

Média o médiích: Jak česká média informují o problematice médií

Jan PODZIMEK

Media on the media: How do the Czech media inform about the media issues

Abstract: The study is focused on how the contemporary Czech media inform about media issues. The research sample is based on keywords related to crucial issues (e.g., disinformation), standards of the journalist profession, and legislative measures. Owing to the application of the discourse analysis, we managed not only to describe the discussed topics but also to explore many hidden aspects characteristic for the contemporary situation of this discourse: from narrative framing and semantic definition of some terms to unspoken presumptions, which are taken for granted. The study has also discovered a change in using the terms *disinformation*, *fake news*, and *hoax*.

Key Words: Media education, Media literacy, Disinformation, Fake news, Discourse analysis

Úvod

Dezinformace, fake news, objektivita, kodexy, mediální rady – zorientovat se v problematice médií je pro současné diváky, posluchače či čtenáře náročné. Zvyšování mediální gramotnosti má mnoho podob:

zavádění mediální výchovy do škol se však zatím týká jen malé části populace, a tak největším prostředkem osvěty zůstávají právě média. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak současná česká média informují o problematice médií.

1 Metoda

K realizaci výzkumného záměru byla použita analýza diskurzu, neboť výzkumnou otázku lze označit za snahu o rekonstrukci specifického mediálního diskurzu. V rámci nastavení metody bylo nutné určit kritéria pro výběr vzorku a specifikovat druh analýzy diskurzu a jeho konkrétní aplikaci.

1.1 Výběr vzorku

Abychom vybrali klíčová slova reprezentující problematiku médií v dostatečné šíři, zaměřili jsme se na tři oblasti. První tvoří nepravdivé či manipulativní informace; sem patří klíčová slova: dezinformace, fake news a hoax. Druhou oblastí jsou standardy novinářské práce; sem patří objektivita a kodex. Třetí oblastí je legislativa, jež souvisí i s regulačními orgány; sem patří: Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi, Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu a RRTV. Klíčová slova byla vyhledávána ve všech pádech a zákony byly hledány nadvakrát: nejprve skrze číslo zákona, poté skrze jeho zkrácený název.

Zkoumaný vzorek tvořily televize ČT24, CNN Prima News a TV Nova, rozhlasové programy ČRo Dvojka a ČRo Plus a zpravodajské weby DVTV a Seznam.cz TV. Tištěné noviny zařazeny nebyly mj. proto, že nás v případě publicistiky zajímalo i chování moderátorů, které se na tištěném rozhovoru posuzuje hůře než na audio či videozáznamu.¹

Z vybraných médií byly pomocí databáze Newton Media Monitoring získány texty obsahující alespoň jedno z uvedených klíčových slov. Zkoumané období bylo 1. 1. 2021 – 24. 8. 2021. Po očištění od nerelevantních textů (zejm. u slova „kodex“) tvořilo zkoumaný vzorek 49 textů.

1.2 Analýza diskurzu

V oblasti analýzy diskurzu existuje řada teoretických pojetí, analytických přístupů i vymezení pojmu „diskurz“ (viz Schneiderová 2015, Weiss & Wodak 2003, Caldas-Coulthard & Coulthard 2003). S přihlédnutím k výzkumnému záměru považujeme za nejvhodnější přístup Jamese Paula Geeho, jehož definice diskurzu zní takto: „*Diskurzy jsou způsoby provádění a rozlišování různých druhů sociálně situovaných a významných identit skrze používání jazyka spojeného s charakteristickými druhy jednání, interakce, přesvědčení, hodnot a používání různých druhů předmětů [...], nástrojů a technologií v součinnosti s ostatními lidmi.*“ (Gee, 2014, s. 156–157)

Diskurz tedy nezahrnuje jen diskutovaná témata a způsob jejich uchopení, ale i celý hodnotový systém, z něhož vychází komunikace a jednání. Van Leeuwen toto pojetí nazývá „foucaultovským“ (2008, s. 6) a diskurz v něm má povahu „*sociálně konstruované znalosti určitého aspektu reality*“ (Leeuwen, 2005, s. 94). Povaha diskurzu je dána sumou již řečeného, a naopak to, co je v rámci diskurzu pronášeno, je z hlediska obsahových i formálních vlastností určováno povahou diskurzu. Tuto skutečnost dobře vystihuje Faircloughův koncept rámcování diskurzu. V rámci něho jsou texty součástí diskurzivních praxí, které jsou součástí sociálních praxí (Fairclough, 1993, s. 71–73). Vztah mezi těmito rovinami je komplexní a obousměrný.

Aby bylo možné diskurz analyzovat, je nutné vědět, jakým způsobem a v jakých rovinách můžeme uchopit jeho jednotlivé prvky. J. P. Gee (2005) uvádí šest základních rovin diskurzu; jsou jimi: 1. jazyk, 2. intertextualita, 3. narativ, 4. diskurzivní modely, 5. diskuze, 6. diskurzy. Pro analýzu těchto rovin, a tedy i celého diskurzu, byly využity různé dílčí koncepty, jež pod ně spadají, jako jsou zkoumání sémantiky, rétoriky, poetiky, implikací a presupozic (Eco, 2004), aluzí, hodnotových systémů, narativních prvků a další.

2 Analýza

Přestože se jedná o kvalitativní výzkum, je nutné zmínit i dva kvantitativní aspekty. Tím prvním je zastoupení problematiky médií na jednotlivých programech, jež bylo silně nerovnoměrné:

Tabulka č. 1: Podíl jednotlivých programů na zkoumaném vzorku

Programy	#	%
ČT24	24	49
ČRo Plus	12	24
DVTV	7	14
ČRo Dvojka	4	8
TV Nova	2	4
CNN Prima News	0	0
Seznam.cz TV	0	0

Vidíme, že 81 % veškerého informování o problematice médií vykonávají veřejnoprávní média. Přestože studie nebyla nastavena pro kvantitativní výzkum, rozdíl je natolik zásadní, že je potřeba na něj upozornit. V tomto ohledu je nutné dodat, že přispívat k mediální gramotnosti a výchově není zákonnou povinností provozovatelů s licenci ani provozovatelů ze zákona (tj. veřejnoprávních). V souladu s § 6 odst. 1 písm. i) zákona č. 231/2001 Sb. žádá Rada pro rozhlasové a televizní vysílání po provozovatelích s licenci i ze zákona každoročně vyjádření, jak se podíleli na mediální gramotnosti; dotazník je však čistě informativní.

Druhým kvantitativním aspektem je rozložení textů do pořadů. Pod pojmem „text“ si můžeme představit jednu epizodu pořadu, popřípadě jednu zprávu či reportáž v jedné epizodě pořadu. Celá DVTV je jeden pořad, TV Nova nabídla dva pořady: ranní a večerní zprávy; hlavní otázkou proto bylo porovnání ČT a ČRo:

Tabulka č. 2: Zastoupení pořadů na ČT24

Pořad	Program	Textů	%
Newsroom ČT24	ČT24	16	67
Události, komentáře	ČT24	5	21
90' ČT24	ČT24	2	8
Horizont ČT24	ČT24	1	4

Tabulka č. 3: Zastoupení pořadů na ČRo Plus a ČRo Dvojka

Pořad	Program	Textů	%
Interview Plus	ČRo Plus	5	31
Jak to vidí	ČRo Dvojka	4	25
Vinohradská 12	ČRo Plus	4	25
Evropa Plus	ČRo Plus	1	6
Speciál	ČRo Plus	1	6
Zaostřeno	ČRo Plus	1	6

Vidíme, že témata spojená s médii jsou na ČRo rozložena poměrně rovnoměrně do více pořadů, zatímco na ČT24 jsou dvě třetiny koncentrovány v pořadu Newsroom 24. Vzhledem k jeho zaměření je to pochopitelné, patrně kvůli tomu však problematika médií nebývá příliš často zařazována jinam. Kvalita informování o mediální problematice tak výrazně závisí na kvalitě pořadu a jeho produkčního týmu – u rovnoměrnějšího rozložení do více pořadů na ČRo tento problém nehrozí, zároveň zde však nenajdeme pořad specializovaný přímo na média.

2.1 Témata a platformy

Pro hlubší pochopení povahy daného diskurzu se musíme seznámit s tím, jakými tématy se zkoumané texty zabývaly a na jaké platformy se zaměřovaly. Dominantními tématy z oblasti médií byly ve zkoumaném období: covid-19 a přístup médií a politiků k tomuto tématu; sociální sítě, zejm. zrušení účtů Donalda Trumpa; dění v mediálních radách, zejména v Radě ČT okolo Hany Lipovské a Lubomíra Veselého; vztah médií a demokracie; dezinformace, konkrétně jejich vztah k Rusku a vliv na politiku.

Pokud jde o mediální platformy, nejčastěji diskutované byly sociální sítě. Mluvílo se především: o jejich výrazném vlivu v kombinaci s tím, že stále nejsou příliš prozkoumané, pochopené veřejností ani dostatečně legislativně ošetřené; o otázkách spojených se zrušením účtů D. Trumpa a o regulaci obsahů obecně; o vztah dezinformací a sociálních sítí; o výhodách i nevýhodách sociálních sítí. Do protikladu k nim byla dávana

tzv. tradiční média (noviny, rozhlas, televize); ta byla samostatně řešena především v kontextu mediálních rad, ale i posláním veřejnoprávních médií. Ve vztahu k dezinformacím se mluvilo i o řetězových e-mailech, konkrétně o jejich zacílení na seniory (srov. Jirků, 2018).

2.2 *Narativy*

Komplikovaná skutečnost, že hlavním zdrojem informování o médiích jsou sama média, se odráží ve způsobu, jímž uchopují jednotlivá témata, a jaké k nim vytvářejí narativní rámce. Dominujícím způsobem uchopení problematiky bylo použití hostů: šlo o novináře z jiných médií, analytiky, politiky aj. Moderátoři se poměrně často ptali, co by měli novináři, resp. provozovatelé dělat (jak informovat o covidu-19, jak regulovat obsah sociálních sítí atd.), protiargumenty zohledňující profesní praxi, standardy a rutiny však nevznášeli.

Z hlediska narativů je zásadní dichotomie „my vs. oni“. Ta se projevovala v tom, že probíraná média byla většinou jiného druhu, než na jaké platformě byl text publikován; zejména se jednalo o téma sociálních sítí diskutované v televizi či rozhlasu. Druhou pozicí bylo, že se mluvilo o médiích obecně. Tento narativ byl z podstaty spojen jen s určitými tématy, zejména s diskuzí o vztahu možnosti výkonu novinářské profese ke kvalitě demokracie v dané zemi.

Třetí narativní pozicí byl případ, kdy médium mluvilo o sobě, a to ať už na úrovni platformy (televize o televizi), nebo konkrétního provozovatele (ČT o ČT). Výrazné byly dva případy: v prvním se řešila problematičnost sociálních sítí, byť tam daná média (v daných případech ČRo a DVTv) mají své stránky. Moderátoři však na tuto skutečnost nepoukazovali, a to z toho důvodu, že úskalí sociálních sítí, např. šíření dezinformací, spočívají do značné míry (být ne výhradně) ve vědomém záměru postupovat nestandardně, bez respektování novinářských standardů a etiky; jestliže má na sociálních sítích stránku médium, které se prezentuje jako seriózní, předpokládá se obdobná kvalita obsahu i tam. Druhý případ, kdy médium informuje samo o sobě, bylo informování o Radě ČT na programu ČT24. Zpozorovali jsme dvě zjevné pojistky posilující objektivitu textů na toto téma: moderátoři ČT uváděli jen jasná fakta, komentáře přidávali externí hosté; moderátor J. Železný hned

na začátku jedné reportáže uvedl, že ČT musí o ČT (resp. o Radě ČT) informovat jako o jakékoli jiné instituci a že Rada ČT nesmí zasahovat do výroby. Tím zdůraznil, že pořad není „tiskovým prohlášením“ Rady ČT. V těchto pořadech byla jasná dichotomie my vs. oni, kdy Rada ČT nebyla pojímána jako součást „my, ČT“. Příčiny tohoto narativního uchovení však není nutné hledat v napjaté situaci mezi vedením ČT a Radou ČT, ale v roli Rady ČT, která ze zákona vystupuje jako kontrolní orgán (viz § 8 zákona č. 483/1991 Sb.).

2.3 Aktéři

V souvislosti problematikou médií je zapotřebí věnovat pozornost nejen tématům (viz 3.1), ale i aktérům, neboť to, čím vztah k médiím se řeší (a v jakých souvislostech), je dalším zásadním rysem celého diskurzu problematiky médií.

Možná překvapivě nebyla nejčastěji rozebíraným aktérem sama média (novináři, provozovatelé), ale stát (vláda, ministři, státní správa). Diskuze se zaměřovala na roli státu v souvislosti s komunikací s veřejností skrze média (včetně sociálních sítí), zejm. o covidu-19, a s přesvědčením, že úkolem státu je vyvracení dezinformací a trestání jejich šíření. Z projevů hostů i novinářů byla implicitně i explicitně patrná shoda na významnosti této role, s čímž souvisejí i časté apely, že by ji stát měl vykonávat co nejlépe.

Až poté následovala média. Zdůrazňována byla jejich role především v souvislosti s kontrolou vlád (watchdog) a jako indexu demokratičnosti zemí a v boji proti dezinformacím, a to nejen v souvislosti s covidem-19, ale velmi často i obecně. Kromě toho zde byla přibližována práce reportérů, např. ve válečných konfliktech či na covidových odděleních nemocnic, a diskutovány etické otázky, např. zda informovat o závažnosti pandemie covidu-19 skrze „odlidštěná“ čísla, nebo skrze příběhy působící na emoce, zda zveřejňovat drastické záběry či zda k určitým názorům hledat za každou cenu protinázor, ať by byl jakkoli bizarní. Toto hledání protinázorů vedlo v době pandemie covidu-19 k tomu, že se do médií dostaly i názory, jež by do mainstreamových médií za normálních okolností nepronikly. Vyváženost tohoto typu je přitom pouze formální, neboť není zárukou objektivity ani její nezbytnou podmínkou. Příčiny tohoto hledání

protinázorů nejsou zcela jasné, doložit lze dvě: První je výše zmíněná skutečnost, že covid-19 oživil některé otázky ohledně povahy zpravodajství a publicistiky; hledání protinázorů za každou cenu by pak byla pojistka, jak se krýt, a součást zvýšené obezřetnosti médií. Druhou příčinou je nejasné nastavení hodnoticích kritérií kontrolních a regulačních orgánů, tj. RRTV a Rady ČT a Rady ČRo, resp. způsobu jejich aplikace.²

Zmíněnou roli státu nezaměňujeme s rolí politiků či politických stran. O médiích se mluvilo jako o prostředku pro politický marketing, ale zároveň i jako o prostoru pro regulaci. Ta může mít mnoho podob od informování o činech politiků, včetně nepravd, rozporů ve výrocích atd., až po vlastní dojem z vystupování politika v médiích, zejména v diskuzních pořadech, kde je konfrontován s otázkami moderátora i výroky ostatních politiků. Ve vztahu k novým médiím se zde opakují tři témata: že úspěch sklídí politici, kteří pochopí povahu médií, včetně sociálních sítí; na rozdíl od státu a vlády to však u politiků nebývá formulováno jako apel, politici, kteří chtějí podrýt roli médií jako strážců demokracie, a politici, kteří podporují dezinformační weby.

Druhý bod může mít mnoho podob od těch jasně patrných, jako je chování Ruska vůči nezávislým médiím či zahraničním novinářům, regulace sociálních sítí v Číně atd. V prostředí demokratické České republiky je patrně nejvýraznějším problémem tohoto typu fakt, že součástí holdingu Agrofert spojeného s premiérem A. Babišem je i mediální společnost MAFRA. Nemenším problémem je však to, když politici do funkcí v mediálních radách volí lidi, kteří otevřeně brojí proti veřejnoprávním médiím.

Třetí bod je spojený s určitým druhem politiky. Jde o komunikaci, která působí spíše na emoce než na rozum, využívá tedy populistické prvky. A vzhledem k tomu, že řada českých dezinformačních webů je proruská³, jde o strany, které tuto politickou orientaci prosazují. Navzdory tomu mohou působit především silně nacionálně, protože součástí narativu dezinformačních webů je i silná opozice proti EU, NATO a dalším strukturám západní společnosti. V rámci analýzy jsme se setkali se dvěma situacemi: že sama existence dezinformačních webů či hromadných e-mailů některým politickým subjektům pomáhá, aniž by se na ní podílely, že někteří politici záměrně šíří na sociální sítě informace

z dezinformačních webů (bez přiznání zdroje nebo s ním). Jádrem souvisejících diskuzí byla otázka vlivu, neboť to bývají obvykle až politici (či jiní influenceři), kdo dokáže vzít obskurní téma z dezinformačního webu, seznámit s ním širokou veřejnost a udělat z něj rádobu normální téma. Proto s tím těsně souvisí téma regulace obsahů na sociálních sítích.

2.4 Nevyslovené předpoklady

Napříč většinou textů se setkáváme s určitými nevyslovenými předpoklady a představami, jež konstruují současnou podobu diskurzu problematiky médií v České republice.

Patrně nejvýraznější z nich je vztah médií k veřejnému prostoru, kdy média jsou považována za jeho zásadní součást, neboť umožňují informování, komunikaci státních i nestátních aktérů s veřejností, ale i lidí mezi sebou. Tradiční média umožňují první dva body, sociální sítě všechny tři. Z tohoto důvodu je médiím připisován zásadní vliv při formování názoru veřejnosti na vládu, politické strany, určité názorové proudy, konkrétní události atd. Z tohoto důvodu bylo velmi diskutované a kontroverzní téma, zda sociální sítě mohou někomu natrvalo smazat či zablokovat účet.

Dalším výrazným skrytým předpokladem bylo chápání toho, že možnost svobodně a bezpečně vykonávat novinářskou profesi je v přímé úměře ke kvalitě demokracie v dané zemi.

Nenápadný, ale velmi pozoruhodný je fakt, že novináři ve zkoumaných textech zacházeli s pojmy „dezinformace“, „fake news“ a „hoax“ tak, jako by předpokládali, že je diváci již v základě znají a není třeba jim je představovat. To je výrazný posun oproti situaci z doby před několika lety (srov. Podzimek 2018). Zároveň je k těmto pojmům přistupováno poněkud jinak i v tom smyslu, že stále přibývá jasných důkazů, že nemusejí ovlivňovat jen názory, ale i činy: dezinformace prokazatelně motivovaly útok davu na americký Kapitol, stejně jako Jaromíra Baldu, prvního českého občana odsouzeného za terorismus.

Součástí nevyslovených předpokladů je i předjímání toho, že diváci něco neznají a že to bude třeba vysvětlit. Šlo především o témata spojená s legislativním ukotvením médií. Prvním z nich jsou mediální rady. Všechny pořady vycházely z předpokladu, že se tyto rady lidem pletou a že lidé neznají poslání rad ani způsob volby členů.

Druhým tématem jsou sociální sítě a pravomoc provozovatelů zasahovat do zveřejňovaných obsahů a zrušit či zablokovat něčí účet. Veřejnost nemá přehled o související legislativě; ta je ostatně teprve v zárodku, a proto lze na sociální sítě aplikovat pouze některé obecné zákony spojené s konkrétními situacemi, jako jsou např. hanobení národa, rasy, etnické nebo jiné skupiny osob (§ 355 zákona č. 40/2009 Sb.) či šíření poplašné zprávy (§ 357 tamtéž), a samozřejmě také smluvní podmínky mezi uživatelem a poskytovatelem služby. Jejich součástí bývá i právo poskytovatele zablokovat obsahy či celý účet uživatele. To se některým lidem instinktivně přičí, což bylo implicitně či explicitně patrné u některých hostů: rozpor mezi svobodou slova a regulací; jedním z problémů je v této souvislosti fakt, že navzdory tomu, že svoboda slova není nikde absolutní a tresty za výroky na internetu už padly, řada lidí má přesto dojem, že na sociálních sítích je možné psát a sdílet cokoliv, autorita regulátora – opakovaně jsme se setkávali s názorem, že není správné, aby obsahy mazal či blokoval poskytovatel služby, ale že by to měl být soud; realita je však pestřejší: příspěvek může odstranit autor, správce skupiny, poskytovatel služby i soud svým nařízením; nenárokovatelnost služby – sociální sítě jsou produkty soukromých firem a jejich užívání není nárokovatelné, a přesto vyloučení z nich (jako se to stalo D. Trumpovi) budí dojem nespravedlnosti a vyloučení z celého veřejného prostoru, neboť sociální sítě dnes představují jeho tak významnou část, že bychom mohli mluvit o „komercializaci“ veřejné sféry.

Poslední oblastí, u níž novináři předpokládali, že je třeba ji divákům vysvětlit, je financování médií. Nejvýraznějšími tématy bylo vyvracení představy, že média zdarma (např. zpravodajské weby) jsou zdarma, koncesionářské poplatky veřejnoprávních médií. S tímto tématem těsně souvisí i rozdíly mezi státními, veřejnoprávními a komerčními médii, tam se však naopak předpokládalo, že je diváci znají.

2.5 Kontextualizace

Problematika médií byla dávána do širšího kontextu, a to dvěma způsoby, jež odpovídají synchronnímu a diachronnímu výzkumu (Saussure 1996, s. 108–126) – jen aplikovanému na diskurz namísto jazyka jako celku.

Na synchronní úrovni šlo o srovnávání České republiky s dalšími zeměmi či s mezinárodním měřítkem. Nalezli jsme mj. různá srovnání s Německem, Polskem a Maďarskem, vyjádření Evropské vysílací unie k situaci v Radě ČT, analýzu pozice ČR v Indexu svobody médií sestavovaném Reportéry bez hranic. (Případy, kdy hlavním předmětem nebyla ČR, ale mediální situace v jiné zemi, byly USA a Rusko.)

Diachronní úroveň reflektující kontext dějin médií zde byla také jasně přítomna; šlo např. o proměnu ruské propagandy v čase, proměnu povahy médií v posledních dekadách, problém současného dění v Radě ČT v kontextu přátelství H. Lipovské a J. Bobošíkové.

2.6 Pojetí

U některých témat bylo nutné prozkoumat způsob jejich uchopení. Nejvýraznější to bylo u tématu dezinformací. (Protože jde o rekonstrukci diskurzu, připomínám, že jde o uchopení nejen ze strany novinářů, ale i hostů-odborníků.) V rámci uchopení můžeme rozlišit několik klíčových aspektů:

Prvním je sémantická rovina. Dezinformace byly prezentovány jako ekvivalent lži, či naopak jako prostředek manipulace, který může mít i podobu objektivní informace vytržené z kontextu.

Druhým aspektem je otázka původu dezinformací. V této souvislosti byla výrazně zdůrazňována intencionalita počínání Ruska při šíření dezinformací do zahraničí (zejm. ruský státní Sputnik), zatímco „amatérské“ dezinformační weby byly zmiňovány jen minimálně a dezinformační weby s jinou než proruskou či protivakcinační tematikou prakticky vůbec.

Třetím aspektem jsou principy fungování. Novináři i hosté z řad odborníků mají hlubší vhled do principů fungování dezinformačních webů, který poskytují divákům. Tento trend je dlouhodobý (srov. Podzimek 2018) a jako nové téma se v něm objevilo přecházení dezinformací z „temných koutů internetu“ do informačního mainstreamu.

Čtvrtým aspektem uchopení dezinformací je konkrétnost. V řadě textů jsou uváděny i názvy dezinformačních webů (Sputnik, Russia Today, Parlamentní listy, Pravdivě.eu), příklady dezinformací, akce podporovatelů dezinformací (demonstrace), jména politiků a politických stran

podporujících dezinformace (M. Zeman, V. Klaus st., SPD, ANO, KSČM). Zatímco u uvádění příkladů dezinformací přetrvává etická otázka, zda nejde o jejich šíření, uvádění jmen webů, politiků a stran lze vnímat jako pozitivní dílčí případ naplnění možnosti svobodného výkonu novinářské profese bez politických tlaků.

Závěry

Studie toho, jak současná česká média informují o problematice médií, přinesla především následující zjištění:

Ze zkoumaných médií o ní jednoznačně nejvíce informují veřejno-právní média. Příslušné zákony (o ČT a o ČRo) jim přitom povinnost pokrývat toto téma neukládají.

Nejdiskutovanější platformou jsou jednoznačně sociální sítě.

Nejvýraznějšími tématy spojovanými s problematikou médií byly ve zkoumaném období pandemie covidu-19 a zrušení účtů D. Trumpa na sociálních sítích. První téma bylo spojováno s otázkami typu, jakým způsobem by měli novináři informovat o situaci, zda se média nepodílejí na umělé přesycenosti určitým tématem, zda je ke každému stanovisku potřeba hledat opoziční postoj atd. Ještě výraznější skupinou otázek však bylo, jakým způsobem by měla skrze média komunikovat s veřejností vláda a státní správa. Opakovaně zazníval apel, aby si osvojily schopnost komunikovat srozumitelně, přehledně a efektivně do různých druhů médií včetně sociálních sítí. Tento apel byl pravděpodobně nejvýraznějším prvkem, který v oblasti českých médií způsobil covid-19.

Téma spojené s D. Trumpem se týká otázky zodpovědnosti za obsahy zveřejňované na sociálních sítích a práva na jejich blokování, popřípadě blokování celého uživatelského účtu. Tato otázka se v odborných kruzích řeší již delší dobu, kauza s americkým exprezidentem ji však představila široké veřejnosti.

Nejvýznačnějšími pozorovanými rysy informování o problematice médií v současných českých médiích jsou konkrétnost a (2.) kontextualizace. Konkrétnost se projevuje na několika rovinách. První z nich je uvádění konkrétních názvů dezinformačních webů, politiků šířících

dezinformace, příkladů dezinformací atd. Tento aspekt lze hodnotit jako dílčí projev možnosti svobodně vykonávat novinářskou profesi. Druhou rovinou konkrétnosti je ukazování hlubších principů fungování dezinformací a širších souvislostí, jež bylo přítomno poměrně často. Příčinu lze hledat v průběžném zkoumání tématu, ale i v představě o tom, že je důležité o něm poučovat veřejnost.

I když nejdiskutovanějším tématem jsou média v České republice⁴, ze zkoumaných textů je jasně patrné, že je nelze uchopit bez širší kontextualizace. Ta má podobu buď srovnání s jinými zeměmi, nebo s historickým vývojem. Kromě toho zde spatřujeme i další druh kontextualizace, který má zároveň povahu konkretizace: u řady jevů bývá – zejména díky společenskovědním výzkumům – doplněn jejich vztah k určitým skupinám společnosti. Příkladem je vztah mezi proruskými dezinformacemi a voliči KSČM či mezi řetězovými e-maily a seniory.

Poznámky:

1 Dále k výběru vzorku: ČT 1 nebyla zařazena, protože drtivá většina jejího zpravodajského a publicistického obsahu je vysílána na ČT24. Z rozhlasu nebyli zařazeni jiní provozovatelé než ČRo, neboť jiní provozovatelé poskytují zpravodajství a publicistice jen minimální prostor (licence viz <https://www.rrtv.cz/cz/>); ČRo Radiožurnál nebyl zařazen proto, že ČRo Plus a ČRo Dvojka poskytují výrazně větší prostor publicistice.

2 To se projevuje mj. tím, že pojmy „objektivita“ a „vyváženost“, jejichž dodržování vymáhá po provozovatelích § 31, odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., jsou tzv. neurčité právní pojmy, to znamená, že nejsou v zákoně definovány. O to potřebnější by bylo vytvoření kvalitní jednotné metodiky, ideálně schválené nezávislými odborníky a transparentně zveřejněné.

3 Např. aeronet.cz, cz24.news, parlamentnilisty.cz či svobodne-radio.cz.

4 Spíše než „česká média“, protože pod výraz „média v České republice“ patří i např. to, jakým způsobem čeští politici používají Facebook či Twitter.

Literatura:

- CALDAS-COULTHARD, C. R., COULTHARD, M. (eds.) *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. Taylor & Francis e-Library, 2003.
- ECO, U. *Meze interpretace*. Praha: Karolinum, 2004.
- FAIRCLOUGH, N. *Discourse and Social Change*. Polity Press, 1993.
- GEE, J. P. *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and method*. New York: Routledge, 2005.
- GEE, J. P. *How to do Discourse Analysis: A Toolkit*. New York: Routledge, 2014.
- JIRKŮ, J. Reprezentace „pseudoreality“ v řetězových e-mailech a jejich vnímání seniory. In BUČKOVÁ, Z. et al. (eds.) *Megatrendy a médiá 2018: Realita a mediálně bubliny*. Trnava: Fakulta masmediální komunikace UCM v Trnave, 2018, s. 61–73. Dostupné z: http://fmk.sk/download/Megatrendy-a-media_Realita-a-medialne-bubliny.pdf.
- KUL. Balda spáchal teroristický čin. Nejvyšší soud odmítl skutek překvalifikovat. *Česká televize: ČT24* [online]. Česká televize, 1996–2021, 18. 12. 2019 [cit. 2021-9-29]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3007673-ani-nejvyssi-soud-nezbavil-seniora-baldu-trestu-za-terorismus>
- LEEUEWEN, T. *Introducing Social Semiotics*. New York: Routledge, 2005.
- LEEUEWEN, T. *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press, 2008.
- PODZIMEK, J. Pojem „fake news“ v českých médiích. *Civilia – Odborná revue pro didaktiku společenských věd*, 2018, roč. 9, č. 2, s. 23–36.
- SAUSSURE, F. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha: Academia, 1996.
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa. *Analýza diskurzu a mediální text*. Praha: Karolinum, 2015.
- Usnesení Nejvyššího soudu ze dne 11. 12. 2019, sp. zn. 8 Tdo 1089/2019. Dostupné také z: https://www.nsoud.cz/Judikatura/judikatura_ns.nsf/WebSearch/3117B-51D4BBB20E3C12584F800349F0F?openDocument&Highlight=0,null,
- WEISS, G., WODAK, R. (eds.) *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity*. Palgrave: Macmillan, 2003.
- Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*.
- Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi. In *Sbírka zákonů České republiky*.
- Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu. In *Sbírka zákonů České republiky*.
- Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník. In *Sbírka zákonů České republiky*.

Tento výzkum byl podpořen z projektu SVV IKSŽ FSV UK 260 598.

Kontakt na autora příspěvku:

Mgr. Jan Podzimek

Univerzita Karlova

Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Smetanovo nábřeží 6

110 01 Praha 1

e-mail: jan.podzimek@fsv.cuni.cz