

Zasedání Rady 16 / poř.č.: 40

Dne: 04. - 05. září 2012

Identifikátor: 0635(2012)

zpracoval: HUŠKOVÁ Vilma

Věc:

Mediální obraz Romů

Termín pro (vypravení) rozhodnutí Rady:

Návrh na usnesení Rady:

Rada se seznámila s materiálem Mediální obraz Romů.

Usnesení Rady:

Rada se seznámila s materiálem Mediální obraz Romů.

11-0-0

Přílohy:

Dokument (text materiálu, 17.8.2012, text);

Lustrum:

Mediální obraz Romů

Problematika kontroverzní mediální prezentace Romů je v posledních několika měsících velmi aktuální, a to zejména v souvislosti s tzv. břeclavskou kauzou, kdy těžce zraněný patnáctiletý chlapec z Břeclavi uvedl, že jej zbili tři mladí Romové a následně, po několika týdnech vyšetřování, vyšlo najevo, že si chlapec tento útok vymyslel. Celá záležitost vyvolala obrovskou mediální odezvu. Romské organizace se začaly obracet na příslušné státní úřady s žádostmi, aby se zasadily o to, aby média nadále nešířila podobné neověřené informace, v jejichž důsledku dochází k vyhocení vztahů mezi Romy a majoritní společností.

Jedním z oslovených orgánů byla rovněž Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Rada byla vyzvána, aby učinila kroky, které zamezí posilování anticiganistických nálad prostřednictvím médií. Hlavní výhrady směřovaly nejen k informování o smyšleném břeclavském útoku, ale obecně i k faktu, že média, zejména pak televize Nova, věnují nepřiměřenou pozornost kriminální činnosti Romů a také, že při informování o událostech s kriminálním pozadím zveřejňují romskou etnicitu. Takové počínání romští aktivisté přirovnávají k událostem ve 30. letech minulého století v Německu, kdy média svými štvavými kampaněmi výrazně přispěla k rozpoutání protizidovských pogromů.

Rada v reakci na tyto výzvy připravila projekt rozsáhlého monitoringu televizního vysílání zaměřeného na zpravodajství o kriminálních činech s identifikací romské etnicity. Monitoring se soustředil výhradně na program Nova a hlavní zpravodajskou relaci Televizní noviny. První fáze monitoringu spočívala v rešeršní činnosti - ve výběru reportáží, které byly následně analyticky vyhodnoceny. Do výběru byly zahrnuty příspěvky o událostech kriminálního charakteru (násilné trestné činy, krádeže, loupeže), v nichž měli figurovat Romové, ať již jako útočníci (Břeclav, Liberec), tak jako oběti (Rom zastřelený kuší). Zprávy, v nichž byli Romové identifikováni jako oběti trestné činnosti, byly do výběru zahrnuty zcela záměrně, jelikož i tento druh událostí, resp. způsobu informování o nich, je nutno vyhodnotit v rámci širšího společenského diskursu. Monitorovány a vyhodnocovány byly i reportáže a příspěvky, v nichž nebyli Romové explicitně zmíněni, ale u nichž lze divácky dovodit, že je o Romech řeč (například na základě informací z předcházejících dní). K identifikaci romského původu může docházet i jinými prostředky - animací událostí, v nichž má hrdina tmavší pleť, zařazením ilustračních záběrů, které jsou signifikantní pro romské prostředí, nebo například i zvukovým doprovodem, který vychází z typických romských hudebních rytmů. Do výběru rovněž patří příspěvky, které informují o událostech navazujících a souvisejících (pochody extremistů, protesty proti Romům, podpora střelce s kuší apod.).

Druhotným úkolem monitoringu bylo vysledovat další zpravodajské příspěvky informující o obdobné trestné činnosti (násilné trestné činy, krádeže, loupeže), v níž ovšem Romové nebyli nikterak zainteresováni, s cílem odhalit, zda ve vysílání Novy dominují informace o kriminálních činech s domnělou či reálnou účastí Romů. Takový výstup má ovšem pouze velmi rámcové a obecné závěry a nemůže průkazně doložit, zda média při výběru zpráv cíleně preferují informace o romské kriminalitě. Analytici úřadu Rady se nemohou opřít o žádná statistická čísla, která by dokládala, jaké je v rámci celkové páchané trestné činnosti procentuální zastoupení trestné činností spáchané Romy. Policie není oprávněna evidovat etnicitu pachatelů, proto taková čísla nejsou k dispozici.

Další etapa úkolů spočívala v analýze vybraných mediálních obsahů. Výstupy tohoto zadání poskytují obrázek o tom, jakým způsobem televize Nova informuje o kriminálních činech, zda zdůrazňuje etnicitu pachatelů, zda lze vystopovat cílené zaměření na kriminální činy

s účastí Romů, jak pracuje se zdroji, zda způsobem informování nepřispívá k protiromským náladám, zda práce jejich reportérů nevykazuje rysy stereotypizace Romů apod.

Závěry analýzy se ssoustředí na vyhodnocení vysílání relace Televizní noviny na základě zákonných pravomocí Rady, tedy zda ve vysílání programu Nova nedošlo k porušení zákona č. 231/2001Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, na jehož dodržování Rada pro rozhlasové a televizní vysílání dohlíží. Konkrétně pak zhodnotí, zda nebyly porušeny povinnosti plynoucí z ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., ukládajících povinnost poskytovat objektivní a vyvážené informace, ustanovení § 32 odst. 1 písm. i) téhož zákona, které zakazuje utvrzovat diváky ve stereotypních předsudcích týkajících se etnických, náboženských nebo rasových menšin a ustanovení § 32 odst. 1 písm. c) téhož zákona, které ukládá povinnost, aby vysílané pořady nepodněcovaly k nenávisti z důvodu pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, politického nebo jiného smýšlení, národního nebo sociálního původu, příslušnosti k národnostní nebo etnické menšině, majetku, rodu nebo jiného postavení.

Analýza zpracovaná analytiky úřadu Rady předkládá zjištění z monitoringu a rozboru konkrétních mediálních obsahů zveřejněných v rámci jediného média ve zvoleném časovém údobí. Přestože takové výstupy mají značnou vypovídací hodnotu, považujeme za vhodné zabývat se problematikou přístupu médií k Romům v poněkud širší teoretické rovině.

V tomto materiálu se zaměříme zejména na některé obecné aspekty, které je vhodné v souvislosti s daným tématem osvětlit. Nastíníme, podle jakých kritérií média (v daném kontextu bude médiem míněno zpravidla televizní vysílání) vybírají témata a události, která zprostředkují veřejnosti, jakým způsobem přistupují k informování a proč.

Pokusíme se vysvětlit, z jakých perspektiv je možné hodnotit přístup médií k „romským tématům“ (etické kodexy žurnalistů, zákonné povinnosti médií, politická korektnost). Soustředíme se na definování základních pojmů, které se běžně užívají, aniž by jejich obsah byl jednoznačně vymezen (stereotyp, předsudek), a pokusíme se odhalit možnosti řešení, jejichž smyslem by bylo odvrátit možnou eskalaci etnického napětí v důsledku činnosti médií.

1. Co předurčuje vznik zprávy?

Pro pochopení zákonitostí vzniku zpravodajství a výběr informací, které se stanou zprávou, je nezbytné objasnit si některá základní teoretická východiska, jimiž se žurnalistika, a je lhostejno zda televizní, tištěná či internetová, zpravidla řídí.

„Zpravodajský řetězec začíná zaregistrováním nějaké události v reálném světě. Někdo si jí všimne, zpracuje ji do podoby zpravodajského produktu a nabídne ji publiku. Není tajemstvím ani překvapením, že všechny fáze tohoto řetězce silně ovlivňuje zaběhnutá rutina. Rutina a předchozí zkušenost novináře rozhoduje o tom, které události si všimne, zda ji zařadí do zpravodajství a jakým způsobem o ní bude referovat. Nelze přehlédnout, že určitá témata mají do médií vždy dveře otevřené a opakovaně se do zpravodajství vracejí, ačkoliv jejich skutečný význam a reálný dopad na společenské dění je marginální.“ (Tomandl, 2011)

2.1 Koncept zpravodajských hodnot

Co tedy vlastně rozhoduje o tom, co všechno se objeví ve zpravodajských relacích? Podle jakých kritérií se redakce rozhodují?

Proces výběru informace, z níž se stane zveřejněná zpráva, se označuje anglickým termínem gatekeeping – „je to rozhodování o tom, zdali konkrétní zpráva projde branou do zpravodajství.“ (Tomandl, 2011)

Rozhodnutí, která událost či téma se stane zprávou, vychází z tzv. konceptu zpravodajských hodnot. Tato teorie popisuje kritéria, jež musí událost splňovat, aby mohla aspirovat na své místo ve zpravodajství. Odborná literatura vymezuje rozhodná kritéria s některými drobnými odlišnostmi. Jan Tomandl v knize Jak účinně oslovit média uvádí tato:

- Dopad – čím větší dopad na příjemce zprávy, tím lépe
- Aktuálnost – náhlé události mají přednost před těmi, které se postupně vyvíjejí v čase
- Jednoznačnost a srozumitelnost – jednoduchost přitahuje, novinář nic nemusí zkoumat, analyzovat a vysvětlovat
- Souznění – zpráva vychází vstříc očekávání publika, respektuje přesvědčení veřejnosti
- Kontinuita – média sledují další vývoj událostí, o kterých už informovala, proto „pokračování“ zpravidla zařadí
- Novost a překvapení – důraz na výjimečné události
- Odchylka – atraktivní jsou události, které narušují normalitu, nebo se odchyľují od standardů
- Vztah k elitním národům – události z mocných států jsou upřednostňovány
- Vztah k elitním osobám – preferovány jsou události týkající se politiků a celebrit
- Personalizace – ke zpravodajské atraktivitě přispívá, pokud jsou události dány do kontextu s osudy konkrétních osob (hledání viníka)
- Negativita – preferována před pozitivními zprávami
- Konflikt a kontroverze – střety jsou zpravodajsky atraktivní
- Utajení – snaží-li se někdo nějakou událost utajit, ihned se stává přitažlivou k zveřejnění
- Souvislost – souvisí-li téma s něčím, čemu se médium právě věnuje
- Blízkost – události, které se odehrávají blízko, zajímají diváky více
- Logistika – dostupnost pro médium – upřednostněny jsou události z lokalit, kde má médium redakci
- Intenzita - důležitou hodnotou je, zda událost překračuje práh pozornosti (úmrtí je intenzivnější než zranění)
- Emocionální náboj – vyvolá-li událost emoce, strach, smích, soucit
- Užitečnost – zprávy, které se mohou nějak hodit příjemci
- Lidský příběh – silný lidský osud je vždy vděčným tématem
- Vizuální atraktivita (Tomandl, 2011)

2.1.1 Zpravodajství českých komerčních stanic pohledem konceptu zpravodajských hodnot

Posuzujeme-li zprávy o kriminálních činech spáchaných či domněle spáchaných Romy optikou konceptu zpravodajských hodnot, dospějeme k závěru, že tato tematika je velmi atraktivní, protože splňuje celou řadu posuzovaných kritérií.

Zpravodajské relace komerčních televizních stanic se v současnosti na informování o kriminálních činech a neštěstích jednoznačně zaměřují. Zprávy tohoto typu často otvírají celou zpravodajskou relaci, přestože z pohledu celospolečenské hodnoty by se jistě našla

témata s daleko větším významem a dopadem. Televize Nova sestavuje podobu Televizních zpráv tak, aby nabízela témata, která mají šanci na co nejintenzivnější diváckou odezvu. To jsou ovšem ve většině případů zprávy, které budou hrát na zcela jiné strunky lidské osobnosti, než jen pouhou potřebu být adekvátně informován o aktuálních událostech. Nova získává svého diváka útokem na emoce, především na soucit a zlobu. Dopřává divákovi možnost pocitově se spolupodílet na utrpení obětí a jejich blízkých a vyjádřit hněv vůči pachatelům utrpení, ať již jimi jsou násilníci či třeba nezvladatelné přírodní živly (oheň, voda).

Strhující témata tohoto typu jsou tím, co průměrný a tedy většinový divák očekává. A komerční provozovatel v zájmu svých ekonomických cílů pochopitelně usiluje o to, aby poptávku uspokojil, dosáhl tak maximální sledovanosti a potažmo ziskovosti.

V okamžiku, kdy provozovatel vytvoří model zpravodajské relace, která svým formálním zpracováním, výběrem témat a dramaturgií dosáhne ideální sledovanosti, není motivován k experimentům a inovátorství a naopak bude mít tendenci zakonzervovat stávající přístup při výběru i zpracování zpráv, aby si získanou diváckou základnu udržel.

„Mediální organizace mají sklon k výběrové reprodukci podle kritérií, jež nejlépe vyhovují jejich vlastním cílům a zájmům. Někdy sice může jít o kritéria profesní či řemeslná, ale většinou se bere zřetel na to, co se nejlépe prodává nebo má největší sledovanost. ... Čím více se v jednotlivých etapách po sobě jdoucích rozhodovacích procesů budou uplatňovat stejná kritéria, tím více se bude prosazovat určitá předpojatost, tedy předem daný sklon k jisté podobě výsledku, zatímco pestrost, jedinečnost a nepředvídatelnost budou odsunuty na druhé místo. Předpojatost v tomto smyslu nemusí znamenat nic jiného než preferování produktů, které je snadné vyrábět a které má publikum rádo, ale může také znamenat, že se skrze politiku dané mediální organizace různě podporují jisté prvky mediální kultury a zvyšuje se konformita.“ (McQuail, 2009)

Mají-li si Televizní noviny udržet dominantní sledovanost v konkurenci zpravodajských pořadů nabízených jinými televizními stanicemi, budou s největší pravděpodobností setrvávat u osvědčených témat a formě jejich zpracování.

2.1.2 Model vzniku divácky atraktivní zprávy

Optimální zprávou, která zaútočí nejefektivněji na city diváků, tak bude zpráva, která preferuje o tragické události, přičemž čím vážnější následky událost má, tím je zpráva atraktivnější. „Vhodná“ tragická událost by se rozhodně měla udát v domácím prostředí, tedy v České republice, protože se „svými“ lidmi divák soucítí daleko nejvíce. Má-li událost nějaký obzvlášť nešťastný rozměr, tím pro médium lépe. Proto nejvíce táhnou zprávy, v nichž jsou oběťmi děti a slabí jedinci. Silný příběh – konkrétních lidí - pak má vůbec nejvyšší emocionální dopad. Tohoto efektu médium dosáhne tak, že představí hrdinu „svého příběhu“, například dětskou oběť, na fotografiích ze šťastného období, kdy ještě byla zdravá a rozesmátá. S anonymní obětí, jejíž tvář by divák neznal, by se nedokázal natolik identifikovat. Ze stejného důvodu bude médium usilovat o získání co největšího množství autentických záběrů, které příběh „dovypráví“ (dům, kde oběť žila; rozhovory s jejími kamarády; škola, kterou navštěvovala). A podobně bude médium postupovat i při představování domnělého pachatele trestného činu.

Je evidentní, že zpráva, která by konstatovala: „Dnes na následky násilného trestného činu zemřela nezletilá osoba. V souvislosti s podezřením na spáchání tohoto násilného trestného činu byla vzata do vazby dospělá osoba.“, by si výraznou diváckou odezvu nezískala.

Nicméně takto zveřejněnou zprávu by bylo možné považovat z pohledu žurnalistické etiky za nejčistší, jelikož by na jedné straně eliminovala riziko identifikace a možné sekundární viktimizace¹ oběti a zároveň identifikace podezřelého, který ve skutečnosti vůbec nemusel být skutečným pachatelem.

V zájmu objektivitu, jejíž nedílnou součástí by měla být snaha o nešíření neověřených a nedoložených informací, by takto předložená zpráva měla být ideální formou informování. Ovšem to je pouhá teorie. Zprávy, kde by se vyskytovaly pouze bezpohlavní osoby bez jakékoli specifikace a neurčité události a činy, by nikoho nezajímaly.

Žurnalista se naopak bude snažit o maximálně barvitě popsání aktérů i událostí. Pachatele i oběť popíše prostřednictvím identifikačních rysů, které je odliší od „davu“. Zpravidla bude užívat ty nejvýraznější a nejmarkantnější rysy – pohlaví, věk, barvu pleti, zvláštní znamení, styl oblékání, způsob chování. Čím více těchto rysů do zprávy zahrne, tím více se bude moci příjemce zprávy ztotožnit s obětí a tím personifikovanější bude jeho odpor k pachateli.

Tím se dostáváme k podstatě toho, proč jsou média motivována identifikovat etnickou příslušnost pachatele či oběti, a to i v případech, kdy etnicita aktéra nemá pro událost jako takovou žádný význam. To znamená i v případech, kdy se nejedná o rasově motivovaný trestný čin, kde naopak uvedení etnicity má jasné informační opodstatnění (žhářský útok ve Vítkově).

Zveřejněním etnicity dostává aktér „tvář“. Je-li pachatelem činu osoba, která neměla výrazný – odlišující rys, například právě příslušností k etnické menšině, pak je využit jakýkoli jiný určující prvek. Například: „Přiběhla ke mně nějaká tlustá zrzavá ženská, vytrhla mi kabelku a utíkala s ní pryč.“ Je zřejmé, že opřívlastkovávání je při informování o událostech zcela běžné, a to nejen u novinářů, ale u každého „vypravěče“.

V tomto kontextu je ovšem nezbytné zdůraznit, že je samozřejmě podstatný rozdíl v tom, je-li jako pachatel trestného činu identifikována tlustá zrzka, či Rom.

Obvinění zrzavé ženy s nadváhou jistě nevyvolá společenské nepokoje nebo plošnou nenávist k ženám s rusými vlasy. Bude-li ze stejného trestného činu v médiích nařčena žena Romka, vyvolá to vzedmutou vlnu etnické nesnášenlivosti. Internetové diskuse k takové události se zaplní rasistickými příspěvky, které se ani zdaleka nebudou týkat té jediné pachatelky trestného činu, ale budou útočit na Romy obecně. Půjde-li o skutečně závažný trestný čin – například o vraždu, pak může být odezva i mnohem razantnější, například v podobě demonstrací pravicových extremistů.

Základní otázkou v daném kontextu tak je, zda média vědomě a cíleně vyvolávají svou činností podobné projevy etnického napětí, či zda pouze setrvávají u své zaběhnuté žurnalistické rutiny přinášející maximální sledovanost bez ohledu na dopady a důsledky.

Jakkoli se mnohá média etablojí jako služba veřejným zájmům (a tím zdaleka nejsou míněna pouze média veřejné služby), realita je taková, že hlavním a rozhodujícím cílem většiny médií je ekonomická prosperita a zisk. Maximální sledovanosti (čtenosti, poslechnovosti) médium dosáhne, bude-li nabízet atraktivní mediální obsahy, které si získají co nejširší diváckou (čtenářskou, posluchačskou) základnu. Informace o tom, co diváci chtějí „na své obrazovce“

¹ Sekundární viktimizací oběti se míní stav, kdy oběť trestného činu či nějaké tragické události opětovně trpí, a to v důsledku neohleduplného zájmu médií.

vidět, získává médium zpravidla vyhodnocením údajů o sledovanosti zpětně a také prostřednictvím sociologických výzkumů.

„Masová komunikace je samoregulující proces řídicí se zájmy a požadavky publika, které aktéři znají pouze z hlediska toho, co si publikum vybírá a jak reaguje na nabízené obsahy. (McQuail, 2009)

Tématům, která přinášejí největší diváckou odezvu a potažmo zisk, je následně věnována zvýšená pozornost. Nabízí-li tedy média zprávy o kriminálních činech, v nichž byli jako aktéři identifikováni Romové, a jsou-li takové zprávy upřednostňovány před událostmi, v níž Romové nefigurují, je zjevné, že média reagují na určitou společenskou objednávku.

Je nutné konstatovat, že ve společnosti, v níž je velice silně zakořeněna nesnášenlivost vůči Romům, existuje skrytá poptávka po zprávách, v nichž je „odkrývána“ tvář Romů coby pachatelů trestné činnosti. A média této poptávce vycházejí vstříc, protože jim takové počínání přináší profit. V této souvislosti hraje zásadní roli jedno z výše uvedených kritérií v rámci zpravodajských hodnot, kterým je souznění. Předkládá-li médium zprávy o Romech páchajících trestné činy – souzní taková zpráva s očekáváním a přesvědčením publika.

„Čím více události splňují očekávání publika, například když jsou spojeny s něčím, co si publikum přeje nebo co očekávalo, tím snadněji se stanou zprávami. Stejně tak se do médií často dostanou zprávy, které potvrzují obecná přesvědčení. Jako příklad by mohl sloužit třeba potenciální výzkum, který potvrdí vysokou kriminalitu mezi Romy.“ (Tomandl, 2011)

Významnou roli pak sehrávají i další kritéria zpravodajských hodnot - například souvislost (souvisí-li téma s něčím, čemu se médium právě věnuje). „Média mají silný sklon tematizovat události; propojit více jednotlivých událostí spojených určitým tématem, které sledují dlouhodoběji.“ (Trampota, 2006)

Podle tohoto mechanismu se Televizní noviny programu Nova řídily v době tzv. břeclavské kauzy. V průběhu jejího trvání se vyrojila celá řada podobných příběhů, kterým by za normálních okolností média asi pozornost vůbec nevěnovala, pokud by nesouvisely a určitým způsobem nenavazovaly na břeclavskou kauzu. (Například údajně Romy pořezaná bunda dívky v Liberci.)

2.2 Koncept informačních filtrů

Vedle konceptu zpravodajských hodnot, který je podřízen předpokládané atraktivitě zprávy pro příjemce, je nutno zmínit tzv. koncept informačních filtrů, podle něhož média o události referují, pokud projde skrze pět pomyslných filtrů:

- Vlastnictví médií - ve smyslu „Koho chleba jíš, toho píseň zpívej“. Médium nebude referovat o události, která by mohla poškodit jeho vlastníky.
- Reklama a inzerce – zveřejňovány nebudou takové zprávy, které by mohly odradit zadavatele reklamy.
- Výběr informačních zdrojů – pevné vazby média na stále stejné zdroje, které blokují příjem zpráv z jiných zdrojů.
- Negativní zpětná vazba, tzv. flak – jen ten, kdo má moc, může vyvinout na média tlak, aby informovala o jeho zájmech žádoucím způsobem.
- Dominantní ideologie – událost musí být v souladu s převažujícím společenským klimatem. (Ftorek, 2010)

Zhodnotíme-li uvádění zpráv o kriminálních činech s identifikací romské etnicity pohledem konceptu informačních filtrů, musíme i zde konstatovat, že tyto zprávy mají v médiích dveře otevřené. Romové jsou natolik ekonomicky a politicky slabou minoritou, že nemohou mechanismy, které ovlivňují výběr zpráv, jakkoli usměrnit. Nestojí za nimi žádné vlivné politické subjekty, ani komerční společnosti, které by byly v roli zadavatelů reklamy. Nemají tak žádné páky, kterými by mohli na média dosáhnout.

Podstatnou roli hraje kritérium „dominantní ideologie“, která je v naší společnosti, ať se nám to líbí či nikoli, jednoznačně protiromská.

2.3 Agenda setting

Role zpravodajských médií je v informování o událostech. Jsou to ovšem sama média, jež rozhodují o tom, o kterých událostech budou informovat a o kterých nikoli. Tímto výběrem se média určující měrou podílejí na tom, jaké informace, v jakém rozsahu a s jakými důsledky veřejnost obdrží. „Masmédia jsou často určujícími nositeli témat. Iniciují, o čem se začne uvažovat, o čem se bude mluvit.“ (Vybíral, 2005)

Jinými slovy dochází ke spoluvytváření události médii. Výjimkou není ani umělé vytváření „pseudoudálostí“.

Pro tyto mechanismy je užíván pojem agenda setting (nastolování témat). „Média propůjčují výběrem konkrétních událostí libovolným tématům společenský význam a určují, o čem lidé přemýšlejí. Daná témata se tak stávají skutečností pro celou společnost.“ (Ftorek, 2010)

Aktivity médií v oblasti nastolování témat, která souvisejí s Romy, jsou více než zřejmé. Jaké jsou důvody takového počínání, již bylo osvětleno výše. A nejde jen o prostor věnovaný zprávám, které se týkají Romů, ale i informacím o souvisejících vystoupeních pravicových extremistů. Mnohdy se jedná o události, jichž se účastní jen hrstka nevýznamných radikálů, ale tím, že je jí dán prostor v médiích, stává se taková událost společensky významnou.

„Některá témata jsou zpracovávána médii častěji a objevují se v dlouhodobějším časovém horizontu, zatímco jiným se média věnují jen minimálně nebo vůbec. Nastolování agendy tak nepojednává o výběru jedné události do zpráv, ale týká se spíše dlouhodobějšího a kumulativního účinku opakovaného výběru.“ (Trampota, 2006)

„Výzkum nastolování agendy vychází ze dvou základních předpokladů: Za prvé, že zpravodajská média nejsou pouhým zrcadlem reality, ale realitu filtrují a tvarují. Za druhé, že důraz médií na relativně málo témat v určitém momentě vede veřejnost k vnímání těchto témat jako důležitějších než ostatní.“ (Trampota, 2006)

2. Jak posuzovat mediální obsahy?

Mediální obsahy lze analyzovat a hodnotit různou optikou. My se zaměříme na tři možná pojetí - z pohledu naplňování kodexů etické žurnalistické práce, z hlediska dodržování zákonných norem a podle požadavků politické korektnosti.

3.1 Etické kodexy

Kodexy etické žurnalistické práce jsou přijímány na různých úrovních. Některá média se chovají podle svých vlastních interních kodexů. Takovým kodexem je například Kodex České televize², který zakotvuje závazky při poskytování vysílání veřejné služby.

Dále je nutné zmínit „cechovní“ kodexy, ať již na národní nebo i nadnárodní úrovni. Pro oblast televizního vysílání lze za nejvýznamnější považovat kodex samoregulátora - Asociace televizních organizací, která přijala Etický kodex redaktorů zpravodajských, politicko-publicistických a ostatních publicistických pořadů³. A rovněž kodexy přijímané profesními organizacemi. U nás zejména Syndikátem novinářů. Pro novináře sdružené v syndikátu je závazný Etický kodex novináře⁴ a Deklarace principů novinářského chování, přijatá Mezinárodní federací novinářů⁵.

Etické kodexy zakotvují elementární pravidla odpovědné a čestné novinářské práce, jejichž smyslem je, aby žurnalistika byla vykonávána jako poslání s cílem poskytovat veřejnosti pravdivé a objektivní informace. Většina těchto profesních kodexů ovšem nezachází do detailů, které by určovaly, jakým způsobem informovat o příslušnicích menšin apod. Maximálně se omezují na deklaraci nediskriminačního přístupu.

Naproti tomu Kodex České televize upravuje velmi podrobně konkrétní povinnosti, které pamatují mimo jiné i na etnické menšiny.

Článek 13 Kodexu ČT je zaměřen na zákaz diskriminace:

13.1 Program České televize nesmí v divácích vyvolávat nebo utvrzovat představy, že lidé náležející k určité rasové, národnostní, etnické nebo sociální skupině mají pro tuto svoji skupinovou příslušnost jiné postavení ve společnosti než ostatní. Česká televize je povinna zdržet se stereotypů v popisování konkrétních skupin, respektive jejich příslušníků.

13.2 Česká televize nebude kohokoliv při svém provozu nebo v programu diskriminovat, zejména z důvodů pohlaví, věku, rasy, sexuální orientace, národnosti, etnické příslušnosti, náboženství nebo příslušnosti k určité sociální skupině.

13.3 Česká televize zajistí, je-li to možné, aby skladba účinkujících, případně komparsu v pořadech vlastní výroby odrážela národnostní a etnickou skladbu obyvatelstva v České republice na základě aktuálních demografických trendů, a to především při natáčení pořadů s publikem ve studiu. Celkové vyznění účasti těchto osob musí působit jako zcela samozřejmé a obvyklé.

Kodex samoregulátora Asociace televizních organizací rovněž obsahuje ustanovení, která pamatují na prevenci rizika podněcování nenávisti z důvodu rasy či utvrzování stereotypů týkajících se rasových či etnických menšin. Nutno však konstatovat, že kodex ATO v tomto ohledu pouze kopíruje zákon o rozhlasovém a televizním vysílání a nezakotvuje žádné přísnější závazky v duchu samoregulace.

3.2 Zákonná úprava

² Kodex ČT - <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

³ Etický kodex redaktorů zpravodajských, politicko-publicistických a ostatních publicistických pořadů - <http://www.ato.cz/pravni-agenda/samoregulace>

⁴ Etický kodex novináře - <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

⁵ Deklarace principů novinářského chování - <http://syndikat-novinaru.cz/1/3/208/syndikat/deklarace>

Při rozboru zákonných úprav, vztahujících se k poskytování mediálních obsahů, se zaměříme výhradně na oblast televizního vysílání, resp. na úpravu zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, na jehož dodržování dohlíží Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

Možná selhání provozovatele televizního vysílání, ať již veřejnoprávního či komerčního, při informování o příslušnicích etnických menšin by mohla být teoreticky posuzována podle několika ustanovení tohoto zákona:

§ 31(2) Provozovatel vysílání poskytuje objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů. Názory nebo hodnotící komentáře musí být odděleny od informací zpravodajského charakteru.

§ 31(3) Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivit a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.

§ 32 (1) Provozovatel vysílání je povinen

c) zajistit, aby vysílané pořady nepodněcovaly k nenávisti z důvodu pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, politického nebo jiného smýšlení, národního nebo sociálního původu, příslušnosti k národnostní nebo etnické menšině, majetku, rodu nebo jiného postavení.

i) nezařazovat do programů pořady, které mohou utvrzovat stereotypní předsudky týkající se etnických, náboženských nebo rasových menšin.

3.2.1 Objektivita a vyváženost (§ 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb.)

Objektivita a vyváženost jsou neurčité právní pojmy. Zákon je užívá, aniž by je definoval. Pro potřeby vyhodnocení naplňování požadavků zákona, které kladou na provozovatele nároky objektivního a vyváženého informování, je proto nezbytné tyto pojmy vyložit.

Objektivita informování je považována, alespoň v euroamerickém prostoru, za základní kámen žurnalistické práce, resp. základní hodnotu zaručující kvalitu poskytované informace. V některých výkladech je pojem objektivit stavěn do řady s dalšími nosnými principy žurnalistické práce, většinou je však charakterizován jako nadřazený pojem, který další principy zahrnuje. Těmito principy zpravidla jsou fakticita a nestrannost, přičemž fakticity se dosahuje věcnou správností (pravdivostí) a relevancí (významností) a nestranností vyvážeností a neutralitou.

Základním předpokladem fakticity je věcná správnost a pravdivost. Možnosti posouzení a ověření správnosti a pravdivosti informací jsou značně omezené, proto je vhodné je při správné praxi nahrazovat spíše termíny informační úplnost, konkrétnost a přesnost.

Role žurnalisty a potažmo média je, aby divákům zprostředkoval co nejvíce relevantních, přesných, úplných a ověřených faktů, na jejichž základě si divák utvoří vlastní názor.

Rada při své rozhodovací činnosti musí vždy zvažovat nejen, zda došlo k pochybení proti zásadám objektivit a vyváženosti, ale rovněž, zda takové pochybení s sebou přineslo významné důsledky, resp. musí být posuzována materiální stránka správního deliktu. Rada musí přihlížet k tomu, zda v důsledku odvysílání nepřesných či neúplných informací byl skutečně poškozen zájem veřejnosti, či zda se například jednalo o pochybení připodobitelné

„písařské chybě“, resp. kdy je na takové pochybení možno nahlížet jako na zjevnou nesprávnost.

Při posuzování, zda se v konkrétním posuzovaném případě jednalo o spáchání správního deliktu porušením ustanovení § 31 odst. 2 či § 31 odst. 3 zákona o vysílání, se Rada může opírat o poměrně bohatou judikaturu. Zásadními jsou rozsudky Městského soudu v Praze 11 A 93/2010⁶ a 9 Ca 109/2009⁷.

Český právní řád zakotvením povinností poskytovat objektivní a vyvážené informace přistoupil k omezení práva na svobodu projevu a práva na informace zakotvenou v Listině základních práv a svobod⁸. Takové omezení je ospravedlnitelné výhradně ve veřejném zájmu. Vzhledem k tomu, že omezení základních svobod je přípustné jen v krajních případech, mělo by být porušení § 31 odst. 2 a odst. 3 zákona o vysílání vyhodnocováno maximálně zodpovědně, a to v případech s naléhavou společenskou potřebou a přiměřeně sledovanému legitimnímu cíli.

V tomto kontextu je nezbytné zdůraznit, že česká právní úprava stanovila požadavky na objektivní a vyvážené informování přísněji nad rámec Směrnice o audiovizuálních mediálních službách⁹ (dále jen „Směrnice“), která je komunitární právní úpravou závaznou pro členské státy EU v oblasti audiovizuálních mediálních služeb, kam spadá i televizní vysílání.

Recitál Směrnice v obecné rovině deklaruje základní hodnoty obligatorní v evropském kulturním prostředí (výběr relevantních k danému tématu):

⁶ Rozsudek Městského soudu v Praze ve věci sp.zn. 11 A 93/2010

„Aby mohlo být určité protiprávní jednání kvalifikováno jako správní delikt, musí být kromě formálních znaků deliktního jednání naplněna i materiální stránka deliktu, a jednání musí vykazovat určitou míru společenské nebezpečnosti ve vztahu k porušené povinnosti, stanovené zákonem na ochranu odpovídajících hodnot. Vždy je proto třeba zkoumat, jaký zájem společnosti je porušeným ustanovením chráněn, zda byl posuzovaným jednáním porušen, popř. v jaké intenzitě se tak stalo. K tomuto závěru dospěl Nejvyšší správní soud v rozsudku ze dne 31. 5. 2007, č. j. 8 As 17/2007 – 135 a ze stejného závěru vycházel i v rozsudku ze dne 29.10.2009, č.j. 6 As 22/1999 – 84, kdy posuzoval míru společenské nebezpečnosti při ukládání pokuty žalovaným (rozsudky dostupné na www.nssoud.cz).“

⁷ Rozsudek Městského soudu v Praze ve věci sp.zn. 9 Ca 109/2009

„Soud přisvědčuje žalované v tom, že objektivním a vyváženým pořadem je pořad, který je věcný, nestranný, neutrální, nepředpojatý a v obecné rovině lze přitakat tomu, že k dosažení objektivitu a vyváženosti pořadu, tedy k dosažení věcnosti, nestrannosti, neutrality a nepředpojatosti je zapotřebí, aby se pořad sestával také z informací úplných a přesných. Nicméně nepřesnost či neúplnost reportáže nemusí vždy a v každém případě vyvolat neobjektivnost a nevyváženost vysílaného pořadu. Vyskytnou-li se ve vysílaném pořadu určité nepřesnosti či neúplné informace, je v tom každém konkrétním případě nezbytné posoudit, zda tyto nedostatky jsou v rámci celého kontextu toku, a charakteru poskytovaných informací a také smyslu pořadu způsobily ovlivnit objektivitu a vyváženost pořadu a v jaké míře. O relevantní neúplnost a nepřesnost reportáže, která způsobí neobjektivitu pořadu, půjde zejména tam, kde obsahem reportáže bude nejednoznačné téma vyžadující a vyvolávající střet informací a účelem pořadu je porovnávání informací, tvrzení, či stanovisek respondentů, které se navzájem střetávají, doplňují, ověřují a vyargumentovávají.“

⁸ Listina základních práv a svobod, článek 17:

(1) Svoboda projevu a právo na informace jsou zaručeny.

(2) Každý má právo vyjadřovat své názory slovem, písmem, tiskem, obrazem nebo jiným způsobem, jakož i svobodně vyhledávat, přijímat a rozšiřovat ideje a informace bez ohledu na hranice států.

(3) Cenzura je nepřípustná.

(4) Svobodu projevu a právo vyhledávat a šířit informace lze omezit zákonem, jde-li o opatření v demokratické společnosti nezbytná pro ochranu práv a svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti.

⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb

(5) Audiovizuální mediální služby jsou ve stejné míře kulturními i ekonomickými službami. Jejich rostoucí význam pro společnost, demokracii – především zajištěním svobody informací, názorové rozmanitosti a plurality médií – vzdělávání a kulturu odůvodňuje používání zvláštních pravidel pro tyto služby.

(8) Je nezbytné, aby členské státy zajistily zamezení jednání, která mohou omezovat volnost pohybu televizního vysílání a obchod s ním nebo která mohou podporovat vytvoření dominantního postavení, jež způsobuje omezení pluralismu a svobody informací přenášených televizí a omezení svobody informací obecně.

(12) Dne 15. prosince 2003 Komise přijala sdělení o budoucnosti evropské regulační politiky v audiovizuální oblasti, v němž zdůraznila, že regulační politika v tomto odvětví musí v současné době i v budoucnu chránit některé veřejné zájmy, například kulturní rozmanitost, právo na informace, pluralitu médií, ochranu nezletilých osob a ochranu spotřebitele a zvyšovat informovanost a mediální gramotnost veřejnosti.

(16) Tato směrnice posiluje dodržování základních práv a je plně v souladu se zásadami uznanými Listinou základních práv Evropské unie (1), zejména článkem 11 uvedené listiny. V tomto ohledu by tato směrnice neměla nijak bránit členským státům, aby používaly svá ústavní pravidla vztahující se ke svobodě tisku a svobodě projevu v médiích.

(102) Subjekty televizního vysílání jsou běžně povinny zajistit, aby při vysílání byly skutečnosti a události sdělovány objektivně, je však důležité, aby podléhaly přesným povinnostem v oblasti práva na uveřejnění odpovědi nebo obdobných prostředků nápravy, aby se jakákoli osoba poškozená ve svých legitimních právech tvrzeními učiněnými v průběhu televizního vysílání mohla účinně svých práv či prostředků nápravy dovolat.

3.2.2 Utvrzování stereotypních předsudků (§ 32 odst. 1 písm. i)

Pojem stereotypní předsudky je rovněž právně neurčitým pojmem. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání dosud neobhajovala výklad tohoto pojmu v rámci soudního přezkumu. Nicméně při jeho výkladu vychází z definic, které poskytuje odborná literatura.

Stereotypy jsou významnou součástí sociální kognice¹⁰. Milan Nakonečný v publikaci Sociální psychologie definuje stereotypy jako „obraz, který není produktem vlastních zkušeností, ale produktem příslušnosti k určité skupině, a který je tedy jako takový přebírán již hotový. V tomto smyslu jsou stereotypy druhem předsudků o určité sociální kategorii.“ (Nakonečný, 1999)

Pojem předsudek vychází z latinského *prejudicium*, což znamená předpojatý či předvídavý úsudek.

„Předsudky jsou zvláštním druhem postojů a již slovo samo naznačuje, že jde o něco předem vytvořeného, převzatého. Slovo předsudek má pejorativní význam, protože je obvykle – ale nesprávně – spojováno s negativními a neodůvodněnými postoji, obvykle vůči určitým menšinám. Avšak předsudky mohou také souviset s atribucemi určitých vlastností určitým jedincům, a to nejen negativních, ale i pozitivních. ... Předsudky mohou sloužit různým funkcím, např. mohou ospravedlňovat patologické nepřátelství, zdůvodňovat kulturně nepřijatelné potřeby a chování ve službě kulturně přijatelných aspirací, pomoci zvládnout potlačené potřeby, zdůraznit city sobectví, ochránit proti ohrožení sebeucty, pomoci k bohatství, poskytnout „rozumné“ vysvětlení, proč člověk zůstává chudý. ... Někteří lidé stojící na nejnižším stupni žebříčku společenské prestiže si najdou jiné lidi, vůči nimž se mohou cítit nadřazení.“ (Krech, Crutchfield a Balllache, 1968, in Nakonečný, 1999)

¹⁰ Sociální poznávání

A konečně Nakonečný cituje rovněž definici předsudku, jak ji naformuloval již v roce 1954 G.W.Allport: „Odvrtný nebo hostilní postoj vůči osobě, která náleží ke skupině, jednoduše proto, že náleží ke skupině, a proto se předpokládá, že má závadné kvality připisované této skupině.“ (Allport, 1954, in Nakonečný, 1999)

Proces, jímž se vytvářejí a zakotvují stereotypy, se označuje jako stereotypizace: „Pro veškeré vnímání je charakteristická kategorizace, tj. zařazování vnímaných objektů, ať to jsou věci, osoby nebo události, do určitých tříd podle shodnosti znaků.“ (J.S.Bruner, 1957, in Nakonečný, 1999)

„Stereotypizací v našem myšlení se utvářejí, ukládají a produkují zjednodušené úsudky, většinou s výrazným emočním doprovodem. Stereotypizace je výsledkem přirozeného zobecňování, zjednodušování a třídění okolního světa, tedy procesů, které musíme dělat, protože nám šetří čas na rozhodování. ... Masmédia šíří stereotypizované obrazy, vytvářejí nové, obměňují stávající a přispívají ke kognitivnímu zkreslování reality. Masmédiální stereotypizované produkty rovněž řídí a směřují naše emoce: snaží se určovat, po čem máme toužit, o čem snít. Obraz reality je zjednodušován, divákům či čtenářům jsou podsouvány sympatie (náklonnost) nebo antipatie (nezájem, opovržení) apod.“ (Vybíral, 2005)

Tomáš Trampota v publikaci Zpravodajství konstatuje: „Média mají sklon některé aktéry zpravodajských příběhů znázorňovat určitým ustáleným způsobem, čímž vytvářejí jejich mediální reprezentace.... Reprezentace představitelů různých sociálních skupin ve zprávách mohou vykazovat různou míru ustálenosti, případně nabývat rozdílné variability. Jednotlivé reprezentace se zakládají na opakovaném výběru a zdůraznění určitých atributů popisovaného a opomíjení atributů jiných. Vypovídají tak o optice konkrétního média. ... Podle ustálenosti způsobu zobrazení a vztahu k realitě můžeme rozlišovat různé úrovně reprezentace, patří mezi ně také typ, archetyp a stereotyp. Každé z těchto označení znamená jinou intenzitu ustálenosti vazby mezi reprezentovaným a popisovaným a odlišnou podobu vztahu mezi popisovaným a reálným.“ (Trampota, 2006)

„Stereotyp představuje zjednodušenou a zkreslenou reprezentaci, která se objevuje kontinuálně po delší dobu. Nutnost stereotypní prezentace postav nebo institutů je ve zpravodajství vyvolána omezeným prostorem a nutností rychle a stručně charakterizovat aktéry zpravodajského příběhu. ... Stereotypní reprezentace vzniká jako výsledek složitých sociálních vztahů, nikoli jako inklinace jednotlivce. ... Stereotypní zobrazování mohou být založena na předsudečných představách (často sociálně a dlouhodobě sdílených) o zobrazované sociální skupině a tyto předsudky posilovat. Takovéto setrvalé stereotypní zobrazování sociální skupiny, etnika nebo třídy založené na zdůrazňování předsudečného pohledu může vyvolávat negativní vnímání těchto aktérů, jejich stigmatizaci, případně postupné vyřazení majoritního proudu společnosti. V některých případech může stereotypní reprezentace souviset s převládající ideologií společnosti. ... Analýza reprezentace vychází z toho, co je explicitně v obsahu zpráv přítomno a co chybí, co je explicitní a co implicitní, co je tematizováno a co nikoliv. Analýzy reprezentace by se neměla soustředit jen na to, co je přítomno v textu, ale také na to, co absentuje, a přitom by součástí být mohlo nebo mělo.“ (Trampota, 2006)

Analýza vyhodnocující, zda ve vysílání média nedochází k utvrzování stereotypních předsudků, musí zohledňovat mediální obsah komplexně. Vedle samotného textového sdělení také použité výrazové prostředky – obrazové i zvukové a rovněž další aspekty zpracování

mediálního obsahu – dikci, střih, dynamiku, symboliku. Všechny tyto prvky významně ovlivňují, jakým způsobem bude mediální obsah příjemcem interpretován. Ke stereotypizaci totiž zpravidla nedochází pouze prvoplánovou explicitní formou, ale rovněž skrytě, prostřednictvím specifických audiovizuálních nástrojů.

V případě romské menšiny probíhá stereotypizace zejména soustavným zobrazováním příslušníků této menšiny v chudých, špinavých podmínkách. Pokud jsou využívána vyjádření Romů, pak jsou upřednostňovány projevy, které jsou považovány za „typicky romské“ – rozmáchlá gesta, hysterické projevy žen, a jako ilustrační záběry jsou používány záběry z vybydlených oblastí, s ukoptěnými bosými dětmi, s odpadky apod.

V tomto kontextu je nutné zmínit ještě další významný rozměr stereotypizace probíhající prostřednictvím tzv. „označování“ či „ocejchování“. „Označování znamená základní zahrnutí do říše dobra nebo zla, které předznamenává prvotní většinovou reakci. Přidělení emočně zabarvené značky je v médiích často trvalé a stává se na dlouhou dobu součástí hodnot jedné generace: při různých příležitostech se užívá opakovaně pro stejné situace označení nesouhlasné postoje veřejnosti, obranný boj lidu, osvobozenecké hnutí, partyzánský odboj, gangsterské napadání, extremistický terorismus.“ (Verner, 2011)

K „označování“ Romů dochází v médiích zcela běžně. Typickým „cejchem“, který je v souvislosti s Romy používán, je označení „nepřizpůsobiví“, který vychází z kolektivního hodnocení příslušníků jednoho etnika a uděluje mu nezměnitelný – negativní status.

3.2.3 Podněcování k nenávisti z důvodu příslušnosti k etnické menšině (§ 32 odst. 1 písm. c)

Zákon o vysílání ukládá provozovatelům povinnost zajistit, aby vysílané pořady nepodněcovaly k nenávisti z důvodu pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, politického nebo jiného smýšlení, národního nebo sociálního původu, příslušnosti k národnostní nebo etnické menšině, majetku, rodu nebo jiného postavení.

Na rozdíl od utvrzování stereotypních předsudků, k němuž může docházet ze strany médií na – do značné míry - nevědomé či nezáměrné úrovni, podněcování je nutno hodnotit jako akt úmyslný a cílený.

Je nepravděpodobné, že by k podněcování k nenávisti došlo ojedinělým, nahodile zařazeným mediálním obsahem. Snaha o podněcování k nenávisti zpravidla spočívá v dlouhodobém a systematickém vyvolávání negativních emocí příjemců sdělení vůči vybrané skupinové entitě.

V krajním případě pak lze již hovořit o propagandě. „Propaganda je cílevědomé šíření ideologických podnětů informativní, regulativní a stimulativní povahy, jehož cílem je dosažení jednání ve shodě s šířenou ideologií.“ (Verner, 2011)

„Používaný jazyk sleduje při propagandě většinou jeden ze dvou hlavních záměrů: a) posílit kohezi ve skupině, k níž my náležíme, b) posílit nepřátelství či zaujatost vůči skupině protivníků.“ (Vybíral, 2005)

„Jestliže si uvědomíme, že emoční rozhodování je silnější než rozumové, stačí již jen vhodně využít apelu na jednu ze šesti základních emocí – hněv, strach, hnus, smutek, štěstí, překvapení – a lze prakticky neomezeně manipulovat davem.“ (Verner, 2011)

Analýza zaměřená na vyhodnocení toho, zda nedochází mediálním obsahem k podněcování nenávisti z důvodu příslušnosti k etnické menšině, v daném případě romské, by měla zohledňovat způsob informování konkrétního média v širším časovém údobí, aby bylo možné prokázat systematickosti a cílenosti a zejména prokazatelnou snahu vyvolávat negativní, nenávistné emoce příjemců mediálního obsahu.

Analýza musí argumentačně doložit, že negativní divácká odezva na zveřejněný mediální obsah souvisí s příslušností aktérů mediálního obsahu k etnické menšině, nikoli že morální či emotivní odsudek aktérů je pouze přirozenou reakcí na jejich jednání (například negativní informování o násilné trestné činnosti a jejich důsledcích). Respektive analýza se musí vypořádat s otázkou, zda zvolený způsob informování je motivován „rasovým podtextem“, či zda jen reflektuje konsekvence události.

3.3 Politická korektnost

Pojem politické korektnosti je v současnosti užíván v nejrůznějších kontextech. Často však bez dostatečné znalosti podstaty a cílů tohoto fenoménu.

V našem kulturním prostředí jsou projevy politické korektnosti zatím chápány zejména v kontextu nepatřičnosti užívání určitých slov a pojmenování pro konkrétní skupiny lidí. Přičemž zpravidla zažité označení je dle zásad politické korektnosti považováno za urážlivé a diskriminující.

Tento výklad je ovšem značně zužující. Politická korektnost se zdaleka neomezuje pouze na „nálepkování“ výrazů jako nevhodných, ale stává se ideologií, jež nezasahuje pouze způsob vyjadřování, ale také chování a myšlení lidí.

Různé zdroje nabízejí poměrně širokou škálu definic tohoto pojmu. Je však zřejmé, že neexistuje definice, která by byla všeobecně akceptována. Odlišnosti definic tkví zejména v tom, zda se její autor řadí k zastáncům či odpůrcům ideologie politické korektnosti.

Anthony Browne, autor knihy *Úprk rozumu*, velice výstižně definuje politickou korektnost „jako ideologii, která klasifikuje určité skupiny lidí jako oběti, jež potřebují ochranu před kritikou, a jejíž přívrženci věří, že jiný přístup nelze tolerovat“. (Browne, 2009).

Browne zdůrazňuje, že politická korektnost v dobách svých počátků byla prospěšná, protože „pomáhala zlepšovat vztah společnosti k jejím zranitelnějším členům – k ženám, k handicapovaným, k etnickým menšinám. Jak se však rozšířila a prohloubila svůj vliv, byla čím dál dogmatictější a přestávala tolerovat jakýkoli nesouhlas, až nakonec úplně zradila liberalismus, z něhož původně vzešla. Politická korektnost začala jako reakce proti převládající ideologii, ale nakonec se převládající ideologií stala sama“ (Browne, 2009).

A zároveň Browne doplňuje, jak jednoduchý je politicky korektní proces analýzy:

- 1) identifikuj oběť
- 2) podporuj ji a její zájmy bez ohledu na jakékoliv další faktory.

Browne, který se sám řadí k odpůrcům politické korektnosti (dále jen „PC“), ve své knize poskytuje prostor i názorům obhájců PC. Cituje například Anguse Roxburgha, britského novináře, který o PC říká: „Politická korektnost, tak vysmívaná všemi politiky krajní pravice,

vznikla z určitého důvodu: je to produkt civilizace a svědčí o elementární touze tolerovat a nikoli pronásledovat ty, kteří mají jinou víru, přesvědčení nebo barvu pleti.“ (Browne, 2009).

Na tomto místě je nezbytné zmínit rovněž výklad Vojtěcha Bellinga, českého politologa, který se otázkám PC intenzivně věnuje. Belling uvádí, že „politická korektnost v běžném významu tohoto pojmu označuje soubor určitých prvků, které jsou nezbytné pro to, aby určité jednání či projev názoru mohl být považován za relevantní, resp. aby nebyl společensky sankcionován. Jinými slovy, že politická korektnost je jakýmsi vnějším rámcem komunikace, který musí přijmout autor i čtenář či posluchač, pokud si vzájemně chtějí porozumět. V tomto ohledu má tedy obdobnou roli jako samotný jazyk. Na rozdíl od něj však politická korektnost není vyžadována biologickými danostmi člověka, ale určitými sociálními normami vnucenými oběma subjektům – autoru i čtenáři – vnější společností. V určitém smyslu lze proto politickou korektnost spíše přirovnat ke zdvořilosti, která má rovněž charakter univerzální vnější formy komunikace mezi lidmi z odlišných prostředí. Na rozdíl od zdvořilosti však politická korektnost daleko více ovlivňuje i samotný obsah projevu, nikoli jen jeho formu. Rovněž sankce za porušení politické korektnosti jsou daleko přísnější a dlouhodobější než sankce za porušení zdvořilosti.“ (Belling, 2006).

Romská otázka je s politickou korektností velmi úzce spjata. Pojmenováváním příslušníků tohoto etnika počínaje. Termín cikán byl ve smyslu politické korektnosti ve veřejné komunikaci zcela vymýcen. Politicky nekorektním je nicméně i výraz „nepřízpůsobiví“, kterým jsou Romové v médiích označováni. Kritici tohoto termínu, který se mimo jiné používá i ve veřejnoprávní České televizi, upozorňují, že přispívá k předsudečnému anticiganistickému diskursu a podílí se na stigmatizaci Romů. Z pohledu politické korektnosti je zpravidla doporučováno, aby tento termín byl nahrazen spojením lidé ze sociálně vyloučených lokalit, event. sociálně slabí či znevýhodnění.

Zastánci politické korektnosti kriticky vnímají i uvádění samotné romské etnicity v souvislosti s negativními tématy a událostmi, a to i v případech, kdy Romové zjevně jsou aktéry pojednávaných událostí. Zde politická korektnost nabývá svého typického rozměru – požadavku na hájení slabších i za cenu ústupu od tradičních hodnot svobody slova a projevu. Politická korektnost požadující zamlčení či přehlížení určitých skutečností se tak dostává do přímého rozporu s jedním ze základních pilířů objektivitu – fakticitou poskytovaných informací.

V tomto kontextu je nezbytné zdůraznit, že posuzování mediálních obsahů optikou politické korektnosti je politickým rozhodnutím, plynoucím z příklonu k levicovým idejím.

3. Závěr

Mediální obraz Romů nelze posuzovat odtrženě od společenského diskursu vztahujícího se k romské problematice obecně.

Velice výstižně to objasňuje Tomáš Trampota v publikaci Zpravodajství: „Zprávy nejsou nikdy samonosným textem (termínem text zde označujeme i obrazové či zvukové sdělení) odkazujícím k sobě samému, nýbrž odkazují na škálu jiných textů. Vzhledem k neustálému nedostatku prostoru ve zpravodajství zprávy obsahují velké množství nevyřčeného a samozřejmého. Ve zpravodajských obsazích se vyskytují takzvaná místa nedourčenosti, která si příjemce vyplňuje na základě vlastních zkušeností a znalostí a na základě toho, co je nejpravděpodobnější. Tyto intertextové odkazy zpráv se mohou odehrávat jak v rámci

jednoho žánru při odkazech na zprávy dřívějších vydání, tak při odkazech na všeobecné znalosti, které jsou brány za dané.“ (Trampota, 2006)

Komplexní výzkum vytváření mediálního obrazu Romů, který by měl poskytnout relevantní směrodatné závěry, na jejichž základě by bylo možné usuzovat, zda dochází k tendenčnímu rozporu mezi mediální realitou a realitou, by vedle rozboru konkrétních zveřejňovaných mediálních obsahů musel zohlednit celou řadu dalších vstupních podkladů, včetně sociologických, demografických, statistických a ekonomických dat. Takový výzkum ovšem není úkolem Rady pro rozhlasové a televizní vysílání. Ta při výkonu své správní činnosti, již je kontrola dodržování zákona o provozování rozhlasového a televizní vysílání, může vycházet pouze z monitoringu a analýzy mediálních obsahů. Jinými slovy může vycházet pouze ze zveřejněných mediálních obsahů. To, zda dochází ze strany médií k ignoraci či zamlčování určitých témat, která se romského etnika či jednotlivců týkají, v důsledku čehož vzniká pokřivený mediální obraz Romů, již Rada není oprávněna posuzovat, resp. z takových zjištění nemůže činit závěry o porušení zákona.

Právě kontroverzní výběrovost témat, která jsou v souvislosti s romským etnikem a jednotlivci zpravodajsky zpracovávána, ovšem vede k utváření stereotypně negativního obrazu Romů. Jak zdůrazňuje rovněž Tomáš Trampota v publikaci Zpravodajství: „Kontinuální spojování určitých sociálních skupin s negativními událostmi může být určitou formou etiketizace a vytváření obrazu, že negativní události se týkají právě těchto skupin a nic pozitivního od nich nelze očekávat. Stejně tak vyřazení některých skupin z určitých veřejných témat může posilovat pocit, že jejich vyjádření je nerelevantní a nedůležité.“ (Trampota, 2006)

Dokud nebudou média informovat o aktivitách příslušníků romského etnika v souvislosti s celospolečensky závažnými tématy, je nepravděpodobné, že by došlo k vymanění Romů z jejich současného mediálního obrazu.

V tomto kontextu je ovšem nezbytné zdůraznit, že romští aktivisté kritizující, že v médiích nejsou dostatečně reflektována pozitivní témata a události spojené s Romy, si zpravidla neuvědomují, že podobné zprávy naopak spíše přispívají ke stereotypizaci, než aby ji vyvracely. „Při pozitivním zobrazení Roma pak mohou média paradoxně přispívat k posílení stereotypního obrazu etnika, pokud přehnaně zdůrazňují pozitivní stránky slušného Roma a nevědomky ho tak označují jako výjimečného.“ (Karhanová, Homoláč, 2003 in Trampota, 2006)

Podobné je to se snahou docílit toho, aby v médiích nebyla odhalována romská etnicita. Tento požadavek naráží na řadu úskalí. Pokud by se jednalo o důslednou plošnou aplikaci tohoto požadavku, pak by to znamenalo, že by romská etnicita nemohla být uváděna ani při referování o událostech, které jsou postavené právě na romské etnicitě – například při zprávách z romských folklorních festivalů nebo soutěží Miss Roma. Paradoxně by pak etnicita nebyla zveřejněna ani ve zprávách, které by poukazovaly na rasovou nesnášenlivost či rasově motivovanou trestnou činnost. Například o žhářském útoku ve Vítkově by se těžko mohlo informovat, aniž by se příjemce informace dozvěděl, že útok byl zacílen na rodinu právě proto, že patřila k romské menšině.

Absolutní „etnická slepota“ je tak zjevně nerealizovatelná. Odtazité od reality je i požadavek na výběrovost témat, u nichž by byla etnicita legitimně rozkryta. Představitelé romských organizací mívají představu, že by etnicita nebyla uváděna tam, kde se jedná o trestnou

činnost. Tento dvojí metr etnické slepoty vychází z principu pozitivní diskriminace a jeho uvedení do praxe se neopírá o žádnou právní normu. Navíc si lze jen stěží představit, že by vznikl jakýsi taxativní výčet témat, u nichž je uvedení etnicity legitimní a témat, u nichž je odkrytí etnicity zapovězeno.

Problematický je rovněž často užívaný argument, že přece není možné, aby médium označilo někoho za Roma, přestože on Romem vůbec být nemusí nebo se za něho nepovažuje. Jinými slovy, že média nemohou „rozeznat“, kdo je Rom. Požadavek na nerozeznání romské etnicity lze považovat za utopii, jelikož jej nelze uplatnit absolutně. Jsou totiž situace, kdy rozeznání romské etnicity je předpokladem poskytnutí určité relevantní informace – například v případech, kdy média informují o inklusivním vzdělávání, resp. když informují o faktu, že v praktických školách převažují romské děti. U takových zpráv se automaticky očekává, že romské děti budou rozpoznatelné mezi ostatními dětmi, protože takové rozpoznání je žádoucí, aby bylo možné upozornit na vážný společenský problém.

Je zjevné, že neexistuje jednoduché řešení, které by mohlo ovlivnit dlouhodobě jednostranně vytvářený mediální obraz Romů. Stát musí respektovat ústavně zaručená práva médií na svobodu slova a projevu a nemůže žádným legitimním způsobem zasáhnout do toho, podle jakých klíčů budou vybírána témata, která média zprostředkují svým čtenářům či divákům. Efektivně nelze ovlivnit ani to, jakým způsobem budou tyto zprávy podávány a zda v nich dojde k odkrytí romské etnicity (například jen ilustračními záběry). Jediným účinným nástrojem tak jsou – v případě televizního vysílání – ustanovení zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Prokázání porušení některého z ustanovení tohoto zákona je ovšem velmi obtížné. Dokázat v rámci správního řízení a obhájit před soudními instancemi, že došlo ke spáchání správního deliktu, je kvalitativně zcela odlišný úkol, než vydat veřejnou deklaraci, že se médium zpronevěřilo etickým zásadám žurnalistiky, jak se k tomu uchylují zástupci romských iniciativ či zastánci lidských práv. Bude-li na základě zákona o vysílání médiu uložena sankce, bude se provozovatel vždy hájit tím, že plnil svou informační roli a že jen využíval svých zákonných práv. A to i v případech, kdy zveřejní události podobné těm břeclavským, které se následně ukážou jako smyšlené. Médium samozřejmě v době propuknutí takové události nemůže mít více informací, než kolik má policie. A zabývá-li se policie šetřením vážného obvinění, je pochopitelné, že o něm média informují. Neobstojí zde argument, že médium má poskytovat ověřené informace, protože k ověření informací může dojít jen v rámci dostupných zdrojů – oslovením napadaného chlapce (resp. jeho rodiny), oslovením policie a oslovením svědků, jsou-li tací. Při informování o břeclavské kauze média navíc opakovaně oslovovala zástupce břeclavské romské komunity.

V tomto kontextu je však nezbytné zdůraznit, že je třeba vnímat rozdíl mezi přímým porušením zákona, které pochopitelně vyžaduje sankci, a činností médií, která není protizákonná, ale jejíž důsledky jsou společensky nebezpečné a destruktivní. Takovým počínáním je cílené vyhledávání a zaměření se na informování o negativních událostech, v nichž figurují zástupci romského etnika, a zejména pak způsob informování, který má tendenci zevšeobecňovat sklony Romů k trestné činnosti, zneužívání sociálních dávek apod.

Demokraticky konstituované společnosti vycházejí z premisy, že na média a zejména pak na média elektronická je oprávněné klást jakési normativní požadavky, kvalitativní a etické nároky, které zpravidla vycházejí z veřejného zájmu. Jinými slovy, že činnost médií není běžným podnikáním, ale určitou službou veřejnosti. Je tak zcela na místě apelovat na média, aby si uvědomovala nejen svou moc ale zejména s ní související společenskou odpovědnost a

přijala takové standardy své práce, které budou zárukou, že média nebudou přispívat k anticiganistickým náladám, etnickému napětí ve společnosti a nárůstu extremismu.

Zpracovala: Mgr. Vilma Hušková

Použitá literatura a ostatní prameny:

BELLING, Vojtěch *Ideologie politické korektnosti a západní civilizace*, 11.8.2006 , [cit. 2012-22-7]; Dostupné z WWW: <http://www.obcinst.cz/clanek.asp?id=949>

BROWNE, Anthony *Úprk rozumu*, 2009, Praha, Dokořán, s.r.o., ISBN 978-80-7363-240-3

FTOREK, Jozef. *Public Relations a politika*, 2010, Praha, Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-3376-0

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*, 2009, Praha, Portál, s.r.o., ISBN 978-80-7367-574-5

NAKONEČNÝ, Milan. *Sociální psychologie*, 1999, Praha, Academia, nakladatelství Akademie věd České republiky, ISBN 80-200-0690-7

TOMANDL, Jan. *Jak účinně oslovit média*, 2011, Brno, Computer Press, a.s., ISBN 978-80-251-3457-3

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*, 2006, Praha, Portál, s.r.o., ISBN 80-7367-096-8

VERNER, Pavel. *Propaganda a manipulace*, 2011, Praha, Univerzita Jana Amose Komenského, ISBN 978-80-7452-015-0

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, 2005, Praha, Portál, s.r.o., ISBN 80-7178-998-4

ČESKO. *Ústavní zákon č. 23 ze dne 9. ledna 1991, kterým se uvozuje Listina základních práv a svobod jako ústavní zákon Federálního shromáždění České a Slovenské Federativní Republiky*, ve znění zákona č. 162/1998 Sb., In Codexis Advokacie

ČESKO. *Zákon č. 231 ze dne 17. května 2001 o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů*, ve znění zákonů č. 274/2003 Sb., č. 341/2004 Sb., č. 501/2004 Sb., č. 626/2004 Sb., č. 82/2005 Sb., č. 127/2005 Sb., č. 348/2005 Sb., č. 235/2006 Sb., č. 160/2007 Sb., č. 296/2007 Sb., č. 304/2007 Sb., č. 124/2008 Sb., č. 384/2008 Sb., č. 41/2009 Sb., č. 196/2009 Sb., č. 227/2009 Sb., č. 132/2010 Sb., č. 153/2010 Sb., č. 302/2011 Sb., č. 420/2011 Sb. a č. 142/2012 Sb., In Codexis Advokacie

ČESKO. *Rozsudek Městského soudu v Praze sp.zn. 11 A 93/2010* [online]. 2010 [cit. 2012-10-8] Dostupný z WWW: <http://www.nssoud.cz/files/EVIDENCNI_LIST/2010/11_A_93_10__CET_21_nepravdive_informace_Jested_20110413021050_prevedeno.pdf>

ČESKO. *Rozsudek Městského soudu v Praze sp.zn. 9 Ca 109/2009* [online]. 2009 [cit. 2012-10-8] Dostupný z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/files/judikaty/9%20Ca%20109-2009.pdf>>

EU. *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb* (kodifikované znění). In Codexis Advokacie, právní informační systém

ČESKÁ TELEVIZE. *Kodex ČT* [online]. 2003 [cit. 2012-8-8] Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>>

ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. *Etický kodex redaktorů zpravodajských, politicko-publicistických a ostatních publicistických pořadů* [online]. Bez datace zveřejnění [cit. 2012-8-8] Dostupný z WWW: <<http://www.ato.cz/pravni-agenda/samoregulace>>

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ. *Etický kodex novináře* [online]. 1999 [cit. 2012-8-8] Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>>

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ. *Deklarace principů novinářského chování* [online]. 1986 [cit. 2012-8-8] Dostupný z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/1/3/208/syndikat/deklarace>>