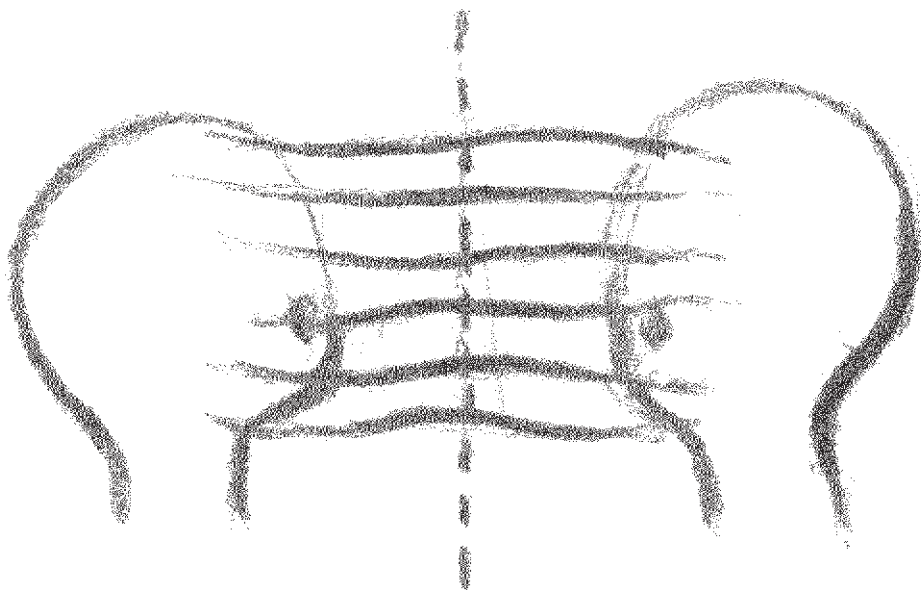


ČLOVĚK A MÉDIA

sborník příspěvků



Centrum Mariapoli 12. 10. 2002

LESK A BÍDA MÉDIÍ

Na konferenci nazvanou Člověk a média, která se konala v pražské Vinoři, pozvalo pracovníky médií Hnutí fokoláre v České republice a občanské sdružení Pontes. Konala se v nedávno dokončeném Centru Mariapoli, místě setkávání členů Díla Mariina, které s vytříbeným vkusem projektoval architekt Jindřich Synek.

Proto hned první referát patřil italskému členu Hnutí fokoláre Paolu Lorigovi, komentátorovi časopisu Citta Nuova, který představil rozvoj vydavatelských aktivit hnutí od tištěných letáků se Slovem života kdysi až k aktuální podobě časopisu Nové město, vycházejícího v desítkách zemí, a k bohaté knižní produkci.

Řady důležitých aspektů fungování médií v moderní společnosti se dotkl Pavel Fischer, ředitel politického odboru prezidentské kanceláře. Mezi nebezpečnými trendy současné mediální scény zmínil především její značnou komercializaci, bulvarizaci a záměnu skutečného života za virtuální realitu. Tomu lze čelit pouze kritickým přístupem k „mediálním produktům“ a kvalitní mediální výchovou ve školách.

O své zkušenosti s novinářskou etikou v jednom regionálním deníku se s přítomnými podělila redaktorka Blanka Pirnosová. Shrnula je zhruba takto: Zatímco v minulosti odsouval etiku „do neviditelna“ diktát ideologie, pak dnes je to diktát neviditelné ruky trhu.

Etickým aspektem novinářské práce se velkou měrou věnoval i příspěvek Olgy Kopecké-Valeské, která spojila svou redaktorskou dráhu s Rádiem Svobodná Evropa.

Vlivem televize na dnešního člověka se zabýval redaktor České televize Michael Otřísal. Zdůraznil, že se nejedná o vliv či moc uzurpovanou, nýbrž do značné míry delegovanou, neboť dnešní stále atomizovanější člověk, který touží po komunikativním společenství, se ho zároveň bojí, a proto sahá po mediální náhražce.

Internet jako jeden z nástrojů globalizace, jako nový životní styl či jakýsi nový světadíl představil Ignác Mucha z Pastoračního střediska pražského arcibiskupství. Revolučnost tohoto média spočívá v tom, že zatímco „tradiční“ sdělovací prostředky komunikují jedno-směrně, internet je médiem obousměrným, nabízí výběr, srovnání, zpětnou vazbu, dialog, přesné sledování návštěvnosti atd. Odpoledne se účastníci rozdělili do dvou diskusních kroužků a navázali na podněty přednášejících. Na závěr se shodli na tom, že toto setkání bylo užitečné a rozhodně by nemělo být poslední.

JAROSLAV ŠUBRT

OBSAH

ČLOVĚK A MÉDIA, Pavel Fischer	5
ETIKA V MÉDÍÍCH, Blanka Pirnosová	12
ČLOVĚK A TELEVIZE, Michael Ořřisal.....	14
ČESKÉ VYSÍLÁNÍ RÁDIA SVOBODNÁ EVROPA, Olga Kopecká	17
INTERNET, Ignác Mucha	20



V roce 1995 začal pracovat v Kanceláři prezidenta republiky jako tiskový specialista, později se stal zástupcem tiskového mluvčího. Od roku 1999 působí ve funkci ředitele Po-litického odboru Kanceláře prezidenta republiky. Je členem mezinárodní evropské ekumenické pracovní skupiny, která se věnuje sdělovacím prostředkům a jejich místu v církvích a společnosti.

I. JAK VYPADÁ SVĚT

VE SDĚLOVACÍCH PROSTŘEDCÍCH

A ČÍM SE LIŠÍ OD REÁLNÉHO SVĚTA.

Kdybyste teď dostali za úkol připomenout důležité výročí v kalendáři nějakého politika nebo zpracovat politické jednání či událost, musíte svoji představu promyslet i mediálně či novinářsky, tedy tak, aby byla srozumitelná pro veřejnost. Často nebývá jednoduché pozornost nasměrovat k hlavnímu tématu setkání či smyslu daného kroku. Mnohem lépe se přeci píše o tom, co bylo na jídelním lístku. A i kdybyste měli akci promyšlenou do všech detailů, do poslední chvíle si nebudete jisti, zda to, co bylo u zrodu, najdete i v závěru, v konečném vyznění akce u veřejnosti. Jakkoli budou totiž koncepty a motivy na počátku vašeho uvažování vznešené, jakkoli jim dokážete vtělit zajímavé tematické nebo formální zbarvení, vůbec nemusíte být pochopeni novináři, či veřejnost nemusí pochopit novináře. Akce proběhne, vy se podíváte večer na televizi a padnou na vás chmury. Ještě horší dojem můžete mít nazířít, hovoříte-li s těmi, kteří sledovali obrazovku nebo četli noviny. Máte

kolikrát pocit, že to je sice stále ještě stejná událost, ale přitom je to něco úplně jiného, podobně jako paprsek světla, který prochází hranolem. V tom spočívá paradox komunikace: i ten nejlepší úmysl, i to nejjasnější sdělení může na konci vyznít jako banalita či téměř poplašná zpráva.

V dnešní době čelíme mnoha výzvám, svět je velmi složitý, provázaný a globalizovaný. Abychom se v něm orientovali a pochopili souvislosti, abychom měli dos-tatek informací pro rozhodování ať už ve svém zaměstnání, ve věci bydlení či založení rodiny, v určitém smyslu potřebujeme sdělovací prostředky. Slouží nám totiž k tomu, abychom věděli, co se děje venku. Ale to „venku“ v dnešní době už není to, co se děje za naším domem, ale v celém světě.

Pozorujete-li přirozené reakce lidí po setkání se sdělovacími prostředky, vidíte obavy, zděšení, nedůvěru, pohoršení. Připomíná mi to - promiňte mi tu nadsázku - situaci v go-tických městech. Když tehdy člověk otevřel okno, všiml si zápachu, protože na ulici byla stoka, odpadky. Byli tam zlodějníci, podvodníci, kurtizány. Byli tam však i lidé docela počestní, nakonec tu ulici

znala jistě i řada světců a procházela zde vůbec pestrá směs zajímavých lidských příběhů. Se stejným odporem, jako se tehdy zabouchlo okno nad zápachem té stoky, člověk někdy vypíná televizi nebo odkládá deník, který si právě četl.

V médiích najdeme opravdu všechno. Je třeba, abychom ten první pocit odsouzení, který bývá často velmi spontánní, dokázali zpracovat a přemýšleli nad ním. A abychom tomu učili i naše děti. Sdělovací prostředky jsou totiž strhující svět. Jsou ještě něčím více než jen tou gotickou ulicí, protože přinášejí obrovské množství informací, určitá sdělení, i když ta někdy vyznívají jako páte přes deváté. Vyvolávají u nás představy a souvislosti. Podobně jako je v politickém světě či v jazyce reklam třeba překládat určité pojmy, události a záměry do mediálního jazyka, jako křesťané máme povinnost překládat i to, co jsme dostali darem ve křtu nebo v církvi. Jako se dříve bible pracně překládala do národních jazyků, musíme nyní přemýšlet i o tom, jak ji překládat do mediálního jazyka. A netřeba si vysvětlovat známou skutečnost, že každý sdělovací prostředek má svůj vlastní „jazyk“.

Média nejen informace poskytují, ale také je hierarchizují: něčemu dají přednost, něco opomenou, něco zmíní jen mimoděk. Na klasifikaci nebo stanovení priorit se promítá určité hodnocení těch, kteří sedí v redakcích nebo dokonce média vlastní. A tady je třeba položit si otázku: k čemu nás média vedou? Vedou nás k nějakým metám? Po jakých stezkách nás vodí, jak by řekl žalmista? Abychom šli nakoupit do nejbližšího obchodního centra? Nechali se přesvědčit a vybrali někoho ve volbách? Abychom se „uba-vili“ k smrti, vypůjčím-li si titul známé knihy? Pomáhají nám sdělovací prostředky pochopit a poznávat složitost světa? Vedou

nás k diskusi? Nabízejí nám komentář? Ale kolik je dnes v médiích komentářů?

Jeich mimořádně rychlý úbytek jakoby naznačoval, že jsme rezignovali na složitost světa: o kolik snadnější je sunout lidem stovky nepropojených informací, které zřít budou mrtvé! A o kolik náročnější je jim poskytovat vodítko, argumenty, propojovat nahodilé a analyzovat trendy! Česká televize si vytkla nový pořad se staronovým názvem Události a komentáře. Ale kolik je tam vlastně komentářů? Veřejnoprávní Český rozhlas také přestává komentovat. V lepším případě natrefíte na dobrou diskusi, ale komentář téměř chybí. A přitom člověk ve stále složitějším světě potřebuje právě komentáře jako vodítko nebo východisko k další debatě.

Při kontaktu s novináři si člověk uvědomí, jak jsou mocní. Dovolte mi nadsázku: buď si to uvědomují, a pak jsou ve velkém pokušení být arogantní, anebo si to neuvědomují... což může být ještě horší. Kolik věcí mohou svým neuváženým článkem, fotografií nebo pořadem ovlivnit! Ale zodpovídají se někomu? A komu? Nadřizenému? Co je to za člověka? Česká média trpí tím, co bych označil jako absenci střední generace zkušených novinářů, kteří by začínajícím vraceli nepovedené články či pořady nazpět se slovy: koukej to předělat. Jen tak se lze něčemu naučit. Ale tito staří harcovníci často v redakci nesedí. Proč, to je jiná věc. Zodpovídají se tedy novináři majiteli? Ale není to jen jeden z těch mnoha podnikatelů, kteří dávají přednost krátkodobému profitu? Vždyť vybudovat důvěryhodný sdělovací prostředek trvá velmi, velmi dlouho a stojí to mnoho kázně a odříkání. Jsou tedy zodpovědní zákazníci? Ale co po nich chce zákazník? Většinou jen něco zajímavého

ke koupi.

Díváme-li se na televizi, vidíme svět jako soutěž. Kam se poděla spolupráce? Kolik je pořadů o penězích, soutěžích o velké výhry. Ale poctivou každodenní práci tam nenajdeme, ani příběhy lidí, kteří žijí od výplaty k výplatě, s výjimkou pořadů, při kterých vám běhá husí kůže. A jak je představen člověk? Často jako někdo cizí, kdo nám vstupuje do obýváku a my si říkáme, co tu ten veřelec dělá. Ale přitom druhý je také bratr. Kolik pořadů v televizi nám druhého představují takovým pohledem! Jinakost druhého pak bereme jen jako ohrožení, i když dobře víme, že nás může i obohatit.

Co jsou to vlastně média? Jsou možná nástroj. Zrcadlo, jakkoli pokrivené. Laboratorní stůl, na němž lze pozorovat veškerou absurditu problémů, které přináší dnešní vývoj společnosti a technologie. Jsou možná prostor, který je potřeba zaplnit, a pokud ho nezaplníme my, zaplní ho někdo jiný a dá mu svůj vlastní smysl. Ale média jsou něčím mnohem více. Jsou vlastně novodobým systémem, který funguje na základě určité vlastní logiky. Pomáhají nám rozumět složitosti světa, chápat minulost, pomáhají nám pojmát přítomnost, nabízejí nám východiska, doporučení, čemu se věnovat, dávají možnost předvídat budoucí vývoj. V dějinách dlouhou dobu poskytovalo tuto službu lidem náboženství, i když lidé třeba nevěřili nebo jejich víra nebyla osobní. S rozvojem vědeckého poznání pak převzala tuto roli věda. V dnešní době úlohu univerzálnosti a hledání souvislostí začala plnit média. Kolikrát jsou nejvyšším soudcem pravdy a věrohodnosti. To, co jsem viděl v televizi, je přece pravda! Formulují tedy obraz světa či nám nabízejí jeho interpretaci. A my máme

sklon tomu, co nám předkládají, dávat větší váhu než je vhodné.

JAK SE BUDOU MÉDIA VYVÍJET?

Před dvaceti lety jste si sice koupili VKV stereofonní přístroj a poslouchali jste Vltavu a možná několik málo dalších stanic. Dnes? Zkusmo jsem projížděl kapesní digitální rádio, a to mi napočítalo asi dvacet VKV stanic. Před dvaceti lety byly v televizi jeden dva programy. Dnes mají lidé díky kabelové televizi několik desítek kanálů a s digitalizací jich možná bude sto, dvě stě. Co to přinese? Bude jeden kanál pro příznivce formule 1, jeden pro hráče kriketu, jeden pro obdivovatele suma, pro chovatele zvířectva, jeden hudební, rozhodně nebude chybět erotický, jeden se bude věnovat historii, přírodě, zpravodajství, kriminálním seriálům, sci-fi, soutěžím a tak dále. Co to udělá s lidskou společností? Donedávna jsme cestou do školy nebo do práce mohli v autobuse či tramvaji zaslechnout: „Hele, díval ses včera večer na televizi?“ „Díval. To byla ale hloupost, co?“ „No jo, ale chtěl jsem vidět, jak to nakonec dopadne...“ To už si možná nebudeme moci říkat, tento integrující prvek sdělovacích prostředků se bude vytrácet, neboť každý se bude dívat u sebe doma na něco jiného. Proto je tak důležité, abychom volnému trhu zboží, který se přenáší do volného trhu s informacemi a pořady, zkusili alespoň na malém prostoru bránit.

Pro země, ve kterých existují veřejnoprávní sdělovací prostředky, je velmi důležité bojovat za to, aby zůstaly, jakkoli svou roli plní možná nedokonale. Princip veřejnoprávnosti nám totiž umožňuje setkat se s lidmi jiného názoru. Násobením kanálů, titulů, stanic totiž může v konečném výsledku vést k atomizaci společnosti. Jak potom hovořit o

společném dobru, o společných zájmech? Proto si myslím, že i církve by měly – v zájmu člověka, v zájmu obecného dobra – tento veřejnoprávní prostor bránit, a to i přesto, že k nim samotným bývá často tak nelibostný. Přináší totiž zprávy o životě křesťanů patřičně naředené onou často falešnou snahou obsáhnout všechny, tedy i nevěřící či příznivce nejrůznějších duchovních škol a příliš je nešokovat nebo nedráždit.

Tuto část zakončím výčtem paradoxů, které média přinášejí. Aby mohla média uchopit svět v jeho složitosti, musejí si vybírat. Na jedné straně se velmi dobře zpracovává téma války nebo konflikt. Ale téma míru se obrazově pojímá složitě, takový záběr či text je často banální. Ty paradoxy jdou však dál: Konflikt a harmonie. Povrchnost a hloubka. Ukončenost a proces. Akce a klid. Úzkost a pokoj. Vášeň a sesterská nebo bratrská láska. Žárlivost a důvěra. Soutěživost a spolupráce. Dělat a být. Bizarní a normální. Konečno a nekonečno. Smrt a život. Smrt ve své ukončenosti, ohra-ničenosti, uchopitelnosti, jako něco vyřešeného. Život? Je vágní, mnohoznačný, složitý, neuchopitelný.

II. MÉDIA A POLITIKA

Sdělovací prostředky jsou místem často velmi nelibostného střetu protichůdných zájmů, souboje o publikum, inzerenty, voliče či prostě místo na slunci. Setkávají se zájmy obchodní a průmyslové, politické, skupinové. Když nahlédnete zákonitost světa politiky, zjistíte, že politik je člověk, který koná stále pod diktátem aktuality a jemuž se nikdy nedostává dostatečného množství informací. Chybí čas, orientace, mapy, poučení. Politik se rozhoduje neustále ve velké nejistotě, rychle a bez znalosti detailů, bez odstupu a bez analýz. Mnoho podnětů pro

své rozhodování čerpá právě z médií.

Zdrojem mandátu nebo legitimacy jsou pro politika volby. V nich získává moc, autenticitu nebo legitimitu. Ale kontakt mezi voličem a politikem je v dnešním světě velmi slabý, nepracujete-li zrovna na komunální úrovni. Politik komunikuje s voličem zpro-středkovně, přes média. Zároveň velmi pečlivě sleduje průzkumy veřejného mínění – v nich nachází nepřímou odpověď, jak si vede. Sledování zpráv o vlastní činnosti, snahách a záměrech se politikovi stává pravidelným rituálem. Politik mívá své vlastní přehledy tisku, své mediální poradce.

Jenže, jak se dostat do novin? To může být velmi složitá věc. Můžete vymýšlet kokoliv, můžete do toho investovat spoustu času, nápadů, práce a peněz. Pak stačí, aby se stala nějaká nehoda, spadl třeba strom v palese nebo se otevřelo nové nákupní centrum, a veškerá vaše snaha přijde vniveč. Politikovi k tomu, aby se dostal do novin, tedy nestačí, aby byl dobrý. Často paradoxně stačí naopak udělat nějaký průšvih, něčím zaujmout a dostane se do povědomí lidí. Proto je svět politiky a sdělovacích prostředků někdy tak blízko divadlu nebo jarmarku.

Masaryk říkal, že úlohou tisku je být pro-dloužením parlamentní demokracie, neboť krotký tisk často vede k neschopné vládě. Skutečná role novinářů tedy je tlačit neustále politiky k odpovědnosti, připomínat jim jejich chyby a žádat o jejich nápravu. Mezi politikem a novinářem se vytváří velmi zajímavý vztah. Dobře se totiž znají. Politik viděl daného novináře mnohokrát nepřipraveného, nesoustředěného, novinář zase svého politika zažil chybujícího, slibujícího nereálné, unaveného anebo ještě jinak... Vzniká určitá vazba intimity, pocit příslušnosti k adoptivní rodině. Ostatně, kolik probíhá

mezi novinářskou obcí a politiky personálních výměn! Bývalí mluvčí se stávají politiky a bývalí politici se stávají mluvčími. Doplňme ještě velké národní korporace, do kterých odcházejí novináři nebo politici jako mluvčí. Dochází k určité profesní promiskuitě mezi skupinami, které by se spíše měly navzájem hlídat. V té adoptivní rodině tedy mohou existovat rozmanité vazby, často řádně komplikované a mnohdy najdeme dokonce i něco jako odměny a tresty.

Není smyslem tohoto vystoupení kritizovat jedny nebo druhé – novinářina je velmi těžká práce, která vyžaduje celého člověka: musíte mít encyklopedické znalosti, velký archiv, pečlivě pracovat na každé zprávě, kterou publikujete, musíte mít odvalu, smysl pro spravedlnost, být neúplatní, znát mezinárodní kontext, obsáhnout všechny oblasti, do nichž jste vysíláni šéfredaktorem, a to vše stíhat v rekordně krátkých výrobních lhůtách. Politik se zase nasazuje s tím nejdražším, co má – se svou pověstí, soukromím, rodinou, s tím, čím by jednou rád byl, a vystavuje se nebezpečí, že bude konfrontován se svou minulostí, že bude muset odpovídat na hloupé a nadřzlé otázky, že bude muset čelit nespravedlivým útokům a při tom všem že bude muset zůstat odborně stále na výši. O dalších požadavcích ani nemluvíme, na obě kategorie jich totiž existuje skutečně dost a dost.

Při tom všem je velmi těžké pracovat opravdu profesionálně, zachovávat si svoji svobodu – to platí pro politika i pro novináře – a navzájem si nic nedarovat. Novinář a politik mají ale mnoho dalšího společného. Oba jsou vlastně polovzdělanci. Jakkoli mohou být školení v nějakém oboru, dnešní svět a společnost jsou tak složité, že nemůžete být zároveň ekonomem, ústavním právníkem, odborníkem na volební systé-

my, sociální dávky, zahraniční politiku a tak dále. Jenže často mají za úkol se oba k problému vyjadřovat, a to nejlépe na chodbě ve spěchu, psát o něm zprávy, vysílat reportáže. Oba tedy musí umět všechno, nebo alespoň se ve všem orientovat a hlavně – jednat rychle. Helmut Schmidt o tom s nadsázkou prý říkal: Novinář i politik mají něco společného – často dnes hovoří o věcech, které pochopí až zítřa.

Obě skupiny mají navíc trochu sklon k cir-kusáctví nebo kýči. Aby politik nezmi- zel z prvních stran novin, často aranžuje například i svůj soukromý život, aby byl zají- mavý a lidsky přitažlivý. Nehleďte v mých příkladech konkrétní české politiky, mluvíme teď skutečně v mezinárodním kontextu: kolik je ministrů zemědělství, kteří chodí hladit telátka na výstavy nebo pojednávají svoji rodinu v takových kýčovitých barvách, že máte pocit, že se díváte na nějaký televizní seriál! Kolik je inscenovaných fotografií na vý- stavách strojírenské techniky! Ale na druhou stranu – bylo by vůbec zábavné dívat se na fotografie politiků, kteří pořád jen sedí za jednacími stoly? Jak byste pak rozeznali ministra školství od ministra obrany? Proto je třeba rekvizit, určitého aranžmá, i když nic se nemá přehánět. Každá inscenace totiž může přerůst v komedii... A kýč je sou- částí nejenom umění, ale i médií, a kolikrát i politiky.

Mezi novinářem a politikem je životní závislost. Jsou na jedné lodi, jedni získávají vysoký náklad za to, že uveřejní něco pikant- ního, druhý bez médií mnohdy nemů-že dě- lat úspěšnou politiku. Proto lze vycílit někdy více či méně zjevné dohody o neúto- čení či dokonce kompromisy.

Jak vlastně s médii pracovat? Kde je

hra-nice práce s médii a manipulace? Zatímco v totalitních režimech existují celé úřady pro informace a cenzuru, v otevřené společnosti je terén mnohem složitější. To však neznamená, že by svoboda slova byla sama o sobě bezproblémová. O tom svědčí řada světově proslulých politických afér, v nichž téměř vždy najdete často rozhodující moment, a to profesionální práci novináře. Jak ale vlastně takový politik může média ovlivňovat? Například: máte špatnou zprávu pro veřejnost? Tak ji uveřejněte v pátek v pět nebo v šest hodin večer. Víkendová vydání jsou hotová, pondělní se budou lepit až v neděli v noci. Přes víkend to sice pojednají v televizi a v rádiích novináři, ale často jde jen o nezajímavou zprávu novináře, který nemá dosti nabroušené pero, neboť musí pokrýt ještě celou řadu dalších oblastí. Publikum si zvykne a v pondělí už to není zajímavé téma. Nejhorší je naopak sdělit špatnou zprávu v pondělí. Objevuje se celý týden. Nechcete, aby se o nějakém tématu vedla velká rozprava a máte opravdu věc, která způsobí skandál? Nedělejte velkou tiskovku, ale raději rozdělte ten dynamit na několik balíčků a ty rozmístěte mezi různé druhy médií. Každý bude mít jenom kousek a nikdo se v tom už potom nevyzná. Ale podobně může svoji práci pojmout i novinář – banální zprávu prodá pomocí chytlavého titulu, co na tom, že někomu ukrřídil, a je-li trochu šikovný, dokáže ji navíc prodávat po kouskách. Těm, jimž kladl otázky, přitom vloží do úst vlastní odpovědi, aby mu článek vyšel podle jeho představ. Ale novinářina může být nebezpečná profese, i dnes se při ní často jedná o život.

Život politiky a médií samozřejmě mění i technologie. Mobilní telefon dnes politiko-vi umožňuje sledovat dění ve světě přes agenturní zprávy, upozornění zasílaná kolegy ho

zase informují o aktuálním dění v ostatních stranách či na důležitých jednáních. Přestože se politika nedá dlouhodobě dobře dělat bez lidského potýkání, setkávání, naslouchání a vyjednávání, často už dnes k interakci mezi politiky dochází jen zprostředkovaně, třeba právě přes telefon. V horším případě si vzkazy vyřizují... přes média. Tak se média stávají kolbištěm, na kterém může každý zkoušet hledat své spojence, své odpůrce a své sympatizanty.

III. CÍRKEV A MÉDIA

Církev nemůže zůstat hluchá k tomu, co se děje ve světě, musí to nějakým způsobem pojmenovávat, hledat znamení času a přinášet Krista přiměřeným jazykem a přiměřeným způsobem. Je-li dnes řeč o médiích, jak hodnotíme v církvi, že byl pořad dobrý? Podle jakých kritérií? Kolikrát možná slyšíte: tento pořad je špatný, protože tam za poslední měsíc nebyl pan biskup nebo pozapomněli pěkně pojednat pouf v naší diecézi. Nikoho – kromě nás – však nemusí zajímat, že jsme měli nějakou pouf. Jakým přínosem pro společnost pouf byla? Čím reagovala na problémy, radosti a naděje, na smutek a úzkost lidí naší doby, jak přešle jeden koncilní dokument? Možná měla i mnoho dalších plodů, ale pro posuzování pořadů či kvality sdělovacích prostředků obecně musíme hledat i jiný typ kritérií.

Uvedu jen několik z nich jako příklad. S jakým záměrem pořad vznikl, byl veden úctou k publiku nebo byl zneužíváním publika? Jaký obsah měl, byl vytvářen ve prospěch porozumění a míru, spravedlnosti a jednoty, nebo obsahoval národnostní či jiné předsudky? Byl věrohodný? Srozumitelný, přesný, různorodý? Byl to dialog hlučných, anebo měl člověk možnost reagovat, případně si alespoň vytvořit vlastní

názor? Kolik je dnes pořadů, fotografií, článků, které nás vystavují takové emocionálně a strachu, že ztrácíme možnost zaujmout postoj! Respektuje pořad tajemství, jinakost přístupu například ke evangeliím zvěsti, anebo se snaží všechno vysvětlit a hned soudit? Jaké hodnoty vyznávají tvůrci pořadů? Tato kritéria formulovala ekumenická rada při své schůzi ve Vancouveru v roce 1983, ale určitě bychom našli či vymysleli další.

Církev by tedy měla být ve svém přístupu k médiím či v jejich hodnocení velmi obezřetná. Dejme nyní stranou sdělovací prostředky obrácené „dovnitř“ církve, v nichž se dozvídáme o aktivitách v diecézi nebo v různých hnutích, či prohlubujeme svoji víru. Věnujme se ostatním médiím, těm, v nichž se dočítáme o dění ve společnosti. Tam není na místě počítat, kolikrát se slovo církve nebo jméno pana biskupa objevovalo na prvních stránkách. Minuty na obrazovce a centimetry textu na straně novin nebo umístění ve vysílacím čase počítají i pohané! Na tom je přece založen veškerý komerční přístup. Máme-li být solí, měli bychom se na mediální skóre přestat ohlížet a radovat se z každého pořadu, ve kterém zahlédneme evangeliální hodnoty, i když se jim třeba tak neříká.

ZÁVĚR

Co s tím? Zakládat kluby filmových diváků. Kolik našich farností nebo společenství pořádá diskuse o filmech? Měly by se zakládat půjčovny dobrých videokazet. Zažil jsem v zahraničí asociaci rodin, která měla u jedné rodiny v polici 200 - 300 filmů a členové či přátelé si je chodili půjčovat. Zvatí si k debatě novináře, fotografy nebo filmaře. Vždyť je-li naše školská soustava postavena na knize a na studiu textu, jsme vlastně obrazoví analfabeti. A pozve-li mezi sebe

novináře nebo nějakého tvůrce a začnete mu klást otázky, které považujete za laické a hloupé, zjistíte možná, že si je často vůbec neklade a že ho budete nutit přemýšlet nad tématy, která zase vás třeba trápí od rána do večera. A takové setkání pak může být skutečným obohacením pro vás i pro něj. Měli bychom se také připravovat na mediální působení, protože je nedostatek vzdělaných a hodnověrných laiků do různých diskusních pořadů. Měli bychom studovat religionistiku, protože redakce často potřebují jenom poradit, a nemají s kým: v tom shonu pak spletou věci, které z náboženského hlediska mohou být zásadními omyly či do-konce provokací. Často jim chybí orientace a čas pro vytváření kvalitních textů. Redakce by měly mít člověka, který rozumí náboženství a vysvětlí jim terminologii, texty, rituály, vzťahy.

Měli bychom možná na úrovni různých společenství, hnutí nebo projektů v terénu přemýšlet, jak nabídnout plody naší práce vhodným způsobem médiím. Lidé dnes nepotřebují vědět, co dělá zrovna pan děkan nebo představená kláštera, ale očekávají zprávu, jak odpovídáme na potřeby dnešní doby. A měli bychom se také účastnit debat na internetu. Jak často tam chybí laskavý, láskyplný přístup k těm druhým! Pečujete o děti? Sedněte si s nimi před televizi a dívejte se spolu a potom s nimi o tom vedte debatu. Už si s tím nevíte sami rady? Odstěhujte televizi do sklepa a počítejte ušleřený čas. Mediální púšť neškodí. Kupte si noviny, co nikdy nečtete, a všimněte si rozdílů s tím, co máte denně před sebou. A čtěte někdy staré noviny. Nic není tak horké a složité, jak se někdy zdá.





ETIKA V MÉDIÍCH

BLANKA PÍRNOŠOVÁ

Pracovala jsem 30 let stále v téměř jihočeském krajském deníku, ačkoliv po roce 1989 několikrát změnil název i majitele; nyní patří do skupiny Deníky Bohemia, vlastněné nakladatelstvím Pasauer Neue Presse. Nejsem vzdělána v oboru etiky a také v žurnalistice jsem jen samouk, takže k tématu této konference mohu promluvit pouze o zkušenostech z praxe.

Za komunismu byly všechny krajské deníky „orgány KV KSČ“ a jejich tvůrčí pracovníci, redaktori i fotografové, patřili do nomenklatury krajských výborů strany, tudíž museli být jejími členy. V naší redakci Jihočeské pravdy existovala jediná výjimka – nestraník fotograf, oblíbenec šéfredaktora, který nad ním jako člen předsednictva KV KSČ držel ochrannou ruku. Tisk byl definován jako „kolektivní organizátor, propagátor a agitátor“ a novinářská etika, pokud se o ní vůbec někdy někdo zmínil, byla pouhá fráze bez konkrétního obsahu. Dá se o ní hovořit jedině v souvislosti s morálkou jednotlivých novinářů. Něco se psát muselo, něco bylo doporučeno psát a něco se psát mohlo. Záleželo na každém redaktorovi, kde si stanovil – pokud si je vůbec stanovil – hranice,

za něž nepůjde i s vědomím existenčního rizika s tím spojeného. V naší redakci byli v tomto směru nejvíce „na hraně“ sportovní redaktori, kteří si například dovolili odmítnout shánět negativní ohlasy významných sportovců kraje na tzv. pamflety – Chartu 77 či Několik vět.

Také proto jsme si jednoho z nich někdy začátkem roku 1990, kdy se měnilo vedení redakce, zvolili za šéfredaktora. Od té doby se u nás o novinářské etice nejen mluvilo, ale byla stanovena i její základní pravidla. To první znělo, že novinářina je pokorná služba čtenářům. Znamenalo to, že jim budeme přinášet co nejpodrobnější zprávy a nebudeme do nich míchat své komentáře. Zpočátku to pro nás bylo dost obtížné – zvyk je železná košile a re-daktorovi zvyklému dávat čtenářům s informacemi zároveň návod, jak jim mají rozumět, se často zdálo, že taková „holá“ zpráva je něco příliš obyčejného; něco jakoby pod jeho úroveň. Klopotně jsme se dobírali poznání – a hlavně uznání – že čtenář má vlastní rozum a nepotřebuje od nás být „vychovávan“. Další pravidlo znělo Audiatur et altera pars – naslouchat i druhé straně, pokud jsme byli od někoho

zvenčtí navedeni na stopu nějaké nekalosti. I to byl zpočátku problém, a ten do jisté míry stále přetrvává. V pozadí je obvyklá snaha být první se senzačním odhalením a nechuť k dlouhodobé, obtížné a únavné práci s ověřováním informací. Třetí zásada byla spíš jakousi „závorou před bulvárem“ – nebudeme „pitvat mrtvolu“, skandalizovat a hrabat se v soukromí lidí.

To všechno jsme se učili za pochodu, a když už jsme to jakž takž začínali umět, změnilo se vedení redakce i situace na mediálním trhu. Zostřoval se boj o čtenáře, tedy o podíl na trhu, mezi jednotlivými deníky a naše redakce – a podle mého názoru i vedení celého koncernu se vydaly cestou, kterou bych označila za ekvivalent „trhu bez přívlastků“ či „peněz až na prvním místě“. Naše články začaly být hodnoceny především podle toho, jestli odhalovaly nějakou senzaci, a to s minimálním ohledem na kvalitu. Dokonce i u triviálních zpráv se dnes vyžaduje alespoň chytlavý titulek, což vede k titulkovým perlám typu „Sinice v rybnících už vystrkují rohy“ u zprávy o nevhodnosti koupání. Etiketa se důsledně vyžaduje jen potud, pokud by její zanedbání mohlo vést k soudní žalobě na list.

Často se nás lidé ptají, zda němečtí vlastníci koncernu nějak ovlivňují naši práci. Mohu potvrdit, že z této strany jsme nikdy nedostávali žádné pokyny či dokonce příkazy, o čem psát a o čem ne. „Nás zajímá vaše prosperita, tedy to, kolik lidí bude číst vaše noviny. Co a jak psát, aby jich bylo co nejvíce, to musíte vědět vy,“ vyjádřil se jednou pasovský vlastník koncernu. Přesto se ale domnívám, že tento tlak na zisk naše psaní ovlivňuje, byť nepřímo. Český management Deníků Bohemia se občas uchyluje k praktikám, které jsou novinářské etice na hony vzdáleny. V době krize v TV

Nova jsme například dostávali z Prahy se striktním příkazem otisknutí redakčně podepsané články, zjevně podporující skupinu kolem Vladimíra Železného. Skryté inzerce se nijak neštlílo ani vedení naší redakce v období před volbami do Senátu, kdy v našich no-vinách vycházely redakčně podepsané články glorifikující jednoho z kandidátů. Na naše protesty a žádost o vysvětlení jsme se od šéf-redaktora dozvěděli, že jen plní příkazy shora, rozuměj od ředitele jihočeské divize Deníků Bohemia. A zcela běžné je, že podle toho, kdo nám zadává či nezadává inzerce či ceny do čtenářských soutěží, se podniky a instituce v kraji dělí na naše kamarády a ty ostatní. Podle toho se o nich také píše či nepíše. Naprosto křiklavý příklad z doby zcela nedávné: Jako vedoucí vydání jsem dostala od redaktorky z okresu zprávu, že má ověřenou informaci, že Jihočeské mlékárny dodávají v období prázdnin do obchodů zboží s datem výroby posunutým o několik dnů dopředu, tedy klamou spotřebitele ohledně doby jejich spotřeby. Na ranní poradě jsem tedy ohlásila šéf-redaktorovi, že máme na druhý den zajištěný otvírací článek zcela v duchu současných trendů – je to ověřené, je to skoro senzace a přijdeme s tím jako první. Jen zavrtěl hlavou: Nepřijdeme, protože mlékárny nám právě daly velmi hodnotnou cenu do čtenářské soutěže...

Toto jsou mé zkušenosti s novinářskou etikou v praxi z jednoho regionálního deníku. Kdybych to měla vyjádřit stručně, tak s určitou dávkou nadsázky řeknu, že pokud etiku v minulosti odsunoval „do neviditelná“ diktát ideologie, pak dnes je to, i když snad v menší míře a ne všude, diktát neviditelné ruky trhu.

ČLOVĚK A TELEVIZE

DRAMATURG ČESKÉ TELEVIZE

MICHAEL OTŘÍŠAL



Obvykle bývá rozumné nejdříve si v každé debatě vyjasnit pochopení základních pojmů. Vzhledem k charakteru této společnosti a časovému omezení mého příspěvku budu považovat termín „člověk“ za obecně srozumitelný a soustředím se zcela na uchopení slova televize a její formativní sílu v dnešní společnosti.

Vtrhneme rovnou „in medias res“ a začneme rolí televize v současném světě. Pokud se shodneme na tom, že pro formování lidské bytosti je základní její sociální komponenta a v ní klíčovou roli hraje komunikace, neboť člověk se v pravém smyslu člověkem nerodí, nýbrž se jím stává cestou interakce se svým okolím, pak je zcela evidentní, na jak závažnou a žhavou půdu vstupujeme. Média obecně a televize obzvláště totiž ve stále globálnějším měřítku hrají úlohu základního referenčního rámce, který po dlouhou dobu poskytovalo náboženství a který je klíčový pro dozrávání osobnosti. Televize, nazývaná výstižně „kulturou chudých“, prostupuje všemi vrstvami společnosti tak důkladně, že i nediváci, podobní nekuřákům v kuřáckém prostředí, ji musejí inhalovat. Jako královna informačních médií

v prostředí uhranutém informací (prostředí, které směšuje „vědět“ a „poznat“), není jen ozvěnou veřejného mínění, je jeho tvůrkyní, masérkou a někdy i vládkyní. Každá kultura vytváří předobrazy, které pak rozhodují do značné míry, co člověk má vidět a slyšet. Ještě nikdy se tak ale nedělo v tak masovém měřítku, které krom ekonomických dopadů má i hodnotu legitimizační napříč světovými kulturami. Televizní médium rozhoduje o tom, co jsou a co nejsou „velká témata“ a jak je třeba k nim přistupovat, a jeho moc praktického formování životních návyků končí až u tradovaného rozhodnutí Laponců odložit tradiční migraci stád na dobu po rozuzlení Džejárova osudu v seriálu Dallas.

Nasnadě je však otázka: Je-li to pravda, jak k tomu mohlo dojít? Není za tím spiknutí mocných (imperialistů, magnátů, politiků, lobbystických skupin)? Kéž by to byla pravda! chce se vykřiknout. Ta moc není usurpovaná, je delegovaná stále atomizovanějšímu člověku, který touží po komunikativním společenství, ale zároveň se ho bojí a sahá po mediální náhražce: po soukromém společenství diváků, které dává možnost (na rozdíl od opravdového

společensví) kdykoliv odejít zmačknutím knoflíku, uchovat si to zábavné a vyhnout se tomu bolestnému na komunikaci s druhými. Řečeno s Postmanem, když porovnává dva varovné hlasy: „Orwell se obával těch, kteří zamezí přístup k informacím. Huxley těch, kteří nám jich poskytnou tolik, že nás dovedou k pasivitě a ego-ismu. Orwell se obával, že před námi bude skrývána pravda, Huxley se obával, že pravda se utopí v moři bezvýznamnosti... Orwell se obával, že nás zničí předmět naší nenávisť, Huxley se obával že nás zničí předmět naší lásky.“ Obávám se (spolu s Postmanem), že pravdu měl Huxley, který dodává: „...bojovníci za lidská práva a racionalisté, kteří jsou vždy připraveni vzdorovat diktatuře, zapomněli vzít v úvahu „takřka bezedný lidský hlad po nejrůznějších formách rozptýlení“.

A to je právě kontext, ve kterém se rodila a kterému svým charakterem dobře odpovídala televize v době svého evropského zrození. Její pravidelné vysílání začalo v roce 1936 uprostřed účtyhodné BBC, kterou založil ve dvacátých letech Sir John Reith, skotský presbyterián, vedený touhou realizovat své praktické křesťanství cestou poskytování co nejpravdivějších a nejpřesnějších informací co nejširšímu okruhu lidí ze všech vrstev společnosti. Dodnes každý návštěvník BBC vchází pod nápisem na portálu, který je parafrází biblických proctví: „Národ národu bude zvěstovat pokoj“. Jasnozřivým zakotvením své organizace pod Královskou chartu mimo dosah výkonné moci parlamentu vybudoval Reith hrdou a svébytnou instituci, kterou mistrně provedl mezi Scilou a Charybdou komerce amerického systému a stát-ního dirigismu sovětského vysílání. BBC se tak pro vždy stala základním modelem veřejnoprávní televize bez ohledu na to, že kontinentální

modely tihly vesměs k „státo-tvornější“ verzi veřejnoprávnosti.

Je třeba přiznat, že do Reithovy verze osvě-tového působení se televize ve svých počát-cích příliš nehodila. Byla lidmi slova (a tedy rozhlasu) chápána jako lidová zába-va, asi jako film ve svých počátcích. Byla to ovšem právě ona, která po válce zachránila myšlenku veřejnoprávnosti v britské společnosti. Lidé byli totiž po válce unaveni nejen bom-bardováním, ale i sošnou vážností BBC. („Raději snad nálet, než další dávku varhanní hudby!“ volá posluchač BBC po válce) Tele-vize svým kaleidoskopickým viděním světa přesně odpovídala potřebám poválečné společnosti. Po barvách a citových prožitcích vyhladovělé válečné generaci nabídl stále svěbytnější, sensuálnější a „zábavnější“ vnímání reality. Po svém druhém startu prožívala televize bouřlivý rozvoj, v němž z původních asi 2% domácností s televizorem v roce 1936 dospěla ke konci padesátých let k číslu 98%. Zcela se tak obrátil poměr společenské prestiže mezi rozhlasem a televizí. K tomu nepotřebovala štáby „trhoznalců“, měla to tak říkajíc v genech coby dítě mámy zábavy a táty informace.

Tenhle charakter je do ní vepsán tak ne-smazatelně, že každý, kdo by se proti němu chtěl bouřit nebo by s ním nepočítal je v té chvíli tak říkajíc „mimo mísu“, bez ohledu na to, zda je to náboženský horlitel, univerzitní vzdělanec nebo umělec-visionář. V tom nejsilnějším však také spočívá to nej-nebezpečnější čertovo kopýtka televizního média. Prvek zábavnosti totiž jak formálně z hlediska pořadů, tak z hlediska společenského dopadu má v sobě potenciál nebezpečného zkraslení reality.

K tomu několik poznámek:

a) „The medium is the message“ – říká

Marshall McLuhan. Chce tím upozornit na fakt, že médium už dávno není prázdným kanálem, do kterého stačí správně vykřiknout pravdu. Jako všechny technologie nám nejen slouží, ale i si nás přetváří ke svému obrazu. V jakémsi prodloužení našeho těla se stávají naším obrazem a proměňují naše sebezpochopení až ke karikatuře mozku coby harddisku, schraňujícího tisíce bludných digitalizovaných a kontextu zbavených informací. V brutální zkratce můžeme tento proces v televizi dotáhnout až k vlivu seriálového navoněného světa, který se mnohým zdá skutečnější než obyčejná realita.

b) Televize jako spojený telegrafu a fotografie (myšlenka N. Postmana) povětšinou zesiluje slabší stránky obou. Telegraf sice zkrátil vzdálenost mezi kontinenty, ale zároveň z informace učinil zboží, neboť ji zbavil kontextu a její hodnota už nebyla v tom, nakolik ovlivňuje jednání člověka, ale je-li nová, vzrušivá, „prodatelná“. Řeč titulku a sloganů, shlukem zpráv odnikud, vytvořil jedno velké sousedství banalitami proinformovaných cizinců. Inteligent, kterého předpokládá a jakého si vytváří, o spoustě věcí slyšel, ale nemnohým porozuměl. Přidaná složka fotografického obrazu zdánlivě kompenzuje nedostatek souvislostí, zvláště svou pohyblivost, která se zdá potlačovat bezčasovost a nesyntaktičnost fotografie. Ve skutečnosti však jen maličko rozšiřuje úhel pohledu, aniž by mohla a chtěla přiznat, jak rozdílná pravda o situaci je často jen několik centimetrů vlevo či vpravo od traktovaného záběru. Na tom by samo o sobě nebylo nic divného a ne-bezpečného (všechny informace k nám přicházejí jaksi přefiltrovány viděním svých nositelů), kdyby ovšem kolem televize neexistovala těžko definovatelná, nicméně silně zakořeněná aura nekomplexnějšího media, konečně vylepšeného

rádía, které vzrušovalo předchozí generace, ale pořád mu něco chybělo. Domácím příkladem této hypotézy by mohl být jinak těžko vysvětlitelný jev z let totalitních, kdy naprostá většina národa věděla, že televize je nástrojem komunistické propagandy, přesto u stejně drtivé většiny fungovalo: „Je to pravda, viděl jsem to v tele-vizi !!“

c) Nízkodefiničnost televizního obrazu vtahuje diváka do doplňování, „uzávěru“ obrazu. Proto také nejvyššího účinku v televizi dosahují programy a osobnosti, které nechávají prostor pro dotváření. Nepřeje výrazným a společensky zařazeným, neboť k nim není co dodat. Nepřála Nixonovi (ač byl intelektuálně na výši), neboť „svou uhlazenou rozvláčností připomíná spíše advokáta želez-niční společnosti, popisujícího nájemní smlouvy, které nejsou v zájmu obyvatel měs-tečka.“ Naproti tomu přála Kennedymu, který „mohl být kýmkoliv – od hokynáře či profesora až po fotbalového kouče“. Právě „kenne-dyovský fenomén ukázal paradoxní vlastnosti ‚chladného‘ televizního média. Vtahuje nás do hlubin pohnutí, avšak nevzrušuje, neagituje a neburcuje. To je pravděpodobně vlastností každé hloubkové zkušenosti.“ Televize je taktilní médium, integrující naše smysly, zajímá se spíše o procesy než sdělení, vše vážné a ticho, rozvahu vyžadující je eliminováno.

d) A je to právě ona zábavná prodatelnost, která si vynucuje příchod komerčního vysílání, které přitahuje šroub poptávky po rozptýlení vytvářením nových chutí, které pak jsou chytlivě komerčními médii naplňovány. Tato logika drogového dealerství je pravděpodobně tím nejnebezpečnějším, co na mediální scéně moderní společnosti můžeme najít.

Je pravda, že jsem z širokého spektra vli-

vu televizního média vybral spíše ty temné tóny. Není za tím nějaká má skepse, spíše rozhodnutí přinést v krátkém vymezeném čase několik provokativních námětů pro naši odpolední diskusi. Jsem navíc hluboce přesvědčen, že mnohé z našich kritických reakcí vůči působení televize, které se většinou soustřeďují na sex a násilí, jsou sice morálně úctyhodné, ale bezzubé, neboť netrefují do černého. Právě nebezpečí médií, které nespočívá tolik v obsahu zobrazovaného, ale v dlouhodobě formujícím až deformujícím tlaku okrášlených banalit



Příspěvek ředitelky
českého vysílání
Rádia Svobodná Evropa
OLGY KOPECKÉ

Proč bylo české vysílání Rádia Svobodná Evropa zbaveno dalšího amerického financování? Důvodem bylo nejen to, že se peníze mají poskytnout na vysílání do Afghánistánu, Iráku a podobných zemí, ale také, že nová Rada pro americké zahraniční vysílání, která je na rozdíl od dřívějšíka, kdy ji tvořili politologové a spisovatelé, složena převážně z byznysmenů, usoudila, že stanice s poměrně nízkou sledovaností – asi 100 000 posluchačů – která vysílá hlavně slovo a ne hudbu, nemá v moderní společnosti co dělat.

bez kontextu, je tak nerozpoznáno a vpouštěno otevřenými dveřmi do našeho vědomí. A právě tak jsem hluboce přesvědčen, že je třeba spojit své síly v úsilí o osvobození média veřejné služby od tlaku komerce, která neposkytuje programy, nýbrž prodává divácké masy inzerentům, v úsilí o pravou vyváženost tohoto kulturo-tvorného média, které má divákům sloužit, nikoliv posluhovat. Sloužit mimo jiné i novými pokusy o filmování něčeho tak nefilmovatelného jako je víra, vedle stejně složitých pokusů o filmové vyjádření krásy obyčejné každennosti, sloužit i vnášením témat, která omylem zůstala ležet ladem.

Chtěla bych poukázat na jeden aspekt vysílání Svobodné Evropy, kterým se lišila od ostatních médií a který je někdy opomíjený. Většinou se mluví o našem přínosu v oblasti komentářů či politických analýz, ale poměrně málo si lidé uvědomují, že Svobodná Evropa sehrála významnou úlohu také v boji o duši národa. Po roce 1948 došlo k totální cenzuře a v Československu byla média zcela pod kontrolou komunistického režimu. Lidé byli z redakcí propouštěni, po případech i vězněni. Mnoho spisovatelů

a novinářů muselo uprchnout na západ, aby si zachránili i holý život. Řada z nich našla útočiště právě ve Svobodné Evropě, kterou spoluzaložili Ferdinand Peroutka, Julius Furt, Pavel Tigrid, Zdeněk Němeček, Jan Čep, Egon Hostovský, Dr. Alexandr Heidler a ještě mnoho dalších. Podíleli se na vytvoření rozhlasové stanice Svobodná Evropa a na tom, aby se stala přínosem i v oblasti kultury.

Rádio Svobodná Evropa vytvořilo zejména v padesátých letech, ale i později, celou řadu hodnotných kulturních pořadů, kterými se snažilo zaplnit mezery vzniklé komunistickým vymazáváním historických událostí z učebnic, umlčováním osobností, pálením knih atd. Vysílalo například rozhlasovou univerzitu, kterou po několik let přebíralo z Evropské univerzity v Bruggách. Byly to nesmírně hodnotné přednášky, sama jsem je jako mladá poslouchala. Četlo se ze zakázaných knih a dokonce se mohly inscenovat rozhlasové hry – od Orwela až po Havla – protože jsme měli velký tým lidí. Svobodná Evropa měla také svůj orchestr, který hrál skladby nejen Josefa Stelibského, ale také Bohuslava Martinů. Byli jsme v těsném kontaktu s Rafaelem Kubelíkem, který v rozhvorech často informoval o svých cestách, plánech, projektech, a dokonce pro nás namluvil svůj vlastní životopis. Jako mladá jsem velice ráda poslouchala rozhovory s mladými lidmi, kteří hledají, kde jsme byli seznamováni s předními jevy především evropské, ale vůbec celosvětové kultury. Poprvé jsem slyšela nejen o řeckých a římských filosofech, ale také o sv. Augustinovi nebo o Pierru Teilhardu de Char-denovi, Paulu Claudeovi atd. Skrze Svobodnou Evropu posílali svá poselství a své úvahy domovu kardinál Beran a později i kardinál Tomášek. Jako mladý člověk, formovaný

Svobodnou Evropou, jsem se naučila samostatně myslet a také hledat. Hledat to, co mi komunistický režim nedával, co mi zatajoval, hledat v soukromých knihovnách, pít se po knihách a po jiné filosofii, než marxistické.

Ojedinelé místo v duchovně zaměřených pořadech zaujímaly úvahy Jana Čepa, který si dělal velké starosti o duchovní vývoj našeho národa. Měl strach z jeho duchovního zmrzačení a jak všichni vidíme, jeho obavy byly oprávněné. Obával se vlivu komunistické totality. Samozřejmě nemohl předvídat negativní vliv dnešního konzumismu, ale jedno vlastně vedlo k druhému, protože komunistická totalita zbavila lidi schopnosti zdravého úsudku, takže tím spíše dneska propadají různým reklamám a trikům konzumní společnosti. Jan Čep se ve svých úvahách snažil upozorňovat na různá nebezpečí, která jsou spojená s komunistickým vymýváním mozků. Například ve své úvaze O škodlivosti ne-návisli píše o tom, že nenávisť poškozuje toho, kdo nenávidí, že negativně působí na jeho duševní vývoj. Tyto úvahy poslouchali lidé tenkrát, ale i později. Když jsem měla na starosti některé pořady ve Svobodné Evropě a mohla jsem ovlivňovat vysílání, obnovila jsem Čepovy úvahy. Bylo to v září 1989 a hned po sametové revoluci jsme začali dostávat záplavu reakcí od posluchačů. Byli přešastní, že jsme úvahy znovu zařadili a mohli si je poslechnout bez rušení, protože kdysi bylo vysílání rušeno a oni to neslyšeli celé, neměli z toho ucelený dojem.

Dostali jsme záplavu dopisů, v nichž se lidé vyjadřovali k tomu, co jim vysílání dává i v dnešní době. To pokračovalo i po přestěhování českého vysílání SE z Mnichova do Prahy. Domnívali jsme se – podobně jako hodně lidí – že došlo k převratu a k pádu

komunistického režimu, a tím jsou problémy vyřešeny a náš národ nastoupí cestu kulturního a duchovního rozvoje zároveň s rozvojem ekonomickým. To se bohužel nestalo a značnou část viny na tom nesou také média. Ale je to problém evropský a celosvětový, ono hmotářství, materialismus, který se prosazuje, zájmy trhu atd. České vysílání SE bylo v té šťastné pozici, že do jeho vysílání nikdo nemluvil. Jako šéfredaktorka jsem měla prakticky možnost zařazovat, co jsem uznala za vhodné. Snažila jsem se prosazovat duchovní rozměr i do jiných pořadů než jenom náboženských. Například v pořadu Dokumenty a svědectví jsem jako jediné médium v České republice četli list církví k sociálním otázkám Pokoj a dobro. Některé deníky poskytly velký prostor Václavu Klausovi, aby to roztrhal na cucky, ale vůbec neposkytly prostor tomu, co list obsahuje, a lidé neměli možnost seznámit se s obsahem listu, pokud neposlouchali SE. Nebo v pořadu Otázky naší doby jsme zařazovali nejen problémy zdravotnictví, ale také otázky přístupu k životu, síly pozitivního myšlení. Byla tam také zahrnuta síla modlitby. Zajímavé je, že tento pořad vzbudil velký zájem u podnikatelů, kteří nám psali například: „Poslouchal jsem vaše vysílání v autě, nesmírně mě zaujalo, mohli byste mi poslat text?“ Bylo vidět, že i v těchto kruzích je zájem o toto téma, když se někde objeví. Sama jsem připravovala osm let pořad Víra a svět, kde jsem informovala o tom, co se děje ve světě církví, ale také přinášela rozhovory se zajímavými osobnostmi. Pravidelně každý první víkend v měsíci měl v něm kardinál Miloslav Vlk promluvu, což bylo velmi cenné tím, že se mohl obracet nejen ke katolickým věřícím, ale prakticky k celému národu. Mluvil nejen o tématech, která se výslovně týkala katolické církve, ale

vůbec o tématech celospolečenských a býval na to vždycky velký ohlas. Lidé nám psali, zda bychom jim mohli poslat text, že by si to rádi studovali nebo s tím rádi seznámili své přátele a příbuzné, kteří to neslyšeli. Věnovala jsme se také otázkám ekumenismu, a to je něco, co česká média naprosto opomíjejí. Když kardinál Vlk a tehdejší předseda Ekumenické rady církví, synodní senior Českobratrské církve evangelické Pavel Smetana, napsali společně dopis severoirským katolíkům a protestantům, v němž je vyzývali k tomu, aby se po vzoru českých protestantů a katolíků smířili a společně pracovali na budoucnosti národa, vzbudil velký ohlas v Severním Irsku. Krátce potom, co byl dodán příslušným činitelem, došlo k prvním kontaktům mezi oběma válčícími stranami. U nás o něm média prakticky ani nerefereovala, natož aby ho zveřejnila. Opět pouze SE. Takových příkladů bych mohla uvést více.

Věnovali jsme hodně času komentářům, přistupovali jsme velmi odpovědně k vysílání, měli jsme redakční kontrolu, vraceli jsme nepovedené příspěvky ke zdokonalení atd. Bohužel, toto všechno skončilo tím, že nám Američané grant nedali a k 30. září jsme museli skončit vysílání. Kladu si otázku, kdo půjde v našich šlépějích? Byla bych ráda, kdyby se duchovní rozměr objevoval v médiích nejen v náboženských pořadech. Jenže to je, jak jsme slyšeli před tím, beznadějně.

Doufám, že se podaří postavit na nohy nějaký projekt Evropské unie, pokusím se v Bruselu vyvolat o něco takového zájem a myslím si, že by to mělo smysl nejen v kandidátských zemích, ale možná i v celé Evropě: vytvořit nekomerční, nezávislou stanici, která by byla zaměřena právě na duchovní hodnoty. ■



ČLOVĚK A INTERNET

MGR. IGNÁC MUCHA

mucha@vira.cz
www.vira.cz, pastorage.cz,
krestanstvi.cz, help.vira.cz,
karmelitanske-nakladatelstvi.cz,

příprava: katechismus.cz, breviar.cz,
maria.cz, evangelium.cz

Přátelé zdravím Vás!

Svůj krátký příspěvek jsem původně rozdělil do čtyř částí. Ale pod vlivem předcházejících příspěvků jsem první část vypustil. Týkala se pojmu „media“ jako taková.

Budu se tedy zabývat: Úkolem a účelem médií (ve vztahu k internetu), Definicí internetu (jeho výhodami a nevýhodami), Internetem, jako novým světadílem se svým životním stylem (v rámci globalizace)

Začal bych ilustrací ze života, kterou zná asi každý z vás. Když jsem před pár dny telefonoval s pořadatelkou této konference, ozval se mi na mobilu její záznamník. Byl jsem připraven hovořit s ní, něco se jí zeptat a jenom si něco trochu srovnat v hlavě. A najednou záznamník! Začal jsem do něj mluvit. Tu situaci znáte. Mluvíte a nic, a zase mluvíte a zase nic a zase mluvíte a zase nic. Nikdo vám neodpovídá, nedává zpětnou reakci a vlastně nevíte, co jste řekli. Nakonec jsem ani nevěděl, jestli jsem se představil nebo ne. Tato ilustrace navozuje můj příspěvek o toku informací bez zpětné vazby, bez které (ve všech oblastech života) nastává DESorientace...

ÚKOL A ÚČEL MÉDIÍ

Ve všech brožurkách o manželství, ve kterém žiji už pět let, je napsáno, že muž, když naslouchá ženě, zpracovává informace a mlčí. Žena se pak ale ptá: „Jak to, že mlčíš? Ty mě neposloucháš?“ V brožurkách stojí, že muž má dělat: „Hm, hm.“ A když je to vážné, tak: „No to snad ne...“ Má reagovat, dávat zpětnou vazbu, i když je mu vlastní informace nejdříve zpracovávat a výstupy sdělovat až potom. Ještě jeden příklad. Ka-marádka napsala svému nadřízenému mail. Přišla za mnou rozčilená: „On na to vůbec nereagoval, vůbec!“

Uvědomil jsem si, že pokud v životě osobním, politickém, či církevním neexistuje žádná zpětná vazba či reakce – nastupuje neorientace (někdy i frustrace), člověk se dostává někam do nereálna. Praktické důsledky známe z politiky, z církve i z běžného života. Bez zpětné vazby se člověk neorientuje a druhým mnohdy nabízí to, co si myslí, že je pro ně dobré, nebo co prospívá jemu samému. To ale nemusí být dobré i pro ty druhé.

A tak je to i se sdělovacími prostředky. Televize, možná i rádio, vychází při vyhodnocování úspěšnosti hlavně z koláčů sledovanosti. Noviny, časopisy, knihy možná z prodejnosti a podobně. Toto všechno je nepřesné. Nyní nastupuje ale nové médium – internet, který díky technickému pokroku nabízí daleko víc než ostatní média, včetně možnosti oboustranné komunikace a přesné sledovatelnosti úspěšnosti.

Když jsem se zamýšlel, co je úkolem a účelem médií, našel jsem v Diderotovi definici: „zprostředkovávat objektivní tok informací mezi místem události a jedincem, resp. masou, a umožnit kontakt, odezvu, reakci.“ V praxi to může znamenat: pomoc postiženým oblastem, pomoc pronásledovaným, ovlivnění mínění mas. Masmedia jsou dle Diderota dále „prostředkem komunikace“. A komunikace, dle Diderota (kromě silnic) znamená „přenos či výměnu informací, sdělování a dorozumívání“. Dorozumívání ze své podstaty nesmí být nikdy jednostranné, jednosměrné. Realitou dnes ale je, že média (jednosměrně) silně ovlivňují to, co si lidé myslí o životě („bylo to přece v televizi“), utváří lidskou zkušenost a prožívání reality. Nejednou tak dochází k tomu, že člověka neovlivňuje reálná existující skutečnost, ale ovlivňuje ho skutečnost dotvořená, vymyšlená a naprojektovaná. Ovlivňuje jeho prožívání, jeho touhy, očekávání od ostatních, od nadřazených, od společnosti, od manželky, od manžela a podobně. Člověk pak očekává to, co je leckdy neočekávatelné. A jedná tak, jak o to školeným tvůrcům této „reality“ jde. Tuto situaci využívá komerční, politický a ideologický tlak, což má dalekosáhlé důsledky v životě jedince, rodiny i společnosti.

SROVNÁNÍ MEDIÍ (S INTERNETEM)

Každé médium má své nezastupitelné místo. Dnes se například mluví o tom, jestli budou i nadále vycházet tištěné noviny, když už se objevují na internetu. Odborníci jsou ale v tomto zajedno: vycházet budou i nadále, protože papírová podoba má svoje přednosti, své kouzlo a je nezastupitelná.

Poptávka dnešní doby ale směřuje trochu jinam, než tradiční sdělovací prostředky. Vede ke svobodnějšímu výběru informací, ke srovnávání, k možnosti komunikace a zpětné vazby. Bohužel s tím ale nastupuje i rozřístěnost informací, zjednodušování, upravování reality, což je živnou půdou pro zakořeňování demagogie a manipulace. Jakmile se informace zjednodušují a třští, nastupuje demagogie, protože člověk nemá dostatek pádných argumentů. „Tradiční“ media jsou více méně jednosměrná, i když se zoufale snaží o opak. Nabízejí informace, utvářejí názory, ale těžko dostávají zpětnou vazbu. Příjemce má minimální možnost reagovat, ovlivnit obsah. Nelze jednoznačně posoudit momentální sledovanost. Internet je naopak médiem obousměrným. Nabízí výběr, srovnání, zpětnou reakci a přesné sledování návštěvnosti. Zajímavé je, že podle statistik dnes děti v USA prosedí více času před internetem než před televizí.

VÝHODY, NEVÝHODY INTERNETU

DEFINICE INTERNETU

Kromě toho, že se internet dá definovat jako „celosvětové propojení počítačů“, (díky kterému si na své obrazovce můžete prohlížet to, co je na počítači na druhé

straně zeměkoule), bych řekl, že se nedá definovat jinak než, že „internet je tím, čím chcete, aby byl“.

Internet spojuje všechna média, která existují, a přidává ještě něco navíc. Lze na něm číst noviny, knížky, sledovat televizi, poslouchat rádio, diskutovat s lidmi, hrát hry... Spojuje všechna média, spojuje jejich výhody, využívá všech jejich předností, slučuje je a přidává k nim ještě další. Všechny jeho přednosti jsou ale zároveň jeho „zadnostmi“, tedy, jak to tak bývá, vše dobré lze použít dobře či špatně, využít, či zneužít...

Internet je jakýmsi zrcadlem společnosti. To, co společnost žádá, po čem lidé touží, tam internet profituje nejvíc. Je zvětšeninou odkrytého nitra (zprůměrovaného) člověka, v němž se nachází množství protikladů. Na internetu se dá šáhnout na to, co je ve společnosti žádáno víc a co méně a po čem lidé touží.

SPECIFIKACE INTERNETU OPROTI JINÝM MÉDIÍM

- Internet je médium prakticky neregulované, neregulovatelné, necenzurované, ne-cenzurovatelné a decentralizované. Vznikl jako vojenský decentralizovaný komunikační prostředek, který neměl jedno ústředí. Důležitou předností internetu tedy je, že nemá žádné „rozhodovací a ekonomické ústředí“, a že dává prakticky všem stejné podmínky k prezentování se, což jiné médium neumožňuje. Ten, kdo má přístup k internetu, má možnost prezentovat sebe a své myšlenky prakticky bez regulace a cenzury.
- Internet nabízí bezbřehý výběr informací a názorů. Je to skladiště, skládka informací.
- Internet nabízí velkou věc, která je i jeho

velkou nevýhodou, a sice možnost filtrování přijímaných informací. Na mnoha serverech je možné nastavit, které zprávy budou uživateli přijímat.

- Internet je trvale dostupný, je možné jej bezprostředně aktualizovat.
- Je mnohostranný.
- Umožňuje okamžitou reakci, komunikaci, dialog a ovlivňování obsahu.
- Překonává vzdálenosti mezi lidmi (i sociální).
- Umožňuje komunikaci bez prvotních předpokladů. Někdo na nás působí už tím, jak vypadá, jak se chová, jak mluví... A to všechno internet filtruje, protože tam tyto prvotní předpoklady nemusí být vidět. Umožňuje anonymitu, s čímž máme na našich internetových stránkách velmi dobré zkušenosti. Lidé, kteří by nikdy nevzali za kliku kostela, píšou o svém životě, o svých názorech, ptají se na věci, na které by se nikdy nikoho nezeptali. Internet odstraňuje ostych, nejistotu a strach, který člověk má v kontaktu s dalšími lidmi. Umožňuje sociální včlenění a důležitá věc je, že se ubírá svým vlastním životem a otvírá prostor kreativitě. Mnohé internetové projekty, které vznikly u zeleného stolu, de facto zkrachovaly, ale projekty nadšenců zespoda pomalu nabírají na gradech a vážnosti.
- Podle posledních průzkumů přistupuje v (severní) Americe 95% lidí k internetu kvůli možnosti komunikace, 70% kvůli informacím, 30% kvůli zábavě a 20% kvůli nákupům a obchodu. To jsou ilustrující údaje o tom, kam se internet ubírá a co lidem poskytuje, resp. jak jej lidé využívají.
- Jak internet dokáže člověka sociálně začleňovat, tak ho dokáže také vyčleňovat (člověk nakonec neumí komunikovat jinak než přes internet).
- Internet vede mnohé k závislosti.

● Internet, jakožto nekonečný sklad nesmyslů, mnohé lidi naprosto dezorientuje. Člověk si může vyfiltrovat jen to, co si myslí, že je pro něj důležité a nemá pak rozhled dál, což z něj dělá "fachidiota".

● Internet mnohdy vede do izolace, do iluzorního světa a nerealných představ o životě.

NOVÝ SVĚTADÍL, NOVÝ ŽIVOTNÍ STYL, GLOBALIZACE

Na internet lze nahlížet jako na nově objevený světadíl, který je postupně osidlován novým obyvatelstvem a novou kulturou. Existuje zde nový životní prostor a životní styl. Kultura v tomto prostředí vzniká a žije samovolně bez možnosti zásadního centrálního ovlivňování.

Na tento nový světadíl přicházejí osadníci a přistěhovalci s různými představami, různými cíli a různě vybaveni. Je to (zatím) ne zcela osídlené prostředí, které se postupně zaplňuje a žije vlastním životem.

Internet není ničím ohraničen, je vším, čím chceme, aby byl, a odolává vlivům od zeleného stolu. Je to život sám o sobě, kde se najednou začíná projevat to, co se nemohlo projevit jinde. Je nepochybně jedním z největších nástrojů globalizace, protože vytváří poměry, v nichž komunikace a obchod nejsou ničím sevřeny. Žádnými, ani právními, hranicemi.

Globalizace napomáhá na jedné straně ke kulturnímu a ekonomickému rozvoji lidstva, ale způsobuje i pravý opak. Globalizace napomáhá k ještě větší globální diskriminaci, exkomunikaci a ožebračování lidí, kteří stojí na okraji. Protože, kdo stojí na okraji společnosti a nemá přístup k informačním tokům, jako je například internet,

tomu naprosto ujíždí vlak. Tito lidé jsou čím dál tím víc mimo děj. Mimo možnost svého rozvoje, mimo možnost informací, mimo možnost „být slyšet“ a mimo možnost, aby mohli něco ovlivňovat. Čím víc jsou mimo informace, mimo možnost ovlivňovat, tím méně informací mají a tím méně mohou cokoliv ovlivnit...

ZÁVĚR

Je třeba vstupovat do mediálního světa – z mého pohledu do světa internetu – a zmírňovat diskriminaci, která ještě prohlubuje rozdíly mezi lidmi. Jan Pavel II. řekl v dokumentu ke dni sdělovacích prostředků: „Nebudeme šťastni a nebudeme v míru bez těch druhých“. Pokud druzí nebudou mít stejné prostředky a stejné možnosti jako my, nikdy nebudeme šťastni, i když budeme mít to, co máme. Když druzí budou vyčleněni, nebudeme nikdy vnitřně naplněni. Z pohledu internetu je třeba hledět, aby v tomto prostoru bylo místo pro všechny, nejen – jak se uvádí ve vatikánském dokumentu – pro bohatou elitu, která kontroluje vědu, technologii, komunikaci a zdroje planety.

Je třeba, aby dialog probíhal vždy a na všech úrovních oboustranně. A to jak v rodinách, ve společnosti, v církvi atd. Pokud je tok informací pouze jednostranný, dochází k znásilňování a imperialismu.

Internet umožňuje prokazovat jak dobro tak zlo a je úkolem každého z nás převzít svou vlastní zodpovědnost za to, čím se necháme sami formovat, reformovat či deformovat, a jsme všichni odpovědní za to, čím tento svět (nejen médií a internetu) zaplníme.



Vydalo Hnutí fokoláře jako interní materiál pro potřeby účastníků kongresu
Člověk a média, konaném 12. 10. 2002 v Centru Mariapoli, v Praze Víněři.
Redakce Irena Sargánková, grafická úprava a sazba Štěpán Filčík.

Kontakt: Nové město, Londýnská 44, 120 00 Praha 2
telefon: 222 518 569; e-mail: novmesto@comp.cz