

## OBSAH

ÚVOD .....	13
<b>1. MÉDIÁ A SPOLOČNOSŤ</b>	
<b>1.1 Vymedzenie pojmov</b> .....	19
1.1.1 Médiá.....	19
1.1.2 Mediálny systém .....	20
1.1.3 Etika médií .....	21
1.1.4 Úrovne pôsobenia etiky médií.....	24
<b>1.2 Médiá, ich funkcie a vplyv na spoločnosť</b> .....	27
1.2.1 Úloha médií v spoločnosti.....	27
1.2.2 Mediálny svet a človek .....	29
<b>1.3 Ekonomizácia mediálneho systému</b> .....	31
1.3.1 Ekonomizácia spoločnosti a mediálny systém .....	31
1.3.2 Komercializácia médií .....	32
1.3.3 Moc médií.....	37
1.3.4 Dôsledky ekonomizácie médií.....	38
1.3.5 Vplyv ekonomizácie médií na žurnalistiku.....	42
<b>Zadanie č. 1: Diskusia o status quo súčasného mediálneho sveta...</b>	44
<b>2. ETIKA</b>	
<b>2.1 Etika a morálka</b> .....	49
2.1.1 Morálka.....	50
2.1.2 Etika.....	51
<b>2.2 Charakteristika morálky</b> .....	53
2.2.1 Morálka a právo .....	53
2.2.2 Morálka. Štruktúra morálky.....	54
2.2.3 Sankcie a mechanizmy regulácie v morálke.....	57
2.2.4 Morálna sloboda .....	60
<b>2.3. Hlavné etické teórie</b> .....	62
2.3.1 Deontologická etika .....	63
2.3.2 Utilitaristická etika .....	66
2.3.3 Etika ľudských práv .....	68
2.3.4 Etika cnosti.....	69

2.3.5 Etika diskurzu .....	71
2.3.6 Etika zodpovednosti.....	72
Zadanie č. 2: Dilema o uverejnení správy.....	79
<b>3. NOVINÁRSKA PROFESIJNÁ ETIKA</b>	
3.1 Všeobecná charakteristika profesijnej etiky .....	81
3.2 Je novinárstvo profesiou? .....	82
3.2.1 Aplikácia znakov profesie na novinársku prácu .....	84
3.2.2 Charakteristika novinárskej profesijnej etiky .....	87
3.2.3 Aplikácia sociologických kritérií na slovenské novinárstvo.....	88
3.3 Súčasný premeny novinárstva a profesijná etika .....	92
Zadanie č. 3: Žurnalistika na križovatke: Tvárou v tvár úpadku médií .....	95
<b>4. FORMY SAMOREGULÁCIE NOVINÁRSKEJ PROFESIJNEJ ETIKY</b>	
4.1 Novinárske profesijné etické kódexy.....	100
4.1.1 Filozofické a etické základy profesijných etických kódexov .....	101
4.1.2 Príklady národných novinárskych profesijných etických kódexov .....	103
4.1.2.1 Novinársky profesijný etický kódex v Slovenskej republike .....	103
4.1.2.2 Novinársky profesijný etický kódex v Nemecku ..	112
4.1.2.3 Novinársky profesijný etický kódex vo Fínsku...	115
4.1.3 Novinárska profesijná samoregulácia na medzinárodnej úrovni.....	118
4.2 Tlačové rady .....	128
4.2.1 Podstata a význam tlačových (mediálnych) rád .....	128
4.2.2 Príklady fungovania národných tlačových rád .....	137
4.2.3 Tlačová rada Slovenskej republiky .....	144
4.2.4 Medzinárodné združenia tlačových rád .....	153
4.3 Ombudsman.....	155
4.4 Systém profesijného vzdelávania žurnalistov .....	158
Zadanie č. 4: Môže novinár poskytnúť naraz svoje dielo viacerým redakciám? .....	161

Zadanie č. 5: Komparácie etických kódexov a tlačových rád.....	163
--	-----

## 5. ETIKA NOVINÁRA

5.1 Etické vlastnosti novinára.....	166
5.1.1 Čestnosť .....	166
5.1.2 Odvážnosť.....	167
5.1.3 Empatia .....	167
5.1.4 Zodpovednosť .....	169
5.1.5 Povinnosť etickej sebareflexie .....	170
5.2 Najväčšie morálne prečiny novinára.....	175
5.2.1 Plagiátorstvo.....	176
5.2.2 Osočovanie, ohováranie a nepodložené obvinenie .....	178
5.2.3 Prijímanie úplatkov v akejkoľvek podobe .....	180
5.3 Faktory, ktoré vplyvajú na etické rozhodovanie novinára.....	181
5.3.1 Faktory na mikroúrovni .....	183
5.3.2 Faktory na mezoúrovni.....	187
5.3.3 Faktory na makroúrovni.....	189
5.3.4 Faktory na globálnej úrovni .....	190
Zadanie č. 6: Desať novinárskych hriechov.....	191
Zadanie č. 7: Osudy novinárov vo fabrikách na správy .....	192
Zadanie č. 8: Prečo sa novinári dopúšťajú morálnych prečinov? ....	192

## 6. ZÁKLADNÉ ETICKÉ OTÁZKY V ŽURNALISTIKE

6.1 Sloboda prejavu a tlače .....	195
6.1.1 Ako rozmýšľať o slobode prejavu a tlače v súvislosti so žurnalistikou?.....	196
6.1.2 Sloboda prejavu a tlače v žurnalistike.....	198
6.2 Princíp pravdivosti v žurnalistike.....	206
6.2.1 Etické hľadisko .....	206
6.2.2 Akú správu možno považovať za pravdivú?.....	207
6.2.3 Faktuálne a hodnotové súdy .....	208
6.2.4 Postupy, ktoré vedú k dosiahnutiu pravdivých správ....	209
6.2.5 Postupy, ktoré sú porušením princípu pravdivosti .....	214
6.3 Ochrana súkromia.....	218
6.4 Zamlčovanie skutočných problémov .....	220
6.4.1 Výber správ.....	220
6.4.2 Príčiny zamlčovania aktuálnych správ.....	222

6.4.3 Prečo ľudia venujú pozornosť „zdevastovanému spravodajstvu“? .....	224
<b>6.5 Kríza žurnalistiky</b> .....	228
6.5.1 Namiesto rozkvetu kríza .....	228
6.5.2 Príznaky krízy žurnalistiky .....	229
6.5.3 Možné východiská z krízy žurnalistiky .....	232
<b>Zadanie č. 9: „Exkluzívne pre našu televíziu“</b> .....	237
<b>Zadanie č. 10: Kauza františkáni</b> .....	238
<b>Zadanie č. 11: Sloboda prejavu verzus zodpovednosť</b> .....	239
<b>7. HLAVNÉ ETICKÉ OTÁZKY V MÉDIÁCH</b> .....	242
<b>7.1 Manipulácia verejnosťou zo strany médií</b> .....	243
7.1.1 Formy manipulácie zo strany médií .....	244
7.1.2 Kto manipuluje? .....	245
7.1.3 Ohlupovanie ako forma manipulácie .....	247
<b>7.2 Ponižovanie človeka</b> .....	248
7.2.1 Formy ponižovania .....	248
7.2.2 Program <i>Big Brother</i> – prototyp ponižovania človeka v médiách .....	249
<b>7.3 Zneužívanie človeka ako prostriedku na dosiahnutie svojich cieľov</b> .....	252
7.3.1 Dojatie, strach, smiech, utrpenie ako prostriedky ovládania človeka .....	252
7.3.2 Draho zaplatená mediálna skúsenosť .....	253
7.3.3 Zákaz šírenia nenávisťi .....	256
7.3.4 Mediálna realita a realita .....	258
<b>7.4 Potreba kritického myslenia verejnosti</b> .....	258
7.4.1 Je publikum skutočne tupohlavé? .....	258
<b>Zadanie č. 12: „Aj múdry schybí“</b> .....	260
<b>Zadanie č. 13: Akú moc má publikum?</b> .....	262
<b>8. SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ MEDIÁLNYCH PODNIKOV</b>	
<b>8.1 Aktuálnosť spoločenskej zodpovednosti podnikov</b> .....	263
8.1.1 Konceptia spoločenskej zodpovednosti podnikov .....	265
8.1.2 Globálna výzva: aplikácia koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov na mediálne podniky .....	269

<b>8.2 Záujmové skupiny (<i>stakeholderi</i>) mediálnych podnikov ....</b>	<b>270</b>
8.2.1 Zodpovednosť mediálneho podniku voči zamestnancom .....	272
8.2.2 Zodpovednosť mediálneho podniku voči vlastníkom	274
8.2.3 Zodpovednosť vlastníkov voči manažmentu mediálnych podnikov .....	275
8.2.4 Zodpovednosť mediálneho podniku vo vzťahu k verejnosti .....	276
8.2.5 Zodpovednosť mediálneho podniku voči publiku .....	276
8.2.6 Zodpovednosť mediálneho podniku voči objektu.....	278
8.2.7 Zodpovednosť mediálneho podniku voči obchodným partnerom.....	278
8.2.8 Zodpovednosť mediálneho podniku voči konkurentom.....	279
8.2.9 Zodpovednosť mediálneho podniku voči investorom/producentom.....	280
8.2.10 Zodpovednosť mediálneho podniku vo vzťahu k regiónu .....	280
8.2.11 Zodpovednosť mediálneho podniku vo vzťahu k štátu: .....	281
8.2.12 Konflikty medzi záujmami jednotlivých stakeholderov .....	281
<b>8.3 Aplikácia etiky v mediálnych podnikoch .....</b>	<b>281</b>
8.3.1 Formy inštitucionalizácie etiky v mediálnom podniku...	281
8.3.2 Etický kódex mediálneho podniku .....	282
<b>Zadanie č. 14: Tvorba etického programu pre konkrétny mediálny podnik .....</b>	<b>287</b>
 Bibliografia .....	288
Menný register .....	296
Vecný register.....	300