

Volby a televize – včera a dnes

V systému politické demokracie, v němž občané ve volbách rozhodují o tom, kdo bude spravovat věci veřejné, se od médií očekává, že přispějí k tomu, aby každý občan přistupoval k volebním urnám jako člověk, jenž se alespoň v základních obrysech orientuje v nabídce kandidátů a politických programů tak, aby se stal informovaným voličem a jeho volba byla poučenou volbou. Alespoň tak praví normativní teorie vycházející z funkcionalistického pojetí médií.

• Milan Šmíd

O tom, jakou roli bude u nás hrát rozhlas a televize při předvolebních kampaních, se rámcově rozhodlo krátce po listopadu 1989. Volební zákon z března 1990 uložil tehdejší Československé televizi a Československému rozhlasu, aby poskytovaly bezplatně všem stranám a hnutím vstupujícím do volebního klání určité množství vysílacího času.

Kromě toho zákon o rozhlasovém a televizním vysílání, který o rok později otevřel prostor soukromému rozhlasu a televizi, rozhodl, že ve vysílání nesmějí být „reklamy politických stran a hnutí, pokud zvláštní zákon nestanoví jinak“. Politické strany se tak dohodly z obavy, že by nějaký subjekt s dostatečně velkým měšcem peněz mohl získat neoprávněnou výhodu proti ostatním. Zákaz placené politické reklamy platí do současnosti.

Předvolební spoty: nástroj publicity

Volební zákon z roku 1990 byl k politickým stranám a hnutím velkorysý a přidělil každé politické straně a hnutí bezplatně čtyři hodiny vysílacího času. Vzhledem k tomu, že do voleb vstoupilo dvacet tři subjektů, na obrazovce a v rozhlasovém éteru se objevil devadesátihodinový maraton, v němž se šoty a krátké příspěvky náhodně promíchaly tak, aby žádná strana nemohla tvrdit, že je v nevýhodě.

Po počáteční zvědavosti převládá nezáměr diváků a přišlo zklamání politických stran. Také proto přiděl předvolebního vysílacího času se později omezil na 21 hodin a od roku 1996 na 14 hodin vysílacího času, rovnoměrně rozděleného mezi politické strany. Čím méně bylo stran, tím více vysílacího času se na ně dostalo, což platí do dnešního dne.

Velké politické strany záhy pochopily, že vliv předvolebních spotů vysílaných v okrajových časech není příliš velký. Už v roce 1998 KDU-ČSL a Unie svobody věnovaly přidělený

vysílací čas v televizi dobročinným organizacím a některé strany tento příklad později následovaly.

Na druhé straně malé a začínající strany brzy zjistily, že ustanovení volebního zákona jim dává možnost, jak se lacino prosadit do vysílání celostátních médií. Nejdříve to zkoušely podloudně, využitím mezery v zákonech. Zaregistrovaly se do voleb, získaly vysílací časy a potom nezaplátily volební kauce a z voleb odstoupily. Když rozhodnutí Ústavního soudu a následná novela zákona po roce 2002 zrušily drahé dvěstětisícové volební kauce a zavedly příspěvek na volební náklady ve výši 15 tisíc Kč za obvod (dnes 19 tisíc Kč), cesta k bezplatným vysílacím časům v rozhlase a televizi se usnadnila.

Nebude asi daleko od pravdy tvrzení, že některé politické subjekty se účastní voleb právě s vyhlídkou na bezplatnou propagaci v ČT a ČRo. Letos jich bude rekordních třicet jedna. Mnohé z nich jsou bez reálné šance získat větší podporu voličů. Jenomže možnost získat půlhodinu vysílacího času v celostátním médiu je lákavá. Zvláště, když předvolební spoty z televizního vysílání mnohem snadněji dosáhnou následné popularity na serveru YouTube.

Hledání cest k informovanému voliči

O tom, jak má rozhlasové a televizní zpravodajství přistupovat k předvolební kampani politických stran, zákon nic neříká. Předpokládá se, že zpravodajské redakce se budou řídit paragrafem o objektivitě a vyváženosti, který žádá, aby „nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí (...) a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě“. Zákon tak nevyžaduje naprostou rovnost stran a připouští proporcionální přístup, jenž zohledňuje politickou sílu daného subjektu.

V roce 1992 se projevil nedostatek zkušeností s tím, jak se postavit k předvolební kampani. Tehdejší vedení ČST odmítlo požadavek politických stran uspořádat sérii kulatých stolů s výmluvou, že: „při tak velkém počtu politických stran (19) se možnost jakýchkoli kulatých stolů a diskusních pořadů jevila jako naprosto nerealizovatelná.“ Kromě toho předvolební zpravodajství ČST na jaře 1992 podleho pokusů ovlivnit diváky „ve prospěch dobré věci“. Příspěvky kritizující slovenské národovce a HZDS přinesly bumerangový efekt. Sloveňští demokraté později říkali: „Každý antimečiarovský šot vysílaný federálním zpravodajstvím ČST z Prahy přinášel jen další hlasy Mečiarově HZDS.“

Kresba Václav Hradecký

Pokračování na straně 6



Novinařina uprostřed proudu

Pohled na současný stav novin a novinářů potvrzuje letité úsloví, že nejpřítažlivější jsou špatné zprávy, protože co se novinářů a novin týče, je jich více než dost. Stačí zmínit to nejcitlivější, platy. V předvolebním čase si kdekdo stěžuje, že v rostoucí ekonomice se sice zvyšují platy, ale že se nezvyšují tak, aby se přibližovaly těm na západ od našich hranic. A to stejně, jako se zmenšil odstup úrovně celé ekonomiky, která je dnes na nějakých sedmdesáti, osmdesáti procentech průměru celé Evropské unie, ale mzdy se pohybují kolem třiceti procent. Pro českou novinářinu je však příznačné, že příjmy v ní celkově prodělaly nepřehlédnutelný sešup, protože výjimky celkový trend nemohly ovlivnit.

Poměry v oboru dramaticky proměnil ekonomický tlak, nejcitelnější od finanční a hospodářské krize na přelomu let 2008 až 2009. Ubylo inzerce a navíc její velká část, která se přesunula na internet, se rozprostřela mezi mnohem více médií. A z ní si ještě největší díl ukousávají firmy, které obsah, tedy to, co hledají čtenáři, diváci či posluchači, pouze zprostředkují, ale nevyrobí. Seznam.cz, který začal v posledních letech masivně rozvíjet vlastní zpravodajství, je spíše výjimkou.

Hospodářský tlak se neprojevuje jen v nižších příjmech, ale také ve snižování stavů a následně v menším počtu lidí, kteří se mohou soustavně věnovat jednomu nebo pouze vybraným tématům, natož aby – i když i tady se najdou výjimky – se mohli zabývat déle přípravou jedné, důkladně připravené a jak se dnes říká vyzdrojované reportáže či analýzy.

Stačí si promluvit s kolegyněmi či kolegy z regionů, aby bylo jasné, že jejich situace je ve srovnání s většími městy ještě dramatičtější. Postava takřkajíc univerzálního novináře, který je schopen dodávat denně série příspěvků v psané, zvukové i vizuální formě kdykoli a o čemkoli, musí spíše děsit než lákat.

Na otázku, zda se podaří přesvědčit či přimět čtenáře, diváky a posluchače, aby si připustili, že za to, co čtou, nač se dívají a co poslouchají, by měli alespoň něco zaplatit, se hledá odpověď i na západ od našich hranic. Povzbuzující je, že i když jich není mnoho, tak existují lidé přesvědčení, že bez svobodných a kritických médií nemůže demokratická společnost fungovat. Nejen to, jsou o tom přesvědčeni tak silně, že jsou ochotni taková média hmatatelně podpořit. Někdo tak činí průběžnými příspěvky menším internetovým projektům, ale větší význam a dosah může mít podpora konkrétních, zvláště dlouhodobých projektů, na které by se jinde – opět čest některých výjimkách – nenašel čas a prostor a hlavně prostředky.

Kdo sleduje situaci u našich střeoevropských sousedů, zejména v Maďarsku a v Polsku, toho musí napadnout, že česká média – ať už soukromá či veřejné služby – mohou být po letošních volbách vystavena dosud nevidaným zkouškám, které vzhledem k výše zmíněné ekonomické slabosti nebude snadné zvládat. Možná až tady se ukáže, jak solidní jsou fundamenty zdejší novinářiny a zda jsou novináři schopni obstát i za nepříznivých okolností.

Adam Černý – předseda Syndikátu novinářů ČR

Členské příspěvky na rok 2017

Pro následující druhy členství platí tato výše příspěvku:

řádní členové – **750** korun

senioři a studenti – **350** korun

mimořádní členové – **1150** korun

Žádáme všechny členy, kteří dosud příspěvek nezaslali, aby tak co nejdříve učinili. Platit lze buď převodem na účet SN ČR **6007047001/5500** nebo prostřednictvím složenk. V obou případech, tedy jak převodem, tak složenkou, je nezbytné uvést jako **variabilní symbol číslo vaší členské průkazky**. Platbu je možno provést rovněž osobně v hotovosti přímo v kanceláři SN ČR. Upozorňujeme, že snížené příspěvky pro seniory je možno přiznat až na základě doložení důchodového výměru.

obsah •••••

Volby a televize – včera a dnes (<i>Milan Šmíd</i>)	1
Novinařina uprostřed proudu (<i>Adam Černý</i>)	2
Příběh manželů Holoubkových z Vysočiny (<i>Jaroslav Paclík</i>)	3
Výročí vpádu vojsk Varšavské smlouvy trochu jinak (<i>Jarmila Lakosilová</i>)	5
Volby a televize – včera a dnes (dokončení ze strany 1) (<i>Milan Šmíd</i>)	6
Předvolební průzkumy: odraz, nebo konstrukce reality? (<i>Hana Huntová</i>)	7
Rozhovor s moderátorem ČT Václavem Moravcem (<i>Martin Melichar</i>)	8–9
Novinář jako tvůrce i oběť médií (<i>Jaroslav Veis</i>)	10
Subjekt a objekt ve sportovní žurnalistice (<i>Robert Záruba</i>)	11
Mediální rady v pohybu (<i>Milan Šmíd</i>)	12
Rozhovor se šéfem Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky	
Josefem Šlerkou (<i>Martin Melichar</i>)	13
Právní hranice novinářské práce (<i>Lenka Bukvaiová</i>)	14–15
Kreslíř Mediažurnálu – Václav Hradecký (<i>Ivan Hanousek</i>)	16
O exonymech v médiích (<i>Lucie Jílková</i>)	17
Fotografka Mediažurnálu – Barbara Hucková (<i>red</i>)	18–20

••••• •tiráž

• Mediažurnál

Zpravodaj Syndikátu novinářů ČR

• Vydavatel: Syndikát novinářů ČR, září 2017 •

Senovážné nám. 23, 110 00 Praha 1

Telefon: 224 142 455-6; fax: 224 142 458

• e-mail: snrcr@volny.cz

• www.syndikat-novinaru.cz • webové stránky

Mediažurnálu: www.mediazurnal.cz

Redakce: Adam Černý, Lukáš Pfauser

• Grafická úprava: Jaroslav Slanec

• Jazykové korektury: Luďa Razimová

Tisk: Ofsetová tiskárna s. r. o., Dobříč 11,

252 25 Praha-západ. K ČR – E6301

Vychází 4x ročně, místo vydání Praha

• ISSN 1210-7359



Příběh manželů Holoubkových z Vysočiny Jejich vysílání pomohlo v srpnu 68 mnoha lidem

Jako jedni z prvních referovali o invazi armád Varšavské smlouvy v srpnu 1968. Manželé Irena a Luboš Holoubkovi vysílali ze studia ve Žďáru nad Sázavou pro rozhlas po drátě i pro Československý rozhlas. Jejich informace pomohly mnoha obyvatelům kraje nepropadnout v nepřehledné době panice.

● Jaroslav Paclík

VJihlavě jsou na náměstí tanky. V Havlíčkově Brodě projíždí polská armáda. „Raketové jednotky přenocovaly u Velké Bíteše.“ Nejen takové informace vysílali do éteru po vpádu vojsk Varšavské smlouvy do Československa manželé Holoubkovi a jejich kolegové ze Svobodného vysílače Vysočina. Vstupovali tak i do celostátního vysílání rozhlasu.

Pomohla jim k tomu i vysílačka ministerstva národní obrany. Umístěná byla v Sázavě u Žďáru nad Sázavou, kde fungovalo vojenské skladiště. Ukrytá byla v nákladním voze.

„Vysílačka jela v jednom kuse. A myslím si, že jsme v srpnu 1968 zachránili spoustu lidí. Někteří posluchači nám hlásili telefonem, co se kde děje. I některé redakce nám dávaly hlášky. Protože neměly rozhlas po drátě, tak to nemohly šířit, my ale ano,“ říká Irena Holoubková, které je v současnosti 89 let a žije s manželem v domě s pečovatelskou službou v Jičíně. Oba jsou dlouholetými členy Syndikátu novinářů České republiky.

Jejich žďárské studio bylo za srpnových událostí vlastně i jakousi „ústřednou“ – s telefonními čísly 2101 nebo 2195. „Lidi nevěděli, co dělat. Třeba jestli hned letět do krámu a zásobit se... My avizovali, že pekaři pečou, že obchody budou normálně otevřené a ať si lidé nedělají velké zásoby, že se na všechny dostane,“ vysvětluje bývalá rozhlasačka.

Studio referovalo třeba i o tom, že zemědělci ze Žďárska do Prahy posílají brambory, aby bylo co jíst. Zazněl ale kupříkladu i tento vzkaz zemědělcům a prodejnám mléka: „Nezadržujte konve na mléko a mléčné lahve, jinak bude narušeno plynulé zásobování obyvatelstva mlékem.“

Nebo se šířila éterem informace o tom, že děti z tábora v Křižanově odjely domů a některé byly přesunuty do Seče.

Fámy a Poláci

Některé fámy reportéři Svobodného vysílače Vysočina dementovali. Třeba to, že pekárny pečou pro okupanty nebo že slévárny Žďas pro ně chystají ubytování. Vysílání nebyla z jejich strany žádná svévolná činnost na vlastní pěst. Pracovali s legální technikou. Tehdejší komunistické vedení žďárského okresu o této činnosti vědělo a podporovalo ji. Studio často citovalo různé rezoluce podporující reformy socialismu pod vedením Alexandra Dubčeka a jeho kolegů. Lidé chtěli, aby se Československo stalo neutrální zemí a aby okupanti okamžitě odešli.

Žďár nad Sázavou v srpnu 1968 obsazovali Poláci. Ve městě ale podle Holoubkových zůstal jen velitel – základnu měl ve vrátnici soko-



Foto Jan Kliment

Autor článku na návštěvě u manželů Holoubkových

lovny. Vojáky poslal k obci Račín. „Kolem šesté hodiny večer přijelo 34 tanků a 48 nákladních aut,“ informoval o tom pak v rozhlasu obyvatel Račína Egon Šimon. Tamní lidé mluvili s vojáky. „Říkali, že by odešli hned, jen kdyby je pustili. Že by šli třeba pěšky,“ hlásil Šimon.

S Poláky nebyly v místě žádné problémy. Jednou při otáčení tanku do lesa poškodili plot, ale velmi se omlouvali. Vojáci také ujišťovali, že nebudou střílet do Čechů.

Vysílání o srpnových událostech ve Žďáře trvalo přibližně týden. Zaznamenalo třeba i to, že sklárny ve Škrdlovicích rezignovaly na dodávku zakázky pro Sovětský svaz v hodnotě 96 tisíc korun. V uranové dole v Dolní Rožínce byli horníci ve stávce. A vyhlásili heslo: „Ani gram uranu SSSR.“

Jak poslanec otočil

Jenže pak rozhlas utnul. A Holoubkovi byli trestáni – vyhozením z KSČ a také přišli o práci v rozhlasu. Luboš Holoubka odvolala rada okresního národního výboru 7. ledna 1970. Pod usnesením byl mimo jiné podepsán i Josef Voráč. Poslanec Národního shromáždění ČSSR, který v srpnu burcoval lidi pro hlavní osobnost pražského jara Alexandra Dubčeka a prezidenta Ludvíka Svobodu. A trochu později voliče přesvědčoval, že to bylo jinak...

Uvězněním Holoubkovým komunisté nehrozili. Následné roky pro rodinu nebyly i tak vůbec snadné. Složitě hledali práci. „Když jsem už hrůzou nevěděla co, tak jsem šla na místní vedení KSČ. Že mám doma tři děti (nejmladšímu synovi bylo v roce 1968 dvanáct let – pozn. redakce), co jim mám dát k jídlu? Že není socialismus

to, aby lidi umírali hladu. Předseda mi přislíbil, že mi nějaké místo vyjedná,“ vypráví paní Irena.

Dělat měla na expedici ve skladu zeleniny na okraji Žďáru nad Sázavou. Jenže manipulovat s bednami, to nebylo nic pro ni. Ani je neuzvedla. Tak šla zpět do sídla strany a dali jí práci uklížečky. Musela třeba vytírat dřevěnou podlahu nebo zatápnět v kamnech, což nikdy dřív nedělala, protože rodina v bytě měla ústřední topení. Pak vystřídala ještě další zaměstnání. „Jakmile se vedoucí dověděl, že jsem inkriminovaná, tak mě zase vyhodil,“ připomíná. Dělal ve skladu i v továrnách – například jako dělnice ve výrobě zámků v Tokuze. Nevidomý manžel dostal částečný invalidní důchod, pracoval pak i jako nákupčí ve výrobním družstvu Sona.

Jak se dostal k rozhlasu

Luboše Holoubka bavilo reportovat v rádiu od mládí. Nejprve se v rodném Jičíně zajímal o sport. Přes tetu, která pracovala v anglickém vysílání Československého rozhlasu, poznal i toto prostředí. Líbilo se mu a šel tam. Bylo mu zhruba pětadvacet.

V Praze na Vinohradech pracovala i jeho pozdější žena Irena. On byl ve zpravodajství, paní v kultuře. „Referovala jsem hlavně o divadle a nejrůznějších výstavách. Praha je úzasně bohatá na tyto věci, to byl požitek,“ říká.

Její muž zase natáčel často ve fabrikách, dostával se i k významným stavbám. Několikrát hovořil také s prezidentem tehdejšího lidově demokratického Československa Antonínem Zápotockým. „Choval se naprosto ‚neprezidentský‘, zůstal věrný té své vrstvě. Někdo řekne, že udělal málo. Ale z těch prezidentů byl jeden



Jděte domů! Například k tomu v srpnu 1968 vyzývali obyvatelé Žďáru nad Sázavou vojáky okupačních armád. Ve městě a jeho okolí byly polské jednotky.

z nejpříjemnějších a nejlidovějších," uvedla Irena Holoubková. Jako pohoštění na Hradě prý dostal její muž bramborák.

V Československém rozhlasu se Luboš Holoubek stal i nejmladším předsedou ROH. „Pro maminky například zajistil kojící koutek. Ten přišel vhod, protože ony šly už ve čtyřech měsících věku dítěte zpět do práce. Pro šoféry zase zařídil noční stravování. Obstaral natáčecí vozy," vyjmenovala Holoubková. „Předělaly se na ně nákladní automobily Praga V3S české výroby, legendární ‚vejtřasky‘, v provedení se skříňovou nástavbou, které už dosloužily jako velkoprostorové sanitky," vysvětlil Luboš Holoubek a doplnil: „Do terénu jsme měli i dřív ‚autáček‘, ale nebyl postačující. Hrozilo, že s ním třeba někdy nevyjedeme kopec, že se nedostaneme na místo reportáže včas. Ředitel rozhlasu prosbě nakonec vyhověl." Na vejtřasky vzpomíná jako na bezvadné vozy.

Odboráře poslali do Jihlavy

Proč vlastně Holoubkovi šli z Prahy na Vysočinu? „Byli jsme vykopnuti směrem vzhůru, jak se říká. Panu řediteli jsme zřejmě tolik vadili, že jsme mu vyčerpávali fondy – třeba na rekreace pro zaměstnance. Jednoho dne Lubošek přijel domů a říká: ‚Chtějí mě udělat ředitelem rozhlasu v Jihlavě.‘ Bylo to v Kreclu," povídá paní Irena.

V tu dobu rodina bydlela u Veletržního paláce v Praze, což nebyla ideální lokalita hlavně z pohledu dětí. „Nemohly samy ven. Musely čekat, až s nimi půjdu. A hrály si na chodníku."

Paní Holoubková se šla poradit také s lékařem – kvůli letitým vážným problémům jejího muže s oční sítnicí. „A pan doktor velice zajásal. Že stěhování na Vysočinu je báječná věc," zmiňuje Irena Holoubková.

První štací tedy byla v polovině 60. let Jihlava. „Já tam dělala holku pro všechno a můj muž šéfoval," pokračuje. Špalíček domů Krecl uprostřed jihlavského Masarykova náměstí už léta

nestojí. Již za totality v 80. letech jej nahradil nevzhledný obchodní dům Prior. A rozhlasové studio se stěhovalo do jihlavského Domu kultury.

Do Žďáru nad Sázavou se stěhovali proto, že tam Luboš Holoubek mohl dělat ředitele tamního kulturního domu a jeho žena rozhlas po drátě. A tak to šlo až do onoho srpna 1968...

A na co v současnosti 89letí manželé ještě vzpomínají? Paní Irena připomíná nelehkou dobu druhé světové války: „Táta nás odstěhoval čtrnáct dní předtím, než náš dům na Pankráci vybombardovali. Měl na to asi čuch, že tam už nemůžeme být. Bydleli jsme ve výloze, dnes je tam lékárna."

Její manžel Luboš zase vzpomíná třeba na někdejšího jičínského hoteliéra Effenbergera. Od něj mohl telefonovat do světa své první zprávy – z oblasti sportu. A Lubošův otec – krejčí – šil Effenbergerovi velmi dobré obleky.

Paní Irena byla v mládí házenkářkou. „Táta trénoval, já byla v útoku a máma v bráně," usmívá se.

A její muž později kromě sportu a zpravodajství našel jiné zajímavé pole působnosti – točil rozhovory s řeholními sestrami. „To jsou úplná kouzla," říká. Setkal se kupříkladu i s představenou boromejek matkou Vojtěchou. Tu papež František v prosinci 2014 prohlásil za Ctihodnou. „Sestry si ty rozhovory pouštěly. Byla to pocta, do té doby se nikdy o nich tolik nevysílalo," ví Luboš Holoubek.

Autor je předsedou Syndikátu novinářů Vysočina a redaktorem MF DNES v Jihlavě



Svobodný vysílač Vysočina poskytoval pravidelně informace o pohybu vojsk na území kraje. Polští vojáci ujišťovali, že nebudou střílet do Čechů. Na Žďársku pak k žádné takové tragédii nedošlo.

Foto archiv Regionálního muzea Žďár nad Sázavou

Liberecký syndikát pořádá výstavu 110 let RAF

Krajské sdružení Syndikátu novinářů ČR v Libereckém kraji pořádá ve spolupráci s Magistrátem města Liberce dokumentační výstavu 110 let RAF. Akce, připomínající výročí kdysi věhlasné liberecké automobilky, se koná v budově Nového magistrátu Liberec od

1. srpna 2017 do 30. 9. 2017. V rámci Dnů evropského dědictví, významné kulturně poznávací společenské akce, která slouží k posílení historického povědomí v nejširších souvislostech se zvláštním důrazem na vnímání mezinárodního kontextu národního kulturního dědictví, pro-

běhla už 9. září letošního roku komentovaná prohlídka výstavy. V Liberci se kromě syndikátu zapojily i další organizace, například Divadlo F. X. Šaldy, Kavárna Pošta, Kulturní a společenské centrum Lidové sady, Severočeské muzeum v Liberci nebo Kino Varšava.

S odstupem padesáti let Výročí vpádu vojsk Varšavské smlouvy trochu jinak

Kdo rušné dění roku 1968 nezažil a ani se o ně nezajímal, tomu se v souvislosti s tímto letopočtem vynoří v paměti zpravidla jediný den – 21. srpen a s ním spojená okupace vojsky Varšavské smlouvy. Neboť jenom to si s železnou pravidelností v našich médiích každoročně připomínáme. Od ledna 2018, s odstupem padesáti let, by tomu ale mohlo a mělo být jinak.

● Jarmila Lakosilová

Snaží se k tomu přispět i právě dokončovaná kniha *Osmadesátý očima tři generací* určená především novinářům mladé a střední generace. Zájemci ji dostanou v předjaří při její prezentaci a bude k dispozici i na syndikátním webu. Kdo se obává, že by publikaci mohl promeškat, může si její tištěnou verzi objednat již nyní na adrese 68jinak@seznam.cz. Kniha bude možné si též vypůjčit ve všech krajských knihovnách.

Ač vzniká z iniciativy a za účasti pamětníků sdružených v Klubu novinářů pražského jara SN ČR, již její název napovídá, že nepůjde o jednostranný pohled autorů z jedné věkové skupiny. Čtenáři se navíc dozvědí, co o roku 68 a nejen o něm soudí bezmála osmdesát ze sto třiceti účastníků letošní Letní školy historie, učitelů, z nichž mnozí každoročně obětují svému vzdělávání první týden prázdnin, aby si rozšířili obzory a dokázali zase o něco lépe vyučovat dějepis či občanskou výchovu v různých koutech Čech, Moravy a Slezska.

V publikaci, jež má asi tři desítky autorů, najdete zhruba na 350 stranách řadu nových poznatků, názorů či postřehů; nechybí ani pár osobních vzpomínek. Stému výročí vzniku první republiky patří vstupní text, zaměřený na kritická období našich dějin reprezentovaná třemi z mnoha osudových osmiček. Nechybí ohlédnutí dlouholetého vysokoškolského pedagoga Roberta Kvačka. O zapomínaných lidech a lidu československého jara 68 a také o dění na Slovensku dávno před vznikem pražské legendy a o leccems jiném s Janem Tesařem, za normalizace opakovaně vězněným historikem, aktiv-



Foto Vladimír Lammer

Alexander Dubček rozmlouvá s občany, kteří ho 28. března 1968 obklopili v jedné ze zahrad Pražského hradu. Část ostře řezaného profilu na fotografii, první tvář úplně vlevo, patří Pavlu Tumlířovi z Československého rozhlasu. Pozná někdo z vás, vaši prarodiče či rodinní přátele a známí na fotografii někoho dalšího? Budeme rádi, když nám napíšete. Fotografii najdete na titulu chystané knihy, její příběh uvnitř.

ním účastníkem reformního dění, exulantem donedávna žijícím v Paříži, bude rozmlouvat jeho přítel, mladší spolupracovník z exilu a lékař Jan Příbaň.

Příslušník silně zastoupené střední generace Ivan Landa z Filozofického ústavu AV ČR nám přibližuje nejpřekládanějšího a ve světě

nejznámějšího českého filozofa minulého století považovaného za ideologa pražského jara Karla Kosíka, kterého jeho kritické vidění i myšlení neopustilo ani v období všeobecné polistopadové euforie.

Ze stati dalšího reprezentanta této skupiny autorů, historika a sociologa Stanislava Holubce, vyplývá, že místo někdejšího až nenávisného psaní o osmdesátiných nedlouho po listopadu 1989 by bylo záhodno se spíše zamyslet nad tím, čím může toto historické období přispět k poznání naší přítomnosti a ke kritice nejen současného kapitalismu, ale také soudobého vývoje české demokracie.

Průběhu obrodného procesu mimo hlavní město a jeho reflexi v místním tisku se věnují dva autoři nejmladší. Oba učí dějepis na základní škole. Šestadvacetiletý Jan Krajčirovič nás zavede do dvou obcí okresu Brno-venkov: do Ivančic a Oslavan. Jeho vrstevník Jiří Verner se zabývá občanskou společností a mládeží roku 68 ve středočeském okresu Rakovník. Potud alespoň náznak obsahu.

Všechny příspěvky a jejich autory uvést nelze. Budete se s nimi však moci seznámit na syndikátním webu www.syndikat-novinaru.cz.



Foto Vladimír Lammer

Ranou ze střelné zbraně okupačního vojáka byla na pražském Klárově 26. srpna 1968 smrtelně zraněna studentka ČVUT Marie Charousková

Volby a televize – včera a dnes

Dokončení ze strany 1

V roce **1996** na televizní scéně dominovala televize Nova, která do svých publicistických pořadů často zvala lídry politických stran, což vyvrcholilo duelem Klaus/Zeman v nedělním pořadu *Sedmička* těsně před volbami. Televize Nova však pojímala předvolební a volební zpravodajství jako sledování dostihového závodu. Důležité byly pro ni duely a souboje, na informace o volebních programech a jejich analýzu nezbýval čas.

V této situaci Česká televize přišla s prvním pokusem, jak naplnit poslání veřejné služby při působení na občana tak, aby se z něj stal informovaný volič. Od března do května každé pondělí ve zvláštním pořadu *Karanténa* dva publicisté (Doležal, Studenovský) zpovídali postupně devět předsedů politických stran v pořadí: Hromádková (DEU), Dienstbier (SD), Ortman (LB), Sládek (SPR-RSČ), Kalvoda (ODA), Grebeníček (KSČM), Lux (KDU-ČSL), Zeman (ČSSD), Klaus (ODS). Cyklus završila 13. května *Karanténa* s Václavem Havlem.

Od improvizací ke koncepci

V roce **1998** se předčasné volby konaly těsně poté, co nastoupil do ČT nový ředitel Jakub Puchalský, a měnilo se vedení zpravodajské redakce. ČT odmítla koncept besed u kulatých stolů, které novému řediteli nutily politické strany. Pro předvolební kampaň využila již existující programový formát, kterým byla *Aréna*. Ve třech Arénách zařazených tři týdny před volbami do hlavního vysílacího času zpovídali dva reportéři (Žmolík, Prorok) třináct předsedů politických stran, rozdělených do tří skupin podle velikosti aktuálních volebních preferencí. Začínali předsedové malých stran, tři dny před volbami nastoupila tehdejší první liga ve složení Jan Ruml (Unie svobody), Miroslav Grebeníček (KSČM), Miloš Zeman (ČSSD) a Václav Klaus (ODS).

Také o čtyři roky později (rok **2002**) se v České televizi improvizovalo. K předvolebnímu zpravodajství se znovu využil již existující programový formát – tentokrát pořad *Bez imunity*. Pokoušel se vyjít vstříc menším politickým stranám tím, že v každém jeho vydání vedle čtyř zástupců parlamentních stran v panelu na dané téma diskutovali také dva reprezentanti stran stojících mimo parlament. Další zástupci malých politických stran seděli v publiku a mohli se zapojit do diskuse, když je k tomu vyzval moderátor Jan Pokorný. Spokojen však nebyl nikdo, ani diváci, ani malé strany, které se z publika dostávaly ke slovu jen v krátkých replikách.

Teprve v roce **2006** přichází Česká televize s promyšlenou koncepcí předvolebního zpravodajství. Projekt s názvem *Otázky Václava Moravce Speciál* odvysílal v průběhu tří měsíců čtrnáct

debatních pořadů ze čtrnácti krajů. Za účasti publika zde diskutovali na dané téma krajští volební lídři pěti stran s největšími volebními preferencemi (ČSSD, ODS, KDU-ČSL, KSČM, Strana zelených). Pro další strany a hnutí ČT připravila deset speciálních předvolebních vysílání *Událostí, komentářů*. Těsně před volbami se utkali v duelu hlavní soupeři Jiří Paroubek (ČSSD) a Mirek Topolánek (ODS).

Zástupci malých neparlamentních stran uvedený systém kritizovali, přestože dostali prostor v *Událostech, komentářích*, v ranním vysílání a také v mimořádných *Otázkách Václava Moravce* vysílaných z Kongresového paláce v Praze za přítomnosti publika. Česká televize si však proporcionální přístup k prezentaci obhájila a pro stěžovatele vytvořila na novém zpravodajském kanálu ČT24 pořad *Politické spektrum*, který od podzimu 2006 zve pravidelně do studia neparlamentní strany.

Projekt *Otázky Václava Moravce Speciál* putující po čtrnácti krajích, včetně doprovodných pořadů s předvolební tematikou, si Česká televize zopakovala i při volbách do parlamentu v roce **2010**, jen závěrečný duel měl jiné složení: Jiří Paroubek vs. Petr Nečas (ODS).

Když na podzim roku **2013** po pádu Nečasovy vlády přišly mimořádné volby, měnil se rytmus i obsazení debat. Přestěhovaly se z prvního programu na ČT24, proběhly v rychlém

sledu v průběhu tří týdnů, neputovaly již po krajských městech, ale odehrály se ve studiích ČT v Praze, Brně a Ostravě. Jejich vedení se ujala dvojice moderátorů pořadu *Událostí* Jakub Železný s Danielou Písařovicovou. Václav Moravec nastoupil až na závěrečnou *Superdebatu*. Počet stranických lídrů zastoupených v krajských debatách se rozšířil na osm; jejich výběr se již neřídil volebními preferencemi, ale volebním potenciálem, který lépe odráží situaci dané strany u nestálých voličů.

Televize a nová média

Systém, kterým se veřejnoprávní televize snaží plnit před volbami veřejnou službu, a jehož základní obrysy vznikly před jedenácti lety, chce Česká televize použít i pro letošní podzimní volby roku **2017**. V pořadu *Událostí, komentářů* se v rozhovorech vystřídají zástupci všech kandidujících subjektů. Maraton čtrnácti tematických *Předvolebních debat* se odehraje během jednoho měsíce od 15. září do 16. října ve stejném formátu a se stejnými moderátory Jakubem Železným a Danielou Písařovicovou jako před čtyřmi lety. Tyto debaty budou 90minutové, *Superdebatu* 19. října za účasti publika dvouhodinová. Do ní budou pozváni zástupci kandidujících politických stran a hnutí, pokud se umístí v celostátním průzkumu volebního potenciálu na 1. až 10. místě.

Vzniká legitimní otázka, zda tento systém již nezastaral, protože v době digitálních médií se dají informace o kandidátech a programech politických stran získat online na internetu, prostřednictvím sociálních sítí. Nehledě na to, že – jak ukázaly poslední krajské volby – audiovizuální debaty a duely kandidátů jsou schopny zorganizovat webové stránky dalších zpravodajských i tiskových médií.

Navzdory obrovskému rozvoji nových digitálních a mobilních médií i přes rostoucí vliv sociálních sítí a alternativních zdrojů informací na veřejné mínění zůstávají rozhlas a televize nadále médií se schopností masového zásahu populace, kterou jsou nová média schopna překonat jen občas a ve výjimečných situacích. Jestliže jsou pro komerční televize přitažlivější dramatické souboje prezidentských kandidátů, zatímco mapování roztržité scény politických stran a hnutí je příliš nezajímá, pak Česká televize a také Český rozhlas nabízejí občanům službu, kterou ve svém rozsahu a komplexnosti nenajdou nikde jinde.

Kdyby se na dosavadním systému mělo něco měnit, pak by to asi byla zákonná povinnost vyhradit bezplatně čtrnáct hodin vysílacího času pro volební propagaci. Kdyby se zrušila politických stran přihlášených do voleb by možná ubylo.



Kresba Václav Hradecký

Předvolební průzkumy: odraz, nebo konstrukce reality?

Politici a některá média často tvrdí, že průzkumy ovlivňují voliče. Výsledky předvolebního výzkumu by podle této hypotézy mohly ovlivnit strategii voličů, kteří se například mohou rozhodnout volit někoho jiného než svou preferovanou stranu. Mohli bychom říci, že výzkum označí jako viníka třeba politik, kterému náhle začnou klesat preference. Protože se ale jedná o často opakovanou hypotézu, stojí za to se na ni podívat podrobněji.

● Hana Huntová

Než se pustíme do podrobnější analýzy, je vhodné konstatovat, že veřejně publikované předvolební průzkumy si kladou za cíl podněcovat předvolební diskusi v demokratické společnosti a neutrálně popsat postavení politických uskupení, nikoliv jejich postavení ovlivňovat. Samozřejmě toto tvrzení se vztahuje na výzkumy realizované agenturami, které v této oblasti působí dlouhodobě, hlásí se k základním etickým pravidlům oboru a zapojují se do práce na kultivaci této oblasti v oborovém sdružení SIMAR (např. Pasport výzkumu veřejného mínění, což je téma, které jsme probírali v minulých vydáních Mediažurnálu – pozn. red.).

Průzkum není dostihový závod

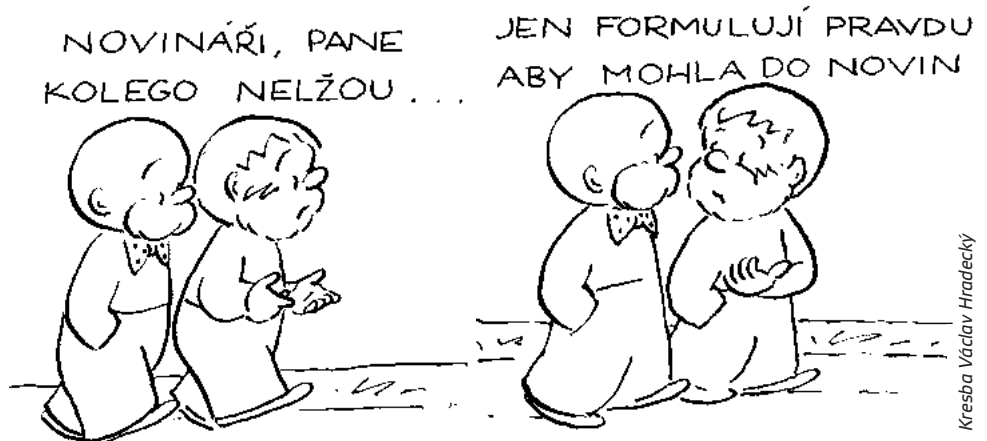
V literatuře je popsán tzv. „bandwagon effect“, pojem zavedený Paulem F. Lazarsfeldem, který předpokládá, že volič upřednostní tu stranu, jejíž vítězství podle průzkumů předpokládá. Obecněji je tento fenomén popisován jako přízpůsobení vlastních názorů stanoviskům většiny. Nedávná dánská studie (Dahlgaard & all, World Polit. Sci 2016) našla jistou evidenci pro tento efekt, jiné studie (Lang, 1984) však takový efekt odmítly. Je totiž velmi těžké oddělit vliv výstupu výsledků od jejich následné interpretace a široké společenské diskuse, která o nové informaci nastane. Pokud tedy takový efekt vůbec existuje, je rozhodně naprosto zanedbatelný v porovnání s tím, jaký vliv na výsledky voleb může mít způsob, jakým o předvolebních výzkumech píší sdělovací prostředky.

V předvolebním období média hledají především vítěze voleb. V titulcích se nejlépe vyjímá prvenství, absolutní číslo. Vytváří se tím dojem, že jediná informace, kterou lze z výzkumného šetření získat, je právě ta o pořadí politických uskupení.

Většina výzkumů však odhaluje mnohem více než jen, který kandidát či politické uskupení je právě ve vedení. Výzkumy veřejného mínění odrážejí důležité informace o preferencích a náladách voličů. Takové informace jsou tu proto, aby poodhalily, co má v rozhodování voličů skutečný efekt. Lze například sledovat vývoj voličských nálad v čase, reakci na probíhající politickou kampaň, míru rozhodnutí voličů, deklarovanou voličskou účast a mnoho dalšího.

Výzkum je snímek a film běží dál

Předvolební průzkumy se typicky ptají, koho by voliči volili, kdyby se volby konaly například v příštím týdnu. Výstup výzkumu tak odráží názory a postoje v daný okamžik. Existuje mnoho



Kresba Václav Hradecký

příkladů, kdy se názory voličů změnil v posledních dnech před volbami. Výzkum publikovaný v delším časovém odstupu od termínu voleb pak vypadá jako nepřesný. Jenže chyba není ve výzkumu. Lidé prostě svá volební rozhodnutí mění, například díky způsobu vedení kampaní. Kausalitu však není možné předpovídat, nikdo dopředu neví, co který politik řekne v televizní debatě a jaký vliv to bude na rozhodování voličů mít.

I zde jsou proto při prezentaci výzkumů kladeny na novináře větší nároky. Je třeba si uvědomit, že výzkum nemůže nějakým magickým postupem předpovědět, jak to za dva měsíce dopadne. Proto je důležité prezentovat výsledky právě jako podklad společenské diskuse, ni-

koliv jako hotový fakt. Výzkum pouze a jen odráží, co si reprezentativní vzorek populace v daný okamžik myslí, „vyfotí“ situaci, zatímco film běží dál. Titulky jako „Výzkumy předpověděly...“, nebo „Výzkumy se mylily...“ se jistě objeví i po těchto volbách. Ale třeba ti, co si tento článek přečtou, začnou hlouběji přemýšlet, co vlastně skutečně ovlivňuje voličské rozhodování. Zda je to výzkum, nebo způsob, jakým je výzkum prezentován v médiích, nebo třeba, jestli existují faktory mnohem zásadnější pro voličské rozhodování než výzkumy a média.

Autorka je výkonnou ředitelkou Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR

O sdružení a jeho ředitelce

Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR je nezisková organizace, která od roku 1994 podporuje, propaguje a obohacuje výzkum trhu, výzkum veřejného mínění, sociologický výzkum a oblast datové analytiky.

Členství v SIMAR je otevřeno všem organizacím, které působí v oboru výzkumu trhu a veřejného mínění a provádějí a objektivně interpretují výzkum ve vysoké kvalitě. Členové mají zájem tuto oblast dále kultivovat a tím vytvářet dobré jméno celého výzkumného oboru.

Cílem sdružení je budovat hodnoty a propagovat výzkumy trhu, dodržovat a kontrolovat vlastních metodické a etické standardy, kultivovat a vzdělávat trh, vytvářet programy pro výzkumnou komunitu a zadavatele.

SIMAR v neposlední řadě vyvíjí vlastní metodické standardy kvality sběru dat. Jejich dodržování v členských agenturách je prověřováno v pravidelných kontrolách kvality. Do sdružení patří následující agentury: CONFESS Research, Data Collect, GfK Czech, IPSOS, Kantar TNS CZ, MEDIAN, Millward Brown Czech Republic, Nielsen Admosphere, NMS Market Research, OPINION WINDOW (přidružený člen) a STEM/MARK.

Výkonná ředitelka sdružení Hana Huntová vystudovala Českou zemědělskou univerzitu a na britské Open University obor Sociologie médií. Vyučuje na New York University marketing, vymýšlí a realizuje odborné programy např. pro Unii vydavatelů. Začínala ve vydavatelství, prošla několika komunikačními agenturami včetně Ogilvy & Mather a Mindshare London. Sedm let působila na různých pozicích ve společnosti Unilever.

SIMAR

Václav Moravec: Těší mě, že nemusím vést rozhovory se Zemanem ani Klausem

Moderátor Václav Moravec pracuje v České televizi čtrnáctým rokem a vzhledem k blížícím se volbám ho budeme na televizních obrazovkách vídat o něco častěji. Mediažurnál s ním mimo jiné hovořil o předvolebních výzkumech, vlivu sociálních médií, budoucnosti Otázek nebo o tom, proč mu nevadí, že nedělá rozhovory s Milošem Zemanem a Václavem Klausem.

• **Martin Melichar**

Blíží se volby do Poslanecké sněmovny PČR a s nimi pravidelná smršť předvolebních debat. Podle jakého klíče zvete politické kandidáty do vysílání? Malé strany si dříve stěžovaly na diskriminaci kvůli nízkým preferencím. Jak se tomu dá zabránit?

Předně bych chtěl říci, že klíče k výběru politických stran do předvolebních debat nevytvářejí moderátoři. Kritéria výběru se rodí po pečlivé diskusi ve vedení redakce zpravodajství. Vždy budou pochopitelně předmětem kritiky. Vzpomeňme příklad britské BBC, která působí ve většinovém politickém systému. I ona čelila dřívě obrovské kritice, zda má zvát, či nezat Nigelu Farage, předsedu UKIP. Stalo se tak ve chvíli, kdy se ve většinovém volebním systému, postaveném na dvou silných stranách, začali prosazovat další političtí aktéři. Přesto by se nemělo upírat právo novinářům a zpravodajským médiím na svobodnou dramaturgii diskusí a na vytvoření klíče, který je obhajitelný z hlediska televizního formátu i proporcionality.

Jaký model je v tomto ohledu podle vás nejvhodnější?

Hledáme stále model, který by co nejvíce chránil Českou televizi a zmenšil prostor pro kritiku. Ať uděláte cokoli, kritice se nevyhnete. Buď pozvete příliš mnoho, nebo příliš málo stran, když jich máte mnoho, nejde o formát televizní diskuse, ale o ankety. Chybí mi zde akademičtější a sofistikovanější debata, proto se volí alespoň nějaké kritérium, kterým jsou výzkumy. Podle nich vybírá ČT kandidáty do předvolebního vysílání. Když kandidující subjekty napadají ČT za porušování regulérnosti voleb kvůli předvolebním diskusím u soudu, České televize se vždy zastane Nejvyšší správní soud.

Jak spolehlivé jsou předvolební průzkumy, které si zadává Česká televize? Agenturám bývá vyčítáno, že k průzkumům buď používají příliš malý vzorek lidí, anebo že jejich metody sběru dat a jejich ověřování nejsou dostatečné.

Budu hájit výzkumy zadávané ČT, protože jsou přesné i s odhlédnutím na statistické odchylky, což je možné prokázat na volbách od roku 2010. ČT věru nemůže za to, že při hodnocení spolehlivosti a kvality výzkumů jsou posuzována data agentur, které nejsou členy profesního sdružení a porušují veškerá pravidla. Když neoddlíte zrno od plev, dopadne to jako s exit polly.

Co máte konkrétně na mysli?

Výstupem exit pollů jsou odhady volebních výsledků postavené na sběru dat na velkém vzor-

ku respondentů před volebními místnostmi ve dvou volebních dnech. Exit polly jsou nejdražším sociologickým výzkumem, stojí miliony korun. Když Česká televize udělala v roce 2010 exit poll, který vyšel s půlprocentní odchylkou a byl přesnější než exit poll BBC, stejně jako další výzkumy, nikdo tuto práci neoceníl. Totéž se týkalo trackingového výzkumu (výzkum umožňující sledovat dlouhodobé trendy – pozn. red.) před volbami v roce 2013. Namísto toho se zpochybňují všechny výzkumy. Logicky se pak vede diskuse, zda má vůbec smysl, aby ČT investovala do vlastních výzkumů, jak to činí média na Západě.



Václav Moravec

Jak velkou sílu mají dnes sociální sítě? Neukazuje se, že jejich vliv není tak jednoznačný, jak se může zdát?

Myslím, že sociální sítě se významně přeceňují ve smyslu hlavní síly pro volební vítězství. Ocitáme se v éře fragmentace společnosti a publik, i v éře společnosti, která je módně označována jako post-faktická či post-pravdivá. Už Platón rozlišoval mezi pravdivým poznáním a pravdivým míněním. Dnes převažuje vnímání pravdy v hegemonické rovině. Ten, kdo zvítězí, určuje, co je a co není pravda.

Jak se ostatně ukazuje v Polsku, kde vítězná strana Právo a spravedlnost na sebe strhává pozornost a snaží se působit jako hlavní názorový proud.

Ano. Ukazuje se, že pravdivé mínění umlčuje pravdivé poznání. Obávám se, že k tomu sociální sítě zásadně přispívají. Názorovost bez pravdivého poznání a argumentů vítězí. Jako příznačný projev digitálního barbarství, které ovlivňuje i tradiční média a žurnalistiku. Sociální

sítě se stávají primárním zdrojem informací. V digitálním světě se obtížněji rozlišuje mezi časem prověřeným pravdivým poznáním a pravdou v hegemonickém pojetí, což je jedno z mnoha vysvětlení pro růst čtenosti konspiračních webů. Na straně druhé existuje rostoucí nedůvěra k médiím, včetně sociálních sítí. Vliv médií je obecně hodně přeceňován, protože existují i další faktory, jako jsou žitá zkušenost atd. Rozhodování voličů je daleko stratifikovanější, média jsou jen jedním z mnoha faktorů.

Ve světě za sebou máme důležité volby. Američané a Francouzi mají nové prezidenty. Jaký vliv měla média na zvolení Donalda Trumpa v USA a Emmanuela Macrona ve Francii?

Myslím, že omezený. V případě Emmanuela Macrona šlo o mobilizační efekt vůči programu Marine Le Penové, respektive erozi EU a dezintegraci. Byla zde také zkušenost s děním po britském referendu, kdy se neví, co bude den poté. Úspěch Donalda Trumpa v USA připisuji tomu, že nebyl ve veřejném diskurzu spojen s tradiční politikou. Podobné je to u nás s Andrejem Babišem. Oba jsou dlouhá léta propojeni s politickým establishmentem, parazitují na tomto propojení, ale před volbami dokáží vystupovat tak, že jde o úplně nové neokoukané tváře, které nemají s tradiční politikou nic společného. Uvedený faktor zafungoval i ve Francii v případě Macrona, což rozhodně není pouze práce médií.

Prezidentské volby čekají na začátku příštího roku i Českou republiku. Myslíte, že zde může zafungovat faktor neokoukaných tváří? Má šanci někdo z nových kandidátů díky tomu porazit Miloše Zemana?

Zafungovat může, ale jen částečně. Může k tomu přispět Miloš Zeman svým absurdním chováním, včetně chování jeho zvykaného okolí, které voliče může odradit. Lidé nechtějí, aby prezident zemi rozdělával, mával holí na premiéra, mluvil jako buran. S prezidentským úřadem si spojují vážnost. Pokud Zeman prezidentské volby prohraje, nebude to jen tím, že se objevily nové tváře jako Jiří Drahoš.

Jak vnímáte spojení Miloše Zemana a Andreje Babiše?

Souručenství Babiše a Zemana je taková opoziční smlouva číslo dva. Pro novináře je zajímavé jejich spojení sledovat a analyzovat. Mě nejvíc zajímá, kdo z dvojice toho druhého podrazí jako první, protože oba jsou predátoři. Vzpomeňme, jak Zeman pro Babiše neměl dob-

rého slova, když vstupoval do politiky, což jsem připomněl v Otázkách. Opoziční smlouva č. 2, kdy ANO nepřijde s prezidentským kandidátem a Zeman na oplátku pomůže Babišovi v jeho nejobtížnější situaci, ve které se nachází kvůli policejnímu vyšetřování, je do očí bijící.

Jak je možné, že si po všech mediálních skandálech Andrej Babiš stále udržuje vysoké předvolební preference?

Andrej Babiš má skvělé PR, je to ostřílený politik, byť říká, že není politik, a zpravodajská média jsou povětšinou v rukou oligarchů, to vše mu nahrává. Babiš a jeho strana se snaží v lidech vzbudit dojem, že jsou noví, což jim prochází. Podívejte se na vedení hnutí ANO: Richard Brabec – bývalý člen ODS a US-DEU, Jaroslav Falťánek – dlouholetý člen ČSSD, Andrej Babiš – bývalý člen KSČ, Radmila Kleslová – dlouholetá členka ČSSD. To jsou noví politici, kteří neměli nic společného s establishmentem na různých úrovních? K tomu Ivo Rittig, se kterým se Babiš, soudě z Rittigových tweetů, dobře zná.

Tím se vysvětluje, proč Babiš nikdy nezmiňuje Rittigovo jméno, když mluví o tzv. kmotrech.

Ano. Andrej Babiš byl také přítelem dvou ministrů vnitra, ať to byl Stanislav Gross nebo Ivan Langer. To už kdysi prohlašoval v Otázkách Mirek Topolánek. Můžeme se ptát: Je to náhoda? Jsou to tyto konexe, které Babišovi umožnily, že se nikdy nepodařilo došetřit věci, za kterými stál? Proto mohl celou dobu říkat, že on je čistý a poškozují jej „staré politické strany“. Jeho, který by nikdy bez tradičních politických stran nevybudoval Agrofert? Absurdní.

Původně jsem se ale ptal na volební preference hnutí ANO...

Sociologické výzkumy naznačují, že více než polovina voličů se bude rozhodovat na poslední chvíli. Zajímavý je také posun hnutí ANO doleva v posledních čtyřech letech. Můj tip je, že pokud ANO výrazně vyhraje volby, udělají komunisté nejslabší výsledek, protože se nevymezují vůči deprivatizaci veřejné sféry oligarchy, resp. Andrejem Babišem. Proč se KSČM nevymezuje z podstaty své ideologie výrazněji vůči oligarchickému systému? Můžeme spekulovat, zda existuje spojenectví mezi Vojtěchem Filipem a Andrejem Babišem. Budu provokovat, bývalý člen KSČ Andrej Babiš naplní vizi Václava Havla a pošle komunisty do politického důchodu, protože budou mít nehorší volební výsledek.

V minulosti došlo k řadě konfliktů mezi vámi a současnou hlavou státu i bývalým prezidentem Václavem Klausem. Vrchol u Zemana přišel v pořadu Press klub Frekvence 1, kdy na začátku září 2014 řekl, že k vám do vašeho pořadu už nikdy nepřijde. Důvodem bylo, že jste jmenoval „politické“ náměstký za ČSSD, kteří působili v Zemanově tehdejší vládě. Rozešel se s vámi i Václav Klaus. Co to pro vás znamenalo?

Nic. Stejně jako mi bylo potěšením, že nemusím dělat rozhovory s Václavem Klausem, nemusím vést rozhovory s Milošem Zemanem. Podle mého názoru by se mělo k prezidentovi

země přistupovat stejně jako ke všem politickým aktérům. Úřad prezidenta ČR není totéž, co britská královna. V porovnání s Klausem a Zemanem měl ale třeba prezident Havel ve svém okolí velmi inspirativní a lidsky vyzrálé lidi. Zemanovu absurdní kritiku jsem si vysloužil, když jsem v Otázkách zmínil, že buď ztratil paměť, nebo záměrně lže, protože zákon o státní službě, který on předkládal v roli premiéra, byl stejný, ne-li horší, než ten, který předložila Sobotkova vláda. U Václava Klause se celá záležitost týkala kauzy Key Investments a financování Centra pro politiku a ekonomiku.

Politikové mají tu výhodu, že si média a pořady mohou vybírat prostě tak, že jim vyjádření a rozhovory neposkytnou.

Samozřejmě. Ale proč bych ustupoval z toho, že nebudu připomínat to, co prosazoval Zeman jako premiér, jak používal politické náměstký? Jen kvůli tomu, že se mu to krátkodobě nehodí a média nemají dlouhodobou paměť? V tomhle je pro mě fantastický například novinář Jindřich Šídlo, který pracuje s rešeršemi a připomíná politikům jejich „stopy“. To je úkol žurnalistiky. V dnešní poblázněné době si nepamätujeme, co se stalo před hodinou, proto je připomínání minulých činů velmi důležité.

Nyní spekulují, ale pokud by za sebe Miloš Zeman poslal do televizní předvolební debaty Jiřího Ovčáčka, přistoupil byste na to?

Jiří Ovčáček je nikým nevolený státní úředník, který si hraje na viceprezidenta, ale sám nikam nekandiduje. Myslím, že Ovčáčka pomohla vytvořit česká média a novináři, na které přitom tak nadává. Osobně jsem nikdy Jiřího Ovčáčka v Otázkách neměl. Proč brát mluvčího prezidenta republiky? Dostává se mluvčímu vlády Martinovi Ayrerovi takové mediální pozornosti? Stejně jako Donald Trumpa posilovala média, protože ho v primárkách před volbami brala jako „zajímavého exota“, stejným způsobem česká média posílila Jiřího Ovčáčka. Jak může hlava státu připustit, že si republika klade otázku, zda je prezidentem Zeman, nebo Ovčáček? Pokud má mluvčí hlavy státu všech pět pohromadě, tak si musí uvědomit, že nemůže zastíňovat prezidenta. My jsme se po zavedení přímé prezidentské volby přiblížili k americkému systému, když si Zeman jmenoval svého „viceprezidenta“ Ovčáčka.

Názor společnosti dnes na sociálních sítích formují i takzvaní influenceři. Jde o různé youtubery, celebrity nebo známé blogery i novináře. Myslíte si, že se budou před volbami snažit politické strany na tyto lidi napojit a využít jejich vlivu? Pokud ano, jak silný může jejich vliv být?

Bude omezený. Portfolio influencerů je tak široké, že pro politické strany bude těžké se rozhodnout, kdo by to měl být. Influencerům věřím, že ze sebe neudělají součást produktové kampaně politických stran a jednotlivých lídrů. Snad si uvědomují, že mají jméno, důvěryhodnost. Byť sílí sociální média jako primární zdroj informací, tak se podívejte na míru důvěry veřejnosti k médiím obecně; ta nejen v České re-

publice klesá už deset let. Zkrátka řečeno: vliv médií se přeceňuje.

Politická kultura celosvětově v posledních letech výrazně zhrubla a i politici volí v předvolebních kampaních často velmi ostrá slova. Čím si to vysvětlit? Jedná se o trvalý jev?

Přičítám to skutečnosti, že jsme ještě před nástupem sociálních sítí žili v éře pozdně moderní individualistické společnosti. Když se podíváte na logiku sociálních sítí, tak v ní najdeme posílení důrazu na jednotlivce, afektu a efektu, narcismu a roztržitosti. V podstatě se dnes nejpokleslejší úroveň hospody přenesla na sociální síť. Jsme vulgárnější, rychleji a silněji si vytvoříme názory, aniž bychom je uměli kvalitně podložit argumenty. Přijde mi pokleslé, když se politik vyfotí na festivalu na veřejných záchodcích a vloží to na sociální síť. Tohle digitální barbarství nám velmi zásadně ovlivňuje veřejnou debatu.

Velkým celosvětovým tématem je stále silící hlas radikálů a extrémistů, ať už pravicových nebo levicových. Jsou vlivní, anebo prostě jen hlasitější než ostatní?

Jsou hlasitější a mají pocit, že to urvou. Pokud by došlo k zásadní ekonomické krizi, tak by byli reálně silnější. Kdyby se tu opakovala situace z roku 2009 nebo 2010, dovedete si představit, co by se stalo? Nárůst radikálů by byl extrémní. Naštěstí v této situaci nejsme, i když se ocitáme v éře rozpadu institucí a v éře digitálního barbarství. Například v Polsku nebo Maďarsku se vládne pevnou rukou a demokracie je na obtíž, což je pro mě jako Husákovo dítě, které zažilo na gymnáziu revoluci, sklíčující. Ukliďňuji se tím, že máme jinou historickou zkušenost než Poláci nebo Maďaři, protože jsme měli první republiku, byť to bylo krátké období. Podle mě v nás díky tomu zůstává Masarykův „humanismus“, chcete-li „člověčenství“, a místo pro demokracii, kterou jsme snad schopni uhájit.

Prvního ledna 2018 oslavíte s Otázkami 14. narozeniny. Zůstanou politické debaty na obrazovce ČT v dosavadní formě?

Otázky jsou jen jedním z mnoha diskusních pořadů v ČT. Chápu, že čím déle dělá moderátor svoji práci, tím více může čelit kritice, že je starý, okoukaný, opelichaný a podobně. Když se podíváte na množství citací z pořadu, sledovanost, kdy druhá hodina Otáček je nejsledovanějším pořadem ČT24 za celý týden v konkurenci ostatních formátů, první hodina oslovuje zhruba půl milionu lidí, není to špatný výsledek. Pokud bude chtít vedení ČT vyměnit moderátora nebo Otázky zrušit, tak se určitě nebudou pouat k moderátorskému stolu a řvát, že je v ČT cenzura. Za těch 14 let došlo v Otáčkách k mnoha změnám. Svého času jsme dělali více interview jeden na jednoho, dnes je tento žánr inflační, proto teď děláme více diskusní formát. Navíc jako moderátor se snažím posouvat k nepolitickým formátům (viz měsíčník Fokus – pozn. red.) nebo ke konfrontaci politika s odborníkem. Dovolím si tvrdit, že takových formátů není mnoho, a proto je zájem diváků stále vysoký, čehož si velmi vážím.

Novinář jako tvůrce i oběť médií

Před deseti lety vydal slavný americký komentátor Thomas L. Friedman knihu *Svět je plochý s podtitulem Stručné dějiny jedenadvacátého století*, kterým naznačil, že představuje vizi vývoje globalizovaného světa, jehož hnací silou je komunikační a informační revoluce. V jedné z kapitol letmo představil, jaký vývoj očekává v žurnalistice: novináře budoucnosti mu ztělesnil mladý muž, vydavatel internetových novin InDcJournal. Friedman s úžasem konstatuje, že mladý muž zvládne všechno: pořizuje zvukový záznam, edituje, fotografuje mobilem a vlastně celé noviny připravuje sám. Líbí se mu to a oceňuje, že tudy vede cesta k nezávislým médiím budoucnosti.

● Jaroslav Veis

O deset let později není nad čím žasnout. Friedmanův hrdina dneška toho zvládá ještě víc: musí taky natočit video, sestříhat ho a namluvit k němu komentář. To vše samozřejmě v rámci jediného pracovního úvazku. Lze však silně pochybovat o tom, že se cítí být věrozvěstem budoucnosti. Vize nezávislých médií zítřka se mu spíše proměnila v černou mūru současnosti, což ostatně platí o mnoha dalších aspektech globalizace. A mimochodem, když si zadáte do Googlu onen InDcJournal, nenajdete ho.

Realistickou analýzu toho, jak vypadá dnešní podoba Friedmanovy vize tzv. víceúkolové žurnalistiky jedenadvacátého století, pak přináší magazín Evropského odborového institutu HesaMag, zaměřený na problematiku ochrany zdraví a bezpečnost práce.

Konkrétně poslední číslo (15/2017) je zaměřeno na problematiku práce v médiích. Pod souhrnným titulem *Žurnalistika je stále nejmistějši profesí* přináší několik rozsáhlých textů, které mapují, jaký vliv na žurnalistickou profesi má nástup nových technologií. Centrem pozornosti autorů není jen systém, nýbrž – a dokonce především – novinář jako hlavní tvůrce a zároveň oběť nového mediálního světa. Světa, v němž se významně rozšířil počet informačních zdrojů i lidí, kteří mají k dispozici prostředky, jak informace jednat šířit, jednat sdílet. Zároveň také světa, v němž nebyvale narostl tlak na novináře-profesionály, aniž by se jim zlepšily pracovní podmínky; ale spíše naopak.

Profit a rychlost

Žurnalista v digitální věku pracuje pod mnoha tlaky, které jeho jen o půl generace starší kolega neznal. Vydavatelské priority se už dávno přesunuly od politicko-kulturních ambicí k zásadní orientaci na profit. Protože inzerce, z níž žila tradiční média především, je stále vrtkavější a stále víc se přesouvá do efektivnějšího digitálního prostředí internetu, přesouvají se i tradiční vydavatelé za ní. Webové stránky, původně pouze lákadlo na tištěné vydání, jsou dnes zcela rovnocennou vydavatelskou aktivitou.

Stále větší roli v řízení chodu redakcí mají ekonomičtí manažeři, jejichž hlavním cílem není poskytování co nejpřesnější informace, nejdůležitější analýzy a nejzasvěcenějšího názoru, nýbrž profit, snaha o co nejefektivnější chod redakce a snižování nákladů na její provoz. Základem jsou dvě metody: zavádění nových technologií a stlačování výdajů na pracovní síly. Stav se snižují, pracovní zátěž se zvyšuje, nároky na technickou zdatnost ve více oborech stoupají.

Neméně podstatný je ve vysoce kompetitivním prostředí médií důraz kladený na rychlost. Ideálem je žurnalistika v reálném čase nebo s co nejmenším časovým posunem. Na rozdíl od minulosti neexistuje v digitálním prostředí konečná fáze textu či jiné formy sdělení – obsah je neustále doplňován o nové informace, korigován a upřesňován, práce na něm není nikdy u konce. Zároveň však časový tlak vede k stále větší závislosti médií a všech poskytovatelů obsahu na prefabrikovaných zprávách poskytovaných tiskovými mluvčími a komunikačními specialisty.

Univerzální žurnalista

Právě o tom píše autorka jednoho z textů věnovaného stále častějšímu syndromu vyhoření novinářů Héléne Brédartová. Nový svět médií, v němž se prolínají svět tradiční, elektronický a digitální, si podle ní žádá i nový typ univerzálních novinářů či spíše tvůrců obsahu. Takový univerzální žurnalista kromě toho, že bez mrknutí oka zvládá trvale narůstající pracovní zátěž, musí dokázat nejen psát, ale zároveň fotografovat, natáčet zvukové reportáže a video. Nastává nůžkový efekt: stále méně lidí, stále větší počet mediálních platform. Nevyžaduje se od něho hluboká specializace, nýbrž schopnost poskytovat obsah vždy, všude, okamžitě, o čemkoli.

On sám však zároveň má stále menší pocit profesní jistoty. Tlak na snižování ceny práce způsobuje, že stále větší počet ideálních univerzálních žurnalistů funguje, jak se hezky česky říká, jako „osoba samostatně výdělečně činná“.

Tito volní novináři jsou pod obrovským tlakem. Brédartová ve svém textu cituje norskou expertku na volné novinářství Anette Andersonovou: „V důsledku všech požadovaných aktivit jsou tito novináři neustále on-line. Hranice mezi pracovní dobou a volným časem se ztrácí, stejně jako hranice mezi profesí a soukromím. Sledování sociálních sítí a monitorování informací je nepřetržité, přičemž za plnění těchto úkolů žurnalisty nikdo neplatí. Narůstá stres: váš volný čas je stále omezenější, pracovní doba nekonečná.“

Vyhořet (ne)snadno, ale rychle

Brédartová snáší celou řadu příkladů úskalí současné novinářiny. Podle průzkumů francouzského novinářského svazu třetina z dotázaných 1135 členů uvažuje o tom, že povolání opustí. Celých 65 % pak soudí, že se jejich profese podepisuje na jejich zdravotním stavu. Podle univerzitního výzkumu, který proběhl v Nizozemí, hrozí každému pátému žurnalistovi

profesní vyhoření. Je důsledkem vývoje posledního desetiletí, kdy vedle již zmiňované orientace na profit a prorůstání platform dochází ke stírání rozdílů mezi seriózními a bulvárními médií, ztrátě respektu k etickým zásadám i profesní identity. Jistě, i v tomto prostředí nadále existují ostrovy pozitivní deviace, veřejnoprávní média poskytující nestranné zpravodajství, investigativní reportéři, zasvěcení komentátoři a sloupkaři. Jako v ostatních oborech tu však rychle narůstá propast mezi malou skupinou profesních celebrit a řadovými dělníky – poskytovateli obsahu, kteří mají stále menší profesní jistoty a jsou stále blíže vyhoření.

Žurnalistika se pro mnohé z profesionálů stává stále nejistější profesí bez budoucnosti. Zvláště ohroženou skupinou jsou již zmiňovaní volní novináři, jejichž počet v důsledku deregulačních trendů současné globalizované ekonomiky je stále vyšší. Na rozdíl od jejich profesních jistot i příjmů, které stále klesají.

Jak z toho kola ven? Brédartová upozorňuje na nový byznys model médií, navržený profesorkou prestižní univerzity Sciences Po v Paříži Julií Cagéovou. Není orientovaný na profit, nýbrž vychází z myšlenky právního statutu „neziskových mediálních společností“ stojících mezi nadacemi a komerčními společnostmi a využívajících například participativního financování (crowdfunding). Tento model má především vrátit rozhodovací pravomocí v médiích zpět k žurnalistům, kteří kladou důraz na jiné faktory, než je pouhá orientace na zisk. Několik malých publikací vydávaných na tomto principu již ve Francii a v Belgii existuje, rozhodně však nelze soudit, že to prokazuje jejich životaschopnost či dokonce dlouhověkost. Mnohem jistější však je, že v pouhém spolehnutí se na fungování tržních principů budoucnost médií nespočívá.

Ricardo Gutiérrez, který působí po víc než 20leté žurnalistické kariéře v deníku Le Soir ve funkci generálního tajemníka Evropské novinářské federace (EJF), vidí nutnost zásadních systémových změn, omezujících současné tendence ke koncentraci médií, zmenšování redakcí a zvyšování pracovní zátěže: „Dovedu si představit digitální platformy financované přímo občany, na nichž žurnalisté sami prodávají své články bez zprostředkovací role vydavatelů. Tedy vize žurnalistů bez vydavatelů. Novinář na volné noze, zabývající se specifickou tematikou, v jejímž rámci má vysokou věrohodnost, prodává články přímo zákazníkovi prostřednictvím platform umožňujících výměnu informací. Možná, že by to posílilo i slábnoucí vazbu mezi žurnalisty a občany.“

Subjekt a objekt ve sportovní žurnalistice

Sportovní výsledky zajímají z mnoha důvodů řadu čtenářů, diváků a posluchačů, přestože obvykle nijak zásadně nemění jejich životy. V třídění mediálního prostoru byl sport zařazen do teoretické přihrádky „lidé si hrají“. Patří mu tedy konec audiovizuálních zpráv či poslední stránka novin. Vytváří doplněk k obrazu skutečně důležitých událostí a jevů, které zpracovává a předkládá obecná žurnalistika. Vůbec první text Mediažurnálu k tématu sportovní žurnalistiky pojedná o specifickém vztahu subjektu a objektu, který referování o sportovních akcích charakterizuje. Právě v něm totiž tkví základ pro spolehlivé odlišení sportovní novinářiny od novinářiny obecné.

● Robert Záruba

Ze všech specifických oborů lidské činnosti přitahuje sport největší pozornost publika. Vstupuje jako jediný společenský fenomén do všech žánrových oblastí zpravodajství a publicistiky. Sledování „živého“ sportu (utkáni, závod „teď hned“, vžitým termínem „on-line“) mu dokonce zajišťuje žánrovou jedinečnost, jakou nemůže nabídnout žádný jiný žurnalistický či dokonce umělecký obor.

Obecná žurnalistika je velmi podrobně zpracovaný obor s jasným žánrovým určením, teoretickým zázeminím a mnoha profesními pravidly. Nejrozšířenější oborová žurnalistika, tedy žurnalistika sportovní, si z povahy svého předmětu vypěstovala řadu odlišností, zvláštních postupů a výjimek. V profesním prostředí neexistuje jejich úplný seznam, vysvětlení, popis. Sportovní žurnalistika, po století vlastního vývoje, nemá propracovanou teoretickou základnu. Pokusím se však v prvním textu prozkoumat jednu ze zásadních odlišností.

Specifika referování o sportu

Na úvod si pomohu příkladem, kterým obvykle v první přednášce vysvětlují roli televizního žurnalisty: „Za vámi je svět událostí, ze kterého vybíráte informace, formulujete, dokumentujete (obraz, zvuk) a čelem k druhému světu, totiž světu diváků, předkládáte zprávu k vstřebání. Představa dvou planet je důležitá: úlohou novináře je co nejvíce usnadnit hladké přistání v říši diváků.“

V televizním procesu může žurnalista tok informací zpomalovat, destinaci zcela minout, případně může sám překážet v plynulém přenosu novinek. Ve sportovní žurnalistice platí totéž. Základní pozice objektivního pozorovatele se nemění – a přece je zde subjektivních zásahů výrazně víc než v obecné žurnalistice.

Základní příčina spočívá právě v zařazení „lidé si hrají“. Sport patří do volného času diváků a tedy pod soustavnou kontrolu diváků i žurnalistů. Na rozdíl od politických jednání, zemědělské výroby nebo přepadení banky v drtivé většině případů vidíme nikoli jen výsledek činnosti, ale také všechny podstatné události, které k němu vedly.

Lze divákům ukázat či alespoň popsat, jak se odehrály rozhodující momenty zápasu, kdo a kde rozhodl závod nebo proč soutěž přinesla právě tento výsledek. V této selekci se poprvé vý-

razně projeví subjekt autora. První předpoklady kvalitní sportovní zprávy jsou schopnost správného výběru momentů, jejich počet s ohledem na délku článku (stopáž reportáže), poměr situací rozhodujících a zajímavých.

Uvedená výsada sportovní žurnalistiky by měla výrazně zvýšit objektivitu předkládané informace, ale paradoxně zvětšuje také prostor pro subjektivní posouzení události. V obecné žurnalistice je hrubě neprofesionální, pokud se do zpravodajských žánrů míchá komentář. Hranicí je snad subjektivní vylíčení např. atmosféry události. Ve sportovní žurnalistice je přirozenou součástí zprávy i náznak hodnocení nebo přímo hodnotící komentář. Zatímco ve sportovní reportáži nikoho nepřekvapí formulace „podprůměrný zápas“, „skvostná přihrávka“, „nadprůměrný výkon“, v obecném zpravodajství je nutné nechat podobná hodnocení výlučně na příjemcích informace.

Sportovní žurnalista svou subjektivní výbavou zkušeností a znalostí nabízí vlastní hodnocení události. A to nikoli jen v rozsáhlém žánru

příмого TV přenosu nebo v mechanickém zápisu událostí v režimu on-line. Stručný, někdy jednoslovný komentář je přirozenou součástí zpravodajství. Autor viděl celý zápas, ale musí z časových či prostorových důvodů vybrat jen jeho určité momenty. Už do tohoto výběru se promítá jeho osobnost, příprava, erudice. A po selekci je třeba ještě doplnit vybrané a velmi konkrétní momenty širším hodnocením. Je to snaha vyjavit charakter sportovního výkonu, subjektivní komentář.

Oborová žurnalistika je velmi náchylná k subjektivizaci nejen v obsahu, ale také ve formě. Sportovní texty jsou po sto letech používání češtiny zamořeny frázemi typu „vymetl šibenici“, „pohrá si jako kočka s myší“, „projel jako nůž máslem“ nebo novější „brankář neměl nárok“. Kdysi to byly skvělé nápady, jenže ... Čeština patří mezi neformální jazyky, jejichž nevýhodou je celkem rychlé opotřebení formulačních novinek, které při svém zrodu obohacovaly referáty svou svěžestí. (Můžeme závidět kolegům, kteří mohou např. v angličtině jakoukoli tisíckrát použitou floskuli nasadit, aniž by tím obtěžovali své publikum – požívají všech výhod vnímání formálního jazyka.)

Pokud nechce česká sportovní žurnalistika rezignovat na kvalitní vyjadřování, musí svádět dvě bitvy současně: Jednak neustále vytrhávat starý plevel vyčerpaných frází, jednak hledat stále nové způsoby popisu stejných událostí, vtipné, výstižné a srozumitelné. Použití neotřelé formulace je dalším výrazným prosažením subjektu.

Příkladem nadměrné subjektivizace ve vyjadřování je používání slangu. Informace přeplněná oborovými výrazy může být pro obecné publikum nesrozumitelná. Autor ve snaze vyhovět sportovnímu prostředí (tedy světu událostí) zahustí tok informací žargonem tak, že se jejich vnímání zpomaluje a případně se celý proces zhroutí – konzument obsahu se o zprávu přestane zajímat, protože jí nerozumí. Žurnalista tedy domnělou formulační odborností ve světě diváků neobstojí. Bude sice snad odborně na výši, ale také nesrozumitelný pro běžného příjemce informací, které produkuje.

Žánry sportovní žurnalistiky

Zásah subjektu, tedy osobnosti sportovního žurnalisty do objektivního vý-



Kresba Vaclav Hradecky

konu profese, má různé podoby podle žánru, který pro své sdělení použije. Pro sportovní žurnalistiku, zvláště podávanou audiovizuálně, je typický zásah všech žánrů nebo alespoň průnik mnoha žánrových prvků. Je to další zásadní odlišnost od obecné žurnalistiky, jejíž redakční členění se obvykle řídí právě odlišením různých druhů zpracování.

Sport se vyděluje oborově – a není tedy z hlediska žánru nijak vázán. Důraz na rychlost v podání informací zároveň směřuje k režimu „průtokového“ zpravodajství. K přímým přeno-

sům se přidruží prezentace zpráv se stále menším odstupem od události. Každý takový posun mění poměr mezi subjektem a objektem zpracování.

Přímý přenos (přesnější označení je možná TV událost) je z hlediska prolínání události a jejího zprostředkovatele nejzajímavější. Objektivní pozorovatel má okamžitě popisovat a glosovat právě probíhající událost. To nelze bez výrazného prosazení subjektu. Je to bezpochyby nejzajímavější a stále ještě teoreticky nezcela prozkoumaný terén, na kterém se „objekt

a subjekt“ zatím řídí spíš citem než přesně zakreslenými hranicemi.

S frontou zároveň hýbe významný prvek současné žurnalistiky, „zábavnost“ (infotainment), který nemusí být vždy jen trpěným veřelcem, ale lze ho docela dobře využít k lepšímu přistání ve světě diváků a čtenářů. Ale k popisu téhle členité a stále ještě trochu nezkrácené krajiny bude zapotřebí jiný a delší text.

Autor je šéfkomentátorem sportovní redakce České televize

Mediaální rady v pohybu

Od roku 2001 po známé televizní krizi se změnila procedura jmenování kontrolních orgánů veřejnoprávního rozhlasu a televize tak, že návrhy na kandidáty musejí přicházet z organizací občanské společnosti a že část jejich členů se šestiletým mandátem se průběžně, nejméně jednou za dva roky, obmění. Letos na jaře doběhl mandát třem členům Rady České televize a třem členům Rady Českého rozhlasu, které bylo třeba doplnit. Shodou okolností na jaře vznikla potřeba zkompletovat ještě další tzv. mediaální rady: Radu České tiskové kanceláře a Radu pro rozhlasové a televizní vysílání RRTV.

● Milan Šmíd

Třináctičlennou RRTV vykonávající státní správu v oblasti vysílání oficiálně jmenuje předseda vlády, ale o jejich členech se rozhoduje v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR, která na rozdíl od rad ČT a ČRo kandidáty sama navrhuje. Již na začátku roku poslanci rozhodli, že novými členy RRTV se stali poslanec ČSSD Ladislav Šincl a Václav Jehlička, bývalý senátor a ministr kultury, kterého nominovala KDU-ČSL. Tím se posílil politický charakter orgánu, jehož členy jsou nyní čtyři bývalí senátoři: Jehlička, Mencl (ODS), Svoboda (ČSSD), Zvěřinová (ČSSD) a další jeho členové mají úzké vazby na politickou scénu (Šincl ČSSD, Novák KSČM, Jaklová ODS, Poledníček KDU-ČSL).

V červnu se podařilo doplnit Radu České televize, když se novými členy stali olympionik Martin Doktor a kulturní antropolog Tomáš Samek. Zbývající třetí místo obsadil staronový člen Rady ČT ostravský podnikatel René Kühn, který v druhém kole porazil novináře Jiřího Závozdu, jenž se rovněž ucházel o pokračování svého prvního mandátu v Radě ČT.

Komplikace nastaly u Rady Českého rozhlasu, když se na stejné červnové schůzi poslanci shodli pouze na jednom z devíti kandidátů, které jim připravil volební výbor. Byl jím bývalý ministr kultury a poslanec za ČSSD Vítězslav Jandák. Poté, co ani ve druhém kole nebyli poslanci schopni vybrat ze seznamu jmen, na němž byli například bývalí členové rady historik Michal Stehlík a mediaální analytik Ivan Tesař, kněz Zbigniew Czendlik nebo textař, novinář a producent Michael Prostějovský, procedura návrhů a jmenování se musela vrátit na samý počátek.

Volební výbor, jehož povinností je vybrat z návrhů organizací reprezentujících občan-

skou společnost trojnásobný počet kandidátů na členství v Radě ČRo, předložil v srpnu Poslanecké sněmovně PČR šest nových jmen. Ze širšího výběru vypadli kromě jiného Tomáš Kolářczyk, někdejší ředitel obchodu a marketingu Českého rozhlasu, a také současný poslanec hnutí ANO 2011, bývalý televizní novinář Zdeněk Soukup.



Kresba Václav Hradecký

Mezi těmi, z nichž měli poslanci nyní vybírat, jsou dva mediaální teoretici: profesor Jan Jiráček z Metropolitní univerzity a Jan Křeček z Fakulty sociálních věd UK v Praze. Dalšími kandidáty jsou lékař z Fakultní nemocnice Královské Vinohrady Petr Arenberger, odbornice na média Zdenka Burešová z Univerzity Palackého v Olomouci, muzikolog a pedagog z Vysoké školy ekonomické Ilja Šmíd a někdejší člen Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, podnikatel Milan Trojan. Který z nich bude zvolen, měla ukázat zářijová schůze dolní komory parlamentu, poslední v tomto volebním období. Ta ale návrh projednat nestihla.

Tam se mělo rozhodnout i o doplnění členů Rady ČTK, když – podobně jako u Rady ČT – se poslanci v dubnu v prvním kole shodli pouze na kandidatuře jednoho člena, kterým byla bývalá poslankyně ODS Jaroslava Wenišerová. V druhém kole dubnové volby tehdejší kandidáti – Jan Vávra, někdejší člen vedení televize Nova a Jan Wintř, dosavadní člen Rady ČTK a ústavní právník – neprošli.

Protože u Rady ČTK podobně jako u RRTV návrhy kandidátů předkládají přímo poslanci a jejich kluby, po neúspěšné první volbě navrhli poslanci v červenci novou sestavu kandidátů: publicistu Petra Žantovského (ANO), Jakuba Štědróně (ČSSD) z neziskového sektoru a Jana Wintře (TOP 09). První kolo druhé volby bylo opět neúspěšné, žádný z kandidátů nezískal nadpoloviční většinu hlasů přítomných poslanců. Rozhodnout měla zářijová schůze. Ale ani ve druhém kole druhé tajné volby dvou členů Rady ČTK na 60. schůzi Poslanecké sněmovny PČR 6. září poslanci nikoho nezvolili. Potřebného kvora nedosáhl žádný ze tří kandidátů. Zřejmě úkol až pro novou sněmovnu, která vzejde z říjnových voleb.

Šéf Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky Josef Šlerka: V oblasti konzumace médií existuje generační propast

Skupina českých podnikatelů vytvořila minulý rok v létě první podnikatelský nadační fond ve střední Evropě, který má za cíl podpořit nezávislou žurnalistiku. Hlavním impulsem byl prodej mediálních domů do rukou českých oligarchů. Od letošního srpna má Nadační fond nezávislé žurnalistiky (NFNZ) nového šéfa. Je jím datový analytik a pedagog nových médií Josef Šlerka, který byl od počátku členem správní rady fondu. Mediažurnál se jej ptal mimo jiné na vlivy digitalizace v oblasti sdělovacích prostředků.

● Martin Melichar

Fond před vámi vedl Tomáš Klvaňa. Proč v jeho čele skončil?

Tomáš Klvaňa fond rozjížděl a provedl ho vlastně tím nejtěžším obdobím a patří mu za to poděkování. Jeho působení ve fondu skončilo půl roku před mým nástupem, v době, kdy jsem byl pracovně v Německu. Detaily neznám.

NFNZ je projektem, který vytvořila skupina podnikatelů. Ve střední Evropě jde o poměrně unikátní záležitost. Jaká byla hlavní motivace vzniku?

Myslím, že tou hlavní motivací byla podpora rozvoje liberální demokracie, pro kterou jsou nezávislá média nutnou podmínkou existence. Podpora jejich plurality a zejména investigativní žurnalistiky je pro liberální demokracii klíčová. Novináři mají dodávat lidem ověřené informace, které jim pomáhají se lépe rozhodovat, když jsou pod tlakem, trpí tím celá společnost.

V první grantové sérii jste udělili šesti projektům celkem 2 148 000 Kč. Z jakých konkrétních zdrojů je fond financován?

V prvním roce fungování vložili zakladatelé do fondu 8 768 000 Kč. Jména zakladatelů jsou dostupná na našem webu. Ostatní dárči vložili dalších 1 355 000 Kč. Tyto peníze tvoří financování fondu. Nemáme žádné peníze od státu ani ze zahraničí, všechny prostředky pocházejí od tuzemských podnikatelů.

Jaký je vztah podnikatelů a médií? Nyní přímo nemyslím nákupy či přímé investice ze strany Zdeňky Bakaly, Andreje Babiše nebo skupiny PENTA.

Kromě toho, že je podnikatel běžným občanem a má tak stejný zájem na kvalitní novinářině, tak zde vystupuje ještě ekonomický aspekt. Společnost, kterou ovládá kupříkladu šedá ekonomika a prakticky za hranou zákona, k nimž se někdy uchyluje dokonce i neuniformovaná policie, vše za tolerance státu, není prospěšná podnikatelskému prostředí. Když do systému vkládáte falešné informace, šance, že se rozhodnete podnikatelsky špatně, stoupá. To má logicky přímý dopad právě na byznys.

Snažíte se podporovat projekty, které nejsou financovány velkými mediálními domy. Jde například o investigativní práci měsíčníku Reportér, Deníku Referendum, serveru A2larm, portálu Neovlivní a dalších. Podle čeho vybí-

ráte projekty pro podporu?

Naše podpora je vázána na konkrétní projekty, finančně nepodporujeme tituly nějakým bíančem. Při rozhodování o tom, kdo a kolik dostane, hraje základní roli kvalita navrženého projektu. Rozhodování ovlivňují i posudky odborníků. Samotné rozhodnutí ale stojí na správné radě fondu.



Foto archiv Josefa Šlerky

tuace změnila kolem roku 2005 během případu bytu Miroslava Kalouska, během dalších let se situace zhoršovala. Důvodů je celá řada, ale myslím, že ten hlavní je rostoucí nedůvěra v kvalitu novinářské práce. Když si uvedený stav dáte do souvislosti s tím, jak řada politiků staví svou reputaci na verbálním ponižování novinářů, a s faktem, že se veřejnost u nás rozpadá do relativně nekomunikujících skupin dle vyznávané ideologie, tak máte na problémy zadrževano.

Jaké jsou podle vás další problémy českých médií, jak se na nich projeví dopady ekonomické krize?

Média se u nás delší dobu nacházejí v nedobré kondici. Zřejmě je oligarchizace mediálního prostoru, která krizi usnadnila. Hrozí neustále konflikt mezi zájmy veřejnosti, o které jde novinářům, a zájmy velkých firem, tedy vlastníků. To nezačalo Andrejem Babišem, zmíněný problém existuje už z doby, kdy Zdeněk Bakala převzal týdeník Respekt. Krize přinesla také snížení počtu členů redakcí.

S tím souvisí i rostoucí tlak na novinářskou profesi a role elektronických médií.

Ano, zpravodajství je pod rostoucím tlakem produkovat množství zpráv bez jejich důkladného ověřování, jen aby se zvyšovala návštěvnost webů. Zhoršuje se tak kvalita novinářské práce na projektech, které vyžadují větší soustředění a čas, jako jsou třeba právě investigativní a analytická žurnalistika. Samostatnou kapitolu představuje internet a zásadní proměna způsobů konzumace informací u jednotlivých generací. Dnes u nás de facto existuje generační propast v konzumaci médií.

Dle vašeho webu má NFNZ kromě správní a dozorčí rady jednoho zaměstnance, kterým je programová manažerka Jitka Adamčíková. Trochu mě zarazilo, že v jejím profesním profilu je mimo Nadace Open Society Fund Praha nebo Poradního centra pro uprchlíky také Agrofert. Není to trochu v rozporu s vaší vizí?

Paní Adamčíková pracovala v Agrofertu něco málo přes rok v době, kdy Andrej Babiš byl ještě mimo politiku a podnikatelsky mimo média, bylo to tuším roku 2007. Nepřijde mi to jako problém. Jako problém by mi naopak přišlo nezaměstnat někoho jenom proto, že dělal v Agrofertu a nemít k tomu nějaký další důvod.

Jakým způsobem kontrolujete, že novináři skutečně kvalitně pracují na podpořených projektech? Podávají vám pravidelné reporty o práci?

Příjemci grantu podávají až závěrečnou zprávu, ve které nás písemně informují o výsledcích projektu. Do průběhu jejich práce z vlastní iniciativy nezasahujeme a ani nesmíme. Vidíme samozřejmě většinou průběžné výstupy, ale rozhodující je celek. Do té doby jen sledujeme. Naopak se ale snažíme naše projekty a novináře podporovat například při propagaci výsledků a podobně.

V rozhovoru pro DVTV jste doslova prohlásil, že česká média ztratila schopnost „sundávat ministry“ z jejich postů. Kdy a proč média tuto schopnost ztratila?

To sundávání ministrů je taková zkratka dobře vyjadřující fakt, že média měla v Česku větší moc, než mají dnes. Podle mého názoru se si-

Právní hranice novinářské práce

Svoboda projevu je jedním ze základních pilířů demokratické společnosti. Novináři při výkonu profese nejčastěji prověřují fungování demokratické společnosti z hlediska realizace svobody projevu. Těžiště jejich činnosti pak spočívá nejen v přijímání, ale také v šíření informací veřejnosti, tedy i v zajišťování práva veřejnosti na informace. Právo na výkon této veřejné služby však naráží na ústavní, zákonné i podzákonné mantinely, proto možnosti novinářů rozhodně nejsou neomezené.

● Lenka Bukvaiová

Kam až sahají práva novinářů na získávání informací? Mohou při své činnosti porušovat právní či jiné předpisy, pokud tak činí ve veřejném zájmu? Nalezení správné odpovědi na uvedené otázky se stalo již v minulosti předmětem mnoha diskusí. I když činnost novináře je na straně jedné službou veřejnosti, ze které zejména plyne profesionální povinnost novináře ve veřejném zájmu vyhledávat a přinášet ty nejdůležitější informace, na straně druhé ani novinář nestojí nad zákonem. Jako každý jiný člověk může činit pouze to, co mu zákon umožňuje, a nečinit nic, co zákon zakazuje.

Je třeba objektivně připustit, že novináři při získávání informací pro veřejnost častokrát porušují právní předpisy, ať již vědomě, či nevědomě. S výjimkou práva na ochranu zdroje informací tiskový zákon ani zákon o provozování televizního a rozhlasového vysílání novinářům žádnou výjimku oproti jiným osobám nedává. Proto je každý jednotlivý případ posuzován individuálně a je třeba posoudit, zda převažuje státem chráněný zájem, který novinář porušil, nebo jiný státem chráněný zájem, který novinář napopak naplňoval. Argumenty, že novináři občas mohou porušit určitá pravidla nebo dokonce zákon, neboť tak činí ve veřejném zájmu, je proto třeba brát s rezervou. V této souvislosti se pak zcela důvodně nabízí i otázka, zda by nebylo možné zveřejněnou informaci zajistit jiným způsobem, aniž by byl porušen zákon či jiný předpis.

Etické kodexy novináře

Hovoříme-li o jiných předpisech, jimiž jsou novináři vázáni, máme zejména na mysli etické normy, sepsané zpravidla ve formě tzv. kodexů. Smysl kodexů spočívá především ve vymezení hranic žádoucího chování novinářů, stanovení odpovědnosti novinářské profese veřejnosti a osobní odpovědnosti novináře za jím uveřejněné materiály. Nicméně ani kodexy, ať už Etický kodex novináře, který byl vypracován Syndikátem novinářů České republiky nebo např. některý z kodexů českých deníků, k protizákonnému jednání novinářů výjimku nestanovuje. S ohle-

dem na povahu kodexu jakožto podzákonného předpisu, který nemá obecně závazný charakter, ostatně ani nemůže. Konečně by novináři měli být při své činnosti rovněž vázáni i etickými a morálními pravidly, byť nepsanými.

Je běžnou praxí novinářů, že s odvoláváním se na veřejný zájem vstupují a nahlížejí do soukromí jiných osob, vstupují na cizí pozemky, používají skryté kamery nebo nahrávají skrytými zvukovými záznamníky či odposlechy. Důsledkem takového jednání však může být citelný zásah do osobnostních práv dotčené osoby, jejího práva na soukromí a dalších. Právo na soukromí je chápáno odlišně u osob soukromých a osob veřejně činných. V případě osob veřejně činných jsou meze přípustného zásahu do osobnostních práv nebo práva na soukromí nastaveny podstatně širěji. Tento závěr byl již v minulosti

několikrát potvrzen Ústavním soudem ČR mimo jiné i ve známé kauze Rejžek versus Vondráčková.

Rovněž Nejvyšší soud ČR v této souvislosti uvedl, že „je jisté skutečností, že práva na ochranu osobnosti se mohou domáhat i politici a ostatní veřejně činné osoby; měřítko posouzení skutkových tvrzení a hodnotících soudů jsou však v jejich případech mnohem měkčí ve prospěch původců těchto výroků. Je to dáno tím, že osoba vstoupivší na veřejnou scénu musí počítat s tím, že jakožto osoba známá bude pod drobnohledem veřejnosti, která se zajímá o její jak profesní, tak i soukromý život a současně jej hodnotí, zvláště jedná-li se o osobu, která spravuje (nebo eventuálně spravovala, resp. naopak má spravovat) veřejné záležitosti. Zde je namístež volit benevolentnější přístup

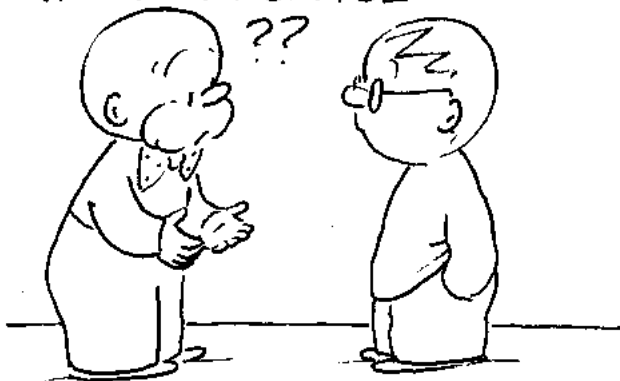
k posouzení meze přípustnosti uveřejnění informací a hodnocení jednání takové osoby právě proto, že jsou na ni kladeny náročnější požadavky a veřejnost je oprávněna se o nich dozvídat, a to pro posouzení způsobilosti, jak např. odborné, tak morální, obstarávat věci veřejné. Prezentace těchto údajů a jejich případná kritika však musí souviset s veřejnou činností, kterou daná osoba vykonává.“ (Viz rozsudek Nejvyššího soudu ČR z 10. ledna 2013.)

Zejména tzv. paparazzi při své činnosti často argumentují, že na veřejnosti mohou fotografovat nebo natáčet cokoliv. Tvrzení je však pravdivé pouze částečně. Aktuální úpravu obsaženou v ustanovení § 88 a 89 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, lze zjednodušeně vysvětlit tak, že novináři mohou při výkonu činnosti pořizovat zvukové a obrazové záznamy osoby bez jejího souhlasu pouze za předpokladu, že tyto budou pořizeny nebo použity přiměřeným způsobem a jejich využití nebude nepřiměřeným způsobem v rozporu s oprávněnými zájmy dotčené osoby.

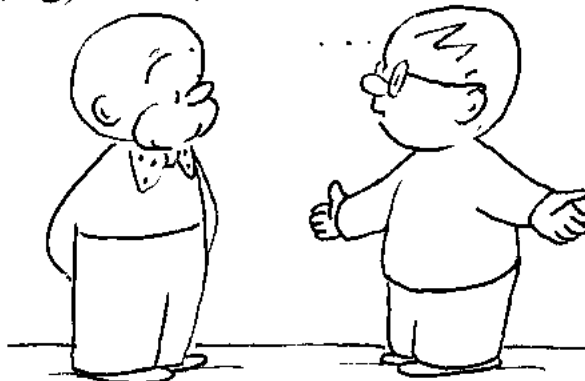
Novináři a odposlechy

Zdrojem těch nejzajímavějších kauz jsou nepochybně odposlechy. Je však vůbec možné, aby novináři zveřejnili odposlechy např. telefonických hovorů, aniž by je-

VY VE SVÉM POŘADU, DĚLÁTE Z VÝZNAMNÝCH LIDÍ PITOMCE... JAKÝ TO MÁ SMYSL



LIDI SE NA TO DÍVAJÍ A ŘÍKAJÍ: VIDÍŠ, TÁTO, JE TO VŮL JAKO TY



A PODÍVEJ, KAM TO DOTÁHL

jich zveřejněním porušili zákon? V případech, kdy dochází k zásahu do práva na ochranu listovního tajemství a tajemství jiných písemností a záznamů, chráněného čl. 13 Listiny, bude soudem obzvláště zkoumáno, zda je veřejný zájem natolik závažný, že zásah omlouvá. Ústavní soud ČR se v této souvislosti již v minulosti vyjádřil například v nálezu ze dne 22. ledna 2001, kdy uvedl, že „soukromí každého člověka je hodno zásadní (ústavní) ochrany nejen ve vztahu k vlastnímu obsahu podávaných zpráv, ale i ve vztahu k výše uvedeným údajům.“

Lze tedy konstatovat, že čl. 13 Listiny zakládá i ochranu tajemství volaných čísel a dalších souvisejících údajů, jako je datum a čas hovoru, doba jeho trvání, v případě volání mobilním telefonem i označení základových stanic zajišťujících hovor. Tyto údaje jsou nedílnou součástí komunikace uskutečněné prostřednictvím telefonu“.

Z ustálené judikatury Ústavního soudu ČR, zejména ve vztahu k problematice odposlechu telefonních hovorů, dále zřetelně vyplývá, že ochrana práva na respekt k soukromému životu v podobě práva na informační sebeurčení ve smyslu čl. 10 odst. 3 a čl. 13 Listiny se vztahuje nejen k vlastnímu obsahu zpráv podávaných telefonem, ale i k údajům o volaných číslech, datu a čase hovoru, době jeho trvání, v případě mobilní telefonie o základových stanicích zajišťujících hovor.

Zveřejnění odposlechů se stává omluvitelným pouze ve zcela výjimečných případech, kdy naléhavost ochrany veřejného zájmu a zajištění řádného fungování demokratické společnosti vyžaduje jejich upřednostnění před zachováním práva dotčené osoby.

Novináři a demokracie

Role novinářů a tisku jako „hlídacího psa“ v demokratické společnosti je nezpochybnitelná. Přestože v mnoha případech se veřejnost jen díky práci novinářů mohla dovědět, jakým způsobem se chovají vysokí političtí úředníci. Mimo jiné v USA v aféře Watergate, na Slovensku v kauze rádia Twist, v České republice v případě policejního prezidenta Vladislava Husáka, kauze Unipetrolu, či soudce Berky, je shodně se závěry Ústavního soudu ČR a Evropského soudu pro lidská práva potřeba připomenout odpovědnost novináře za překročení především etických a morálních norem svého povolání. V ta-



Kresba Václav Hradecký

kovém případě musí existovat zákonná sankce, která odpovídá jak svojí přiměřeností, tak i naléhavou společenskou potřebou ochrany důležitých veřejných zájmů sledovanému legitimnímu cíli.

Novináři a vyhrazené prostory

Posledním tématem tohoto článku je otázka přístupu novinářů do vyhrazených prostor, která se nedávno stala opět aktuální v případě účasti novinářů ČT při obsazení dolu Bílina demonstranty. Opět lze obecně říci, že novinář nemá z hlediska samotného přístupu do vyhrazených prostor při podobných akcích více práv než kdokoliv jiný. Není zřejmě třeba připomínat, že lidské obydlí je chráněno téměř absolutně (výjimkou je příkaz k domovní prohlídce), takže novinář nemá právo je bez souhlasu oprávněné osoby narušit za žádných okolností. Obdobně, i když ne tak přísně, lze nahlížet na ty části podnikatelských prostor, které nejsou pro veřejnost.

Příslušná listina i prováděcí zákon vycházejí

z toho, že nelze podřídít toto právo povolování orgánem státní správy, ale stát může v nezbytné míře učinit opatření, nutná pro ochranu práv a svobod druhých, ochranu veřejného pořádku, zdraví, mravnosti, majetku nebo pro bezpečnost státu.

Dále platí, že shromáždění se může konat s výjimkou bezprostřední blízkosti sídla parlamentu a Ústavního soudu prakticky kdekoliv, tedy ve veřejných i soukromých prostorech. To však nelze chápat tak, že je možné v rámci výkonu shromažďovacího práva např. obsadit soukromý pozemek, který není tzv. veřejnou plochou a současně do něj není z vůle vlastníka přístup povolen. Typicky jde o výrobní nebo jiné provozovny soukromého podnikatele, v nichž je dán určitý režim přístupu a pohybu, mimo jiné s ohledem na povinnosti provozovatele v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

Pokud tedy novinář vnikne spolu s demonstranty do uzavřeného soukromého areálu a následně např. neuposlechne výzvy pořadatele, vlastníka nebo policie k vyklizení prostor, dopustí se tím nejspíše protiprávního jednání. Pochopitelně při posouzení protiprávnosti jednání nebo při úvahách o výši a druhu postihu bude hrát roli to, zda novinář mohl vědět, že se nachází na veřejně nepřístupném pozemku (otázka překonání

překážek, různých zákazových cedulí, výzev k opuštění prostor apod.), a také zda se zde dopouštěl např. činností, které měly za následek škody na majetku, nebo pouze plnil svou veřejnou roli jako nositel práva na informace.

Lze tedy shrnout, že viditelné označení novinářské profese (obvykle vesta s nápisem TISK nebo PRESS) samo o sobě nepředstavuje žádnou „vstupenku“ do vyhrazených prostor ani nezakládá nárok na zvláštní zacházení. Na druhé straně by např. policie měla dle našeho názoru přihlížet k tomu, že novinář se podobné akce účastní z titulu výkonu své profese a naplňuje zde veřejný zájem, jeho činnost by mu tedy neměla být nepřiměřeně ztěžována. K tomu, aby novinářské povolání bylo takto respektováno, může sloužit např. i informování o podobných incidentech v médiích, tlak veřejnosti a v neposlední řadě také autorita Syndikátu novinářů ČR jakožto novinářské profesní organizace.

Autorka pracuje jako advokátní koncipientka Advokátní kanceláře MIKŠ & SUK

Kreslíř Mediažurnálu – Václav Hradecký

Veselé kresby, z nichž první jste viděli na obálce a jejíž sourozenci vás provázejí tímto číslem, vám nejspíš přijdou povědomé. Jsou natolik typické svým pojetím a navíc se v raných popřevratových letech objevovaly i na obálkách týdeníku Nový Dikobraz. Je tomu vlastně už dávno, a tak někomu mohlo mezitím z hlavy vypadnout jméno autora. Tak tedy: Václav Hradecký.

● Ivan Hanousek

Václav Hradecký (narozen roku 1949 v Novém Městě na Moravě) si začal s vtipy poměrně pozdě – v roce 1981. Zato hned na tehdy prestižních místech – v Dikobrazu a následně v Mladém světě. A nutno vzpomenout, že se, co se výrazového stylu týče, prezentoval od počátku jako už hotový kreslíř. Z celorepublikových titulů následovaly Vlasta, Vesmír, Učitelství noviny a třeba Reflex.

Tu a tam se ale Václav blýskl i jinde. Jeho podstatným příspěvkem v oblasti humoristického tisku však bylo jeho působení v křesle šéfredaktora Nového Dikobrazu (1992–1993) a pak – v době tak nelehké pro distribuci periodik – i v následujícím Podvobrazu (1993–1994). Už to stačí, abychom si dnešního vystoupení Hradeckého v Mediažurnálu vážili. Řekněte sami: Kolik kvalitních karikaturistů vyjmenujete, když se teď zeptáme, kdo takový kdy v ČR působil ve funkci šéfredaktora známého časopisu?



Foto archiv Václava Hradeckého

Hradecký zaujal (to je však jen intimní zjištění autora tohoto textu) především dámskou část čtenářské veřejnosti. Jeho mile neagresivní figurky prostě padly ženám do oka. Těž víme, že publikum si rychle zapamatuje a tedy ihned pozná výrazné kresby Kantorka, Neprakty či Kerlese. Také Hradeckého typické panáčky s velkými hlavami, obvykle mudrující přímo ve formátu kresby, lze na první dobrou (dříve „na první pohled“) identifikovat mezi ostatními. Také proto si ho několik nakladatelství vybralo pro grafický design (dříve „za ilustrátora“) pěkné řádky různých publikací – včetně lákavých barevných obálek. V poslední době se autor oddává nejraději tvorbě tzv. stripů. To jsou ony do několika okének rozložené vtipy s pointou umístěnou (kde také jinde!) až na samém konci. I v tomto čísle MŽ pár takových najdete...

Součástí života kreslíře vtipů jsou samozřejmě výstavy, hlavně společné, nazývané obvykle kolektivní. Ale rodák z Vysočiny měl i váženější výstavy samostatné. Hned tou první byl Salon Václava Hradeckého v pražské Malostranské besedě (1986), tedy v místě, kde se autor obvykle definitivně zařadil mezi uznávané „borce“ v rámci komunity českých karikaturistů.

Následovala řada jiných, z nichž vyčnívají expozice v rakouském Reichenau a v pražském Rudolfinu. Proč zrovna Rudolfinu, známější přece jen více koncerty vážné hudby, naznačí už názvy Hradeckého prvních dvou alb veselých kreseb: „fffortissimo“ (1996) a „fffortefortissi-

mo“ (Radioservis 2006). Jde o soubory vysloveně hudebních vtipů. Další sbírky měly názvy „Manželský dvoutakt“ (Vyšehrad 2005) a „Jak je to v životě doopravdy“ (Vyšehrad 2006). Zde se sluší připomenout umělcovo vzdělání: vystudoval Filozofickou fakultu UK, obor sociologie a filozofie.

S titulem PhDr. se uplatňuje právě v médiu (dříve „hromadném sdělovacím prostředku“) zvaném Český rozhlas. Působí tam od roku 1997 dlouhých dvacet let – nikoliv jako karikaturista, což dá rozum, ale ani jako moderátor (dříve „hlasatel“), ale jako vědec, co má na starosti výzkum publika. Zkoumá tam rozhlasové vysílání, mimo jiné třeba to, jak a na koho který pořad „dopadá“, proč to tak je a co s tím dále dělat. Je to prostě věda, která dokáže vykouzlit pravidelně množství čísel, procent a grafů pro vedení veřejnoprávní instituce a pro stanice ČRo.

Humorným kresbám, ani těm sebarevnějším, se v rádiovém vysílání z pochopitelných důvodů nedaří. Přesto je škoda, že nějaká obdobná instituce dnes nezkoumá, co z produkce českých karikaturistů (a proč?) se líbí dnešním konzumentům tištěných médií. Jenže na to by zřejmě stačil jen jedinec. Na těch pár jmen a několik vtipů vypátraných denně v novinách a časopisech by jistě stačil. Toto ovšem konstatuje jen staromilec, který nemá správnou představu o tom, co se v této oblasti děje na internetu a zejména v „nových médiích“.

O exonymech v médiích Řezno vs. Regensburg, Benátky vs. Venezia

V dnešním jazykovém koutku se budeme věnovat domácím podobám cizích zeměpisných jmen, tak zvaným exonymům. Exonyma jsou domácí pojmenování pro cizí země, města, vesnice, hory, řeky apod.

● Lucie Jílková

Neprve uvedme alespoň některá, v dnešní češtině běžně užívaná exonyma: *Milán* (Milano), *Londýn* (London), *Mnichov* (München). Exonyma samozřejmě mají i jiné jazyky, např. *Praha* je v cizích jazycích nazývána *Prága*, *Prag*, *Praga*, *Prague* atd.; *Bratislava* byla v různých dobách nazývána *Pozonium*, *Pressburg*, *Pozsony*, *Prešporek*, *Prešporok*, *Prešpurk*...

Užívání exonym má své výhody. Exonyma neobsahují hlásky, které čeština nezná: *Temže* (*Thames*), *Mnichov* (*München*), *Kodaň* (*København*), *Lutych* (*Liège*, *Lüttich*), *Ostříhom* (*Esztergom*) atd. Exonyma se v češtině snadno skloňují, např. finské město *Helsinky* má počestěnou podobu *Helsinky*, díky níž toto jméno skloňujeme jako pomnožné podstatné jméno: *do Helsinek*, *v Helsinkách* atd.

Vlivem historické i zeměpisné blízkosti existuje řada českých názvů pro města (ale nejen pro ně) německá či rakouská. Připomeňme, že české pojmenování *Rakousko* vzniklo počestěním jména hradu *Ratgoz* → *Rakús*. Tento hrad byl prvním větším místem, na něž Češi při přechodu hranic narazili. Dnes se hrad jmenuje *Raabs*. Pojmenování *Německo* pravděpodobně souvisí s předavým jménem *němý*. *Němec* byl ten, kdo vydává nesrozumitelné zvuky, bylo to označení cizinců, s nimiž Slované přicházeli nejčastěji do styku.

Mnohá německá města mají své české exonymum, které se dodnes běžně užívá: *Do Lipska lze cestovat autem, vlakem i letadlem* (turistika.cz), *Všechny cesty vedou do Drážďan* (weltauto.cz), *Čtvrtmilionové lázeňské město Čáčky stojí na vodě* (tyden.cz). V některých případech dnes česká exonyma ustupují názvům německým: *Z německého Regensburgu již od konce léta 1948 řídil Rudolf Drbohlav vlastní zpravodajskou skupinu. Po rozpuštění skupiny odjel za rodinou do Londýna* (LN, červen, 2017). Vidíme, že v příkladu se neobjevuje české pojmenování *Řezno*, ale německé *Regensburg*, zatímco pojmenování metropole *Londýn* je počestěné, tedy se na malém prostoru potkávají jména původní i česká.

Na český název *Regensburgu* (rovněž řeka *Regen* má svou českou podobu: *Řezná*), podobně jako třeba na jméno *Mohuč*, německy *Mainz*, dnes narazíme spíše v tex-

tech spjatých s historií: *řezenští biskupové*, *mohučský kurfiřt* apod. Třeba v textech cestovních kanceláří je běžný spíše název německý: *Konečně bude možné jet z Prahy nebo z Plzně přes Regensburg do Mnichova nebo přes Schwandorf do Norimberka*. (plzennakole.cz). Podobně jako v příkladu předchozím vidíme, že pisatel kombinuje české a německé názvy německých měst.

Naopak historické německé pojmenování má mnoho našich měst či vesnic.

Onomastička (tedy odbornice na vlastní jména) Jana Matúšová ve své knize *Německá vlastní jména v češtině* připomíná třeba *Herrnkretschchen*, *Dittershof*, *Englhaus*, *Brunnersdorf*, *Joachimsdorf*, *Freudental*, *Spindelmühle*, *Karlsbad*, v nichž poznáváme *Hřensko*, *Dětřichov*, *Andělskou Horu*, *Pruněřov*, *Jáchymov*, *Bruntál*, *Špindlerův Mlýn* a *Karlovy Vary*.

Česko-německé či německo-české proměny zeměpisných názvů odrážejí často dramatické momenty našich dějin. Například po roce 1945 byly mnohé německé názvy měněny na české: z města *Falkenau* se tehdy stal *Sokolov*. Dneš-

ní město *Šumperk* (název vychází z německého *Schönberg*, *Krásná Hora*) mělo po druhé světové válce získat některé z navrhovaných pojmenování: *Krásno nad Desnou*, *Svobodov* (podle generála Ludvíka Svobody), *Velenov* (podle šlechtice Ladislava Vlena ze Žerotína), *Krásná Hora*, *Krásav*, *Lnářov* nebo *Přadenov* (názvy odvolávající se na Inářskou tradici).

Obecně se dá říci, že užívání některých exonym v dnešní češtině spíše klesá. Na druhou stranu, v některých oblastech se exonyma po roce 1989 začala opět užívat, například rakouské město *Gmünd* je v daném místě česky nazýváno *Cmunt*. Zároveň může být překvapivé, v jakých textech se s exonymy také můžeme setkat. V magazínu jednoho českého fotbalového klubu čteme: *Hráč nemohl nastoupit do dvou zápasů s Chotěbuzí a Halle*. Můžeme si položit otázku: Znají čtenáři takového magazínu původní německý název města *Chotěbuz*? (Jiná věc samozřejmě je: Potřebují to vědět?)

Sledujeme-li současné mediální texty, často v nich narazíme na pojmenování státu, který se plným názvem nazývá *Spojené království Velké Británie a Severního Irsku*, a to v nejrůznějších variantách. Například v červnových Lidových novinách jsme mohli číst: *Zeman při setkání hovořil i o desetitisících českých občanů, kteří studují či pracují v Británii*; *Před vstupem do politiky Brnabičová pracovala mimo jiné pro americké společnosti, jež v Srbsku uskutečňovaly projekty financované z rozvojové pomoci USA. Ve Spojených státech – stejně jako v Británii – studovala. Z internetových textů můžeme uvést: *Návštěva Anglie je k vybrušení znalostí jazyka jako stvořená!* (radnacestu.cz), *Občan ČR může cestovat do Velké Británie na základě platného cestovního pasu nebo občanského průkazu* (besip.cz), *Konzervativní a euroskeptická část Velké Británie, která vyvolala Brexit, dnes rozhodně neslaví* (vlada.cz), *Britské velvyslanectví v Praze je zodpovědné za rozvoj a udržování vztahů mezi Spojeným královstvím a Českou republikou* (gov.uk), *Jízdenky si můžete zakoupit v kterékoliv železniční stanici po celé UK* (velka-britanie.co.uk).*

Kresba Václav Hradecký

Je zjevné, že plný název státu, *Spojené království Velké Británie a Severního Irsku*, je pro některý typ mediálních textů příliš dlouhý. Zkrácená podoba anglického *United*



Kingdom, Spojené království, není, jak příklady ukazují, vždy využívána. Naopak, pisatelé či mluvčí často užívají pojmenování (*Velká Británie* či *Anglie*, tedy pojmenování, která jsou, z pohledu geografického, nepřesná. *Velká Británie* je název ostrova, na němž se nacházejí tři ze čtyř zemí tvořících *Spojené království*, a to *Anglie, Skotsko* a *Wales* (čtvrtá země, *Severní Irsko*, se nachází, jak známo, na ostrově Irsko).

Z toho vyplývá, že nazýváme-li tuto zemi pouze (*Velkou*) *Británií* nebo *Anglií*, provádíme tzv. záměnu části za celek, latinsky *pars pro toto*. Tento postup je obecně v jazyce využíván velmi často (např. *dívka s vlasem medovým*, míněno pochopitelně *s vlasy*), při vytváření prestižních mediálních textů je však jistě vhodné se nepřesnému označování vyhýbat a užívat plný či zkrácený název, tedy *Spojené království Velké Británie* a *Severního Irsko*, případně *Spojené království*.

Ještě si můžeme všimnout drobnosti v posledním příkladu: *Jízdenky si můžete koupit po celé UK*. Přidavným jménem *celé* v ženském ro-

dě pisatel prozrazuje, že za zkratkou *UK* se pro něj skrývá opět jedno z označení (*Velká Británie* nebo *Anglie*, která jsou v češtině rovněž v ženském rodě).

Podobnou záměnu části a celku sledujeme v případě pojmenování Spojených států amerických, viz třeba část rozhovoru s I. Lukešem, otázka: *Takže nevěříte tomu, že by měl marxismus ve Spojených státech uspět?*, odpověď: *Marxismus nemá v Americe šanci* (LN, srpen, 2017). Příklad ukazuje, že název státu je v odpovědi nahrazen pojmenováním celého světadílu.

Jak bylo řečeno, exonyma jsou domácí pojmenování cizích zeměpisných objektů. Dosud byla řeč o exonymech, která jsou v češtině dlouhodobě zabydlena, nejsme tedy na pochybách, jak je psát či vyslovit. Někdy je však potřeba do českého textu nějak vkomponovat název, který tradičním exonymem opatřen není. Pak může docházet k tomu, že je týž objekt nazýván různě. Jazykovědec F. Šticha si například všiml, že při pojmenování třetí nejvyšší hory světa lze v češtině narazit minimálně na patnáct různých

podob, třeba *Kančendženga, Kangchenjunga, Kančendžonga, Kangčendzenga* atd. Pokud se podíváme na jméno této hory v různojazyčných verzích Wikipedie, stane se repertoár pojmenování této hory ještě mnohem širším. Toto je ovšem obecný postřeh: listování internetovými stránkami nás může zavést k informacím skutečně nečekaným.

Pro odlehčení lze uvést následující. Podívali se ve zmiňované encyklopedii na heslo *Šumperk*, jehož mnoha navrhovaným variantám pojmenování v češtině jsme se věnovali před chvílí, zjišťujeme, že heslo *Šumperk* existuje i v jazyce – domnívám se, že pro většinu čtenářů naprosto neznámém – cebuano. Informace o městě v něm začíná takto: *Šumperk maoy lungsod sa Tsekya. Ang Šumperk nahimutang sa munisipyo sa Okres Šumperk ug lalawigan sa Olomoucký kraj*. Z krátké ukázky je jasné minimálně to, že exonymum našeho Šumperka v cebuánštině, kterou na Filipínách mluví asi dvacet milionů lidí, dosud nebylo vytvořeno...

Svět rodiny Barbary Huckové

Cyklos *Svět rodiny* buduje Barbara Hucková oslovováním lidí, kteří sami určí obsazení a podobu skupinové fotografie. Pokud při fotografování nemůže být určitý člen rodiny přítomen, zastoupí jej na snímku jeho fotografie či obrázek. Hlavní smysl autorka spatřuje v zachycování vizuální podoby rodiny v ča-

se. Rodiny mohou také pokaždé vypadat jinak, podle toho, koho autorka osloví. Nejdéle sleduje Barbara Hucková (mimořádně dcera nejen čtenářům *Mladého světa* a mnoha dalších periodik dobře známého fotoreportéra Miroslava Hucka) rodinu, která vznikla v roce 1982, kdy její přítelkyně porodila prvního syna. Následně

se tato rodina rozrostla o dalších osm dětí. Téma rodiny ve všech jejích podobách má pro autorku z povahy věci bazální význam, chvíle prožité v kruhu nejbližších, ať si to lidé přiznávají nebo nikoliv, zásadním způsobem utvářejí život člověka.

red



Rodina Filipa Z., Praha, červen 2016



Rodina Michaely K., Praha, 2013



Rodina Jany M., Praha, duben 2016



Rodina Jiřího R., Praha, leden 2016



Rodina Marka D., Vlčnov, červenec 2016



Rodina Petra Š., Vlčnov, červenec 2016