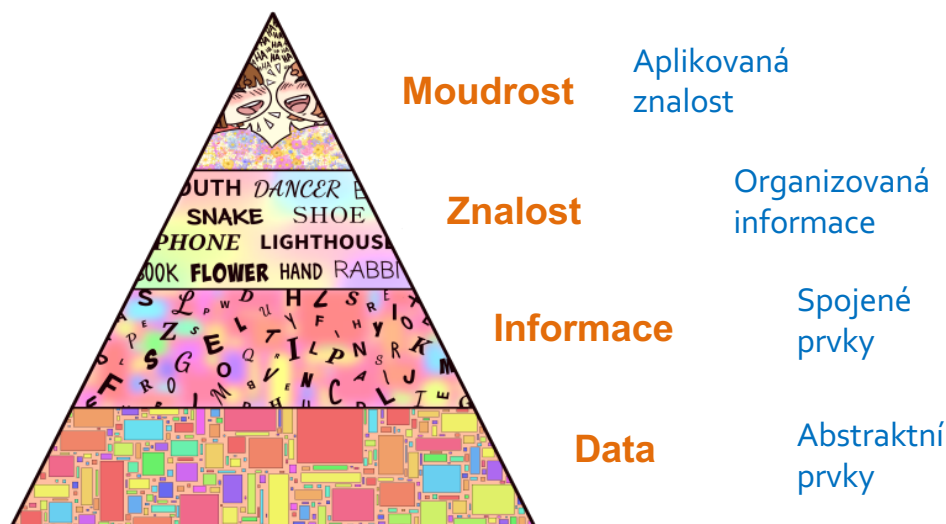
zpravodajství v prostředí digitálních médií. V rámci projektu Mediadelcom bylo shromážděno velké množství studií o médiích a žurnalistice, provedených a publikovaných v jednotlivých zapojených zemích. Některé z nich představují rozsáhlé datasety (jež v některých případech dokonce umožňují longitudiální analýzu); jiné jsou spíše malé případové studie zaměřené na vybrané jevy. Část studií byla realizována velkými mezinárodními výzkumnými skupinami, část je dílem studentů. Ovšem bezpochyby všechny bez rozdílu přispívají ke společnému cíli – tím je sledování médií a změn souvisejících s médii. Je ale nutné poznamenat, že dostupnost systematických dat bohužel automaticky nevede ke zlepšení reálných mediálních politik.

Mediadelcom proto používá známou „znalostní pyramidu“ k popisu kvality a užitečnosti různých zdrojů pro účely monitorování. Tento model rozlišuje čtyři základní kategorie: data, informace, znalosti a moudrost. Mnoho mediálních organizací například shromažďuje údaje o tom, které mediální produkty se používají a jak dlouho. Ale teprve až když jsou tato data zpracována a logicky propojena, stávají se z nich informace. Uspořádání takových informací (např. v interních zprávách mediálních organizací nebo v akademickém výzkumu médií a žurnalistiky) vytváří znalosti. Úroveň moudrosti nakonec ukazuje, do jaké míry jsou znalosti, získané tímto procesem, aplikovány a při tvorbě mediálních politik vedou k rozhodování založenému na důkazech.

„Znalostní pyramida“ pomáhá pochopit, že znalosti a moudrost mají pro tvůrce mediální politiky zásadní význam. Je také vhodným nástrojem, jak zjistit, kdo shromažďuje jaký druh informací a znalostí a kdo nakonec tyto znalosti proměňuje v kýženou moudrost. Jaké jsou motivy a kompetence těchto lidí? Klíčovým cílem projektu Mediadelcom je identifikovat hlavní hráče v monitoringu médií, jejichž hlas je ve zdůrazňování rizik a příležitostí v deliberativní komunikaci cenný. Zaměřuje se na tyto čtyři hlavní výzkumné oblasti: (a) právní a etickou regulaci médií; (b) žurnalistiku; (c) vzorce využívání médií; a (d) kompetence související s médii.

### Čtete dále:

- Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2022). *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2021*. European University Institute. <http://hdl.handle.net/1814/74712>
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & de Beer, A. S. (Eds.). (2019). *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. Columbia University Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, J. & Nielsen, K. R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital News-Report 2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital%20News-Report%202022.pdf)
- Reporters Without Borders. (2022). World Press Freedom Index. <https://rsf.org/en/index>



Obrázek 2.1. Znalostní pyramida.

V některých případech ani monitoring médií nepomáhá mediální politiky stavět na znalostech. V takových případech můžeme říci, že schopnost monitorování médií může být ohrožena. Některé země mohou mít například mnoho různých výzkumníků v oblasti médií, ale kariérně se prosadí pouze ti z nich, kteří publikují dostatek článků. Nezáleží na tom, jaká témata studují a jaký je rozsah studií provedených pro tyto články. Taková země může sice získat velké množství poznatků o výkonu médií, ale ty jim jen obtížně pomohou nalézat odpovědi na otázky – například zda pracovní postupy novinářů podporují deliberativní komunikaci ve společnosti nebo kolik lidí v zemi se zajímá o zprávy. Podobným zemím chybí diskuze a shoda na podobě monitorovací agendy. Která témata jsou ta, v nichž pociťujeme nedostatek důvěryhodného vědění? Bylo by také dobré, aby existoval motivovaný orgán, který by koordinoval dosahování zmíněné moudrosti a motivoval politiky, aby se zajímali a starali o možná rizika, týkající se deliberativní komunikace – například o schopnost lidí identifikovat propagandu nebo o situaci, kdy velká část novinářů nemá zájem nadále sloužit veřejnému blahu, ale jsou spíše loajální k držitelům politické moci, případně je zajímá pouze výdělek. Je tedy důležité znát hierarchii a priority novinářské loajality a znát motivace, které ji utvářejí.



## Svoboda projevu a svoboda informací

Co jsou zač a jak můžeme monitorovat jejich ochranu?

*Evangelia Psychogiopoulou & Anna Kandyla*

V Evropě mají občané a novináři právo na svobodu projevu a informací, ale v některých případech je na ně vyvíjen stále větší tlak ze strany vlády, úřadů a dalších vedoucích představitelů. Zákony a právní kroky mohou mít také negativní dopad na svobodu projevu a informací a na fungování médií. V zemích, které chrání svobodu projevu a informací, je rozsah legitimních státních zásahů prostřednictvím zákonů a nařízení přísně vymezen. Ve fungující demokracii je limitován pouze na sledování veřejného zájmu a na omezenou kategorii cílů obecného zájmu, jako je ochrana důstojnosti člověka nebo ochrana nezletilých. Co se týče právních kroků, je právní zastrašování prostřednictvím SLAPP (Strategic Lawsuits Against Public Participation) rostoucí hrozbou pro svobodu projevu a svobodu informací. Zneužívání žalob se stále častěji stává prostředkem k umlčení veřejných „hlídacích psů“, včetně novinářů. Bohužel jsou však reakce v podobě regulací takových taktik a k ochraně životně důležitých společenských aktérů, kteří slouží veřejnému zájmu, spíše pomalé.



Svoboda projevu a svoboda informací jsou zásadními předpoklady pro deliberativní komunikaci prostřednictvím médií. Svoboda projevu je základním lidským právem a je zaručena ústavami jednotlivých členských států EU. Je výslovně chráněna v *Listině*

*základních práv* EU, jež vstoupila v platnost v roce 2009 spolu s *Lisabonskou smlouvou* a vztahuje se na všechny členské státy EU, pokud jednají v rámci práva EU. Svoboda projevu je rovněž zahrnuta v *Evropské úmluvě o lidských právech* (EÚLP), první úmluvě *Rady Evropy*, jejímiž smluvními stranami jsou všechny členské státy EU. Článek 11 Úmluvy o ochraně lidských práv a základních svobod a článek 10 EÚLP tvrdí, že každý má právo na svobodu projevu. Oba články rovněž vysvětlují, že svoboda projevu chrání právo vyjadřovat názory, stanoviska a myšlenky a přijímat a rozšiřovat informace. Svoboda informací je tedy důsledkem svobody projevu.

Svoboda projevu a svoboda informací však nejsou absolutní. Státy mohou zasahovat z řady důvodů, které považují za legitimní a které ospravedlňují omezení svobody projevu a svobody informací ve veřejném zájmu. Jakýkoli pokus o zmapování a sledování uplatňované ochrany svobody projevu a svobody informací prostřednictvím médií na národní úrovni by se tedy měl zaměřit na (ne)existenci zákonů a regulačních záruk, které vytvářejí příznivé prostředí pro existenci každé z těchto svobod. Na tomto základě projekt Mediadelcom analyzoval, zda jsou svoboda projevu a svoboda informací výslovně uznány ve vnitrostátních právních předpisech, zda jsou jimi umožněny a jestli případná omezení těchto svobod sledují legitimní cíle a jsou ve vztahu k nim přiměřená. Například pravidla týkající se hanobení, nenávistných projevů nebo dezinformací nesmí ukládat příliš široká omezení svobody projevu. Jako příklad lze uvést Maďarsko, které v roce 2020 přijalo *zákon o ochraně před koronavirem*, který rozšířil část maďarského *trestního zákoníku* týkající se šíření poplašné zprávy a kriminalizoval nejen nepravdivé výroky narušující veřejný pořádek, ale také ty, jež jsou v době platnosti zvláštního právního předpisu (tj. stavu ohrožení) způsobilé ztížit nebo znemožnit účinnost obranných opatření proti mimořádné události.<sup>4</sup> *Ústavní soud* uvedl, že toto omezení projevu je nezbytné a přiměřené, pokud na tom existuje převažující společenský zájem. Takové ustanovení soudu vyvolalo v maďarské novinářské obci velkou nejistotu.

Vnitrostátní právní předpisy by navíc měly usilovat o sladění ochrany osobních údajů a autorských práv se svobodou projevu a přístupem k informacím. Aspekty považované za relevantní pro posouzení právní ochrany poskytované konkrétně svobodě informací zahrnují také ochranu novinářských zdrojů a ochranu whistleblowingu prostřednictvím médií. Obojí má zásadní význam pro odhalování korupce, nesprávných úředních postupů a případů protiprávního jednání. Účinná ochrana novinářských zdrojů vyžaduje, aby novinářům bylo uznáno právo nebýt nucen k prozrazení zdrojů důvěrně zveřejněných informací. Ochrana whistleblowingu prostřednictvím médií vyžaduje zákony a předpisy, jež poskytují oznamovatelům, kteří informace sdělí přímo

---

<sup>4</sup> Viz P. Gábor/ Mertek Media Monitor (2020), *Hungary's Two Pandemics: (Media Freedom Rapid Response, Evropské centrum pro svobodu tisku a médií)*, [https://www.ecpmf.eu/wp-content/uploads/2020/06/Legal-opinion-Hungary\\_2020.pdf](https://www.ecpmf.eu/wp-content/uploads/2020/06/Legal-opinion-Hungary_2020.pdf).

médiím, právní ochranu před sankcemi a jinými odvetnými opatřeními a přístup k odpovídajícím opravným prostředkům. *Směrnice EU o whistleblowerech* (2019) stanoví, že členské státy mohou chránit ty, kteří informují o nekalých praktikách prostřednictvím veřejných kanálů, jako jsou média. Dalším důležitým aspektem pro svobodu informací je existence ustanovení požadujících zveřejňovat informace o vlastnictví médií. Dostupné a spolehlivé informace o tom, kdo vlastní média, jsou potřebné k tomu, aby veřejnost mohla posoudit důvěryhodnost zpráv a identifikovat řadu zájmů, které mohou ovlivňovat obsah médií.

Existence těchto záruk by měla být doplněna jejich účinným prováděním. Pravidla, která jsou řádně navržena tak, aby vytvářela příznivé prostředí pro výkon svobody projevu a informací, mohou totiž formálně existovat, ale přesto mohou být předmětem neúčinné implementace. Pro posouzení, zda jsou záruky umožňující svobodu projevu a svobodu informací stanovené v právních předpisech účinně prováděny, Mediadelcom zdůrazňuje význam soudních, kvazisoudních nebo správních orgánů pověřených monitorovacími a donucovacími funkcemi a hodnotí jejich činnost a výkonnost.

### Čtěte dále:

Charter of Fundamental Rights of the European Union <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>

European Convention on Human Rights. [https://www.echr.coe.int/documents/convention\\_eng.pdf](https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf)

European Commission. (2022). *Shaping Europe's Digital Future. Media freedom and pluralism.* <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-freedom>

European Court of Human Rights. (2022). *Guide on Article 10 of the European Convention on Human Rights. Freedom of Expression.* [https://www.echr.coe.int/documents/guide\\_art\\_10\\_eng.pdf](https://www.echr.coe.int/documents/guide_art_10_eng.pdf)

### Je GDPR hrozbou pro žurnalistiku?

Několik zpráv projektu Mediadelcom týkajících se jednotlivých zemích zdůraznilo, že GDPR má na svobodu projevu a přístup k veřejným informacím „vedlejší účinky“.



„Jde o případy, kdy novináři připravují nějakou investigativní reportáž o korupci, například o podnikateli, jenž požívá nějakých výhod od vlády, a podnikatel to použije jako právní záminku k potlačení článku. Dalším příkladem byly případy, kdy státní úředníci odmítli vydat informace podle zákona o svobodném přístupu k informacím, protože by prý porušili GDPR, tedy soukromí lidí. Předpokládám, že to nebyly zamýšlené účinky GDPR, ale vyplývají ze způsobu, jakým je v jednotlivých zemích implementováno.“ - Profesor Daniel Hallin z Kalifornské univerzity v San Diegu a člen poradního sboru projektu Mediadelcom.



## Odpovědnost médií

### Co to je a jak ji můžeme monitorovat?

*Marcus Kreutler*

Někdy média zacházejí příliš daleko: ať už se jedná o příliš senzacechtivé zpravodajství, vtíravé techniky sběru informací nebo nevhodný výběr fotografií – z vlastní zkušenosti si jistě vzpomenete na ne jeden dobrý příklad. Ale pošle na ně stát v takových případech policii, aby je potrestala? Doufejme že nikoli, alespoň ne v demokratických společnostech, které zaručují svobodu projevu. Ovšem hranice toho, co není zákonem zakázáno, jsou často mnohem širší než hranice dobré, eticky nezávadné žurnalistiky. Jak říká odborník na komunikaci Claude Jean Bertrand (2000: 22): „*Média mohou způsobit vážnou škodu, aniž by porušila zákon.*“ Zde vstupuje do hry odpovědnost médií. Tento pojem zahrnuje všechny druhy aktivit, které mají za cíl vést média k odpovědnosti vůči aktérům funkčního a spravedlivého společenského diskurzu – zamýšleným cílem je zajistit veřejnosti odpovědnou žurnalistiku (Fengler, 2019).

Pokud jde o odpovědnost, alespoň v Evropě si novináři často nejprve vzpomenou na novinářské etické kodexy nebo na zvláštní rady, které rozhodují o případech pochybného novinářského chování. Tradičně byly většinou zřizovány jako tiskové rady, ale řada z nich dnes pokrývá alespoň některé další typy médií, například online platformy. Některé se dokonce nazývají mediálními radami, aby tuto skutečnost odrážely. Pokud se domníváte, že konkrétní zpravodajský příspěvek nebyl v souladu s profesionálními novinářskými standardy, můžete si těmto radám stěžovat. Případ prošetří a případně provinilce i trestají: nikoliv právními sankcemi, ale interními nebo veřejnými výtkami, kterým se novináři obvykle raději vyhýbají. Nechcete přece, aby ostatní profesionálové v oboru vaši práci veřejně odsuzovali.

Tyto mechanismy novinářské samoregulace jsou však pouze jednou částí odpovědnosti médií – tou, která se zaměřuje na to, co může sama novinářská obec udělat pro podporu odpovědné žurnalistiky. Odpovědnost médií lze chápat i v širším smyslu, včetně aktivit dalších aktérů (Bardoel & D'Haenens, 2004). Mediální společnosti mohou

zavádět vlastní kodexy nebo jmenovat ombudsmany, kteří diskutují s publikem o práci novinářů. Mohou tu být zástupci veřejnosti, kteří se zapojují do kritiky médií, a také političtí aktéři, kteří se mohou rozhodnout zavést takové právní nástroje, jež jsou nezávislé na politickém rozhodování (v opačném případě by představovaly státní zásah). V některých zemích s horším pokrytím oblasti odpovědnosti médií mohou být k pomoci při zavádění takových nástrojů přizváni i zahraniční aktéři, například nadace.

S ohledem na toto množství nástrojů, týkajících se mediální seberegulace vyžaduje jakýkoli pokus o zmapování a komparaci odpovědnosti médií v různých zemích širokou znalost této oblasti. Zatímco v jedné zemi může chybět funkční tisková rada, její roli mohou funkčně naplňovat různá střediska pro sledování médií, které zároveň mohou potenciálně hrát důležitou roli při zajišťování odpovědnosti médií – důležitý je výsledek, nikoli nutně nástroj. Výzkumné konsorcium Mediadelcom se touto myšlenkou řídilo (Fengler a kol., 2022) a analyzovalo jak hlavní vývoj v oblasti odpovědnosti médií během prvních dvou desetiletí tohoto století, tak národní možnosti monitorování této oblasti.

Zdá se, že v oblasti odpovědnosti médií si nezávislé mediální rady v Evropě zachovávají ústřední roli, jakožto tradiční nástroj samoregulace médií. Zjistili jsme, že v zemích s dobře fungujícími radami (Německo, Švédsko), ale také v zemích, kde se kolem těchto rad vedou určité spory (např. v Estonsku, kde spolu soupeří dvě rady), probíhá poměrně živá akademická debata o odpovědnosti médií. To lze pozorovat i v Rakousku, kde znovuzaložení tiskové rady v roce 2010 znamenalo oživení monitorovacích aktivit. Nedostatek podobných nástrojů jde často ruku v ruce s omezeným profesním zájmem nebo polarizací uvnitř novinářské obce (např. Polsko, Maďarsko). Iniciativy veřejných nebo tržních aktérů, které by se snažily tuto mezeru zaplnit jsou poměrně vzácné, a to i v případě, že existuje akademická debata o tom, „co by měla žurnalistika dělat“. Protože se zdá, že existuje určitá souhra mezi existencí funkčních nástrojů odpovědnosti médií a živoucích monitorovacích aktivit, můžeme zde identifikovat jak riziko, tak příležitost: jedna oblast může podnítit vývoj té druhé – a to jak v negativním, tak pozitivním slova smyslu.

### Odkazy & co číst dále:

- Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2004). Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices. *Communications*, 29, 5-25.
- Bertrand, C. J. (2000). *Media ethics & accountability systems*. Transaction.
- Fengler, S. (2019). Media accountability. In *The international encyclopedia of journalism studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0078>
- Fengler, S., Eberwein, T., Karmasin, M., Barthel, S., & Speck, D. (2022). Media accountability. A global perspective. In S. Fengler, T. Eberwein, & M. Karmasin (Eds.), *The global handbook of media accountability* (pp. 3-57). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429326943-2>



# Monitorování udržitelnosti žurnalistiky – kritické faktory

*Peter Berglez & Mart Ots*

Žurnalistika je závislá na řadě podmínek, které jsou klíčové pro její rozvoj, odolnost a dlouhodobé fungování v rámci mediálního systému. Patří sem tržní podmínky (vlastnické struktury atd.); rozvoj veřejnoprávních mediálních společností; produkční podmínky (dopad digitalizace; dostupnost zdrojů pro investigativní a zahraniční zpravodajství atd.); pracovní podmínky zaměstnanců a rozmanitost na pracovišti (např. rovnováha mezi muži a ženami) a novinářské kompetence, zahrnující vzdělání, odborný trénink a vnímání profesionality.

## **Monitorovací kapacity v dané zemi**

Aby bylo možné sledovat, jak se žurnalistice daří, je nutné (vzhledem k různorodým podmínkám) disponovat širokou škálou dat. Nejprve je třeba prozkoumat, zda existují subjekty, produkující správné typy dat, umožňující sledovat všechny důležité podmínky. Některé instituce, jako jsou orgány veřejné správy nebo výzkumné ústavy, již mohou mít mandát shromažďovat údaje z různých zdrojů a monitorovat žurnalistiku za určitým účelem – toho lze využít jakožto dobrého výchozího bodu.

Pak je třeba hledat vzít v potaz rozsáhlost longitudinálních, tj. dlouhodobých dat. Strukturovaná data shromažďovaná po řadu let umožňují sledovat, jak se žurnalistika v čase proměňuje, a z nich vyvozovat závěry o změnách. Poukazují také na trendy, na základě kterých můžeme vytvářet předpovědi a scénáře do budoucna. V ideálním případě se taková data sbírají podobnými metodami za každý rok, což dovoluje porovnávat například vyvíjející se počet mediálních organizací; rovnováhu mezi veřejnoprávními a soukromými médii; míru nezaměstnanosti novinářů; úroveň digitalizace v redakcích a podobně.

## **Kvalita monitorovacích příspěvků**

Nízká kvalita dat je jedním z rizik samotného monitorování. Informace o podmínkách a výkonnosti novinářů často zveřejňuje celá řada zainteresovaných stran. Proto je zásadní výzvou, jakým způsobem je přistupováno k posouzení důvěryhodnosti, spolehlivosti a kontinuity zdrojů dat. Obvykle je za dobré znamení, umožňující provádět monitoring, považována vysoká úroveň akademického výzkumu. Využívá totiž vědeckých metod, i když samozřejmě existují dobré i špatné vědecké poznatky. Ve společnosti mohou mít různí aktéři různý status a legitimitu produkovat data o udržitelnosti žurnalistiky ve společnosti.

### **Pokrytí témat**

Kromě kvality dat je důležitá i jejich rozmanitost, protože zatímco některých druhů dat může být v žurnalistické oblasti nadbytek, jiné druhy chybí. Například víme, že na základě požadavků reklamního průmyslu existuje rozsáhlý a rozvinutý sektor výzkumných agentur a technologických firem, které monitorují využívání médií včetně toho, co, kdo a jak dlouho sleduje. Mnohem obtížnější může být najít dostatek dat o něčem, co leží mimo zájem těch, kteří běžně produkci dat financují – např. reklamní průmysl, tvůrci politik a úřady. Například o pracovních podmínkách v redakcích nebo mezi novináři toho z těchto důvodů víme velmi málo.

### **Dostupnost poznatků a údajů z monitorování**

Důležitým aspektem je také dostupnost dat. Výstupy produkované vědci jsou často veřejně dostupné. Ale naopak mnoho informací o žurnalistické produkci (uživatelské metriky, algoritmická data atd.) si mediální domy nechávají pro sebe, což následně ztěžuje sledování vývoje žurnalistiky ve společnosti.

### **Čtěte dále:**

Berglez, P., Olausson, U. & Ots, M. (Eds.). (2017). Sustainable journalism. Integrating the environmental, social and economic challenges of journalism. Peter Lang.



## Kdo může být považován za novináře?

A jak můžeme monitorovat competence novinářů?

*Lenka Waschková Císařová*

Při sledování hollywoodských filmů a četbě populární literatury by si člověk mohl myslet, že identita novináře je zcela osobitá. Pravděpodobně jde o charismatickou osobu, scházející se se svými zdroji v podzemních garážích a která svá odhalení zveřejní během jednoho dne. Ale podobně jako nás televizní pořad o lékařích nemůže naučit, jak vyoperovat slepé střevo, ani populární líčení novinářů neodhaluje celou pravdu o novinářské profesi.

Pokud se chcete zamyslet nad tím, koho můžeme nazývat novinářem a co se o něm můžeme dozvědět, máte v podstatě dvě krajní možnosti. Buď spolu s Terryem Pratchetem (2001) budete naivně přemýšlet, jak se „obyčejní“ lidé stávají novináři a kdo jim říká, co mají psát nebo nahrávat. Nebo se hlouběji zamyslíte nad tím, jaký by novinář mohl být a jaké by měly být v ideálním případě jeho profesní kompetence. Co kdybychom se vydali touto druhou cestou?

### **Definice novináře**

V současnosti, kdy se pojetí novináře rozšiřuje, můžeme jej popsat jako profesionálního producenta mediálního obsahu, což je v podstatě každý, kdo se opakovaně podílí na tvorbě profesionálního obsahu pro média (např. novinář na plný úvazek, novinář na částečný úvazek, nezávislý pracovník, redaktor, šéfredaktor, fotoreportér, kameraman, grafik atd.) (Deuze, 2005). Abychom mohli tyto profesionály definovat, říci, kým jsou a co dělají, je nutné stanovit jasné hranice jejich identity a podle toho zaměřit náš výzkum. To pomáhá také formovat očekávání, které má sama společnost, protože novináři jsou jedním z klíčových aktérů při posilování (deliberativní) demokracie.

## Kompetence

Je zřejmé, že jedním ze způsobů, jak definovat novináře, je zaměřit se na jejich profesní kompetence. Pokud chápeme profesní kompetenci jako potenciální schopnost jednotlivce nebo celého profesního týmu úspěšně zvládat určité situace nebo vykonávat určitý úkol či práci, můžeme se ptát, co lze na jedné straně od novinářů očekávat a požadovat a co za práci je novináři doopravdy vykonáváno (Willnat, Weaver & Choi, 2013). Proto se můžeme zaměřit na novinářskou profesi a kompetence, abychom je lépe poznali a zjistili, zda je všichni novináři sdílí. Mezi tyto kompetence patří například etika, dovednosti, motivace, čestnost a zvědavost.

Zkoumáním kompetencí můžeme také identifikovat potenciální rizika, kterým novináři při své práci čelí. Co se například stane, když někteří novináři nebudou dodržovat očekávané etické nebo redakční zásady? Může nastat řada situací: ztráta pověsti novináře v profesní komunitě, jednorázová sankce od zaměstnavatele, ztráta zaměstnání a/nebo ztráta důvěry publika. Jednou z očekávaných novinářských hodnot je profesní autonomie – nezávislost na vlivech uvnitř i vně redakce. V českém kontextu můžeme sledovat příklad novináře Marka Přibila, který byl propuštěn z vydavatelství *Mafra*, jež vlastnil tehdejší premiér Andrej Babiš. O práci přišel poté, co byly anonymně zveřejněny nahrávky telefonátu mezi Babišem a novinářem, v nichž se bavili o sérii kritických článků o politických oponentech majitele. Skupina sto padesáti pěti novinářů z vydavatelství se navíc od Přibilova jednání distancovala ve společném prohlášení (iDnes, 2017) a označila je za „neprofesionální a nemorální“ (kontext viz Kotišová & Waschková Císařová, 2023).

Otázkou novinářských kompetencí se mohou zabývat výzkumníci buď na národní úrovni, nebo na mezinárodní úrovni prostřednictvím srovnávacího výzkumu. Abychom mohli sledovat kompetence profesionálních tvůrců zpravodajství, rozhodli jsme se zaměřit především na novinářské znalosti, dovednosti, praktiky, role, kulturu a hodnoty, protože ty mají v tomto ohledu největší vypovídací schopnost (Hanitzsch & Vos, 2017).

Tato témata jsou velmi široká, ale nabízejí flexibilní obraz novinářské profese a jejich kompetencí a toho, jak může přispět k informované společnosti a mediální politice. Pokud tedy chceme takové téma potenciálně sledovat, musíme vzít v úvahu několik faktorů: celkový obraz, různé úrovně analýzy mediální produkce (např. mezinárodní, národní, místní; systémovou, organizační, individuální) a různá časová období. Aby se takové očekávání naplnilo, musí být postup monitorování jednak deduktivní – longitudinálně mapovat systémovou a organizační úroveň včetně národního a/nebo mezinárodního rámce a postupně se dostat až na individuální úroveň novináře; jednak induktivní – jít od jednotlivých aktérů (novinářů) k mapování dat na systémové úrovni s podobnou hloubkou přístupu.

Tento přístup založený na získávání poznatků z monitorování novinářské profese a kompetencí pomáhá odhalovat/zmírňovat rizika a příležitosti v (deliberativní)

komunikaci. Konkrétně tedy může pokrýt určitý časový rámec, například dvacet let historie výzkumu novinářů v konkrétních zemích (Mediadelcom, 2022); zohlednit všechny možné producenty relevantních dat (typicky akademickou sféru, průmysl a nevládní organizace); monitorovat národní data a mezinárodní srovnávací zjištění (např. *Worlds of Journalism*); a v neposlední řadě zohlednit kvalitu existujících dat a jejich dostupnost pro všechny členy společnosti.

### Odkazy & co číst dál:

Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.

Hanitzsch, T. & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27, 115-135.

Babiš selhal, kolega se choval nemorálně, uvedli novináři MF Dnes a iDnes.cz. (2017, May 4). *iDnes*. <https://www.idnes.cz>

Kotissova, J. & Waschková Císařová, L. (2023). "I know which devil I write for": Two types of autonomy among Czech journalists remaining in and leaving the Prime Minister's newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 238-256.

Mediadelcom. (2022). Risks and opportunities related to media and journalism studies (2000–2020). Case study on the national research and monitoring capabilities. In *Studies on national media research capability as a contextual domain of the sources of ROs. Approaching deliberative communication: Studies on monitoring capability and on critical junctures of media development in 14 EU countries*, CS1, D-2.1. <https://www.mediadelcom.eu/publications/d21-case-study-1/>

Pratchett, T. (2001). *The truth*. Harper Collins.

Willnat, L., Weaver, D. H. & Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183.

*Worlds of Journalism*. <https://worldsofjournalism.org>



## Kdo sbírá data o uživatelích médií?

*Ragne Kõuts-Klemm, Iveta Jansova & Lilia Raycheva*

KAždá evropská země pravidelně shromažďuje informace o využívání médií svými občany. Víme toho hodně o publiku a o tom, jakým způsobem přistupuje k médiím, ale ne vždy jsou tyto informace sdíleny. Proč tomu tak není?

Jak konstatuje finský výzkumník Juha Herkman (2008), stejně jako je mediální průmysl velkým byznysem, stala se velkým byznysem i data o využívání médií. Mediální domy mají zájem o informace o publiku a jeho charakteristikách, protože jim to umožňuje lépe poskytovat atraktivní obsah pro své uživatele a prodávat kontakt s publikem firmám a dalším zájemcům, tj. reklamu.

### **Kdo stojí za výzkumem?**

Komerční výzkumné agentury, které shromažďují údaje o využívání médií, poskytují informace o dosahu a podílu na publiku daného média, o popularitě média ve srovnání s ostatními a o sociodemografickém profilu publika. To vše jsou data, jež lze zpeněžit. Největšími sběrateli dat v Evropě jsou mezinárodně působící výzkumné agentury jako *Nielsen, Kantar, Reuters, GfK atd.* Opírají se o vyzkoušené a ověřené metodiky, které mediálním domům umožňují přijímat obchodní rozhodnutí.

Sama média mohou díky online prostředí také zjišťovat informace o svých uživatelích a analyzovat chování publika na základě webových metrik. To doplňuje jejich tradičnější výzkumy využívající peplemetry, sledovanost atd. Údaje o uživatelích online vytěžují jen několik charakteristik publika a vědci tvrdí, že uživatelé jsou tímto způsobem jako stále se slévající datové body bez jasné identity (Fisher & Mehozay, 2019). Vlastníci dat mohou jen zřídka provádět sofistikované analýzy, aby porozuměli publiku jako jedinečným osobám. S tím souvisí i skutečnost, že i když jsou společnosti/poskytovatelé obsahu schopni shromažďovat velké množství dat (hovoříme zde o big datech), stále je nejsou schopni reálně analyzovat a využít ve svých dalších strategiích.

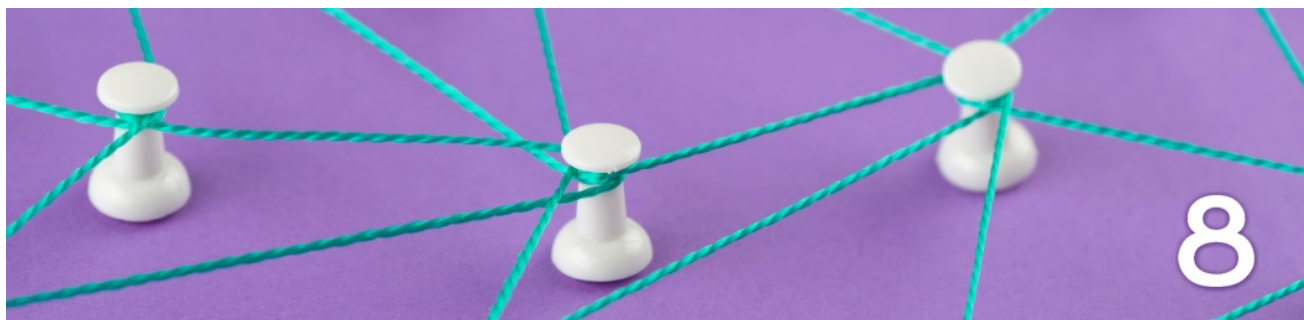
Komerční a veřejnoprávní pozemní vysílatelé se svými souvisejícími službami na vyžádání shromažďují velké množství dat o využívání svých služeb, zástupci mediálního průmyslu však přiznávají, že tato data stále nejsou schopni plně využít a prohrávají tak hru s většími zahraničními poskytovateli, jako je *Netflix* a další. Další rovinou jsou služby založené na předplatném (tj. placené noviny, placené služby videa na vyžádání atd.), které odmítají sdílet data o svých uživateli s okolním světem (s akademickou i veřejnou sférou).

Jak je vidět, ačkoliv existují ohromně rozmanité a komplexní údaje o využívání médií, jejich dostupnost je často omezena na konkrétní strany. Data vlastní soukromé mediální společnosti, platformy a komerční výzkumné agentury. Tyto údaje jsou jen zřídka kdy využívány k vytváření společného dobra (znalosti, plánování politik, posílení postavení uživatelů atd.). Existují určité výjimky. Některé země mají o sdílení dat mezi veřejným a soukromým průmyslem lepší dohody. V zemích s větší transparentností komerčních mediálních dat lze tyto znalosti využít jako základ pro správnou mediální politiku, která přináší prospěch mediálnímu odvětví, publiku a demokracii.

Dalším důležitým zdrojem sběru dat jsou akademické instituce a univerzity. Jejich cílem je porozumět mediálním „vesmírům“ uživatelů, tomu, jak média mohou uživatele posilovat nebo jak mohou být nástrojem seberealizace. Sběr dat zaměřený na uživatele může poskytnout podklady pro politiky, jejichž cílem je zvýšit kompetence uživatelů pro rozvoj společností a demokracií. Tento druh sběru dat musí dodržovat vysokou etiku výzkumu, nabírat účastníky na dobrovolné bázi a být zodpovědný za důsledky, kterým může publikum čelit po vyvození závěrů nebo jejich implementaci. Tento typ sběru dat musí být dostatečně rozmanitý, aby umožnil sofistikovanou analýzu. Popis sběru dat pro akademické účely vede k závěru, že akademický výzkum potřebuje mnoho prostředků. Tento poslední bod znamená, že akademický sběr dat je vzácný a longitudinální sběr dat ještě vzácnější.

### Odkazy & co číst dále:

- Bird, S. E. (2011). Are we all producers now? Convergence and media audience practices. *Cultural Studies*, 25(4-5), 502-516. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532>
- ESOMAR – ethics and guidelines for commercial audience research: <https://esomar.org/codes-and-guidelines>
- Fisher, E., & Mehozay, Y. (2019). How algorithms see their audience: Media epistemes and the changing conception of the individual. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1176-1191.
- Herkman, J. (2008). Current trends in media research. *Nordicom Review*, 29(1), 145–159.



## Jak to všechno spolu souvisí?

Kompetence související s médií (a výzkumem),  
výzkum RP a deliberativní komunikace

*Alnis Stakle & Anda Rožukalne*

Jak se může moderní člověk orientovat ve složitém mediálním ekosystému? Jak může každý z nás lépe využívat rozmanitost dnešních médií? Jaká je rovnováha mezi účastí na komunikaci, projevem kreativity a možným vlivem různých aktérů komunikačního prostředí?

Kompetence související s médii se dostávají do centra pozornosti tvůrců politik, pedagogů a odborníků na komunikaci spolu s vědomím měnících se procesů moderního komunikačního prostředí a možností společnosti i jednotlivců učit se, porozumět jim a využívat je. Mediální gramotnost a mediální výchova jsou propagovány jako řešení dezinformací, politické polarizace a manipulace, čímž je vyzdvihován význam kritického myšlení nad ostatními kompetencemi.

Kompetence související s médii je široký pojem historicky spojený s rozvojem audiovizuálních médií (tj. rozhlasu a televize), jenž se rozšířil na pojem čtenářské, online a digitální gramotnosti. O kompetencích souvisejících s médii jako souboru dovedností, které poskytují mediálnímu publiku různé nástroje k analýze a porozumění informacím, se objevily velmi rozdílné a někdy i protichůdné představy. Zahrnují schopnost přistupovat k různým sdělením nebo narativům v analogových a digitálních médiích, číst, analyzovat a dešifrovat obsah obsažený v těchto sděleních, rozpoznávat komunikační vzorce sdělení a aktéry podílející se na jejich vytváření, kriticky hodnotit sdělení a vytvářet vlastní sdělení pro účely komunikace, zaměstnání a zábavy.

### **Posílení občanské společnosti**

Koncept mediálních kompetencí však není spojen pouze s výše uvedenými dovednostmi. Má se za to, že má také potenciál změnit vzorce chování s cílem překonat osobní

a kolektivní bezpečnostní rizika. Kompetence související s médii jsou tedy vnímány jako neustále se vyvíjející soubor dovedností, které podporují demokratizaci, sociální participaci a právní stát. Tento koncept je současně zakotven jak v paradigmatu veřejné ochrany, tak v posilování občanské společnosti. Odráží se v něm potřeba poskytnout mediálnímu publiku bezpečné prostředí pro veřejnou komunikaci a možnost získat kompetence související s médii. Diskuse o problematických otázkách proto souvisí s hledáním rovnováhy mezi veřejnou morální panikou spojenou s mediálními efekty a potřebou pravidelně nově definovat hodnoty demokratické společnosti, jako je svoboda projevu a pluralita.



Současný rámec kompetencí souvisejících s médii vychází ze tří historicky propojených diskurzů. Zaprvé, kompetence související s médii z hlediska protekcionismu jsou nahlíženy prostřednictvím diskurzu mediálních účinků. Média jsou popisována jako mocné technologie, které dokázaly ve velmi krátkém čase významně přetvořit agendu každého člověka. Důraz je kladen na stále se zvyšující čas strávený u obrazovky, přičemž je zdůrazňováno riziko, že nekontrolovaná konzumace médií může mít nepříznivý dopad na tradiční hodnotové vědomí a sociální vztahy. Hlavní hrozby spojené s intenzivním užíváním médií jsou spojeny s šířením dezinformací, přístupem k násilí a pornografii, šířením reklamy na alkohol, tabák a hazardní hry, porušováním autorských práv, posilováním sexismu a rasismu, riziky pro veřejné zdraví a kybernetickým chuligánstvím.

Za druhé, interpretace kompetencí souvisejících s médii v souvislosti s reprezentací a chápáním reality vychází ze sémiotiky, kritických kulturních studií a diskurzu mediální ekologie. V této perspektivě jsou vnímány jako soubor dovedností, které posilují schopnost publika odhalit vliv komerčního průmyslu na mediální obsah a dešifrovat ideologicky nasycené, předsudky opředené pohledy na rodinu, věk, třídu a rasu. Žurnalistika je vnímána jako profesionální činnost, která konstruuje realitu a demaskuje předsudky; publikum musí rozumět novinářské etice a zájmům vlastníků médií.

Za třetí, na kompetence související s médii je v rámci pedagogiky pohlíženo jako na soubor věkově specifických dovedností, které jsou nezbytné pro bezpečnou a účelnou účast v mediální komunikaci a digitální kultuře jako celku.

### **Získání mediální kompetence**

Usnadnění pochopení a osvojení si neustále se vyvíjející digitální kultury je základním aspektem kompetencí souvisejících s médii v mediální pedagogice, která podněcuje publikum k dalšímu učení se novým věcem prostřednictvím procesu sebevzdělávání a vzájemného učení.

V každém z těchto pohledů jsou kompetence související s médii chápány jako zásah do struktur mediální moci a převládajících ideologií, avšak v přístupu k otázkám změny institucionální a politické moci, reprezentace a konstrukce reality a chápání osobní a sociální identity v mediální pedagogice je patrný diskurzivní rozdíl.

### **Mediální kompetence a deliberativní komunikace**

V rámci deliberativní komunikace se kompetence související s médii stávají metakompetencí, která poskytuje rámec i obsah pro vyvažování osobních a kolektivních hodnot, argumentů, diskusí a norem. Zastřešujícím cílem deliberativní komunikace je vytvořit udržitelný komunikační ekosystém založený na empatické a zdůvodněné diskusi a bez újmy na možnostech vzájemného kontaktu mezi jednotlivci a různými sociálními skupinami za účelem dohody o hodnotách a rozhodování ve veřejném zájmu.

### **Sledování mediální kompetence**

Kompetence související s médii jsou v EU sledovány v rámci různých studií, mezi nimiž dominuje měření digitálních dovedností publika, bezpečnosti osobních údajů, sebehodnocení úrovně získaných kompetencí souvisejících s médii a potřeby jejich osvojení, kritické konzumace informací a rozpoznávání zavádějících informací, například mezinárodní výzkumný projekt *EU Kids Online: Výzkum příležitostí, rizik a bezpečnosti evropských dětí na internetu, Mapování postupů a opatření v oblasti mediální gramotnosti v EU-28*, které provedla *Evropská audiovizuální observatoř, Index mediální gramotnosti*, který vypracoval *Open Society Institute Sofía*.

V zemích EU existují různé přístupy a tradice ke studiu kompetencí v oblasti médií, což ztěžuje vzájemné porovnávání jejich údajů. Longitudinální a mezinárodní

srovnávací sledování kompetencí souvisejících s médii, založené na ukazatelích deliberativní komunikace, by umožnilo pochopit korelace mezi úrovní deliberativní komunikace a kompetencí souvisejících s médii u různých sociálních skupin.

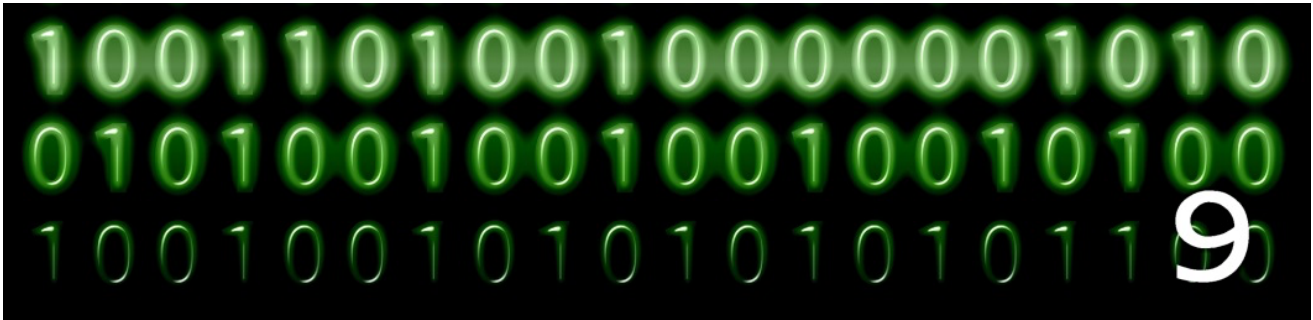
### **Čtěte dále:**

Friesem, Y. (2023). *The Routledge handbook of media education futures post-pandemic*. Routledge.

Hobbs, R. (2021). *Media literacy in action: Questioning the media*. Lanham, Rowman & Littlefield.

Jones, S., Dawkins, S. & McDougall, J. (2023). *Understanding virtual reality: Challenging perspectives for media literacy and education*. Routledge.

Potter, W. J. (2021). *Media literacy*. SAGE.



## Úloha kvalitativní komparativní fuzzy-set analýzy

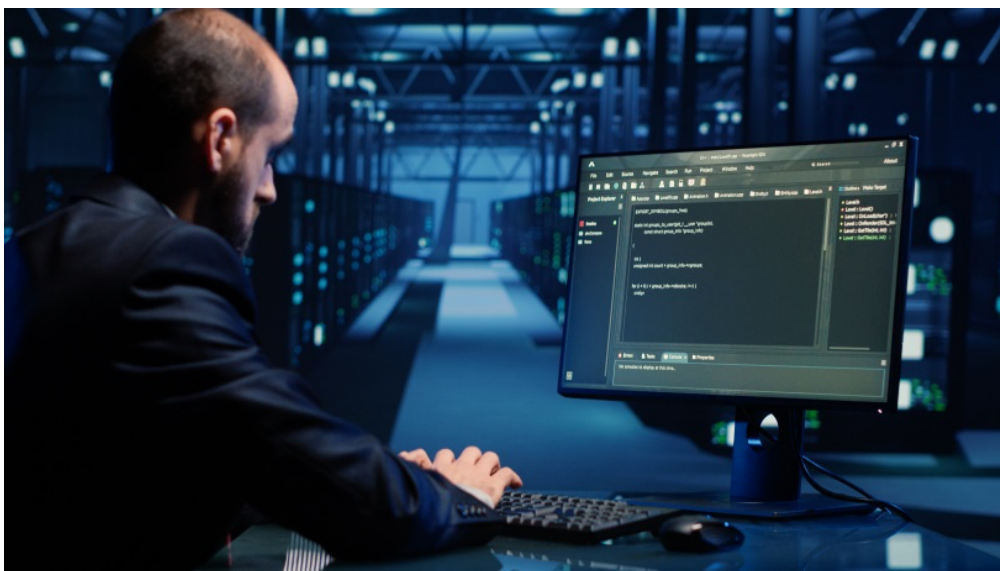
při vysvětlování rizik a příležitostí pro deliberativní komunikaci

*Dina Vozab, Zrinjka Peruško & Filip Trbojević*

Díky rostoucímu zájmu o srovnávací výzkum komunikace existuje na mezinárodní a evropské úrovni řada výzkumných projektů a monitorovacích nástrojů, které by mohly být užitečné při posuzování rizik a příležitostí pro média. Vedle dlouhodobějších nástrojů, které monitorují svobodu tisku ve světě, jako jsou *Freedom House* a *Reportéři bez hranic*, existuje nyní mnoho dalších výzkumných a monitorovacích projektů. Na evropské úrovni je nejvýznamnějším monitorovacím nástrojem *Media Pluralism Monitor*, který v evropských mediálních systémech vyhodnocuje rizika pro dosažení plurality a rozmanitosti. Studie *Worlds of Journalism* vedená Thomasem Hanitzsem analyzuje stav žurnalistiky od roku 2007 a *Reuters Institute for the Study of Journalism* na *Oxfordské univerzitě* zkoumá od roku 2012 publikum digitálních zpráv. Proto je nyní k dispozici více studií a údajů, které výzkumníkům umožňují klást inovativní srovnávací výzkumné otázky. Z hlediska metodologie je však rozmanitost menší, neboť převažují kvantitativní přístupy (Downey, 2020).

V projektu Mediadelcom využíváme poměrně inovativní metodologii v oblasti mediálních a komunikačních studií při hodnocení rizik a příležitostí pro rozvoj deliberativní komunikace. Přestože se několik autorů vyslovilo pro využití kvalitativní komparativní analýzy fuzzy set (fsQCA) ve srovnávacím výzkumu médií (Downey, 2020; Downey & Stanyer, 2010) a studií aplikujících tuto metodu přibývá (např. Büchel et al., 2016; Humprecht & Büchel, 2013; Peruško et al., 2021), její využití ve srovnávacím výzkumu médií, který stále převážně spoléhá na kvantitativní přístupy, je stále omezené (Downey, 2020).

FsQCA má ve srovnání s kvantitativními přístupy několik výhod. Metoda fsQCA spojuje kvalitativní a kvantitativní logiku ve srovnávacím výzkumu a může poskytnout bohatá a komplexní vysvětlení toho, jak různé kauzální podmínky vysvětlují určité výsledky. Metodika umožňuje zahrnout jak případy s malým počtem, tak případy se středním počtem a větším počtem (Ragin, 2008), což poskytuje velkou flexibilitu v designu srovnávacího výzkumu. Metoda se také liší od korelačního myšlení (které je lineární a symetrické), protože uznává, že vztah mezi sociálními jevy je často asymetrický a rovnostářský. Asymetrie znamená, že jeden typ vztahu mezi proměnnými nevyklučuje jiné možné vztahy. Pokud je například zjištěn vztah mezi rozvojem a demokracií, nevyklučuje to, že nerozvinuté země mohou být také demokratické (Ragin, 2008: 15). Někdy existuje více kauzálních vysvětlení neboli „kauzálních receptů“ na stejný výsledek. V oblasti rozvoje mediálních systémů je tato ekvifinalita přesně tím, co hledáme při řešení otázek o trendech rizik a příležitostí – země jsou schopny dosáhnout stejného cíle různými cestami. Například v některých kontextech lze možná deliberativní komunikace dosáhnout s dobře regulovanými médii a silnými systémy odpovědnosti, zatímco v jiných s udržitelnou žurnalistikou a dobře informovaným a mediálně gramotným publikem. Metoda by mohla dobře fungovat jak na mikro-, tak na mezo- či makroúrovni komparativního výzkumu a je vhodná i pro zkoumání víceúrovňových jevů či praktik, například nadnárodních toků nebo globalizovaných mediálních kultur, a má potenciál vysvětlit změny v čase (Downey, 2020).

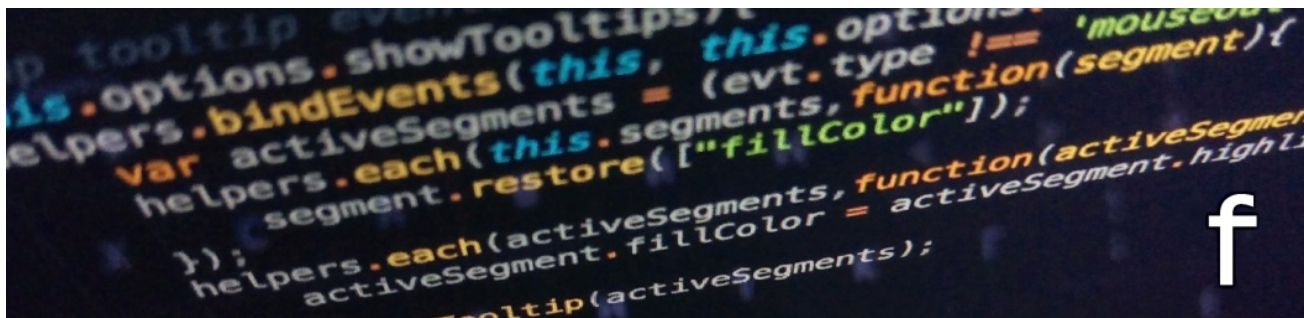


Jedním z nejdůležitějších aspektů analýzy je kalibrace, která se týká přiřazení případů k souborům pomocí hodnot mezi 0 a 1 (Ragin, 2008). Sady mohou být ostré a mají pouze dvě kategorie. Jak je však v sociálních vědách časté, sociální jevy jsou složitější a fuzzy množiny na tuto vyšší složitost a nuance reagují. Pomocí fuzzy množin můžeme rozpoznat, že některé případy patří do množiny zemí se svobodou médií, ale na různých úrovních – jako například Norsko, které je podle *indexu svobody tisku RSF* na prvním místě, a Itálie, která je v roce 2022 na padesátém osmém místě.

V projektu Mediadelcom analyzujeme, zda mají čtyři oblasti – právní rámec, žurnalistika, způsoby využívání médií a mediální kompetence – vliv na deliberativní komunikaci. Tímto úsilím se snažíme analyzovat, jaké jsou cesty k dosažení deliberativní komunikace v Evropě, a to prostřednictvím nuancovaného kontextuálního vysvětlení komplexních kauzálních vztahů.

### Odkazy & co číst dále:

- Büchel, F., Humprecht, E., Castro-Herrero, L., Engesser, S., & Brüggemann, M. (2016). Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems. *The International Journal of Press/Politics*, 21(2), 209–232. <https://doi.org/10.1177/1940161215626567>
- Downey, J. (2020). Comparative communication research: Why we really need some more fuzzy thinking. *International Journal of Communication*, 14.
- Downey, J., & Stanyer, J. (2010). Comparative media analysis: Why some fuzzy thinking might help. Applying fuzzy set qualitative comparative analysis to the personalization of mediated political communication. *European Journal of Communication*, 25(4), 331–347. <https://doi.org/10.1177/0267323110384256>
- Humprecht, E., & Büchel, F. (2013). More of the same or marketplace of opinions? A cross-national comparison of diversity in online news reporting. *The International Journal of Press/Politics*, 18(4), 436–461. <https://doi.org/10.1177/1940161213497595>
- Oana, I.-E., Schneider, C. Q., & Thomann, E. (2021). *Qualitative comparative analysis using R: A beginner's guide* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009006781>
- Peruško, Z., Vozab, D., & Čuvalo, A. (2021). *Comparing post-socialist media systems: The case of Southeast Europe* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367226787>
- Ragin, C. C. (2008). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. University of Chicago Press.



# Meta-analýza může být cool!

## Případ Mediadelcom

*Martin Oller Alonso & Sergio Splendore*

Představujeme stylový přístup k diachronním srovnávacím metaanalýzám pro deliberativní komunikaci na míru Mediadelcom. Bez problému! Hlavním cílem Mediadelcomu je vytvořit univerzální diagnostický nástroj ke stavbě multi-scénáře. Tím to však nekončí. Tato špičková metoda nabízí komplexní vyhodnocení rizik a příležitostí spojených s monitoringem médií a studiem deliberativní komunikace. Poukazuje také na výzkumné a profesní úsilí vynaložené na podporu sociální soudržnosti v Evropské unii v posledních dvou desetiletích (2000-2020). A navíc ji mohou tvůrci politik, pedagogové, kritici médií, instituce, studenti a profesionálové v mediálním průmyslu využít v budoucích projektech. Tato metodika otevírá cestu k vytváření znalostí, moudrosti a vědeckého pokroku. Připoutejte se, přátelé!

Navrhovaný diagnostický nástroj společnosti Mediadelcom umožňuje vizualizovat rizika a příležitosti v evropském výzkumu deliberativní komunikace a vývoj prostředí pro monitorování médií v každé zemi zvlášť a ve srovnatelném měřítku. Představuje však významnou inovaci. Namísto tradičního zaměření na západoevropské země tento přístup přivádí pozornost k těm často přehlíženým – východoevropským zemím. Konkrétně zahrnuje metaanalýzu čtyř klíčových oblastí, které utvářejí paradigma deliberativní komunikace: **(1)** právní a etická regulace; **(2)** tvorba novinářského zpravodajství; **(3)** kompetence novinářů a veřejnosti související s médii; a **(4)** způsoby využívání médií.

Konsorcium Mediadelcom se chystá ohromit vědeckou komunitu svým inovativním přístupem, jehož cílem je zhodnotit dostatečnost výzkumu a dat při předpovídání trendů výzkumu evropské mediální krajiny prostřednictvím komplexní metaanalýzy

transformace médií a institucí v Evropské unii, především v nezápádním regionu. V době, kdy se zdá, že se hroutí svět a evropský sen je v obležení radikálních ideologií, se vzdělávání, výzkum a komunikace stávají našimi tajnými zbraněmi v boji proti rizikům, která tato nová normálnost přináší. Vzhledem k tomu, že COVID-19, globální napětí, ekonomické otřesy a měnící se dynamika moci otřásají stabilitou EU, je na čase se připoutat a vrhnout se do této vzrušující výzvy.

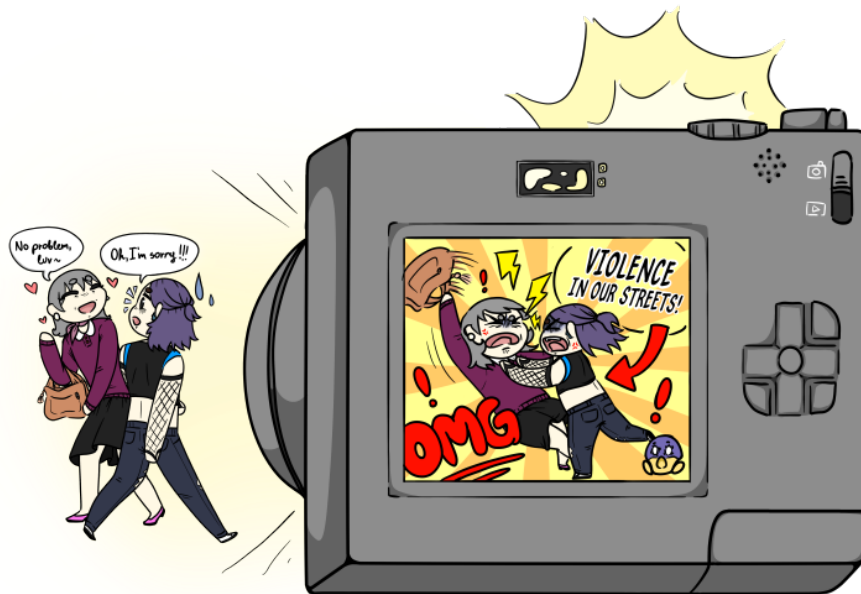
Jste připraveni na tajnou ingredienci měnící data v moudrost? Všechno je to jen o počtu a kvalifikaci zapojených odborníků, atraktivitě pracovního trhu, kompromisu veřejných/politických institucí a vlivu výzkumných agentur na možnosti monitorování. Zásadní otázkou však je, kdo přesně monitoring či výzkum provádí. Jsou to nadnárodní organizace, srovnávací/mezinárodní výzkumné projekty, národní neakademické organizace, akademické výzkumné komunity, profesní sdružení nebo veřejné organizace a orgány? Odpověď může znamenat rozdíl mezi průměrností a brilantností.

*Vydejte se s námi na tuto cestu, na které odhalíme sílu dat a proměníme je v poznání pro lepší budoucnost!*

*Italský tým a konsorcium Mediadelcom*

Zlepšení možností výzkumu a monitorování vyžaduje zajištění dostupnosti dat v otevřených digitálních formátech a ve strukturovaných tabulkových formátech. V digitální džungli kolem nás víří chaotická bouře dat a informací, zatímco falešní guruové chrlí své výmysly v naději, že nás nachytají. Co je jejich cílem? Vaše domněnka je stejně dobrá jako moje. Dávejte si pozor na kybernetický opar a zůstaňte bystří, milí studenti! Je třeba podniknout kroky ke zvýšení spolehlivosti dat a podpořit jejich přínos pro šíření demokracie. Svět se ocitl ve dvojím ohrožení: virová bouře, která ničí naše zdraví, a nakažlivá vlna pochybností, jež oslabuje důvěru. Skrývá se za tím vším nějaký důvod? Analýza dostupnosti výzkumu v dílčí oblasti deliberativní komunikace a sociální soudržnosti v EU ukazuje, že dostupnost dat není jediným problémem; data poskytovaná různými aktéry jsou často nedostupná. Například údaje z univerzit a veřejných orgánů jsou k dispozici jen zřídka, zatímco údaje nadnárodních organizací jsou nezpracovatelné a chybí jim strukturovaný, tabulkový formát. Velké srovnávací výzkumné projekty nejsou každoroční a data od mediálního průmyslu a nezávislých organizací jsou z hlediska dostupných proměnných nedostatečné. Nedostatečná spolupráce mezi aktéry komunikačních procesů v Evropě vede k tomu, že mediální prostředí je ovlivňováno ekonomickými a politickými faktory, což brání pluralitě a rozvoji nezávislé online žurnalistiky. Tato situace se odráží v mediálních politikách, které jsou nedostatečné a neúčinné. To umožňuje dominantním hráčům určovat pravidla a ovlivňovat evropské demokracie.

V Mediadelcomu nezůstáváme pouze u získávání znalostí. Snažíme se rovněž poskytnout kritické bádání, jak by tyto znalosti měly být využívány pro správu médií. Naše metoda metaanalýzy klade výzkumné komunitě dvě zásadní otázky: jak jsou data a znalosti využívány a zkoumány v různých evropských zemích a komu by správa médií založená na znalostech prospěla? A samozřejmě nepřehlídíme výzvy, které tato kritická situace představuje pro studium deliberativní komunikace v zemích střední a východní Evropy.





## Cvičení ve třídě

### **Cvičení 1: Analýza případové studie právního prostředí týkajícího se svobody projevu a svobody informací**

**Krok 1:** Vyberte případ související se svobodou projevu nebo svobodou informací, například případ SLAPP nebo případ, kdy whistleblower přišel o práci.

**Krok 2:** Proveďte analýzu pomocí přístupu jednotlivých aktérů. Identifikujte různé aktéry zapojené do případu, jako jsou jednotlivci, organizace nebo vládní agentury, a určete jejich agendy. Kdo byl do případu zapojen? Jak se tento případ dostal na světlo? A jaké diskurzy jednotliví aktéři zastávají?

**Krok 3:** Najděte podobné případy staré deset a dvacet let a analyzujte podobnosti a rozdíly s vybraným případem.

**Krok 4:** Prezentujte svá zjištění v referátu nebo v prezentaci před třídou.

### **Cvičení 2: Posouzení potenciálu monitorování tématu souvisejícího s žurnalistikou**

**Krok 1:** Vyberte si téma, které se týká nějakého druhu rizika spojeného s novinářskou prací za posledních pět až deset let, např. pracovní podmínky novinářů, ohrožení novinářů (fyzické, psychické, emocionální nebo ekonomické).

**Krok 2:** Vyhledejte a identifikujte aktéry (např. akademické instituce, neziskové a profesní organizace nebo vládní orgány), kteří shromáždili informace a znalosti o zvoleném tématu. Byla tomuto tématu věnována pozornost a bylo systematicky analyzováno v nějakých výročních nebo pravidelných zprávách? Existuje v dané oblasti významné množství vědeckých výzkumů a publikací? Nakolik je toto téma obsaženo v denním zpravodajství a diskutováno v odborných publikacích a na odborných fórech?

**Krok 3:** Zhodnoťte relevanci tématu ve vaší zemi. Zvažte, zda se o tématu diskutuje, nebo zda je k dispozici málo informací a znalostí. Identifikujte mezery ve znalostech a/nebo popište, jak se o různých aspektech tématu diskutuje a jaké přístupy se používají k jejich řešení.

**Krok 4:** Prezentujte svá zjištění v referátu nebo v prezentaci před třídou.

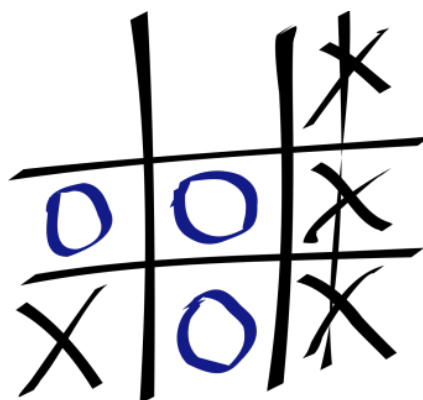
### Cvičení 3: Mapování postupů zúčastněných stran při vytváření sítí na téma související s mediální spotřebou nebo mediální gramotností

**Krok 1:** Identifikujte různé zúčastněné strany (např. akademické výzkumníky, odborníky, neziskové organizace, veřejné orgány, tvůrce politik), které se zabývají problematikou, jež vás zajímá.

**Krok 2:** Analyzujte spolupráci a vytváření sítí mezi těmito zúčastněnými stranami. Jaká je frekvence a rozsah jejich spolupráce (např. společné projekty, politické briefingy nebo mediální akce)? Jaké faktory mohou spolupráci mezi nimi usnadnit nebo naopak ztížit? Jaký je dopad jejich spolupráce?

**Krok 3:** Identifikujte možné příležitosti pro spolupráci zainteresovaných stran na vybraném výzkumném tématu.

**Krok 4:** Prezentujte svá zjištění v referátu nebo v prezentaci před třídou.



# Česko

Jan Motal

Jsme přesvědčeni, že o tom, jak má vypadat naše budoucnost, bychom měli rozhodovat my. Toto „my“ by mělo zahrnovat všechny členy naší společnosti, dokonce i ty, kteří jsou obvykle ignorováni. To je vize liberální demokracie, jejímiž hrdiny jsou občané, nikoli mocenské elity. Zásadní otázkou pro naši budoucnost není, zda budeme v roce 2050 používat teleporty jako ve Star Treku, ale zda rozhodnutí o tom, jak bude náš svět vypadat, má být naším společným rozhodnutím, vyjednaným s respektem k marginalizovaným a utlačovaným lidem.

Jak bychom se měli vypořádat s problémy životního prostředí? Jak můžeme vyřešit hospodářskou a energetickou krizi? Jak je možné vyhnout se zničující globální válce? Na science fiction je samozřejmě něco pravdy – rozhodujícím prvkem rozhodovacího procesu v globalizovaném světě je komunikace. Protože se nacházíme v náročné době, měli bychom se začít zamýšlet nad tím, zda jsou česká média připravena sloužit myšlence veřejné diskuse.

Náš výzkum ukazuje, že rizika a příležitosti můžeme pochopit pouze tehdy, pokud známe nedávnou historii. Transformace české společnosti po roce 1989 znamenala nejen posun k liberální demokracii, ale také naprostou změnu fungování médií. Přejít české společnosti k tržní ekonomice v 90. letech 20. století byl poznamenán „triumfalismem svobody“. Stále jej zažíváme v paternalizačních frázích, že sociální a ekonomické problémy doby jsou našimi individuálními problémy. Nepochota novinářů organizovat se, společně hledat normy a regulační mechanismy výrazně usměrnila další vývoj mediální krajiny. Čeští mediální pracovníci jsou zranitelnější než v zahraničí, protože individualizují odpovědnost. Ale budoucnost by měla být naše, ne? Odpovědnost neseme všichni.

Není proto divu, že po roce 2000 ohrožuje veřejnou sféru několik zásadních vlivů. Zaprvé se spojila *nová média a technologie* a otřásla dosavadními principy žurnalistiky a způsoby využívání médií. Současně došlo k silnému otřesu po roce 2008, kdy v souvislosti s ekonomickou krizí opustil český tisk zahraniční kapitál a *média skupili domácí oligarchové napojení na konkrétní politické zájmy* – nejvýraznější postavou je zřejmě stále Andrej Babiš. Zároveň se objevila nová politická hnutí, zejména v souvislosti s uprchlickou krizí v roce 2015. Právě to posílilo *polarizaci společnosti*, kterou prohloubila pandemie COVID-19. Pandemie výrazně ovlivnila i fungování médií. Jistě si živě vzpomínáte, jak jsme všichni byli závislí na online komunikaci. Dnes se proto běžný reportér podobá spíše influencerovi z Tik-Toku než Dustinu Hoffmanovi a Robertu Redfordovi ve filmu *Všichni prezidentovi muži* z roku 1976 (který byste si rozhodně měli pustit!).

Zpravodajské redakce se více orientují na multimediální obsah, zoufale se snaží zaujmout internetové publikum a neustále soupeří s virálními videi a jednodenními senzácemi.

Jedním z hlavních problémů českého mediálního prostředí je relativní nedostatek empirické reflexe této situace. Pro posouzení proměn a současného stavu médií máme poměrně málo informací. Empirický výzkum na akademické půdě se u nás rozvíjel především po roce 2010, je však stále značně roztržštěný a zdaleka nedokáže postihnout problematiku v její komplexnosti. Velká část dat byla vytvořena soukromými společnostmi a je nedostupná nejen veřejnosti, ale i akademikům. V neposlední řadě představuje velké riziko skutečnost, že podnikatelská sféra, akademická sféra a odborná veřejnost spolupracují spíše výjimečně a nejsou schopny nejen sdílet informace, ale ani produktivně spolupracovat při hledání řešení. Proto politici rozhodují bez širší odborné a veřejné diskuse. *Když nejsme schopni demokraticky hodnotit, kontrolovat a řídit média, proč by se politická reprezentace měla zavázat, že bude naslouchat našemu hlasu?*

## Svoboda médií

Demokracie je diskuse. To je stará fráze používaná T. G. Masarykem. Měli bychom ji chápat jako výzvu k boji za svobodu projevu. Není však tato svoboda jedním z pilířů našeho ústavního systému? Samozřejmě! A máme dokonce specializované zákony, jako je *tiskový zákon*, který umožňuje bránit se proti nařčením přímo v tisku, který je zveřejnil; nebo *zákon o rozhlasovém a televizním vysílání* umožňuje tuto obranu prostřednictvím regulátorů („rad“). Občanům a novinářům zaručuje přístup k informacím také příslušný zákon (106/1999 Sb.) – ukládající veřejným institucím a státu povinnost je poskytovat. To vše se zdá být silným základem našich svobod – projevu a informací.

Tyto zásady však v praxi narážejí na několik problémů. Především v České republice chybí právní úprava novinářské profese, která by přesněji definovala práva a povinnosti profesionálních novinářů. České mediální rady jsou dlouhodobě kritizovány odbornou i laickou veřejností za političnost a otázka jejich schopnosti plnit roli nezávislých regulátorů není přesvědčivě zodpovězena. Česká republika také dosud nezavedla např. komplexní ochranu oznamovatelů, což oslabuje schopnost demokratické společnosti a médií odhalovat a odhalovat nezákonné jednání ve firmách a institucích. Kromě toho je třeba zmínit i nedostatečnou státní podporu nezávislosti vlastnictví médií. Vzhledem k tomu, že všechny tyto principy jsou důležité i z evropského hlediska, existuje při absenci důslednějšího právního a samoregulačního řešení těchto problémů reálné riziko, že spolu s přípravou nové evropské legislativy v oblasti svobody médií nebude Česká republika schopna adekvátně reagovat.

## Odpovědnost médií

Mluvili jsme o organizaci novinářů. Proč je důležitá? Protože média jsou svobodná, měla by si svou kvalitu zajistit sama. Svoboda znamená odpovědnost. A odpovědnost by měla být zaručena silnými novinářskými organizacemi. Bohužel *Syndikát novinářů ČR* je slabá a nedůvěryhodná profesní organizace. Navíc základní samoregulační mechanismy, jako jsou tiskové rady nebo redakční ombudsmani, neexistují nebo nejsou běžné.

Položte si otázku: kdy jste naposledy slyšeli, že by etická komise syndikátu novinářů odsoudila nějaké neprofesionální chování? Kdy jste naposledy měli pocit, že mediální rady (jako je Rada České televize nebo Rada Českého rozhlasu) rozhodují na základě profesních standardů, a ne na politickou objednávku? Je pravděpodobné, že rozhodnutí těchto orgánů ani neznáte. A není divu. Pro většinu novinářů nejsou z dobrých důvodů důvěryhodné. Neslouží totiž příliš účelu, pro který existují. A to by se mělo změnit.

Tuto mezeru se snaží zaplnit jen málo lidí a institucí. Před třemi lety jsme na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně založili Centrum pro mediální etiku a dialog. Je pozoruhodné, že je to stále jediná akademická instituce v České republice zaměřená na etické otázky médií! Z dostupných výzkumů vyplývá, že novinářská etika v českých médiích je značně individualizovaná, novináři nemají chuť se organizovat a společně hledat standardy, které by jejich profesi dodaly důvěryhodnost. Přesto se lze mnohemu přiučit - např. v Německu existuje rozsáhlá síť zabývající se mediální etikou (např. <https://www.netzwerk-medienethik.de> nebo pracovní skupina *Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*), stejně jako akademické instituce (*Mnichovská filozofická fakulta, Univerzita Friedricha Alexandra v Erlangen-Norimberku*). Od roku 1956 je základním kamenem profesní samoregulace *Německá tisková rada* a lidé se mohou v mnoha případech obrátit na redakční ombudsmany. Bez těchto základních nástrojů není rozvoj mediální etiky v naší zemi možný a představuje značné riziko pro budoucnost a udržitelnost profese.

## Výrobní podmínky

V letech 2007–2008 zasáhla svět jedna z nejhorších hospodářských krizí od velké recese v roce 1929. Finanční instituce se chovaly extrémně rizikově a zneužívaly nízko-příjmové zájemce o bydlení ke spekulativním ziskům. Když finanční bublina praskla, pocítili to všichni. A masy lidí přišly o svou budoucnost. To se samozřejmě dotklo i médií – a ta česká přestala být pro své zahraniční majitele zajímavá. O to zajímavější se stala pro české oligarchy, kteří je skoupili. Díky tomu mohou stále lépe prosazovat své ekonomické a politické zájmy. Tato skutečnost sice vedla ke vzniku nezávislých médií (jako je *Deník N, Reportér* nebo *DVTV*), ale vliv těchto organizací je vzhledem k jejich povaze menšinových médií spíše omezený. Významnou roli hraje *Nadační fond nezávislé žurnalistiky*, který je v podstatě jedinou organizací v České republice podporující nezávislou

profesionální práci zaměřenou především na analytickou a investigativní žurnalistiku. I přes silnou kritiku oligarchizace médií však ze strany státu nedochází k žádným výrazným krokům k jejímu omezení. A je jasné, že bez nezávislých médií můžeme jen těžko společně rozhodovat o tom, jak řešit problémy, kterým čelíme.

Podle odborníků jsou podmínky pro profesionální práci spojeny jednak s oslabením tradičních médií v novém technologickém prostředí, jednak s nedostatečnou profesní samoregulací, která není schopna bojovat proti stírání hranic profese, například v důsledku nárůstu občanské žurnalistiky. Problém rozmanitosti a pracovních podmínek v redakcích je zcela marginalizován a o tématech, jako je postavení novinářek, se začalo diskutovat teprve nedávno.

To ukazuje problémy způsobované nedostatečnou spoluprací mezi médii, profesionály a výzkumem. Na jedné straně je žurnalistika jako obor stále podceňována i v akademickém prostředí (např. v rámci *Akademie věd* neexistuje specializované oddělení) a věnuje se jí relativně málo lidí, v některých klíčových oblastech (např. mediální právo nebo etika) jsou to jednotlivci. Na druhou stranu média systematicky podceňují roli vysokých škol, a to i v oblasti vzdělávání, a kromě spolupráce na povinných stážích studentů žurnalistiky je ochota ke společným projektům a využívání výsledků výzkumu k proměně redakční praxe malá. Částečně to lze přičíst špatným zkušenostem s médii ze dvou porevolučních desetiletí, kdy měl výzkum na univerzitách spíše teoretický a historický charakter. Tato situace se však výrazně změnila a tyto předsudky dnes již výrazně brání rozvoji novinářské profese, aby plnila demokratickou roli médií ve společnosti.

## Využití médií

Koneckonců, sami to zažíváme v každodenním životě: vaši prarodiče a možná i rodiče pravděpodobně mají televizi, ale ve vaší generaci je Netflix pravděpodobně důležitější než večerní program na obrazovce. Kde čtete zprávy? Kupujete si noviny? Velmi pravděpodobně ne, nebo jen zřídka – to vše ovlivňuje schopnost kolektivní debaty o tom, v jakém světě chceme žít. Je však zvláštní, že ve většině zemí, jimiž se náš výzkum zabýval, výzkumníci i odborníci stále podceňují jakékoli chování vás, diváků, které se odchyluje od tradičního – a dnes vlastně spíše okrajového – pojetí konzumace zpráv. Ve výzkumech, ale ani mezi novináři, stále není rozšířená myšlenka, že váš oblíbený pořad nebo setkání fanoušků, na které se oblékáte, může mít politickou pointu. Například tím, že můžete kolektivně vyjádřit svou sexuální identitu, svou vizi světa, ve kterém byste chtěli žít. Stejně jako to, co si posíláte prostřednictvím sociálních sítí, může být pro naši společnou diskusi důležitější než to, co řekl Václav Moravec ve své talk show.

„Netflixyzace“ českých médií s nástupem platforem na vyžádání, jako je *iVysílání* nebo *Voyo*, je jedním z takových významných fenoménů, který se silně dotýká problematiky demokratické diskuse – otázky prezentované ve filmech či dokumentech nebo

specifické formy zpravodajství je třeba reflektovat stejně jako nástup „algoritmizace“ a umělé inteligence, které přinášejí pro demokracii značné příležitosti, ale především rizika.

Problémem v České republice je, že uživatelské chování publika je relativně novým tématem výzkumu, který je – jak je uvedeno výše – roztříštěný a zabývají se jím různá pracoviště, a to jak akademická, tak mediální. Přestože existuje rozsáhlá databáze dat shromážděných soukromými subjekty, je pro širší odbornou veřejnost nedostupná. Sdílení těchto údajů a podpora cíleného výzkumu publika je považováno za nezbytné pro reflexi a nastavení veřejné politiky.

## Závěry

V jakém světě byste chtěli žít? Pokud o tom chceme začít vážně mluvit, je třeba po-drobit česká média systematické reflexi. V tuto chvíli je největší překážkou to, že si každý hraje na svém písečku. Akademici, odborníci a mediální manažeři, podnikatelé a politici – ti všichni mají své vlastní zájmy, svá vlastní data, která sbírají, své vlastní před-stavy o tom, jaká by média měla být. Pokud má společnost společně v demokratické a svobodné diskusi rozhodnout, co chceme s naší zemí a světem dělat, musí spolu všechny tyto skupiny nejprve začít mnohem více mluvit, spolupracovat a vyměňovat si infor-mace. Mají si navzájem co nabídnout. A musí přestat ignorovat vás, diváky, a způsob, jakým používáte média. Novináři by měli být povzbuzováni, aby se organizovali a spo-lupracovali se zahraničím, měly by být posilovány profesní organizace a měli by být za-pojeni do globálního kontextu. Také z hlediska legislativních procesů v EU je třeba, aby existoval silný samoregulační orgán, který by byl nezávislý na politice a mohl hodnotit práci médií. Politická sféra by měla s těmito subjekty spolupracovat při přípravě nových zákonů a činit tak transparentně a veřejně. V neposlední řadě by akademická obec měla usilovat o překonání své roztříštěnosti a posílit již existující výzkumné tradice. Média mohou podporovat demokratický rozvoj společnosti pouze tehdy, pokud jejich reflexe a řízení budou rovněž demokratickou a společnou záležitostí. Pojd'te to s námi zkusit změnit, ať už se postavíte na jakoukoli stranu!



## Co dál?

Nyní, když jste si přečetli o projektu Mediadelcom a jeho cílech, výzvách a zaměření, snad už lépe chápete, proč je tento výzkum potřebný a jaké výhody přinese. Patří k nim identifikace rizik a příležitostí pro deliberativní komunikaci v zemích zapojených do projektu, studium mediálního prostředí v jednotlivých zemích a jejich srovnání a vývoj diagnostického nástroje. Kromě toho jsou výsledky důležité pro tvůrce evropských politik, kterým poskytují kvalitní poznatky pro zlepšení správy médií. To má zásadní význam pro podporu soudržnosti a stability evropských společností.

Ale hlavně doufám, že vás vybavila informacemi, které považujete za zajímavé a užitečné.

Doufáme, že zůstanete s naším přístupem v kontaktu.

Tato e-kniha vám poskytne přehled o dosavadním průběhu projektu, ale je toho mnohem více, co můžete prozkoumat. Každá země vypracovala svou vlastní zprávu o zemi, která obsahuje informace a výzvy, s nimiž se potýkají. Můžete si je prohlédnout v repozitáři Univerzity v Tartu.<sup>5</sup>

Připravuje se také srovnávací publikace *Monitoring mediascapes* pro různé země, abyste se mohli seznámit s tím, jak se jednotlivé země vzájemně podílejí na monitorování čtyř klíčových oblastí.

Které země mají v určitých oblastech lepší postupy? Chtěli bychom jen upozornit, abyste se při určování celkového stavu mediálního prostředí v dané zemi nebo jejích monitorovacích schopností nespolehali pouze na srovnání jednotlivých zemí. Sběr dat se v jednotlivých zemích liší, v některých případech poměrně výrazně a drobné změny v zemi, například malý posun směrem dolů v jedné oblasti, nemusí být ve srovnání zřejmé, ale mohou naznačovat riziko a oblast, která vzbuzuje obavy. Zprávy jednotlivých zemí tedy poskytují důležité informace.

---

<sup>5</sup> <https://dspace.ut.ee/handle/10062/89278>

Profesor Daniel Hallin se vyjádřil k případovým studiím jednotlivých zemí: „Tyto studie představují pokus o jakýsi široký nástin všech mediálních faktorů, jež ovlivňují naši schopnost deliberativní demokracie. A myslím, že všechny mají za sebou předpoklad určitých souborů hodnot, které jsou velmi důležité: autonomie žurnalistiky, transparentnost, pluralita. Je to velmi komplexní zkoumání, jakým způsobem mediální instituce a mediální praktiky ovlivňují všechny hodnoty transparentnosti, autonomie a otevřenosti.“<sup>6</sup>

**Těšíme se, až se s vámi budeme moc podělit o další poznatky.**



---

<sup>6</sup> Mediadelcom podcast #29. Cf. <https://www.mediadelcom.eu/podcast/>

## Autoři



**Peter Berglez** je profesorem médií a komunikace na Univerzitě Örebro ve Švédsku. Jeho hlavními oblastmi výzkumu jsou žurnalistická studia, environmentální komunikace a kooperativní/kolaborativní komunikace.



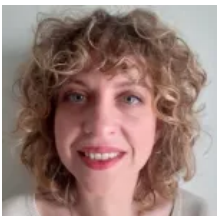
**Tobias Eberwein** je zástupcem ředitele a vedoucím výzkumné skupiny v Institutu pro srovnávací mediální a komunikační studia Rakouské akademie věd a Univerzity v Klagenfurtu. Jeho výzkum se zaměřuje na oblasti mediální etiky a odpovědnosti médií, mediálních struktur a řízení médií, žurnalistiky, mediálních inovací a mediálních změn, jakož i na srovnávací výzkum komunikace a médií.



**Halliki Harro-Loit** je profesorkou žurnalistiky na univerzitě v Tartu, je koordinátorkou projektu Mediadelcom. Mezi její výzkumné zájmy patří časová analýza novinářského diskurzu, srovnávací analýza novinářských kultur, novinářská a komunikační etika a právo, mediální politika, analýza diskurzu a mezilidská komunikace.



**Iveta Jansová** je odbornou asistentkou a zástupkyní vedoucího Katedry mediálních studií a žurnalistiky na Masarykově univerzitě v Brně. Jejími výzkumnými oblastmi jsou fan studies, audience studies a studium mediální reprezentace marginalizovaných identit.



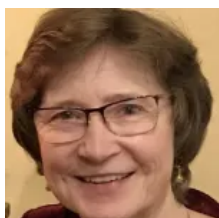
**Anna Kandyla** je výzkumnou pracovnící Řecké nadace pro evropskou a zahraniční politiku (ELIAMEP). Její výzkumné zájmy zahrnují mediální a politickou komunikaci a studium politické participace a institucí se zvláštním zaměřením na Evropskou unii.



**Ragne Kõuts-Klemm** je docentkou sociologie žurnalistiky, vede Institut sociálních studií na univerzitě v Tartu. Její odborná specializace zahrnuje teorie médií a komunikace a sociologické metody analýzy médií. Zajímá se také o integraci ruské menšiny, měnící se vzorce užívání médií a sociální změny, transparentnost žurnalistiky a kulturních médií a trendy v sociálních médiích.



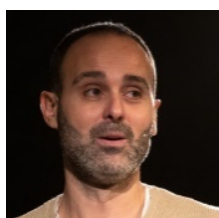
**Marcus Kreutler** je výzkumným pracovníkem Institutu Ericha Brosta pro mezinárodní žurnalistiku na univerzitě TU Dortmund a zároveň vystudovaným novinářem. Jeho hlavním výzkumným zájmem je mezinárodní a nadnárodní komunikace, zahraniční zpravodajství a odpovědnost médií.



**Epp Lauk** je profesorkou žurnalistiky na Univerzitě Vytautase Magnuse v Kaunasu v Litvě a hostující profesorkou na Univerzitě v Tartu v Estonsku. Zabývá se výzkumem demokratizace a transformace médií a širokým spektrem otázek spojených se změnami a profesionalizací žurnalistiky.



**Jan Motal** je docentem na Katedře mediálních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity, kde vede tým Centra pro mediální etiku a dialog. Věnuje se mediální etice, s MFDF Jihlava organizuje konference o etice v dokumentárním filmu.



**Martín Oller Alonso** získal doktorát z žurnalistiky na Univerzitě Rey Juan Carlos v Madridu (2012) a v současné době absoluuje postgraduální stáž na Univerzitě v Miláně, kde se zaměřuje na politickou komunikaci. Je aktivně zapojen do výzkumných týmů Mediadelcom (2021-2023) a WJS (2008–současnost). I když se Oller Alonso věnuje své práci v Evropě, nadále se akademicky angažuje v Latinské Americe, především přispívá k výzkumu žurnalistiky v Ekvádoru a na Kubě.



**Mart Ots** je docentem na Jönköping International Business School. Zabývá se především rozhodováním a organizací marketingové komunikace, mediálními značkami a marketingem mediálních firem a švédskou a mezinárodní mediální politikou.

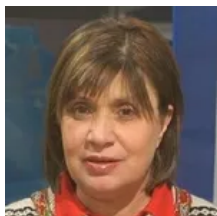


**Zrinjka Peruško** vede chorvatský tým společnosti Mediadelcom. Je profesorkou sociologie médií na katedře médií a komunikace Fakulty politických věd Univerzity v Záhřebu. Peruško se zabývá komparativní analýzou proměn mediálních systémů, kultur a dynamiky publika.

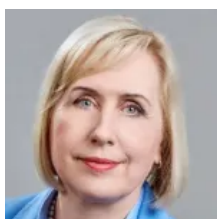


EU.

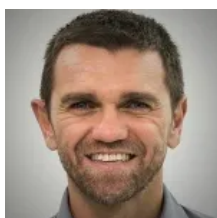
**Evangelia Psychogiopoulou** je docentkou na Peloponéské univerzitě a vedoucí výzkumnou pracovnící Řecké nadace pro evropskou a zahraniční politiku (ELIAMEP). Mezi její hlavní oblasti výzkumu patří: Právo a správa EU, základní práva, soudní dialog, digitální média a digitální technologie v EU, mainstreaming politik v EU a kulturní regulace



**Lilia Raycheva** je profesorkou v oboru médií a komunikace na Sofijské univerzitě svatého Klimenta Ochridského a bývalou členkou národního regulátora vysílání (CEM). Mezi její výzkumné zájmy patří: vývoj mediálního ekosystému, jazyk obrazovky, politická komunikace, využívání médií a mediální gramotnost.



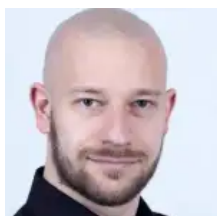
**Anda Rožukalne** je profesorkou a vedoucí vědeckou pracovnící na Fakultě komunikace Rižské univerzity Stradiņš v Lotyšsku. Mezi její odborné oblasti patří vývoj novinářských hodnot, mediální systémy, regulace a samoregulace médií a studium mediálního publika.



**Sergio Splendore** je docentem na univerzitě v Miláně. Jeho odbornými oblastmi jsou epistemologie a důvěra v média. Od roku 2015 se podílí na studii Worlds of Journalism a od roku 2018 je členem sítě Nepocs (The Network of European Political Communication Scholars). Publikuje v předních mezinárodních časopisech.



**Alnis Stakle** je docentem komunikačních studií na Rižské univerzitě Stradiņš a ředitelem bakalářských studijních programů "Multimediální komunikace" a "Fotografie". Jeho současný výzkum a výuka se zaměřují na fotografii, vizuální komunikaci a mediální gramotnost.



**Filip Trbojević** je doktorandem politologie na Záhřebské univerzitě. Jeho výzkumným zájmem jsou mediální systémy, demokratické transformace a kvantitativní a kvalitativní metodologie výzkumu.



**Dina Vozab** je odbornou asistentkou na Katedře médií a komunikace Fakulty politických věd Záhřebské univerzity. Její výzkumné zájmy se zaměřují na média a demokracii, politickou komunikaci, mediální systémy, média v postsocialistické Evropě a mediální publikum.



**Lenka Waschková Císařová** působí jako odborná asistentka a vedoucí Katedry mediálních studií a žurnalistiky Masarykovy univerzity v Brně. Ve své výuce a výzkumu se zaměřuje na novinářskou práci, lokální média, vlastnictví médií a transformaci mediálních trhů.