

Pojďme si říct, jak je to doopravdy

Komentáře a glosy na téma Média a společnost
v Týdeníku Rozhlas 2012-2022

Pojďme si říct, jak je to doopravdy

Copyright © Milan Šmíd

vydal Milan Šmíd

Praha 2023

Pojďme si říct, jak je to doopravdy

Komentáře a glosy na téma Média a společnost
v Týdeníku Rozhlas 2012-2022

Milan Šmíd

Praha 2023

Obsah

Úvodem	9
Od hromadných sdělovacích prostředků k médiím	11
Předvolební průzkumy jako předpověď počasí	13
Prezidentští kandidáti a média – letos poprvé	15
Problémy BBC a sociální sítě	17
Televize v proměnách času	19
Právo na názor, i ten nepříjemný	21
Proč je dobré znát Šalamouna	23
Kulatá výročí a nespolehlivé vzpomínky	25
Mediální legislativa a poslanecké kutilství	27
Ani bezmocná, ani všemocná	29
Předvolební rébus	33
Jak přijít o důvěryhodnost	35
Lidové noviny na rozcestí	37
Novináři – šířitelé blbé nálady?	39
Kdy přestane být poplatek „koncesionářský“?	41
O gramotnosti zvané mediální	43
EU a média – deset let poté	45
Náš koncesionář, náš pán?	47
Média v roli užitečných idiotů	49
Když novináři příliš věří svým zdrojům	51
Regulace médií v proměnách času	53
Zvětšovací sklo, nebo křivé zrcadlo?	55
Ohlédnutí za jedním rokem	57
Mediokracie v době internetu	59
Televize viděná na vlastní oči	61
ČT24 – v pravý čas na pravém místě	63
Když sociální sítě nahrazují noviny	65
BBC čekají zlé časy	67
Síla a slabost mediálních obrazů	69
Když média krmí zlého vlka	71

Posedlí prezidentem	73
Click-bait - návnada v titulku	75
Předvolební průzkumy a selhání agentur	77
Churchillova bysta jako mediální klacek	79
Pátá moc na rozcestí	81
Fámy a pověsti mají delší život	83
Půda nevhodná pro politickou debatu	85
Jsme dobře informováni o dění v parlamentu?	87
Zákon jako pojistka nezávislosti	89
Novinářský švédský stůl	91
Když se lež nazve alternativním faktem	93
Pravda a lež v otevřeném zápase. Co zvítězí?	95
Příběh jednoho inzerátu	97
Když se přilévá oleje do ohně	99
Nejmenovaný zdroj – ano či ne?	101
Od Gutenberga k Zuckerbergovi	103
V zajetí algoritmů	105
Co je a co není mrhání veřejnými penězi	107
Dobrý úmysl, problematické provedení	109
Poučení ze Švýcarska	111
Raději hodnotit pravdu a lež než objektivitu	113
Facebook na europranýři	115
Pojďme si říct, jak je to doopravdy	117
Slova, která mohou ublížit	119
Novináři a sociální sítě - nástroj, či hračka?	121
Zprávy, které jinde nenajdete	123
Do nového roku s novým deníkem	125
Půlkulaté výročí Novy	127
Budou se regulovat i youtubeři?	129
Popularita není mírou hodnoty	131
Když médiím chybí kritická sebereflexe	133
Výroční zprávy - zbraň v záloze	135
Titulky vnadné a zrádné	137

Listopadová televizní vzpomínka	139
PPF a Nova - dvakrát do stejné řeky	141
Facebook na pranýři	143
BBC se musí uskrovnit	145
Jaká jména rozešle Faltýnkova SMS?	147
Média v dobách krize	149
Těžký život moderátorů	151
CNN Prima News - sázka na střední proud	153
Budou se měnit mediální zákony?	154
Televize mocná, ne však všemocná	157
Čím méně toho vědí, tím více si věří	159
Nestrannost jako hodnota veřejné služby	161
Světla a stíny přenosů z parlamentu	163
Zpráva kvapná, ne vždy platná	165
CNN Prima News rok poté	167
Přehlídka ztraceného času	169
Lesk a bída volebních modelů	171
Příběhy dvou zpravodajských televizí	173
Média a právní stát pod lupou Evropy	175
Cenzura? Nebo ochrana práv a svobod druhých?	177
Na co si posvítí nová vláda	179
Dechberoucí vnímání	181
Nepovedený vtip	183
Příčina tragédie - zkreslené vnímání	185
Tyčinka Margot a Četnické humoresky	187

Úvodem

V létě roku 2012 mne požádala tehdejší redaktorka Týdeníku Rozhlas Šárka Vieweghová, zda bych se nezařadil mezi autory, kteří jednou za čtyři až šest týdnů napíší poznámku, glosu či komentář na téma „Média a společnost.“

Nabídku jsem přijal. Také proto, že jsem po delší době příležitostného psaní pro blog na Aktuálně.cz a pro svoji webovou stránku www.louc.cz chtěl nad sebou ucítit bič uzávěrky a stanoveného formátu, kterému jsem si již odvykl. Řekl jsem si, že nebude na škodu přinutit se k hledání témat, která mohou zaujmout nejen úzkou internetovou komunitu, ale také širší čtenářskou obec.

Dostal jsem se tak do společnosti dalších autorů této rubriky, mezi něž dříve patřil například Miloš Čermák, Josef Maršík, Jiří Vejvoda a později Milan Kruml, Adam Javůrek, David Smoljak, Radko Kubičko, Michal Zlatkovský a Tomáš Urban.

Protože jsme se střídali, a některá témata hýbající mediální scénou komentovali moji kolegové, předložený výběr textů nepředstavuje nějaký uzavřený tematický nebo historický celek deseti let. Přesto se domnívám, že v průběhu času se mi podařilo dotknout se některých hlavních a základních problémů, s nimiž se společnost ve vztahu k médiím potýká.

Zde uvedené texty se dají najít na internetu, na mé webové stránce www.louc.cz. Část z nich jsem v roce 2018 vydal v tištěné podobě. Nyní předkládám nové vydání rozšířené o pětatřicet textů z následujících čtyř let. Po zkušenostech s distribucí tištěného vydání před pěti lety má tato kniha pouze elektronickou podobu, což mi umožnilo do všech textů vložit odkazy na další zdroje pro čtenáře připojené na internetu.

Praha, říjen 2023

Milan Šmíd

P.S. Poté, co jsem nabídl text k volnému stažení na internetu, jsem provedl ještě jednu změnu. Datum zveřejnění jsem předsadil k titulům, aby čtenář pochopil dobový kontext jednotlivých sloupků.

Od hromadných sdělovacích prostředků k médiím

21. srpen 2012

Málokdo si dnes vzpomene na to, že slova média, mediální, medializace se zařadila do našeho slovníku poměrně nedávno, před necelým čtvrtstoletím. Mohla za to nejen naše zaostalost za světem politických demokracií, v nichž svobodná masová média sehrávala významnou roli, ale také výsledek jazykového purismu, který se bránil přejímání cizích výrazů. Neboť kdo chtěl zdůraznit věrnost svému rodnému jazyku, používal výraz „hromadné sdělovací prostředky“.

Je zajímavé, že české slovníky až do devadesátých let nespojovaly pojem „médiu“ bezprostředně s tiskem, rozhlasem a televizí, ale vykládaly ho jako „zprostředkující činitel“, případně jím označovaly osoby při spiritistických seancích. Přívlastek mediální pak používali lékaři k vyjádření polohy ke středu těla, kde mediální byl opakem laterálního.

Dnes však už každý ví, že když je něco „mediální“, pak se to týká médií sociální komunikace, tedy tisku, rozhlasu, televize, dnes také internetu. Právě praktičnost a stručnost tohoto výrazu nakonec zvítězila nad jazykovým purismem po roce 1989, kdy také u nás se svobodná masová média aktivně zapojila do společenského života, a jejich činnost se stala častým námětem veřejných diskusí.

Ovšem ani ryze české „hromadné sdělovací prostředky“ to neměly u teoretiků sociální komunikace snadné. Ti namítali, že hromada není uchopitelnou sociologickou kategorií, a že sdělování je jednosměrný proces, zatímco masová komunikace zprostředkovávána tiskem, rozhlasem a televizí je procesem složitějším, v němž mají svoje místo účinky i zpětná reakce těch, ke kterým se sdělení masových médií dostane.

Také proto se jim nelíbil ani oficiální název tiskového zákona z roku 1966, který v upravené podobě platil až do roku 2000, a to pod hlavičkou „Zákona o periodickém tisku a o ostatních hromadných informačních prostředcích.“ Navrhovali, aby tisk, rozhlas a televize přestaly být „hromadnými informačními prostředky“, a aby se zastřešily novým názvem „prostředky masové komunikace,“ v němž na rozdíl od hromady masa měla své sociologické vymezení, a komunikace nebyla prostým sdělováním.

O tom, že masová média jsou politicky citlivou záležitostí, dokonce i co do jejich pojmenování, ukázal vývoj po srpnové okupaci roku 1968. Normalizace sedmdesátých let zasáhla také bádání komunikačních teoretiků. Výsledky diskusí 60. let byly smeteny ze stolu nebo zapomenuty. Pojmy masová média nebo média masové komunikace, pocházející z anglosaské jazykové oblasti se staly zakázaným teritoriem. Vzorem se stala sovětská teorie, což by nebyla taková tragédie, kdyby se do tohoto vztahu nezapojila horlivost normalizátorů.

V ruštině se dodnes pro masmédia používá víceméně neutrální pojem „sredstva masovoj informacii“ se zkratkou SMI. Pro nastupující generaci normalizátorů však „prostředky masové informace“ přeložené z ruštiny nebyly dostatečně uvědomělé a proto se k nim připojil dodatek „a propagandy“. Tím se vyjádřila i funkce masových médií, jakou měla plnit v době tzv. reálného socialismu: neměla zůstat u pouhého informování, ale měla se stát nástrojem politické propagandy a ideologické indoktrinace.

Název „prostředky masové informace a propagandy“ se zkratkou PMIP se tak staly nerozlučnou součástí slovníku všech teoretických prací, které se u nás o médiích v letech 1972-1989 publikovaly. Kdykoli listuji starými skripty a sborníky referátů z vědeckých konferencí konaných před rokem 1989, setkání se zkratkou PMIP ve mně vyvolává pocit hanby a studu nad léty, kdy médiím byla předurčena role sloužit prioritně vládě a vládnoucí ideologii a teprve až v druhé řadě veřejnosti a veřejnému zájmu.

Také v demokratické společnosti jsou média věcí politickou a mohou se stát i problémem. Naštěstí ty problémy jsou poněkud jiného druhu než před čtvrt stoletím. O nich až příště.

Předvolební průzkumy jako předpověď počasí

25. září 2012

Věřit či nevěřit výzkumům volebních preferencí? Tuto otázku nedávno znovu nastolilo občanské sdružení KohoVolit.eu, které si všimlo výrazných rozdílů v průzkumech, nezávisle zpracovaných na objednávku veřejnoprávních médií Českého rozhlasu a České televize.

Zatímco podle průzkumu ČT získaného od agentur SC&C a STEM/MARK by v pardubickém kraji zvítězili sociální demokraté (23,5%), následovaní komunisty (18%) a občanskými demokraty (16%), průzkum agentury ppm factum, objednaný ČRo pro stejný kraj, zjistil výsledky v tomto pořadí: první ODS (20,8%), druhá ČSSD (17,6%) a třetí KSČM (10,7%). Rozdíly obou průzkumů bijí do očí a jejich velikost se nedá vysvětlit statistickou odchylkou, obvykle v rozmezí 1-2 procenta.

Přesnost a spolehlivost výzkumů veřejného mínění je téma, o kterém se živě diskutuje od čtyřicátých let minulého století, kdy v USA zveřejnili první systematickou analýzu chování voličů podloženou vědeckými sociologickými metodami s názvem „Volba lidu - jak volič utváří své názory v prezidentské kampani“ ([*The People's Choice* -1944](#)).

Veřejnost nejčastěji zpochybňuje věrohodnost výsledků získaných z malého vzorku obyvatel a jejich použitelnost pro celou populaci. Zákony statistiky však stojí na straně sociologů, kteří výběr a složení vzorku přizpůsobují struktuře celé společnosti. Proč tedy dochází k tak velkým rozdílům, jak ukazuje náš rozhlasový a televizní příklad, nemluvě o nezdarech, které vešly do historie? Patří mezi ně například chybná předpověď renomované Gallupovy agentury, která v roce 1948 už viděla v křesle prezidenta republikánského kandidáta Johna Deweye, zatímco nakonec vyhrál demokrat Harry Truman.

Za nestandardními odchylkami, které někdy mohou vést až k chybné interpretaci, stojí obvykle rozdílná metodika. Kdo tuto okolnost nevezme na vědomí, může dopadnout jako důchodce Kremlička v roce 2000. Ten se vsadil s reportéry televize Nova, že když se jeho strana Důchodci za životní jistoty nedostane do parlamentu, sní chrousta. Příliš věřil průzkumům, navíc si vybíral ty, které byly pro něj příznivější. Nakonec musel před nováčkou kamerou

[sníst brouka](#) potemníka, protože jeho strana pětiprocentní laťku [nepřekročila](#).

Stačilo, kdyby se více zajímal o to, jak se průzkumy dělají, a kdyby věděl, že je rozdíl v tom, když respondent musí vybírat z písemného seznamu všech politických stran, nebo když se výběr jeho preferencí nechá na něm. V tom druhém případě samozřejmě lidé loví z paměti většinou osobnosti a strany, o kterých se hodně mluví. Kdo si pamatuje předvolební kampaň v roce 2000, ví, jak přitažlivým objektem pro novináře byl tehdy usměvavý bělovlasý důchodce Kremlička.

Jedno poučení, které si Gallup z nezdaru roku 1948 odnesl, bylo to, že příště nesmí zanedbat nemalou skupinu voličů, kteří se rozhodují až těsně před volbami. Také u nesrovnalostí rozhlasového a televizního průzkumu sehrál velkou roli fakt, že každá z agentur použila jiný způsob výpočtu volebního modelu. STEM/MARK a SC&C zahrnují do volebních odhadů jen ty respondenty, kteří jsou už rozhodnutí k volbám jít, a vědí, koho budou volit, zatímco ppm factum zkoumá všechny dotazované, přičemž na nerozhodnuté aplikuje pravděpodobnostní model vycházející ze zkušenosti, že nerozhodnutí dávají svůj hlas tzv. inkumbentům, tedy těm, kteří už v úřadě jsou.

Který model je lepší? Možná, že ten rozhlasový bude realističtější, ale ten televizní zase dává více šancí nováčkům. Pokud by se mělo něco někomu vyčítat, pak možná médiím, že veřejnosti ne dost důrazně vysvětlují, jak takové průzkumy vznikají, a že jejich pravdivost nemusí být vždy absolutní.

Kdosi přirovnal výzkumy veřejného mínění k [předpovědím počasí](#). Na jedné straně je kritizujeme, protože se na ně nemůžeme stoprocentně spolehnout, na straně druhé je však chceme mít, protože je přece jen potřebujeme. Proto je také máme.

Prezidentští kandidáti a média – letos poprvé

30. říjen 2012

Úterý 6. listopadu je dnem, kdy ve Spojených státech budou volit prezidenta, poté co se Barack Obama třikrát utkal v televizních debatách s Mittem Romneyem. Shodou okolností ve stejný den se rozhodne, kolik kandidátů budeme mít na výběr při naší historicky první přímé prezidentské volbě. Neboť 6. listopadu končí lhůta na podání platné kandidatury těch, kteří splní předepsané podmínky, tj. předloží buď podpisy dvaceti navrhujících poslanců, nebo deseti navrhujících senátorů, nebo petici podepsanou padesáti tisíci občany staršími osmnácti let.

Přímá volba prezidenta přináší do našeho politického života kouzlo nepoznaného, něčeho, co si vyzkoušíme poprvé. Svým způsobem to bude premiéra i pro rozhlas a televizi, které se za posledních dvacet let naučily zacházet s předvolebními kampaněmi politických stran, ale se soubojem jednotlivých osobností zatím velké zkušenosti nemají.

Může za to i rozhodnutí polistopadové legislativy, která v roce 1990 do [prvního volebního zákona](#) zařadila ustanovení, že „je zakázáno vysílat volební agitaci v časech, které jsou v rozhlasovém a televizním vysílání vyhrazeny reklamě“. Toto pravidlo se o rok později dostalo do [zákona o rozhlasovém a televizním vysílání](#), podle něhož se nesmějí zařazovat „reklamy politických stran a hnutí, pokud zvláštní zákon nestanoví jinak“.

Shrnutí a potvrzení: placená politická reklama se v našem rozhlasovém a televizním vysílání - na rozdíl od USA - zakazuje. Má povolen přístup jen do ostatních médií a na billboardy, čímž nás zákon ušetřil neregulované záplavy předvolebních spotů v rozhlase a televizi, kde by získávali výhodu ti, co mají více peněz, nad těmi, co mohou nabídnout lepší programy.

Částečnou náhradou za zákaz placené politické reklamy je ustanovení [volebního zákona](#), které přiděluje politickým stranám a hnutím čtrnáct hodin bezplatného vysílacího času v médiích veřejné služby. To však platí pouze pro předvolební kampaň při volbách do Poslanecké sněmovny, kandidáti do Senátu tohle privilegium nemají.

A tak jsme se mohli až dosud na obrazovce setkávat více s propagací politických programů než s propagací osobností. Přímá volba prezidenta to změní.

Letos [přijatý zákon](#) počítá s tím, že veřejnoprávní média poskytnou bezplatný vysílací čas také prezidentským kandidátům: pět hodin v České televizi a pět hodin v Českém rozhlasu rozdělených rovným dílem. Bude-li kandidátů deset, na každého připadne půl hodiny, bude-li jich dvacet, budou se muset spokojit se čtvrthodinou.

Pokud se prezident nezvolí v prvním kole, což je vysoce pravděpodobné, pro dva postupující kandidáty do druhého kola je připravena hodina vysílacího času v ČRo i v ČT. Tak praví zákon.

Velký otazník se však vznáší nad tím, jak kandidáti přidělený čas využijí. Budou to předvolební spoty? Scénky ze života? Nebo osobní vystoupení? V jaké délce a četnosti? O tom zákon mlčí, a proto bude zajímavé sledovat, jak se kandidáti s Českou televizí a s Českým rozhlasem dohodnou.

Kampaně posledních dvaceti let ukázaly, že účinek předvolebních šotů v podvečer či po hlavním večerním programu není nijak velký. Některé politické strany se ho v minulosti několikrát vzdaly a nechaly ve „svém“ čase vysílat sdělení humanitárního charakteru.

Odpovědnost bude tedy opět ležet hlavně na médiích veřejné služby, která - aby dostala svému poslání poskytovat veřejnou službu - by měla co nejlépe představit kandidáty ve svých pravidelných i mimořádných zpravodajských a publicistických relacích. Nebudou v tom samy, protože také soukromé stanice -podobně jako to už udělala nová televizní Pětka - ve svých pořadech prezidentské kandidáty zřejmě rády uvítají. Jak? Na to si ještě pár dnů musíme počkat.

Možná se pak dočkáme i duelu prezidentských kandidátů před druhým kolem volby.

Problémy BBC a sociální sítě

4. prosinec 2012

O nedávné demisi generálního ředitele BBC George Entwistlea česká média vcelku podrobně již informovala. Stejně jako o aférách, které demisi předcházely.

Zrekapitulujme si jejich průběh: V říjnu 2011 zemřel známý komik a bavič [Jimmy Savile](#). Novináři investigativního pořadu BBC Newsnight při bilanci jeho života narazili na informace o tom, že kromě toho, že Sir Savile děti bavil, občas je také [sexuálně zneužíval](#). Reportáž, na níž se pracovalo šest týdnů, se nakonec v prosinci nevysílala. Údajně proto, že by se kvůli ní musel měnit vánoční program.

O půl roku později se případu chopila konkurenční televize ITV, která 2. října uvedla pořad o odvrácené tváři Jimmy Savileho (*Other Side of Jimmy Savile*), v němž vypovídaly některé oběti jeho pedofilních sklonů. Na přetřes přišla samozřejmě i BBC, která kauzu Savile zametla pod koberec.

To už byl ve funkci nový generální ředitel [George Entwistle](#), vybraný v červenci jako náhrada za odcházejícího Marka Thompsona, jenž odcházel z BBC po osmi letech šéfovat deník The New York Times. BBC se v pořadu Panorama snažila vysvětlit, že o pedofilii populárního baviče se dozvěděla až po jeho smrti. Kromě toho ředitel Entwistle přislíbil poslancům, že nechá prošetřit, proč se pořad nevysílal

To ještě netušil, že stejný investigativní pořad mu brzy přidělá další vrásky. Začátkem listopadu se ve vysílání BBC opět objevuje téma pedofilie, tentokrát v reportáži Newsnight o zneužívání nezletilých v dětských domovech v severním Walesu. Svědek [Steve Messham](#) zde vyprávěl o tom, jak on a další chlapci byli před lety zneužíváni v hotelu prominentními hosty, mezi nimiž byla „přední osobnost konzervativců za éry Margaret Thatcherové.“

Aniž BBC toho člověka jmenovala, ve stejný den, kdy se reportáž vysílala, začalo kolovat po internetu jméno lorda McAlpina. O týden později svědek Messham svoji výpověď odvolává, BBC se

divákům a lordu McAlpinovi [omlouvá](#), a den nato ředitel Entwistle [skládá svoji funkci](#). Tolik základní fakta, která se objevila i v českém tisku.

Již méně se český čtenář dozvěděl o detailech aféry, které stojí za pozornost, protože charakterizují situaci, v níž současná média pracují. Zpočátku převažoval názor, že BBC je z obliga, protože v reportáži o pedofilech nikoho nejmenovala. Kdyby se reportáž vysílala před patnácti lety, právníci BBC by možná s takovou obhajobou uspěli. Jenomže to, co platilo kdysi, dnes už neplatí.

Indicie o „přední osobnosti konzervativců“ totiž dostaly konkrétní podobu lorda McAlpina ještě před vysíláním reportáže na sociálních sítích. Jedním zdrojem, který poukázal směrem k McAlpinovi, byl tweet s odkazem na webovou stránku neziskové informační kanceláře investigativní žurnalistiky (*The Bureau of Investigative Journalism*) u londýnské City University. Tím druhým byl tweet redaktora Channel 4 Michaela Cricka o tom, že mluvil s vysoce postaveným politikem, který se chystá žalovat BBC za bezdůvodné obvinění z pedofilie. Internetová komunita si okamžitě dosadila do tajenky lorda McAlpina a jeho jméno se rozlétlo po britském webu. Vše nasvědčovalo tomu, že reportáž BBC s tímto jménem spekovala, přestože ho přímo nevyslovila.

I když po dementi a omluvě BBC z webových adres tiše zmizely jak tweet Michaela Cricka, tak informace webu [kanceláře investigativní žurnalistiky](#), návrat džina vypuštěného z internetové láhve už nebyl možný. Z náznaku se stalo nezpochybnované tvrzení a ten, kdo stál u jeho počátku, nakonec musel přijmout odpovědnost – morální i materiální.

Ředitel Entwistle odstoupil a BBC vyřešila hrozící McAlpinovu žalobu mimosoudním vyrovnáním a zaplacením 185 tisíc liber. [Poučení z případu](#)? Za prvé, že se vyplatí mít fakta potvrzená z více zdrojů – což BBC u svědka Messhama zanedbala. A za druhé, že internet a sociální sítě jsou dnes rovnocenným partnerem a spoluhráčem tradičních médií, se kterým se musí počítat.

Televize v proměnách času

8. leden 2013

Již brzy, v květnu, oslaví české televizní vysílání své šedesátiny. Při ohlédnutí za jeho historií si nelze nepovšimnout propastného rozdílu mezi tím, čím byla televize v roce 1953, a tím, čemu říkáme televize dnes. I když k proměnám vysílání docházelo postupně, v dějinách české televize se dají rozeznat jisté milníky, časová období, ve kterých došlo k zásadním změnám, které pak na další léta ovlivnily její podobu, jak co do množství, tak co do obsahu vysílaných programů. Tyto milníky se vyskytly vždy přibližně po dvaceti letech

Připomeňme si: téměř celé první dvě dekády televize v Československu vysílala jen černobíle a jen s jedním programem. Druhý program ČST odstartoval v roce 1970. Krátce nato se televize obarvila, pravidelné barevné vysílání začalo v roce 1973. Těch dalších dvacet let nemělo vysílání dvou programů státní televize v Československu – s výjimkou přeshraničního příjmu – konkurenta.

To všechno skončilo po roce 1989, když odstátněná Česká televize ztratila svůj vysílací monopol, a když se v éteru objevily první soukromé stanice. Jako první v červnu 1993 Premiéra (dnes Prima), v únoru 1994 televize Nova, a později desítky dalších, zahraničních i českých televizních programů, vysílaných však pouze v kabelových sítích a na placeném satelitu.

Těchto dvacet let však nyní končí a televizní vysílání se opět nachází na začátku nové etapy vývoje, nesrovnatelné s tím, co tady bylo v předchozích letech. Hlavní podíl na tom má digitalizace zemského televizního vysílání, která zásadním způsobem proměnila mediální scénu a spolu s rozvojem mobilních sítí odstartovala procesy, jejichž konec zatím ještě nejsme schopni dohlédnout.

Možná si dnes ani neuvědomujeme, jak pronikavě se v několika málo letech proměnila naše televize. Začalo to v roce 2008, kdy k dosavadním čtyřem programům ČT1, ČT2, TV Nova a TV Prima se na anténách objevila rozšířená digitální nabídka, do té doby k mání jen na kabelu či satelitu. Ještě v roce 2008 uvedené čtyři programy přitahovaly pozornost osmdesáti procent publika staršího patnácti let. Dnes, o pět let později, se silná čtyřka musí spokojit se šedesáti procenty podílu na publiku. Někdejší bezpečné čtvrté místo ČT2 na

žebříčku sledovanosti atakuje nejen televize Barrandov (*11.1.2009) ale i její mladší sestry ČT24 (*3.5.2005), ČT4 Sport (*10.2.2006) ; v pozadí pak číhají další konkurenti Nova Cinema (*17.12.2008) Prima Cool (*1.4.2009) nebo Prima Love (*8.3.2011).

Zvláště loňský rok byl velice plodný, televizní programy vyrůstaly jako houby po dešti. Nova přišla na trh s Fandou (červenec) a Smíchovem (prosinec). Prima doplňuje svou nabídku čtvrtým kanálem Prima Zoom. Od července byla k mání televize Pohoda, od října televizní Pětka, v listopadu začal vysílat Šlágr TV, v prosinci Inzert TV. To všechno zcela zdarma na anténách, kam se nedávno vrátila i křesťanská TV Noe.

Při letmém sledování programu některých stanic však jednoho napadají otázky: Je nepřetržitý proud inzerátů, obchodních nabídek s dechovkami nebo opakujících se záznamů koncertů rockové hudby ještě televizním programem v někdejší slova smyslu. Tedy programem, který nabízí informaci a zábavu, jejichž obsah má ještě jiný účel, než obchodní?

Nechci patřit mezi staromilce, kteří oplakávají to, co odnesl čas. Má-li se nově vytvořená digitální hojnost přenosových kanálů naplnit programy, za které není třeba platit, nezbývá než realitu teleshoppingových kanálů akceptovat. Jiné by si na sebe nevydělaly. Reklamní trh je omezený a taktak uživí existující komerční programy. Možná není daleko doba, kdy příjem nových multiplexů s dalšími programy se zakóduje a bude třeba ho zaplatit.

Taková je realita, která nám připomíná, že žádný kvalitní obsah vysílání není a nebude nikdy zcela zadarmo.

Právo na názor, i ten nepříjemný

19. únor 2013

Stalo se v Rakousku na podzim roku 1975, krátce po volbách. Novinář [Peter Lingens](#) publikoval ve zpravodajském týdeníku Profil sérii článků, v nichž se zamýšlel nad vyrovnáním s nacistickou minulostí, a při tom se ostře opřel do úřadujícího rakouského kancléře Bruno Kreiského.

Vše se točilo kolem předsedy pravicové strany FPÖ [Friedricha Petera](#), bývalého příslušníka jednotek SS. Znamý lovec nacistů [Simon Wiesenthal](#) po volbách zveřejnil, že Peterův dělostřelecký regiment se účastnil masakrů židovského obyvatelstva. [Bruno Kreisky](#), ačkoliv sám se židovskými kořeny, se Petera v televizním interview zastal, a naopak odsoudil Wiesenthalovy metody práce jako mafiánské. I když Kreiského socialisti ve volbách získali většinu, a Petera k vytvoření vlády nepotřebovali, rakouský kancléř zřejmě FPÖ nezapomněl, že v minulosti podpořila jeho menšinovou vládu, a že to byl Peter, který stranu tlačil směrem k politickému středu.

Pod titulky „Peterův případ“ a „Usmíření s nacisty – ale jak?“ Lingens několikrát silně kritizoval Kreiského reakci na Wiesenthalovo zveřejnění, kterou označil za „obludnou.“ Jeho jednání by prý bylo možné označit za „ten nejhorší oportunismus.“ Z racionálních důvodů by se snad dalo pochopit, ale jinak je „nemorální, nedůstojné, nečestné.“

Kancléř Bruno Kreisky následně Petera Lingense žaloval pro pomluvu podle trestního zákoníku, přičemž jádrem žaloby se staly výrazy „ten nejhorší oportunismus“, „nemorálnost“, „nedůstojnost, nečestnost“, když ostatní Lingensova vyjádření jako „obludnost“ nebo „nedostatek minimálních požadavků politické etiky“ nebyla shledána pomlouvačnými.

Začalo dlouhé soudní projednávání [případu](#), při němž byl Lingens postupně odsuzován k různým pokutám, a neuspěl ani při opakovaném odvolávání se k vyšším soudním instancím. Také proto se po roce 1981 obrátil na Evropský soud pro lidská práva ve Štrasburku s tím, že rakouské soudy porušily jeho práva, když jednaly v rozporu s článkem 10 o svobodě projevu evropské Úmluvy o ochraně lidských práv a základních svobod.

Po dlouhých letech Peter Lingens v roce 1986 svůj spor [vyhrál](#). Odhlédnuto od právnických detailů, šlo hlavně o to, zda mají pravdu rakouské soudy, které popis chování Bruna Kreiského z Lingensova pera označily za pomluvu nedostatečně podloženou fakty. Nebo zda Lingens pouze využil svého práva na svobodu projevu a na účast v politické diskusi, při čemž vyslovil svůj názor, na který má právo, a o němž by měla veřejnost vědět.

Komise pro lidská práva, která připravovala [podklady](#) pro senát Evropského soudu, jakož i [soud ve Štrasburku](#) se postavil na stranu Lingense se zdůvodněním: *„Nelze připustit, aby kritické hodnotící úsudky činil tisk pouze v tom případě, když může být dokázána jejich „pravdivost“. Hodnotící úsudky jsou podstatným prvkem svobody tisku, a nereálnost prokazování jejich pravdivosti je jim vlastní. Použití silných slov může samo o sobě vyjadřovat nesouhlas s konkrétním jednáním a mělo by být omezeno pouze tam, kde používané výrazy jsou neadekvátní ve vztahu k legitimnímu objektu zamýšleného kritického postoje.“*

Pod tímto zorným úhlem jsem sledoval nedávnou diskusi o kontroverzním komentáři Adama Drdy ve vysílání stanice ČRo6. Ano, zařazením komentáře v daném termínu se stala chyba v tom, že rozhlasoví editoři nedodrželi Kodex ČRo týkající se předvolebního vysílání. Ovšem to podle mého názoru neznamena, že by Drdovy názory měly být z vysílání vytěsněny. Zvláště když jedna věta Kodexu výslovně říká, že ČRo: *„představuje fórum pro veřejnou diskusi, v níž je možno vyjadřovat široké spektrum názorů a hledisek.“*

Přiznám se, že Adam Drda není mým šálkem čaje. Například i mně se nelíbilo jeho označení lidí s jinými názory nálepkou hloupých prost'áčků se stupidními předsudky a omezeným duchovním obzorem. Že s některými Drdovými názory vnitřně nesouhlasím, však neznamena, že by se jeho komentáře měly vymizíkovat. To už tady jednou bylo.

Proč je dobré znát Šalamouna

2. duben 2013

I když vzrušené ohlasy na inaugurační projev nového prezidenta zařazující „podstatné části médií“ do ostrova negativní deviace už odezněly, není vyloučeno, že téma „médiá a prezident“ nebo „médiá a politici“ se ještě dlouho bude vracet do prostoru veřejných diskusí. Březnové mediální vlnobití na internetu vyvolané prezidentovým projevem ukázalo, že nepřehlédnutelná část veřejnosti zaujímá kritický postoj vůči práci médií, jež v průběhu doby ztratily polistopadový lesk bojovníka za svobodu a demokracii.

Nejen potlesk ve Vladislavském sále, ale i komentáře a diskusní příspěvky lidí z okruhu mimo politickou a mediální sféru souhlasně přitakávaly Zemanovu tvrzení o „kombinaci minimálních znalostí a maximálního sebevědomí“ komentátorů, kteří „píší o všem a nerozumějí ničemu.“

Demokratické společnosti se řídí zásadou, že je třeba hájit média proti všem, kteří budou na ně paušálně útočit jenom proto, že jim občas sdělují i nepříjemné pravdy a nastavují zrcadlo. Miloš Zeman měl v minulosti k takovým lidem blízko, a proto bylo třeba se ozvat.

Na straně druhé, kritický pohled na práci médií nikdy neuškodí. Už jenom proto, že média se kritické reflexi vlastní práce – většinou kvůli vzájemné solidaritě – vyhýbají. Pravda, česká média za uplynulých dvacet let urazila dlouhou a úspěšnou cestu směrem k profesionalizaci a modernizaci svých produktů. Pryč jsou nezajímavé černobílé stránky českých deníků z počátku 90. let. Zmizela otrocká závislost na zpravodajství monopolní tiskové agentury ČTK. Rozšířila se žánrová i tematická pestrost publikovaného obsahu. Z hlediska vnější podoby jsou dnes česká tištěná, ale i audiovizuální média srovnatelná s evropským standardem.

Obsahově se však stále ještě nezbavila některých nešvarů z doby svého dospívání v porevoluční éře 90. let. Navíc zvýšená komercializace mediálního podnikání a jeho technologické proměny některé z nich ještě umocnily. Které mám na mysli?

Na prvním místě bych uvedl povrchnost plynoucí buď z nevědomosti novináře, nebo – což je dnes častější případ - z nedostatečného a málo pečlivého prověřování a vyhodnocování zdrojů a informací, které se nabízejí. Internet a další komunikační prostředky nám rozšířily informační obzor neuvěřitelným způsobem, což svádí k falešnému pocitu, že vše, co nám web či jiné online zdroje nabídnou, lze brát za bernou minci. Nehledě na to, že požadavky na rychlost zveřejnění zprávy se zvyšují, a novinář v časové tísní rád podlehně dojmů, že už není třeba nic ověřovat a kontrolovat, a zprávu pustí do oběhu.

Povrchnost a ledabylost často vede k tomu, že původní věcná informace nebo výrok z úst politika se postupným přebíráním a reprodukováním, ne nepodobným systémem tiché pošty, pokrouť, zdeformuje, dostane do jiných souvislostí, někdy až jako protimluv. Přidáme-li k tomu zvyk některých novinářů nahradit nedostatečnou obeznameností s daným tématem agresivitou otázek snažících se přivést politika do úzkých za každou cenu, pak se nedivme, že každý politik si s radostí „smlsne“ na jakémkoli pochybení novináře, byť by šlo jen o přeréknutí nebo o pochopitelný lidský omyl. Třeba takový, který se nedávno stal moderátorovi nedělní *Partie* v televizi *Prima Family*.

Zda byl Šalamoun králem, jak ho uvádí Starý zákon, nebo prorokem, jak ho omylem nazval moderátor, nebylo z hlediska položené otázky důležité. Ta chtěla jen zjistit, zda si nový prezident vezme k srdci výzvu k moudrosti a kázni, kterou vyslechl ve svatováclavské kapli. Nicméně moderátorův omyl Miloš Zeman okamžitě využil k tomu, že zpochybnil moderátorovu kompetenci, a odpověď si přizpůsobil k obrazu svému. Výzvu k moudrosti vyložil jako varování před hloupostí, o vztahu k pokoře a kázni nepadlo jediné slovo. Otázka tedy zůstala bez jasné odpovědi. Škoda. Na druhé straně však tato epizoda může posloužit jako názorným příkladem toho, jak při novinářské práci nelze podcenit žádnou maličkost, neboť každý detail je důležitý.

Kulatá výročí a nespolehlivé vzpomínky

14. květen 2013

Každé výročí je příležitostí ohlédnout se zpátky a bilancovat. Tím spíše, když je to výročí takzvaně kulaté. Televize v Česku nedávno oslavila šedesátku (1. května 1953), rozhlasová devadesátka (18. května 1923) je v těchto dnech za dveřmi. Obě výročí se pohybují ještě v časovém rozmezí života jednoho člověka.

V tom prvním případě by se televize blížila důchodovému věku, rozhlas by se možná nacházel v domově důchodců. Na rozdíl od lidského života, život médií masové komunikace je v moderní civilizované společnosti svým způsobem věčný. Zaniknou jediné tehdy, když zanikne vyspělá civilizace, jejíž nepostradatelnou součástí tato média jsou.

Na rozdíl od lidí však některá z těchto médií svým způsobem nestárnou. Technický pokrok jim stále znovu vstřikuje do žil novou krev, takže mohou růst a košatět a podobně jako bájný Fénix stále znovu vstávají z popela v době, kdy jim jejich konkurenti předpovídají zánik. Nicméně i jejich peří podléhá proměnám času a jejich podoba se průběžně mění. Platí to jak pro rozhlas, tak pro televizi.

U televize se o tom mohl přesvědčit každý návštěvník [výstavy](#) k 60. výročí zahájení televizního vysílání, kterou 1. května otevřelo Národní technické muzeum společně s Českou televizí. Pro některé z nich se možná dnes zdá být nepochopitelné, proč k zajištění tak jednoduchých věcí, které dnes dokáže každý chytrý telefon, tj. obrazově a zvukově natočit a zaznamenat nějaký děj, se musely stavět obrovské a neforemné a těžké [aparáty](#). Vyprávění o tom, jak bylo možné v televizoru naladit jen dva televizní programy, musí pro dnešní teenagery znít stejně jako staré pověsti české, přestože nás od té doby dělí pouhé čtvrtstoletí.

Již řadu měsíců jak Český rozhlas, tak Česká televize nabízejí svým posluchačům a divákům nejruznější ukázky archivních pořadů ve snaze přiblížit jim co nejlépe vlastní minulost. Je to svým způsobem sisyfovský úkol, když si uvědomíme, že naprostá většina toho, co se dostalo v počátcích rozhlasu a televize do éteru, v něm také zůstalo – při neexistenci a nedokonalosti záznamové techniky své

doby zmizelo v nenávratnu. A tak často zůstávají jen legendy, které v lidovém podání dostávají nejružnější podobu.

Klasickým případem může být právě 1. květen roku 1953. Kolem vystoupení Františka Filipovského jako prvního českého herce před televizní kamerou se později vynořila řada mýtů a bájí. Například, že se Filipovský stal součástí připraveného oficiálního programu, protože jeden z filmových snímačů se nepodařilo opravit, a Filipovského scénky vyplňovaly pauzy při zakládání filmu. Není to pravda, technici dali stroje do pořádku a oficiální dvouhodinový program – plně předtočený na filmu – proběhl bez závad.

Všeobecně se má za to, že František Filipovský zde hrál Molierova Harpagona. Další omyl. Filipovský zde totiž představoval postavu Jindřicha Mošny ze seriálu monologů [Hrdinové okamžiku](#), který už v roce 1948 sepsal a vydal Jaroslav Průcha. Prý těch monologů tenkrát ve studiu sehrál více.

Naštěstí už i média a novináři pochopili, že obrazové záběry Františka Filipovského v Měšťanské besedě jsou dodatečnou rekonstrukcí. Dlouhou dobu jsem žil v domněnání, že vznikla v roce 1958, při pátém výročí zahájení televizního vysílání. Až na výstavě v Národním technickém muzeu mě jeden z pamětníků, dlouholetý filmový střihač, přesvědčil o tom, že se mýlím, neboť Filipovského scénka existuje ve více verzích. Prý vznikla už dříve – možná několik dnů, možná jeden rok po vysílání, údajně v 16ti milimetrové, zřejmě němé verzi, kterou filmový žurnál v roce 1958 pouze oprášil a dodatečně ozvučil. I když je tu stále mnoho slůvek „možná“, „zřejmě“, „asi“, toto svědectví od střihačského stolu mne přesvědčilo. A zároveň mi dodalo další důkaz o tom, jak obtížné a někdy téměř nemožné je dopátrat se k tomu, jak to tenkrát vlastně ve skutečnosti bylo. A to nejen v rozhlasové a televizní historii.

Mediální legislativa a poslanecké kutilství

2. červenec 2013

Fotbalu a médiím rozumí každý – to je stará známá věc, o které nás přesvědčí štamgasti každé druhé restaurace. Nic proti tomu, když si někdo od plic zanádvá na trenéry, na hráče, na ředitele, na rozhlasové a televizní redaktory, a jako přídavek dodá návod, jak by se to podle něj všechno mělo dělat jinak a líp. Horší je, když se tak začnou chovat poslanci.

Poslanec, který se drží zpátky a nechá si poradit šéfem poslaneckého klubu u každého zákona přesahujícího jeho specializaci, v okamžiku, kdy jsou na tapetě mediální zákony, začne hýřit bizarními nápady. Samozřejmě vždy v zájmu obecného dobra. Tu by se měla předeepsat nespisovná mluva, tam by se mělo něco zakázat, jinde by se mělo více trestat, rozhlasu a televizi by se měly uložit nové a lepší služby – co na tom, že na ně chybějí peníze.

Není to však specialita jen našich poslanců. Když se ve Francii po volbách v roce 1986 přijímal nový audiovizuální zákon, tzv. [loi Léotard](#), v horní komoře Senátu se o něm jednalo nepřetržitě celý měsíc, což pátá republika od roku 1958 nepamatovala. Při této debatě padlo 1700 pozměňovacích návrhů, většinou z opozičních řad, které vládní koalice převálcovala. Tento rekord však zcela překonalo přijímání nového digitálního zákona [legge Gasparri](#) v Itálii v letech 2003-4, což byl zákon šitý na míru tehdejšímu předsedovi vlády Silvio Berlusconi. Poté, co prošel třináctiměsíčním legislativním martyriem, jehož součástí bylo i prezidentské veto, statistici spočítali, že se o něm jednalo čtyři sta hodin a padlo při něm pět tisíc pozměňovacích návrhů, počet diskusních příspěvků dosáhl čísla čtrnácti tisíc.

Přijímání digitální novely našeho vysílacího zákona v letech 2005-6 bylo proti tomu procházkou růžovým sadem. Jak uvedl v rozpravě [poslanec Pleva](#), sešlo se tehdy celkem 327 pozměňovacích návrhů, což zaplnilo 110 stránek textu.

Na tohle všechno jsem si vzpomněl, když jsem nedávno zjistil, že Evropský parlament přijal v květnu dokument s názvem „Charta EU: standardy pro svobodu médií v Evropské unii“, a z internetu jsem si ho stáhl. Očekával jsem inspiraci, která by se dala využít i v našich

poměrech, něco na způsob několika stručných a úderných pravidel, přes které – jak praví oblíbené rčení – by nejel vlak. Dočkal jsem se však patnáctistránkového dokumentu, který k nějaké stručné chartě měl dost daleko.

Ne, že by se zde říkalo něco, s čím by se nedalo souhlasit. Jenomže opakování a rozměňování starých známých principů, kterými se řídí média ve svobodné demokratické společnosti, mi přišlo poněkud zbytečné. Když jsem se ponořil – opět díky internetu – do historie vzniku tohoto dokumentu, pochopil jsem, o co tady jde. Zjistil jsem, že návrh Charty o svobodě médií byl vlastně reakcí na represivní mediální zákony přijaté Orbánovu vládou v Maďarsku v roce 2010, a že dokument vznikl v roce 2012 z iniciativy europoslanců, konkrétně výboru pro občanské svobody, spravedlnost a vnitřní věci.

Původní návrh byl poměrně rozumný, po úvodní preambuli měla Charta [třináct článků](#). Jenomže potom přišla diskuse a s ním i [199 pozměňovacích návrhů](#). Dokument tak [nabobtnal](#) na třicet odstavců preambule a čtyřicet čtyři paragrafů. Každý si v něm chtěl ohrát svoji polívčičku. Italové zdůrazňovali, že je třeba zakročit proti koncentraci vlastnictví a konfliktu zájmů. Maďaři přidávali články o potřebě obrany proti vládnímu nátlaku. Bulhaři a Rumuni prosazovali požadavek monitoringu plurality médií. Východoevropané sem přidali problematiku volby mediálních rad. Slovinská poslankyně požadovala obranu žurnalistů před násilím, a k tomu levicovní europoslanci z Beneluxu dodali své tradiční evropské mantry.

A tak namísto jasné deklarace standardů svobody médií se dokument postupně proměnil v zeď nářků a obecné volání po nápravě poměrů, který sice bude poslán Komisi a Radě do Bruselu, dostane se do úředního věstníku, ale tím to asi všechno skončí. Škoda! Kdyby se přidržel svého názvu a shrnul několik hlavních zásad a požadavků, možná by našel ohlas v zemích, ve kterých mají se svobodou médií problémy. Jenomže přesvědčte poslance, aby se vzdali svého legislativního kutilství.

Ani bezmocná, ani všemocná

6. srpen 2013

Dnes a denně se s tím setkáváme: Můžou za to média. Za špatnou náladu ve společnosti, za to, že morálka lidí upadá, že se nedaří reformy, že vznikají ve společnosti konflikty, že se vytváří deformovaný obraz politiky i politiků, i za to, že se jedné politické straně nedaří získat podporu voličů, zatímco druhá strana se nezaslouženě vyhřívá na čele volebních preferencí.

Z úst našich politiků jsme si už vyslechli řadu teorií o mediokracii manipulující a ovládající českou společnost, ve které by všechno šlo jako po másle, jenom kdyby se média do věcí nepletla a nerozčilovala lidi. Pokaždé, když média odhalí – ať už sama nebo s pomocí získaných materiálů – nějaký skandál, hned se objeví zlehčující tvrzení: je to zlovolný mediální útok, spiknutí politických nepřátel, nafouknutá mediální bublina.

V žádném případě nehodlám bezvýhradně hájit česká média, která si samozřejmě čas od času kritiku zaslouží: za neprofesionalitu, povrchnost, kampaňovitost a jiné nectnosti. Vadí mi však tvrzení o jejich všemocnosti, často doprovázená výtkou, že kdyby média lépe pracovala, bylo by u nás lépe.

Zkušenosti a sociologické výzkumy dokládají, že vliv médií na společenské dění je omezený, a že rozsah a dosah jejích účinků nelze nikdy spolehlivě předpovědět. Každá mediální komunikace se totiž dostává do interakce s množstvím nezávisle proměnných veličin a vlivů, které na ni působí tak, že její konečný dopad má pravděpodobnostní povahu.

Nedávno jsem se setkal s názorem, že média svým zpravodajstvím podněcují vášně ve vztahu k romským spoluobčanům. Kdyby si nevybírala jen konflikty, nemusela by být nálada obyvatel vůči Romům tak nepřátelská. Namísto toho by se prý média měla snažit napjatou situaci v soužití dvou etnik nějakým způsobem zklidnit či řešit.

Dnes a denně se stává, že se děti na hřišti poperou. Dokonce, i když se do rvačky zapojí rodiče, nemusí to být nic neobvyklého. Přesto se českobudějovické sídliště Máj stalo místem, o němž se po

čtyři letní víkendy referovalo v tisku, rozhlase a televizi až tak, že do pozadí ustoupily i některé politické aktuality. Mohla za to média? Do jisté míry ano, pravděpodobně v té počáteční fázi. Ale že by byla původcem či hnacím motorem událostí?

Páteční incident [zaznamenal](#) 22. června pouze místní zpravodaj MF Dnes a to ještě jen na webu. Jenomže o den později se pranice dospělých stala pro televizi Prima vítaným námětem nedělních Krimi zpráv a událost se rozlétla do světa. V pondělí se tématu chytil tištěný bulvár a konflikt na sídlišti Máj se stal okamžitě celostátním tématem. Možná také proto se o týden později 29. června na náměstí Přemysla Otakara II. objevily známé firmy z celé republiky, označované souhrnnou nálepkou „pravicoví extremisté.“

Mediální kauza byla na světě a začala žít svým vlastním životem, O potyčkách se strážci pořádku nebylo možné neinformovat, zvláště když policie při prvním střetnutí s tvrdým a zkušeným jádrem extremistů příliš neobstála. Bohužel taková už je povaha médií, a vlastně i jejich konzumentů, že je přitahují konflikty, věci neobvyklé, dramatické, vymykající se každodenní rutině. Pokud by se to médiím mělo vyčítat, pak by to bylo stejné, jako kdyby se vyčítalo hlídacím psům, že štěkají na kolemjdoucí neznámé osoby.

Kromě toho případ rasového konfliktu na sídlišti Máj ukázal, že řešení jakýchkoli společenských problémů není v moci médií, ale těch, kteří to mají v popisu práce. Již při druhém střetnutí s extrémisty v sobotu 6. července policie ukázala, kdo je tady pánem. A když ani 13. července se nepodařilo extrémistům z povoleného shromáždění udělat bitevní pole, kterým by na sebe upoutali pozornost, čtvrtý víkend na sídlišti Máj proběhl bez incidentů, za přítomnosti místních lidí, kteří si to mezi sebou po sousedsky vyříkávali.

Dokážu si představit, co by se asi stalo, kdyby radnice a policie nezasáhly a neprokázaly svoji kompetenci. Dočkali bychom se možná dalších nepokojných víkendů na sídlišti Máj a také výčitky, že za ten požár mohou média, protože do něj svévolně foukají.

DODATEK ke kauze na sídlišti Máj o tři roky později:

Citace z článku [Markus Pape: Dětské hřiště, společný dialog a média](#)

Násilné nepokoje na českobudějovickém sídlišti Máj z léta 2013 inicioval banální spor na hřišti. Dne 21. června do sebe na pískovišti strčili dva kluci ve věku tři a půl a pěti let. Místo toho, aby si to v klidu vyříkali ti, kteří měli děti na starosti, 17-letá „bílá“ sestra jednoho z chlapečků se pustila do „černé“ matky dalšího z nich. Začaly se zuřivě prát, až se postupně přidali jejich partneři a příbuzní a začala „velká mela“, při které se už nikdo neptal, kdo začal. Přivolaná policejní hlídka dorazila ihned na místo – a bála se zasáhnout. Když po dvaceti minutách dorazily posily, už bylo po všem.

***Na internetu se pak strhla lavina zpráv o rasistickém útoku na hřišti.** Na to konto se během třech letních měsíců konala řada protestních akcí, kterých se zúčastnilo několik tisíc rozhořčených občanů. Zraněno bylo 9 policistů, nejméně jeden z nich těžce. V souvislosti s nepokoji policie podle vlastních údajů zajistila 224 lidí, obvinila jich 48, nejvíce z útoků na policisty. Obžaloba byla vznesena ve 34 případech a soud potrestal 23 osob, většinou podmíněnými tresty. Další desítky případů byly řešeny jako přestupky. Většina odsouzených měla dosud čistý trestní rejstřík, řekl tehdy českobudějovický státní zástupce Josef Richter.*

***I prvotní spor na dětském hřišti se dostal před soud. Ovšem až v době, když se i místní média už přestala o celé téma zajímat.** Šest obžalovaných z výtržnictví a ublížení na zdraví bylo loni pravomocně odsouzeno k podmíněčným trestům. Mezi nimi figurovala i v době činu opilá, těhotná, nezletilá a „bílá“ holka. Nejtvrdší trest si odnesl Tomáš Doul, její tehdy 20-letý partner stejné barvy kůže za výtržnictví, ublížení na zdraví, násilí proti policistům na demonstracích, poškozování cizí věci a ohrožení pod vlivem omamné látky.*

Právě on pustil rasistický hoax na internet krátce poté, co podle soudu na hřišti napadl nezúčastněnou Romku. Ač na své facebookové stránce projevil sklon k nacismu, místní server s příznačným názvem Budějovická drbna začal šířit jeho fámu o útoku Romů na „naši“ těhotnou holku. Když místní kriminální policie mlžila, i celostátní média zprávu brala za bernou minci, pohotově ji šířila – a už to letělo.

*Mravenčí práce vyšetřovatelů s cílem rozluštit prvotní příčinu mohutných pouličních kravalů vyústila nakonec v prohlášení soudu, že nešlo o rasismus. Irena Tichá, soudkyně českobudějovického Okresního soudu, přiznala v soudní síni, že se podařilo zjistit, kdo rvačku začal. V době vyhroceného anticikanismu **živeného hladem médií po senzačních zprávách** dvěma ženám prostě ruply nervy. Obě hlavní aktérky případu se proti rozsudku odvolaly. V polovině loňského října Krajský soud v Budějovicích rozhodl, že prvoinstanční rozsudek platí, a tím nabyl právní moci.*

Už dávno se mezitím na sídliště Máj vrátil klid. Postaralo se o to sedm romských strážníků, nově postavené „multikulturní“ komunitní centrum pro volnočasové aktivity i práce terénních pracovníků a dobrovolníků. Nadále zbývá hodně práce, nastolený mír je křehký.

Předvolební rébus

17. září 2013

Prázdninová politická krize, která vyústila do předčasných voleb, vnesla do našeho veřejného života několik novinek. Jednou z nich je poměrně krátká předvolební kampaň, při níž politické strany a hnutí budou muset v průběhu pouhých dvou měsíců přesvědčit své voliče, že ony jsou tou nejlepší politickou volbou. Rozhlasový komentátor Ivan Hoffman tuto novinku ocenil nejen proto, že „v té krátké kampani nebudou zvýhodněni ti, kteří na ni mají nejvíc peněz,“ a že „velké strany nás nebudou půl roku válcovat svými slogany,“ aby si zvýšily volební preference, ale také z důvodů estetických: „budeme méně trpět, méně nás otráví těmi řečmi, které jsou stále více účelové.“

Předčasné volby s krátkou předvolební kampaní však staví nejen politiky, ale také média do zcela nové a neočekávané situace. Některé osvědčené modely předvolebního zpravodajství možná nebudou k potřebě, a to nejen kvůli zkrácené době kampaně, ale také vzhledem k složité a proměnlivé situaci na politické scéně. Tradiční velké politické strany, včetně koaličních nováčků ztratily důvěru části voličů. O slovo se hlásí nové politické subjekty, které podobně jako před třemi lety Věci veřejné slibují, že to budou dělat lépe.

O bouřlivých pohybech na politické scéně svědčí fakt, že téměř čtvrtina z 88 politických stran a téměř polovina z 68 politických hnutí [registrovaných](#) na webových stránkách Ministerstva vnitra vznikla až po posledních volbách v květnu 2010. Ne všechny strany a všechna hnutí půjdou do voleb. Ale ti, kteří přihlásí své kandidátky a zaplatí příslušné poplatky, se budou snažit o to, aby se zviditelnili, nejlépe v médiích.

Volební zákon sice ukládá médiím veřejné služby, aby vyhradila čtrnáct hodin vysílacího prostoru pro předvolební spoty, přičemž tento čas se mezi politické strany a hnutí dělí rovným dílem. Zkušenosti z minula však ukazují, že reklamní spoty vysílané ve vedlejších vysílacích časech nikoho nezajímají. A tak se politické strany budou snažit prosadit svou agendu do předvolebních debat či jiných hlavních zpravodajských a publicistických pořadů. Nelze předpokládat, že jim je nabídnou soukromé rozhlasové a televizní stanice, které by si tím jen snižovaly poslechovost či sledovanost, zvláště kdyby se měly

zabývat problémy malých a nevýznamných stran a hnutí. Odpovědnost za informování o programech a kandidátech tedy bude opět ležet na médiích veřejné služby.

Jako před každými volbami stojí ČRo a ČT znovu před řešením rébusu, jak zajistit, aby každý občan měl možnost seznámit se s nabízenými programy a kandidáty v celé šíři politického spektra, aby volič se stal informovaným voličem. Obávám se, že dosavadní model, podle něhož se do hlavních politických debat dostávaly jen ty politické strany, jejichž kandidáti měli na základě zjištěných volebních preferencí šanci postoupit do parlamentu, že tento model bude muset doznat nějakých úprav. Jednak proto, že loňské krajské volby prokázaly nespolehlivost volebních modelů tam, kde až čtyřicet procent voličů nevědělo, zda k volbám půjdou a koho budou volit. A také proto, že sociologické průzkumy asi nebudou schopny zachytit poslední přesuny na politické scéně.

Jak se tedy zachovat? V roce 1985 si Evropská komise objednala u Evropského ústavu pro média (EIM) studii o úloze médií ve vztahu k demokratickým volbám. Studie nabídla novým východoevropským demokraciím zkušenosti ze západní Evropy a v závěru formulovala některá doporučení. V jednom z nich se konstatuje, že „Proporcionální přístup k vysílacím médiím by měl brát v úvahu předchozí volební výsledky a současnou politickou sílu stran.“ Česká veřejnoprávní média až dosud získávala údaje o současné politické síle výhradně ze sociologických průzkumů. Není vyloučeno, že letos to nepostačí, že do rozhodování o rozsahu přístupu k vysílacím časům a pořadům se budou muset zapojit ještě nějaká další kritéria. Jaká? Aníž bych chtěl radit, já osobně bych sázel na analýzu důvěryhodnosti volebních programů doplněnou vyhodnocením osobnostní integrity kandidátů.

Jak přijít o důvěryhodnost

29. říjen 2013

Nedávno jsem si přečetl v denním tisku titulek „Byli jsme kluci bez zkušeností.“ Autor tohoto výroku? Švýcarským federálním trestním soudem nepravomocně odsouzený Antonín Koláček, bývalý manažer a spolumajitel Mostecké uhelné společnosti. Koláček je pozoruhodnou postavou prezentující se na veřejnosti jako člověk, který poté, co se dobral k miliardám, se stal buddhistou, jehož už nezajímají materiální, ale duchovní hodnoty. Není proto divu, že o rozhovor s ním projevila zájem média.

Obsah Koláčkových [odpovědí](#) se dal očekávat: jsem bez viny, vše se dělo v souladu s českými zákony a se zájmem firmy, Švýcarům sloužíme jako exemplární případ, za nic jsme nemohli, byli jsme nezkušení. Ani stín kritické reflexe svého konání, které připravilo stát a další subjekty o miliardy korun, ani stín doznání viny. Doslova: „Věřili jsme, že to, co děláme, je správné, protože se obecně privatizovalo všechno, a každý dělal to nejlepší, co uměl.“

V této souvislosti se přímo vnucují některé otázky: Mají média poskytovat pachatelům trestných činů tribunu pro jejich sebeobhajobu? Proč redaktorka při kladení otázek nevyvracela Koláčkovy argumenty nebo alespoň neupozornila na rozpory mezi nezpochybnitelnými fakty a Koláčkovou interpretací?

Odpověď na druhou otázku nám nabízí redakční praxe, která bohužel převažuje. Média projeví zájem o rozhovor s nějakou osobou, o níž se ve veřejnosti hodně mluví, například s člověkem zapleteným do nějaké kauzy či aféry. Ten je ochoten s redaktorem promluvit, ovšem s podmínkou, že se mu výsledná podoba interview předloží k autorizaci. Redaktor je postaven před těžkou volbu. Buď na podmínku přistoupí, a vystavuje se riziku, že se stane hláskou troubou zpovídaného, který mu vyškrtně z konečné verze vše, co se mu nebude líbit. Nebo na autorizaci nepřistoupí s rizikem, že cenný úlovek – rozhovor s osobou, o níž mají čtenáři zájem – nepřinese. Je to obtížná volba a proto nikomu nevyčítám, když mimořádně a za zvláštních okolností zvolí první variantu.

Věc má však ještě obecnější souvislosti. Média jako prostředek masové komunikace nejen informují, baví, vzdělávají, ale při plnění

všech těchto funkcí by měla také šířit a předávat obecně sdílené hodnoty. Od těch všelidských až po ty kulturní nebo politické. Například, že krást se nemá, že po dokázaném zločinu by měl přijít trest, že ubližovat bližnímu je hřích, že obdiv by měl patřit lidem, kteří vykonali pro své spoluobčany něco dobrého, a ne těm, kteří se dostanou na výsluní kontroverzními činy.

Jenomže česká média často volí – pod deklarací svobody projevu pro všechny – taková řešení, při nichž dostanou prostor pro své názory jak ti slušní, tak ti neslušní, často bez jakékoli oponentury, nejlépe v poměru padesát na padesát. A ty si milý čtenáři, posluchači, diváku, vyber. Tohle na první pohled férové řešení má však jeden háček. Média se tím dobrovolně vzdávají své hodnototvorné funkce, zvláště když dávají slovo lidem jako je Radovan Krejčíř, Tomáš Pitr, Jiří Kajínek nebo Viktor Kožený, kteří se pak na veřejnosti prezentují jako sympatičtí muži, kteří pravda pochybili, ale osud jim zkrátka nepřeje.

Dávání přednost sólokaprům bez ohledu na jejich povahu, případně ochota zveřejnit vše, co kdo médiím podstrčí v zájmu senzace za každou cenu, může zbavit média té největší hodnoty, kterou má pro veřejnost – to jest jejich důvěryhodnosti. Chápu, sólokapři zvyšují odbyt, zájem o kontroverzní osoby je velký. Ale nechápu, proč vedle Kolářkovy sebeobhajoby se neobjevil někde jinde v listě, když ne v úvodníku, tak alespoň na názorové stránce, redakční komentář, který by uvedl věci na pravou míru.

Centrum pro výzkum veřejného mínění nedávno zveřejnil žebříček důvěry, kterou mají veřejné instituce u občanů. Jestliže někdy v roce 1995 českým médiím důvěřovalo 70 procent obyvatel, pak v roce 2013 tato důvěra poklesla na tyto hodnoty: tisk 38 procent, televize 47 procent, rádia 53 procent. Při té bídě to pro rozhlas není zas tak špatné vysvědčení.

Lidové noviny na rozcestí

19. únor 2013

Dvě známá jména oslavila koncem roku stodvacáté narozeniny - Sparta a Lidové noviny. To první samozřejmě s větší slávou, to druhé skromně, v ústraní. Řada akcí k 120. výročí LN, které ještě pod vedením bývalého šéfredaktora Balšínska redakce zorganizovala, vyvrcholila v listopadu Mezinárodní česko-polskou konferencí „Co jsme udělali se svobodou?“ s podtitulem „o vítězstvích a prohrách disentu ve společnosti po roce 1989.“

Na konferenci se kromě jiného [diskutovalo](#) i o vítězstvích a prohrách disidentských médií, která zde reprezentovaly Lidové noviny a Gazeta Wyborcza. Přestože se Lidové noviny hlásí k tradici založené v předminulém století, časová mezera mezi zastavením listu v roce 1952 a jeho obnovou v samizdatové podobě v roce 1988 byla natolik dlouhá, že osudy současných Lidových novin a Gazety Wyborcza nesou řadu společných rysů.

Okolnosti vzniku deníku [Gazeta Wyborcza](#) jsou zakódovány už do jeho názvu – Volební noviny. Když se v Polsku na jaře 1989 u kulatých stolů podepsala dohoda o volbách, kterých se bude moci zúčastnit i opozice, vznikl problém: vládnoucí moc měla v rukou všechna média, opozice jen samizdat. Proto vláda umožnila Solidaritě vydávat vlastní deník a uvolnila jí přístup k základním prostředkům, k papíru a k tiskárnám. První číslo vyšlo 8. května v počtu 150 tisíc výtisků, náklad se brzy vyšplhal do půlmilionové výše.

Také obnovené Lidové noviny byly hlasem opozice. Jejich první oficiální tištěné číslo v prosinci roku 1989 se prodalo v počtu 600 tisíc výtisků. Od ledna 1990 začaly vycházet dvakrát týdně, od dubna jako deník. Zájem o Lidovky byl obrovský. Vzniklo vydavatelství a nakladatelství, které – jak se mnozí domnívali – mělo mít „našlápnuto“ na ekonomický úspěch. Ten se však nekonal. Vydavatelství muselo omezit své plány a nakladatelství se od akciové společnosti Lidových novin postupně oddělilo. V roce 1994 se vlastníkem Lidových novin stal švýcarský mediální dům Ringier, který je jako ztrátový podnik v roce 1998 prodal „rýnským“ Němcům vlastním vydavatelství Mafra, jež letos odkoupil Andrej Babiš.

Příběh Gazety Wyborcza byl jiný. Popularitu deníku dokázalo vedení využít k ekonomickému úspěchu. Vydavatelství [Agora](#) založené v roce 1989 je dnes úspěšnou akciovou společností, kótovanou od roku 1999 na burze, do jejíž aktivit patří kromě vydávání několika periodik provoz lokálních rozhlasových stanic, kinodistribuce, reklamní agentura a rozsáhlé internetové projekty. [Gazeta Wyborcza](#) je stále na první místě nebulvárního polského denního tisku. Proč se něco podobného nepodařilo Lidovým novinám?

Důvodů bylo více – nezkušenost redakce, která uměla oslovit širokou veřejnost jen v době, kdy Občanské fórum bylo populární, a kdy hlad po názorech byl větší než hlad po informacích. MF Dnes i Právo postupně vítězily nad Lidovými novinami lepším a pohotovějším zpravodajstvím. Lidové noviny si rovněž ukously příliš velké sousto, když nabídly azyl četným dalším periodikům (Studentské listy, Rock+Pop, Literární noviny, Analogon, Lettre International, Pelikánovy Listy a další), z nichž mnohé byly ztrátové. Chyběl český kapitál, který neměl zkušenosti s investicemi do médií, chyběly i obchodní zkušenosti, které do Agory přinesli zahraniční Poláci.

Také proto jsou Lidové noviny na mediálním trhu tam, kde jsou. Když na zmíněné česko-polské konferenci bilancoval minulost Lidových novin jejich někdejší ředitel Michal Klíma, neopomněl připomenout, že přes všechny neúspěchy Lidové noviny zaznamenaly jeden velký úspěch: stále existují. Nezanikly, přestože se vícekrát [předpovídalo](#), že se jich vlastník Mafry, vydávající současně další deník MF Dnes, brzy zbaví.

Zatím není jasné, co s Lidovými novinami hodlá podniknout nový majitel. Bude mít stejný respekt před historickým rodinným stříbrem jako zahraniční vlastník? Bude pokračovat v racionalizaci provozu, která unifikuje obsah obou deníků Mafry? Nebo dá Lidovkám příležitost vyprofilovat se do názorového listu, který sice nebude mít masové náklady, ale jehož hlas bude ve společnosti slyšet? Uvidíme.

Novináři – šířitelé blbé nálady?

13. leden 2014

Přestože poradci a politologové radí politikům, aby s médii neválčili, naši prezidenti si tuto radu neberou příliš k srdci. Vzpomeňme například na loňský [inaugurační projev](#), v němž Miloš Zeman sdělil národu, že za jeden z pěti ostrovů negativní deviace pokládá „podstatnou část českých médií. Tu část, která se zaměřuje na vymývání mozků, na mediální masáž a na manipulaci veřejným míněním.“

Nedávno ve svém [novoročním zamyšlení](#) bývalý prezident Václav Klaus média obvinil, že záměrně šíří negativistickou atmosféru. Doslova: „Nenechme se odradit médii záměrně šířenou negativistickou atmosférou“ v situaci, kdy země sice nevzkvétá, ale je „podstatně jiná a lepší“ než jaký obraz o ní média vytvářejí.

Před dvěma roky to Václav Klaus, tehdy ještě v prezidentské funkci, vyjádřil mnohem ostřeji. Tenkrát v komentáři [„Hra s ohněm“](#) v MF Dnes v březnu 2012 napsal, že „média systematicky stupňují negativní emoce veřejnosti a prohlubují přirozenou frustraci různých skupin naší společnosti“ v situaci kdy „doba je neklidná, a to nejen u nás a nejen v Evropě.“ Václav Klaus tehdy reagoval na odhalování afér a publikované úniky odposlechů v médiích, které označil za „nástroj společenské manipulace“ a „nepřijatelnou metodu, kterou mediokracie pohlcuje demokracii.“

Na tuto kritiku odpověděl tehdejší šéfredaktor MF Dnes Robert Čásenský [glosou](#) s titulkem „Prezidentův oheň noviny nezapálily,“ v níž napsal, že „Václav Klaus však ve své analýze dnešních poměrů zcela zásadně převrací příčiny a následky,“ neboť „nebyla to média, kdo zapříčinil nynější stav české politiky.“ Zjednodušeně řečeno – Čásenský ve své filipice použil oblíbený vzkaz novinářů politikům: Nechcete-li, abychom o tom psali, tak to nedělejte.

Ačkoliv v podstatě souhlasím s tím, jak Václavu Klausovi Robert Čásenský odpověděl, domnívám se, že by nebylo dobré paušalizující kritiku na adresu médií podobným paušálním způsobem odmítat. Přinejmenším v bodě, který oprávněně vyčítá médiím, že náš okolní svět není tak špatný a plný negativních jevů, jak by se mohlo z jejich pohledu zdát. Nebylo asi náhodou, že publikum ve

Vladislavském sále Miloši Zemanovi [zatleskalo](#) právě v okamžiku, kdy se na média obořil.

Dokonce by se dalo souhlasit s výzvou Václava Klause, abychom se nenechali odradit médii rozšiřovanou negativistickou atmosférou, kdyby tam nebylo slovíčko „záměrně.“ Nevěřím, že v redakcích a u editorských stolů jsou lidé, kteří vedeni nenávistí vůči politikům a misantropickými pocity vůči svému okolí se řídí zásadou „čím hůře, tím lépe.“

Bohužel, tak už to v mediálním byznysu chodí, že negativní a katastrofické informace zájem publika přitahují více, než zprávy pozitivní. Namísto obviňování ze záměrnosti by proto bylo užitečnější zamyslet se nad tím, jak tuto objektivně danou tendenci médií vyvážit natolik, aby média nepřestala plnit svoji základní funkci, tj. zásobovat nás pravdivými a nezkreslenými informacemi o prostředí, v němž žijeme.

Často mne v této souvislosti napadá myšlenka otce kybernetiky Norberta Wienera, který [tvrdil](#), že aktivně žít znamená žít s přiměřenými informacemi. Na tom výroku se mi líbí adjektivum „přiměřené,“ protože informace, které získáváme, nikdy nebudou komplexní, dokonalé, často i vinou našeho nezájmu. Asi se nevyhneme tomu, že zpráva o psu, který pokousal listonoše, bude pro čtenáře méně zajímavá, než zpráva o tom, že listonoš pokousal psa. Budiž, nechť média takové zprávy nabízejí. Ale na druhé straně by média neměla opomíjet zprávy a informace důležité pro život občana v demokratické společnosti.

Problém dnešních médií nespočívá v tom, že záměrně a účelově šíří „blbou náladu,“ ale v tom, že vedle okamžitých senzací a mimořádných témat nenabízejí více informací o méně atraktivních, ale důležitých částí našeho každodenního života, a že tyto zprávy neumějí srozumitelně a přitažlivě zpracovat natolik, aby zaujaly. Kdyby se tohle všechno médiím dařilo, pak by i té negativity v jejich obsahu bylo méně a prezidenti by si na ni nemuseli stěžovat.

Kdy přestane být poplatek „koncesionářský“?

10. únor 2014

Jak se dalo očekávat, úvahy nastupujícího ministra kultury Daniela Hermana o možné změně placení poplatku, kterému se u nás nepřesně říká „koncesionářský“, vyvolaly očekávané reakce: „Já se na Českou televizi nedívám, Český rozhlas neposlouchám, proč bych měl platit?“ Obvykle se tak ptají i ti, kteří služeb veřejnoprávního vysílání běžně využívají, jen se jim nechce přispívat do společného měšce. Nechápou, že poplatek má charakter solidárního příspěvku na službu, jejíž poskytování stát pokládá za svou povinnost, protože tržní mechanismy ji v požadovaném rozsahu a kvalitě nejsou schopny zajistit.

Daniel Herman v nedávném [rozhovoru](#) pro MF Dnes víceméně podpořil [návrh](#) ředitele ČRo Petera Duhana, abychom se při financování veřejnoprávního vysílání inspirovali [německým modelem](#). Ten totiž zrušil placení poplatku s návazností na vlastnictví rozhlasového a televizního přijímače a uložil tuto povinnost všem německým domácnostem.

Německu se tak v loňském roce podařilo rozetnout gordický uzel problémů, který veřejnoprávním vysílatelům přinesly digitální technologie. Ty problémy začaly u počítačů schopných přijímat televizní program, později se rozšířily na mobilní telefony a všechny tablety v dosahu internetu. Konstrukce poplatku, která vznikla v počátcích rozhlasového vysílání, když stát ještě uděloval „koncese“ na příjem rádiových vln, dostala vážné trhliny.

A to v situaci, kdy už dávno neplatí povolovací „koncesionářský“ charakter poplatku, který se stal daní *sui generis*, vybíranou většinou bez asistence státu a daňových úřadů v zájmu nezávislosti veřejnoprávního vysílání. Většina evropských států zareagovala na novou situaci tím, že zahrnula do kategorie rozhlasových a televizních přijímačů i počítače. Například u nás podle [zákona 348/2005](#) je přijímačem každé „zařízení technicky způsobilé k individuálně volitelné reprodukci rozhlasového i televizního vysílání.“

Podobně se zachovala i německá legislativa. Od roku 2007 začali inspektoři centrály pro výběr poplatků GEZ vyžadovat placení poplatku i za „*neuartige Rundfunkgeräte*“, tedy i za počítače a mobilní

telefony. To vyprovokovalo četné stížnosti, které ukončil v říjnu 2010 [verdict](#) Nejvyššího správního soudu v případě tří modelových žalob: studenta matematiky, jednoho advokáta a jedné advokátní kanceláře. Soud sice přiznal, že placení poplatku zasahuje do některých jejich ústavních práv, ovšem tento zásah je oprávněný, není nepřiměřený a je zdůvodněný jiným ústavně konformním zákonem. Žaloby tedy neuspěly.

Němečtí politici však pochopili, že v časech digitální revoluce se už nelze opírat o konstrukci poplatku, která vznikla v první polovině minulého století. Proto se od ledna 2013 vysílací poplatek [Rundfunkgebühr](#) proměnil na [Rundfunkbeitrag](#), příspěvek na vysílání. Zanikla GEZ se svými inspektory, ARD a ZDF si zřídily vlastní inkasní středisko. Kromě základní měsíční taxy 17,98 € zákon umožňuje malým podnikům do osmi zaměstnanců platit sníženou třetinovou sazbu 5,99 €, zvláštní sazby pamatují i na hotely.

Německý případ není ojedinělý. V minulých letech se ve Francii někdejší audiovizuální poplatek *la redevance audiovisuelle* přeměnil na *contribution à l'audiovisuel public*, na příspěvek na veřejnou audiovizi, tedy na něco, čímž se přispívá do společné pokladny za účelem veřejné služby. Také tady se týká každé domácnosti, dokonce se platí společně s domovní daní. Na rozdíl od Německa je možné se z povinnosti placení příspěvku na audiovizi vyvázat, vyžaduje to však složité dokazování.

Příklady by se daly najít i jinde, ne však ve Velké Británii. Přestože BBC již několikrát žádala parlament, aby přehodnotil dosavadní způsob placení poplatku ([licence fee](#)) za vlastnictví přijímače, vláda i parlament zatím vyčkává. Je pro ni pohodlnější, aby si BBC přes agentury vybírala poplatek sama, než aby povinnost poplatku po německém vzoru zákonem přikázala všem domácnostem, což by veřejnost mohla chápat jako novou daň z hlavy, která tolik popudila veřejnost proti Margaret Thatcherové v roce 1990.

Mezi země, které se podobně jako Velká Británie k archaické podobě tzv. „koncesionářského“ poplatku zatím staví netečně, patří i Česká republika. Výroky Daniela Hermana však dávají naději, že by se situace mohla v dohledné době změnit.

O gramotnosti zvané mediální

24. březen 2014

Řekne-li se o člověku, že je gramotný, předpokládá se, že umí číst a psát. Ten, kdo to neumí, je negramota či analfabet. Zatímco negramotnost v tomto základním pojetí se u nás podařilo zlikvidovat už před sto lety, a ve světě její rozsah průběžně klesá, mezitím se vynořily požadavky nových gramotností, bez jejichž zvládnutí se občan jen obtížně orientuje.

Už původní pojetí gramotnosti předpokládá, že gramotný je nejen ten, kdo umí skládat písmenka a slova do čtených či psaných vět, ale především ten, který danému textu porozumí. Mezinárodní vzdělávací, vědecká a kulturní organizace UNESCO zahrnuje do pojmu gramotnost *„schopnost identifikovat psané a tištěné texty, interpretovat je, rozumět jim, vytvářet a komunikovat je“* a to vše za účelem *„plné účasti na aktivitách své komunity a širší společnosti.“*

Dnes se při zapojování do občanského a společenského života neobejdeme bez dalších gramotností, mezi něž především patří gramotnost informační, jako *„schopnost efektivně vyhledávat a hodnotit informace vztahující se k určité potřebě,“* doprovázená gramotností počítačovou a také gramotností mediální.

Na první pohled by se mohlo zdát, že pro potřeby běžného života stačí být informačně a počítačově gramotný, že mediální gramotnost je jakýmsi luxusem pro elitu, která se potřebuje v médiích lépe vyznat. Ovšem revoluční proměny, kterými média v dnešní době procházejí, jakož i události posledních let, nás přesvědčují o tom, že bez mediální gramotnosti se neobejde žádný občan se zájmem o veřejné dění, pokud se nechce dostat do role pasivního objektu, zmanipulovaného spotřebitele či voliče.

Z definice mediální gramotnosti jako: *„schopnosti získávat přístup k médiím, chápat a kriticky vyhodnocovat různé aspekty médií a mediálních obsahů a vytvářet v různých kontextech vlastní sdělení,“* asi tím nejdůležitějším bodem je umění kritického přístupu ke všemu, co nám současná média, včetně těch nových internetových, nabízejí k uvěření.

Začíná to u generace dětí, které by měly být schopné rozeznat v elektronické poště a v diskusích na síti člověka, jenž se snaží zneužít dětské hravosti a důvěřivosti, od kamaráda, na kterého se dá spolehnout. Pokračuje to u teenagerů, jejichž suverenita při zacházení s nejnovějšími digitálními vymyšlenostmi je může zbavit nezbytné ostražitosti jak při stahování souborů s nebezpečnými viry a skrytými trojskými koňmi, tak při nekritickém přijímání myšlenek a ideologií, které se tváří jako lék na všechny problémy světa.

Pro nás dospělé by měla být mediální gramotnost orientačním bodem a pojistkou proti utonutí v záplavě informací, jež se na nás ze všech médií valí. Na začátku by mělo stát poznání, že někdejší pravidlo: „*když to bylo v novinách, tak to bude asi pravda*“ pro nová média neplatí. Lépe řečeno, platí s výhradou jen u prověřených zdrojů. Elegantní webová stránka, která se svým vzhledem neliší od seriózních zpravodajských serverů, není ještě zárukou spolehlivého obsahu. Naopak poznání, jak snadné je dnes vstoupit do internetového prostoru s textem i obrázky, jejichž pravdivost a autenticita může být pochybná, je tím prvním krokem k tomu, abychom u každého sdělení, které se tu nabízí, nelitovali námahy a zjišťovali, odkud pochází a kdo za ním stojí.

Ovšem nejen internetová, ale i tradiční média vyžadují kritický odstup a zdravou skepsi. Kdyby výchova k mediální gramotnosti lidi lépe poučila o tom, jak zprávy v redakcích vznikají, jakými pravidly se řídí jejich výběr a zpracování, pak by tito lidé možná došli k poznání, že není všechno tak horké, jak se v redakcích upeče, a že svět kolem nás není tak špatný a plný katastrof, jak by se mohlo z pohledu médií zdát. Člověk mediálně gramotný nepropadá snadno depresím ze zkaženosti světa, neboť ví, že všechno je ještě trochu jinak. Konec konců za ten špatný obraz světa v médiích si můžeme tak trochu i my sami. Neboť co nás více zaujme? Auto, které dojede do cíle nebo auto, které havarovalo? Politik, který je slušný a nekrade, nebo ten, který své postavení zneužívá? Jestli platí to druhé, pak médiím nic nevyčítejme!

EU a média – deset let poté

28. duben 2014

Výročí vstupu České republiky do Evropské Unie vybízí k ohlédnutí. Na jedné straně média, těsně svázaná s rozmanitými jazyky a kulturami jednotlivých členských zemí, nebyly a nejsou předmětem společné evropské politiky. Na straně druhé je tu jedna významná výjimka, která se týká televize, dnes i veškeré audiovize. Schopnost audiovizuálních médií překračovat hranice a jazykové bariéry je zařadila do kategorie služeb, které – jak je v EU pravidlem – by měly mít zajištěný volný pohyb po unijním prostoru.

Každé zboží a každá služba, která toto privilegium volného a ničím nerušeného pohybu dostává, však musí dodržovat normy přijatelné pro všechny členské země. Totéž platí i pro televizi, která má ambici vstupovat na společný trh. Tak vznikla v roce 1989 směrnice „[Televize bez hranic](#)“ sjednocující některé programové standardy – svého druhu hygienické předpisy – v oblasti reklamy, ochrany lidských práv a spotřebitelských zájmů. Převzetí těchto standardů do naší legislativy bylo jednou z podmínek přijetí do EU, kterou jsme splnili [novým zákonem](#) o provozování rozhlasového a televizního vysílání v roce 2001.

Kromě nezbytných a užitečných pravidel vložili evropští politici pod vlivem Francie do směrnice ještě něco navíc – programové kvóty, které měly podpořit evropský audiovizuální průmysl proti americké konkurenci. Podle těchto kvót mají televize povinnost u určitých programových kategorií vysílat většinu pořadů evropské produkce. Další desetiprocentní kvóta se stanovuje pro vysílání pořadů vyrobených nezávislými producenty. Soukromým televizím se to sice moc nelíbilo, ale nakonec kvóty přijaly, neboť z jejich neplnění nevyplývají žádné sankce, když se neplnění věrohodně zdůvodní.

Technologický pokrok v telekomunikacích a spotřební elektronice, jakož i rozvoj vysokorychlostního internetu schopného nabízet a přenášet audiovizuální produkci, vedly zastánce celoevropského trhu k tomu, že působnost „televizních“ pravidel rozšířili i na audiovizuální služby dostupné na webu a na vyžádání. Tak vznikla v prosinci 2007 nová směrnice, u nás pak v roce 2010 nový zákon.

To, že se evropští regulátoři snažili pokrýt svými standardy audiovizuální služby na webu, bylo možná chvályhodné, ale otázkou je, zda si neukrojili příliš velký krajíc. Například proto, že v okamžiku, kdy směrnice stanoví pravidla pro jednu novou službu, na dalších a nových platformách vznikají další a nové služby využívající počítače, tablety, chytré telefony nebo hybridní TV programy kombinované s internetem. Nehledě na to, že ve svobodném a globálním prostředí internetu se evropský občan bude vždy kromě regulovaných služeb evropských operátorů potkávat s neregulovanými službami přicházejícími z jiných částí světa.

Dobrý úmysl narazil na realitu zvláště ve snaze prosadit podporu evropské tvorby i do online služeb na webu. Programové kvóty a sledování jejich plnění se v průběhu let stalo zátěží rozmnožující byrokracii a papírování. Stačí si uvědomit, že v roce, kdy se směrnice přijímala, bylo v evropské dvanáctce něco kolem šedesáti programů, a dnes by se v evropské osmadvacítce mělo kontrolovat pět až šest tisíc licencovaných televizních programů.

Při vědomí toho, že měnící se digitální prostředí mění také pravidla hry, Evropská komise v loňském roce zveřejnila tzv. Zelenou knihu „o přípravě na plnou konvergenci audiovizuálního světa,“ kterou předložila k veřejné konzultaci. Obsahuje sedmadvacet otázek o budoucnosti médií plně integrovaných v digitálním prostředí internetu. V průběhu šesti měsíců se sešly stovky připomínek, z nichž mnohé kritizovaly současný stav regulace jako zastaralý, nefunkční, programové kvóty nevyjímaje.

O slovo se přihlásily vlády, ministerstva, regulátoři, mediální podnikatelé, zájmová a profesní sdružení téměř ze všech členských států. Marně jsem mezi připomínkami hledal ty, které by pocházely z České republiky. Poučení? Až někdy v budoucnu Evropská unie schválí nějakou novou směrnici týkající se televize a audiovizuálních služeb, a její paragrafy se nám nebudou líbit, nebudeme mít právo nadávat na bruselské byrokraty. Měli jsme šanci se k problému vyjádřit, ale mlčeli jsme. Bohužel nejen v tomto případě.

Náš koncesionář, náš pán?

16. červen 2014

„Televizní koncesionáři mají právo dostat za své peníze, co chtějí.“ Tento argument zazněl nedávno jednak na půdě Poslanecké sněmovny při [projednávání](#) výroční zprávy České televize, ale také i v diskusi, kterou v květnu uspořádala Asociace režisérů a scénáristů ARAS. Použili ho pracovníci České televize, když obhajovali programovou politiku, kterou se řídí při plánování programu. V obou případech se totiž vyskytly názory, že Česká televize na ČT1 a ČT2 až příliš vychází vstříc vkusu masového diváka, čímž se její program stále více podobá nabídce soukromých televizních stanic.

Výčitce, že se snaží soutěžit s komerčními televizními kanály, se dnes nevyhne žádná veřejnoprávní televize v Evropě financovaná poplatkem, kterému se u nás stále říká koncesionářský, přestože tu o žádnou koncesi nejde. Poplatek, kterým si před devadesáti lety majitelé rozhlasových přijímačů zakupovali koncesi neboli oprávnění k příjmu rozhlasového programu, už dávno [není koncesionářský](#). Dnes je to solidární daň určená k financování vysílání veřejné služby, jejíž obsah je předmětem neustálých a vášnivých debat.

Veřejnoprávní vysílatelé totiž dnes a denně řeší zapeklitý problém, který má povahu kvadratury kruhu. Na jedné straně by se jejich vysílání mělo profilovat jako služba pro všechny vrstvy obyvatel, obsahující i uspokojování menšinových potřeb. Očekává se tedy od ní, že bude nabízet především takové pořady a témata, která zajímají jen malé skupiny posluchačů a diváků. Chce se od ní, aby vyplnila prostor, do něhož komerční rozhlas a televize ze zcela pochopitelných důvodů (nízká sledovanost = malá ziskovost) nevstupují.

Kdyby se však na druhé straně veřejnoprávní instituce soustředily pouze na uspokojování menšinových zájmů, sledovanost jejich programů by prudce klesla dolů a hned by se vynořila otázka: proč mám platit vysílání programů, které sleduje tak malé procento lidí? Proč za moje peníze, kterými podporuji veřejnoprávní stanice, se v jejich programu nedočkám něčeho, co by mne také zajímalo?

Z tohoto pohledu mají programoví šéfové České televize do jisté míry pravdu: nelze podrývat jeden ze dvou pilířů, na nichž existence

vysílání veřejné služby stojí. Tím jedním je politická vůle uvědomující si, že „*systém veřejnoprávního vysílání v členských zemích je přímo spjat s demokratickými, společenskými a kulturními potřebami každé společnosti.*“ Tolik citace z [dokumentu](#), na němž se shodli zástupci všech členských států EU.

Tím druhým, neméně důležitým pilířem, je zájem a podpora široké veřejnosti, bez níž by vysílání veřejné služby mohlo zajít na úbytě v začarovaném kruhu příčin a následků. Ten by mohl začít prudkým poklesem sledovanosti, po němž by následovalo omezení přísunu finančních prostředků, což by vedlo ke snížení kvality a přitažlivosti pořadů s následným dalším poklesem diváckého zájmu, a tak dál až k bodu, kdy vysílání veřejné služby – pokud by nezaniklo – by se mohlo dostat do pozice marginální kulturní instituce dotované státem.

Byl jsem přítomen zasedání ARASu, na němž přítomní režiséři, autoři i recenzenti pořadů kritizovali Českou televizi za to, že namísto, aby vkus diváků povyšovala, tak se k němu honbou za procenty sledovanosti snižuje. Když se přítomný šéf programu ČT proti této kritice postavil, použil – podle mého názoru – trochu demagogický argument. To když tvrdil, že chápání televize jako osvětového a propagačního nástroje bylo metodou výhradně bývalého režimu, který autoritativně rozhodoval, co divák smí a nesmí zhlédnout.

Nechci a nebudu hájit služebnost někdejší Československé televize před rokem 1989 provázenou cenzurní a autocenzurní praxí. Nicméně bych rád připomněl, že to byl jeden ze zakladatelů BBC, pozdější [lord Reith](#), který se netajil názorem, že průměrný divák v podstatě neví, co chce, a pokud ví, co chce, tak neví, zda je to pro něj dobré, a proto ho musíme vychovávat. Tento elitářský přístup Johna Reitha, který BBC chápal hlavně jako vzdělávací instituci, je sice už passé, ale položil základy tradice, z níž britská BBC čerpá dodnes, včetně sloganu: *je třeba činit vše pro to, aby dobré se stalo populárním a populární dobrým.*

Média v roli užitečných idiotů

14. červenec 2014

To, [co se stalo](#) nedávno v Polsku, není v dnešním světě médií bohužel ničím neobvyklým. Kdosi nabídne redakcím materiály kompromitující veřejně známé osoby a redakce se musí rozhodnout, zda materiály zveřejní. V Polsku to byl publicista a redaktor na volné noze [Piotr Nisztor](#), kterého si vybral anonymní zdroj kryjící se jménem „Vlastenec“, aby mu přes internet poslal první sadu nahrávek rozhovorů vysokých vládních činitelů ze salonků luxusních restaurací. Nisztor prý tyto odposlechy nejprve nabízel deníku Puls Biznesu, ten však nabídku odmítl z obavy před následnými soudními spory.

Po Nisztorově článku však ochotně sáhla redakce týdeníku [Wprost](#), který je známý tím, že se snaží v konkurenci tří dalších informačních týdeníků prosadit publikováním skandálních témat. A tak se v pondělí 16. června objevily na jeho stránkách první přepisy rozhovorů, tentokrát mezi ministrem vnitra Bartłomiejem Sienkiewiczem a šéfem centrální banky Markem Belkou, který za ochotu pomoci vládě s ekonomickými problémy požadoval odvolání ministra financí. Úřady zareagovaly o dva dny později, když agenti vnitřní bezpečnosti ABW vtrhli do redakce a snažili se zabavit počítač, na který inkriminované materiály došly. Bylo jasné, že publikování soukromých hovorů mělo oslabit vládnoucí koalici. Nejasný byl však zdroj a motivy těch, kteří novinářům nahrávky poslali. Nicméně ještě v této fázi se mohl Wprost obhájit veřejným zájmem.

O týden později však Wprost zveřejnil další [várku hovorů](#) nad jídelním stolem, v nichž účinkoval také polský ministr zahraničí Radosław Sikorski. Když ČTK informovala o tom, že Sikorski „se kriticky vyjadřoval k polsko-americkým vztahům i k politice britského premiéra Davida Camerona,“ byl to velice mírný a eufemistický opis toho, co si polští čtenáři mohli přečíst. Neboť Sikorski se tady vyjadřoval nejen o nekompetentním Cameronovi, který „pos... fiskální pakt EU,“ ale také o Američanech, kterým „Polsko podrželo“ (*zrobiliśmy łaskę Amerykanom*), aniž by tím získalo větší bezpečnost. Jestliže u prvních odposlechů mohl šéfredaktor týdeníku Wprost

argumentovat veřejným zájmem, tady šlo už jen o senzaci, navíc poškozující zájmy polské zahraniční politiky.

Kolem publikovaných odposlechů se rozvinuly nejružnější konspirační teorie, pravda o jejich původu však může být prostá a jednoduchá – za odposlechy a jejich zveřejněním stála na začátku snaha vydělat peníze. Jak uvedla Gazeta Wyborcza, manažer luxusní restaurace „Sova a přátelé“ Lukasz N. spolu s dalšími číšníky postupně ve třech restauracích tajně nahrával návštěvy prominentních hostů a nahrávky pak nabízel za úplatu těm, kterým by se mohly hodit. Zkrátka byznys. U první nahrávky se dokonce tuší, kdo ji koupil a dodal do médií – měl to být jeden z nejbohatších Poláků Marek Falenta, jemuž kvůli ne zcela legálnímu obchodu s ruským uhlím začala vláda šlapat na paty.

Bohužel byznys je zřejmě i v pozadí redakční politiky redakce Wprost, která i přes kritiku svého konání se rozhodla v publikování odposlechů pokračovat. V době, kdy prodané náklady tištěných médií neustále klesají, a v situaci, v níž Wprost zaostává za hlavními konkurenty – týdeníky Polityka a Newsweek Polska, se pikantní výroky politiků staly pro šéfredaktora Sylwestera Latkowského cennou komoditou, která mu pomáhá pod heslem „*Tylko u nas*“ zvyšovat odbyt a čtenost časopisu za každou cenu. Tedy i za cenu toho, že v době, kdy se Polsko angažuje v rusko-ukrajinském konfliktu, ztráta důvěryhodnosti její zahraniční politiky nahrává jeho politickému soupeři, Rusku.

Na celé záležitosti je smutné a znepokojující nejen to, že média při své honbě za ziskem a při zápase o své přežití jsou často ochotna ignorovat jakékoli etické normy a nepsané morální závazky vůči společnosti, ale především to, že takovou krátkozrakou a účelovou politikou se často stávají užitečními idioty, kteří vědomě či nevědomky slouží cizím partikulárním zájmům, jež nemají s hlavním posláním médií, tj. přesně, pravdivě a nestranně informovat o okolním světě, nic společného.

Když novináři příliš věří svým zdrojům

18. srpen 2014

Je to stará bolest médií, na níž nedávno upozornil ve svém komentáři bývalý novinář, dnes právník v bohnické léčebně Tomáš Němeček. To když reagoval na článek Hospodářských novin ["Malé dluhy se nebudou vymáhat"](#) informující o tom, jaké problémy přináší [novela tarifu](#), která upravuje advokátům odměny za vymáhání dluhů.

Předpis ministerstva spravedlnosti platný od 1. července totiž výrazně upravil odměny u tzv. bagatelních pohledávek. Namísto někdejších běžných pětisícových odměn nový tarif snížil základní sazby na řádově stokoruny. Podle Hospodářských novin zavedené firmy přestaly kvůli tomu přebírat pohledávky za dlužníky.

Přestože se článek HN tváří neutrálně a snaží se prezentovat názory více zúčastněných stran, celkové vyznění je ke změně tarifů kritické, převažují negativní hodnocení jako například: „náklady na vymáhání dlužných poplatků za služby převýší výši dluhu, a vymáhání tak nebude dávat ekonomický smysl,“ nebo „věřitelé přestanou drobné pohledávky soudně vymáhat a budou je odepisovat“ nebo „kvůli obtížné vymahatelnosti může klesnout motivace lidí platit pokuty a kupovat si jízdenky.“

Zkrátka a dobře, z otištěného článku mohl čtenář získat dojem, že ministerská vyhláška je špatná, protože prý přispěje ke stavu, při němž lidé přestanou drobné dluhy platit, protože se jim to vyplatí. Ve stejném duchu se nesl i připojený komentář HN s názvem [„Hloupý, kdo dluží, hloupější, kdo platí?“](#) Čtenářům se naznačuje, že novela ministerstva spravedlnosti „dává automaticky pardon těm, kteří považují neplacení za normální.“

Nechci nijak polemizovat s fakty a názory prezentovanými v Hospodářských novinách. Odkazují na relevantní zdroje, spolehlivě reprodukují názory zúčastněných stran. Také některé myšlenky citovaného komentáře se dají bez výhrady podepsat – například, že „neplatit dluhy – jakékoli velikosti – je nejen nelegální, ale také nemorální.“ Nebo že „vysoké odměny advokátům a exekutorům (...) se v některých případech jevily jako nemorální.“ Přesto však musím souhlasit s Tomášem Němečkem, který ve svém [komentáři](#) klade dotaz, zda titulek článku na něco nezapomněl. Tedy zda k původnímu

znění „Malé dluhy se nebudou vymáhat“ neměl být přidán dodatek „prostřednictvím advokátních továrníků, kteří se nezvednou z křesla za méně než pět litrů?“

Ve své replice Němeček uvádí příklady ze vlastní praxe vymáhání pohledávek ve zdravotnickém zařízení, kde pracuje, u nichž ze zákona nepřichází v úvahu, že by se směly odepsat. Kromě toho připomněl analýzu ministerstva spravedlnosti, podle níž počet návrhů na platební rozkaz po snížení advokátských odměn nijak neklesl.

Nemyslím, že by zmíněné texty novinářům diktovali do počítačů zástupci „advokátních továrníků,“ kterým se ministerská vyhláška nelíbí a nejraději by ji zrušili. Nicméně uvedený případ dost názorně ilustruje, jak vznikají v českých médiích články, které nemají daleko k lobbistickým textům zájmových skupin.

Novinář se dozví informaci, která má potenciál zprávy zajímavější širší veřejnost. Novinář se obrátí na zdroje, které mu mohou dodat k tématu další detaily. Nejvíce informací mají obvykle ti, kteří jsou do tématu nějakým způsobem zaangażováni. Jejich ochota se s novinářem bavit je přímo úměrná zájmu prosadit svůj úhel pohledu do médií. Při tom se snaží využít novinářovu nezkušenost či neobeznámenost s danou problematikou tak, že ho zavalí odbornými fakty a neprůstřednými daty podporujícími jejich vidění světa.

Právě v tomto okamžiku dochází k „lámání chleba“ a k testu kvality žurnalistické práce. Spokojí se novinář s informacemi z [jedné strany](#), přijme „face value,“ která se mu předkládá na podnose od tiskových mluvčích či PR agentur? Nebo věnuje svoji energii a čas, aby přinesl hlubší a strukturovanější pohled na problematiku, který vyloučí jednostrannost pohledu zájmových skupin?

Bohužel až příliš často vítězí první varianta. Na obranu žurnalistů však musím dodat, že mnohdy nikoli proto, že by příslušný novinář neměl chuť či vůli se s tématem poprat, ale také proto, že ne vždy mu to pracovní podmínky dovolují. Také proto si zaslouží uznání ti, kteří ani v situaci, kdy se v médiích stále více šetří na personálu, a kdy se od novinářů vyžadují stále vyšší výkony, to nevzdávají, a píšou články, které není třeba dodatečně korigovat.

Regulace médií v proměnách času

29. září 2014

Když se v listopadu 1989 po dlouhých letech vrátila do země svoboda projevu a Federální úřad pro tisk a informace zvaný Útisk se stal bezzubým papírovým tygrem, někteří lidé se ptali: Proč, když teď každý může vydávat svoje noviny, časopisy, tisknout knihy, k čemuž mu stačí pouhá registrace a dodržování obecných zákonů, proč není něco podobného možné u rozhlasu a televize? Proč ten, kdo by chtěl vysílat rozhlasové nebo televizní programy, musí žádat o licenci u úřadu, který nejen rozhoduje, kdo může a nemůže vysílat, ale také v licenčních podmínkách předepisuje majitelům licence jisté programové požadavky.

Standardní odpověď, založená na zkušenostech s vysíláním v západních demokraciích se opírala o dva argumenty: jedním byla omezenost kmitočtového spektra, druhým byl požadavek zajištění tematické i názorové plurality. V době, kdy se rozhlasové a televizní vysílání dostávalo k posluchačům a divákům téměř výhradně přes antény, nebyl dostatek vysílacích frekvencí pro všechny, kteří chtěli vysílat. Část elektromagnetického spektra vhodného k zemskému vysílání byla a je fyzikálně a geograficky omezená. Navíc je to veličina, která podobně jako vzduch, voda, nerostné bohatství patří všem, je to veřejný statek, který spravuje stát.

Starší generace si ještě pamatují dobu, kdy většina občanů české kotliny si mohla naladit jen dva československé televizní programy doplněné retranslacemi prvního sovětského kanálu a přesahy televizních signálů ze sousedních zemí. V situaci, kdy se z dostupných televizních vysílacích frekvencí daly sestavit jen čtyři a půl, možná pět celostátních vysílacích sítí, nebylo zcela jedno, kdo a co na nich vysílá. Ten, kdo licenci dostal, musel se zavázat, že poskytne nejen zábavu, ale také informace, aktuální publicistiku, pořady pro děti, hudební žánry, v rozhlasové branži pak dodržovat zvolený a přidělený programový formát.

Řečeno slovy teorie: zatímco na tiskovém trhu existovalo dostatečné množství komunikačních kanálů, tj. deníků a časopisů, které mohly ve svobodném tržním prostředí nabídnout rozmanitost a pluralitu informací i názorů, vysílání těchto komunikačních kanálů

mělo nedostatky. Proto ti, kteří získali licenci, byli licenčními podmínkami zavázáni k tomu, aby nabídli pluralitu alespoň uvnitř svého přiděleného komunikačního kanálu (u televize) nebo tím, že se jejich programový formát bude lišit od programového formátu jiných stanic (u rozhlasu). Radě pro rozhlasové a televizní vysílání RRTV, která licencuje soukromé vysílání zákon, zákon výslovně uložil „*dohlížet na zachovávání a rozvoj plurality programové nabídky a informací v oblasti rozhlasového a televizního vysílání.*“

Čas oponou trhnul a změnil svět médií k nepoznání. Satelit, kabel a terestrické digitální televizní vysílání zrušily nouzi komunikačních kanálů. Do našich přijímačů, obrazovek, monitorů a displejů směřují desítky volných a stovky placených televizních programů. Co do rozsahu nabídky se svět rozhlasu a televize už příliš neliší od světa tištěných médií. Vystavená loga dostupných televizních stanic si v ničem nezdají s pestrostí výkladů novinových stánků. Platí tedy stále ještě pravidla, kterými se řídila regulace vysílacích médií před dvaceti lety?

Jestliže padl argument limitovaného kmitočtového spektra, obsahová regulace se dnes už jen těžko obhájí. Rozmanitost obsahu by mělo zprostředkovat soutěžení na mediálním trhu podobně jako u tisku. Na straně druhé názorová pluralita v médiích, střetávání myšlenek a pohledů na svět zůstávají i nadále jedním z hlavních předpokladů fungování politické demokracie. Aby tento předpoklad mohl existovat, je třeba pro něj vytvořit podmínky.

Také proto se dnes regulace médií stále více přesunuje z regulace obsahu do regulace hospodářské soutěže, která se v konvergovaném světě nových digitálních médií odehrává spíše ve sféře telekomunikací. Všude ve světě se vysílací a telekomunikační regulátoři spojují do jedné instituce. Je to účelné, praktické, odpovídá to vývojovým trendům. U nás je zatím klid po pěšině. Bohužel.

Zvětšovací sklo, nebo křivé zrcadlo?

10. listopad 2014

Úvodem trochu teorie. Masová komunikace a její nástroj masová média, jsou konstitutivním prvkem všech moderních společností (Gesellschaft), které přerostly rozměr rodového společenství (Gemeinschaft), v němž základní informační potřeby zajišťuje komunikace interpersonální, mezi lidmi, co se navzájem potkávají.

Známý médiolog Marshall McLuhan ve svém díle *Jak rozumět médiím* s podtitulem *Extenze člověka* si všímá toho, že média jsou našimi prodlouženými smysly svého druhu. Tykadla masových médií tisku, rozhlasu, televize, dnes také internetu, zasahují až tam, kam nemůže dosáhnout naše vnímání světa, buď kvůli časoprostorové vzdálenosti, nebo vzhledem k naší zaneprázdněnosti každodenním životem, která nám nedovoluje věnovat čas a energii na shánění informací o jevech mimo naší bezprostřední zkušenost.

Jestliže poznání okolního světa svěřujeme do rukou prostředníků – masových médií, měli bychom mít alespoň elementární záruky, že tento prostředník reflektuje a reprodukuje okolní svět nezkresleně, pravdivě, tak, abychom na základě tohoto zprostředkovaného poznání mohli činit kvalifikovaná a poučená rozhodnutí spojená s našimi životy.

Přesně, nezkresleně, pravdivě, vyváženě, objektivně – to všechno jsou abstraktní maxima, ideální cíle, ke kterým by média měla směřovat, aniž jich obvykle dosáhnou. Praxe je totiž trochu jiná a možná jiná ani být nemůže. Kolem nás se děje tolik věcí, že jim média nemohou věnovat rovnocennou pozornost, nehledě na to, že různí lidé budou mít vždy různý úhel pohledu na věc. V konečném výsledku fungují média jako jakési zvětšovací sklo, které zaměřují naši pozornost na určitý výsek obrazu okolního světa.

Také proto k dobré žurnalistice a kvalitním médiím patří ještě jedna vlastnost – podstatnost sdělovaných informací, jejich významnost a potřebnost pro sociální skupinu, k níž příslušná média promlouvají. Média by měla informovat o okolním světě tak, abychom se v něm mohli dobře orientovat a pohybovat.

Podobně jako nám náš zrak předává informace o překážce, která stojí v cestě, a my se podle této informace rozhodujeme, jak ji bezpečně překonat, stejně tak by nám média měla podávat co nejpresnější informace o nástrahách okolního světa, abychom na ně mohli vhodně zareagovat, případně se jim vyhnout a zabránit tak škodám na našem životě či majetku.

Přesná, podstatná či přiměřená informace o okolním světě je základem bezpečnosti naší existence. Dějiny i svět kolem nás nám nabízejí bezpočet příkladů toho, jak neslavně skončili ti, kteří nebyli schopni, nemohli, nebo také nechtěli znát skutečný stav věcí, když si poselství médií přizpůsobovali obrazu svému.

Abychom nesklouzli do světa falešných představ, měli bychom získávat nezkreslenou informaci nejen o tom, že bílá je bílá, a černá je černá, nebo že ten řekl to, a jiný zas ono. Měli bychom se také dozvídat o souvislostech, o tom, že příslušný výrok nebo čin se skutečně stal v té podobě, jakou nám ji média zprostředkovala. Zda je někdo padouch a jiný hrdina, by měla rozhodovat fakta, a nikoli to, z jakého úhlu pohledu nám ho média představí.

Česká média, která si přisvojují přívlastek „seriózní“, nám v poslední době nabízejí nejen pohledy na okolní svět zvětšovací sklem či tubusem dalekohledu zaměřujícím naši pozornost určitým směrem. Bohužel se občas chovají jako křivící zrcadlo deformující v zrcadlovém bludišti tělesné proporce k pobavení všech okolo.

Naposledy se tak stalo u víkendového rozhovoru s bývalým prezidentem, který deník MF Dnes [uvedl](#) skandalizující větou vytrženou z kontextu na titulní straně a doprovodil ho komickou fotografií. Podobně přistupovala média ke [kontroverznímu vystoupení](#) současného prezidenta v rozhlasových Hovorech z Lán. Nemyslím si, že by se jeho nevkusné výroky měly tolerovat či zamlčovat. Naopak. Ale na druhé straně, jaký smysl má rozmazávat vlastní ostudu. Neunikají nám pod zorným úhlem křivícího zrcadla a pod nánosem mediálních skandálů věci, které by pro nás měly být důležitější?

Ohlédnutí za jedním rokem

2. leden 2015

Konec roku bývá příležitostí k bilancování. Co se změnilo na české mediální scéně za uplynulých dvanáct měsíců? Jaká témata byla v médiích dominantní? A jak se měnila samotná média?

Jestliže v předchozím roce byla dlouhotrvajícím mediálním tématem vládní krize po pádu Nečasovy vlády, která vyústila v předčasné volby, v letošním roce se v českých médiích trvale usadilo téma občanské války na Ukrajině. Někdo může namítnout, že česká veřejnost a česká média žila jinými a aktuálnějšími událostmi.

V zemi proběhly troje volby - na jaře do Evropského parlamentu, na podzim volby komunální a senátní. Vláda premiéra Sobotky průběžně zmítaná rozpory uvnitř koalice začala plnit své programové prohlášení. Měnily se sazby DPH, vstoupil v platnost nový občanský zákoník. Prožili jsme bouřlivé vzpomínání na 17. listopad roku 1989, široce se diskutovalo o vystupování prezidenta Miloše Zemana, ke konci roku také o tom, kdo může za vybuchující muniční sklady.

Některé výrazné mediální obrazy pronikaly do médií ze zahraničí. Ať už to byly vraždy rukojmí z rukou ozbrojenců islámského státu, nebo izraelská operace proti Hamásu v Gaze. Patřila k nim i smrt pěti českých vojáků v Afghánistánu. Nicméně všechny tyto události do médií přicházely a zase odcházely, zatímco ukrajinská krize se v komentářích českých médií trvale usadila po celý rok. Také proto, že postoj k událostem na Ukrajině, k anexi Krymu a ruské politice vůbec, se stal předmětem domácích vášnivých sporů.

V souvislosti s Ukrajinou se potvrdila platnost výroku z doby první světové války, že první obětí každého válečného konfliktu je pravda. Poté, co se na kyjevském majdanu ozvaly výstřely, a jak se situace přirostovala a stávala nepřehlednou, média se dostávala do vleku jednostranných interpretací toho, co se na Ukrajině děje; přibývalo polopravd a dezinformací šířených z obou stran webovými stránkami, které se tvářily jako seriózní zdroj.

Ne každý žil konflikty a politikou. Pro sportovní fanoušky se stalo hlavní mediální událostí mistrovství světa v kopané v Brazílii. Pro bulvár pak událostí roku byla sebevražda Ivety Bartošové. Nová

média napojená na sociální sítě čas od času přicházela s tématy, jejichž obrovská popularita vyhasínala stejně rychlým tempem, jakým vznikala. Příklad za všechny: kdo si dnes vzpomene na polévání hlav vodou ve prospěch nemocných se syndromem ALS?

Rok byl bohatý na změny také v médiích. Noví majitelé vydavatelství Ringier-Axel-Springer přemalovali jeho vývěsní štít na Czech News Center. Hospodářské noviny zpoplatnily internetový obsah. Objevily se nové časopisy, například rodinný týdeník Téma. Redaktoři, kteří odešli z Mafry poté, co ji koupil Agrofert Andreje Babiše, se rozhodli založit vlastní periodika.

Bývalý šéfredaktor Lidových novin Dalibor Balšínek spustil v polovině března projekt internetového serveru echo24.cz. Ten od července vydává placený Týdeník Echo, nejprve v digitální verzi pro tablety a web, od listopadu v tištěné podobě. Bývalý šéfredaktor MF Dnes Robert Čásenský od září vydává „reportérsko-investigativní magazín“ Reportér.

Co mají oba projekty společného? Kromě toho, že deklarují svoji nezávislost na zájmech politiky a byznysu, jejich základ tvoří digitální verze dostupné přes všechna webová rozhraní – počítače, tablety, chytré telefony. Tištěné verze pak doplňují placený digitální obsah. Kde jsou doby, kdy se nový časopis musel prosadit nejprve v tisku! Ale také kde jsou doby, kdy se Blesk prodával v půlmilionovém nákladu! Dnes se Blesk musí spokojit s prodejem 270 tisíc výtisků. Také rok 2014 nezastavil nezadržitelný pokles odbytu tištěných periodik, prodej deníků se opět snížil o pět až deset procent.

A média rozhlasu a televize? Leccos napoví statistika britského regulátora, podle níž vloni poprvé v historii počet britských televizních domácností meziročně nestoupl, ale poklesl – z 26,32 milionu na 26,02 milionů domácností. Stále více lidí se spoléhá na rychlý internet, stále více diváků využívá odložené sledování rozhlasových a televizních pořadů z archivů a online služeb na síti. Podobný proces probíhá také u nás, zvláště u mladších generací.

Média už zkrátka nejsou tím, co byla před rokem, pěti či deseti lety. A není vyloučeno, že za rok budou zase jiná, než jsou dnes.

Mediokracie v době internetu

23. únor 2015

Monitoring českých médií zaznamenal v posledních letech stoupající výskyt slova mediokracie. Většinou ve spojení se chmurnými předpověďmi o tom, že demokracie je mrtva, protože ji nahrazuje mediokracie – vláda médií. Tyto předpovědi mají jednu vadu – příliš zjednodušují a přehánějí, a proto je třeba přijímat je s rezervou.

Tím nemá být řečeno, že se média nepodílejí na ovlivňování věcí veřejných, tedy na vládnutí svého druhu. Jenomže je třeba rozlišovat mezi mocí a vlivem. Média nemají moc, mají pouze vliv. Pokud mají nějakou moc, tak ji vykonávají prostřednictvím těch, kteří obsah médií konzumují – v demokratickém politickém systému jsou to na jedné straně občané voliči, na straně druhé pak politici, podnikatelé, soudci či úředníci pracující ve státní správě či samosprávě, tedy lidé, kteří skutečně vykonávají řecké „kratéo“ čili ono opravdové vládnutí.

Kromě toho pojem mediokracie, často používaný řečníky kritizujícími média, má více výkladů. Wikipedie definuje mediokracii jako „situaci vládnutí, v němž masová média vykonávají účinnou kontrolu nad veřejností s hlasovacím právem.“ Dnešní europoslanec Jan Zahradil kdysi v Respektu mediokracii popsal jako stav, v němž „o veřejném mínění do značné míry rozhoduje nikým nezvolená elita několika desítek mediálních mágů.“

Jinou definici podal dnešní prezident Miloš Zeman, když se jako končící předseda vlády 22.dubna 2002 loučil s parlamentem, a ve svém projevu varoval „před jevem, který bych označil jako mediokracie.“ Podle Zemana mediokracii tehdy tvořily tři komponenty: neschopní podnikatelé, neschopní politici a neschopní novináři, kteří dohromady usilují o oslabení vlivu svobodných voleb a dávají přednost manipulaci a zákulisním dohodám.

Mediokracie je hlavním a ústředním tématem komentářů někdejšího prezidentského poradce Petra Hájka. O mediokracii v českém politickém životě se často zmiňuje i jeho bývalý šéf Václav Klaus. Naposledy letos v lednu v rozhovoru pro deník Právo: „V dnešní éře postdemokracie, mediokracie a soudcokracie je síla a moc establishmentu, likvidující do značné míry lidskou svobodu, hroživá.“

Máme se tedy obávat ohrožení demokracie a svobody ze strany médií? Je to doopravdy jen hrstka mediálních mágů, která ovládá a kontroluje veřejné mínění? Jak už bylo řečeno, pokud mají média nějakou moc, pak se prosazuje prostřednictvím těch, kterým dodávají informace. Už vícekrát v historii se potvrdilo, že lidé nejsou ochotni uvěřit čemukoli, co jim média předloží. Naopak, když čtenář, divák, posluchač vycítí, že se mu někdo snaží něco nalhávat, nebo ho manipulovat, automaticky zaujme obranný postoj.

Ten skutečný vliv médií spočívá spíše v tzv. nastolování agendy. Tedy v tom, co nám média z přívalu informací vyberou a zařadí do našeho denního čtenářského, diváckého či posluchačského menu. Mediální teorie má pro tento proces selekce informací odborný termín „gatekeeping.“ Média zde fungují jako dveřník informací (gatekeeper) vybírající z proudu zpráv, jež přistávají na redakčním stole, jen ty, které jsou podle jeho názoru podstatné, důležité s přihlédnutím k formátu daného periodika a k jeho uživatelům.

„Gatekeeping“ byl a je silnou zbraní médií v každém politickém systému. Ovšem tam, kde existuje pluralita informačních zdrojů, dveřníci informací ztrácejí svůj vliv a sílu. Internet tuto pluralitu rozšířil do netušených rozměrů. Ten, kdo straší veřejnost nekontrolovanou vládou médií, měl by si uvědomit, že dnes tu není několik málo dveřníků, kteří rozhodují, co se veřejnost dozví, a co jí bude zamlčeno. My všichni dnes máme možnost otvírat brány informačních zdrojů, my všichni jsme svým způsobem dveřníky, kteří si vybíráme zprávy a pouštíme je do našeho vědomí.

Na tom nic nemění fakt, že velká část nastolování agendy je stále v ruku médií hlavního proudu, přičemž tuto agendu některá další média a někteří lidé otrocky přebírají. Ten, kdo tuto agendu bez výhrad přebírá, aniž by do jejího sledování zapojil svůj rozum, případně vyhledal alternativní zdroje, ať si pak nestěžuje na mediokracii. Ona vládne jen těm, kteří se nechávají ovládat. Prostým lidem bych to nevyčítal, politikům však ano.

Televize viděná na vlastní oči

7. duben 2014

Před čtvrt stoletím, ještě před digitální revolucí, Američan Bill McKibben se rozhodl, že prověří schopnost televize podávat objektivní informace o okolním světě. Vyhledal tehdy největší kabelový systém v USA ve státě Virginia, Fairfax County nedaleko Washingtonu D.C., který měl 103 programů. Potom zangažoval veškeré své známé a příbuzné, aby mu pomohli nahrát program všech těchto kanálů v průběhu jednoho dne, a to 3. května 1990. Naštěstí ne všechny uvedené televizní kanály byly v provozu celých 24 hodin, některé z nich vysílaly jen 16 až 18 hodin.

I tak trvalo šest měsíců, než tuto jednodenní dávku McKibben zpracoval. Denně se díval až deset hodin a nevynechal nic – ani šest církevních kanálů, čtyři kanály teleshoppingové, ani devět tzv. public access kanálů, což byly kanály veřejného přístupu, které kabelové společnosti musely zřizovat pro veřejnost a neziskové organizace.

Svoje sledování přerušil jen jednou, když si vyjel v létě na týden do hor. Na závěr pak vše sepsal a vznikly dvě navzájem se prolínající zprávy. Jedna popisovala svět podle televize, ta druhá si všímala světa podle jednoho dne prožitého v přírodě na horách. Tak vznikla kniha "Věk mizející informace" ([The Age of Missing Information](#), Random House 1992).

Její hlavní poznání: přes své výrazové možnosti a kvantitu komunikačních kanálů televizní vysílání neodráží realitu světa ve své komplexnosti, byť se o to některé televizní programy snaží. Před devíti lety McKibben knihu doplnil o zkušenosti s internetem a znovu ji vydal. Tahle kniha se sice nezařadila do převratných děl mediální teorie, nicméně čtenáři ji oceňovali kvůli osobním postřehům o tom, jak televize a média vstoupily do našich životů.

Na tento experiment jsem si vzpomněl v nedávných dnech, v době, kdy se vysílání veřejné služby ocitlo pod palbou kritiky některých politiků, včetně prezidenta. Doslova: „Můj osobní názor zní, že Česká televize bohužel neplní svoji veřejnoprávní funkci a stává se nejenom komerční televizí, ale dokonce špatnou komerční televizí.“ Naštěstí toto vyjádření Miloš Zeman na tiskové konferenci v Plzni uvedl tím, že jde o osobní názor. Na názor má právo každý –

řadový občan i prezident. Kromě toho každý názor více než o předmětné realitě vypovídá spíše o osobní zkušenosti s touto realitou, která může být u různých lidí různá.

Bohužel jsou však tací, kteří svůj subjektivní názor na vysílání veřejné služby vydávají za neprůstřelnou pravdu, která je přece zjevná, neboť „každý to může vidět na vlastní oči,“ „většina si to myslí,“ „je to prostě tak“ nebo „moji voliči se mnou souhlasí.“ Jeden nepovedený seriál Pečený sněhulák, jeden nešikovný střih do projevu prezidenta nebo jednu neodvysílanou či zkrácenou tiskovou konferenci vydávají za důkaz toho, že Česká televize není nestranná, že pracuje špatně, že její zpravodajství není objektivní a vyvážené, že její program nepřináší nic, co by nebylo k mání na komerčních kanálech, zkrátka že neplní své poslání veřejné služby, za kterou si platíme, a proto by se jí poplatky měly zkrátit.

Jak z výroční zprávy vyplývá, ČT v roce 2013 odvysílala na svých pěti kanálech 37 826 hodin programu, premiér i repríz. Aby McKibben poctivě vyhodnotil pořady posbírané v kabelové síti za jeden den, potřeboval na to půl roku. Zhlédnout premiérové vysílání ČT, které činí kolem sedmnácti tisíc hodin ročně, by vyžadovalo dva roky života beze spánku. Zhodnotit tuto produkci jedinou odsuzující větou, to věru vyžaduje dosti odvahy.

Jenomže některé lidi nepřesvědčíte. Oni přece nejlépe vědí, že Česká televize a Český rozhlas své poslání veřejné služby neplní, nebo ho plní nedostatečně, protože ten a ten pořad se jim nelíbil, nebo byl špatný, a protože tahle či jiná zpráva byla jednostranná a nesdělila jim, co chtěli vidět a slyšet. Chtít od takových lidí nadhled, schopnost abstrahovat od jednotlivostí a zařadit svou osobní zkušenost do širšího kontextu zkušenosti jiných lidí, je něco podobného, jako žádat od příslušníka primitivního kmene, aby pochopil, že země je kulatá. Vždyť on ji přece vidí rovnou a placatou. Na vlastní oči. A všichni kolem to přece vidí stejně.

ČT24 – v pravý čas na pravém místě

18. květen 2015

Když v roce 1980 americký televizní podnikatel [Ted Turner](#) přišel s nápadem vytvořit televizní kanál *Cable News Network* CNN, který by vysílal pouze zpravodajství, považovali ho za snílka. Neboť v USA, kde na rozdíl od Evropy rozhlasové a televizní vysílání provozovaly soukromé subjekty na komerčním základě, odedávna platilo pravidlo, že na zábavě (*entertainment*) se vydělává, na zpravodajství (*information*) se prodělává.

Turner si tento luxus mohl dovolit. Zbohatl na tom, že jako první dokázal využít spojení satelitu a kabelové televize, když svoji místní televizní stanici v Atlantě dostal do kabelových sítí po celé zemi a začal ukrajovat z koláče celostátních reklam, až do té doby kontrolovaným velkou trojkou televizních sítí NBC, CBS a ABC.

Byli to manažeři této velké trojky, kteří se na CNN dívali jako na libůstku bláznivého milionáře, která ho brzy přejde, až bude muset každoročně do ní přisypávat nové a nové peníze. O CNN se pohrdlivě vyjadřovali jako o *Chicken Noodle Network*, což se dá volně přeložit do češtiny: program na způsob nudlové polévky složený z malicherností.

Během několika let však byli vyvedeni z omylu. V roce 1984 CNN zaujala nepřetržitým zpravodajstvím z prezidentských primárek. V roce 1985 si získala obrovskou popularitu při únosu amerického letadla do Bejrútu. Ve stejném roce vznikla mezinárodní verze CNN International, která získala světovou proslulost, ať už šlo o zpravodajství z [katastrofy](#) kosmické lodi Challenger, nebo z [války v Perském zálivu](#), nebo z [turbulentních událostí v Rusku](#) i jinde na světě. Ukázalo se, že zpravodajský kanál může vydělávat.

[CNN](#) se dnes pokládá za praotce všech zpravodajských televizí, které se od té doby rozšířily natolik, že dnes každý televizní trh, každá země, má ve své nabídce zařazen program, jehož hlavní a jedinou náplní je zpravodajství. Právě před deseti lety se do rodiny těchto států zařadila i Česká republika: v pondělí 2. května 2005 ve 13 hodin odpoledne začal vysílat program [ČT24](#).

Když se mě před deseti lety ptal zpravodaj ČTK, co si myslím o budoucnosti této stanice, odpověděl jsem, že – na základě zahraničních zkušeností – dosáhne podílu na sledovanosti kolem jednoho procenta, které by se u mimořádných událostí mohlo vyšplhat na procent pět. Skutečnost však předstihla mé očekávání. Dnes má průměrný podíl ČT24 na televizním publiku hodnotu přesahující čtyři procenta.

Zrod ČT24 však nebyl bez problémů. Vytvoření zpravodajského kanálu měli ve svých projektech všichni adepti na ředitelský post České televize od roku 1998. Dlouhou dobu však ČT nebyla schopna přeskupit prostředky z dosavadních dvou programů na program nový, zvláště když jeho perspektivní divácká obec, tehdy omezená na nepočetné kabelové a satelitní domácnosti, byla poměrně malá

A tak se stalo, že v sousedních státech vznikly zpravodajské televize dřív než u nás. Byly to soukromé programy. Televizní podnikatelé v Polsku ([TVN24](#)) a v Maďarsku ([TV Hír](#)) využili toho, že se tady rozšířil – na rozdíl od českých „anténových“ domácností – kabelový a satelitní příjem televize s prostorem pro nové, tematicky zaměřené kanály.

Když na podzim 2004 seznámilo vedení ČT veřejnost s tím, že připravuje zpravodajský kanál, vyskytly se některé hlasy, že to je mrhání penězi těch poplatníků, kteří nebudou moci ČT24 sledovat. Ano, v začátcích se ke čtyřicetce dostala sotva pětina televizních diváků s kabelem a satelitem. Ovšem digitalizace všechno změnila. A tak se ČT24 stala fenoménem, které v zemích střední a východní Evropy nemá obdoby.

Veřejnoprávní kolegové ČT ze sousedních zemí, kteří zaspali nástup digitální éry, se dnes snaží dohnat náskok svých soukromých konkurentů. Někteří na to – jako slovenská RTVS – nemají prostředky a síly. Jiné naskakují na digitální vlak se zpožděním. Polská TVP zřídila svůj zpravodajsko-publicistický program TVP Info v srpnu 2013, maďarská MTV se rozhodla přijít se zpravodajským formátem až letos v březnu. Proti rozjetým komerčním značkám se však zatím jen těžko prosazují.

Když sociální sítě nahrazují noviny

29. červen 2015

Pamatuji se, jak mě kdysi dávno jako začínajícího novináře překvapilo, když jsem si přečetl rozhovor s loďářským magnátem Onassisem, ve kterém uvedl, že žádné noviny nečte, protože je to pro něj ztráta drahocenného času, který potřebuje pro obchodní jednání. Prý když se stane něco důležitého, tak dříve či později se o tom stejně dozví. Boháč Onassis si to mohl dovolit, měl kolem sebe lidi, kteří noviny četli a televizní zprávy sledovali místo něj.

Vzpomněl jsem si na něj, když jsem si přečetl [výzkumnou zprávu](#) o zpravodajství v digitálním světě, kterou letos v červnu zveřejnil Ústav pro studium žurnalistiky při agentuře Reuters; dostupná na adrese reutersinstitute.politics.ox.ac.uk. Jedním z hlavních nálezů této studie, která provedla sociologické sondy v jedenácti průmyslově vyspělých zemích, bylo zjištění, že lidé se stále více dostávají ke zprávám prostřednictvím sociálních sítí.

Ten, kdo se přihlásil na facebook nebo twitter, to dobře zná. Otevřete hlavní stránku a naleznete tam od vašeho přítele, nebo od někoho, koho sledujete, informaci, že se někde něco stalo. Často s odkazem na původní zdroj. Zvolíte-li si za přátele lidi, kteří mají podobné zájmy, jako máte vy, dozvíte se přesně to, co potřebujete. Stejnou službu, jako dělají oni vám, pak občas poskytnete i vy jim. To když je upozorníte na událost, fotografii, video, které vás zaujaly.

Ti, kteří chtějí být v obraze, ať už jde o zpravodajství domácí, zahraniční, či sport, obvykle využívají sociální sítě tak, že sledují twitterové profily zpravodajských médií, jakými jsou například *ceskenoviny_cz* (ČTK), *idnes* (Mafra), *HN názory* (Economia) nebo *deník Sport*. Kdo vládne cizím jazykem, může se napojit na *Breaking News BBC*, *Top News Reuters*, *Spiegel Online* a mnohé další zahraniční zdroje. To všechno na počítači, tabletu nebo chytrém mobilním telefonu, do nichž si stáhnete příslušné aplikace.

Znám lidi z novinářské branže, kteří čerpají aktuální informace téměř výhradně tímto způsobem. Nepotřebují číst noviny, protože od toho, aby se dozvěděli, co se právě doma i ve světě děje, mají „své lidi“ na sociálních sítích. Vedeni tímto avízem si pak obvykle sami zjišťují další detaily, případně prověřují primární zdroje. Nicméně tím

hlavním informátorem, který je upozorní na to, co je ve světě nového, pro ně už nejsou ani noviny, rozhlas či televize, ale internet a to prostřednictvím twitteru, facebooku, youtube nebo instagramu.

Jak dokládá studie Reutersova institutu, v zemích s kvalitním internetovým připojením se dnes stejným způsobem chovají nejen zpravodajští profesionálové, ale stále více lidí, zvláště těch mladších. Například ve Velké Británii tři čtvrtiny dotazovaných ve věku 18-24 let uvádějí jako hlavní zdroj svých informací internet, jen pět procent se prioritně obrací na denní tisk, dvanáct procent na televizi. To u generace starší 55 let jsou výsledky přesně opačné. Pro šedesát procent této populace je hlavním zdrojem zpravodajství televize, na internet se z této věkové skupiny prioritně podívá osmnáct procent a jen její dvě procenta vyhledávají jako zdroj nových zpráv sociální sítě.

Někdo může namítnout, že se tady vědecky zjišťovalo něco, co se dá odhadnout běžným pozorováním. Ovšem tato studie, která je jednou z delší časové řady, přináší ještě další fakta. Podle nich se rok 2014 ve Velké Británii a v USA stal přelomovým v tom smyslu, že využívání zpravodajských online zdrojů tady poprvé překonalo sledování televizního zpravodajství, které v jiných zemích – například v Německu – je pro většinu obyvatel stále hlavním zdrojem aktualit. Kromě toho výzkum ukázal, že tisk, rozhlas a televize požívají u publika stále větší důvěry než zdroje na internetu, kde i mladší generace uznává, že zprávy ze sociálních sítí nejsou vždy spolehlivé.

Jistým varovným znamením je však zjištění, že uživatelé chytrých telefonů se zpravodajskými aplikacemi téměř z poloviny spoléhají na jeden jediný dominantní zdroj. Průměr navštívených zdrojů u všech těchto uživatelů je vyjádřen číslem 1,52, což je podstatně méně než u lidí, kteří se k informacím dostávají přes počítač nebo tablet. Že takový stav zvyšuje nebezpečí manipulace majitelem příslušného zdroje informací, je nábílední. Za to však chytré telefony a jejich aplikace nemohou. O tom, jaké informace se k nám dostanou, jaká budou média budoucnosti, totiž spolurozhodujeme i my, jejich uživatelé. Když nepodpoříme – buď jeho častým sledováním nebo předplatným – alternativní a pluralitní zpravodajství, pak si nestěžujeme na mediální moguly a oligarchy.

BBC čekají zlé časy

10. srpen 2015

Téměř všichni zastánci vysílání veřejné služby se zaklínají příkladem britské BBC. Její nezávislost na státní správě a kvalita vysílání se v minulém století staly vzorem pro další veřejnoprávní rozhlasové a televizní stanice v Evropě. Právě tahle BBC se však v současné době potýká s problémy, jejichž příčinou jsou proměny mediální i politické scény.

Začátek prázdnin přinesl generálnímu řediteli BBC Tony Hallovi špatné zprávy. Nejdříve ho ministr financí George Osborne postavil před hotovou věc, když mu sdělil, že BBC už nemůže počítat s tím, že by ze státního rozpočtu dostávala náhradu za poplatek *licence fee*, který zákon odpouští všem majitelům rozhlasových a televizních přijímačů starším 75 let. I když se tak stane až po roce 2017, výpadek nejméně kolem 500 milionů liber ročně bude znamenat velkou díru v příjmech BBC.

Další neblahé poselství se k němu dostalo, když 16. července ministr pro kulturu, média a sport John Whittingdale zveřejnil Zelenou knihu o budoucnosti BBC. Dokument s oficiálním názvem [„Posouzení Charty BBC – veřejná diskuse“](#) odstartoval debatu, na jejímž konci by měla být nová verze Charty BBC. Cameronova vláda v dokumentu předložila k veřejnému posouzení svůj názor na to, jakým směrem by se mělo vysílání veřejné služby ve Velké Británii vydat po roce 2016, až současná Charta ukončí svou platnost.

Ten názor se v některých ohledech podobá tomu, který zastávala před třiceti pěti lety Margaret Thatcherová, pro níž byla BBC organizací plýtvající veřejnými penězi. Není bez zajímavosti, že současný ministr Whittingdale dělal Margaret Thatcherové v 80. letech politického poradce. Na rozdíl od tehdejší premiérky současná Cameronova vláda nehodlá zavádět do vysílání BBC reklamu a nutit ji do soutěže na volném trhu s konstatováním, že *„trh není dostatečně velký, aby podpořil organizaci velikosti BBC v její podobě.“*

Na druhé straně dokument uvádí, že některé pořady BBC se málo odlišují od komerční konkurence, a že by se mělo zvažovat jejich omezení, to vše pod heslem posilování odlišnosti BBC v žánrech i kvalitě. Kromě toho se zde klade otázka, zda po dokončení

digitalizace, která pronikavě rozšířila nabídku televizních programů pro veřejnost, je nutné udržovat rozsah služeb BBC v současné podobě. Totéž se týká i expanze BBC do nových médií.

Na pořad dne se tak znovu vrací nikdy nekončící debata o povaze a rozsahu vysílání veřejné služby, které by mělo mít privilegium financování z veřejných zdrojů. Bude zajímavé ji sledovat. Včetně proměny *licence fee*, obdoby českého rozhlasového a televizního poplatku vázaného na vlastnictví přijímače, který se vznikem nových distribučních platforem se jen obtížně obhazuje. Vláda v Zelené knize odmítá možnost financovat BBC z daní a státního rozpočtu a dává k úvaze tři návrhy: zreformovat a upravit současný poplatek, nebo zavést paušální poplatek každé domácnosti jako v Německu, nebo vytvořit kombinovaný systém poplatku pro základní služby a předplatného pro nadstandard a služby na vyžádání.

BBC na Zelenou knihu reagovala prohlášením, ve kterém odmítá přistoupit na „*zmenšenou a méně populární BBC. To by mohlo být zlé pro Británii, už by to nebyla ta BBC, kterou veřejnost znala a milovala posledních devadesát let.*“ V této diskusi však BBC zatím tahá za kratší konec. Konzervativci, kteří v květnových volbách získali překvapivou většinu v parlamentu, se už nemusejí ohlížet na koaličního partnera. Kromě toho nová média a proměny chování televizního publika, které dnes stále méně sleduje přímé vysílání a spoléhá se na internet a na online služby, zmenšily výsadní postavení BBC na mediálním trhu.

I když její prestiž už není taková, jako před lety, BBC při souboji s vládou spoléhá na podporu veřejnosti a pokračující popularitu, které by měly ochránit její nezávislost a zabránit tomu, aby byla zatlačena do ghetta zpravodajských a výhradně vzdělávacích a kulturních pořadů. Vedení BBC to formulovalo takto: „*BBC nepatří politikům, vlastníkem BBC je veřejnost. To jsou naši akcionáři. Platí poplatek a jejich hlas by měl být vyslyšen.*“ Není vyloučeno, že BBC s tímto argumentem uspěje. Možná také proto, že – jak ukázaly průzkumy veřejného mínění – největší podporu má tradiční BBC paradoxně v segmentu těch voličů, kteří pravidelně volí konzervativce, tedy současnou vládu.

Síla a slabost mediálních obrazů

14. září 2015

Na mořské pláži leží bezvládné tělo tříletého kurdského chlapce Ajlana, obličej zabořený do písku. Na další fotografii pak jeho tělíčko drží v náručí turecký policista. Tyto fotografie se ve čtvrtek 3. září objevily na titulních stránkách předních světových deníků, oblétly celý svět. Obraz mrtvého Ajlana se okamžitě stal symbolem uprchlické krize, exodu tisíců běženců, kteří se pokoušejí dostat přes Středozemní moře do Evropy. Ani stovky utonulých obětí z převržených člunů u libyjských břehů, ani tragedie 71 běženců udušených v mrazírenské dodávce při cestě po Maďarsku nevyvolaly takovou odezvu v médiích a u mnoha politiků, kteří cítili povinnost vyslovit svou lítost nad zmařeným dětským životem.

Je možné a pravděpodobné, že právě tato fotografie se stane dominantním mediálním obrazem událostí léta roku 2015, kdy se do Evropy valily vlny migrantů z jihu. Možná, že se dostane do galerie jiných fotografií a obrazů, které se staly symbolem událostí let minulých. Patří mezi ně obraz východoněmeckého vojáka, jak odhazuje zbraň a na poslední chvíli přeskakuje ostnatý drát směrem do západního Berlína při stavbě berlínské zdi v roce 1961. Odklon Američanů od podpory vietnamské války bude provždy spojován s fotografií běžící a plačící vietnamské holčičky Kim Phuc popálené napalmem. Obraz muže, který se postavil do cesty řadě tanků, se často připomíná při zmínce o událostech na pekingském náměstí Tiananmen v roce 1989. U nás je listopad 1989 svázán s obrazem Václava Havla řečnícím z balkonu budovy Melantrich na Václavském náměstí. V příkladech by se dalo pokračovat.

To, co mají tyto fotografie společné, je emocionální náboj, který nenechává jejich diváky lhostejné. Možná také proto, že se u nich ve zkratce propojuje dějinná událost s lidským osudem, do jehož pocitů se ten, který si obrazy prohlíží, dokáže vcítit. A tak se takové fotografie stávají symbolem, který v nás utváří představu o historickém dění, jehož složitost převádí do zjednodušené ikonické a zároveň i poněkud mytické podoby.

Tato podoba nemusí být vždy historicky věrná. Naopak, při bližším zkoumání někdy zjišťujeme, že vznik takových obrazů se

odvíjel od příběhů, které nebyly v centru hlavních událostí. Masakr na Tiananmen se neodehrál před objektivem zahraničního reportéra, ale ve večerních a nočních hodinách, kdy hořely ohně a tanky se valily přes lidské barikády. Malou Kim Phuc nesežehli napalmem Američané, ale jihovietnamský pilot, který omylem část svého ohnivého nákladu namísto do džungle svrhl na zvědavé děti. Rovněž představa, že berlínskou zeď zbořili nespokojení občané bušící kladívky do betonu, jak se často ukazuje v archivních dokumentech, nedopovídá realitě. Jak se později ukázalo, také tragédie, která vedla ke smrti malého Ajlana, asi měla jiný průběh, než jak jej média zpočátku líčila. Ovšem to nic nemění na tom, že uvedené fotografie bez ohledu na okolnosti svého vzniku začaly žít vlastním životem, přijali jsme je jako obrazovou zkratku, staly se součástí našeho vnímání dějin a událostí.

Zda se podobným trvalým symbolem stane i fotografie malého Ajlana, ukáže budoucnost. Je možné, že postupně bude zapomenuta v záplavě dalších mediálních obrazů migrační krize. Zatím se však vryla do paměti médií více než záběry přeplněných lodí a lidí překonávajících ploty, zahýbala veřejným míněním. Agenturní zprávy uvádějí, že po 3. září v západní Evropě vzrostl počet dobročinných příspěvků na pomoc uprchlíkům, nepřátelské klima proti jejich příchodu se oslabilo, naopak fronta solidarity posílila.

Přes emocionální sílu podobných mediálních obrazů bychom však neměli ztratit ze zřetele, že se jedná, jak Marshall McLuhan ve své knize *Understanding media* uvádí, o „okamžitou, instantní vizi komplexního procesu probíhajícího obvykle v delším časovém období.“ Jsou tedy jistým zjednodušením, zkratkou, nikoli obrazem celého komplexního procesu. Skutečnost, že tyto symbolické mediální obrazy se stávají trvalou součástí historické paměti naší televizní civilizace, by nás nemělo osvobodovat od povinnosti nahlížet za kulisy těchto stereotypů, které produkuje současně převládající ikonická kultura. Abychom se dobrali pravdy o povaze událostí letošní léta, o počtech, složení, motivech a osudech uprchlíků mířících do Evropy, měli bychom si vzpomenout na to, že existuje také kultura alfabetská, přenášející nejen symbolické, ale také věcné informace.

Když média krmí zlého vlka

26. říjen 2015

Na internetu koluje v různých obměnách příběh – údajně pocházející z legend indiánů kmene Cherokee – o dvou vlčích v nás. Vypráví ho starý indián svému vnukovi, který si k dědečkovi přišel postěžovat plný zloby a nenávisti na nespravedlnost světa. Děd mu však vysvětluje, že nenávist člověka jen tíží, a je dobré se jí zbavit. Také on měl v životě často podobné pocity, a vnukovi vysvětluje, jak s nimi bojoval, na příkladu dvou vlků, kteří sídlí v každém člověku.

Ten jeden vlk je dobrý a žije v souladu se svým okolím, neútočí a bojuje jen tehdy, když je třeba bránit dobrou věc. Ten druhý vlk je plný zlosti, nespokojený, každá maličkost ho rozzlobí, útočí bez příčiny, nenávist ho spaluje. A tito dva vlci spolu neustále soupeří o ovládnutí lidské duše. Na otázku vnuka, který vlk to vyhraje, děd mu odpoví: „ten, kterého budeš dobře krmit.“

Na tom, že by bylo dobré v lidech krmit toho dobrého vlka, aby zvítězil nad tím zlým, se snad shodne naprostá většina společnosti. A protože tu potravu, která není materiální, ale duchovní povahy, získáváme nejen v okruhu svých blízkých, ale i v širším okruhu našeho sociálního obcování, pak na kvalitu potravy pro naše vlky mají vliv i média a jejich obsah.

Bohužel, povaha komerčních médií – a těch je převažující většina – je taková, že v zájmu odbytu svých produktů nabízejí potravu spíše tomu zlému vlkovi. Tím, jak chtějí za každou cenu zaujmout, nabízejí informace o věcech a událostech, které jsou mimořádné, neobvyklé, vymykající se každodennosti, jako jsou nehody, katastrofy, konflikty, tragické příběhy. Abychom však nebyli ke komerčním médiím nespravedliví; jsme to i my, ten zlý vlk v nás, kterému média takovým obsahem vcházejí vstříc, protože – co si budeme namlouvat – zlo naši zvědavost nějakým zvláštním způsobem přitahuje více než dobro.

To však média neomlouvá za to, že v poslední době dodávají až příliš mnoho potravy zlému vlkovi, aniž by se dobrý vlk měl čím nakrmit. Může za to i současná neklidná doba, v níž neočekávaný masový příliv migrantů z Jihu rozhoupal poklidnou bárku Evropy. Nebylo by nic bláhovějšího, než kdyby média před tímto jevem

zavírala oči. Neboť jednou z funkcí médií je sledovat prostředí, v němž žijeme, a vysílat signály o změnách, které v něm probíhají, abychom jako jedinci i jako společenství dokázali na tyto změny reagovat způsobem, jenž zajistí stabilitu systému. Jak však učí systémová teorie, tyto informace by měly být nejen pravdivé, ale také „přiměřené,“ tj. ze záplavy faktů a obrazů by se měly zaměřit na věci podstatné, jež mohou přispět k tomu, aby reakce na změny byla efektivní, účinná, aby se dosáhlo co nejdříve ztracené rovnováhy.

Při plnění této funkce však česká média v současné rozbourané době selhávají. Namísto, aby střízlivě informovala, často se neubrání svodům senzacechtivosti. Situaci vyhrocují dramatickými titulky a zvýrazňováním konfliktních detailů, které vydávají za obraz celku. Tak vzniká atmosféra strachu a paniky, která se neodstraní tím, když proti prvoplánové nenávisti vůči cizincům se vytáhne do boje s podobně jednostrannou a bezvýhradnou podporou všech migrantů.

Média mohou namítnout, že ta nejvýživnější potrava zlého vlka nepochází od nich, ale z internetu, blogů a sociálních sítí, z nichž vytéká proud nenávistných emocí podporovaný falešnými zprávami, dezinformacemi a polopravdami. Jenomže co naplat, když tento proud občas pronikne i do tradičních médií. A když se k tomu přidají vystoupení politiků, kteří se chtějí svézt na vlně populismu, pak není divu, že zlý vlk má o potravu postaráno.

Jak tedy nakrmit toho dobrého vlka? Možná by stačilo zapojit zdravý kritický rozum a poslechnout si písničku Marka Ebena z jeho posledního alba Čas holin: *„Tak jsem si přečet, že je to všechno v pytli, že všichni kradou a nikoho nechytli, a spousta virů vzduchem poletuje, a planeta se stále otepluje. Pak jsem vyšel ven a bylo hezky, lidi se bavili a četli esemesky... a děcka jdou a ládujou se chipsy, a nikde žádný známky apokalypsy...“*

Poučení? Nikdy se nic nejí tak horké, jak se to upeče. Na jedné straně refrén Ebenovy písně: *„Nebudu číst noviny, jsou to jen blbiny, kraviny, koniny a voloviny“* není třeba brát doslovně. Na druhé straně však není občas na škodu vymanit se ze světa mediálních realit a pohlédnout na svět vlastníma očima. Potravy pro dobrého vlka je tam stále dost.

Posedlí prezidentem

14. prosinec 2015

Na konci roku by se v rubrice Média a politika slušelo provést bilanci toho, co se v médiích za uplynulých dvanáct měsíců přihodilo; případně ve stručném přehledu shrnout události z domova i ze světa, které v uplynulých dvanácti měsících dostávaly v médiích nejvíce prostoru. Po klidnějších letech, kdy Evropu trápily víceméně jen ekonomické problémy, loňský rok přinesl nemálo dramatických událostí.

Začalo to v lednu teroristickým útokem na redakci pařížského časopisu Charlie Hebdo. Tato linie násilí pak pokračovala střelbou na turisty v Tunisku v březnu, aby vyvrcholila listopadovou sérií teroristických činů na Sinaji, v Bamaku a především masovým vražděním v Paříži. Byla tu i další průběžná mediální témata: neklidná Ukrajina, řecká krize eurozóny, syrská válka, islámský stát, váleční uprchlíci, příliv ilegálních migrantů do Evropy, děti Evy Michalákové, pražská Opencard, tunel Blanka, slovní přestřelky současného a bývalého ministra financí, obstrukce na půdě parlamentu, ve výčtu by se dalo pokračovat. Mezi nimi však bylo jedno téma, které nad ostatní vyčnívalo svoji vytrvalostí, s jakou po celý rok plnilo stránky českých deníků, rozhlasových a televizních komentářů, o internetových zdrojích ani nemluvě. To téma se jmenovalo Miloš Zeman.

Když se nedávno jednoho českého komentátora zeptali, jaké slovo roku by zvolil pro ten letošní, odpověděl: „uprchlík“. Podle mého názoru by však slovem roku mohl být také „Zeman“. Monitoring českých médií společnosti Newton umožňuje vyfiltrovat a vybrat články s výskytem daného zvoleného slova, a to buď v celém jejich textu, nebo jen v jejich titulcích. Když pro takový výběr použijeme osm českých celostátních deníků, zjistíme, že v období od ledna do konce listopadu se slovo „Zeman“ v titulcích jejich článků vyskytlo 1156krát, zatímco slovo „uprchlík“ se tady objevilo jen 964krát. Četnost slova „Zeman“ v titulcích překonala nejen „uprchlíky“, ale i „Řecko“ (918 výskytů), „Ukrajinu“ (764), „Sýrii“ (388), „islámský stát“ (211) nebo „teror“ (136). Žádný český politik se nedostal do titulků tak často jako Miloš Zeman. Ani Andrej Babiš,

který se objevil v 759ti titulcích, následován premiérem Sobotkou – 446 titulků, nebo Tomio Okamura - 104 výskytů.

Až naši potomci budou v archivech novin a časopisů pátrat po tom, čím žila naše společnost v roce 2015, co trápilo smrtelníky v naší české kotlině, budou se muset nezbytně domnívat, že český občan vstávaje lehaje řešil problémy českého prezidenta. Ale bylo tomu tak doopravdy? Nebo se jen objektiv hledáčku českých médií až příliš upnul jedním směrem, který – ve srovnání s jinými azimuty – nebyl vždy tím nejdůležitějším nebo nejpodstatnějším.

Chápu, že nešlo přehlédnout zahraniční cesty spojené se 70. výročí konce války (Moskva, Čína, Valné shromáždění OSN); rovněž některé kontroverzní akce, jakou byl Albertov, nebylo možné ignorovat. Nehledě na to, že Miloš Zeman si zajistil publicistu kvartálními rozhovory poskytovanými Pressklubu rozhlasové stanice Frekvence 1 a bulvárnímu deníku Blesk.

Na druhé straně: Bylo nutné se tak dlouho a úporně hádat o existenci či neexistenci Peroutkova výroku „Hitler je gentleman“? Bylo třeba tak rozsáhle komentovat prezidentův výběr nositelů vyznamenání u příležitosti státního svátku? A jsou vlající trenky nad Pražským hradem událostí, která by měla plnit první strany seriózních deníků?

Nemyslím, že by se měly chyby, omyly či problematické bonmoty prezidenta pronášeny na veřejných shromážděních přecházet mlčením. Když se však některá média na ně až příliš zaměřují, nedochází k tomu, že se z mediálního obrazu prezidenta vytrácejí jiné podstatné rysy jeho osobnosti? Zvláště když některé jeho myšlenky a názory rezonují u velké části občanů, o jejichž důvěru by měla média usilovat.

Jestliže minulý rok byl v médiích rokem Miloše Zemana, pak se o to zasloužil nejen prezident sám, ale posedlost médií, která s ním bojují, namísto aby nad jeho útoky proti novinářům mávla rukou a přešla je velkorysým mlčením.

Click-bait - návnada v titulku

15. únor 2016

Přes protesty jazykových puristů proniká do českého mluveného i psaného jazyka stále více anglicismů. Některé kvůli módnosti jejich používání, jiné prostě proto, že krátce a stručně popisují něco, nač by čeština potřebovala více delších slov.

To je i případ výrazu *click-bait*, v překladu klikací/odkazová návnada. Tenhle internetový slangový výraz se vžil pro označení poutavého odkazu na internetu, který povzbuzuje uživatele, aby na odkaz kliknul a navštívil tak další webovou stránku. Jedna z definic popisuje *click-bait* jako textový obsah umístěný na webovou stránku s cílem zvýšit její návštěvnost a tím i příjem z online reklamy, a to bez ohledu na kvalitu a přesnost. Funkcí *click-baitu* podle ní není zpráva, informace, ale upoutání pozornosti za každou cenu. Návnadou *click-baitem* se stává chytlavý titulek, který k takovému textu vede.

Takovou „odkazovou návnadu“ často používají bulvární média i ve své tištěné podobě. Využívají přirozené lidské zvědavosti dozvědět se něco zajímavého o věcech mimořádných, neobvyklých, zneužívají naši slabosti a touhy nahlédnout pod pokličku společensky pikantních příhod. Už jsme si zvykli na to, že bombastické tvrzení v titulku „*ta a ta celebrita je zoufalá, rozvádí se, onemocněla, zasáhla ji tragická událost*“ se nakonec ukáže být nevýznamnou a nedoloženou příhodou, u herců někdy dokonce epizodou jejich seriálové role, která nemá nic společného s jejich životem.

O tom, že titulek prodává zprávu, se ví od nepaměti. Na to, že by jeho obsah měl být v souladu s následným textem, pamatují některé žurnalistické etické kodexy, například: „*Novinové titulky by měly být plně ospravedlněny obsahem článků, jež následují...*“ Jenomže etický kodex je jednou věcí a praxe internetového věku je věcí druhou. Každý provozovatel webových stránek ví, že jejich návštěvnost je klíčová. Čím větší návštěvnost, tím větší naděje na přilákání sponzora či zadavatele reklamy. Nezáleží na tom, zda si uživatel odkazovanou webovou stránku přečte, nebo ji zklamán okamžitě opustí. Hlavně, že ji navštívil, to se počítá.

Kdyby se tato praxe omezila na bulvární média, na zprávy ze společnosti nebo na běžné informace o životním stylu, nebyl by to

velký problém. Jenomže když se stejná metoda použije u komunikování informací důležitých pro společenský život, ať už jde o politiku, ekonomiku, životní prostředí nebo soužití občanské společnosti, *click-bait* může být nebezpečný, svým zkreslujícím obsahem kalí vodu a vede ke zbytečným frustracím.

Příkladem budiž nedávná „aféra kalašnikov.“ V den, kdy Miloš Zeman besedoval s občany města Tišnov, regionální weby moravských vydání Deníku ve svých on-line zpravodajství kontroverzní výrok prezidenta vůbec nezaregistrovaly. První, kdo vypustil zprávu do světa, byl na internetu redaktor Práva, který prezidentův výrok zkrátil a upravil. Druhý den ráno internetový server Parlamentní listy sice Zemanův výrok o možnosti zbavit se politiků demokratickým a nedemokratickým způsobem citoval přesně, ale zprávu uvedl bombastickým titulkem [„Samopalem na Sobotku?“](#) Aféra byla na světě.

Byl však výrok prezidenta výzvou k likvidaci premiéra, nebo jen nepovedeným a nevhodným bonmotem, který uváděl dvě možnosti zbavit se politiků obecně, všech, tedy včetně prezidenta? Kdo si však přečetl celý citát v článku pod titulkem? Web Parlamentní listy je známý tím, že zkresluje a vyostřuje výroky i fakta v citacích i do titulků, žurnalistická etika žádající obsahovou shodu titulků s textem článků je zdejšími autorům cizí. Ten, kdo ho navštěvuje, dobře ví, že je to politický bulvár usilující o konflikt za každou cenu.

Jenomže někdy stejnou metodu používají i média, která se snaží vystupovat pod nálepkou „seriózní.“ Vzpomeňme třeba na nedávný případ s ministrem Chovancem, kterému editor deníku MF Dnes vložil v titulku do úst slova, jež ministr nikdy nevyslovil ([„Chovanec: na web jen s povolením“](#)).

A co si myslet o politicích, kteří na základě zkreslené interpretace posunuté do veřejného prostoru, se dopouštějí silných výroků, aniž si ověřili kontext a přesné znění toho, nač reagují? Že by také oni občas spolklí návnadu *click-baitu*?

Předvolební průzkumy a selhání agentur

21. březen 2016

Nedávné slovenské parlamentní volby byly pozoruhodné nejen svými [výsledky](#), které rozkolísaly zdejší politickou scénu, ale také totálním selháním agentur zkoumajících veřejné mínění a sledujících volební preference. Ani jedna z renomovaných agentur Median, [Focus](#), [Polis](#) nebo [AKO](#) nepředpokládala, že Ľudová strana Naše Slovensko fašizujícího Mariana Kotleby překročí pětiprocentní hranici a dostane se do parlamentu. ĽS NS však získala osm procent hlasů a čtrnáct mandátů ve stopadesátičlenné Národnej radě Slovenska.

Politická strana Sieť někdejšího kandidáta na prezidentský úřad Radoslava Procházky, které výzkumy přisuzovaly až patnáct procent voličských hlasů, horko těžko přelezla pětiprocentní hranici (5,6%) a získala deset mandátů. Zveřejněná data průzkumů podcenila také popularitu pravicové SaS Richarda Sulíka a populistické OĽaNO (Obyčajní ľudia a nezávislé osobnosti) Igora Matoviče. Obě strany získaly dvojnásobek hlasů (12,10%, 11,02%), než kolik se jim předpovídalo.

Sociologové zdůvodňují svůj neúspěch objektivními obtížemi, mezi něž patří dvoutýdenní moratorium pro zveřejňování předvolebních průzkumů, které do volebního zákona prosadila strana Smer. Poslední data tudíž pocházela z poloviny února, a jak se ukázalo, 6. března bylo všechno jinak. Kromě nerozhodnutých voličů, kteří na poslední chvíli mění svá rozhodnutí, jsou noční můrou průzkumů také ti, o nichž se neví, zda k volbám vůbec půjdou. Aplikace rozmanitých modelů, které by měly předpovědět jejich chování, jsou pak příčinou pronikavých rozdílů v datech jednotlivých agentur, jak je známe také u nás.

Podle mého názoru však věrohodnost výzkumů volebních preferencí umenšuje ještě jedna věc – lidská přirozenost, která se snaží sebe sama představit v tom lepším světle. Přestože odpovědi využívané ve výzkumech veřejného mínění jsou anonymní, vždy vycházejí ze situace, v níž respondent, více či méně intimně, komunikuje s tazatelem, který od něj sice nežádá jméno, ale některé základní údaje – věk, bydliště, vzdělání, sociální postavení. Tato

intimita se liší podle toho, zda zjišťování dat probíhá tváří v tvář, telefonicky, prostřednictvím internetu či dotazníku.

Vzpomínám na rok 1997, kdy do průzkumu sledovanosti televizních pořadů se zapojily první peplemetry – krabičky sledující, který televizní program ta která domácnost právě sleduje. První výsledky přinesly některá překvapení. Peplemetry ukázaly dvojnásobnou sledovanost erotického pořadu televize Nova Peříčko ve srovnání s daty, které se dříve získávaly z osobních rozhovorů nebo diváckých deníčků. Lidé se tazatelům styděli přiznat, že se na erotiku dívají.

Podobně, i když v opačném směru, dopadly Události České televize. Podle peplemetrů je sledovalo podstatně méně lidí, než uváděl Media Projekt v letech 1994-1996. Někteří lidé totiž při vyplňování dotazníků předstírali, že dávají v půl osmé večer přednost zpravodajství ČT před nováckým bulvárem. Data z peplemetrů však ukazovala něco jiného a tak se začátek vysílání Událostí přesunoval z půl osmé na čtvrt na osmou.

Nechci vůbec zpochybňovat prověřenou metodiku sociologických průzkumů, ani jejich statistické metody. Naopak, právě statistika prokazuje svoji platnost při sledování dlouhodobějších trendů, nebo při průzkumech, jako jsou exit-polls, tj. dotazy na volbu voličů po opuštění volebních místností. Když na Slovensku v den voleb zkolabovala počítačová síť statistického úřadu, exit-polls dodaly první relevantní výsledky.

Jenom si myslím, že když je společnost názorově rozdělená a politická scéna rozkolísaná, a když ochota občanů veřejně přiznat svoji volbu klesá, pak by média a politici měli zacházet s předvolebními průzkumy velice opatrně, s odstupem, měli by veřejnost upozorňovat na jejich relativnost a časovou podmíněnost.

Jenomže říkejte to lidem, kteří vítězoslavně do světa rozhlašují výsledky jakýchkoli průzkumů, včetně těch neseriózních, které jsou pro ně příznivé, aby jedním dechem zpochybnili ty průzkumy, které se jim nehodí do krámu.

Churchillova bysta jako mediální klacek

9. květen 2016

Když americký prezident Obama nedávno navštívil Velkou Británii, setkal se tu s nepříliš přátelským přjetím. Vysloužil si ho tím, že se otevřeně vyslovil pro pokračující členství hrdého Albionu v Evropské unii. V deníku The Daily Telegraph Obama Britům [sděloval](#): „Jako váš přítel vám říkám, že Evropská unie činí Velkou Británii větší a silnější.“ Londýnský starosta Boris Johnson ve stejnou dobu na stránkách bulvárního deníku The Sun Obamovi odpovídal: „Pane Obamo, Británie a Amerika mohou být lepšími přáteli než kdykoli předtím... jestliže opustíme Evropskou unii.“

Johnsonův článek vyvolal vlnu kritických komentářů hlavně kvůli zmínce o keňských předcích amerického prezidenta, od nichž prý může pocházet prezidentova rodová averze proti britskému koloniálnímu impériu a speciálně vůči Winstonu Churchillovi. Boris Johnson se od tohoto tvrzení sice mírně distancoval použitím formulace: „někteří říkají, že,“ ale už samotný úvod jeho článku měl jasný záměr: vyvolat dojem, že Barack Obama není přítelem Velké Británie:

„Cosi záhadného se stalo, když Barack Obama vstoupil v roce 2009 do oválné kanceláře Bílého domu. Z té místnosti cosi zmizelo a nikdo nedokázal vysvětlit proč. Byla to bysta Winstona Churchilla... vytvořená vynikajícím sochařem Jacobem Epsteinem, která zde byla téměř deset let. Ale hned prvního dne Obamovy vlády byla vrácena, bez okolků, britskému velvyslanectví ve Washingtonu.“

Běžný čtenář pochopil: Obama nemá rád Británii, nechal odstranit Churchillovu bystu z Bílého domu, velký britský státník byl vyhoštěn ze sídla amerického prezidenta. Ale jaká je skutečnost? Jak bývá u podobných případů obvyklé, část informace se zakládá na pravdě, kterou si však žurnalisté upravili podle své potřeby. Ano, v pracovně předešlého prezidenta George Bushe byla Churchillova bysta, kterou [Bush dostal](#) od Tony Blaira při své oficiální návštěvě v Británii v červenci 2001, a kterou pak umístil do své kanceláře. Ano, při nástupu nového prezidenta se věci starého prezidenta z této kanceláře odstěhovaly a Obama si ji [zařídil](#) po svém. Bysta Winstona

Churchilla byla zápůjčkou britské vlády, proto neputovala do skladu či lapidária, ale do rezidence britské ambasády.

Co však určitě pravdou není, je tvrzení, že Winston Churchill byl vykázán z Bílého domu jako persona non grata a to na Obamův přímý pokyn. Naopak pravdou je, že jiná Churchillova bysta, kterou dostal darem prezident Lyndon Johnson, je už přes padesát let vystavena v koridoru východního křídla Bílého domu a nikdo ji odtud neodstranil.

To však nebránilo četným novinářům a politikům, aby svoji kritiku Obamovy zahraniční politiky neuváděli poukazem na údajné vykázání Winstona Churchilla z Bílého domu. Když při prezidentské kampani před čtyřmi léty tato verze začala opět kolovat v tisku, Bílý dům vydal [tiskové prohlášení](#), v němž uváděl věci na pravou míru.

Ovšem mediální klacek na politika Obamu byl na světě a jeho používání nezabránila ani [zveřejněná fotografie](#) britského premiéra Camerona z roku 2010, kterak si Churchillovu bystu společně s Obamou v Bílém domě prohlíží. Jak praví lidové přísloví: kdo chce psa bít, hůl si vždycky najde. Příhodu odstraněné Churchillovy bysty letos v lednu [použil](#) při předvolební kampani republikánský kandidát na prezidenta USA Ted Cruz. Ted' tento mediální klacek uchopil zastánce brexitu londýnský starosta Boris Johnson.

Kdybychom se rozhlédli po českých mediálních luzích a hájích, možná bychom našli více příkladů podobných mediálních klacků. Například citáty vytržené z kontextu, které slouží politickým diskutérům k nálepkování protivníka. Prohlásil Václav Klaus skutečně, že „neexistují špinavé peníze“ nebo řekl, že je nedokáže rozeznat? V jaké souvislosti použil Vladimír Špidla známou frázi „zdroje jsou“? Útočil Mirek Topolánek v roce 2010 na církve, homosexuály a Židy? Vyzval Miloš Zeman ke střelbě na premiéra?

Ne každý má trpělivost dopídit se originálu a prověřit si, jak který výrok v původním znění vypadal. V prostředí pluralitních médií a internetu se to dá udělat, i když je to trochu pracné a časově náročné. Možná také proto je tolik mediálních klacků stále v oběhu.

Pátá moc na rozcestí

20. červen 2016

S médií masové komunikace se pojí četné metafory. O tisku, který byl kdysi jediným zástupcem masových médií, se říkalo, že je sedmou velmocí nebo také čtvrtým stavem. Ani v jednom případě přesně nevíme, kdy a jak tyto metafory vznikly, jisté je však to, že jejich používání procházelo proměnami času.

O tisku jako další nepřátelské mocnosti prý jako první začal hovořit Napoleon. Později se tato metafora rozšířila nad rámec napoleonských válek a zdomácněla v tom smyslu, že síla tisku se přirovnávala k síle šesti evropských velmocí 19. století: Ruska, Velké Británie, Pruska, Rakouska, Francie a Itálie.

Tisk jako čtvrtý stav jako první pojmenoval údajně skotský státník a filosof Edmund Burke, když poukázal na novináře sedící na balkonu britského parlamentu, v němž tehdy zasedaly tři stavy, ve Sněmovně lordů stav kněžský (Lords spirituals) a stav šlechtický (Lords temporal), v Dolní sněmovně pak obecný lid. Označení tisku jako čtvrtého stavu se ujalo i jinde, kde struktura společnosti měla podobné složení: duchovenstvo, šlechta a obecný lid.

Metafora čtvrtého stavu se v minulém století proměnila v metaforu čtvrté moci existující vedle tří složek, jež se dělí o kontrolu v politickém systému demokratických států, tedy vedle moci zákonodárné, výkonné a soudní. Název čtvrtá moc se stal standardním označením médií, které občas svádí některé glosátory k zavádějícím úvahám o mediokracii. Proč zavádějícím? Protože média sama o sobě žádnou bezprostřední výkonnou moc nemají; mají jen vliv, kterým mohou, ale také nemusí, ovlivňovat zbývající tři moci ve státě, a to prostřednictvím utváření veřejného mínění.

Všeobecné rozšíření internetu, nástup webu 2.0, příchod blogů a pozdější rozmach sociálních sítí vnesl do politiky a sociální komunikace nový jev – vedle čtvrté moci ještě moc pátou, kterou představují všichni ti, kteří využívají prostor internetu k publikování informací, na které tradiční média nedosáhnou. Se vznikem tohoto pátého stavu (The Fifth Estate – tento název má i film o událostech kolem webové stránky Wikileaks) se před patnácti lety spojovaly naděje na prohloubení demokracie.

Ignacio Ramonet, španělský spisovatel a novinář, s jehož knihou *Tyranie médií* se mohli seznámit i čeští čtenáři, tehdy viděl ve vzniku páté moci nástroj posílení občanské společnosti, která by mohla korigovat sílu a moc mediálních konglomerátů. Teoretik páté moci William Dutton z Oxfordu ji optimisticky definuje jako prostor, v němž jednotlivci zapojeni do sítí mohou být dalším užitečným zdrojem kontroly vlády a politiků.

Po patnácti letech tento optimismus „rané éry internetu, kdy si každý myslel, že více komunikace znamená lepší demokracii“ již vyprchal. Britský týdeník *The Economist* nedávno situaci popsal slovy: „Zacyklené debaty na sociálních sítích a armády trollů najímaných represivními vládami nás z této iluze vyléčily.“ Zklamání ze „šílících sociálních sítí a internetového zpravodajství sázejícího dlouhodobě na přitažlivost neštěstí a strachu“ se objevuje i v českých komentářích.

Kde se stala chyba? Proč se vedle dobře míněných a užitečných zpráv na internetu objevuje stále více nechtěně či záměrně zkreslených nebo přímo zmanipulovaných informací, provázených nenávistnými výpady proti všem, kteří zastávají jiný názor. Proč pátá moc namísto toho, aby doplňovala média čtvrté moci, na ně útočí a zpochybňuje jejich důvěryhodnost? A je to stav přechodný nebo trvalý?

Pátá moc se nachází na rozcestí. O tom, zda se z ní stane žumpa kanalizující individuální frustrace a šířící polopravdy a manipulace, nebo zda bude přinášet do našeho života alternativní a nekonvenční pohledy na svět, to se rozhodne nejen mezi těmi, kteří tuto pátou moc spoluvytvářejí – například tím, že vyjdou za anonymity a přijmou profesní a etické standardy tradiční žurnalistiky, ale také mezi těmi, kteří média páté moci užívají – například tím, že poznají, kdy a kde se s nimi hraje falešná hra, tato místa přestanou navštěvovat, čímž je odsoudí k bezvýznamnosti.

Fámy a pověsti mají delší život

1. srpen 2016

Čas od času se objeví dohady, fámy, nedoložené informace, které se později buď potvrdí, nebo se zjistí, že nejsou pravdivé. Bývaly doby, kdy pověsti a fámy se v tradičních médiích objevovaly jen zřídka. Žurnalistická profese a etika přikazovaly, že zprávy musí být pravdivé, přesné, ověřené. Kdyby tomu tak nebylo, noviny – zvláště ty seriózní – by ztratily tvář a důvěryhodnost. Pouze bulvár, který na svoji pověst příliš nedbal, si čas od času mohl dovolit vypustit fámu, ovšem jen takovou, která ho nepřivedla do soudní síně.

Digitalizace komunikací a příchod internetových médií všechno změnilo. Každé médium, ať je to tisk, rozhlas nebo televize, má svoji webové stránky. Ty byly kdysi chudým příbuzným mateřského média, ale dnes se stávají vlajkovou lodí, ke které míří odkazy ze sociálních sítí.

Dávno pryč jsou doby, kdy si deníky šetřily své sólokapry do tištěných vydání, aby jim je konkurence nevyfoukla. Dnes se každá událost musí dostat nejdříve na web. Čím dříve, tím lépe. Kromě toho média čerpají informace nejen z vlastních zdrojů, od novinářů vyslaných na místo události, ale od každého, kdo se k události přichomýtně, a je schopen podat očitě svědectví a sdělit ho prostřednictvím internetu. Na ověření a prověření už nezbývá čas, je třeba být stejně rychlý jako sociální síť.

Problém je v tom, že ne všechno, co lidé na internet umístí, ať už prostřednictvím sociálních sítí nebo vlastních či kolektivních blogů, musí být pravdivé a přesné. Tak vznikají pověsti. Některé nezáměrně, spontánně, deformované subjektivním vnímáním, spěchem, panikou, jiné zkreslené zlým úmyslem a záměrem manipulovat.

Skupina mediálních badatelů na britské University of Warwick letos zveřejnila [studii](#), ve které zkoumala, jak lidé vnímají fámy a pověsti, které kolují na sociálních sítích, jak se v nich orientují a jak je dále šíří. Předmětem zkoumání byly zprávy na twitteru týkající se devíti událostí, mezi nimiž byl například teroristický útok na Charlie Hebdo, katastrofa letadla Germanwings, osvobozování rukojmí v Sydney, ale také spekulace o tom, že se cosi děje v Kremlu, když

Putin nebyl deset dnů k vidění, či nepravdivá zpráva o tom, že fotbalista Michael Essien onemocněl virem Ebola.

Ze 7507 tweetů a následných konverzací badatelé vybrali 2695 těch, které měly povahu nepotvrzené pověsti. Největší počet fám vznikl bezprostředně po teroristických útocích. U všech těchto zpráv se zkoumalo, kdo takovou fámou sdílí či posílá dál. Nakonec se ze vzorku vyčlenily dvě hlavní skupiny profilů. V první skupině se vyskytovaly lidé, kteří sledovali množství dalších zdrojů, twitterových profilů, a sami byli poměrně málo sledováni. Na opačném pólu byla skupina hojně sledovaných profilů, která však sama sledovala mnohem menší počet zdrojů. V této druhé skupině se nacházela i profesionální média, nabízející anonce nejnovějších zpráv, tzv. breaking news.

Jak se dalo očekávat, zatímco druhá skupina se stavěla k pověstem a nepotvrzeným svědectvím opatrně, první skupina byla ochotna dále šířit jakoukoli fámou bez ohledu na to, zda je či není pravdivá a navíc se snažila ji podpořit dalšími odkazy.

Studie přinesla i další poznatky. Například, že po fámách a nedoložených svědectvích občas sáhnou i tradiční média. Někdejší žurnalistická etika kladoucí důraz na přesnost, ověřování a výběr toho podstatného se tak posunuje směrem k okamžitosti, atraktivitě, k využívání nežurnalistických zdrojů a k dodatečným opravám. Čtenář by s tím měl počítat.

Kromě toho studie zjišťovala časový interval od vzniku fámy po její uvedení na pravou míru. Jestliže na fámě bylo něco pravdivého a fáma přestala být fámou, v průměru se tak stalo do 12 hodin od jejího vzniku. Jestliže se však fáma nepotvrdila, trvalo mnohem déle, než se ji podařilo vyvrátit a lidé pochopili, že šlo o výmysl.

P.S. Zmíněná studie je k dispozici na [www](http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0150989):

<http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0150989> a také na <http://arxiv.org/abs/1511.07487>

Půda nevhodná pro politickou debatu

14. září 2015

Komunální a senátní volby se blíží a s nimi se vrací i debata o vlivu médií na jejich výsledky. V předstihu to ukázala epizoda z konce srpna, když pět politických stran oznámilo, že nevyšlou své zástupce do předvolební besedy, kterou chtěl živě online na internetu zorganizovat šéfredaktor MF Dnes Jaroslav Plesl. Zdůvodnění?

Sociální demokrati: „není to vhodná půda pro korektní politickou debatu.“ Miroslav Kalousek za TOP 09: „Mafra není politicky neutrální prostředí včetně předpokládaného moderátora.“ Petr Gazdík za Starosty a nezávislé: „debatu organizuje vydavatelství patřící jednomu z aktérů voleb.“ Také lidovci řekli své ne a připojili se k ODS, která slovy Petra Fialy prohlásila, že u předvolební diskuse v médiu patřícímu Andreji Babišovi „si na žádnou objektivitu a nestrannost nelze hrát.“

Veřejné odmítnutí zúčastnit se debaty na navštěvovaném zpravodajském serveru označilo vedení redakce MF Dnes za předvolební gesto, kterým se uvedené strany chtějí vymezit proti svému politickému soupeři – hnutí ANO a jeho předsedovi Andreji Babišovi. Tato epizoda opět vynesla na světlo bolavý problém vlastnických vztahů v českých médiích, včetně nekončící diskuse, zda a do jaké míry je vlastník média schopen ovlivnit jeho obsah, ať už ve prospěch ekonomických nebo politických zájmů. Aniž bych chtěl vynášet konečné úsudky, dovolím si osobní stanovisko.

Podle mého názoru je trochu nespravedlivé nálepkování redaktorů podle vlastníka, v jehož podniku pracují. Stejně jako dříve mi vadilo označení „Bakalův novinář“, stejně tak mi dnes vadí označení „Babišova média“. Většinou ho používají politici, kterým jsou některé zprávy pro ně nepříjemné, nebo ti, kterým docházejí věcné argumenty „ad rem“, a proto se snaží zaútočit na protivníka „ad hominem“, napadnout jeho integritu, zpochybnit jeho kompetenci, podsunout mu nečestné úmysly.

Stejně tak nemohu souhlasit se spikleneckými představami, podle nichž vlastníci a majitelé tahají za nitky novinářských loutek a diktují jim, co, jak, a o kom mají psát. Ten, kdo zná, jak to v novinách chodí, mi potvrdí, že vlastník možná ovlivňuje některá strategická

rozhodnutí, ale bezprostředně do obsahu nezasahuje. Navíc chytrý vlastník, který chce mít vlivná média, nechá redaktorům maximální volnost a bude dbát na to, aby jeho periodika získala renomé nezávislosti a důvěryhodnosti.

Není pochyb o tom, že média mají na veřejné mínění vliv, a že vlastníci mohou svá média využívat ve prospěch vlastních zájmů. Není lepším nástrojem pro rozšíření nějaké zprávy v zájmu vydavatele, než důvěryhodná média, kterým lidé věří, protože přinášejí zajímavé, pravdivé a ověřené informace. Kromě toho vlastníků často nejde o to, aby ve svých médiích něco zveřejňovali, jako spíše o to, aby se o některých věcech nepsalo. Šíření zjevně kompromitujících informací o protivníkovi je vždy podezřelé, zatímco mlčení o skutečnostech nepříjemných pro vlastníka, často podepřené autocenzurou personálu, lidé většinou nezaregistrují.

Naprostá většina českých médií je dnes v rukou českých podnikatelů, pro něž média nejsou hlavním, ale vedlejším podnikáním. Bohužel je to světový trend, do něhož vyústila krize mediálního podnikání. Kdyby Andrej Babiš jako vlastník Mafry zůstal podnikatelem a nevstoupil do politiky, dalo by se to přejít mlčením. Tím, že se dal na politickou dráhu, musí teď jeho redaktoři čelit podezření, že u některých politických kauz (Sobotka a OKD, Chovanec, Šlachta, odposlechy) „kopou ve prospěch svého šéfa“, i když by se tyto kauzy dříve či později zcela určitě dostaly do oběhu. Nákup médií podnikatelem, který se dal na politickou dráhu, se stal zátěží nejen pro redaktory, kteří v nich pracují. Je to možná danajský dar i pro Andreje Babiše, kterému vlastnictví Mafry v očích veřejnosti víc škodí, než prospívá.

Jsme dobře informováni o dění v parlamentu?

24. říjen 2016

Přesně před dvaceti lety se na webové stránce Poslanecké sněmovny objevila aplikace umožňující sledovat, jak naši poslanci přijímají zákony. Stačilo vyhledat sněmovní tisk a pak pozorovat, jak návrh zákona prochází plénem a výbory až ke konečnému schválení. Byl to jeden z kroků budování moderní parlamentní demokracie, které začalo v roce 1990 prvními svobodnými volbami, a pokračovalo vytvářením transparentního prostředí umožňujícího občanům kontrolovat práci a chování jejich zvolených zástupců.

Právě internet byl pro tuto funkci jako stvořený. Ten, kdo se zajímal o politiku, už nemusel být závislý na práci parlamentních zpravodajů v novinách, nebo na sledování občasných televizních nočních přenosů z probíhajících schůzí. Co na tom, že v roce 1996 používalo u nás internet sotva sto tisíc uživatelů. Hlavně, že se začalo. Od té doby webové stránky [Sněmovny](#), ale i [Senátu](#) přidávaly další informace a nové funkce.

Dnes, kdy už tři čtvrtiny českých domácností se připojují k internetu, má většina obyvatel možnost zvukově i obrazově se připojit k plenárním schůzím. Lidé mohou listovat v projednávaných dokumentech a kontrolovat, jak který poslanec a jak která politická strana ovlivňuje zákony, kterými se pak řídí náš každodenní život.

Informační služby, které poskytuje webová stránka české Sněmovny www.psp.cz, jsou srovnatelné se světovým standardem. Mohl by tedy vzniknout dojem, že nikomu nic nebrání stát se informovaným občanem, kontrolovat to, co na nás státní správa a politici chystají, podívat se – jak říkají karbaníci – pod sukničky kartám, se kterými hrají.

Jenomže šedivá je všechna teorie. Řada zákonů se odívá do složitého právníckého jazyka, v množství projednávaných dokumentů je někdy obtížné se vyznat. Nelze očekávat, že běžný občan bude mít čas a náladu prodírat se houštím sněmovních tisků, záznamů debat a vybírat si z nich to podstatné. Takže přes všechny vymoženosti digitálního a internetového věku i nadále největší část úkolu informovat občany o tom, co se děje v parlamentu, zůstává na bedrech médií a novinářů.

Bohužel, obraz parlamentu v očích občanů není ani po čtvrtstoletí existence nově nabyté demokracie příliš lichotivý. Mají na tom „zásluhu“ nejen poslanci utápějící se v přestřelkách vládnoucí koalice s opozicí, jejichž podstatou není seriózní politická diskuse, ale exhibice silných stranických postojů kořeněných pepnými bonmoty. Svůj díl odpovědnosti nesou i média, která se soustřeďují právě na tyto výstřelky, a z projednávaných témat si vybírají ke zveřejnění hlavně ta konfliktní. Vlastní parlamentní zpravodaje si dnes vydržují jen některá velká média, pro ostatní jakoby parlament neexistoval, objeví ho jedině prostřednictvím zpravodajství ČTK.

Příklad z poslední doby: Po dvouleté anabázi vláda letos 5. října schválila [návrh novely](#) vysílacího zákona. Z obsahu návrhu si ČTK vybrala jako hlavní téma nově zaváděný labelling, běžný v zemích EU, označující nápisy či piktogramy pořady nevhodné pro některé věkové kategorie (do 7, 12, 15 a 18 let) s možností specifikovat jejich nevhodnost (násilí, strach, sex, diskriminace, drogy).

Větší část českých médií, pokud si vůbec zprávy ČTK všimla, ji pak tvůrčím způsobem opisovala s vlastními titulky „Pozor, sex na obrazovkách!“ „[Děti, spát!](#)“ „Návrat filmů s hvězdičkou?“ Že by některý z redaktorů navštívil parlamentní web, prostudoval návrh a upozornil na další témata novely (vysílání pro sluchově a zrakově postižené, požadavek průhlednosti vlastnictví licence, odstranění nejasnosti ve věci politických reklam typu „vodňanské kuře“, posílení nezávislosti RRTV apod.), na to si nikdo nenašel čas.

Když se to přihodí u novely vysílacího zákona, není to žádná tragédie. Ale co když bude parlament rozhodovat o nějaké důležitější změně, která pak na občana dopadne jako blesk z čistého nebe, aniž byl o ní informován, případně ji mohl ovlivnit, nebo se aspoň na ni připravit?

Zákon jako pojistka nezávislosti

5. prosince 2016

Před každými volbami publikují politické strany volební programy plné slibů. Ne všechny sliby se nakonec naplní. Jedním z takových slibů, které strany současné vládní koalice zařadily do svých programů, bylo tzv. odpolitizování mediálních rad. Doslova: „Odpolitizujeme jmenování ředitelů klíčových kulturních institucí a členů mediálních rad“ (ANO). „Budeme usilovat o posílení vlivu veřejnosti na jmenování členů Rad ČT a ČRo a jejich nezávislost“ (KDU/ČSL). ČSSD má v programu přijetí zákona, který „odpolitizuje a zajistí stabilní financování“ všech veřejnoprávních institucí.

Nyní budou mít strany vládní koalice, které mají v parlamentu většinu, příležitost dokázat, zda a jak byly jejich sliby míněny vážně. Skupina patnácti poslanců, z nichž šest jich je z řad opozice, předložila [návrh novelizace](#) zákonů o Českém rozhlasu a České televizi, jehož hlavním cílem je změnit složení kontrolních a řídicích orgánů veřejnoprávního rozhlasu a televize. Podle německého vzoru (viz [studii FHS UK](#) pro MKČR) by většinu nově koncipované Rady ČRo a Rady ČT neměla volit Sněmovna jako dosud, ale větší část těchto rad by tvořilo 22 zástupců vyjmenovaných kulturních a společenských organizací. Zbytek by se doplnil kandidáty parlamentních politických stran a hnutí, vždy po jednom zástupci.

Návrh novely má zajímavou historii, která začala na ministerstvu kultury před dvěma lety, když v rámci plnění volebního programu vznikla [první varianta](#) této změny. Politická scéna však zřejmě nebyla pronikavě změně vycházející ze zkušeností našich německých sousedů příliš nakloněna, a tak ministerstvo svůj návrh opustilo a soustředilo se na [úpravu](#) celkového vysílacího zákona.

Opuštěného návrhu se ujala iniciativa [Svobodu médiím](#), která po konzultacích se všemi institucemi, jichž se nominace do Rad týká, se rozhodla dopracovat ho do finální podoby a získat pro něj podporu v Poslanecké sněmovně. To se nyní podařilo. Ovšem zda tento návrh projde, je otevřenou otázkou. Dá se očekávat, že jeho přijetí budou provázet vzrušené diskuse, zvláště kolem nominace Rad, které by měly fungovat jako jakési dozorčí orgány ČRo a ČT. Zcela určitě se

vyskytnout dotazy, proč ten či onen má být v Radách zastoupen, a proč jiní by tam měli chybět; například zda PEN klub je důležitější než ochránci přírody nebo zda Asociace producentů by neměla být nahrazena nějakou seniorskou organizací. Naštěstí členství v Radách ČRo a ČT již nemá být placenou funkcí, takže lze doufat, že mezi těmi, kteří budou ochotni dohlížet na vysílání veřejnoprávních institucí, bude více entuziastů než hledačů vedlejšího výdělků.

Placenou funkcí naopak bude členství v nové pětičlenné správní radě, složené z nestranických odborníků s praxí a zkušenostmi z práva, ekonomiky či médií, kteří budou protiváhou dnešní téměř neomezené moci generálních ředitelů. Nezávislost obou orgánů posílí zřízení Kanceláře, která jim bude poskytovat servisní služby a zruší tak dosavadní stav, v němž členové Rad neměli vlastní prostředky pro analýzy a rozborů, a cokoli potřebovali, museli žádat od generálních ředitelů.

Změny, které novela navrhuje, nemusí automaticky přinést zlepšení situace. Vždy bude záležet na lidech, kteří se do Rad dostanou, a nikde není záruka, že nové Rady budou pracovat lépe, než ty dnešní. Nicméně přes všechny problémy s tím spojené, návrh novely obsahuje jeden velice pozitivní prvek. Tím, že parlament nebude jediným, kdo rozhoduje o obsazení Rad, vznikne pojistka proti tomu, aby nějaká budoucí vítězná politická strana či koalice jednoduchým způsobem ovládla média veřejné služby, jako se to stalo nedávno v [Polsku](#) a před tím v [Maďarsku](#). Dnes totiž stačí, aby se většina ve Sněmovně dohodla, a pak pouhým dvojím neschválením výroční zprávy – bez ohledu, jestli ta zpráva byla dobrá či špatná – může vyměnit Rady ČRo i ČT. Zatím se tak stalo výjimečně před šestnácti lety u Rady České televize. Jenomže kdo ví, jaká bude situace po volbách v příštím roce?

Novinářský švédský stůl

16. leden 2017

Nedávno jsem na svém [blogu](#) projevil nesouhlas s [názorem](#) čelného českého politika, podle něhož zpravodajský server Parlamentní listy je „velmi objektivní internetový deník.“ S tímto výrokem jsem polemizoval nikoli z hlediska politického zaměření Parlamentních listů, k němuž mám sice výhrady, ale respektuji právo mít odlišné názory. Můj nesouhlas se týkal nedodržování standardů novinářské práce. Měl jsem na mysli bulvarizaci politických událostí názorově vyhraněnými titulky, které občas nekorespondují s obsahem textu. Nebo nedbalý přístup k dodržování zásad etického kodexu českých novinářů, mezi něž patří „dbát na rozlišování faktů od osobních názorů... neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti... nepřipustit, aby domněnka byla vydávána za ověřený fakt a zprávy byly deformovány zamlčením důležitých dat.“

Vadí mi rovněž přebírání jiných textů, při němž citovaný obsah je často deformován selektivním výběrem a zaujatými komentáři. Nemluvě o tom, že placený obsah je tady k nerozeznání od běžného zpravodajství; vzpomeňme jen na peníze, které do PL putovaly z rozpočtu Jihomoravského kraje. I když uznávám novinářskou pohotovost redakce Parlamentních listů, která důsledně mapuje celou českou politickou scénu a někdy při tom bývá rychlejší než jiná média, nemohu si pomoci, podle mého názoru mají Parlamentní listy do objektivního média dosti daleko.

Pod blogem se okamžitě rozvinula diskuse s názory pro i proti. Někteří diskutující mně vzkazovali: Co se týče novinářské kvality a novinářských standardů možná máte pravdu, ale Parlamentní listy jsou užitečné, najdu tady zprávy, které jinde nejsou. Jiný diskutující napsal: „V PL je široký výběr názorů. To neznámá, že všechny poskytují objektivní pohled. (...) Na události u nás i ve světě jsou zde k dispozici názory z různých směrů, různých lidí. Jak tu napsal jeden z diskutujících, je to „novinářský švédský stůl“ informací a názorů. Je jen na čtenáři jak si s tím poradí.“

Zaujala mne metafora „novinářský švédský stůl“, která se v diskusi několikrát objevila. V zásadě nic nenamítám, naopak vítám široce prostřené švédské stoly s nabídkou nejrozličnějších názorů a

informací, rozprostřenou na ubrusech webových stránek a sociálních sítí. V této metafoře přenesené do současného kyberprostoru se však skrývají dva problémy. Za prvé – na rozdíl od cateringových a hotelových služeb nemáte na internetu nikdy jistotu, zda na švédském stole efektně vyhlížejících webových stránek se nevyskytne zkažené, ne-li dokonce otrávené jídlo. Za druhé není vůbec jisté, zda platí tvrzení: „naš čtenář si s tím poradí.“ Tedy zda se dá spolehnout na to, že čtenář rozpozná faleš a nepravdu, a nenechá se obloudit zjednodušenými slogany a polopravdami útočícími na jeho první signální soustavu.

S tím prvním problémem se asi nic udělat nedá. Nikdy nebude možné na webu vyloučit a potlačit chtěné či nechtěné dezinformace, polopravdy a lži. Aktivita Centra proti terorismu a hybridním hrozbám může být jen částečným řešením problému. To hlavní řešení by mělo přijít od čtenářů. Vyloučíme-li chronické nespokojence a zastánce spikleneckých teorií, pro něž jakýkoli tradiční a oficiální zdroj je nedůvěryhodný, pak existuje velká skupina lidí, kteří v dnešní době převratných změn hledají na webu seriózní informace a vysvětlení toho, co se kolem nich děje. Jestliže občas sednou na lep falešným prorokům, ještě neznamená, že ztratili zdravý rozum a schopnost rozeznávat, kde je pravda a kde je lež.

Kolem nás teď probíhá proces jakéhosi hromadného získávání zkušeností v oboru mediální gramotnost. Věřím a doufám, že stále více lidí dojde k poznání, že ne všemu, co se objeví na internetu, je možné věřit. Aby k tomuto poznání došli, a aby se dokázali lépe orientovat v záplavě informací, v tom by jim měli pomáhat lidé, kteří to mají v popisu práce – novináři, na jejichž zprávy se dá spolehnout. Na nich bude teď hodně záležet, zda ke svým švédským stolům přitáhnou strážníky od konkurence, která na jiných švédských stolech nabízí stravu pochybné kvality.

Když se lež nazve alternativním faktem

17. únor 2017

Není tomu tak dávno, co se Churchillova busta v Bílém domě stala mediálním tématem. Bylo to vloni v dubnu při Obamově návštěvě Velké Británie, když brexitáři a dnešní britský ministr zahraničí Boris Johnson [obvinili](#) tehdejšího amerického prezidenta, že nechal po svém nástupu do úřadu v roce 2008 odstranit z Bílého domu bustu Winstona Churchilla. Ačkoli se později vysvětlilo, že v Bílém domě byly takové busty dvě, že jedna tam už přes padesát let stojí, že ta druhá, kterou přivezl prezidentovi Bushovi Tony Blair v roce 2001, nebyla darem, ale zápůjčkou uměleckého díla, jež se vrátilo ambasádě, a že tedy Winstona Churchilla jako personu non grata Obama z Bílého domu nevykázal, přesto z této aféry vyšel prezident před britskou veřejností jako politik, jenž nepřeje britsko-americkému spojení.

Busta Winstona Churchilla, která v Bílém domě zůstala, a kterou dostal kdysi darem prezident Lyndon Johnson, se při nástupu do úřadu nového amerického prezidenta Donalda Trumpa stala opět mediálním tématem. To když reportér týdeníku Time [Zeke Miller](#), který zpravodajsky pokrývá prezidentský úřad, si v den inaugurace při podpisu prvního prezidentského dekretu všiml, že Churchillovu bustu z chodby východního křídla Bílého domu Trumpovi lidé [přestěhovali](#) do oválné pracovny na místo, kde za Obamy stávala busta bojovníka za lidská práva Martina Luthera Kinga. Miller neváhal a přímo z místa činu přes sociální síť twitter vypustil do světa zprávu, že Donald Trump odstranil Martina Luthera Kinga ze své úřadovny. Jak se ukázalo, nebyla to pravda. Martin Luther King zůstal i nadále součástí vybavení Trumpovy kanceláře, i když na jiném místě.

Omyl se brzy vysvětlil. Miller se [vymluvil](#) na to, že bustu Kinga přehlédl, protože před ní stáli pracovníci ochranky, v dalších tweetech uvedl věc na pravou míru a chybnou informaci ze svého účtu vymazal. Jenomže aféra už byla na světě. Tiskový tajemník Bílého domu Sean Spicer den nato z tohoto omylu učinil jeden z klíčových důkazů nespolehlivosti médií, které na tiskovém brífinku [obvinil](#) ze zkreslování informací o inaugurační slavnosti. Média prý schválně zveřejňovala fotografie poloprázdného prostranství washingtonského parku National Mall, které se kvůli bezpečnostním opatřením

zaplňovalo pomaleji než obvykle. A tím tato „nečestná a nepoctivá média“ zkreslila událost, na níž se – podle Spicera – sešlo *"největší publikum, které kdy bylo svědkem inaugurace nějaké osoby."*

Na podporu svého tvrzení použil Spicer srovnání některých dat z předchozích Obamových inaugurací – například počet lidí přepravených ten den veřejnou dopravou ve Washingtonu, nebo počet osob shromážděných v parku. Jak se ukázalo, tato data buď nebyla pravdivá, nebo byla účelově vytržená ze souvislostí. Televize PBS zveřejnila [časový snímek](#) prostranství parku, na němž ani v době vrcholící inaugurace nebylo tolik lidí, jako při nástupu Obamy.

Spicerova tiskovka měla dohru v [následných komentářích](#) a také v živém televizním [rozhovoru](#) s Kellyanne Conwayovou, která se po úspěšném vedení Trumpovy předvolební kampaně stala prezidentovým poradcem. Na otázku reportéra, proč tiskový tajemník na svém brífinku použil zjevné nepravdy, odpověděla: *"vy říkáte, že je to nepravda a lež, ale náš tiskový tajemník Sean Spicer o tom dostal alternativní fakta..."* Nový bonmot byl na světě: My nelžeme, jenom předkládáme alternativní fakta.

Z této epizody plynou dvě ponaučení. Ani v dnešní uspěchané internetové době s nutkáním být na trhu informací jako první, by novináři neměli podléhat okamžitým dojmům. Každou informaci vypuštěnou do veřejného prostoru by si měli důkladně prověřit a nevybírat jen ty, které se hodí do jejich vidění světa. Protože v okamžiku, kdy se zmýlí, utrpí šrámy nejen jejich osobní autorita, ale i důvěryhodnost médií, v nichž pracují. Což následně využívají všichni ti, kteří se snaží zdůrazňováním ojedinělých chyb zpochybňovat pravdivost celého média. Útoky na zpravodajství českých médií veřejné služby budiž toho příkladem.

Druhé ponaučení zní: „Každý má právo na svůj názor, ale nikoli na svoje fakta“ (i když je nazve alternativními). Tento starý výrok však není bez vady na kráse. Fakta jsou fakta, dají se ověřit, jenomže se také dají rozmanitě interpretovat, může se s nimi manipulovat, což mnozí lidé využívají. Proto zbavovat fakta interpretačního spinu, zařazovat je do souvislostí a neustále ověřovat jejich pravdivost, to by mělo být dnes hlavním úkolem novinářů hodných toho jména.

Pravda a lež v otevřeném zápase. Co zvítězí?

10.duben 2017

Tempora mutantur... Tak začíná známé přísloví v latině, na jehož českou verzi „časy se mění a lidé s nimi“ jsem si vzpomněl při pročítání [rozhovorů](#), které před čtyřiceti lety poskytla médiím německá filosofka a politoložka [Hannah Arendtová](#). Jejím velkým tématem bylo zkoumání příčin vzniku a trvání nacismu, jakož i dalších totalitních režimů, včetně těch, kterým říkáme komunistické.

Za jednu z příčin, která umožnila vznik a existenci totalitních režimů, Arendtová pokládala potlačování svobody projevu. Doslova: „*V okamžiku, kdy nebudeme mít svobodný tisk, může se stát cokoli. To, co umožňuje vládnutí totalitních a jiných diktatur, je skutečnost, že lidé nejsou informováni. Jak si můžete vytvořit nějaký názor, když nemáte informace?*“ Byla přesvědčena, že režim, který nedovolí svobodnou diskusi, který lidem lže, pak vede ke stavu, kdy nikdo ničemu nevěří. Svoji úvahu uzavřela slovy: „*A lid, který už ničemu nevěří, si nemůže udělat vlastní názor. Je připraven nejen o svoji schopnost svobodně jednat, ale i o schopnost přemýšlet a racionálně věci posuzovat. S takovým lidem si pak můžete dělat, co chcete.*“

Arendtová vycházela z analýzy totalitních režimů 20. století, které ovládaly a kontrolovaly masová média tak, že se do veřejného prostoru nesměl dostat jiný názor, než jaký byl oficiálně posvěcen a označen za jediný správný. Někdy mi napadá: Co by asi Hannah Arendtová říkala dnešní době, v níž si na nedostatek informací nemůžeme stěžovat, kdy média jsou svobodná a navíc internet vytvořil pro šíření informací obrovský svobodný prostor?

Možná by se podivila, že ani neexistence cenzury, ani „svobodný tisk“ nezabránilo, aby se demokracie v západním světě nedostala pod tlak autoritářských tendencí v převleku nacionalistického populismu, který využívá situace, v níž velká část společnosti „nevěří nikomu a ničemu“ a proto je náchylná k tomu být manipulována.

Kde se stala chyba? Jak si vysvětlit paradox, při němž neobyčejná hojnost informací vytvořila sice nové netušené možnosti, ale příliš nepřispěla k celkové informovanosti obyvatelstva; naopak nemalé množství lidí tápe více, než kdy před tím? Asi to bude tím, že čas proměňuje nejen dobu a lidi, ale také prostředí, ve kterém žijí.

Svět médií se pronikavě změnil. Tok informací o událostech okolního světa směřující k masovému publiku už dávno neproudí v přehledných korytech sdělovacích kanálů tisku, rozhlasu a televize, ale v oceánu komunikačních sítí na internetu, v němž každý může komunikovat s každým. Příchod internetu zcela nově vykolíkoval prostor, v němž se – řečeno slovy jednoho z prvních obhájců svobody slova [Johna Milтона](#) – střetává pravda se lží v otevřeném zápase, aby v něm pravda mohla vítězit svými argumenty. Dnes se tento souboj odehrává v nepřehledném globálním kyberprostoru.

Občas to vypadá, jakoby optimismus Johna Milтона v internetové éře nebyl opodstatněný. Lidé zahlceni lavinou netříděných dat a informací ztrácejí schopnost se v nich vyznat. Jednotný formát webových stránek, mezi nimiž vyhledávače nedělají žádný rozdíl, poskytuje širitelům polopravd a lží lepší možnost klamat tělem a vystupovat jako zavedený a seriózní zdroj. Je potvrzenou skutečností, že pro většinu lidí jsou skandální, polopravdivé nebo i nepravdivé zprávy přitažlivější, než ty, které se pokoušejí věci věcně a bez emocí vysvětlit. Posuzováno z kvantitativního hlediska, pravda na webu to zatím prohrává. Je však otázkou, zda statistiky návštěvnosti by měly být tím hlavním ukazatelem výsledku zmíněného zápasu.

Kdyby se Hannah Arendtová narodila do dnešní doby, možná by byla zklamaná, že naše téměř bezbřehá a zákonem garantovaná svoboda médií není zárukou lepší informovanosti lidí, a že neposkytuje lidem dostatečnou imunitu před vábením totalitních praktik, které chtějí současné problémy řešit vládou silné ruky a omezením názorové plurality.

Přestože se doba změnila a totalitní režimy 20. století jsou nenávratnou minulostí, některé [myšlenky](#) Hannah Arendtové stojí za to, abychom si je znovu připomněli. *"Totalitarismus začíná pohrdáním a zpochybňováním všeho, co máme. Pak přichází názor: "Věci se musí změnit, jedno jak. Cokoli bude lepší, než to, co máme." Tenhle druh masové nálady totalitární vládcí dokážou využít a prezentovat tak, že se lidem docela zalíbí (...) Totalitarismus apeluje na velice nebezpečné emociální potřeby lidí, kteří žijí v izolaci a ve strachu před ostatními."* Nepřipomíná vám to něco?

Příběh jednoho inzerátu

15. květen 2017

Když 2. května vrcholila roztržka ve vládní koalici a premiér Bohuslav Sobotka oznámil, že jeho vláda podá demisi, druhý den vyšly na stránkách českých deníků celostránkové inzeráty s portrétem ministra financí umlčeného lepící páskou s výrazným nadpisem „PROČ?“ Za otázkou „Proč nás chce ČSSD dostat z vlády?“ následoval text obviňující premiéra a ČSSD z četných hříchů, z nichž tím hlavním byl způsob privatizace OKD.

Není účelem této glosy citovat celý inzerát. Jeho zveřejnění však stojí za pozornost. Tak především: inzerát nebyl otištěn jen v denících Mafry ovládaných Agrofertem, tj. v MF Dnes, Lidových novinách a v pražském Metru, ale také v Právu, Blesku a Deníku. Hospodářské noviny inzerát neotiskly. Zda se tak stalo záměrně, protože zadavatel inzerce to nechtěl, nebo zda Hospodářské noviny odmítly inzerát zveřejnit, není známo.

Zajímavé však bylo, že deníky Blesk a Deník z věty inzerátu: „...OKD, kde pan Sobotka se svými přáteli Bakalou a Pokorným připravili víc než 43 000 hornických hodin o střechu nad hlavou...“ [vypustily](#) jména Bakala a Pokorný. Vysvětlit se to dá dvěma způsoby. Tím prvním je tiskový zákon, který sice praví, že „vydavatel neodpovídá podle tohoto zákona za pravdivost údajů obsažených v reklamě a v inzerci.“ Ovšem na druhé straně „nedotčena zůstává odpovědnost vydavatele podle zvláštního právního předpisu,“ přičemž oním zvláštním předpisem je kromě jiného trestní zákoník.

Zatímco Bohuslav Sobotka je veřejně činná osoba, která dle názoru Ústavního soudu musí akceptovat větší míru veřejné kritiky než jiní občané, podnikatel Bakala a advokát Pokorný by mohli vznést žalobu kvůli pomluvě nejen na zadavatele reklamy, ale i na vydavatele periodika. Z tohoto pohledu je rozhodnutí šéfredaktora Deníku Tomáše Skřivánka logické: „Nechali jsme z inzerátu po dohodě s klientem vyndat jména Bakala a Pokorný.“

Je však také možné, že zaměstnanci vydavatelství Czech News Center CNC (Blesk) a Vltava Labe Media VLM (Deník) se rozhodli, buď po konzultaci, nebo z vlastní vůle, chránit zájmy svých šéfů. Jména Zdeněk Bakala a Radek Pokorný jsou známá ze světa obchodu

a velkých financí, do něhož patří i vlastníci obou médií. CNC kontrolují finančníci Daniel Křetínský a Patrik Tkáč. VLM je přes kyperskou společnost ve vlastnictví skupiny Penta, jejíž investory zastupuje podnikatel Marek Dospiva. Těmto lidem by možná mohlo vadit, kdyby jejich potenciální kolegové či partneři v byznysu byli v jejich médiích stavěni na pranýř.

Tím však historie inzerátu nekončí. Internetový publicista [Patrick Zandl](#) navrhl vlastní variantu odpovědi na Babišův inzerát: k portrétu Andreje Babiše držícího se za hlavu připsal „PROTO... protože jste podváděl s dotacemi a daněmi...“ Víceméně ze zvědavosti se Zandl obrátil na MF Dnes s poptávkou na umístění svého inzerátu. Po krátkém váhání deník patřící Agrofertu, se zveřejněním souhlasil. Zandl však – kromě vysoké ceny – narazil na další překážku, kterou je zákon o financování politických stran přijatý v loňském roce.

Přišlo se totiž na to, že právě dnem 2. května, kdy Sbírka zákonů zveřejnila rozhodnutí prezidenta o datu podzimních parlamentních voleb, začala volební kampaň, která nyní podléhá přísnějším pravidlům. Aby dostal podmínkám zákona, musel by se Zandl u nového úřadu v Brně registrovat jako tzv. třetí strana účastníci se volební kampaně a musel by si založit zvláštní transparentní účet. Proto svůj experiment vzdal.

Při této příležitosti se zjistilo, že i Babišův inzerát s otázkou Proč? byl také volební kampaní, jejíž náklady a výdaje se musí hradit ze speciálního volebního účtu. Cena, kterou hnutí ANO či jiný zadavatel za zveřejnění Babišova inzerátu zaplatil, se odhaduje na jeden a půl milionu korun. A že ty peníze z volebního účtu nedorazily? V rozhovoru pro DVTV to ministr označil za nepodstatnou administrativní chybu, kterou není problém napravit.

Když se přilévá oleje do ohně

26. červen 2017

Jednou ze zastávek první zahraniční cesty amerického prezidenta Donalda Trumpa byl 25. května Brusel. Trump sem dorazil poté, co navštívil Saudskou Arábii, Izrael a Řím, kde se setkal s reprezentanty tří velkých náboženství – islámu, judaismu a křesťanství. Ještě před zasedáním severoatlantického paktu NATO na nejvyšší úrovni se Donald Trump v Bruselu sešel s vrcholnými představiteli Evropské unie a Evropského parlamentu.

Tentýž den večer se na webu německého zpravodajského týdeníku Der Spiegel objevila zpráva s titulkem: [„Němci jsou zlí, velice zlí“](#) s doplňující informací: *„Při setkání se špičkami EU Donald Trump podrobil Německo masivní kritice. Její znění se Spiegel dozvěděl z kruhů, které se schůzky zúčastnily.“*

Autor článku v textu sice naznačil, že Trumpova kritika se týkala hlavně přebytku obchodní bilance Německa (*„Podívejte se na milióny aut, které Němci v Americe prodávají. Hrozné. To zastavíme.“*), jenomže titulek byl jednoznačný: mířil na celé Německo a na všechny jeho obyvatele. Být Němcem, také bych se urazil.

Tisková agentura DPA sice varovala své abonenty, že mluvčí obou prezidentů, tj. Donalda Trumpa a prezidenta EU Donalda Tuska existenci výroku o zlých Němcích dementovali, ale skandální téma už bylo na světě. Téměř žádné německé médium neodolalo pokušení se o něm zmínit. *„Trump měl Němce pojmenovat jako „zlé, velmi zlé““* napsal [Die Welt](#). Bulvární deník [Bild](#) šel ještě dále: *„Jste zlí, velice zlí! Trump zaútočil na Německo.“*

Ale bylo tomu tak doopravdy? Média i čtenáře měl už varovat anonymní zdroj zprávy. Der Spiegel zřejmě lovil zdroje mezi evropskými poradci, kteří se schůzky s americkým prezidentem zúčastnili. Jejich šéf předseda Evropské komise Jean-Claude Juncker druhý den musel na tiskové konferenci situaci uklidňovat. Americký prezident prý neřekl, že se Němci chovají špatně, ale když došlo k polemické výměně názorů o německém přebytku obchodní bilance, označil ho za „špatný“, v angličtině „bad.“ Němečtí novináři si však pro anglické slovo „bad“ vybrali jako překlad nikoli slovo „špatný“ (schlecht), ale přídavné jméno „zlý“ (böse). Aby titulek byl

přitažlivější, využili předchozích zkratkovitých vyjádření amerického prezidenta na sociální síti twitter, a adjektivum „zlý“ přisoudili všem Němcům

Z dětských let si pamatuji na pohádkovou příhodu o poslovi, který zachránil život odsouzenci, když ve vzkazu "popravit, nelze udělit milost" změnil čárku ve větě tak, že jeho poselství znělo: "popravit nelze, udělit milost." Média, která jsou poslem zpráv o okolním světě, mají podobnou moc. Drobným detailem, špatným překladem, posunem významu slov a vlastní interpretací výroků mohou upravit, ne-li dokonce deformovat naše vnímání světa.

Mohou konflikty vznikající z nedorozumění, z předsudků či negativních emocí tlumit, ale mohou je i rozněcovat. Zvláště v napjatých situacích může jedno zlé slovo či zlá karikatura působit jako rozbuška nepředvídaných událostí. Neklidný Blízký Východ je toho důkazem. Naštěstí my žijeme v poměrně stabilním prostředí, v němž silná slova končí jen u verbálních konfliktů. Zatím. Je však smutné, že do ohně doutnajících svárů v dnešní neklidné době přilévají olej nejen nové internetové servery, které na peprných „klikbajtových“ titulcích založily svůj obchodní úspěch, ale i tradiční média pokládaná za seriózní.

Jeden nedávný příklad z domácí scény. Když si čtenář přečte na úvodní stránce Lidových novin palcový titulek „Němci pokutují české vlaky,“ napadá ho: co nám to ti Němci zase dělají, co si na nás Merkelová vymyslela? Přitom zpráva, kterou Lidové noviny umístily jako otvírák sobotního vydání, neměla s národností ani s politikou nic společného, protože popisovala obchodní spor německých a českých drah. Jenomže prodávejte noviny s titulkem „České dráhy budou platit Deutsche Bahn penále.“ Zlí, pokutující Němci – to je jiná káva.

Nejmenovaný zdroj – ano či ne?

7. srpen 2017

V jedné z četných přestřelek války, kterou vede Donald Trump s médii, americký prezident nedávno vytáhl na „fake media“ novou zbraň – znovu poukázal na nespolehlivost zdrojů, které novináři využívají. Munici mu poskytl televizní zpravodajský kanál CNN, který musel v červnu z webu [odstranit](#) nepravdivou informaci od anonymního zdroje.

Podle této zprávy měl Kongres vyšetřovat existenci ruského investičního fondu s vazbami na lidi z Trumpova okolí. Konkrétně se mělo jednat o Anthony Scaramucciho, který se shodou okolností o měsíc později stal komunikačním šéfem Bílého domu. Jak se později ukázalo, informace se nezakládala na pravdě, nebyla ověřená, pocházela pouze od jediného zdroje. CNN se za nepravdivou zprávu [omluvila](#), přiznala, že v tomto případě byla porušena redakční pravidla. Dva redaktori s editorem, který zprávu nekontroloval, podali výpověď, aby štít CNN zůstal čistý i pro budoucí bitvy s Bílým domem.

Scaramucci omluvu [přijal](#): „CNN udělala správnou věc. Každý dělá chyby. Jedeme dál.“ Ovšem jeho šéf Donald Trump nezapomněl a v polovině července [sdělil](#) 35ti milionům lidí, kteří jeho účet na twitteru sledují: „Pamatujte si, že když uslyšíte v prolhaných médiích slova "zdroje říkají," tak tyto zdroje jsou často vymyšlené a neexistují.“

Američtí novináři se tomuto osočení brání a poukazují na to, že Donald Trump, který všechny nepříznivé zprávy o sobě označuje jako „fake news“, žádá od novinářů něco, co je proti povaze jejich poslání – informovat veřejnost včetně těch zpráv veřejného zájmu, které by někdo rád utajil. Ředitel kanceláře Bílého domu Reince Priebus letos v únoru na semináři o etice, který organizoval Poynter institut, [razil zásadu](#), že média by měla přestat využívat nejmenované zdroje: „Jestliže lidé nejsou ochotni přidat jméno ke svému výroku, pak by se taková citace neměla vůbec objevovat.“

Američtí novináři takový požadavek samozřejmě odmítli. Na více příkladech ukázali, jak nejmenovaný zdroj vedl k odhalení kauzy, jejíž pravdivost později potvrdily i zdroje jmenovité. Trumpovi

připomněli, že když potřeboval zdůvodnit odvolání šéfa FBI, také on využil nejmenované zdroje z investigativního materiálu nadace [Pro Publica](#). Jeho útoky na média vyprovokovaly v amerických médiích debatu na dané téma, v níž zazněly i sebekritické hlasy novinářů. Zvláště kvůli lehkomyšlnému zacházení s nejmenovanými zdroji v okamžiku, když reportér cítí, že by mu mohly přinést novinářského sólokapra. Některé zásady, vyšlé z diskuse o tom, jak seriózně zacházet s nejmenovanými zdroji, se dají použít i u nás.

Za prvé, počet uvedených zdrojů zvyšuje důvěryhodnost sdělení. Jeden zdroj nestačí, je třeba ověřovat. Za druhé, zdroje, které předpovídají a tvrdí, že by se „něco mohlo stát“, nejsou příliš důvěryhodné. Taková informace je na hranici spekulace a některý zdroj ji může poskytnout novináři se záměrem ovlivnit budoucí vývoj. Obecná definice zdroje "z dobře informovaných kruhů" nestačí, to může být kdokoli. Proto je lepší zdroj blíže identifikovat, například „z policejního ředitelství“ nebo „z ministerstva či z nějakého úřadu.“ Záleží také na médiu a na osobě novináře, který nejmenovaný zdroj cituje. Tradiční velká a zavedená média mají tu výhodu, že s nimi úřady a instituce často komunikují, takže jejich zdroje, včetně těch nejmenovaných, lze přijímat větší důvěrou. Záleží však také na autorovi, zda se v minulosti osvědčil jako posel ověřených a pravdivých zpráv.

Novináři se shodli na tom, že bez nejmenovaných zdrojů se žurnalistika dělat nedá. Čtenář by však k nim měl přistupovat s opatrností. Nejlepší prověrkou pravdivosti tvrzení nejmenovaného zdroje prý bývá následná reakce. Jestliže lidé, kterých se informace od zdroje týká, nejsou ochotni se k ní postavit čelem, a jestliže místo přímé a jasné odpovědi nabídnou výmluvy, neurčité odmítání včetně pokusu o dehonestaci autora a média, pak většinou je to znamení, že se novinář a jeho nejmenovaný zdroj trefil do černého.

Od Gutenberga k Zuckerbergovi

18. září 2017

Přiznávám, že titulek, který vedle sebe staví vynálezce knihtisku a tvůrce Facebooku, není původní. Použil ho před pěti lety do názvu své [knihy](#) o internetu britský novinář a bloger John Naughton. Nad oběma jmény se nedávno [zamyslel](#) také esejista Niall Ferguson v časopise Foreign Affairs, když srovnal účinky vynálezu knihtisku s účinky internetu.

Našel podobnosti v tom, jak oba vynálezy narušily hierarchickou síťovou komunikaci řízenou z centra tím, že vytvořily horizontálně distribuované sítě s nezávislými uzly a komunikačními přechody. Necítím se být odborníkem na teorii sítí. Zaujala mne však časová shoda rozšíření knihtisku s mohutným nástupem Lutherovy reformace, která na rozdíl od husitství o sto let dříve se rozlila do celé Evropy.

Martin Luther napadal nadřazenost duchovního stavu nad světským a nesouhlasil s tím, že jedině církev smí vykládat Písmo. Dnes se asi už nedopátráme, do jaké míry vynález knihtisku s hromadnou produkcí psaného slova přispěl k tomu, že Lutherovy myšlenky o vztahu člověka k Bohu, který už nepotřebuje jako prostředníka církev, podnítily chiliastická hnutí, při nichž lidé přestali věřit tomu, co jim říkali kněží, a nekriticky přijímali a šířili nová poselství směřující k nápravě poměrů a spáse světa.

Často to byla poselství, jež vedla k náboženským válkám trvajícím dlouhá desetiletí, než se situace uklidnila, než se nová víra etablovala a znovu zavedla hierarchickou strukturu komunikace, v níž jurodiví kazatelé a proroci byli odsunuti do nevýznamných disentuujících koutů komunikačních sítí.

Každá historická paralela je zjednodušením svého druhu. Ale když porovnám dopady dvou revolučních událostí mající vliv na systém hromadné sociální komunikace, tedy vzniku knihtisku a internetu, nacházím zde podobnosti v tom, jaký měly vliv na myšlení a chování lidí. Tehdy centrální autorita církve, dnes centrální autorita masových médií zastoupená pluralitou profesionálních komunikátorů, obě ztratily svou dominantní roli v systému masové sociální komunikace.

Dnes se každý může stát komunikátorem, producentem sdělení vyslaného do světa. Každá sebebláznivější myšlenka, každý bizarní nápad dnes najde cestu do světa globální komunikace a najde také svého čtenáře, posluchače, diváka. Také dnes máme jurodivé kazatele a hlasatele chiliastických pravd, kteří nám předkládají alternativní pohledy na svět, často provázené alternativní fakty majícími k pravdě daleko.

Také dnes jim lidé věří nemajíce dostatek zkušeností s novou, dosud nepoznanou realitou. Zvláště když nová sdělení se halí do podoby seriózních zdrojů. Podobně jako ve středověku se tištěný novinový leták příliš nelišil od psaného listu ze skriptorií klášterů, dnes elegantně a seriózně vyhlížející webová stránka hlasatele alternativních pravd se nijak neliší od webů seriózních a zavedených médií.

V nových situacích a v měnícím se prostředí člověk často tápe, neví, jak má reagovat; nemaje zkušenosti, často podlehne klamu, který mu v konečných důsledcích přinese jen zklamání a utrpení. Tenkrát ve středověku ve formě náboženských válek, dnes v 21. století ve formě nekompetentních vlád a následků špatných rozhodnutí, u jejichž počátku byla naše neinformovaná a chybná volba.

Ale právě tyto negativní zkušenosti mohou vést k vystřízlivění, k zapojení kritického rozumu, k tomu, čemu se říká mediální gramotnost. Vláda a školy se nám ji snaží nalít do hlavy vzdělávacími programy a institucemi bojujícím proti dezinformacím a tzv. fake news. Já si však myslím, že imunitu proti virové nákaze falešných proroctví, dezinformací a hoaxů musíme získat především my sami, na základě svých vlastních, i těch špatných, zkušeností. Že to není jen zbožné přání, ukázala nedávná studie Reutersova institutu, podle níž jen čtvrtina respondentů plně důvěřuje sociálním sítím. Zpravodajská média na tom sice nejsou o moc lépe, věří jim čtyřicet procent dotazovaných, ale trend se začíná obracet v jejich prospěch.

V zajetí algoritmů

30. říjen 2017

Jen málo lidí z miliardové komunity dnešních uživatelů internetu a webu – přičemž je dobré vědět, že internet a web není jedno a totéž – si pamatuje na první jednoduché vyhledávače informací rozesetých v globálním kyberprostoru. Jména WAIS, Veronika, Gopher, ale i prvních plnotextových vyhledávačů AltaVista, Lycos dnes už nikomu nic neříkají. Byly však na začátku vývoje, na jehož konci je Google, vyhledávač, který dnes na západní polokouli používá snad každý, kdo si potřebuje „vygooglit“ nějakou informaci.

Už první vyhledávače řešily problém, jak seřadit vyhledané soubory obsahující zadaná slova, přeměněná do řetězce čísel ASCII kódů. Který odkaz zařadit na první, druhé a další místa? Řešením byl algoritmus, naprogramovaný návod, jak soubory hodnotit. Je hledané slovo v názvu adresy webu? Nachází se v titulku? Nebo v prvním odstavci? Jak často se slovo v souboru vyskytuje? Taková byla počáteční primitivní kritéria, na jejichž základě se rozhodovalo, který odkaz se objeví na prvním místě seznamu či obrazovky.

Revoluci přinesl v roce 1998 vyhledávač Google, který začal hodnotit nalezené soubory podle dalších hledisek. Jak často se odkaz na soubor vyskytuje na jiných webových stránkách? Jak často na něj lidé klikli? Jsou tyto stránky součástí nějaké větší navštěvované databáze? Jak jsou aktuální? V jakém jazyce a v jakém teritoriu se nacházejí? To všechno bere Google v úvahu a dává nám pocit, že na vrcholu nabízeného seznamu vyhledaných odkazů nacházíme přesně to, co potřebujeme.

Dnes má algoritmus Googlu přes dvě stě kritérií, včetně signálů, které se týkají nejen vyhledané stránky a jejího okolí, ale také chování uživatele, který dotaz zadal. Nejen Google, ale i další vyhledávače a také další internetové služby včetně sociálních sítí, se nám snaží vyjít vstříc a podbízejí se nám s nabídkou, o které předpokládají, že o ni budeme mít zájem. To vše na základě předem naprogramovaných algoritmů, které jsou tajné, jsou předmětem obchodního tajemství. Neboť kdyby autoři webových stránek věděli, jak vyhledávač jejich stránky vyhodnocuje, zcela určitě by se snažili těmito postupům

přizpůsobit a chtěli by se tak nezaslouženě i s nekvalitním obsahem prodat do čela vybraných.

Algoritmy mediálních služeb, které se snaží uživatelům nabízet obsah šitý na míru, jsou na jedné straně užitečné jak pro spotřebitele, tak pro mediální společnosti, i pro zadavatele reklamy. Na druhé straně však mají negativní dopad: přispívají k politické polarizaci tím, jak z nekonečné nabídky obsahů a informací dávají přednost těm, o kterých algoritmus předpokládá, že leží v oblasti našich zájmů a v mezích našeho vkusu. Tím nás vlastně uzavírají do jakési informační bubliny.

Kromě toho je tu nebezpečí, že mediální služby poháněné ziskovými motivy mohou upřednostnit ve svých algoritmech obsahy pouze jednoho populárního názorového zaměření. Jak se ukázalo, vymyšlené a negativní zprávy získávají větší návštěvnost, než informace seriózní. Jestliže algoritmus se nastaví systémem: čím více kliků, tím lepší a žádanější zdroj, pak není divu, když se na našich mobilních zařízeních u vyhledávačů objevují nabídky bulvárních webů, ne-li dokonce těch, které mají pověst šířitelů neseriózních informací a propagandy.

Facebook letos v létě a teď na podzim i v Česku vedle základní nabídky novinek (news feed), umístované v hlavním sloupci a čerpané z okruhu přátel a sledovaných osob, zařadil do levého sloupce odkaz na novou službu „průzkumník příspěvků“ (explore feed). To proto, aby facebookový uživatel občas vystrčil hlavu z okruhu svých přátel a známých a rozšířil své informační obzory. Když jsem tuto službu poprvé vyzkoušel, vyskočil na mne odkaz na web AC24, který příliš nemusím. Byla to asi náhoda, ale přesto mi občas vadí, když mi Google na základní obrazovce podsouvá odkazy na články, o které nemám zájem.

Existuje proti algoritmům obrana? Podle mého názoru stačí potlačit zvědavost, na nabídku, která vám nesedí, neklikat. Je třeba dát najevo, že o tohle zboží zkrátka nemáte zájem. Třeba si to algoritmus po nějaké době zapamatuje a příště nabídne něco jiného.

Co je a co není mrhání veřejnými penězi

11. prosinec 2017

Letos se už po dvanácté udělovaly výroční ceny [Křišťálová lupa](#) za nejoblíbenější a nejzajímavější projekty a služby českého Internetu. Hodnotilo se ve čtrnácti kategoriích, o cenách rozhodovalo hlasování veřejnosti a názory odborných porot. Ceny se udělovaly v divadle Archa poslední listopadový den. Už měsíc před tím se však odehrála na sociální síti twitter zajímavá polemická přestřelka, kterou odstartoval redaktor zpravodajského serveru irozhlas.cz Michal Žák výzvou: „Budu rád, když podpoříte @iROZHLAScz v @Kristalovka. Myslím, že jsme odvedli kus práce. Předem díky za každý hlas!“

Jeho výzva byla adresovaná veřejnosti, protože zpravodajství patří do kategorie, o níž nerozhoduje porota, ale hlasováním uživatelé internetu. Na Žákův tweet zareagoval šéfredaktor ekonomického portálu ihned.cz Miloš Čermák [odpovědí](#): „Neřekl bych, že je naplněním role veřejnoprávního rozhlasu dělat zpravodajský web, sorry. Kus práce za peníze, které na to nejsou určeny.“ Poté se rozvinula poměrně dlouhá diskuse, v němž se střetávaly názor typu: „Není důvod mrhat veřejnými penězi na něco, co zvládnou soukromé firmy“ s odpověďmi: „Když už platíme ty poplatky, tak ať z toho aspoň něco užitečného je.“

Čermákovy argumenty nepostrádají logiku. Server irozhlas.cz je svým způsobem konkurencí zpravodajského webu Hospodářských novin, který si na sebe musí vydělat návštěvností a reklamou, zatímco Český rozhlas hospodaří s veřejnými penězi. Na druhé straně se dnes žádná rozhlasová či televizní stanice, včetně těch veřejnoprávních, neobejde bez internetu a webových stránek doplňujících a popularizujících jejich služby.

V Německu rozhlas a televize ARD a ZDF hospodaří s násobně většími prostředky než ČRo nebo ČT. Při vytváření internetových služeb se němečtí veřejnoprávní vysílatelé rozmáchli do šíře, která začala vadit těm, kteří se snažili na webu uplatnit s podobnou nabídkou. Proto v roce 2003 sdružení provozovatelů soukromého vysílání a telemédií VPRT podalo [stížnost](#) Evropské komisi na to, že ARD a ZDF porušují pravidla hospodářského soutěže, zejména ustanovení o nedovolené státní podpoře.

Výsledkem tříletého vyjednávání byla dohoda, podle níž ARD a ZDF některé služby, které šly nad rámec povinností stanovených zákonem, například u sportovního zpravodajství, u videa na vyžádání nebo u nabídek nesouvisejících s vysíláním, musely ze svých serverů odstranit. Pokud však zpravodajské servery ARD a ZDF pouze druhotně využívaly informace, které získaly v rámci přípravy rozhlasového a televizního vysílání, pak bylo vše v pořádku.

Domnívám se, že zpravodajský server irozhlas.cz se pohybuje v mantinelech [těchto pravidel](#). Na jedné straně irozhlas.cz možná ubírá část čtenářů jiným zpravodajským webům, na straně druhé zcela určitě jim neubírá reklamy, které na webu Českého rozhlasu nejsou. Kromě toho irozhlas.cz poskytuje veřejnou službu také tím, že jeho čtenáři jsou ušetřeni bulvárních a skandalizujících témat a titulků, kterými jsou kvůli zvýšení návštěvnosti vyšperkovány úvodní webové stránky i těch seriózních, tzv. mainstreamových médií

Tím, že o Křišťálové lupě v kategorii zpravodajství rozhoduje hlasování internetových uživatelů, zdejší cena je tudíž – podobně jako u Českého slavíka – spíše cenou popularity, než výsledkem hodnocení podle odborných kritérií. Možná také proto nováček na webu irozhlas.cz skončil na sedmém místě, když to letos opět vyhráli zavedení matadoři: redakce DVTV vedená dvojicí Drtinová/Veselovský před zpravodajstvím idnes.cz. Ovšem odborná porota, která rozhodovala v kategorii projekt roku, umístila irozhlas.cz na třetí místo.

Jen tak na okraj: V roce [2013](#) získal Křišťálovou lupu v kategorii „obsahová inspirace“ tým datové žurnalistiky serveru ihned.cz. O rok později se s ním vydavatelství Economia – zřejmě z úsporných důvodů – rozloučila. Naštěstí lidi, kteří vytvářejí novinářské projekty založené na analýze dat, [zaměstnal](#) Český rozhlas. Podle mého názoru to byly dobře vynaložené prostředky, žádné mrhání peněz.

Dobrý úmysl, problematické provedení

22. leden 2018

Od začátku roku mají německá média kromě sestavování vlády ještě jedno žhavé téma – zákon „ke zlepšení prosazování práva v sociálních sítích“ označený jako NetzDG. Podle tohoto zákona mají sociální sítě od 1. ledna přísněji posuzovat obsah příspěvků svých uživatelů. Konkrétně se to týká sociálních sítí Facebook, Twitter, YouTube a Snapchat.

Zákon vyvolal rozporné reakce. Na jedné straně veřejnost chápe, že pokud na sítích dochází k porušování zákona, jako je veřejné vyzývání a schvalování trestných činů, podněcování k nenávisti, publikování krutého násilí a pornografie, šíření pomluv, vyhrožování zločinem apod., že by se s tím něco mělo dělat. Na druhé straně se ukazuje, že zákonodárce řadu věcí nedomyslel, což ukázala praxe prvních lednových dnů.

Podobně jako některé komentáře v Německu, také v českých médiích se o tomto zákonu mluví jako o zavedení cenzury. V žádném případě však nejde o klasickou cenzuru. Sociální sítě příspěvky svých uživatelů nekontrolují a o své vůli necenzurují. Podle nového zákona však musí v případě, když někdo podá stížnost na obsah, který odporuje německým zákonům, a když tento obsah je „zjevně protiprávní“, během 24 hodin zasáhnout a daný příspěvek vymazat, jinak jim hrozí pokuta.

Když sociální sítě začaly od 1. ledna jednat podle zákona, největší poprask vyvolalo zablokování twitterového účtu poslankyně Alternativy pro Německo AfD Beatrixe von Storchové. Příčinou byl tweet, kterým von Storchová reagovala na novoroční výzvu kolínské policie, jež – na základě zkušeností z loňského Silvestra – požádala veřejnost o klid, respekt a toleranci ve čtyřjazyčném provedení, včetně arabské verze. Storchová to komentovala slovy: *„Jak to, že oficiální policejní web NRW tweetuje arabsky? Chcete tím uchlácholit barbarské muslimské masově znásilňující hordy mužů?“*

S poukazem na paragraf 130 trestního zákona o podněcování nenávisti vůči skupinám obyvatel kvůli jejich národní, etnické, rasové nebo náboženské příslušnosti Twitter toto sdělení vymazal. Kromě toho zablokoval von Storchové její twitterový účet na dvanáct hodin.

Nebyl to jediný případ, kdy Twitter nebo Facebook oznámily uživateli, že jeho příspěvky nejsou v souladu se zákonem, a proto se odstraňují.

Jak ukázala praxe, vyskytly se případy, kdy Twitter odstranil i takové obsahy, které se „zjevně protiprávním obsahem“ neměly co do činění. Byl to i případ satirického časopisu Titanic, jemuž Twitter smazal ironickou reakci na texty von Storchové, přestože v ní Titanic neměl jakoukoli výzvu k nenávisti. Provozovatelé sociálních sítí ze strachu před pokutami přitvrdili natolik, že preventivně začali mazat sdělení, které jejich algoritmy a personál vyhodnotily jako nezákonné. Začaly se vynořovat i další nedostatky zákona, například nemožnost v případě neoprávněného smazání zprávy dosáhnout v rámci zákonem zavedené mimosoudní procedury nápravy, uživatel se musí obrátit na soud.

Kromě toho i před vydáním zákona bylo možné se prostřednictvím soudů bránit proti nenávisti, falešným informacím a pomluvám na síti. Problém byl v tom, že rozhodování soudů trvalo příliš dlouho. Aby se proces „čistění sítí“ od nezákonného obsahu urychlil, zákon ho svěřil do rukou provozovatelů sítí. Otázkou však je, zda mimosoudní procedury v rukou soukromých společností neohrožují liberální pojetí svobody projevu, které toleruje názorovou pluralitu, jakkoli může být kontroverzní. A také, zda se situace nedala řešit jinak, například vytvořením specializovaných soudů, které by rozhodování urychlily.

V německém bundestagu se dnes formuje koalice složená z FDP, Zelených, strany Linke a zřejmě i AfD, která pravděpodobně navrhne zrušení NetzDG. Současná vláda však odmítá o věci jednat, dokud se v červnu nevyhodnotí zkušenosti prvních šesti měsíců. Možná doufá, že pozitivní účinky zákona převáží nad jeho nedostatky. Třeba že sociální sítě ve spolupráci s judikaturou soudů svoje rozhodování zkvalitní natolik, že už se nestanou případy mazání nezávadných obsahů, že se tak stane jen v případech prosazování platného práva.

Poučení ze Švýcarska

12. březen 2018

V době, kdy útoky ze strany politiků na média u nás sílí, ve Švýcarsku proběhl plebiscit, v němž se občané této země rozhodli svá veřejnoprávní média podpořit. Stalo se tak při hlasování o lidové iniciativě [No-Billag](#) navrhuující zrušení rozhlasového a televizního poplatku, z něhož se financují veřejnoprávní rozhlas a televize SRG/SSR. Billag je dceřiná společnost polostátního Swisscomu, která vybírá rozhlasový a televizní poplatek 451 CHF ročně, což přepočteno na koruny činí 9900 Kč ročně, měsíčně našich 830 Kč.

Popud k iniciativě No-Billag dala před třemi lety skupina mladých třicetiletých politiků, tedy příslušníků generace, která si už zvykla konzumovat audiovizuální obsah z internetu, nikoli z televize. Jedním z podnětů byla i změna vysílacího zákona, podle níž bude platit poplatek každá domácnost. Po ohlasu, který získali na facebooku, se mladí politici rozhodli využít jeden z nástrojů švýcarské přímé demokracie, tzv. [Volksinitiative](#), lidovou iniciativu, která se od referenda liší tím, že se nevyjadřuje k předloženým zákonům, ale navrhuje změny, které následně vláda a parlament musí do podoby zákonů přeměnit.

V průběhu roku 2015 se jim podařilo sehnat sto tisíc podpisů nezbytných pro konečné hlasování. Ještě před tím text návrhu, který rušil povinnost placení poplatků, prověřil a jeho soulad se zákony přezkoumal úřad kancléře, tedy náš úřad vlády. Po sebrání podpisů se k návrhu vyjadřovaly obě komory parlamentu. Jak Národní rada, tak Rada států návrh [nedoporučily](#); jedinou politickou stranou, která iniciativu podpořila, byla pravicová nacionalistická Lidová strana SVP. Stanovisko parlamentu k lidové iniciativě mělo však jen doporučující charakter. Celá procedura trvala skoro dva roky, což uvádím jako připomínku všem, kteří horují pro přímou demokracii a dávají Švýcarsko za vzor, aniž by tušili, že tato přímá demokracie má řadu brzd a pojistek daných ústavou.

[Vášnivá debata](#) o tom, zda zrušit či ponechat rozhlasový a televizní poplatek, která se rozpoutala vloni na podzim v parlamentu a na sociálních sítích, se příliš nelišila od debat, které se na toto téma vede také u nás. Na jedné straně důraz na veřejnou službu, kterou

SRF/SSR poskytuje, od původního švýcarského obsahu a podpory místní kultury, vysílání pro menšiny, provozování lokálních studií, přes nebulvární zpravodajství a také sjednocující prvek existence SRG/SSR, který přispívá k soudržnosti federálního čtyřjazyčného státu.

Na straně druhé poukazování na pronikavé změny, kterými v době internetu a digitalizace mediální scéna prochází, a při nichž koncept vysílání veřejné služby ze sedmdesátých let zastaral. To vše doprovázeno obvyklou kritikou molocha plýtvajícího veřejnými prostředky, odmítáním platit na něco, „na co se nekoukám“, až po poukazování na nedostatky ve vysílaném programu a na vysoké platy managementu.

Zatímco ještě na podzim to vypadalo, že iniciativa No-Billag sice u švýcarských občanů neuspěje, ale hlasování bude těsné, [výsledek](#) z neděle 4. března překvapil. No-Billag odmítlo 71,6 procent voličů. Jen 28,4 procent hlasovalo pro zrušení poplatků, což znovu potvrdilo zkušenost, že hlasitá aktivistická menšina v politice, na internetu či sociálních sítích, nemusí vždy reprezentovat většinovou společnost, i když to sama o sobě tvrdí.

K posunu veřejného mínění v neprospěch iniciativy, k němuž došlo od podzimu, přispěla nejen masívní vysvětlovací kampaň dotovaná zájmovými skupinami, které se snažily veřejnosti připomenout vše, co pro ni SRG/SSR dělá, ale také neschopnost zastánců iniciativy představit „plán B“, tedy jak by se mělo pokračovat, kdyby se poplatek zrušil.

O tom, že iniciativa [No-Billag](#) se ve Švýcarsku stala důležitým politickým tématem, svědčí nadprůměrná účast na hlasování 54,4 procenta voličů, tedy téměř na stejné úrovni, jako když se před čtyřmi lety hlasovalo o [přistěhovalcích](#) (55,8 procent). Vláda se začala vážně zabývat restrukturalizací SRG/SSR a parlament snížil poplatek ze 451 na 365 švýcarských franků ročně.

Raději hodnotit pravdu a lež než objektivitu

23. duben 2018

Letos v únoru, bez většího zájmu médií, Ústavní soud [zrušil](#) rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání RRTV a následné rozsudky Městského soudu a Nejvyššího správního soudu, na jejichž základě musela televize Nova zaplatit pokutu za porušení vysílacího zákona. Konkrétně se jednalo o [paragraf 31](#) odstavec 3 zákona 231/2001, který všem provozovatelům vysílání ukládá povinnost zajistit „*aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivit a vyváženosti a zejména nebyla (...) jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti...*“

O co v tomto případě šlo? Redaktory televize Nova zaujalo, že Kněžské bratrstvo sv. Pia, jeden z výstředních dogmatických proudů současného katolicismu, vydal leták či brožuru, kde se předepisuje, jak by se měli chovat a oblékat lidi do kostela. Na uvedené téma vznikla [reportáž](#) vysílaná 24. srpna 2012 večer v Televizních novinách, která humornou, sarkastickou, obrazem částečně zesměšňující formou o pravidlech brožury informovala.

Členové RRTV, kteří bdí nad dodržováním zákona v rozhlasovém a televizním vysílání, se rozhodli udělit televizi Nova [pokutu](#) 200 000 Kč. Dnes už se asi nedozvíme, co vedlo členy RRTV k udělení pokuty, zda neúspěšnost předchozích upozornění na jiné předpojaté a jednostranné reportáže Novy, nebo ohled na city věřících, nebo věcné argumenty vyčítající zpravodajskému příspěvku: „*zohlednění pouze jednoho pohledu na danou problematiku, ignorování případných argumentů protistrany, která nedostala v reportáži odpovídající prostor, a nezasazení do kontextu běžné praxe...*“

Televize Nova napadla rozhodnutí Rady žalobou u Městského soudu v Praze, který ji v září 2013 zamítl. A protože Nova [neuspěla](#) ani v říjnu 2014 u Nejvyššího správního soudu, obrátila se na Ústavní soud kvůli porušení svého práva na svobodu projevu.

Tak se vlastně vůbec poprvé v historii dostal před Ústavní soud případ spojený s nešťastným paragrafem vysílacího zákona o

objektivitě a vyváženosti. Proč nešťastným? Protože objektivita se dostala do zákona o vysílání přes protesty některých právníků upozorňujících na obtížnou přezkoumatelnost právnícky nesnadno uchopitelného pojmu. Že poslanci vedeni dobrými úmysly protlačili do vysílacího zákona požadavek objektivity, by možná nebylo nic tak špatného, kdyby zůstal v rovině deklarace cílů.

V takové podobě se objevuje například v německé nebo rakouské legislativě. Je tu ještě jeden háček. Zatímco německý zákon vyžaduje objektivitu a vyváženost pouze od vysílatelů veřejné služby, u nás její požadavek platí pro všechny provozovatele vysílání. Kromě toho za porušení odstavců 2 a 3 paragrafu 31 o objektivitě může regulátor vysílání udělovat nemalé sankce (10 tisíc až 5 milionů Kč), které mohou mít likvidační účinek.

Naštěstí RRTV k většině stížností přistupuje s tolerancí, snaží se ve správním řízení aplikovat kritéria věcné správnosti a nestrannosti. Kromě toho proti rozhodnutí RRTV existuje možnost opravného prostředku u soudů, které – jak ukázal i případ Novy – některá přísná rozhodnutí Rady dokážou korigovat.

Dnes se však stále častěji dozvídáme o stížnostech veřejnosti a následných správních řízeních RRTV kvůli nedodržování objektivity a vyváženosti. Jednou údajně chybí ve vysílání ČT o amerických volbách, jindy v pořadech Jaromíra Soukupa na TV Barrandov, naposledy v rozhlasových reportážích Janka Kroupy o Agrofertu. Namísto aby kritici daných médií jásali nad tím, že se jejich odpůrcům dostane od Rady zaslouženého trestu, měli by se spíše zamyslet, zda obsahová regulace vysílacích médií, kdysi zdůvodněná potřebou vnitřní plurality v podmínkách omezeného množství vysílacích kanálů, by se ve věku digitalizace a internetu neměla změnit.

Například tak, jak to funguje u tištěných médií, jejichž množství a rozmanitost nabízí široké spektrum informací a názorových proudů, z nichž si čtenář může vybírat podle své libosti. Když se v jejich obsahu objeví nepravdy či fauly, netrestá je žádný regulátor, ale nezávislé soudy, které nehodnotí objektivitu, ale na prvním místě pravdu a lež.

Facebook na europranýři

4. červen 2018

„Jak chcete, aby na vás lidi vzpomínali? Jako na jednoho ze tří internetových gigantů spolu s Bill Gatesem a Steve Jobsem, kteří obohatili náš svět? Nebo jako na génia, který vytvořil digitální monstrum ničící naši demokracii? To je otázka, kterou byste si měl položit.“

S touto otázkou se na Marka Zuckerberga obrátil europoslanec Guy Verhofstadt jako jeden z pozvaných lídrů parlamentních frakcí, kteří 22. května v Bruselu se šéfem Facebooku [diskutovali](#) o problémech jeho podniku a o ochraně osobních dat. [Slyšení](#) v Evropském parlamentu se konalo ve stejném týdnu, v němž v Evropě vstoupilo v platnost nařízení na ochranu dat známé pod zkratkou GDPR – General Data Protection Regulation.

Zájem evropských zákonodárců o Zuckerberga vyvolala [aféra](#) společnosti Cambridge Analytica, o níž se letos v březnu svět dozvěděl, že v roce 2016 využívala data o padesáti milionech lidí získané poloilegálně od uživatelů Facebooku pro politický marketing, jehož cílená [manipulace](#) možná ovlivnila zvolení Donalda Trumpa americkým prezidentem. Zuckerberg po zkušenostech s nepříjemnými otázkami, kterým byl [vystaven](#) měsíc před tím v obou komorách amerického Kongresu, původně nechtěl do Evropy přijet, nabízel jen telekonferenci, později však souhlasil.

V úvodním projevu se Zuckerberg nejen omluvil za chyby, které se staly v minulosti, ale také se pochlubil úspěchy v boji s falešnými profily a při ochraně získávaných dat. Poté, co výzkumník Cambridgské univerzity prostřednictvím zábavné aplikace stáhl z Facebooku miliony osobních dat, Facebook nyní prověřuje tisíce aplikací, které těžily z informací umístěných na Facebooku. Aplikace se dnes přísně prověřují a mají přístup jen k základním údajům (jméno, profilový obrázek, úvodní fotka, pohlaví, uživatelské jméno, ID uživatele).

Zuckerberg zdůraznil úspěšný [boj Facebooku s terorem](#), při němž se daří likvidovat 98 procent profilů a komunikací spojených s teroristickými útoky a jejich přípravou. To vše s pomocí umělé inteligence počítačových algoritmů, jejichž zjištění prověřují dvě

stovky zaměstnanců Facebooku. Přenosy a videa násilných činů či oznámených sebevražd jsou prý schopni zlikvidovat během několika hodin. Zuckerberg přiznal, že jeho lidé byli trochu pomalí při odhalení cílených akcí snažících se ovlivnit prezidentské volby v USA 2016. Na druhé straně tyto zkušenosti pomohly zjistit a zablokovat 30 tisíc falešných profilů zaměřených na francouzské prezidentské volby o rok později.

Tím ale příliv pozitivních informací skončil. Ty negativní začaly na Zuckerberga přšet z dotazů přítomných europoslanců, na něž šéf Facebooku odpovídal vyhýbavě, s neurčitými sliby do budoucnosti. Velkou část tvořily otázky týkající se osobních dat a jejich zpracování pro marketingové a reklamní účely. Zuckerberg se hájil tím, že vytváření spotřebitelských profilů patří k základům jeho služby, která se snaží vyjít vstříc uživatelům nabídkou komunikace s přáteli, s lidmi a se službami, o něž se zajímají. Proto se každý klik, každý lajk, a všechny aktivity vyhodnocují. Vyhnul se odpovědi na existenci tzv. stínových profilů, které si Facebook vytváří i pro neuživatele služby na základě informací, jež se od uživatelů dozví.

Řada otázek zůstala z časových důvodů [bez odpovědi](#); proto nespokojení europoslanci získali slib, že jim Zuckerberg odpoví písemně. Jednou z takových otázek bylo, zda skončí propojování dat z dalších služeb a sítí, které Facebook vlastní, tj. Messenger, WhatsApp a Instagram. Podle názoru poslanců takové propojení ohrožuje soukromí uživatelů a vytváří nebezpečný monopol. Jak se dalo očekávat, písemná odpověď byla negativní. Propojení je prý v zájmu spotřebitele. Reklamní a marketingové zájmy tedy opět zvítězily.

Zda se Facebook stane digitálním monstrem ničícím demokracii, bude záležet nejen na tom, zda a jak ho zkrotí regulace, ale také na tom, jak se ho naučíme používat. Protože k manipulacím jsou třeba dva: ten, kdo manipuluje, a ten, kdo se nechá zneužít a manipulovat. Kvůli GDPR Facebook dnes musí nabízet více možností, jak si uživatel může ochránit své [soukromí](#). Bohužel ne každý si ho zatím ještě dokáže uhlídat.

Pojďme si říct, jak je to doopravdy

16. červenec 2018

Anglické sousloví fact-checking znamená „ověřování faktů“, které by mělo být běžnou praxí v každé redakci. Každý údaj, každou informaci by měl redaktor či editor zkontrolovat a ověřit natolik, aby nedošlo k tomu, čemu se říká novinářská kachna, tedy zpráva neověřená, falešná, nepravdivá. Proč právě kachna? Protože zkratka N. T. pro latinské „non testatum“, „neověřeno“, kterou se kdysi dávno v Německu označovaly zprávy, jejichž zdroj byl pochybný, se v jazyce našich sousedů čte jako „enté“, die Ente, neboli kachna.

V době digitálních médií se z [fact-checking](#) stala nová samostatná disciplína, která je svým způsobem jednou z odnoží žurnalistiky. Její počátky se dají vystopovat v redakčních blozích novin, v akademické sféře a v neziskových organizacích anglosaského světa, které si předsevzaly, že výroky a sliby politiků podrobí testu pravdivosti spočívajícím na konfrontaci jejich tvrzení s ověřitelnými fakty. Dnes se ověřování faktů věnují desítky organizací z celého světa, z nichž některé se sdružily v mezinárodní síti IFCN – International Fact-Checking Network. Pod patronací renomovaného amerického novinářského institutu Poynter čtyřicítka členů IFCN, kteří přijali zásady společného kodexu, dnes kontrolují a prověřují nejen politiky, ale také zdroje a šířitele falešných zpráv v médiích, na internetu a sociálních sítích.

Z pěti zásad [kodexu](#), z nichž tou první je požadavek nestrannosti a poctivosti, tři žádají transparentnost a otevřenost. Zaprvé transparentnost zdrojů sloužících k prověřování pravdivosti faktů, dále transparentnost financování a také otevřenost a průhlednost metodologie, jakou daná organizace při ověřování používá. Všem těmto podmínkám vyhovělo neziskové a dobrovolnické sdružení [Demagog.cz](#), které vzniklo před šesti lety jako studentská iniciativa při brněnské Masarykově univerzitě, a do dnešního dne za ním stojí převážně mladí lidé a studenti.

Demagog.cz, který je jediným zástupcem z České republiky v IFCN, [hodnotí](#) především projevy politiků. Nevšímá si jejich názorů, ale vybírá si ověřitelná tvrzení, která jsou postavená na faktech, jež lze dohledat, ať už jde o věcné údaje k tématu, o dřívější vyjádření či

hlasování o zákonech, nebo historické události. Takto vybrané pasáže projevů pak řadí do čtyř kategorií: pravda, nepravda, zavádějící tvrzení, nelze dohledat.

Stále rostoucí počet webových stránek, které nám slibují, že prověří fakta a uvedou věci na pravou míru, je reakcí na zvyšující se počet nepravdivých, zavádějících a falešných zpráv v mediálním prostoru, které se pak šíří na sociálních sítích. Jak se ukazuje, ne všechny zachovávají neutralitu hodnocení a žádná z nich si nemůže nárokovat absolutní nestrannost.

S prověřováním faktů je to podobné jako s běžnou žurnalistikou, jejímž důležitým nástrojem vlivu je nastolování agendy, tedy výběr témat k publikování. Také u fact-checking záleží na tom, co a koho si vyberete k prověřování, jaká tvrzení z projevů politika se rozhodnete podrobit kontrole, zda se zaměříte na formální a nevýznamná pochybení, která pak v součtu nepravd vytvoří dojem neserióznosti apod. Také fact-checking podléhá ideovým východiskům a názorovému zaměření těch, kteří ho provádějí.

Tím však nemá být snižována prospěšná a užitečná činnost, kterou kolektivy nadšenců prověřujících fakta, vykonávají. Naopak, ověřování faktů je důležitou, i když jen jednou z více hrází proti záplavě zkreslených zpráv, polopravd a lží v prostoru sociální komunikace. Jenom je třeba mít na paměti a neustále kriticky vyhodnocovat, kdo, kde a s jakým záměrem fact-checking vykonává.

Vloni se na českém webu objevila stránka mujdemagog.cz. Autor, který si stěžuje na lži v médiích, proti kterým není obrana, její vznik popisuje slovy: „Napadlo mě to, když jsem se koukal na ten skvělý web Demagog.cz. Řeknou, kdo kdy mluvil pravdu a kdo nepravdu. Někdy se seknou, pravda. Někoho neověří. Ale jinak jsou fajn. A tak jsem si řekl, že si udělám takového vlastního Demagoga.“

Po tomto úvodu s titulkem „Pojďme si říct, jak je to doopravdy“ autor webu, lépe řečeno jeho tým, vyvrací jednadvacet lží, které prý kolují v médiích. Ti, kteří by chtěli vědět, kdo za webovou stránkou www.mujdemagog.cz stojí, nechť tuto stránku navštíví. Těm, kteří právě teď nejsou připojeni k internetu, napoví iniciály autora: A.B.

Slova, která mohou ublížit

27. srpen 2018

„U lavice dítě stálo, z plna hrdla křičelo. Bodejž jsi jen trochu málo, ty cikáně, mlčelo!“ Všichni známe začátek balady Polednice z Erbenovy sbírky Kytice. Proč jsem si na ni vzpomněl? Protože se ve veřejných diskusích znovu a znovu vrací nezodpovězená otázka, zda a do jaké míry zlá a nenávistná slova mohou ublížit nejen psychicky, ale i fyzicky, a proto by měla být v médiích masové komunikace zakázána nebo penalizována.

Zatímco když se dříve mezi čtyřma očima lidé pohádali a padla ostrá slova pronesená v afektu, vyřídilo se vše v soukromí. Když se dnes na Facebooku objeví výhrůžky, jsou dostupné když ne všem uživatelům sítě, tak přinejmenším širokému okruhu spřátelených osob, čímž se urážka či výhrůžka stává věcí veřejnou, ne-li dokonce trestnou.

Stalo se letos na jaře, že jeden čtenář napsal do facebookové diskuse k příspěvku redaktora Ondřeje Kundry: „Zmetek od pohledu“ a „Zastřelit zm*da!!!“ Protože v [trestním zákoníku](#) existuje paragraf 353 trestající „nebezpečné vyhrožování“, redakce Respektu se obrátila na policii s ohlášením trestného činu. Policie případ [odložila](#) a zaštitila se rozhodnutím Ústavního soudu, podle něhož osoby veřejné, tedy i novináři, musí snést vyšší míru kritiky a mají nižší práh ochrany osobnosti než ostatní občané. Jak nedávno Ondřej Kundra [sdělil](#) České televizi, vyšší složky státního zastupitelství tento případ stále prověřují, takže se z něj možná stane modelový precedens.

Nebylo by to však poprvé, kdy někdo byl potrestán za to, že vyhrožoval novináři. Svě si užil moderátor Primy Karel Voříšek, kterého [pronásledoval](#) psychopat podepisující se jako Taťka Šmoula s výhrůžkami, ať vypadne z obrazovky, nebo že si na něj počká a „zmaluje mu obličej, že ho nikdo nepozná“. Pachatele se podařilo vypátrat a vloni na jaře odešel od soudu s půlročním podmíněným trestem.

O tom, že **pronesená slova na internetu mohou vyvolat neočekávanou a nechtěnou reakci**, existuje řada důkazů. Příkladem může být aféra [Pizzagate](#), která se odehrála kolem prezidentské volby

v USA. Konspirační teoretici si z ukradených e-mailů Demokratické strany zveřejněných na WikiLeaks odvodili, že sýrová pizza („cheese pizza“ CP) je zakódovaným výrazem pro dětskou pornografii („child pornography“ CP) a že lidé ze štábu Hillary Clintonové navštěvují pornografické doupe, které se maskuje jako pizzerie. Došlo to tak daleko, že uvedenou pizzerii navštívil se zbraní v ruce mladík, aby zjednal pořádek. Samozřejmě že nic nenašel a případ musela řešit policie.

Nebylo náhodou, že v případě Pizzagate se aktivně angažoval také Alex Jones, provozovatel webu [Infowars](#), ultrapravicový radikál, který nevěří nikomu a ničemu, co pochází od elit. Za vším vidí spiknutí a konspiraci. Například obvinil vládu USA z podílu na teroristickém útoku na dvojčata z roku 2001, zpochybnil přistání Američanů na Měsíci, atentát na bostonský maraton v roce 2013 byl podle něj zastíracím manévrem americké vlády, střelba na základní škole v Sandy Hooks v roce 2012 naaranžovanou akcí úřadů a těch, kteří jsou proti držení střelných zbraní.

Případ starý šest let má dnes soudní dohru. Rodiče jedné z obětí ze Sandy Hooks, které Jones obvinil, že všechno jenom sehráli, se stali obětí stalkerů, právě takových, jako byl mladík, který uvěřil Pizzagate a šel zachraňovat týrané děti. Letos v srpnu došla šéfům Apple a Facebooku trpělivost a Jonese [vykázali](#) z platforem Facebook, YouTube a Spotify, takže Jones přišel o distribuci v sociálních sítích, nikoli o své webové stránky.

Vraťme se však k Erbenově Polednici. Jak známo, matka v rozčilení vykřikla: „*Pojd' si proň, ty polednice, pojd', vem si ho, zlostníka*“, aniž to myslela vážně. Jak příběh dopadl, známe z povinné školní četby, polednice se náhle zjevila a dítě zemřelo.

A tak mě napadá, uvědomují si všichni ti, kteří dávají průchod svým emocím a vypouštějí do prostoru nenávistná slova a útočné výzvy, jež často nejsou míněny vážně, protože pouze ventilují nesouhlas či osobní frustraci z konfrontace s odlišnými názory, že jejich slova mohou ublížit nejen psychicky, ale i fyzicky? Třeba když je nějaký labilní jedinec vezme vážně...

Novináři a sociální sítě - nástroj, či hračka?

8. říjen 2018

Stalo se den před nedávnou návštěvou našeho prezidenta v Německu. Zpravodaj Českého rozhlasu Pavel Polák na svém soukromém facebookovém profilu podlehl pokušení pochlubit se informací získanou off the record, tedy neoficiální cestou, a [napsal](#): „Návštěva Miloše Zemana v Berlíně je podobná té před pěti lety. Ovšem s tím rozdílem, že teď s ním letí i tři lékaři a čtyři zdravotní sestry.“

Když se to prezident dozvěděl, nenechal si ujít příležitost, aby rozhlasového zpravodaje, který své tvrzení nemohl doložit jinak než údajně spolehlivým zdrojem, několikrát - v rozhovoru pro rozhlasovou stanici Frekvence 1, v interview pro Blesk, a dokonce i při tiskové konferenci - zesměšnil bonmotem: Sestřičky prý nejsou čtyři, ale je jich šest a tvoří harém pro všechny členy delegace. Kromě toho se kvůli této fámě rozhodl zakázat Pavlu Polákovi přístup na závěrečnou tiskovou konferenci.

Pavel Polák si nejprve na Facebooku posypal hlavu popelem, když [napsal](#), že svému zdroji sice důvěřuje, ale „protože informace nesplňuje kritéria ověřitelnosti ze dvou zdrojů, neměla se v této podobě objevit ani na mém oficiálním facebookovém účtu zpravodaje Českého rozhlasu“. Později se prezidentovi na stejném místě výslovně omluvil. A protože veřejná omluva přišla i od vedení zpravodajské redakce Českého rozhlasu ve večerních zprávách, prezident svůj zákaz účasti rozhlasového redaktora na tiskové konferenci odvolal.

Novinář Jindřich Šídlo na jiné sociální síti Twitter k tomu [podotkl](#), že Polákův případ je dalším vyvrácením v redakcích oblíbené teze, že snad existuje něco jako „soukromý účet“ novináře. Věděl, o čem mluví. Také on se kdysi, když pracoval v České televizi, možná domníval, že osobní profil na Facebooku je jeho soukromou záležitostí. Vymstilo se mu to v okamžiku, když v jedné diskusi napsal, že „čínská velvyslankyně paní Chu je arogantní bába“.

Možná by jeho komentář zůstal bez povšimnutí, psal se rok 2009, a Facebook ještě nedosáhl takového rozšíření jako dnes. Jenomže Šídlovy poznámky si všiml tehdejší redaktor Haló novin Milan Rokytka - ano, právě ten, který se v lednu opil v Zemanově

volebním štábu - a vznikla z toho stížnost na adresu ČT. Případ řešila Rada ČT a šéf zpravodajství Milan Fridrich [rozeslal](#) redaktorům dopis, v němž vyzýval: „*Respektujte fakt, že pokud vystupujete v sociální síti svým veřejně známým jménem, vaše vystupování musí být v souladu s kodexem a redakčními pravidly ČT.*”

Přestože některé redakce mají své speciální kodexy pro chování redaktorů na sociálních sítích, někteří novináři - bohužel i šéfredaktoři - se stále domnívají, že když vyhradí své statusy jen pro přátele na síti, pak je jejich facebookový profil soukromou věcí, na němž si mohou psát, co chtějí. Jenomže praxe ukázala, že i ten „soukromý status“, zvláště když dotyčný je napojen na desítky či stovky přátel, je vždy statutem veřejným.

Novináři mají tu smůlu, že jsou osobami veřejnými - výslovně to [uvedl](#) i náš Ústavní soud. Tedy osobami, které mají závazky nejen vůči svému zaměstnavateli, ale také ve vztahu k široké veřejnosti, ke svým čtenářům, posluchačům, divákům. Někdo může namítnout: Co udělal Pavel Polák tak špatného, že se za to musel omlouvat? Chtěl pouze informovat posluchače nad rámec svých rozhlasových výstupů. Jenomže při tom zřejmě zapomněl, že se jako novinář ani na sociálních sítích nemůže vyvléct ze své profese, a že by tedy měl dodržovat standardy profesionální žurnalistiky, tedy dbát na přesnost, správnost a ověření zprávy. Neboť skutečně **neexistuje nic takového jako „soukromý účet“ novináře.**

Americké novinářské sdružení [ASNE](#) (American Society of News Editors) nechalo v roce 2011 zpracovat příručku shrnující nejrozličnější kodexy renomovaných médií. Příručka formulovala [deset základních pravidel](#), podle nichž by se novináři měli chovat na sociálních sítích. Kromě známých tezí týkajících se veřejnosti komunikace, nezbytnosti dodržovat stejná pravidla jako při redakční práci, požadavku transparentnosti, odpovědnosti vůči zaměstnavateli a dalších věcech, jedno z pravidel novinářům připomíná: Sociální sítě jsou pro vás nástrojem, nikoli hračkou na hraní.

Zprávy, které jinde nenajdete

19. listopad 2018

Když se reportéři pořadu Newsroom ČT24 zeptali předsedy Rady pro rozhlasové a televizní vysílání Ivana Krejčího, co říká novému zpravodajství TV Barrandov s názvem **Moje zprávy**, odpověděl: „*Budeme i na základě diváckých stížností ten pořad monitorovat. Jestli ta analýza to vyhodnotí, že to nenaplnuje znaky zpravodajství, tak potom přistoupíme k dalším krokům.*“ (4. minuta [záznamu](#))

Od 29. října se mohli televizní diváci seznámit s dalším, údajně osmým pořadem televize Barrandov, v němž vystupuje její majitel **Jaromír Soukup s názvem Moje zprávy**. Proč tenhle pořad, který se vysílá po osmé hodině večer a říká si zpravodajství, vznikl, může mít několik důvodů.

Tím jedním je snaha naplnit podmínky [licence](#), kterou dceřiné společnosti firmy Empresa Media udělila Rada pro rozhlasové a televizní vysílání v roce 2013 poté, co Jaromír Soukup odkoupil Barrandov od třineckého oceláře Tomáše Chrenka. Tehdy měl Soukup s televizí velké plány. Najal si do jejího vedení [Vladimíra Železného](#), někdejšího ředitele televize Nova. Z televize Barrandov chtěl udělat plnohodnotného konkurenta silné trojky ČT, Novy a Primy. Měl to být televizní program se všemi typy pořadů, včetně zpravodajství, publicistiky, dokumentů, filmů, seriálů, zábavy, pořadů pro děti. To vše se dostalo do licenčních podmínek.

Vladimír Železný [opustil](#) TV Barrandov po necelých pěti měsících. Když ani nová ředitelka nedokázala dostat podnik z červených čísel, a když v září 2015 do Empresy vstoupil čínský investor, Jaromír Soukup se rozhodl, že se ujme ředitelování sám. Jenomže Číňané po dvou letech Empresu opustili, a tak televize Barrandov postupně omezila výrobu drahých původních pořadů a soustředila se na převzaté formáty lokalizované do českých podmínek typu Soudkyně Barbara či Nebezpečné vztahy.

Každý televizní praktik vám řekne, že **nejlevnějším televizním pořadem je talk show**: dva či více lidí sedící či stojící ve studiu, kteří diskutují o nějakém problému. Není třeba výjezdů do terénu, pracného natáčení záběrů v interiérech a exteriérech, není třeba střížen,

ozvučení, nemusí se platit honoráře za autory nebo účinkující. Hodinová vysílací doba se dá naplnit studiovou besedou za zlomek nákladů koncipovaného původního pořadu. A tak se od roku 2017 začaly na barrandovské stanici množit studiové pořady, v nichž postupně účinkoval jejich majitel a ředitel.

Začalo to pořadem [Týden s prezidentem](#), pokračovalo [Duelem](#), [Instinkty](#), [Arénou](#) až po pozdější [Kauzy Jaromíra Soukupa](#). Tradiční televizní žánry v podobě filmů a seriálů začaly z programu mizet, při šetření nákladů došlo letos v létě i na zpravodajství. Někdejší Naše zprávy televize Barrandov poslední červencový pátek skončily. Vznikl problém, protože licence výslovně uvádí, že součástí vysílání má být „denní zpravodajský přehled (několikrát denně)“. Za neplnění licenčních podmínek se může licence odejmout. Proto jedním z důvodů vzniku nových [Mých zpráv](#) je pokus o dodržení podmínek licence, pokus o záchranu programu TV Barrandov.

Dalším důvodem může být záměr Jaromíra Soukupa vydláždít si cestu k politickému vlivu, ne-li k politické kariéře. Možná si chce zvolit cestu, kterou před ním nastoupili jiní podnikatelé. Možná si Jaromír Soukup uložil řeholi každodenního vystupování na obrazovce dobrovolně, nejen aby zlevnil provoz své stanice, ale protože by rád svoji popularitu získanou neskrývaným populismem využil v politice. Své publikum už si našel. Jsou to lidé zklamaní životem a naštvaní na vládu a na ty „nahore“, kterým Jaromír Soukup každý večer nabízí orwellovskou čtvrt hodinku lamentací na poměry, kterými okomentuje téměř každou informaci. **Otázkou je, zda je to ještě zpravodajství.**

Jaromír Soukup nedávno uvedl svůj nový pořad [slovy](#): „*Vítám vás u zpráv, které jinde nenajdete.*“ Má pravdu, takové zprávy jsou skutečně unikátní. Bude zajímavé sledovat, jak se vysílací rada ke zpravodajství, v němž je více názorů než zpráv, postaví.

Jedno je však jisté, Jaromír Soukup se zřejmě své vlivové televizní agentury jen tak nevzdá. Kdo ví, proč se letos přejmenoval program Barrandov Family na [Barrandov News](#)? Aby se dalo přejít na program, jehož licence pravidelné zpravodajství nevyžaduje?

Do nového roku s novým deníkem

19. listopad 2018

Před dvaceti devíti lety se v trafikách objevily Lidové noviny jako list navazující na předválečnou tradici deníku, do něhož psal Karel Čapek a jiní uznávaní autoři. Od ledna 1990 vycházely LN dvakrát týdně, od dubna 1990 jako regulérní deník. Někdejší kriminalizovaný zdroj informací se stal populárním periodikem.

Připomeňme si, že **Lidové noviny** roku 1990 vznikly ze samizdatu, potajmu rozmnožovaného na četných kopírkách, který od ledna 1988 vycházel pravidelně jednou za měsíc. Přetahovaná s Federálním úřadem pro tisk a informace, který opakovaně odmítal žádosti o registraci, skončila v září 1989, když Jiřího Rumla a Rudolfa Zemana zatkla policie a zahájila jejich trestní stíhání na základě paragrafu 100 trestního zákona o pobuřování.

Policejní vazba obou redaktorů skončila v bouřlivém listopadovém týdnu roku 1989 tak, že na jeho konci mohli vystoupit na masové demonstraci na Letenské pláni. Prosincové vydání měsíčníku Lidové noviny vyšlo už v tištěné podobě sponzorované darovaným papírem ze zahraničí. Proдало se téměř 600 tisíc výtisků za 2 Kčs. Tento mimořádný výkon v mimořádné době se dal jen těžko zopakovat v dobách, kdy se situace uklidnila, a kdy zájem o revoluční události vystřídal každodenní starosti života.

Přesto však ještě první číslo deníkového vydání LN vyšlo v nákladu 360 tisíc výtisků. Řadu měsíců se počet prodaných výtisků Lidových novin vyjadřoval šestimístným číslem, ale během tří let přišel propad; hranici sta tisíce prodaných výtisků se později podařilo překonat už jen krátce na přelomu tisíciletí.

První signál o tom, že Lidové noviny nevyužijí svoji výhodnou startovací pozici a zařadí se na druhé až třetí místo v žebříčku tzv. seriózních deníků (bulvár se nepočítá) přišel v okamžiku, když prezident Václav Havel, jeden ze zakladatelů obnovených Lidových novin si zvolil pro důležitá sdělení veřejnosti rozhovory nikoli v Lidových novinách, ale v konkurenční Mladé frontě. Lidové noviny tak poznaly lekci mediálního trhu: čtenáře novin zajímají na prvním místě zprávy a teprve na druhém místě názory.

V těchto dnech se do schránek předplatitelů a na stánky některých distributorů dostává nový tištěný deník, který si podle svého slovenského vzoru zvolil název „**Deník N**.“ Je to svým způsobem událost, neboť naposledy vznikl nový deník v Česku před třinácti lety, když bulvární týdeník Aha! začal vycházet s denní periodicitou.

[Deník N](#) je dalším z projektů, který reaguje na situaci v českých médiích poté, co nejčtenější listy ovládly firmy finančních magnátů a oligarchů, a proto od nich nelze očekávat žurnalistiku, která by nebyla ovlivněna zájmy jejich podnikání. Deník N se tak zařadil po bok jiných médií založených od roku 2014 novináři, kteří opustili „papírové“ redakce oligarchů a pokoušejí se získat přízeň čtenářů kritickou a nezávislou žurnalistikou.

Za všechny jmenujme [Echo24](#), [Reportér](#), [Hlídací pes](#), ale také [Neovlivni.cz](#) nebo [Forum24](#). Většinou jde o internetové projekty, z nichž jen některé mají tištěnou verzi. Reportér vychází jednou měsíčně a Echo24 je týdeník. Deník N je prvním deníkem, který to zkusí i na papíře, i když internetová plně placená verze bude pro něj ta hlavní, podle příkladu slovenského Denníku N, který po třech letech s koncepcí placeného obsahu uspěl tak, že přestal být ztrátový.

Otázkou je, zda český Deník N bude nabízet podobně jako na Slovensku obsah, za nějž budou ochotni čtenáři platit. Jak uvedl server Mediaguru, tištěnou verzi si v Česku zatím předplatilo něco kolem dvou tisíc lidí a za internetovou verzi zaplatilo sedm a půl tisíce zájemců. O budoucnosti projektu rozhodnou staré známé pravdy a zkušenosti. Noviny jsou od toho, aby přinášely nové zprávy o aktuálních událostech, nikoli ty recyklované v rozhovorech nebo v komentářích či fejetonech. Konec konců úspěch předválečných Lidových novin nebyl založen na vynikajících sloupcích Karla Čapka, ale na koncepci šéfredaktora Arnošta Heinricha a na desítkách dnes bezejmenných redaktorů, kteří šoupali podrážky při shánění nových zpráv, a kteří jako nosiči vody v cyklistickém týmu vytvářeli prostor pro úspěch hvězd.

Někdy mám pocit, že o hvězdy v nových nezávislých médiích dnes není nouze, ale nosičů vody není stále dost.

7. leden 2019

Půlkulaté výročí Novy

18. únor 2019

Jsou výročí velká a výročí malá, výročí kulatá a půlkulatá. Poté co jsme vloni vzpomínali na sto let od vzniku republiky a letos si budeme připomínat listopadový pád starého režimu, neměla by naší pozornosti uniknout některá výročí malá a půlkulatá.

Patří mezi ně [výročí](#) televize Nova, která začala vysílat před pětadvaceti lety v únoru 1994. Kdo bude chtít vyprávět příběh české společnosti, vydávající se po listopadu 1989 na cestu budování demokracie, svobody projevu a tržního hospodářství, nebude moci opomenout vliv, jaký na tehdejší společenské klima mělo vysílání první celoplošné komerční televize.

Vstup Novy na českou mediální scénu rezonoval s dynamickou a tehdy ještě optimistickou náladou veřejnosti poté, co vítězové voleb roku 1992 potvrdili odhodlání vybudovat prosperující společnost na základě svobodného trhu. Kdo chtěl jít s dobou a odhodit zátěž minulosti, kdo se chtěl stát členem velké rodiny mladých, silných a úspěšných, kterým patří budoucnost, ten sledoval Novu.

Videopůjčovnám klesly výpůjčky amerických akčních filmů. Mládež se zajímala o problémy svých současníků z Beverly Hills a chtěla být jako čágo belo šílenci z hitparády ESO. Starší generace roztáčela odpoledne Kolotoč a večer před spaním se bavila seriálem M.A.S.H. Filmy začala přerušovat reklama. Veřejnost unavená politikou uvítala zpravodajství Novy, které místo schůzí dávalo prostor skandálům a katastrofám a snažilo se přistihnout veřejné činitele v nedbalkách.

Během několika měsíců Nova ve sledovanosti překonala oba programy České televize a strhla na sebe šedesátiprocentní podíl na televizním trhu. Když v roce 1997 začalo měření peplemetry, ukázalo se, že podíl Novy není zase tak veliký, ale stále se pohyboval kolem padesáti procent. Hlad po programech a pořadech, které byly dlouhá léta mimo dosah českých diváků, byl velký. Satelitní televize byla ještě v plenkách. Americké seriály zajišťovaly Nově špičkovou sledovanost téměř po celá devadesátá léta.

K [historii Novy](#) však patří také kauza, na které se česká společnost dodnes štěpí: měl Vladimír Železný s televizí, již pomáhal vybudovat, právo opustit investora Ronalda Laudera, nebo to bylo tak, že když s licenci odešel od servisní společnosti ČNTS, investora okradl, protože znehodnotil jeho investici, za což český stát [zaplatil](#) deset miliard korun?

Připomeňme si další vývoj. Jiří Šmejc, který v srpnu 1999 poskytl peníze na přestěhování Novy na Barrandov, se v roce 2002 dostal pod tlak Kellnerovy PPF. Původně nepřátelské převzetí vyústilo v dohodu Kellner-Šmejc, podle níž se Nova stala majetkem PPF se Šmejcovým menšinovým podílem. PPF zaplatila Železného arbitrážní dluh, Novu očistila od soudních sporů, zbavila se Železného a nakonec Novu v roce 2005 se ziskem [prodala](#) zpátky Lauderově CME. Říká se, že Lauder kupoval Novu od PPF za peníze, které vysoudil na českém státu. To je pravda jenom částečná. Za vyhranou arbitráž inkasovala CME 358,6 milionu dolarů, Novu kupovala zpět za 900 milionů dolarů.

V roce 2006 začal ústup z byznysové slávy majitele Novy, společnosti [CME](#) provozující televize v řadě zemí východní Evropy. Nákupem Novy se CME těžce zadlužila, za dva roky přišla krize a výnosy pokulhávaly za očekáváním. Od problémů s neschopností platit dluhy zachránil CME vstup mediálního giganta Time Warner. Čas od času proniknou do médií zprávy o ochotě Warner Media stanice CME rozprodávat. Zatím se to podařilo jen v [Chorvatsku](#). Prodeje [slovinských](#) a [bulharských](#) stanic narážejí na odpor regulátorů. Kupujícími jsou totiž většinou oligarchové, kteří by mohli ohrozit hospodářskou soutěž. Také česká Nova je prý na prodej. Kdo by měl zájem o českou Novu, o tom se zatím jen spekuluje.

Nova však už není tím, co bývala. Výsledky měření [za rok 2018](#) ukázaly, že v souhrnné kategorii diváků starších patnácti let je Česká televize co se týče sledovanosti svých pěti programů s podílem na publiku ve výši 30,13 procenta na tom lépe než Nova, která rovněž provozuje pět volných programů, a dosáhla jen na 29,05 procenta. V zájmu spravedlnosti je však třeba říci, že k vítězství České televize přispívají hlavně senioři a že z obchodního hlediska má Nova stále perspektivnější publikum.

Budou se regulovat i youtubeři?

1. duben 2019

Přestože jsme dnes a denně přesvědčováni kritiky Evropské unie, že naše životy ovládají úředníci z Bruselu a legislativa přijímána na půdě EU, jsou oblasti života, které zůstávají plně pod kontrolou národních států. Patří mezi ně kultura.

Článek 167 [Smlouvy o fungování EU](#) sice počítá s unijní podporou kulturních projektů, které přispívají „k rozkvětu kultur členských států a přitom respektují jejich národní a regionální různorodost“, nicméně výslovně vylučuje „harmonizaci právních předpisů členských států.“ Tedy žádná nařízení, žádné směrnice, které by normovaly kulturu členských zemí.

V [základních smlouvách](#) Evropské unie nenalezneme ani jednou slovo „médiá.“ Zřejmě proto, že média jsou součástí národních kultur promlouvající k lidem v různých státech různými jazyky. Přesto však EU některá média reguluje. Tato výjimka vznikla v osmdesátých letech minulého století, když televizní vysílání díky satelitní a kabelové distribuci začalo překračovat hranice národních států.

Protože pohyblivý obraz je srozumitelný i bez znalosti jazyka, a protože komerční televize měly zájem o mezinárodní distribuci svých produktů, nehledě na velký zájem lidí o sledování zahraničních programů, na půdě tehdejších Evropských společenství **převládá názor, že televizní vysílání není jen kultura, ale také služba.**

Tím to začalo. Volný pohyb služeb na vnitřním trhu patří mezi čtyři základní svobody EU, tj. svobody volného pohybu zboží, osob, služeb a kapitálu. Pro služby – zde pro televizi – platí totéž, co pro zboží, které - aby se mohlo volně přesunovat na vnitřním trhu - musí odpovídat dohodnutým technickým či hygienickým normám. Tak v roce 1989 vznikla [směrnice](#) známá jako „Televize bez hranic,“ která na jedné straně zaručila všem televizním programům **volný oběh po státech Unie**, ale na straně druhé **stanovila některá pravidla** ve věci vysílání reklam, ochrany mládeže, lidských práv.

Připomeňme si, že v roce 1989 Evropská společenství měla patnáct členských států a směrnice se týkala osmdesáti televizních programů. O patnáct let později se EU rozšířila na dvacet pět

členských států s téměř tisícovkou televizních kanálů, a internet se mezitím stal dalším distribučním médiem. Evropská unie se tehdy rozhodla „televizní“ směrnici novelizovat a zahrnout do ní servery, které nabízejí filmy a videa on-line na internetu.

Tak vznikla v roce 2007 [upravená směrnice](#) s novým názvem [AVMS](#) - o audiovizuálních mediálních službách ([kodifikované znění](#) je z roku 2010). Pro nově zahrnuté služby začaly platit víceméně stejné povinnosti jako pro televize, tedy zákaz reklam na cigarety, omezení reklamy na alkohol, ochrana mládeže, nešíření nenávisti apod. Již tenkrát se objevovaly problémy s určením, pro které servery by uvedené povinnosti měly platit. Měly to být takové, jejichž služby „jsou určeny k příjmu podstatné části široké veřejnosti“ a které mají „hospodářskou povahu“, z čehož vyplynulo, že se to netýkalo platform, na které zdarma umísťovali svá videa samotní uživatelé internetu. Léta plynula a Komise před třemi léty navrhla, aby se směrnice opět revidovala, a to „s ohledem na vývoj trhu, technologií a na regulační praxi.“ Po dvouletém [projednávání](#) nová podoba směrnice vloni v listopadu vstoupila v platnost. Když se o ní [hlasovalo](#) v Radě EU, pět států bylo proti, dva se zdržely. Mezi těmi, kteří nesouhlasili, byla i Česká republika. Proč?

Směrnice se totiž rozhodla regulovat i „platformy pro sdílení videonahrávek“ zřejmě reagujíc na zvýšenou popularitu nejrozličnějších individuálních youtuberů a influencerů, kteří si z umísťování svých videí na web udělali dobrý byznys. Finsko, Irsko a Nizozemsko na to reagovaly společným stanoviskem.

Praví se v něm: Podporujeme jednotný digitální trh EU, podporujeme ochranu nezletilých a snahy bránit projevům nenávisti. Ovšem „**navržená regulace platform pro sdílení videonahrávek je obtížně kontrolovatelná a může způsobit nežádoucí vedlejší účinky a nepřiměřenou administrativní zátěž. Místo nadměrné regulace platform by se měl klást větší důraz na podporu kritické mediální gramotnosti a mediálního vzdělávání.**“

Naprostý souhlas. Pokud půjde vše podle stanovených pravidel, do dvou let by se zásady nové směrnice měly překlomit do českých zákonů. Jsem zvědav, jak to naši legislativci udělají.

Popularita není mírou hodnoty

13. květen 2019

Hlasování slovenských televizních diváků ve středu 1. května večer rozhodlo, že Největším Slovákem byl prohlášen Milan Rastislav Štefánik. Na druhém místě se umístil Ľudovít Štúr, třetí byl katolický kněz a charitativní pracovník Anton Srholec.

Slovenská veřejnoprávní televize se tak připojila k televizním stanicím, které odkoupily a využily televizní soutěžní formát BBC „Great Briton“ z roku 2002, z něhož tehdy vyšel jako vítěz sir Winston Churchill. O tři roky později se hlasovalo také v České televizi, odkud si palmu vítězství popularity odnesl český král a římský císař Karel IV.

Přidávaly se i další země: Ve Francii se na prvním místě umístil generál Charles de Gaulle. V Německu se soutěž jmenovala „Naši nejlepší“ a zvítězil v ní spolkový kancléř Konrad Adenauer. V USA to u televizních diváků vyhrál Ronald Reagan, ve Finsku generál Mannerheim, ve Španělsku král Juan Carlos, v jižní Africe Nelson Mandela, v Izraeli Jicchak Rabin. Vítězem se většinou stávali vládcí a politici, jen na Novém Zélandu anketu vyhrál vědec, fyzik, nositel Nobelovy ceny Ernest Rutherford.

V každé zemi, ve které podobná televizní anketa proběhla, se její průběh stal předmětem sporů a kontroverzí, jednak při výběru kandidátů a také při interpretaci výsledků. Ne jinak tomu bylo i na Slovensku, kde z hlasování dodatečně [vyřadili](#) Jozefa Tisa, odsouzeného prezidenta Slovenského státu v letech 1939-45.

Připomeňme, že hlasování probíhá podle pravidel licencovaného formátu, který předpokládá dvě fáze rozhodování: nominační a hlasovací. Nejprve se shromáždí návrhy od všech televizních diváků, kteří se rozhodli navrhnout někoho, o němž si myslí, že by se měl dostat do galerie významných osobností dané země. Tak vznikne žebříček podle počtu odevzdaných hlasů a ti, kteří se umístili v první desítce, postupují do další fáze. Každá osobnost dostane svého patrona a natočí se o ní televizní pořad.

V deseti jménech, která v lednu na Slovensku postoupila do závěrečného hlasování, se vedle historických legend Cyrila a

Metoděje a Jánošíka objevily osobnosti slovenských dějin Ľudovít Štúr, Milan Rastislav Štefánik, Andrej Hlinka, jakož i politici nedávné doby Gustáv Husák a Alexander Dubček. Byly zde však také celebrity: zpěvačka Marika Gombitová a cyklista Peter Sagan.

V BBC asi dobře věděli, proč se první desítka seřazuje [abecedně](#). Kdyby tomu tak nebylo, možná by vyšlo najevo, že tenkrát v roce 2002 – jak ukazovaly [průběžné výsledky](#) – se před všechny ctihodné osobnosti dostala princezna Diana, která nakonec skončila až [třetí](#). Možná, že něco podobného se stalo i na Slovensku s Peterem Saganem a Marikou Gombitovou. Gombitová však požádala o vyřazení z ankety z osobních důvodů, nahradil ji jedenáctý v pořadí parašutista Jozef Gabčík.

Konečné [hlasování](#) nakonec vyneslo do popředí Milana Štefánika, zatímco Peter Sagan skončil předposlední, když za ním byl už jen Jánošík. Bylo by zajímavé znát Saganovo umístění v první nominační fázi. Dokážu si přestavit, že katolický kněz Anton Srholec, který pomáhal bližním a neměl to snadné ani s bývalým režimem ani s církví, se pohyboval kdesi ve stínu populárního sportovce Petera Sagana.

Televizní formát BBC však prikazuje vyrobit o každém z první desítky televizní dokument, který je portrétem dané osoby s informacemi nad rámec povrchních znalostí, předávaných mýtů a rozhodování líbí/nelíbí. Pořady se vysílají v týdnech před závěrečným hlasováním, každá osobnost v něm dostane svého patrona. Jen tak pro zajímavost: Dubčekovým patronem byl hokejista Jozef Golonka, Andreje Hlinku obhajoval Ján Čarnogurský, Gustáva Husáka někdejší poslanec KSS Samuel Zubo.

Možná díky těmto pravidlům, které nutí hlasující seznámit se podrobněji s lidmi, z nichž vybírají toho nejlepšího, se nestala největší Britkou princezna Diana. Možná také proto se na třetí místo ankety Největší Slovák dostal katolický kněz Srholec a ne Peter Sagan.

Aniž bych chtěl Saganovy mimořádné sportovní výkony snižovat, okamžitá popularita totiž ne vždy odráží hodnoty, kterými daná osobnost k životu národa přispívá.

Když médiím chybí kritická sebereflexe

17. červen 2019

Před 26 lety se odehrál příběh, který se cituje v dějinách médií nejen ve Velké Británii. Jeho průběh se stal důkazem provázanosti médií a politiky. Kromě toho jeho vyznění nepříznivě poznamenalo prestiž a výsostné postavení BBC jako média veřejné služby.

V květnu roku 2003, dva měsíce poté, co Američané s podporou Británie zahájili vojenskou operaci „Irácká svoboda“ s cílem svrhnout vládu Saddama Husajna, redaktor BBC Andrew Gilligan zabývající se vojenskou tematikou v [pořadu](#) rozhlasové stanice BBC Radio 4 citoval **nejmenovaný zdroj, podle něhož britská vláda „vylepšila“ („sexed up“) zprávu** předloženou britské veřejnosti před útokem na Irák tím, že do ní přidala informaci, podle níž chemické a biologické zbraně hromadného ničení v Iráku lze aktivovat během 45 minut.

Takové sdělení by možná zapadlo v proudu jiných zpráv a komentářů o irácké válce a o kampani, která ji předcházela. Jenomže ambiciózní novinář Gilligam svojí story rozvinul do [sloupku](#) otištěného v Mail on Sunday, týdeníku blízkému bulváru Daily Mail. Výraznou upoutávkou byl citát: „Dotázal jsem se svého zdroje z tajných služeb, proč nás Blair klamal ve věci Saddamových zbraní hromadného ničení. Jeho odpověď? Jediné slovo: Campbell!“

Alastair Campbell byl tiskovým mluvčím premiéra. Jeho rasantní styl při komunikaci s novináři vyvolával konflikty, které se v době, jež ještě neznala twitter, odehrávaly v rovině tiskových konferencí. Campbell využil nejbližší novinářský brífing, aby **Gilligana a BBC obvinil z nekvalitní novinářské práce**. Gilligan se však nedal a hned další neděli ve stejném Mail on Sunday znovu Campbella napadl.

Tony Blair na vlnách BBC rozhodně odmítl, že by vláda jakkoli upravovala [expertní informace](#). Výbor pro zahraniční politiku Sněmovny vyšetřoval okolnosti vstupu Británie do irácké války. V polovině června si výbor předvolal Gilligana, který zde opakoval své tvrzení včetně role, kterou při dodatečné úpravě zprávy sehrál Alastair Campbell. Ten ovšem o týden později vše popřel, označil Gilligana za lháře a písemně požádal BBC, aby mu odpověděl na dvanáct otázek týkajících se případu.

Případ byl jasný – **byla zde tvrzení proti tvrzení. BBC odmítla prozradit novinářův zdroj**, šéf zpravodajství Richard Sambrook Campbellovo chování označil za „bezprecedentní nátlak na BBC z Downing Street.“ Gilligana podpořila i Rada guvernérů BBC a ředitel Greg Dyke oznámil, že BBC se omlouvat nebude.

V této situaci Blairova vláda požádala BBC, aby potvrdila nebo vyvrátila, že Gilliganovým zdrojem byl David Kelly, mikrobiolog a zbraňový poradce Ministerstva obrany. Dříve než BBC mohla odpovědět, vláda „pustila“ do médií jméno doktora Kellyho, který později 15. července před sněmovním výborem popřel, že by s Gilliganem výslovně o úpravě zprávy a o Campbellovi mluvil.

O dva dny později **spáchal doktor Kelly sebevraždu** a BBC přiznala, že byl Gilliganovým zdrojem. Kelly se stal svým způsobem obětí prestižního souboje novináře a vládního činitele, BBC a vlády, a také obětí vlastní neopatrnosti při neautorizovaném setkání s novinářem. Jeho smrt dostala případ do roviny nezávislého soudního vyšetřování, kterým byl pověřen Lord Hutton. Když v lednu 2004 byla zveřejněna [Huttonova zpráva](#), která konstatovala „nepodložené obvinění vlády“, protože Gilligan použil informaci z jediného zdroje a ten ji později odmítl potvrdit, nastalo v BBC zemětřesení.

Rezignaci podal předseda Rady guvernérů BBC Gavyn Davies, rezignaci nabídl Radě guvernérů i ředitel BBC Greg Dyke, který očekával, že Rada jeho demisi odmítne, neboť za ním stály nesporné výsledky úspěšného přechodu BBC z analogové do digitální éry. K jeho překvapení však Rada demisi přijala. Andrew Gilligan ještě v lednu opustil BBC, Alastair Campbell opustil úřad tiskového mluvčího o sedm měsíců později.

Ve zpětném pohledu má tento příběh více interpretací. Podle jedné z nich [aféra Kelly](#) přinesla konec nezávislosti BBC, která se od té doby neodvažuje pustit do zásadního konfliktu s vládou. Podle jiné si celou patálii způsobila **BBC sama, když projevila nedostatek sebekritické reflexe a ve své pýše a přesvědčení o své neomylnosti slepě hájila** práva a jednání svých lidí, i když pro to nebyl důvod. Což může být někdy **poučením i pro dnešní dobu.**

Výroční zprávy - zbraň v záloze

15. srpen 2019

Když v listopadu 1991 ministr kultury České republiky Milan Uhde předkládal České národní radě vládní návrh zákona o České televizi, [uvedl](#) mimo jiné: „*Návrh předpokládá instituci Rady České televize, která by měla být orgánem odborným, jeho působnost má být přesně vymezena a tento orgán má být pokud možno apolitický.*“

Vládní návrh předpokládal, že Radu ČT bude jmenovat předsednictvo ČNR, a že odvolávat se budou jednotlivci z vyjmenovaných důvodů, nikoli celá Rada ČT. Při projednávání návrhu zákona poslanci [rozšířili](#) volbu radních na celý parlament a vložili do něj možnost odvolání nejen jednotlivců, ale celé Rady ČT, „*konstatuje-li ČNR v průběhu šesti měsíců svými usneseními opakovaně, že Česká televize neplní své poslání podle paragrafu 2*“, tedy podle paragrafu, který definuje úkoly veřejné služby ČT v oblasti vysílání.

O rok později se dělilo Československo a ČNR ještě před tím, než se přeměnila na Poslaneckou sněmovnu nového českého státu, [dodala](#) do transformačního zákona řešícího postavení České televize v nových podmínkách další důvod odvolání Rady ČT větou „*pokud Česká národní rada neschválí závěrečný účet Rady nebo opakovaně neschválí zprávu o činnosti Rady*“. Tedy už nikoli v průběhu šesti měsíců, ale opakovaně. Co znamená slovo „opakovaně“, předvedla Poslanecká sněmovna v březnu roku 2000, když v průběhu jednoho dne [odvolala](#) celou Radu ČT a rozhodla se najmenovat Radu novou. Důvod?

Takzvaná Jiráková Rada ČT (Jan Jirák byl předsedou Rady) tenkrát odmítla vyslyšet přání Sněmovny při jmenování nového ředitele televize poté, co bývalý ředitel Jakub Puchalský rezignoval na svou funkci. Dala přednost vlastní volbě, kterou byl právník Dušan Chmelíček, a tím si podepsala rozsudek smrti. Volba nové Rady ČT [probíhala](#) plně v režii poslanců smluvní opozice (také [zde](#) a [zde](#)). Někdejší představy o tom, že na prvním místě by měla být odbornost, byly dávno zapomenuty. Amatéřský [aktivismus](#) nové Marešovy rady při odvolávání starého a jmenování nového ředitele Jiřího Hodače stál

u počátků známé vánoční [televizní krize](#), která přivedla do ulic přes sto tisíc lidí.

Vláda tehdy vyšla vstříc nespokojenosti lidí [novelou](#) zákona o České televizi, která rozšířila Radu ČT z devíti na patnáct osob, jejichž kandidaturu už nepředkládali poslanci, ale „*organizace a sdružení představující kulturní, regionální, sociální, odborové, zaměstnavatelské, náboženské, vzdělávací, vědecké, ekologické a národnostní zájmy*“. V konečné fázi však stále rozhodovala a rozhoduje Sněmovna, která si i v novelizovaném zákonu posdělání, nechala možnost odvolání Rady jako celku, „*neplní-li Rada opakovaně své povinnosti stanovené tímto zákonem, nebo pokud Poslanecká sněmovna dvakrát po sobě neschválí Výroční zprávu o činnosti ČT nebo Výroční zprávu o hospodaření ČT*“.

Historické ohlédnutí za vznikem zákonů regulujících média veřejné služby jen potvrzuje známou pravdu. Politické strany se vždy snažily uchovat si nástroje kontroly nad veřejnoprávním rozhlasem a televizí. Bránily se ji předat nějakým politicky nezávislým grémiím. U nás tyto nástroje kontroly sice nejsou tak bezprostřední jako na Slovensku, kde ředitele rozhlasu a televize volí přímo parlament. Ale způsob volby a odvolávání členů mediálních rad je stále účinným nástrojem, kterým je možné v případě potřeby prosadit svůj vliv ve veřejnoprávních médiích.

Už více než rok se v programech schůzí Sněmovny objevuje [bod](#) „Výroční zpráva o činnosti a o hospodaření ČT v roce 2016“. Více než rok nebyla Sněmovna schopna tento bod projednat. Mezitím přibyly další výroční zprávy ČT za rok [2017](#) a [2018](#); k tomu ještě zprávy Českého rozhlasu od roku 2017. Žádná z nich se zatím nedočkala projednání. Taktika je jasná - nechávat si otevřené dveře k možnému zásahu proti médiím veřejné služby, případně k jejich ovlivnění.

Jak se zdá, tento stav bohužel vyhovuje nejen opozičním stranám KSČM a SPD, ale i vládnímu hnutí ANO, které - jak ukázala nedávná epizoda při nominaci člena Rady ČTK - je ochotno s SPD spolupracovat.

Titulky vlnadné a zrádné

2. září 2019

Každý podnikatel ví, že nestačí zboží jen vyrobit, ale že je třeba ho také dobře prodat. Protože média jsou nejen prostředkem sociální komunikace zajišťujícím výměnu informací nezbytných pro fungování společnosti, ale také obchodem, novinářům dnes už nestačí článek, reportáž či komentář dobře napsat, ale musejí ho také nabídnout čtenáři ve formě, která přitáhne jeho pozornost, tedy dobře ho prodat.

Děje se tak prostřednictvím titulků. Český novinář a publicista Miloš Čermák nedávno [vzpomínal](#) na svou návštěvu v prestižní americké Missouri School of Journalism, kde pro vymýšlení a psaní titulků existoval speciální seminář, neboť „psaní titulků pro noviny je magie, kterou umí málokdo“.

Vzpomínám, jak jsem se před mnoha lety jako novinářský elév mořil s rébusem, abych ve dvou třech slovech, která se vešla na šíři jednosloupku „jednáka“, vyjádřil základní a podstatný obsah zprávy. Ano, umění vměstnat do několika málo slov informaci poctivě vystihující obsah a podstatu článku byla svým způsobem magie.

Dnes, v době internetových médií, této magie zdá se už není zapotřebí. Na webové stránce může editor rozvinout titulek do epické šíře. To je ta lepší stránka současného internetového věku médií. Tou horší stránkou je zvýšené rozšíření takzvaných klikbajtových titulků, snažících se nalákat čtenáře tím, že v titulku zprávu předžvýkají, zjednoduší, někdy i zkreslí. Bez takových titulků se bohužel dnes neobejde žádné internetové médium, neboť registrovaná návštěvnost webových stránek je modla, které se klaní všichni editoři.

Bylo by nespravedlivé svalovat všechno na internet. S titulky, jejichž chytlavost je nepřímou úměrou jejich pravdivosti, se odedávna setkávali čtenáři bulvárních plátků a víceméně si na ně už zvykli. Proto dnes už dobře vědí, že ze senzačního odhalení rozvratu vztahů mezi celebritami se občas vyklube zcela nevinná výměna názorů odchycená na nějaké společenské akci.

V posledních letech, a tady svoji roli skutečně sehrálo rozšíření internetu, se zveličování a deformování obsahu zprávy zavádějícím titulkem stále více přenáší z bulváru do mainstreamových médií,

zvláště jejich online verzí, a co hůře, také do politického zpravodajství. Ještě před třiceti lety etický kodex amerického sdružení novinářů SPJ měl zvláštní ustanovení, podle něhož „*novinové titulky by měly být plně zdůvodněny a oprávněny obsahem doprovodných článků*“. Dnes už tohle ustanovení v [kodexu](#) chybí, novináři se jen vyzývají, aby nezkreslovali a příliš nezjednodušovali.

Jenomže právě jednoduché úderné sdělení se skandálním nebo alarmistickým obsahem vytržené z kontextu je něco, co čtenáře přitahuje. Kromě toho v době, kdy je dnešní konzument zpravodajství zahlcen tolika informačními zdroji, si často přečte jen titulek, případně čelo zprávy a k přečtení celého textu se už nikdy nedostane. A tak se může stát, že ho překvapí opovážlivost migrantů, kteří namísto, aby byli vděční za záchranu, si diktuji místo přistání, jak uvedl v idnes.cz titulek „Děkujeme, ale do Španělska nechceme, vzkázali migranti z lodě Open Arms“. Že španělskou nabídku neodmítli migranti, ale majitelé lodě s odkazem na délku plavby a stav plavidla, jak se korektně uvádí v textu zprávy ČTK, to už si lidé většinou nepřečtou. Následují rozhořčené komentáře, sdílení informace na sociálních sítích, řetězové e-maily. V podobných příkladech by se dalo pokračovat.

Co tedy s titulky, které nejen lákají, ale i klamou? Co si počít s médii, které na polopravdivých a zavádějících titulcích budují svoji obchodní strategii? Bude asi ještě nějakou dobu trvat, než si lidé - podobně jako u bulváru - zvyknou na to, že ne každý titulek pravdivě oznamuje, co je v následné zprávě. Pro začátek by možná stačilo, kdyby lidé, dříve než začnou nějaký titulek lajkovat, sdílet či přeposílat řetězovým e-mailem, si nejdříve přečetli článek, který je pod ním.

P. S. Zpravodajský server idnes.cz svůj titulek následně [opravil](#): „Do Španělska uprchlíky nepovezeme, vzkázali aktivisté z lodi Open Arms.“ Jenomže mezitím se již na takzvaných alternativních webech rozšířila [zpráva](#): „Afričtí migranti se radikalizují, určují si sami místo přistání v Evropě.“

Listopadová televizní vzpomínka

21. říjen 2019

Televizní pořad Newsroom ČT24 začal nedávno zařazovat na závěr každého vydání vzpomínky na listopad 1989. Pod názvem Mediální revoluce, třicet let svobodných médií se pořad vrací k událostem roku 1989 a k roli, kterou v nich sehrála média. V neděli 6. října se redaktoři [zaměřili](#) na práci zahraničních novinářů.

Jako zdroj obrazového doprovodu, ale také textových informací redaktoři ČT využili starší **televizní dokument [Jak nás viděl svět](#)**. Škoda, že některá zde uvedená fakta nedostala více prostoru k širšímu vysvětlení a informaci. Možná by diváky mohlo zajímat, že dokument Jak nás viděl svět, poprvé vysílaný ještě v prosinci 1989, vznikl nejen díky iniciativě redaktora Vladimíra Kunze a režisérky Aleny Hynkové, ale také **díky pohotovosti techniků tehdejšího televizního studia Na Jezerce**.

V dnešní době, kdy zahraničnímu zpravodaji ke spojení s jeho domovským studiem stačí počítač, mobilní telefon a kvalitní internetové spojení, se lidem později narozeným těžko vysvětluje situace před třiceti lety, kdy analogový videosignál potřeboval zvláštní přenosovou trasu napojenou na profesionální televizní pracoviště.

Tak tomu bylo i po 17. listopadu 1989, když se do Československa přelila vlna zahraničních zpravodajů předních světových médií, kteří byli 9. listopadu v Německu svědky pádu berlínské zdi. Sice měli vlastní techniku pro natáčení, jenomže když nechtěli posílat natočené kazety domů autem, vlakem nebo letecky, museli požádat o službu československé spoje a Československou televizi. Protože nával zahraničních zpravodajů přesahoval možnosti tehdejšího pracoviště ČST pro odbavování pořadů do zahraničí, vyhradilo se pro ně někdejší experimentální studio barevné televize Na Jezerce. Sem přinášeli redaktoři natočené kazety k odbavení do zahraničí, tady dostali prostor pro studiové rozhovory a vstupy přímo přenášené do jejich domovských stanic.

Všechno, co se tady natočilo a odsud do zahraničí vyslalo, technici studia Jezerka zaznamenávali. Tak **vzniklo cenné obrazové svědectví** o událostech ve dnech po 17. listopadu, **které zpravodajství ČST**, pracující až do víkendového přenosu z Letné 25.

listopadu v podmínkách stranické kontroly a autocenzury, **nemohlo natočit**. Také proto ČST později požádala zahraniční partnery, zda by materiály, které u nás vznikly, mohla využít.

Pokud si pamatuji, tak svolení bylo jednorázové a ne všechny stanice ho poskytly. Například CNN, která získala jedinečné záběry z bití demonstrantů 17. listopadu snímané shora ze střechy, okna či balkonu na Národní třídě, souhlas nedala. Přesto však dokument obsahuje řadu unikátních záběrů ze zákulisí tehdejšího dění. Ty nejlepší nesly značku britské BBC, které se podařilo najmout jednoho z kameramanů Originálního videojournalu, jenž měl blízko k Václavu Havlovi a k Občanskému fóru, takže byl vždy tam, kde se něco dělo.

Když redaktorka Loudová v pořadu Newsroom ČT24 komentovala záběry z horní části Václavského náměstí, odkud zahraniční reportéři často natáčeli reportáže, zřejmě netušila, že na záběrech převzatých z dokumentu Jak nás viděl svět byla zachycena jedna historická událost české televizní historie – **česká premiéra SNG, Satellite News Gathering**. Zpravodajství prostřednictvím satelitu využívající přenosový vůz napojený na geostacionární telekomunikační družice je dnes zcela běžně používanou metodou. Jenomže když tehdy západoněmecká stanice ZDF přivezla do Prahy svůj vlastní SNG přenosový vůz, byla to pro nás novinka.

Škoda, že Newsroom ČT24 českému divákovi divákovi nevysvětlil, **jak bylo možné, že** „v komunistickém Československu“ a „přes dozor Státní bezpečnosti“ (Newsroom ČT24) **dostali všichni zahraniční zpravodajové včetně Svobodné Evropy víza a akreditaci**. To by však chtělo zvláštní dokument o tom, jak si na tehdejším Úřadu vlády skupina reformně uvažujících lidí vzala k srdci Gorbačovovu ideu glasnosti s nadějí, že vývoj událostí svedou do kolejí postupných změn. Události však nabraly tempo, které asi nečekali.

PPF a Nova - dvakrát do stejné řeky

4. listopad 2019

Zpráva z 27. října o tom, že skupina PPF miliardáře Petra Kellnera uzavřela smlouvu o převzetí společnosti Central European Media Enterprises, která vlastní televizi Nova, nebyla pro zasvěcené velkým překvapením. O tom, že majitelé CME chtějí svoji firmu prodat jinému investorovi, se mluvilo už od jara. Kdo jsou dnes hlavní akcionáři společnosti, která od roku 1994 vybudovala síť komerčních televizí v zemích střední a východní Evropy?

Možná si čtenáři ještě vzpomenou na spor původního majitele CME, amerického miliardáře Ronalda Laudera s ředitelem Novy Vladimírem Železným v letech 1999-2003, který nakonec vyústil v rozhodnutí mezinárodní arbitráže, jež stála české daňové poplatníky deset miliard korun. Český stát musel platit za to, že nedostatečně ochránil Laudеровu investici v České republice.

Právě v tomto mezidobí vstupuje poprvé na scénu PPF, která na jaře 2002 využila finanční slabost Jiřího Šmejce, jenž umožnil Železnému odejít od Ronalda Laudera na barrandovský kopec. Šmejce a jeho firmy Česká produkční a MEF Holding začaly mít problémy se splácením úvěrů, čehož využila PPF k pokusu o nepřátelské převzetí Novy. Odkoupila podíly tří spolumajitelů licence (Alan, Hunčík, Venclík) a získala na svoji stranu Železného advokáta Aleše Rozehnalu.

Celý pokus skončil dohodou. Petr Kellner zjistil, že Jiří Šmejce je zdatný obchodník a přibral ho do svého obchodního partnerství, které v různé podobě trvá do dneška. PPF vstoupila do Šmejceva MEF Holdingu, ponechala mu řízení Novy, nicméně stala se většinovým vlastníkem držitele licence CET 21 a tím také majitelem Novy. Pod vedení PPF se chaotická a právnicky zamotaná situace začala uklidňovat. PPF zaplatila za Železného jeho dluhy z arbitráží, odkoupila od Laudеровy CME jeho majetky v České republice, čímž zanikly právní spory vzniklé při roztržce majitele licence Železného s investorem Laudерem.

Takto zkonsolidovanou Novu PPF v květnu 2005 prodala zpátky Ronaldu Laudеровi za zhruba 840 milionů US dolarů, tedy za 20

miliard korun, což byl pro PPF jeden z nejvýnosnějších obchodů, které ve své historii realizovala.

Dnes je PPF v Nově zpátky, ovšem za zcela jiné situace. Jakoby se potvrdilo pravidlo, že dvakrát nevstoupíš do stejné řeky. PPF nekupuje jenom televizi Nova, ale celou CME s televizemi ve Slovensku, Slovinsku, Bulharsku a Rumunsku. Cena – 48,3 miliardy Kč. Prodejcem není Ronald Lauder, který v roce 2012 ztratil kontrolu nad CME, ale američtí mediální a telekomunikační giganti Time Warner a AT&T. Právě AT&T se svým telekomunikačním byznysem soustředěným na americký kontinent a jihovýchodní Asii, se chtěla dlouhodobě zbavit evropského podnikání, k němuž přišla fúzí s firmou Time Warner.

Rovněž PPF je v jiné situaci. Už není jen majitelem pojišťovny a Home Creditu, ale vlastníkem českých telekomunikačních firem O2 a CETIN. Kromě toho vloni od norského Telenoru koupila mobilní operátory v Maďarsku, Bulharsku, Černé Hoře a Srbsku. Dnes PPF nekupuje CME, aby ji zhodnotila a následně prodala, ale aby propojila svůj telekomunikační byznys, kam patří například O2 TV, s audiovizuálním obsahem, který produkuje Nova.

Otázkou je, zda nákup CME má jen obchodní důvody. A také, co se stane s nejsledovanějším večerním televizním zpravodajstvím Novy. Není vyloučeno, že při rozhodování o nákupu CME mohly sehrát svoji roli také politické úvahy. V neklidných dobách, které Evropu čekají, vlastnictví vlivných médií může být pro velké byznysmeny výhodou a nástrojem, kterým mohou ovlivňovat společenské klima, mediální prostředí, nemluvě o možnosti vykonávat nenápadný nátlak na politiky ve prospěch svých zájmů.

Na druhé straně zájmem velkých a silných podnikatelů obvykle bývá také – kromě podpory vlastního byznysu – zachování stability společnosti a vyloučení extrémních postojů a nálad, které by společnost mohly destabilizovat. V tomto ohledu nebezpečí, že by Nova pod vedením PPF svoji redakční politiku založila na extrémech, na populismu a na destrukci demokratického vývoje, je stále menší než u jiných televizních stanic, které u nás vysílají.

Facebook na pranýři

9. prosinec 2019

Poslankyně rakouské strany Zelených [Eva Glawischnig-Piesczeková](#) byla donedávna výraznou osobností rakouské politické scény. Do parlamentu se dostala ve třiceti letech, krátce poté, co obhájila disertační práci o jaderných elektrárnách poblíž rakouských hranic a podala žalobu na slovenskou elektrárnu Mochovce.

V hledáčku rakouských médií se ocitala nejen jako šéfka poslanecké frakce strany „Zelení – Zelená alternativa“, ale také jako elegantní žena, která se provdala za populárního televizního moderátora Volkera Piesczeka. V době vrcholící migrační krize let 2015-16 se stávala terčem útoků kvůli imigrační politice její strany, která přistupovala solidárně k uprchlíkům z válečných konfliktů. Za tento postoj Zelení zaplatili v podzimních [volbách 2017](#) ztrátou dvou třetin hlasů a místa v parlamentu. Eva Glawischnig-Piesczeková odešla z politického života ještě před zelenou volební katastrofou a dnes je soukromou osobou.

Přesto se její jméno v těchto dnech opět objevilo na stránkách novin, časopisů a zpravodajských serverů. Byla to její **žaloba na firmu Facebook Ireland Limited**, která stála **na začátku zásadního rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie, jež konkretizuje posuzování odpovědnosti sociálních sítí**. Jak celý spor vznikl?

Zvláště po roce 2015 se stala Eva Glawischnig-Piesczeková terčem verbálních útoků na Facebooku, na které odpovídala žalobami, podala jich prý kolem třiceti. Jestliže majitel příslušného facebookového profilu byl neanonymní, žaloba směřovala proti němu.

V jednom případě se žalovanou stranou stal přímo Facebook. To když jeden [falešný facebookový profil](#) zprávu OE24 s fotografií Evy Glawischnig-Piesczekové o tom, že Zelení nechtějí podpořit návrh koalice na snížení příspěvku na uprchlíka, komentoval slovy: „*Mizerná vlastizrádkyně, tohle zkorumpované nemehlo si za celý svůj život nevydělalo poctivou práci ani cent, ale při tom cpe do zadku nezvaných vetřelců naše daňové peníze. Zakažte už konečně tuhle zelenou fašistickou stranu.*“ Protože Facebook nereagoval na žádost o odstranění zmíněného komentáře, Eva Glawischnig-Piesczeková podala na něj žalobu.

Facebook sice později zablokoval přístup k uvedenému statusu, ale pouze v Rakousku. Tím nevyhověl původní žalobě, která žádala **odstranění nejen uvedeného statusu, ale také všech informací**, které mají „*rovnocenný obsah jako informace, která byla dříve prohlášena za protiprávní*“, a to nejen v Rakousku. Spor se dostal k rakouskému Nejvyššímu soudu, který si vyžádal od Soudního dvora EU v Lucembursku odpověď na předběžnou otázku, jak si má v tomto ohledu vyložit [směrnici EU 2000/31/ES](#) o elektronickém obchodu.

Rozhodnutí Soudního dvora EU [vydané 3. října](#) potvrdilo odpovědnost poskytovatele hostingu za ukládané informace v případě, že se dozvěděl o jejich protiprávnosti, což obsahuje text již zmíněné směrnice. V rozhodnutí se však kromě toho přiznává právo soudům členských států uložit poskytovatelům hostingu povinnost odstranit všechny informace podle soudního příkazu, včetně těch, které se mezitím rozšířily do dalších profilů a statusů a které „mají rovnocenný obsah.“ Co je důležitější – soud členské země má právo žádat, aby poskytovatel hostingu „*k nim na celosvětové úrovni zablokoval přístup podle relevantního mezinárodního práva.*“ Tedy nikoli jen v jedné zemi, ale celosvětově.

Rozhodnutí Soudního dvora EU se okamžitě stalo předmětem četných komentářů. Obránci svobodného internetu upozorňují, že to může být další krok směřující k cenzuře na sociálních sítích, protože nutí Facebook, jenž obvykle není povinen aktivně kontrolovat obsah ukládaných informací, aby v daných případech soudem stanovené protiprávní sdělení zlikvidoval v celé síti a to celosvětově, přičemž „*poskytovatel hostingu může v tomto směru využít automatizovaných technických způsobů a nástrojů vyhledávání.*“

Jiné komentáře však rozhodnutí schvalují, protože směřuje k větší odpovědnosti těch, kteří poskytují na internetu prostor veřejným debatám. Zda bude v tomto směru úspěšné, zda posílení pravomocí soudů při odstraňování dezinformačního a nenávistného obsahu přispěje ke zlepšení kultury komunikace na sociálních sítích, ukáže budoucnost.

BBC se musí uskrovnit

20. leden 2020

Někteří britští penzisté se letos 1. června dočkají nepříjemného překvapení. Až do letošního roku všichni občané starší 75 let byli – díky rozhodnutí Blairovy vlády z roku 1999 – osvobozeni od rozhlasového a televizního poplatku, který je příjmem veřejnoprávní BBC, a kterému se tady říká „licence fee“ nebo „[TV licence](#)“. Ušlý příjem za tyto „licence zdarma“ udělované seniorům doplácel BBC stát.

To všechno skončilo přijetím nové [Charty a Dohody](#), dvou základních dokumentů BBC, jejichž platnost od 1. ledna 2017 přinesla dvě zásadní změny, které prosadila tehdejší konzervativní Cameronova vláda snažící se o úspory vládních výdajů.

BBC napříště nemá dostávat ze státního rozpočtu peníze na provozování služby BBC World Service, a rovněž mají skončit dotace, kterými vláda platila BBC ušlý příjem za osvobozené domácnosti seniorů. Následné vyjednávání přineslo některé kompromisy, takže provoz World Service BBC dnes sice hradí ze svých prostředků, ale stále od státu dostává některé zdůvodněné, účelové a časově limitované dotace na konkrétní projekty.

Také krácení státní náhrady za ušlé poplatky u seniorů, která s 750ti miliony liber ročně tvořila téměř pětinu rozpočtu BBC, probíhalo postupně; definitivně končí až letos.

Aby výpadek v rozpočtu nebyl tak hrozivý, BBC se rozhodla, že na jedné straně bude i nadále poskytovat licence zdarma seniorům starším 75 let, ovšem jen těm, kteří mají [nárok na tzv. „pension credit“](#), což jest sociální dávka, na níž mají nárok důchodci s příjmem nižším než 167,25 liber týdně. V praxi to bude znamenat, že **dvě třetiny seniorů, něco kolem tří milionů domácností, budou muset na osvobození od licenčního poplatku zapomenout** a od 1. června do svých výdajů zakalkulovat 154,5 liber ročně, našich 385 Kč měsíčně.

Není to jediná nepříjemnost, která BBC potkala. Vítěz nedávných prosincových voleb Boris Johnson se v zápalu předvolební kampaně několikrát [kriticky vyjádřil](#) o BBC a zpochybnil její

financování „licenčním“ poplatkem. Pravda, po volbách toto téma z jeho repertoáru populistických slibů vymizelo, protože BBC jako nezávislý poskytovatel veřejné služby je součástí britské kulturní tradice, jejíž ohrožení by mohlo u široké veřejnosti narazit.

Ovšem Boris Johnson se dotkl citlivého místa, kterým je [kriminalizace](#) neplacení poplatku. Ve Velké Británii totiž stále platí nejen konstrukce poplatku odvozená od [vlastnictví přijímače](#), ale pro jeho vymáhání se využívají rozsáhlé zákonné pravomoci, včetně možnosti na základě soudního rozhodnutí provádět kontrolu uvnitř bytu a podávat následné žaloby. [Studie](#) zpracovaná před pěti lety uvedla, že kdyby se upustilo od takového přísného postupu, BBC by trátila ročně 200 milionů liber.

S problémem, jak vysvětlit televiznímu divákovi, že má platit veřejnou službu jenom z toho důvodu, že vlastní televizní přijímač, se dnes – v době digitálního vysílání, kabelu, satelitu a internetu s desítkami až stovkami televizních kanálů – potýká více evropských států. Některé z nich zastaralý „licenční“ či „koncesionářský“ model poplatku změnili na solidární platbu mající povahu specifické daně nebo platby z každé domácnosti tak, aby se zajistila stabilita a nezávislost veřejnoprávních médií.

Když si před pěti lety britský parlament nechal zpracovat [studii](#), zda neopustit „licence fee“, poplatek reformovat a změnit způsob jeho vymáhání, poslanci nakonec nechali vše při starém. Nad ochotou hledat rozumné řešení převážil strach ze změny, která by – v případě, že by se použil [německý model](#) sazby z každé domácnosti – mohla vyvolat podobné reakce jako kdysi [daň z hlavy](#) navrhovaná Margaret Thatcherovou.

A tak se – bohužel nejen v Británii – ve věci poplatku stále nic neděje, což otevírá prostor všem populistům, kteří poukazují na to, že zdůvodňovat jeho placení pouze a výhradně vlastnictvím přijímače dnes už postrádá logiku. Odevzdáno 8.1.2020

Jaká jména rozešle Faltýnkova SMS?

2. březen 2020

Když před dvaceti lety vznikla takzvaná televizní krize (vysvětlivka pro později narozené: zaměstnanci České televize se tehdy vzbouřili proti řediteli dosazenému Radou ČT, veřejnost i část politické scény jejich protest podpořila, viz detaily pod čarou na konci článku), Sněmovna přijala novelu [zákona o České televizi](#), která změnila složení Rady ČT a způsob nominace jejích členů. O dva roky později totéž provedla u [zákona o Českém rozhlase](#).

Kromě toho, že se [Rada ČT](#) rozšířila z devíti na patnáct členů a že se ustavil proces postupné třetinové rotace jejich výměny, zákon rozhodl, že kandidáty již nebude navrhopvat Sněmovna - tedy zástupci politických stran -, ale široká veřejnost. Tak vznikl současný systém, který umožňuje, aby kandidáty do Rady ČT a také do Rady ČRo navrhovaly „*organizace a sdružení představující kulturní, regionální, sociální, odborové, zaměstnavatelské, náboženské, vzdělávací, vědecké, ekologické a národnostní zájmy*“.

Byl to jasný alibismus vlády a poslanců reagující na pobouření veřejnosti vyvolané způsobem, jakým vládnoucí smluvně opoziční většina v předchozím roce 2000 Radu ČT odvolala a následně do ní nejmenovala téměř výhradně svoje kandidáty. Veřejnost tak měla získat dojem, že nikoli politici, ale lidé z ulice budou rozhodovat o tom, kdo zasedne v kontrolních grémiích veřejnoprávních médií.

Realita však byla a je trochu jiná. Ano, každá organizace odpovídající popisu zákona má šanci vyslat do mediálních rad své zástupce. Jejich užší výběr však zůstal v rukou poslanců a volebního výboru, který [vznikl](#) v roce 2001 právě pro tento účel. Již první volba patnácti nových radních ukázala, že svůj vliv na složení mediálních rad si poslanci nenechají vzít. Výbor ze 161 návrhů sice vybral předepsaný trojnásobek počtu na patnáct míst, tedy 45 kandidátů. Jenomže je pro [veřejné hlasování](#) seřadil tak, že se do Rady dostala jen první patnáctka, o zbývajících třiceti kandidátech se nehlasovalo.

Na obranu této první volby je třeba přiznat, že po špatné zkušenosti s politickými aktivisty se poslanci snažili dát přednost osobnostem veřejného života bez přímého napojení na politické

strany, jako byli Erazim Kohák, Jana Šilerová, Svatopluk Karásek, Pavel Žáček, ale také Helena Fibingerová nebo Milan Knížák.

Od té doby poslanci nejméně desetkrát hlasovali o nových členech Rady ČT a ČRo, jejichž třetina se každé dva roky obměňuje. Změnil se způsob užšího výběru i konečného rozhodování; jak ve volebním výboru, tak ve Sněmovně se dnes o kandidátech hlasuje tajně. Rozhodující slovo však i nadále mají poslanci jako reprezentanti politických stran, jedině na nich záleží, zda podpoří lidi moudré, se zájmem zkvalitnit média veřejné služby, nebo zda do mediálních rad protlačí exponenty politických stran, jimž nezávislost veřejnoprávního vysílání leží v žaludku.

Komu dají svůj hlas, často nerozhodují jen oni sami, ale také stranická disciplína. Jak to ve Sněmovně chodí, ukázala nedávná volba člena Rady ČTK, při níž Jaroslav Faltýnek [rozeslal](#) členům poslaneckého klubu hnutí ANO esemesku s doporučením volit kandidáta SPD Michala Semína. Teprve když koaliční partner ČSSD [pohrozil](#) přerušением spolupráce, ANO podporu Semínovi stáhla a do Rady ČTK se dostal jiný opoziční kandidát.

Vzpomínám, jak se jeden novinářský kolega v době, kdy ještě Viktor Orbán nezestátnil veřejnoprávní média, s námi podělil o zkušenosti s fungováním maďarských mediálních rad - kuratorií: „*Víte, ono často tolik nezáleží na tom, která organizace kandidáta do rady prosadí, někdy ani na tom, jaké má politické názory, hlavně aby něco věděl o fungování médií a o provozu velkých organizací. Protože největší potíž je s těmi, co média posuzují jen podle úzkého hlediska líbí/nelíbí, s prvoplánovými aktivisty, kteří nedokážou rozlišit podstatné od nepodstatného, dílčí nedostatek od systémové chyby, takoví dokážou udělat největší paseku.*“

A tak nezbyvá než si přát, aby se v esemeskách předsedů poslaneckých klubů objevila jména rozvážných lidí s životními a profesními zkušenostmi. Naštěstí v užším výběru [osmnácti kandidátů](#) do Rady ČT a [šesti kandidátů](#) do Rady ČRo se taková jména vyskytují.

Informace o "televizní krizi" lze získat na [Wikipedii](#). Událost popisují také dokumentární filmy [Chaos](#) (připravila a vysílala ČT v roce 2002) a [Bezesné noci](#) (připravil Radim Špaček, ČT nevysílala).

Média v dobách krize

11. duben 2020

V anglosaských zemích se můžete často setkávat s výrazem „[bottom line](#)“. Slovníky ho překládají: „spodní hranice“, „nejnižší mez“, ale také „konečný výsledek hospodaření“ nebo „rozhodující faktor“. Zřejmě nejvýstižnějším převodem do češtiny však je: „to hlavní, to podstatné.“ Právě za oceánem je zvykem se ptát: jaký je „bottom line“ té které záležitosti? O co tady vlastně jde? Co je podstatou, co je „tím hlavním“ při řešení problému, jestliže ho svlékneme ze všech ideologických, subjektivně zabarvených nánosů a slupek, do kterých se často halí zcela prozaické osobní předsudky a sobecké zájmy.

Pandemie nového typu koronaviru a s ní související krizová situace nám všem daly pocítit, co je „**bottom line**“ **našich životů**, ať už na úrovni osobní nebo celospolečenské. Pocit existenciálního ohrožení silami, nad nimiž nemáme kontrolu, otrásl jistotami, které si naše civilizace dlouhá léta budovala. Ukázala se křehkost některých vztahů, řada věcí se nám vyjevila v podobě, jaké ve skutečnosti jsou, a nikoli jaké je chceme či nechceme vidět.

Když použijeme „bottom line“ při hledání odpovědi na otázku, **jaká by měla média být** a k čemu nám jsou dobrá, pak poslední týdny znovu ukázaly, že jejich hlavním posláním jsou činnosti, které jim už před sedmdesáti lety přisoudila funkcionalistická teorie médií. Americký politolog a teoretik masové komunikace [Harold D. Lasswell](#), který nahlížel na média nejen z hlediska jejich struktury a obsahu, ale také z hlediska funkcí, jež v moderní společnosti plní, tyto **funkce shrnul do tří skupin pod hesly: informace, korelace, kontinuita**.

Převедeno do vět rozvitých: Média pozorují prostředí a svět, ve kterém žijeme, a měla by nás informovat tak, abychom se v něm mohli bezpečně pohybovat. Dále pomáhají vytvářet vzájemné vztahy, uvádět je v soulad, jenž umožňuje společnou akci při reagování na změny, které v prostředí průběžně vznikají. A za třetí jsou nástrojem přenosu společenského odkazu, kulturního a hodnotového dědictví z jedné generace na druhou, čímž tento proces probíhající v rodinách a ve školách rozšiřují o celospolečenskou či celonárodní dimenzi.

Většina současných mediálních teorií pohlíží na funkcionalistický model médií trochu přezíravě. Oprávněně ho kritizují za to, že je příliš jednoduchý a jednosměrný, že nepostihuje četnost, složitost a mnohotvárnost rolí a účinků, které média sehrávají v kulturním, společenském, politickém životě. Na druhé straně, teoretické modely médií „*konstruuji mediální realitu jako zvláštní typ sociální konstrukce reality*“ v době krizí ustupují do pozadí. Jakoby všechny nadstavbové účinky médií ovlivňované politikou, kulturními či obchodními zájmy, o jejichž existenci nikdo nepochybuje, přestaly být v době krize důležité. Všichni **žádají od médií jen to hlavní - spolehlivou informaci o nebezpečí**, které nám hrozí, abychom na něj mohli přiměřeně reagovat.

Názory na účinky masových médií prošly pozoruhodným vývojem. Zpočátku převažovala teorie všemocných médií. Po druhé světové válce nastoupila druhá fáze, v níž došlo k vystřízlivění podloženému četnými výzkumy, jež poukazovaly na to, že média nejsou všemocná, protože účinky masové komunikace narážejí na predispozice recipientů, kteří často dávají přednost osobní komunikaci a názorovým autoritám ve svém okolí. Třetí fázi teorií mediálních účinků odstartovaly studie publikované po roce 1970, které odmítly názory o „impotenci médií“, soustředily se na způsob, jakým média ovlivňují agendu společenského diskursu, a přinesly důkazy o účincích, které jsou pozvolné a většinou působí v dlouhodobé časové perspektivě.

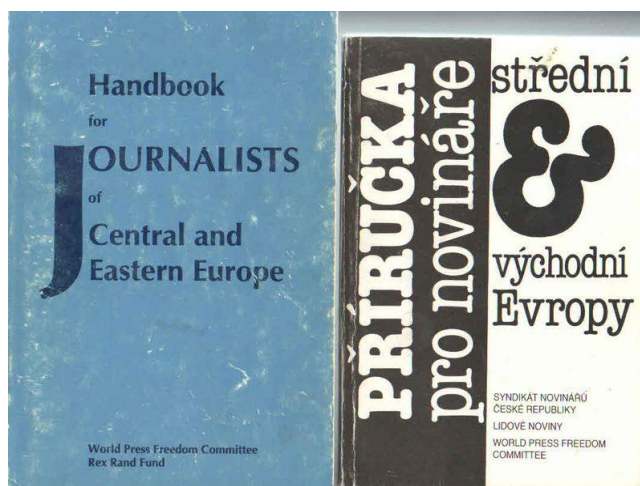
Teorie i praxe však potvrdily, že i nadále se mohou vyskytnout **situace, v nichž média jsou opět všemocným hráčem**, schopným rychle a masově ovlivnit chování lidí. Stává se tak v okamžiku mimořádných událostí, přírodních katastrof, politických převratů. U nás se tak [stalo naposledy](#) v listopadových dnech roku 1989. **V minulých týdnech jsme to zažili znovu**. A také jsme si znovu uvědomili, jak je důležité mít svobodná a nezávislá média prioritně sloužící potřebám celku, společnosti, národu, osvobozená od požadavků ziskovosti, nebo od zájmů a nálad jejich majitelů.

Těžký život moderátorů

25. květen 2020

„*Nejsme u Václava Moravce, nechte mě mluvit,*“ obořil se druhou květnovou neděli předseda vlády Andrej Babiš na moderátorku diskusního pořadu *Partie* v televizi Prima Terezii Tománkovou. Stalo se to ve chvíli, když se Tománková snažila přerušit premiéra, který začal zeširoka vykládat, vyzbrojen grafem, jak vláda od roku 2014 zvyšovala mzdy a důchody namísto toho, aby odpověděl na položenou otázku, jak chce vláda řešit krizi, která přišla s koronavirem.

Uvedená věta vyvolala zájem debatérů na sociálních sítích, kteří se rozdělili do dvou táborů. První z nich Babišovu repliku využívali jako důkaz, že televize Prima je ve vztahu k vládním politikům mírná, poddajná až servilní, zatímco Česká televize se jim dokáže postavit. Druhá skupina však tvrdila, že vedení debaty v pořadu *Otázky Václava Moravce* bývá zaujaté až manipulativní a že se zde příliš často agresivně skáče lidem do řeči, takže nemohou obhájit svůj názor a říci, co chtějí. A že premiér na tuto praxi správně upozornil.



Krátce po listopadu 1989 vydal český Syndikát novinářů příručku pro novináře od [World Press Freedom Committee](#), organizace, která se tehdy snažila novinářům střední a východní Evropy předat zkušenosti ze žurnalistické praxe svobodného tisku. V kapitole

Umění rozhovoru příručka upozorňovala na situaci, kterou dnes tak dobře známe z četných rozhlasových a televizních interview: „*Lidé, kteří jsou zběhlí v poskytování rozhovorů, mohou vytvářet dojem, jako by podávali odpovědi, i když ve skutečnosti neříkají nic podstatného. Toto umění ovládají zvláště politici. Reportér musí neustále sledovat, zda na otázky dostává nějakou odpověď, nebo zda odpovědi směřují do ztracena. V takovém případě je nezbytné zopakovat a*

přeformulovat otázku nebo přímo dotazovaného upozornit, že na položenou otázku neodpověděl."

Jak si ale poradit u politika, který dokáže šikovně z otázky uhnout a je připraven zahrnout reportéra obecným krasořečněním a propagačními bonmoty? Být slušný, neskákat do řeči, nechat odpověď doběhnout do konce, a pak neústupně opakovat otázku, dokud na ni nepříjde odpověď? V takovém případě politik, školený marketingovými specialisty, může být spokojen. Podařilo se mu do médií prosadit svoji agendu, i když nemusí být pro lidi zajímavá či podstatná a netýká se věci, o níž je v pořadu řeč. Právě v takových případech má reportér či moderátor plné právo zasáhnout do proudu řeči a vrátit dotazovaného k původní otázce.

Šedivá je však řeč teorie a zelený strom života. Při sledování rozhlasových a televizních rozhovorů se můžeme setkat se dvěma extrémy. Ten první by se dal charakterizovat jako „držák mikrofonu". Rozhovor se nechá plynout kladením otázek bez polemických replik, byť by to odpovědi dotazovaných občas zasluhovaly. Druhou krajností je předem názorově formátovaný rozhovor, při němž je od začátku jasné, kde je příčina problému nebo jaký je správný názor, do něhož se moderátor snaží dotazovaného vtlačit nejen svými otázkami, ale také tím, že mu nedá možnost předložit protiargumenty.

Kde je hranice mezi oběma krajními póly? Čím by se měl řídit moderátor při rozhodování, kdy vstoupit do dialogu a zastavit repliku, která se nedrží zvoleného tématu či položené otázky, i za cenu, že bude obviněn ze zaujatosti? Na prvním místě by to asi měl být zájem čtenářů, posluchačů, diváků, kteří si zaslouží, aby se k nim dostala nezkrácená informace o faktech a o názorech a argumentech každého účastníka debaty, prostá všech předsudků a všeho balastu.

Moderátoři to nemají snadné. Měli by si zachovat nestrannost ve vztahu k diskutujícím ve studiu a také víceméně názorově neutrální postoj k tématu, které se projednává. Jenomže moderátor je člověk jako každý z nás, který na dané téma vždy nějaký názor má. Tím obtížnější je jejich role, v níž by měli své přichylnosti či nevraživosti odložit v předsálí studia. Chápu, někdy to není zcela možné. Co však možné je, je dodržování pravidla, že redaktor by neměl být kazatelem, prokurátorem ani soudcem, ale novinářem zjišťujícím fakta.

CNN Prima News - sázka na střední proud

29. červen 2020

Když letos 3. května zahájila vysílání nová televizní zpravodajská stanice CNN Prima News, komentáře byly skeptické až zklamané. „[Rozjezd CNN Prima je rozpačitý](#),” „[Nebyl to žádný propadák, ale ani žádnýázrak](#),” „Běčko ČT24?” - takové a podobné ohlasy se ozývaly z médií a sociálních sítí. Očekávání bylo velké, protože předchozí reklama slibovala něco, co tady ještě nebylo. Nakonec se ukázalo, že CNN Prima News se vydala cestou standardního televizního zpravodajského kanálu, kterých jsou po světě desítky.

Den před zahájením vysílání generální ředitel skupiny Prima Marek Singer poskytl [rozhovor](#) redakci Deníku, v němž kromě jiného řekl: „*Nebudeme se zaměřovat ani na intelektuály, ani se nechystáme předkládat bulvár. V dobrém slova smyslu chceme být středním proudem. Do roka bychom chtěli mít 1,5 procenta sledovanosti, což je v relaci k ČT24 rozumná ambice.*”

V [komentářích](#), které se po startu vysílání CNN Prima News v médiích objevily, se nejvíce diskutovalo o způsobu spolupráce s americkou partnerskou stanicí, jehož hlavní součástí je přebírání autorských pořadů z dílny reportérů CNN Christiane [Amanpourové](#) a Richarda [Questa](#). Otazníky se vznášely nad účelností vysílání těchto pořadů, protože - jak [poznámenal](#) Karel Hvižd'ala - „český konzervativní divák se moc o zahraničí nezajímá”. [Rozčilení](#) v některých kruzích vyvolaly také jejich liberální - z pohledu českých médií až levicové - postoje ve vztahu k problémům americké politiky a současného světa.

Všeobecně překvapilo, jak se **změnil charakter dosavadního zpravodajství Primy**. Prima se odstříhla nejen od některých alternativních ["komentátorů"](#) (Stonjeková, Vyoral) na svém zpravodajském webu, ale také od nadbíhání populistickým náladám v bulvárně laděných reportážích. Vznikl paradox, že televize Prima, která se dříve kriticky stavěla proti liberálním a přehnaně politicky korektním postojům jiných médií, nyní oklikou - přes publicistické pořady CNN - tyto postoje na obrazovce prezentuje. To však neznamená, že by se CNN Prima News k těmto postojům programově

hlásila. Naopak, snaží se držet neutrální středovou linii; když přebírala záběry CNN z rasových nepokojů, její redaktoři americké emoce spíše brzdili.

Podle všeho jsou Amanpourová a Quest pro CNN Prima News obchodně a provozně užitečnou transakcí. Převzaté pořady CNN slouží jednak jako demonstrace příslušnosti Primy ke světově uznávané značce, ale také jako laciná výplň vedlejších vysílacích časů. Obchodními zájmy je možné vysvětlit i jeho současné středové zaměření. Šéfové Primy si pravděpodobně dobře spočítali, že vyjít vstříc konzumentům alternativních médií a hlasitým kritikům České televize na sociálních sítích by jim přineslo mnohem méně diváků než věcná a neutrální žurnalistika snažící se o alternativu nabídky pro „přepínače“, kteří přejdou na CNN Prima News v okamžiku, když jim ČT 24 začne nabízet „veřejnoprávní nudu“, jak se o zpravodajství ČT vyjádřil jeden diskutér.

Kdyby se podařilo CNN Prima News dosáhnout jedenapůlprocentní sledovanosti, znamenalo by to, že podíl programů Primy na televizním trhu by možná překonal dosavadního lídra trhu televizi Nova. Zatím je však tento cíl dosti [vzdálený](#). Podíl na publiku se pohybuje kolem čtyř desetin procenta a neprojevuje nějakou výraznou tendenci k růstu.

CNN Prima News se stále nachází v procesu testování a hodnocení. Manévruje při výběru témat i osobností, zkouší, co na diváky působí a co je odrazuje. Bude zajímavé sledovat, kam toto hledání povede a také co se stane, jestliže sázka na klidný střední proud a na sílu značky CNN nevyjde. Nemí vyloučeno, že opustí svoji politickou neutralitu, možná se v zájmu sledovanosti vydá cestou bulvarizace se zaměřením na skandály, zločiny, nehody a katastrofy. Nic není zatím jisté. Jedno se však předpovědět dá: až se sejde rok s rokem, program CNN Prima News bude zcela určitě jiný, než jak se představil české televizní veřejnosti ve svém prvním měsíci.

Budou se měnit mediální zákony?

27. srpen 2020

Že jedním ze základních cílů evropské integrace je **volný pohyb zboží, služeb, osob a kapitálu**, ví dnes už téměř každý. Tahle výhoda, které si užívají všichni obyvatelé států sdružených v Evropské unii (EU), přináší však také jisté povinnosti a limity. Pravidlo, podle něhož nikdo nesmí bránit a omezovat nabídku zboží a služeb pocházejících z jedné členské země v jiných členských zemích EU, předpokládá, že **uvedené zboží a služby budou na určité úrovni, která bude přijatelná pro všechny.**

Stanovení společných standardů brání, aby privilegium volného pohybu získaly výrobky porušující kvalitativní či hygienické normy. A jsou i prevencí proti dovozům pochybného zboží, které by svou lácí vytlačilo z trhu kvalitnější, ale dražší výrobky. Tady je základ všech regulací a předpisů, které když se přeženou do absurda, jsou oblíbeným argumentem euroskeptiků a eurofobů.

Při epidemii covidu-19 jsme se přesvědčili, že **některé oblasti EU ponechává v kompetenci členských zemí**; patří k nim nejen zdravotnictví, ale také kultura, pod níž spadají i **média**. EU sice může přijímat [podpůrná opatření](#) (naši filmaři o tom něco vědí), ale nemá právo mluvit do zákonů týkajících se kultury v dané zemi.

U médií však existuje **jedna výjimka**, jejíž původ sahá do doby, kdy začala vystrkovat růžky komerční televize, která díky satelitní a kabelové distribuci překračovala hranice států a svým obrazem uměla oslovit i diváky v jiných zemích s jiným jazykem. V evropském společenství převážil názor, že **televize je nejen kulturou, ale také službou**, která - pokud se chce volně šířit a nabízet - se musí řídit pravidly přijatelnými pro všechny členské státy.

Tak vznikl v roce 1989 první evropský předpis pro média v podobě směrnice [Televize bez hranic](#), kde se uvádí (parafráze): „Chcete-li, aby vaše televizní programy měly volnou cestu do jiných států Evropy, pak musí naplňovat standardy respektující lidská práva, chránící zájmy dětí a veřejného pořádku a také respektovat některá pravidla reklamního vysílání.“ Jak bývá u směrnic EU pravidlem, jejich zásady musí členské státy zapracovat do vlastních zákonů během dvou let. Česká republika tak učinila před vstupem do EU.

Když rozvoj internetu a nových médií umožnil vznik služeb podobných televiznímu vysílání, směrnice se v roce 2007 [novelizovala](#); televize se v ní stala podmnožinou širšího pojmu, který se promítl i do nového názvu - Směrnice o audiovizuálních mediálních službách. A protože se vývoj nezastavil, před dvěma lety Evropský parlament a Rada EU přijaly další novelu [č. 2018/1808](#), která rozšiřuje platnost pravidel a standardů původně stanovených pro televizi nejen na poskytovatele služeb videa na vyžádání jako v roce 2007, ale **také na platformy pro sdílení videonahrávek**. Definovat platformy, kterých se to bude týkat, a podrobně vysvětlit, jakým způsobem by měly chránit mládež, bránit terorismu a šíření nenávisti, by vyžadovalo prostor přesahující rozsah tohoto článku. Kdo má zájem o podrobnosti, může to zjistit v informačním systému české vlády [eKlep](#), kam nedávno doputoval ministerský návrh novely českých mediálních zákonů.

V sousedním Německu využili povinnost implementovat zásady nové směrnice EU z roku 2018 k tomu, že se rozhodli „překopat“ mediální legislativu, jejíž počátky sahají do analogové doby osmdesátých let, a vytvořit zcela [nový mediální zákon](#) současné digitální éry. Nový německý zákon respektuje zásady evropských směrnic, ale její principy přizpůsobuje domácím podmínkám.

Na rozdíl od Německa česká vláda navrhuje pouze úpravu a rozšíření současných zákonů přijímaných před dvaceti třiceti lety. Na celkovou rekonstrukci české mediální legislativy si asi budeme muset ještě počkat. Přinejmenším do doby, než se do parlamentu dostanou strany a poslanci, kteří o médiích a jejich fungování něco vědí a kteří svět médií nebudou vnímat pouze prizmatem pohledu líbí/nelíbí, souhlasím/nesouhlasím, podporuji/nepodporuji veřejnoprávní vysílání.

Televize mocná, ne však všemocná

29. září 2020

Za necelých šest týdnů se dozvíme, koho v USA zvolili prezidentem na příští čtyři roky. Předvolební kampaň vrcholí a – jak už to bývá zvykem – komentátoři a politologové diskutují o vlivu a účinku médií na rozhodování voličů. Při této příležitosti se opět vzpomíná na [televizní duel](#) prezidentských kandidátů v USA před šedesáti lety, v němž se střetli demokrat John Fitzgerald Kennedy a republikán Richard Nixon.

Bylo to vůbec poprvé, co se prezidentští kandidáti představili v televizi, která se v USA už v padesátých letech – na rozdíl od Evropy – stala masově rozšířeným médiem. Ještě 26. září 1960, když se uskutečnila první historická debata v Chicagu a signál přebíraly všechny americké televizní sítě, John Kennedy v průzkumech volebních preferencí zaostával za svým soupeřem. V souboji o prezidentské křeslo měl Richard Nixon řadu výhod. Veřejnost a média ho dobře znala z funkce viceprezidenta po boku populárního Ike Eisenhowera, kterou vykonával osm let. Měl větší zkušenosti jak v domácí, tak v zahraniční politice. Kennedyho naopak zatěžoval handicap katolického původu v protestantském prostředí Ameriky.

Zářijová televizní debata však pro Nixona nedopadla dobře – nikoli kvůli tomu, že by prohrával v [řečnických soubojích](#), ale kvůli celkovému dojmu, který si televizní divák z debaty odnášel. Nixon byl hubený a unavený, neboť krátce před tím měl úraz a byl hospitalizován, [šedivý oblek](#) splýval s pozadím, jeho tvář byla bledá, nedostatečně oholená, což kontrastovalo s opáleným a energickým Kennedym. Když se později analyzovaly příčiny Nixonovy porážky ve volbách, televizní debata z 26. září se začala uvádět jako bod obratu, ne-li jako hlavní příčina, proč Nixon volby prohrál. Tématu se chopili mediální badatelé, kteří začali rozvíjet teorie o účincích obrazu v televizní komunikaci, které tisk a rozhlas postrádají.

Nikdo nepopírá, že první ze čtyř celostátně vysílaných televizních debat (ty další následovaly ve dnech 7., 13. a 21. října ve Washingtonu D.C., v Los Angeles a v New Yorku), ovlivnila náladu veřejnosti. Výzkum společnosti [Gallup](#) provedený po debatě mezi registrovanými voliči překlopil dřívější poměr 47/46 ve prospěch

Nixona na poměr 49/46 ve prospěch Kennedyho. Bylo by však omylem přisuzovat Kennedyho vítězství jenom jeho vzhledu a jeho schopnosti komunikovat s televizními kamerami, což se Nixon teprve učil. Náhlý posun v postojích voličů, který nastal v září, se po dalších [říjnových debatách](#), v nichž Nixon vystupoval oholen, perfektně oblečen a v plné síle, neopakoval. Ve zbývajících týdnech rozhodovala nejen televize, ale především programy kandidátů.

Přesto však mýtus o špatně oblečeném a unaveném Nixonovi v pořadu, který mu prohrál volby, stále přetrvává. Stejně jako často citovaná teze o síle televizního obrazu vítězího nad věcným obsahem sdělení, teze vycházející z průzkumu, podle něhož lidé, kteří poslouchali debatu v rozhlase, pokládali za vítěze Nixona, zatímco pro ty, co sledovali televizi, byl vítězem Kennedy. Ten průzkum měl [drobný nedostatek](#): pracoval se vzorkem pouhých 300 posluchačů, navíc reprezentoval místní, nikoli celostátní publikum.

Historici, kteří zkoumají fakta a nejen převyprávěné výstupy a mediální mýty, vědí, že televizní debaty byly pouze jedním z úspěšných kroků promyšlené [strategie](#) Kennedyho volebního štábu, jenž citlivě reagoval na nálady voličských skupin, a kterému pomohlo k těsnému vítězství – kromě jiného – odsuzování rasové segregace. Ty rozhodující hlasy přišly údajně od afroameričanů žijících na severu USA, kteří dříve volili republikány.

Prezidentská debata, která se uskutečnila v USA před šedesáti lety, zahájila věk televizního politického marketingu, bez něhož se žádná předvolební kampaň dnes neobejde. Televize i ve věku internetu a sociálních sítí stále politikům garantuje masový zásah publika, zásah širokého spektra občanů, nejen youtuberské komunity a bublin sociálních sítí. Na druhé straně nelze přeceňovat její možnosti při vizuálním působení na emoce lidí. Nepřinese-li politik na obrazovku myšlenky a programové vize, které zaujmou, žádná atraktivní forma využívající možností televizního obrazu a jeho podprahového působení, to nezachrání.

Všechny prezidentské debaty v USA jsou podrobně zmapovány na webu www.debates.org.

Čím méně toho vědí, tím více si věří

2. listopad 2020

Letošní mimořádný pandemický rok upozadil některá opakující se oblíbená novinářská témata, jako je vyhlašování parodických Nobelových cen. Pod názvem [IG Nobel](#) odkazujícím na fiktivního Nobelova bratra Ignáce je neobvyklým nebo triviálním výzkumům a objevům uděluje americký časopis „[Annals of Improbable Research](#)“. Česká média se o [letošních cenách](#) zmínila jen letmo, všimla si jen bizarního výzkumu hlasivek krokodýla a také, že v nové kategorii zdravotnická osvěta ocenění dostalo několik politiků, Brazilcem Jair Bolsonarem počínaje, přes Borise Johnsona, Alexandra Lukašenka, Donalda Trumpa, Recep Tayyip Erdogana, až po Vladimíra Putina.

Před dvaceti lety cenu IG Nobel získala dvojice psychologů David [Dunning](#) a Justin [Kruger](#) za výzkum, který vědeckými argumenty podpořil některé již dříve panující názory na vztah člověka k vědění a znalostem. Ty se občas objevily v citacích filosofů. Od sokratovského „*Vím, že nic nevím*“, přes Konfucia: „*Skutečnou moudrostí je poznání rozsahu něčí nevědomosti*“, až po Bertranda Russela „*Jedním z problémů naší doby je, že ti, co jsou si jistí svým názorem, jsou hlupáci, zatímco lidé s představivostí a vědomostmi jsou plni pochybností a váhavosti.*“

A právě teze „**čím větší neznalost, tím větší sebevědomí**“ se stala klíčovým zjištěním [studie](#), jejíž výsledky porotě IG nobelistů možná připadaly triviální až banální, ale která se následně stala základem dalších výzkumů jevu, kterému se dnes říká [Dunning-Krugerův efekt](#). Studie popisuje čtyři experimenty, jejichž účastníci odpovídali na znalostní testy, byli zkoušeni z logiky, gramatiky, a také se prověřoval jejich smysl pro humor. Metodika všech experimentů byla podobná. Účastnili se jich studenti Cornellovy univerzity (vzorek 30-140 lidí), kteří za účast dostávali studijní kredity, po našem zápočty.

Po vyplnění znalostních testů odpovídali na tři otázky: jak oceňují své schopnosti v daném oboru, jak odhadují svůj výkon ve srovnání se svými kolegy, a jak si myslí, že asi dopadli ve svém testu. To vždy vyjádřeno na stupnici jedna až sto. Když se data promítla do grafů, ukázalo se, že ti, co měli nejhorší výsledky testů, měli poměrně

vysoké mínění o svých schopnostech, věřili v úspěšné řešení svého testu, a domnívali se, že jsou lepší než ostatní. Zatímco ti, kteří se pohybovali na čele žebříčku správných odpovědí, odhad svých schopností ve srovnání se svými kolegy podhodnotili.

Jeden ze čtyř experimentů měl ještě další fázi. Po šesti nedělích pozvali autoři dolní čtvrtinu a horní čtvrtinu účastníků a předložili jim k hodnocení pět vyplněných testů. Po seznámení s výsledky svých kolegů, které byly vybrány ze středového průměru, měl každý odpovědět, zda a jak by svoje původní sebehodnocení a ocenění svých kolegů nyní upravil. Horní čtvrtina pochopila, že se ve srovnání s průměrem podcenila a své skóre mírně zvýšila. Dolní čtvrtina však byla kupodivu i nadále stejně spokojena, trvala na svém hodnocení a nijak ji neovlivnilo, že výsledky ostatních byly lepší. Trvala na svém přesvědčení, že umí víc, než jejich úspěšnější kolegové, a dala tím také najevo, že není ochotna a schopna se od nich poučit.

Veřejná komunikace v době koronavirové krize přináší nesčetné důkazy o účincích Dunning-Krugerova efektu. Na sociálních sítích se vyrojilo množství rychlokvašených odborníků v oboru epidemiologie, virologie a imunologie, kteří nejsou ochotni naslouchat názorům a argumentům skutečných specialistů a znalců. Spoléhající se na jednostranně orientované prameny, jejichž věrohodnost je občas pochybná, oni přece vědí lépe, zda je či není nutné respektovat nouzová opatření vlády, nosit roušky, odpustit si setkání s kamarády.

Co s tím dělat? Někdo říká, že situaci by mohla napravit rozumná a srozumitelná osvěta. Jiní se však domnívají, že právě kvůli Dunning-Krugerově efektu, při němž lidé s nízkou kompetencí si nejsou ochotni přiznat vlastní nedostatečnost, to není možné, neboť oni jakoukoli osvětu odmítnou. Čím menší je jejich kompetence, tím více si věří. **Jediné, co je možná přesvědčí, bude až sanitka, které je nebo jejich blízké bude odvážet do nemocnice.**

Nestrannost jako hodnota veřejné služby

21. prosinec 2020

Když letos v září nastupoval do funkce nový ředitel BBC Tim Davie, apeloval na své zaměstnance, aby si uvědomili vážnost situace, v níž se vysílání veřejné služby nachází. Ve svém [nástupním projevu](#) Davie varoval před sebeuspokojením: „*Naším úkolem není přesvědčovat se navzájem, že jsme významní, důležití (...) Digitální svět s téměř nekonečnou nabídkou obsahu nás nutí klást si otázky o úloze vysílání veřejné služby (...) Nemáme žádné nezcizitelné právo existovat. (...) Jsme jen tak dobří jako hodnota, kterou dodáváme našim divákům (...) A my musíme tuto hodnotu zvyšovat.*“

Situace BBC v současné době není nijak růžová. Také ji zasáhl všeobecný pokles důvěry v tradiční mainstreamová média. Konzervativní vláda Borise Johnsona se vícekrát vyjádřila kriticky k BBC, odejmula ji dotace, které jí nahrazovaly ztrátu způsobenou tím, že občané starší 75ti let nemuseli platit poplatek (tato úleva od letošního roku [přestává platit](#).) Budoucnost financování je nejistá, [v roce 2022](#) se má výše poplatku a způsob jeho placení znovu projednat, a není jisté, zda poplatek přežije současnou Chartu, jejíž platnost končí v roce 2027.

Podle Tima Davieho **jednou ze čtyř priorit**, které by měly zvýšit hodnotu služby BBC v očích veřejnosti, je „**obnovení závazku nestrannosti**.“ Je to požadavek, který má svou logiku v době, v níž ostatní média pracují pod diktátem ekonomických, často i politických zájmů svých majitelů. Nemluvě o veřejné službě, která by měla publiku zahlcenému lavinou jednostranných názorů, fake news, kampaní sociálních sítí a alternativních webů nabídnout pevný orientační bod nestranného posouzení faktů a událostí.

Česká média si už dříve všimla, že BBC pod novým ředitelem vydala [nová pravidla](#) pro účinkování redaktorů BBC na sociálních sítích, do nichž se promítla [zásada](#): „jestliže chcete být aktivistou na sociálních sítích, je to vaše legitimní volba, ale pak nemůžete být zaměstnancem BBC.“ Sociální sítě jsou však jen **jedním ze tří témat, k nimž BBC vydala nové pokyny**; ty další se věnují [jazyku](#), který by mohl být pokládán za rasistický, a také dodržování [nestrannosti](#).

Uvedené tři manuály, přesněji přeloženo: tři poučení pro zaměstnance BBC, jak se mají chovat, jsou doplňkem dříve platných redakčních směrnic. Velice podrobně se v nich probírá, jak zachovat nestrannost při informování o záležitostech, které vyvolávají spory. Zvláštní pozornost se věnuje reportérům a moderátorům, jejichž chování může ovlivnit názory veřejnosti na nestrannost BBC. Diváci a posluchači by z jejich vystoupení neměli poznat, jaký je jejich osobní názor na nějakou konfliktní otázku. Při tom, jak uvádí podrobnější výklad, osobní názor či předsudek se může prozradit více způsoby: pohledem, tónem hlasu, volbou dotazů, reagováním na vyslovené výroky.

Snaha o vylepšení obrazu BBC ve veřejnosti má svoje důvody. Jak uvedl ředitel Davie ve svém nástupním projevu, průzkumy ukazují, že část britské veřejnosti se domnívá, byť to není vždy podloženo důkazy, že BBC podává jen částečný ne-li jednostranný pohled na svět v současné rozdělené společnosti. Proto takový důraz na nestrannost.

Také u nás se část veřejnosti staví kriticky k médiím veřejné služby. Podle výzkumů veřejného mínění je to sice menšina, je však dostatečně hlasitá a má i podporu politiků. Kdyby si Česká televize chtěla vzít příklad z BBC, nemusí přijímat žádné nové směrnice, neboť v [Kodexu ČT](#) můžeme najít větu: „*Moderátoři diskusních pořadů České televize jsou povinni zachovávat nestrannost. Divák by neměl z jejich vystupování v pořadu poznat, jaký k diskutovanému problému nebo diskutujícím zaujímají postoj.*“ (6.5.)

To se snadno řekne, ale obtížněji prosazuje, neboť některá kontroverzní vyjádření ve vysílání nelze nechat bez odpovědi. Britský manuál to řeší tak, že dává právo moderátorovi reagovat, ovšem vždy na základě „profesionálního úsudku podloženého důkazy,“ klidně a bez emocí a také bez prosazování osobní agendy. Jedině tak se může naplnit smysl vysílání veřejné služby, jehož účelem je informovat, nikoli poučovat nebo se snažit přesvědčovat o vlastní pravdě.

Čtyři priority BBC:

We must renew our commitment to impartiality

We must focus on unique, high-impact content

We must extract more from online

We must build commercial income

Světla a stíny přenosů z parlamentu

8. únor 2021

Když poslanec Lubomír Volný ve čtvrtek 21. ledna ve Sněmovně fyzicky [napadl](#) předsedajícího schůze poté, co mu dotyčný vypnul mikrofon, následná bitka u předsednického pultu krátce zastínila v médiích jiné, důležitější události oněch dnů: prodloužení nouzového stavu o další tři týdny, průběh očkování seniorů, nebo ohlasy na první kroky nového amerického prezidenta Joe Bidena.

Chování někdejšího člena SPD poslance Volného dalo za pravdu povolebnímu [komentáři](#) novináře Tomáše Němečka. Němeček tehdy v říjnu 2017 hodnocení výsledků „obchodního projektu Tomia Okamury“, jehož strana SPD získala 22 mandátů, zakončil slovy: *„Ani on ale neví, jakou skupinu magorů si vyvezl na zádech tentokrát a jestli ho časem opět nevyloučí z jeho klubu.“*

Tentokrát však nikdo Tomio Okamuru z poslaneckého klubu nevyločoval. Naopak, byli to „magoři“ Lubomír Volný, Marian Bojko a poslankyně Ivana Nevludová, které Okamura [vyloučil](#) z SPD, když před dvěma lety zrušil jejich severomoravskou pobočku.

Sněmovní volby vyhlášené na 8.-9. října se blíží, což se projevuje ve zvýšené snaze politických stran a poslanců se před voliči zviditelnit. Pořad Reportéři ČT kdysi [zaznamenal](#) praxi severomoravské pobočky SPD, která ukládala svým členům, aby přispívali do diskusních fór a do Parlamentních listů. Neboť, jak v uniklé nahrávce prohlásil Marian Bojko, je to „neuvěřitelná mediální válka, která nám vyhrává voliče“.

Aby „vyhrál své voliče“ poslanec Lubomír Volný od podzimu pronikavě zvýšil četnost svých vystoupení, stal se odborníkem na koronavirus a začal lovit ve vodách názorových bublin odmítajících nosit roušky, vakcinaci a negující vše, co od státu a vlády přichází. **Co víc si může přát poslanec, který se chce zviditelnit, než přímý televizní přenos** debaty na téma, která přitahuje zájem široké veřejnosti. Doba mu přeje, neboť kamery jsou dnes součástí všech parlamentních debat. Nebylo tomu však odjakživa.

Rozhlasovým a televizním přenosům se parlamenty i v zemích s demokratickou tradicí dlouho bránily. Britský parlament přítomnost

rozhlasu a televize – s výjimkou zásadních hlasování a významných projevů – dlouho odmítal se zdůvodněním ještě z rozhlasové éry, že mikrofony nemají ve Westminsteru co dělat, neboť „povaha jednání v parlamentu je taková, že by mu řadový posluchač nerozuměl a mohl by být zmaten.“

Byl to americký Kongres, který jako první po dlouhém váhání povolil v roce 1979 kabelovému kanálu [C-SPAN](#) (Cable and Satellite Public Affairs Network) přímé přenosy z jednání Sněmovny reprezentantů. Britská Dolní sněmovna následovala amerického příkladu až o deset let [později](#). **Důvody váhání a odmítání byly známe: přítomnost televize naruší práci parlamentu, poslanci přestanou věcně argumentovat a začnou se předvádět před svými potenciálními voliči, a budou-li kamery příliš zvědavé, přistihnou poslance v ne příliš lichotivých situacích, což autoritě parlamentu neposlouží.**

Některé z těchto obav se zpočátku naplnily. Když Česká televize po roce 1995 začala [přenášet](#) čtvrtěční poslanecké interpelace na ČT2, Sládkovi republikáni vysílání pravidelně zneužívali k neplodným řečnickým exhibicím snižujícím autoritu parlamentu. Proto ČT brzy s touto praxí skončila a přesunula záznamy do nočních hodin.

Situace se postupně uklidnila, parlamenty se s televizními stanicemi dohodly o [pravidlech](#), omezujících využívání přenosů k politickým demonstracím (zákaz záběrů na tribunu hostů, stabilní záběry řečníka, nikoli detaily sálu apod.). Kromě toho naše Poslanecká sněmovna [převzala](#) techniku a kamery do vlastní režie, po roce 2009 zmizely ze Sněmovní ulice přenosové vozy, signál přenosu zpracovaný ve Sněmovně je k dispozici nejen ČT.

Otázkou však zůstává, zda přítomnost televizních kamer přece jen negativně neovlivňuje jednání parlamentu tím, že odvádí poslance od věcné debaty k politické show. Poslanec Volný by možná agresivně vystupoval i kdyby ČT24 jednání nevysílala. Jenomže stačí porovnat počet přihlášek do rozprav, které se vysílají v televizi, a do rozprav, které se na televizní obrazovku nedostanou. Početní převaha těch prvních je naprosto jasná. **Každý se chce předvést, rozpravy se protahují na hodiny.** Zažíváme to téměř při každé schůzi.

Zpráva kvapná, ne vždy platná

22. březen 2021

Nebylo to poprvé, co se v médiích rozšířila zpráva o smrti osoby, která byla naživu. V úterý 2. března odpoledne české zpravodajské servery publikovaly zprávu odkazující na prémiový obsah deníku Blesk, který před polednem zveřejnil informaci, že bývalého hradního protokoláře Jindřicha Forejta převezli do nemocnice s krvácením do mozku.

Večer ve čtvrt na osm však bylo všechno jinak. Namísto titulků „Protokolář Forejt měl mrtvici, leží v nemocnici“ se objevily titulky nové: „Smutná zpráva z nemocnice. [Forejt zemřel.](#)“ Text se stejným poselstvím se promítl i do spodních řádek právě vysílaných televizních zpráv. Na sociálních sítích se začaly objevovat první reakce a projevy soustrasti. Svět digitalizované síťové komunikace znovu prokázal schopnost během několika minut rozšířit do kyberprostoru sdělení přístupné všem, kteří jsou napojeni na internet.

Krátce nato se však ozval ředitel motolské nemocnice, že Jindřich Forejt se sice po mrtvici nachází ve vážném stavu, ale že je naživu. A tak se ještě před osmou hodinou rozlétla z České tiskové kanceláře zpráva likvidující předchozí „fleš“ o Forejtově smrti: „Nepoužívejte, prosím, tuto zprávu. Informace se podle nového zjištění ČTK nezakládá na pravdě.“ Následovalo hromadné mazání titulků a předchozích zpráv.

Jak všechno vzniklo? A dalo se tomu zabránit? I když v průběhu odpoledne oznámená Forejtova hospitalizace mohla vyvolávat některé obavy a spekulace, zpráva o jeho údajné smrti se do médií rozšířila až poté, co zprávu vydala agentura ČTK. Ta svůj omyl později vysvětlovala tak, že informaci získala ze dvou hodnověrných zdrojů. Jedním byl bývalý ministr kultury [Daniel Herman](#), který smrt Jindřicha Forejta [oznámil](#) na Twitteru současně se svou kondolencí. Druhým byla bezprostřední reakce hradního mluvčího Jiřího Ovčáčka, který ze svého oficiálního účtu vyzval k modlitbě za Jindřicha Forejta „jenž opustil svět“. Proti tomu však se dá namítnout, zda reakci z Hradu, z někdejšího Forejtova pracoviště, bylo možné považovat za druhý nezávislý zdroj. Nedalo se přece vyloučit, že Jiří Ovčáček prostě jen převzal Hermanovo konstatování, aniž by si ho prověřil.

Uvedený případ může posloužit jako názorný příklad, jak se nevyplácí podceňovat osvědčené zásady žurnalistické profese. Tlak na rychlost a aktuálnost informací v médiích je dnes mimořádný. Každý chce být první, nechce se nechat zahanbit sociálními sítěmi, pod jejichž vlivem média pracují. Každé další prověřování zdržuje. Také proto se občas přivřou oči nad zásadou dvou nezávislých zdrojů s tím, že se spolehneme na důvěryhodnost jednoho respektovaného zdroje. Jak ukázal Forejtův případ, někdy se to nevyplácí.

Média v této souvislosti uváděla [podobná pochybení](#) doma i ve světě. V roce 1995 se Jaroslav Foglar z rozhlasového vysílání dozvěděl, že zemřel. Zprávu vydala v neděli 21. srpna odpoledne ČTK na základě informace spisovatelova přítele, který ji údajně získal na interním oddělení Thomayerovy nemocnice. Přitom osmaosmdesátiletý autor byl v péči infekčního oddělení. Stačilo zavolat do nemocnice.

Z jiného soudku jsou nehody způsobené nepozorností a technickou závadou. Takhle v roce 2013 unikly z počítačového systému CNN desítky připravených nekrologů, včetně exprezidenta Reagana. Vloni v listopadu se totéž [přihodilo](#) webové stránce Radio France International. Mezi stovkou nekrologů byl i ten pro britskou královnu Alžbětu.

Něco podobného se stalo ČTK v roce 1998. Prezident Václav Havel tehdy ležel v nemocnici v Innsbrucku v kritickém stavu po operaci prasklého tlustého střeva. Když v úterý 28. dubna profesor Bodner oznámil, že stav pacienta je uspokojivý a bude moci vrátit se do Prahy, deset minut poté se do internetového servisu ČTK dostala zpráva o Havlově smrti s nekrologem. Stalo se to tak, že ČTK převáděla připravené texty z pohotovostní polohy zpět do archivu a „během přesunu se nedopatřením ocitly na 27 minut v části databáze přístupné několika klientům“. Kdo si vzpomíná na rok 1998, těch klientů na internetu naštěstí nebylo příliš, proto se na veřejnost nic nedostalo.

CNN Prima News rok poté

3. květen 2021

V pátek 9. dubna odpoledne se Petr Arenberger jako nově jmenovaný ministr zdravotnictví poprvé setkal s novináři. ČT24 přerušila zprávy a přepnula na signál z budovy Ministerstva zdravotnictví. Kdo v té chvíli přeladil na CNN Prima News, se o ministrově postoji k pandemii příliš nedozvěděl; čekalo ho rozsáhlé zpravodajství o životě britského prince Philipa, který ten den zemřel ve věku 99 let. Až později k večeru se divák Primy dozvěděl, o čem Arenberger na brífinku mluvil.

Tolik ilustrace současné programové politiky CNN Prima News, která si v těchto dnech, 3. května, připomene první výročí svého vzniku. Vloni v červnu se čtenáři Týdeníku Rozhlas mohli dočíst, že „až se sejde rok s rokem, program CNN Prima News bude zcela určitě jiný, než jak se představil české televizní veřejnosti v prvním měsíci.“

Předpověď se naplnila. Publicistický pořad Christiane Amanpourové zmizel z obrazovky vloni na podzim. Další pořad z dílny CNN „Byznys podle Richarda Questa“ skončil letos v únoru. Místo Questa v pozdním večeru se vysílá nové regionální zpravodajství s moderátorkou Markétou Fialovou, která se sem přesunula ze zaniklého pořadu „Silný hlas.“ Výpadek importu ze CNN nahradily dokumentární seriály. Nemluvě o dalších změnách, včetně té poslední, při níž se krimi zprávy vrátily do večerního zpravodajského bloku.

Ambiciózní cíl, který si vedení Primy před rokem [stanovilo](#): 1,5 % podílu na sledovanosti, však zůstává nesplněný. Jen jednou CNN Prima News překročila tuto hranici, když Terezie Tománková v neděli 28. února zpovídala tři ústavní činitele – prezidenta, předsedu vlády, předsedu Senátu – a peoplemetry [naměřily](#) celodenní share 1,52 %.

Přesto však je vidět jistý pokrok. Zatímco loňský průměr se pohyboval kolem půl procenta, letošní týdenní výsledky měření mírně stoupají k 0,7 až 0,8 procentům. Svoji roli zde může sehrávat dramaturgie publicistických debat a rozhovorů, při níž se Prima nemusí tvářit státotvorně a do studia zve pro diváky zajímavé, byť někdy mírně kontroverzní osobnosti.

Výhodu, která vstupuje do hry, když se na ČT24 vysílají nudné tiskové konference a brífinky, však eliminuje diktát ekonomických pravidel komerčního vysílání: zdlouhavé reklamní vstupy a také ne příliš aktuální a zajímavé – protože laciné – dokumentární seriály.

CNN Prima News zřejmě bude i v budoucnu chudším příbuzným dívajícím se na záda pětiprocentním [týdenním průměrům](#) ČT24. Nicméně její citační index v médiích a politice ukazuje, že na české mediální scéně se již etablovala jako alternativní zpravodajský zdroj. Do dalších let jí tedy můžeme jen přát, aby její majitelé neztratili nervy z pomalu rostoucích čísel a nedotlačily ji do populistického bulváru.

pozn.: od května 2021 Týdeník Rozhlas v nové grafické úpravě snížil rozsah názorových sloupků ze 3600 na 2700 znaků.

Přehledka ztraceného času

14. červen 2021

Jen necelé čtyři měsíce zbývají Poslanecké sněmovně na splnění úkolů, které si před čtyřmi lety předsevzala, a které jí zákon ukládá. Už dnes je jisté, že velká část legislativních návrhů, ať už navržených vládou nebo pocházejících z poslaneckých iniciativ, lidově řečeno, spadne pod stůl. Nebude to poprvé ani naposledy.

Jenomže nikdy v minulosti se tak nestalo v rozsahu, s jakým se setkáváme dnes. Doba covidová je sice dobou mimořádnou, bylo třeba reagovat na nečekané krizové situace, ale co je moc, to je příliš. Stačí se podívat na dubnovou a květnovou schůzi sněmovny, které nesly pořadová čísla [98](#) a [104](#). Každá z nich měla na programu k vyřízení přes pět set bodů. Ta dubnová jich stihla vyřídit třicet šest. Ta květnová jich do 2. června projednala dvacet devět.

Pravda, některé naléhavé a neodkladné úkoly se řešily na schůzích mimořádných, svolávaných většinou opozicí. Bylo jich více než kdy jindy v minulosti a některé z nich jsou dodnes přerušené a neukončené. **Perspektiva blížících se voleb jako by deformovala konání všech, jejichž budoucí existence na výsledcích hlasování záleží.** Jako by vymizela racionalita jejich chování a jednání, které se místo věcného řešení problémů upíná k jedinému cíli: jak to ovlivní volební výsledek, co tomu řeknou voliči, jak se zviditelnit.

Co se týče zviditelnění, odstrašujícím příkladem je nezařazený poslanec Lubomír Volný, který se rozhodl přitáhnout k sobě pozornost médií nejen extrémními názory na nošení roušek a na vakcinaci, ale také [obstrukcemi](#) ve Sněmovně. Na schůzích se neustále hlásí o slovo, a svým [tříhodinovým vystoupením](#) jednou zablokoval projednání plánovaného programu toho dne.

Vezmeme-li v úvahu, že čas ztracený zbytečným řečením pak chybí při projednávání závažnějších a potřebnějších bodů programu, nezbyvá než se pozastavit s lítostí také nad jedním ztraceným dnem [mimořádné schůze o vyslovení nedůvěry současné vládě](#).

Předvolební charakter však mělo i blokování volby nových členů Rady České televize, kolem níž se rozvinula téměř [tříhodinová debata](#). Opozice se hájila, že to bylo ve prospěch věci, protože navržení

kandidáti vybraní tichou koalicí ANO, SPD a KSČM jsou hrozbou nezávislosti veřejnoprávního vysílání; mohli by ho prý ovládnout ve prospěch svých sponzorů.

Otázkou však zůstává, zda by se to do voleb ještě stihlo, a také, zda tahle blokáda není zbytečná, protože kdyby doplněná Rada ČT nezávislost a svobodu České televize skutečně omezila, pro nově zvolenou sněmovnu nebude nic snazšího než ji odvolat. Stačí dvakrát neschválit výroční zprávu o činnosti ČT. V seznamu sněmovních dluhů je takových neprojednaných zpráv hned několik, [nejstarší](#) ještě z roku 2018.

Lesk a bída volebních modelů

26. červenec 2021

„Jakou stranu byste volili, kdyby se volby do spolkového sněmu konaly příští neděli?“ Tuhle otázku klade od roku 1996 týden co týden tisícovce německých občanů společnost [Infratest Dimap](#), která je jednou z dceřiných společností mezinárodní firmy Kantar. Sociologický průzkum provádí pro německý veřejnoprávní rozhlas a televizi ARD.

Podobně jako německá ARD, také Česká televize se rozhodla využívat služeb Kantaru, jejíž česká pobočka Kantar CZ má ve svém rodokmenu jména zaniklých agentur zkoumajících veřejné mínění AISA a Taylor Nelson Sofres. Na rozdíl od Německa český [Kantar](#) nabízí **volební model jednou měsíčně**.

Mediální událostí letošního března se stalo zjištění únorové sondy Kantaru, v jehož volebním modelu Piráti (22%) předstihli hnutí ANO (20,5%). I když později se ANO jako sólová strana opět dostalo do čela, ve volebních modelech Kantaru koalice Piráti/Starostové a Spolu (ODS, TOP 09, KDU/ČSL) stále vedou.

Věc má však jeden háček: český [Kantar](#), který „se inspiruje dlouholetým ověřeným přístupem ke zjišťování volebních preferencí“ firemních partnerů, do volebního modelu zařazuje výpovědi lidí, kteří splňují tři podmínky: oznámili, že půjdou volit, jsou rozhodnuti, koho budou volit, a nehodlají svoje rozhodnutí výrazně měnit. Tedy nereprezentují celou voličskou obec.

Že různé přístupy přinášejí různé výsledky, ukázaly červnové průzkumy, které kromě Kantaru zveřejnily jak agentury sdružené v [SIMAR](#), v organizaci dbající na dodržování standardů sociologického výzkumu ([Median](#), [CVVM](#), [STEM](#), [Data Collect](#), [IPSOS](#)), tak průzkumy, vůči jejichž metodice má SIMAR [výhrady](#) ([SANEP](#), [Phoenix](#)). Na jedné straně se všichni shodují: ANO se dostalo na první místo, Piráti výrazně oslabili. Na druhé straně se však výsledky dosti různí: Šlachtova Přísaha má jednu 2,5 procenta, jindy šest procent preferencí; ČSSD a KSČM je někde pod, jinde nad hranicí pěti procent volitelnosti do parlamentu. Není divu, že důvěra k předvolebním průzkumům není příliš vysoká.

Při tom by stačilo, kdyby média při interpretaci jejich výsledků lépe upozorňovala na rozdílnost přístupu jednotlivých agentur, z nichž některé zkoumají volební preference, jiné volební potenciál či volební jádro, a vytvářejí volební modely, jejichž prognostická hodnota je omezená, protože není schopna předpovědět chování nevoličů a nerozhodnutých.

Německý Infratest Dimap výslovně [upozorňuje](#), že odpovědi na „nedělní otázku“ sice měří aktuální volební nálady a tendence, ale nikoli skutečné volební chování, neboť utváření voličského názoru končí až v den voleb. Takže berme volební modely s rezervou. Říkají nám, **jak by volby dopadly, kdyby se konaly tento týden**. Jenomže do 8. října těch týdnů zbývá ještě několik.

Příběhy dvou zpravodajských televizí

30. srpen 2021

Za několik dní vzpomeneme dvacátého výročí teroristického útoku na Světové obchodní centrum v New Yorku 11. září 2001. Útoku, který – jak nám nedávno připomenul Afghánistán – významně a tragicky ovlivnil běh událostí světové politiky. Svým způsobem však ovlivnil také mediální scénu dvou zemí v centru Evropy.

Na podzim 2001 se v Bratislavě připravoval projekt Martina Lengyela, bývalého redaktora rádia Twist a někdejšího mluvčího premiéra Dzurindy, na vytvoření zpravodajského televizního kanálu TA3. Jeho vznik měl politické pozadí. Slovensko se chystalo na volby 2002 v situaci, kdy demokratický blok slábnul a HZDS Vladimíra Mečiara bylo stále nejsilnější stranou v parlamentu. Šlo o to zabránit recidivě mečiarismu v době, kdy se rozhodovalo o přijetí Slovenska do EU. Lengyel získal peníze od zahraničního investora ochotného podpořit nezávislá média.

Aby předešel obvinění z vazeb na politickou scénu, Lengyel pozval do funkce šéfredaktora nestrannou posilu z Česka – Zdeňka Šámala, dnešního šéfa zpravodajství ČT. Panovaly obavy, zda TA3 u diváků uspěje, když bude jen na kabelu a satelitu. Do toho přišla newyorská katastrofa. Ačkoliv zahájení vysílání se plánovalo až na konec září, TA3 pohotově 11. září zapnula vysílače a celý den přinášela informace o událostech v New Yorku. Když 23. září TA3 začala s pravidelným vysíláním, veřejnost o ní dobře věděla.

Podobný příběh se odehrál v Polsku. Komerční televize TVN, tehdy chudší příbuzný jiné soukromé stanice Polsat, spustil 9. srpna 2001 zpravodajský kanál TVN24. Sledovanost byla zpočátku mizivá, také proto, že kabeloví operátoři ho nechtěli zdarma zařazovat do své nabídky. V den teroristického útoku 11. září se TVN 24 stala jedinou stanicí s kontinuálním zpravodajstvím o události, o níž byl obrovský zájem. Kabeloví operátoři pochopili, že mít TVN24 ve své nabídce je dobrá volba.

Od té doby uplynulo dvacet let. Po slovenských volbách 2002 se zahraniční investor z licence stáhl. TA3 se dostala do rukou slovenských podnikatelů a dnes je standardní zpravodajskou [stanicí](#), která se více než o politiku stará o komerční úspěch.

V Polsku se TVN24 stala [nejsledovanějším](#) zpravodajským kanálem a dnes také nepříjemným zrcadlem politiky vládnoucí koalice PiS. Nad budoucností TVN24 se však vznášejí otazníky. Její licence končí 26. září a regulátor [KRRiT](#) se nemá k tomu, aby ji [prodloužil](#). Důvodem je [zákon](#) přijatý 11. srpna, který u vysílacích médií zakazuje většinový podíl zahraničních firem mimo rámec EU. Americká společnost Discovery sice provozuje TVN přes nizozemskou fliálku, ale tohle evropské [aranžmá](#) má nyní přestat platit. Pokud licence TVN24 v září zanikne, Jaroslav Kaczyński si bude moci připsat další zářez na pažbu v tažení proti demokratickým institucím.

DODATEK 30.8.2021 - TVN24 si zajistila satelitní licenci v Nizozemsku, jako satelitní kanál bude tedy pokračovat i v případě, když KRRiT polskou licenci v září neprodlouží.

DODATEK 30.9.2021 - Těsně před jejím vypršením regulátor KRRiT licenci pro TVN24 [prodloužil](#) na dalších deset let, další detaily [zde](#).

Média a právní stát pod lupou Evropy

18. říjen 2021

Letos už po druhé zveřejnila Komise EU [Zprávu o právním státu](#), která hodnotí, jak si členské státy vedou v oblasti soudnictví, v boji proti korupci, při ochraně plurality médií, a jak fungují jejich demokratické instituce. I když tyto zprávy mají hodnoticí charakter, nevyplývají z nich žádné sankce. Systém hodnocení zavedla Evropská unie poté, co jí vlády v Budapešti a Varšavě vyčítaly údajnou zaujatost vůči Maďarsku a Polsku.

Předmětem stížnosti bylo například usnesení Evropského parlamentu, které v roce 2018 [vyzvalo Komisi](#), aby proti Maďarsku spustila proceduru podle článku 7 Smlouvy o EU na základě obvinění, že Maďarsko porušuje evropské hodnoty „svobody, demokracie, rovnosti, právního státu a dodržování lidských práv, včetně práv příslušníků menšin.“ Usnesení tehdy vycházelo z podkladů, které kvůli jazykové bariéře a závislosti na zdrojích z opozičních kruhů, pracovaly s neúplnými informacemi. Komise tehdy proti Maďarsku nezasáhla.

Aby se předešlo nedorozuměním a také, aby se včas upozorňovalo na problémy při dodržování demokratických hodnot, které evropské státy spojují, rozhodla se Komise převzít hodnocení do své kompetence. Zvolila metodiku, která by měla zabránit výtkám typu „Brusel si vymýšlí a diktuje členským státům.“ Hodnocení se zpracovává ve spolupráci nejen s oficiálními orgány, ale také s tzv. „stakeholdery“, což jsou všichni, kterých se projednávána problematika týká, profesními sdruženími počínaje a instituty občanské společnosti konče.

Jedna kapitola každé zprávy se věnuje médiím. Letošní zpráva konstatovala, že pluralitu médií nepříznivě ovlivnila krize spojená s covidem, někde mají problémy s transparentností vlastníků médií, ve více zemích se stávají novináři předmětem nevybíravých fyzických útoků. V některých nově přijatých členských zemích se vlády snaží ovlivňovat nejen veřejnoprávní, ale i soukromá média licenční politikou a ekonomickými tlaky. **Z hodnocení vyšlo nejhuře Maďarsko**, kde odmítli prodloužit licenci nezávislé stanici Klubrádió,

reklamu dostávají jen poslušná média, a vláda využila mimořádný stav ke zpřísnění dohledu nad médii.

Ve srovnání s našimi sousedy si nevedeme špatně. Jedinými českými hříchy, které zpráva letmo [zmiňuje](#), jsou zpolitizovaná volba členů Rady České televize a [dluh](#) při zavádění pravidel [nové směrnice](#) o audiovizuálních mediálních službách. Ten je však třeba připsat na účet Sněmovny, která nebyla schopna vládní novelu vysílacího zákona do konce volebního období projednat.

Cenzura? Nebo ochrana práv a svobod druhých?

29. listopad 2021

Demokratickým světem obchází strašidlo cenzury. Svoboda projevu je prý ohrožena. Začalo to mazáním a blokováním příspěvků na sociálních sítích, kterému se nevyhnul ani americký prezident. Společnost pro obranu svobody projevu založená herním vývojářem Danem Vávrou bije u nás od ledna na poplach: „[Stop cenzuře](#).“ Varovné volání „cenzura“ se v plné síle znovu objevilo v listopadu, když **blog serveru Aktuálně.cz přestal publikovat příspěvky** lékaře Jana Hnízдила, režiséra Jana Tománka a advokátky Jany Zwyrtek Hamplové.

Některé reakce na rozhodnutí, které šéfredaktor Aktuálně.cz Josef Pazderka náležitě [zdůvodnil](#) (porušení zásad kodexu blogera, přihlídnutí k současné kritické situaci s epidemií Covid 19), byly až hysterické. Server Echo24 ho [označil](#) za „nové dno české novinářiny.“ Lukáš Pollert [tvrdil](#), že přichází nová normalizace. Politický turista a neúspěšný kandidát na ústavního soudce [začal vymýšlet](#), jak by stát mohl potrestat majitele soukromého média, který se rozhodl, že některé názory nebude publikovat. Protože Listina základních práv a svobod přece jasně v článku 17 [uvádí](#), že „*cenzura je nepřipustná*.“

Pravda, **každé omezení svobody projevu je negativním jevem**, neboť tato svoboda je jedním z pilířů demokratické společnosti. Proto se nelze divit, že lidé, kteří se neseznámí s podrobnostmi a kontextem, výše uvedeným názorům přitakávají. Jenomže citace článku 17 našeho ústavního zákona by měla být úplná. Hned za jeho třetím odstavcem o nepřipustnosti cenzury následuje odstavec čtvrtý, který [říká](#), že „*svobodu projevu (...) 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*.“

Česká listina zde víceméně kopíruje [Evropskou úmluvu o ochraně lidských práv](#), která na jedné straně svobodu projevu hájí, ale také vymezuje její limity. Když do Štrasburku přijde stížnost na omezování svobody slova, zdejší soud pro lidská práva ji posuzuje z **několika hledisek**. Za prvé, zda zásah proběhl v rámci demokraticky přijatých právních norem. Za druhé, zda zásah byl oprávněný pro

ochranu veřejných zájmů, v našem případě na ochranu veřejného zdraví. A za třetí, zda byl proporcionální; tj. **zda škoda způsobená omezením svobody projevu nebyla větší, než škoda, která by demokratické společnosti vznikla, kdyby se včas nezasáhlo.**

Podobné je to i v USA, kde se často cituje [výrok](#) soudce Nejvyššího soudu Olivera W. Holmese, podle něhož známý první dodatek Ústavy o svobodě projevu, by „*neměl chránit muže, který začne nepravdivě volat „hoří“ v divadle a způsobí tím paniku...*“.

Na co si posvítí nová vláda

10. leden 2022

Jeden z odstavců koaliční smlouvy podepsané pěti stranami, které utvořily novou českou vládu, má nadpis „Svobodná a transparentní média veřejné služby.“ Deklarují se v něm tři cíle: zajistit financování vysílání veřejné služby, zapojit do jmenování mediálních rad veřejnoprávních médií vedle sněmovny také senát, a podrobit hospodaření České televize, Českého rozhlasu a ČTK kontrole Nejvyššího kontrolního úřadu.

Na první pohled jsou to cíle jednoduché, které však budou vyžadovat novelizaci nejméně pěti zákonů. Nejjednodušší by mohlo být plnění třetího bodu – zajistit dohled NKÚ nad hospodařením s veřejnými prostředky. Možná i splnění druhého cíle by nemuselo být velkým problémem, zvláště když v Radě ČT je šest neobsazených míst, Radě ČRo chybí jeden člen a druhý by se měl volit letos v červnu. V Radě ČTK by nebylo od věci nahradit senátními kandidáty některé radní, kteří svými vrtochy jednání Rady často blokuji. A tak nejtěžším oříškem k rozlousknutí bude cíl první: navýšení tzv. koncesionářského poplatku, případně jeho nahrazení nějakým specifickým poplatkem či daní.

Je chvályhodné, že vláda se rozhodla věnovat problémům médií veřejné služby, její program však neřeší problémy zastaralé mediální legislativy. Česká republika patří v EU mezi devět hříšníků, kteří mají více než roční zpoždění při implementaci zásad novelizované směrnice EU o audiovizuálních mediálních službách z roku 2018 do národní legislativy.

Ta není nijak jednoduchá. V posledních třiceti letech u nás vznikl komplikovaný soubor mediálních zákonů, z nichž pět se týká vysílání a online audiovizuálních služeb: jsou to zákony o provozování rozhlasového a televizního vysílání, o České televizi, o Českém rozhlasu, o rozhlasových a televizních poplatcích a také zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání.

Zmíněná směrnice EU, která nově upravuje pravidla provozu platform pro sdílení videí, mohla být příležitostí, jak při jejím zavádění českou legislativu zjednodušit a zmodernizovat. Jako v Německu, kde vloni vytvořili jeden velký střešový mediální zákon,

do něhož se vejde rozhlasové a televizní vysílání, pravidla pro média veřejné služby i veškeré audiovizuální služby na internetu. U nás se však zvolil systém dodatků ke stávajícím právním normám.

Bud'me však realisté. Je otázkou, zda takový zákon mohl vzniknout za minulé menšinové vlády, a zda i dnes by se ho podařilo protlačit v novém parlamentu, který musí řešit důležitější problémy. A tak nezbývá, než koalici pochválit, že se rozhodla řešit alespoň problémy spojené s provozem médií veřejné služby, které chce podporovat. Když nebude pršet, snad alespoň bude kapat.

Dechberoucí vnímání

21. únor 2022

V životě jsem se ocitl jak v roli redaktora, který nastavuje mikrofon, tak v roli zpovídané osoby, která musela odpovídat. Také proto se dokážu vcítit do obou rolí aktérů mediálních soubojů odehrávajících se na obrazovce.

Jak do role moderátora, který neklidně hlídá vymezený čas a setká se s člověkem, jehož proud řeči se nedá zastavit. Tak do role zpovídané osoby, která nervózně vyčkává, jakou další otázku mu redaktor položí. V poslední době soucítím spíše s těmi zpovídanými na zpravodajských kanálech, kteří někdy musí čelit nadbytečným otázkám, protože zbývající čas do příštího reklamního bloku nebo do začátku nových zpráv je třeba nějak vyplnit.

Často se to stává ve formě „Jak vnímáte to či ono... tu či jinou událost.“ Přiznám se, že jsem na tohle „vnímání“ mírně alergický, zvláště když si představím, že bych podobné otázce musel čelit sám. Vnímání totiž považuji za soukromou sféru, do které nikomu nic není. A nevím, proč redaktor chtěje ze mne vydolovat nějakou myšlenku se jednoduše nezeptá: „Co si myslíte o...?“ nebo „Jaký je váš názor na...?“

Využil jsem monitoring médií společnosti Newton a zjistil, že v České televizi se v roce 2020 vyskytlo 275 zpravodajských pořadů, v nichž se objevila otázka „jak vnímáte?“ V roce 2021 počet těchto pořadů vzrostl na 311, přičemž zmíněná otázka v pořadech padla často vícekrát. Rekord drží Události komentáře 23. dubna 2021, v němž se redaktor na vnímání zeptal dvanáctkrát. Aby to nebylo ČT líto, vyfiltroval jsem statistiku i pro CNN Prima News: za loňský rok 127 pořadů s otázkou na „vnímání.“

Jestliže dnes se k médiím vyjadřuji z osobní perspektivy konzumenta médií, pak si ve svém jazykovém koutku postěžuji ještě na jedno módní slovo: „dechberoucí“. Objevilo se po roce 1989, když do té doby slovníky překládaly anglické „breathtaking“ nebo německé „atemberaubend“ souslovím „beroucí dech.“

Opět jsem si vzal na pomoc monitoring médií Newton, abych v jeho záznamech zjistil, že zcela poprvé použil kalk „dechberoucí“

týdeník Reflex v březnu 1997. Ne, že by se autorům recenzí a reportáží dech nedostával už dříve. Bylo to však zřídka a ve dvou slovech: dech beroucí. Tento způsob přepisu anglického breathtaking v médiích převládal až do roku 2009, kdy používání slova „dechberoucí“ v médiích začalo raketově růst. V roce 2010 se vyskytlo v necelé pětistovce monitorovaných článků, vloni jejich počet převýšil šestitisícovou hranici.

Jak vnímám slovo „dechberoucí“ v českém jazyce? Souhlasím s některými [češtináři](#), pro něž je tohle slovo „pichlavým kaktusem vloženým do hezky sestavené a pevně svázané kytice české věty.“ Zvláště když se objevuje i tam, kde by se dalo použít „úžasný“, „závratný“, „ohromující.“

Nepovedený vtip

4. duben 2022

Nedávná návštěva českého premiéra na Ukrajině zastínila v českých médiích jinou událost stejného dne. Když 15. března Petr Fiala v Kyjevě [seděl](#) tváří v tvář ukrajinskému prezidentu Zelenskému, tisíce kilometrů odtud mimořádně svolané Parlamentní [shromáždění](#) Rady Evropy rozhodlo, že **Rusko už nemůže být nadále členem Rady Evropy.**

Marná byla snaha ruského ministerstva zahraničí, které těsně před hlasování doručilo do Štrasburku [prohlášení](#), že z Rady Evropy vystupuje, protože *"pod vlivem EU a NATO se Rada Evropy stala nástrojem protiruské politiky."* Rusko tak chtělo aktivovat proceduru dobrovolného odchodu, která by nenesla pečeť ostudného trestu. Nebylo to nic platné. Ministerský výbor Rady Evropy [rozhodl](#), že členství Ruska 16. března končí, a dodal patřičné zdůvodnění.

Bohužel, ne všichni naši občané vědí, jaký je rozdíl mezi Radou Evropy a Evropskou unií, nemluvě o Evropské radě jako vrcholném orgánu EU. Například [istanbulskou úmluvu](#) o ochraně genderu považují za další výmysl perfidního Bruselu, aniž tuší, že uvedený dokument vznikl jinde, ve Štrasburku, v Radě Evropy, v organizaci sdružující 46 evropských států, u jejíhož vzniku stál v roce 1949 Winston Churchill.

Tehdejší pokus o evropskou integraci na základě společně sdílených demokratických hodnot přežil do dnešních dnů, přestože vlajku evropské integrace převzala a prostřednictvím hospodářské spolupráce realizovala Evropská společenství a Evropská unie. Jedním z důvodů, proč [Rada Evropy](#) existuje do dnešních dnů, jsou nejen její odlišná pravidla – členské státy si uchovávají svoji suverenitu, dobrovolně respektují přijaté úmluvy, o nichž rozhoduje shromáždění složené z poslanců domácích parlamentů a výbor ministrů zahraničí – ale také a především její zaměření na problematiku lidských práv a svobod.

[Úmluva o ochraně lidských práv a základních svobod](#) z roku 1950 je základním dokumentem, jehož respektování je podmínkou členství RE. Vychází z něj i rozhodování Evropského soudu pro lidská práva [ESLP](#), k němuž se mohou odvolat občané členských zemí, kteří

se domnívají, že při hájení svých práv se doma nedočkali dostatečné ochrany.

Když se Rusko v roce 1996 stalo členským státem RE, přijalo a akceptovalo – přinejmenším formálně – všechny zásady Úmluvy, včetně zrušení trestu smrti. Teď jeho členství končí. Při této příležitosti ruská strana [prohlásila](#), že odchod z RE, kterého nelituje, „*nebude mít vliv na práva a svobody ruských občanů*“ protože **ruská ústava jim prý poskytuje stejné záruky jako Úmluva**.

Kdyby to nebylo k pláči, dalo by se to považovat za nepovedený a dosti **špatný vtíp**. Stačí sledovat současnou situaci médií v Ruské federaci a porovnat ji s článkem 10 Úmluvy o svobodě projevu.

Příčina tragédie - zkreslené vnímání

9. květen 2022

Obraz světa, který nám zprostředkovávají média, nikdy nebude celostní ani dokonalý. Vždy bude částečný, vždy bude zobrazovat jen výsek reality ovlivněný nejen autory mediálních sdělení, ale také čtenáři, posluchači, diváky, uživateli internetu, kteří se rozhodují, co si z množiny dostupných sdělení vyberou.

Množství informací, které nám dnes nabízí svět médií a internetu, nezaručuje, že se dobereme pravdy o dějích, které nás obklopují, pokud nejsme schopni informace vyhodnotit, zařadit do souvislostí, a doplnit je vlastními životními zkušenostmi.

O fenoménu kognitivního zkreslení bylo napsáno mnoho teoretických prací. Uvádějí jeho [četné formy](#), které při zpracování informací vedou k mylným závěrům. Ať už kvůli osobním předsudkům, chybějícím zkušenostem, nedostatečnému vzdělání, podléhání stereotypům, nebo kvůli neochotě se nad věcí kriticky zamyslet.

Udělá-li na základě kognitivního zkreslení chybu řadový občan, jeho následky si nese jen on sám. **Jestliže podlehne kognitivnímu zkreslení státník, může dojít ke katastrofě.**

Není pochyb, že národní probuzení na Ukrajině není prosto některých výstřelků vypjatého nacionalismu. Nelze popřít, že při občanské válce na východě před sedmi osmi lety docházelo k násilí na civilním obyvatelstvu, a že pluk Azov se formoval z ultras, kteří neměli daleko k rasismu a neonacismu. O tom všem existují doklady a záznamy.

Jeden z typů kognitivního zkreslení se popisuje jako „efekt zaostření“ ([focusing effect](#)). Dochází k němu, když se klade **přehnaný důraz na jednotlivosti, na vybraný detail, čímž se ztrácí schopnost poznat celek**. Válka na Ukrajině ukazuje, že nejen Vladimír Putin, ale bohužel i velká část ruské společnosti podlehla efektu zaostření na extrémní jevy v ukrajinské společnosti, navíc v pomýlené historické perspektivě, neboť od roku 2014 se mnohé změnilo.

Pluk Azov se stal řádnou vojenskou jednotkou, jeho extremistický velitel Andrej Bileckij pluk opustil a pokusil se o

politickou dráhu. Neuspěl. Stejně jako strana Svoboda, stojící na krajní pravici politického spektra, jejíž výsledky ve volbách stále klesají (2012 - 10%, 2014 - 6%, 2019 - 2%).

Přesto Vladimir Putin vylíčil Ukrajinu jako zemi ovládanou nacisty. Jestliže se na ruských televizních obrazovkách řadu let objevují záběry ohňových pochodů oslavujících Banderu, jestliže zprávy z Ukrajiny se ilustrují archivními reportážemi z nacionalistických srazů a cvičení pluku Azov, jestliže každá přestřelka na Donbase se vydává za genocidu zdejší ruské populace, pak není divu, že tenhle „efekt zaostření“ zkreslil realitu až do fáze, která vyústila do tragicky chybného rozhodnutí.

Jak jeden znalec Ruska poznamenal: **„Propagandisté vytvořili pro Putina vlastní realitu. A on jí uvěřil.“** Také proto jeho „specoperace“ nedopadá tak, jak si ji představoval.

Tyčinka Margot a Četnické humoresky

20. červen 2022

Ekonomické rubriky v květnu zveřejnily dvě nepříjemné zprávy. Česká národní banka oznámila prognózu inflace, která letos dosáhne patnácti procent a po prázdninovém vrcholu by neměla v příštím roce klesnout pod pět procent. Český statistický úřad o něco později oznámil výsledky prvního čtvrtletí, v němž průměrná nominální hrubá měsíční mzda se sice zvýšila na 37 929 Kč, ale spotřebitelské ceny meziročně vzrostly o 11,2 procenta, takže reálná mzda poklesla o 3,6 procenta.

Vedle těchto aktuálních témat v médiích poněkud zapadly informace o [tiskové konferenci](#) generálního ředitele České televize 31. května, na níž **Petr Dvořák oznámil, že ČT plánuje škrty v rozpočtu** a omezení svých výstupů, to vše zabaleno do hesla „*strategie udržitelnosti veřejné služby na roky 2023 a 2024*“. V praxi to bude znamenat propouštění zaměstnanců, zastavení investic a krácení výroby, koprodukcí a vysílání pořadů, z nichž tím nejviditelnějším bude ukončení reprízového kanálu ČT3 od ledna příštího roku.

Jak se dalo očekávat, snížení personálu uvítali jak opoziční, tak vládní poslanci v duchu obecně rozšířeného názoru, že všude jinde - s výjimkou parlamentu - se dá na penězích a na lidech ušetřit. Martin Kolovratník (ANO) se [nechal slyšet](#), že šetřit ano, ale program pro seniory ČT3 by se prý neměl rušit, protože „*personální náklady jsou minimální...jen naládujete počítače filmy a počítač je sám pouští*“, čímž prokázal, že nějaká autorská práva a tzv. reprízné ho nezajímají.

Vyhlášená „strategie udržitelnosti“ je svým způsobem odpovědí na nezáměr politické scény o financování médií veřejné služby. Na jedné straně ředitel Dvořák politiky diplomaticky uklidňoval, že ČT bude i nadále „*divákům nabízet pořady, které pro ně budou relevantní*“, přičemž zpravodajství by se úspory měly dotknout jen minimálně.

Jenomže veřejnou službu České televize a Českého rozhlasu nelze omezit jen na nezávislé a od komerčních tlaků osvobozené zpravodajství a publicistiku. Součástí této služby je také tvorba

původní národní audiovizuální kultury, kterou komerční média neumějí nebo nemohou nabídnout. Patří do ní původní dokumenty, vzdělávací pořady, dramatická díla a seriály nad rámec tuctových detektivek.

Kdyby se navýšil televizní poplatek o pouhých 15 Kč, bylo možné na stomilionové škrtý zapomenout. Ale to by chtělo odvážné politiky ochotné přežít několikátýdenní bouři nesouhlasu na sociálních sítích. Přitom těch patnáct korun je cena jedné čokoládové tyčinky Margot. Nehledě na to, že měsíční poplatek 135 Kč nezměněný od roku 2008 se dnes rovná ceně balíčku dražších cigaret.

Jestliže nejsme ochotni si sladkost jednou za měsíc odepřít, pak se nedivme, že reprízy starých úspěšných vykopávek typu Četnických humoresek budou i nadále pravidelnou součástí programového menu ČT.

Výše uvedený text je posledním příspěvkem do Týdeníku Rozhlas, který v červnu 2022 zanikl.

Milan Šmíd

Pojďme si říct, jak je to doopravdy

Vydal Milan Šmíd

Praha 2023

Copyright © Milan Šmíd