

jsme měli možnost představit naše domácí scény radioartu a programové aktivity Českého a Švédského rozhlasu, které se této oblasti týkají. V tomto úterním pětihodinovém panelovém bloku bylo velmi příjemné vnímat podobné programové koncepty v ostatních evropských rozhlasových zákoutích, které mají za sebou zpravidla mnohem delší kontinuitu, než jaká existuje v prostředí Českého rozhlasu od roku 2002 na rostoucí platformě vltavské PremEdice Radioateliéru.

SR-C – experimentální webový projekt Švédského rozhlasu

www.sr.se/pl/src

Monitor – pořad Švédského rozhlasu pro radioart

www.sr.se/p2/monitor

Snad alespoň v několika slovech se zmíním, jakým způsobem byl vlastně celý festival organizován. Jednou z klíčových programových linií festivalu je **posluchačská soutěž**. Každý den ve večerních hodinách probíhal poslech několika titulů rozhlasových her – v poměrně širokém žánrovém rozptýlu od relativně mainstreamových (např. *Die Stunde des Metronoms*, WDR 2006) až po extrémní noisovou polohu japonské zvukové kompozice v Evropě stále populárnějšího autora jménem Tet-suo Furudate (*Motome-Zuka*, Deutschlandradio Kultur 2005). Po večerních posleších následovala takřka noční zasedání poroty z řad návštěvníků festivalu, jejichž cílem bylo dospět k vyhlášení hlavní ceny Akademie umění (Akademie der Künste) pro rozhlasovou produkci za rok 2007.

V hlavním foyer Akademie der Künste byla po celou dobu festivalu umístěna interaktivní výstava berlínského veřejnoprávního DeutschlandRadio Kultur, která vznikla ve spolupráci se studenty intermediálních studií ve Weimaru. Na výstavě mohli návštěvníci vstoupit nejen do programového schématu DeutschlandRadio Kultur a jeho „Wurfsendungen“ – jakýchsi mikro-rozhlasových miniatur, které jsou vysílány náhodně po celý den, ale také se pomocí počítače a internetu připojit do audioblogu s názvem „Blogspiel“.

DeutschlandRadio Kultur, www.dradio.de

Blogspiel: www.blogspiel.de

Podobně aktivní byla účast Jihoněmeckého rozhlasu SWR, západoněmeckého WDR a bavorského

BR, které daly na dobu festivalu k dispozici a k poslechu sérii třinácti skvělých rozhlasových her realizovaných v letech 1953–2005, včetně titulů Ernsta Jandla, Elfride Jelinek, FM Einheit či Mauritia Kagela. Skvělá přehlídka německé rozhlasové produkce napříč časem!

V pozadí nezůstal ani jeden z největších evropských festivalů mediálního umění – Prix Europe – a to zejména v oblasti internetových portálů současných veřejnoprávních rádií. Vedoucí internetové kategorie Prix Europe Francois Smit-Löfflerové patřil páteční odpolední panel.

Na tradičně silné německé scéně by asi těžko bylo lze opomenout feature. Dvě významné postavy tohoto neméně významného rozhlasového žánru – Helmut Kopetzky a Michael Lissek – diskutovaly o tom, kolik místa v dokumentárních žánrech je či není pro příslovecné „JÁ“, pro různé podoby subjektivní autoprojekce. Ostatně – celý čtvrtěční den se nesl ve znamení „JÁ“ – „ICH“, mimo jiné i v pozoruhodné prezentaci širokých kontextů nového divadelního nastudování Marxova „Kapitálu“ divadelní skupinou Rimini Protokoll, které budeme moct shlédnout v listopadu tohoto roku na pražském Festivalu německého divadla.

GASTLAND – Portugal

Hlavní evropskou zemí, na níž byla zaostřena pozornost letošního Woche des Hörspiels, bylo Portugalsko. Současní portugalští umělci měli možnost se představit nejen v poli rozhlasové zvukové kompozice (Joao Almeida), ale i živé performance (Katharina Franck), zvukové instalace (Carlos „Zingaro“ Alves) nebo pozoruhodného a na nejmenší z nás zaměřeného workshopu s podomácku vyráběnými hudebními a zvukovými nástroji (João Ricardo de Barros Oliveira).

Znovu a znovu zůstávám v údivu nad tím, jakou sílu má zvuk komunikující napříč kulturami, napříč jazykovými bariérami. A rozhlas jako bytostně zvukové médium umí být u toho, stále znovu a zdá se – v řadě nových mediálních polohách – stále aktuálně.

michal.rataj@rozhlas.cz

www.rozhlas.cz/radiocustica

ROZHLASOVÁ TEORIE A PRAXE

Mgr. Tereza Anteneová, Bc. Jan Punčochář

Volby a média

Přinášíme dva texty o chování médií v době voleb. První text je výběrem citací z konference, kterou pořádal Syndikát novinářů a která mapovala chování českých médií před volbami do poslanecké sněmovny. Český rozhlas týden před volbami zveřejnil na svých webových stránkách fragmenty tzv. Kubiceho zprávy a později za to čelil slovním útokům zejména z levé strany politického spektra. Argumenty, které k tomuto tématu na syndikátní konferenci zazněly, tvoří podstatnou část prvního textu. Doplnujeme je úryvkem z diplomové práce Terezy Anteneové: autorka ve své práci především popisuje mediální systém ve Velké Británii a zaměřuje se hlavně na podnikatelské aktivity australského mediálního magnáta Ruperta Murdocha. Dvě části, které ve Světě rozhlasu přetiskujeme, se věnují chování britských médií ve volebním období a teorii politické reklamy.

Chování českých médií před volbami do poslanecké sněmovny

Jan Pokorný, Český rozhlas 1 – Radiožurnál

Já jsem přesvědčen, že Radiožurnál má zažráno takřka ve zdech (a nejenom dva měsíce před volbami, kdy oprašujeme etické kodexy a volební pravidla), že naše zásady jsou objektivita, nestrannost a vyváženost či spravedlnost. Vysíláme ale 24 hodin denně a prostor pro nějakou chybičku se vždycky najde. Budu rád, když naše dnešní setkání – a sobecky řeknu i vzhledem k Radiožurnálu – přinese opravdovou reflexi, že si třeba řekneme, co jsme udělali opravdu špatně.

My jsme před volbami počkali, až bude schválen seznam kandidujících politických stran a hnutí a z nich jsme sestavili seriál diskusních pořadů Radioforum. Aby ta беседа byla přehledná a aby byla strukturovatelná, tak jsme vždy zvali zástupce tří stran. Témata určujeme podle průzkumů veřejného mínění, jde přibližně o první deset oblastí, které lidi nejvíc zajímají. Hosty losujeme. Tomu samozřejmě věřit můžete nebo nemusíte, ale my je opravdu losujeme. Občas pak dochází k takovým pitoreskním sestavám, že tam jsou zástupci tří naprosto marginálních stran. Neříkám, že taková diskuse nepostrádá půvabů. To je jedna rovina.

Ve druhé rovině u těch Radiofor rovněž na základě průzkumu veřejného mínění zjistíme, kolik politických stran má reálnou šanci překonat pětiprocentní hranici a dostat se do sněmovny. Ve formátech typu dva na jednoho (což jsou naše pondělní Radiofóra, která dělám s komentátorem Petrem Nováčkem) si zveze předsedy těchto politických stran, a to odzadu – strana, která má nejvyšší preference, jde na řadu první a papírově nej slabší končí nejbliže ke dnu voleb.

Souběžně s tím jdou seriály pětiminutových rozovorů se všemi předsedkyněmi a předsedy politických stran. Všichni dostávají stejné otázky a pořady se předtáčejí, aby se na ně nikdo nemohl připravit. K této ryze politické rovině našeho vysílání jsme letos přidali ještě nezávislou, odbornou rovinu. Po dobu dvou měsíců jsme každé pondělí večer od 22 do 23 hodin přinášeli analýzy a komentáře – ovšem už nikoli za účasti politiků, ale za účasti analytiků, politologů a ekonomů, prostě lidí, kteří jsou schopni na tato témata věcně diskutovat.

Tohle vše vždycky skončí dva dny před volbami a po nich vysíláme tzv. volební studio, kde sedíme s kolegou Petrem Nováčkem a průběžně si zveze politology a komentátory z jiných médií, aby Nováčkovy rychlé analýzy a syntézy osvěžili jiným pohledem. Den po volbách se snažíme udělat besedu s „áčkovými“ politiky a s nimi moudře pohovoříme. Pro nás tím obvykle volby končí, pokud ten výsledek není sto na sto. Pro sebe bych tu hlavní reflexi viděl ve zjištění a poučení, že my novináři nesmíme vášním politiků nikdy podlehnout a musíme svoji vášnivost uplatňovat na jiných platformách, než jsou naše média.

Mně je toho pana podplukovníka Kubiceho trochu líto. Osobně ho neznám, ale jeho jméno už jsem slyšel tolikrát, že bych ho rád poznal. Ale on prý nikam nechodí. Jen bych mu chtěl koupit kafe nebo mu říct, promiňte nám to, nic si z toho nedělejte, nebo tak něco. Ale já ho opravdu neznám a třeba ho ani nikdy nepoznám. My jsme v pondělí před volbami zveřejnili na webových stránkách Radiožurnálu fragmenty z tak zvané Kubiceho zprávy. To je fakt. Potom to začalo žít svým vlastním mediálně-politickým životem interpretací a dezinterpretací. Při této příležitosti bych rád poprvé veřejně popsal sled událostí a úvah, které nás k tomuto kroku vedly.

V televizních diskusích se objevují odkazy na jakási zjištění, že někdo politicky zasahuje do práce policie a že politika prorůstá do organizovaného zločinu. Vyjadřují se k tomu respektovaní relevantní politici včetně předsedů dvou nejsilnějších politických stran. Blíží se pondělní zasedání sněmovního výboru pro obranu a bezpečnost. Mimořádné zasedání, které se má zabývat analýzou práce Útvaru pro odhalování organizovaného zločinu. Jednak v kauze Biolíh a jednak má ta zpráva také přinést důkazy, které by svědčily ve prospěch teze, že politika prorůstá do organizovaného zločinu. Tehdejší předseda vlády Jiří Paroubek říká, že chce, aby se toto zasedání vysílalo přímým přenosem. Jeho oponent, nynější premiér Mirek Topolánek říká, že to nejde, protože se tam bude projednávat zpráva v režimu důvěrné nebo v režimu utajení. V agentuře se objevují výroky pana plukovníka Kubiceho, my na ten branně-bezpečnostní výbor posíláme našeho investiga-

tivního žurnalistu, aby se tam pokusil zjistit něco jiného, než co se říká v otevřených zdrojích. On náhle přibíhá do rádia a přináší fragmenty Kubiceho zprávy. Seznamuje s tím vedoucí domácí redakce, ta s tím seznamuje mě, já to říkám řediteli stanice, ten to říká programovému řediteli. Dotyčný mě seznámil s tím, od koho tu zprávu dostal. Neposkytnu žádné vodítko, mohu jen říct, že jsem s tím zdrojem obeznámen a je to důvěryhodná osoba. Nakonec jsem seděl já, Hana Hikelová (vedoucí domácí redakce), Miroslav Konvalina (ředitel ČRo 1 – Radiožurnál), Jaromír Ostrý (programový ředitel) a Václav Kasík (generální ředitel) a řekli jsme si, ano, zveřejníme to.

Četli jsme tu zprávu a říkali si, co s ní udělat. Máme v ruce materiál, který leckteré indicie potvrzuje, občas je tou divnou policejní hantýrkou něco naznačeno. Nakonec jsem navrhl, abychom to dali na naše internetové stránky, protože rozhlas není médium, které by dokázalo věrohodně přetlumočit několik desítek stran tak, aby to bylo poslouchatelné. Tak jsme je dali na náš web s odkazem ve vysílání, že probíhá tohle a tohle jednání, názory na to jsou takové a takové, relevantní názory obou stran se objevily v našem vysílání – a udělejte si posluchači obrázek sám, podívejte se na náš web a zjistíte, jak ta zpráva vlastně vypadá a o čem že je ten politický spor. To, co chtěl Jiří Paroubek udělat přímým přenosem, jsme částečně udělali na internetu. Když jsme tuto zprávu dostali do ruky, tak na ní opravdu nebylo žádné razítko, že je to ve stupni utajení. Kvůli ochraně osobních údajů jsme ale nejprve vymazali všechna osobní data, jako jsou identifikační čísla policistů, rodná čísla, čísla mobilů. A pak jsme to zveřejnili na webu, který bohužel vzápětí spadl.

To je časový sled úkonů a událostí, které nás k tomu vedly. Rozhodli jsme se tak s vědomím, že ta zpráva byla projednávána v utajené části zasedání branně-bezpečnostního výboru a že z toho pro Český rozhlas eventuálně mohou plynout nějaké trestně-právní důsledky. Toho všeho jsme si byli vědomi, ale přesto jsme tak rozhodli a já ani po několika měsících z toho rozhodnutí neslevím. Z hlediska žurnalistiky jsme podle mého názoru udělali dobře.

Michal Petrov, šéfredaktor České televize

Naše debata se dostala do docela konkrétních rovin. Stejně se ale odrazím od trochu obecnějších záležitostí. Začít můžeme u dvojedinosti svobody a odpovědnosti. Může médium, zvláště médium veřejné služby, aktivně vstupovat do dějů, o kterých informuje? Říkali jsme si, že v období těsně před volbami musíme být zvlášť ostražití. Byl totiž znát zatím nejsilnější vliv různých zájmových skupin, politických i ekonomických. Dávali jsme si tedy velký pozor, co do vysílání zařazovat a co ne. Protože – a tím se vrátím ke svobodě a odpovědnosti – jsme si docela hodně uvědomovali, jakou roli může v těchto volbách sehrát televize.

Byl bych ale nerad, aby se role jakéhokoli média demonizovala. Ono to potom končí v takové krajnosti, že divák (čtenář, posluchač) je tupou, který se nechá ovlivnit. Do této krajnosti celý problém rádi dostávají politici, zejména po volbách a zejména po prohraných volbách. Já si ale myslím, že náš volič je poměrně svěprávný člověk, který prostřednictvím médií získává jenom doplň-

kové informace. Pak si také myslím – a tím se dostávám konkrétněji k tomu, co jsme před volbami dělali – že pokud média nějakým způsobem formují voličovo rozhodnutí, tak ho ani tak nedokážou přetáhnout zprava doleva nebo naopak, ale spíš ovlivní, zda k těm volbám vůbec půjde. To je jen můj pocit, nemám to podložené žádným průzkumem.

Česká televize ve světle toho všeho přichystala celkem komplexní volební vysílání. Opíralo se o prvky známé z předchozích let (rozšířené vysílání „Událostí, komentářů“, „Dobrého rána“ a „Otázek Václava Moravce“) a k nim jsme přidali docela velkolepý projekt, a to byly „Otázky Václava Moravce speciál“. Zhostit se první části programu bylo celkem jednoduché, protože debaty v „Dobřím ránu“ i ve speciálních „Událostech, komentářích“ se opíraly o jasný klíč. Byli zvaní hosté podle čísel, která si vylosovaly politické strany, a byli zvaní na základě jednotného formuláře. Samozřejmě s přihlédnutím ke specifčnosti hosta. Mít tam například Simkaniče a nezeptat se ho na Grossovu směnku by bylo divné. To byla ta snazší část.

U „Otázek Václava Moravce speciál“ jsme museli postupovat jinak. O pořadí krajů rozhodl los. Kraje jsme pak objížděli s „pojízdým cirkusem“ a diskusí se účastnili lídři politických stran, které měly v tom kraji nejvyšší preference. Na to byly dělané speciální průzkumy. Jako partnera pro tyto průzkumy jsme vybrali STEM a nesetkalo se to s žádnou zásadní kritikou, protože legitimitu těchto průzkumů nezpochybňuje v zásadě nikdo. Všichni chápou, že nějaký klíč se zvolit musí. Mnohem větší problém jsme měli s jiným prvkem v těchto besedách, a to bylo hlasování prostřednictvím SMS zpráv. Byli jsme nařčeni z toho, že jejich prostřednictvím můžeme manipulovat veřejným míněním. Osobně si ale myslím, že to byla spíš záminka, jak Českou televizi v rámci těchto besed za něco napadnout. Ale to je jenom můj názor. Vůbec si myslím, že na to, jak obrovský projekt to byl, schytl poměrně málo kritiky.

Nejvíce jí bylo až po volbách kvůli druhému partnerství, které jsme uzavřeli s SC&C ohledně volebních pollů. Tam byl rozdíl vůči skutečným volebním výsledkům opravdu velký. Jaké průzkumy obecně zařazovat do vysílání a jaké ne? My se věnujeme jenom periodicky zveřejňovaným průzkumům. Jednotlivé agentury, lhotejno, zda Factum nebo STEM nebo CVVM, je nedělají ad hoc, ale každým průzkumem pokračují v nějaké tematické řadě. Výjimečné průzkumy neděláme. Tak vypadalo naše předvolební vysílání.

Když už byla řeč o zveřejnění částí Kubiceho zprávy, tak musím říct, že my bychom se k jejich zveřejnění asi neodhodlali. Každý reportér si musí klást v každém okamžiku následující otázku: proč tento zdroj dává tento materiál právě mně právě teď? Nastolení této agendy těsně před volbami, náhlý výskyt fragmentů Kubiceho zprávy, to vše mi přišlo velmi podezřelé. A já zkrátka na tyto zadní pocity dávám. Stejně jako Český rozhlas bychom také nerozhodovali jenom ve složení šéfredaktor plus nula, také bychom přizvali panel „rozhodovačů“. Ale já bych v něm zastával tento názor. Nezveřejnit Kubiceho zprávu by bylo menší zlo než ji zveřejnit.

My jsme se potom zabývali podobnou otázkou, když redaktor Bártek z ostravského studia přišel s tím, že do-

ma už od ledna schovává nahrávku rozhovoru, který vedl s později zastřeleným Mrázkem. Nabídl to do vysílání. My máme vnitřní předpis, že třeba záznam odposlechu nebo jeho přepis chceme v kompletní délce, tzn. nefragmentárně. Z Ostravy jsme to nebyli schopni dostat v plné délce, byly to tři hodiny rozhovoru. A i když tohle pomínu, tak nakonec právě na základě zásady, že by média měla vstupovat co nejméně aktivně do záležitostí, o kterých informují, tak jsem se nakonec rozhodl tento materiál odmítnout.

Jiří Závozdá, šéfredaktor TV Prima

Kubiceho zpráva je samozřejmě velmi zajímavá věc. Já mám trochu jiný pohled než Michal Petrov. S kolegy z televize jsme vlastně byli rádi, že jsme to nemuseli rozhodovat, že to Jan Pokorný rozhodl za nás. Mám k tomu ještě jednu poznámku. Já bych se nikdy nebál ani té případné trestně-právní odpovědnosti. Jakmile novinář drží v ruce dokument, na kterém je napsáno přísně tajné, tak v tu chvíli přísně tajný není, to je prostě absurdní. Přísně tajný materiál nemůže držet novinář, protože pak je jasné, že už ho zná mnoho dalších lidí, že je někde chyba a že je správné ho zveřejnit. Etický problém s tím nemám a souhlasím s Honzou Pokorným.

Těžko říct, jak bych se rozhodoval na místě Jana Pokorného. Škvorecký jednou napsal, že by musel být v úplně stejné situaci a pak by mohl posoudit, zda to rozhodnutí bylo správné nebo špatné. Já jsem v té situaci naštěstí nebyl, a tak to řešil kolega Pokorný. Ale rozhodně jsem na jeho straně. Asi bych se snažil zprávu spíš zveřejnit. Musel bych to mít v ruce, vědět, kdo je zdroj, jak všechno vzniklo. Teď nesoudím Kubiceho zprávu. Prostě říkám, že to rozhodnutí je vždycky – jako v životě. Nevíte všechny konsekvence a je to těžké. Většina novinářů se vždycky přikloní ke zveřejnění. Něco jiného je rozhodování v televizi, kde máme k dispozici jen malý prostor. V novinách můžete popsat dvě strany, dát hlas všem lidem, uvést věc do konkrétních souvislostí. U televize je to mnohem složitější. Proto rozumím tomu, co říkal pan Petrov, my jsme prostě v horší situaci. Před volbami jsme měli zprávy dlouhé jedenáct minut – a co můžete za dvě minuty z takhle zásadní kauzy odvysílat, aby to bylo alespoň trochu vyvážené?

Jan Pokorný:

Ti politici – a to je vážné téma – tuhle agendu v televizních diskusích nastavili sami. Nám se shodou okolností dostal do ruky předmět sporu, tak jsme ho zveřejnili. Když budu úplně adresný a konkrétní: Topolánek diskutuje s Paroubkem v televizi a tam se mezi jinými objeví tato agenda. Že existují jistá podezření o prorůstání politiky do organizovaného zločinu. Agendu nastolil moderátor, ten se na to neptal, bylo to v nějakém segmentu, kdy se bavili o korupci. Politici řekli, že něco takového je možné, nebo že něco takového není možné. V tu chvíli mi nezbyvá nic jiného než připustit, že tenhle díl agendy nastolili politici. Protože to řekli v televizní debatě a my jsme potom reagovali v kontextu s Kubiceho zprávou.

Martin Komárek (komentátor MF Dnes):

Není mišlím žádné tajemství, že Radiožurnál nebyl jediné médium, které tu zprávu nebo její fragmenty mě-

lo. Mělo to více médií, pravděpodobně i zásluhou méně seriózních zdrojů, než byl ten váš. Čili Radiožurnál udělal rozhodnutí odvážně a správně za všechny. Když už to jednou bylo na internetu, nekolovaly jednotlivé části, ze kterých by každé médium muselo něco vytáhnout. Nebylo to tak, že by se nic nevědělo a Radiožurnál najednou něco zveřejnil. Ony se toho prostě tři čtvrtiny věděly, dokonce existovaly i jiné opisy. Ale tím, že se dal na internet jakýsi pravdivý etalon, se zabránilo dalšímu zneužívání a spekulacím. To byl kontext toho rozhodnutí. A v tomto kontextu je podle mě to rozhodnutí zcela jednoznačně správné. Kdyby zpráva existovala jen jedna, poslanci nežvanili a nevyžvanili o ní skoro všechno, byl bych proti tomu ji zveřejňovat. Protože to by bylo ovlivnění volebního boje. Ale takhle, když se o zprávě vědělo, to bylo určitě správné.

Michal Petrov:

Opravdu si nejsem jistý, zda byl obsah Kubiceho zprávy tak jednoznačný.

Jan Pokorný:

Do té doby se o plukovníku Kubicem prakticky nic nevědělo. Říkalo se, že je to člověk solidní a slušný, že je profesionál. Pokud je to nějaký dábel, který nás manipuloval, ptám se předchozích ministrů vnitra, proč tam takového člověka měli. Tohle byla oficiální zpráva. Je pravda, že jsme dostali do ruky část materiálu, který poslanci projednávali v režimu důvěrné. Ještě jsem si tu ale našel, co Kubice říkal na veřejné části sněmovního výboru: „Já se domnívám, že organizovaný zločin již do státní správy České republiky prorostl, některé informace jsou natolik závažné, že už výrazným způsobem ovlivňují a poškozují státní správu. Toto bezpečnostní riziko se týká zejména bezpečnostní, ekonomické a politické stability státu.“ To řekl respektovaný šéf policejního útvaru, jehož činnost do té doby nikdo nezpochybnil, na veřejné části zasedání branně-bezpečnostního výboru. Ono to celé má ještě jeden rozměr. Bývalý premiér například obviňuje média, že ho obvinila z pedofilie. Každý se ale může na internetu podívat na tu zprávu a zjistí, že tam prostě nic takového explicitně není. Jsou tam poznatky nějakých detektivů, jimž nějakí novináři řekli o nějakém Ďuričkovi a jeho jachtě a nějaké jeho dceři, která eventuálně měla být k dispozici Jiřímu Paroubkovi. Pokud jenom tohle je pozitivem zveřejnění, tak mně to stačí.

Alexandr Mitrofanov (komentátor Práva):

(...) Možná jsem paranoidní, ale dobře vím, jak politici uvažují. A to politici z každé strany politického spektra. Pro mě je politik apriori nedůvěryhodná osoba. Politík je člověk, který je pravidly politiky tlačěn k tomu, aby s námi novináři (a naším prostřednictvím s veřejností) neustále manipuloval. Naší prací pak je odhadnout – a to je to nejsložitější – nakolik je ta manipulace bezostyšná a nakolik lživá. Nakolik si uvědomujeme, že s námi chce manipuloval, a za jakých podmínek a za jakého vlastního komentářového doprovodu jsme ochotni lidem umožnit, aby se dozvěděli něco, co nám ten politik nebo jiná vlivná osoba cpe.

To byl asi i případ Kubiceho zprávy. Já osobně bych byl v téhle situaci strašně obezřetný, protože je to zjev-

ná manipulace s médii. Je to zjevné naplánované opatření, kdy se to musí dostat na veřejnost. Mě osobně nešokovalo ani to, že to všechno bylo zveřejněno. Nebudu ani kritizovat, že to Rádiožurnál zveřejnil, protože je to věc, která nakonec byla venku. Komentáře k tomu byly také a je na lidech, aby to posoudili. Jenomže ti, kteří tyto materiály uvolňují, oprávněně předpokládají, že si z toho lidé vezmou jen to, co chtějí vidět. Netýká se to jenom tak vyhraněných a komplikovaných textů, jako byla Kubiceho zpráva. Týká se to každého komentáře a dokonce každé zprávy, kterou vydáme. Najednou zjišťujeme, že spousta lidí to čte nejenom jinak, než jak jsme to mysleli, ale že oni to vidí v jakémsi naprosto pokřiveném zrcadle a vyvozují z toho naprosto jiné důsledky.

Znamená to zveřejňovat tyto věci s vědomím, že je s námi manipulováno, a hledat nějakou možnost, jak

tento úder zmírnit, ztlumit a možná trochu neutralizovat tím, že pro ty, kdo nás budou chtít slyšet, popíšeme, co si o tom myslíme a jaké to je. Na mě největší dojem neudělalo to, co v té zprávě bylo, ale to, že v našich supertajných službách a superelitních strukturách pracují lidé naprosto negramotní. Jestliže nás takhle mají v šachu, tak z toho nejsem šťastný. Lidé, kteří dokáží na základě negramotně a trapně napsaných drbů vyvozovat věci, které pak ovlivňují chod tohoto státu. Pokud jde o Kubiceho zprávu, což je součást naší dnešní agendy, budiž.

Příspěvky zazněly na konferenci Syndikátu novinářů ČR „Chování médií před volbami do poslanecké sněmovny“

(26. září 2006, celý sborník ke stažení na adrese www.syndikat-novinaru.cz)

Tereza Anteneová

Chování tisku v předvolebních kampaních a během voleb ve Spojeném království

Média jsou pro politiky naprosto nezbytná. Nejdůležitější roli hrají při úspěšném prosazování politické agendy. Protože dnes má žurnalistika stěžejní postavení při utváření veřejného mínění, museli političtí aktéři změnit způsob usměrňování zpráv tak, aby jim média zajistila příznivé zpravodajství. Podle McNaira jsou dokonce politické události vytvářeny a řízeny jako jevištní představení s ohledem na zpravodajská měřítka novinářů¹. Prezentační aspekty politiky jsou dnes také mnohem důležitější než dříve. Úspěšný politický čin se totiž hodnotí podle míry příznivého přijetí veřejností. Přitom klíčovým faktorem při jeho zajištění je, jak tvrdí McNair, spolupráce, ne-li přímo podpora médií. James Fallows, šéfredaktor amerického časopisu Nation, si navíc stěžuje, že obsah a styl moderní politické debaty je deformován požadavky moderních sdělovacích prostředků, které kvůli vlastnímu prospěchu dávají přednost konfrontaci před kompromisem a názorovému střetu před shodou².

Ve Velké Británii je zpravodajství během volební kampaně určováno nejen obecným požadavkem na patřičnou nestrannost, ale také zákonnými požadavky, které určuje zákon o zastupování lidu. Tyto zákonné požadavky by měly zajistit vyvážené zpravodajství v nejdůležitějších médiích o hlavních účastnících volebního boje v klíčovém období politického cyklu. To vše by mělo být ku prospěchu všech obyvatel dané země. Tyto požadavky však zároveň působí jako jisté omezení vůči novinářům, kteří tak nemohou informovat o názorech nebo činech jednoho kandidáta v konkrétním volebním obvodu, aniž by současně informovali o názorech a činech jeho protikandidátů. Výsledkem je tak volební žurnalistický styl, který je často kritizován za to, že se v jeho struktuře odráží požadavek „oko za oko, zub za zub“. Přísná vyváženost měřená kvantitativně zkresluje zpravodajskou hodnotu a produkuje znužené diváky bez zájmu o dění³. Možná právě proto je deník The Sun, který svým zpravodajstvím do této formy nezapadá, nejčte-

nějším listem v zemi. Snaží se lidem zprostředkovat zábavu namísto strohého zpravodajství, a to ve všech oblastech, politiku nevyjímaje. Možná také proto se vedou spory o názor, zda může tento list rozhodnout volby.

Po celá osmdesátá léta byl vztah mezi Margaret Thatcherovou a Rupertem Murdochem naprosto zřejmý. Oba se povzbuzovali a jeden druhého podporovali v dalších aktivitách. V této době se také začal rozvíjet nový trend, když se bulvární deníky začaly více orientovat na politická témata. Tehdy vyvrcholil přímo model prokonzervativní předpojatosti, kdy ve volbách v letech 1987 například Daily Mail otiskl svůj známý článek s titulkem „How Could They Work With Kinnock?“ („Jak mohou v čele s Kinnockem vůbec pracovat?“) – (Kinnock byl tehdejší předseda Labour Party). Pátého června pak např. článek s titulkem „Labour's Lies Over Taxation“ („Labouristé lžou v otázce daní“). Uvedený článek s naprosto zavádějícím názvem otiskl list i přesto, že Labour Party v té době ještě svůj program detailně nezveřejnila. Pak však list obrátil a nebal se podpořit labouristy titulkem „Do We REALLY Want To Go Back To All This?“ („Chceme OPRAVDU, aby se tohle všechno vrátilo zpátky?“), přičemž pod článkem následovala fotografie z demonstrací hladovějících lidí a fotky ušpiněných dětí v roztrhaném oblečení.

V den voleb pak otiskl na titulní straně fotografii směřující se Neila Kinnocka s obrovským titulkem „You Know He's Right – Chuck Her Out!“ („Vy víte, že má pravdu – Vyhodte ji pryč!“)⁴. Ani takové taktické změny v politice deníku labouristům nakonec nepomohly. Od roku 1992 stál proto list už jen na straně konzervativců.

Na začátku devadesátých let se ale poté, co konzervativci vstoupili do svého čtvrtého vládního období, stalo s tiskem něco naprosto nečekaného. Po roce 1993 se podpora pravici začala pomalu rozpadat. Příčin bylo mnoho, jak ekonomických, tak i politických. Za nejdůležitější z nich byl všeobecně považován rozpad osobních vztahů mezi šéfredaktory i vlastníky novin a Margaret

Thatcherovou v době před její rezignací, a dále rostoucí nespokojenost vůči novému vedení konzervativní strany (a to ať už ve spojitosti s odchodem Thatcherové z postu předsedkyně, nebo v souvislosti se ztrátou důvěry v radikálnost konzervativců pod vedením Johna Majora, nebo i jejich stále častější obvinění z korupce). Tisk tehdy vycítil změnu nálady ve společnosti, která byla stále více nadšená radikálně-středovým postojem New Labour a jejího nového předsedy Tony Blaira (do čela strany byl zvolen v roce 1994). Následující tabulky, které v dubnu 2005 zpracovali pro Financial Times Ben Hall, Tim Burt a Fiona Simon, ukazují, jak britský tisk „volil“ ve všeobecných volbách za poslední tři volební roky, a také volební názory čtenářů jednotlivých listů.

V roce 1997 nejvíce překvapil postoj Murdochových listů sdružených v News International. Pouze Sunday Times stály tehdy na straně konzervativců a vyzývaly k podpoře Johna Majora. The Sun a nedělník New of the World se postavily za Blaira a završily tak postupný posun k New Labour, který probíhal od roku 1994. Dnes už je jasné, že tím noviny sledovaly náklonnost čtenářů k levici. Navíc ovšem Murdochovi nelze upřít jeho talent odhadnout vždy vítěze voleb a postavit se na jeho stranu. V roce 1997 předpokládal, že pokud podpoří Blaira ještě před volbami, zajistí si tak příznivé podnikatelské prostředí v dalších letech, kdy budou labouristé vládnout⁵. Dnes už můžeme s jistotou říci, že se mu to podařilo. Murdoch tím změnil na dlouhou dobu politickou orientaci svých listů pouze z čistě pragmatických a obchodních důvodů, spojených s dlouhodobým růstem a rozvojem jeho impéria. V Británii tak až do voleb v roce 2005 částečně zanikl „konzervativní tisk“.

V roce 2001 se situace z roku 1997 opakovala. Listy hodnotily kladně jak ekonomiku labouristické vlády, tak i její zahraniční politiku. Naproti tomu opozice byla pod vedením Williama Hagua hanobena, a to zejména v Murdochových listech The Sun a The Times. Ty se opět soustředily na podporu Blaira, kterému vytýkaly pouze jedinou věc – jeho názory a politiku uplatňovanou směrem k Evropské unii a ke společné měně euro. Konzervativci našli v tomto roce podporu jen listů, spadajících do konsorcia Telegraph – tedy u Daily Telegraphu a Sunday Telegraphu Conrada Blacka⁶.

V roce 2006 se situace opakovala potřetí, tentokrát ale pravděpodobně naposledy. Pro Labour Party se vyslovily jak deníky Financial Times a Guardian, tak i Murdochův The Sun. List tehdy otisk na titulní stráně článek, ve kterém čtenářům vysvětloval: „It's Tony Blair's last elections and he deserved ONE LAST CHANCE to fulfil the great promises“ („Jsou to poslední volby Tonyho Blaira. Zaslouží se JEŠTĚ JEDNU ŠANCI, aby mohl dokázat voličům, že své sliby myslí vážně.“). Blaira stejně tak podpořil i list The Times, který tehdy tvrdil, že pro Británii je znovuzvolení Blaira jediným životaschopným řešením. Naopak mediální skupina Associated Newspapers, která vlastní např. deník Daily Mail nebo Telegraph Group k Blairovi přistupovaly nepřátelsky. Pokud se podíváme na druhou tabulku, zjistíme, že čtenáři jednotlivých novin jsou více rozdělení ve svých volebních názorech než editoři a vlastníci listů. Můžeme tak sledovat, jak např. jednotlivé listy radí svým čtenářům, jak volit proti nepřítelům Tonyho Blaira. Podle Johna Curtice, profesora politických věd na univerzitě ve Strathclyde, čello v roce 1997 dvakrát ví-

Tabulka – Jak britský tisk „volil“ ve všeobecných volbách za poslední tři volební roky

NOVINY	1997	2001	2005
The Sun	Labour	Labour	Labour
Daily Express	Conservative	Labour	Conservative
Daily Mail	Conservative	Conservative	Conservative
Daily Mirror	Labour	Labour	Labour
Daily Star	neustranný	Labour	nerozhodnutý
The Times	neustranný	Labour	Labour
Daily Telegraph	Conservative	Conservative	Conservative
Financial Times	Labour	Labour	Labour
The Guardian	Labour	Labour	Labour
The Independent	neustranný	Labour	nerozhodnutý

Tabulka – Jak by volili jednotliví čtenáři v roce 2004 (v procentech)

NOVINY	Conservative	Labour	Liberal Democrat	Labour lead 2001	Labour Lead 2004
Daily Mirror	16	60	17	+60	+46
The Guardian	6	46	37	+46	+40
Daily Star	18	53	15	+35	+35
The Independent	13	35	39	+26	+22
The Sun	32	41	13	+23	+9
Daily Express	39	27	28	-10	-12
The Times	43	25	24	-12	-18
Financial Times	46	27	17	-18	-19
Daily Mail	55	21	16	-31	-34
Daily Telegraph	63	16	16	-49	-47

ce lidí noviny, které podporovaly labouristy, než tomu bylo v roce 1992. Při posledních volbách se ale Blair podle něj dostal pod zatím asi největší palbu kritiky listů. Přesto si podporu většiny z nich nakonec získal.

Poslední víkend před volbami v roce 2005 Blair navíc získal i podporu většiny nedělníků – Observeru, News of the World, People a Sunday Mirroru. Pouze Sunday Express tehdy podpořil konzervativce. Deník The Independent se otevřeně postavil na stranu liberálních demokratů dnes už bývalého předsedy Charlese Kennedyho. V roce 2001 volila tuto stranu celkem polovina jeho čtenářů. List navíc v roce 2004 sponzoroval její stranickou konferenci. Kritizoval také zahraniční politiku Tonyho Blaira, včetně války v Iráku, a jeho blízké vztahy s americkým prezidentem Georgem Bushem. Někteří jeho redaktoři si ale myslí, že podporovat malou politickou stranu je velkou komerční chybou novin. Tam, kde by však lidé liberálně demokratickou stranu nevolili, pak jeho sesterský nedělník Independent on Sunday naznačil, aby raději než konzervativce volili labouristy. Sunday Times nabádal voliče, aby volili konzervativce, nezapomněl však připomenout, že volby s největší pravděpodobností vyhraje Tony Blair. Daily Mirror i přes kritiku války v Iráku nakonec labouristy také podpořil.

PR nebo propaganda?

Média jsou platformou, na níž se vede moderní politická debata, samozřejmě zprostředkovaná novináři a utvářená jejich profesionální kulturou a postupy. Nejen běžné zpravodajství, ale také výstupy žurnalistiky obecně jsou ve stále větší míře produktem činností odehrávajících se mimo bezprostřední pracovní prostředí novináře – je to komunikační činnost záměrně organizovaná a uspořádaná tak, aby utvářela zprávy příznivé vůči jedincům nebo organizacím, které ji vynakládají. Například Lord Beaverbrook v roce 1947 prohlásil o svém listu Daily Express: „Vlastním a řídím noviny pouze kvůli propagandě, ničemu jinému“⁷. Lidi, pracující pro PR a příbuzné obory činnosti, proto bývalá labouristická ministryně Clare Shortová označila za „lidi, žijící v temnotě“⁸. Tvrdí, že to jsou doslova zvráceně přitažlivé postavy, střetávající se v prudkém konkurenčním boji s novináři o to, kdo určí podmínky mediálního zpravodajství (tato slova pronesla v roce 1996)⁹. Obor PR, tedy vztahů k veřejnosti (nebo jeho část, kterou lze označit jako vztahy k médiím), není ničím více či méně než souborem metod, jimiž se společenské subjekty snaží ovlivnit svá vystoupení. Jak tvrdí Ian Ward, pomáhá jim v tom skutečnost, že média se svou stále širší škálou a rozmanitostí hladovějí po zprávách a pociťují stále větší potřebu surovin. Žurnalismus nemůže účinkovat bez příběhů, které stojí za zveřejnění. Potřeba politických aktérů ovlivnit veřejné mínění proto splývá s poptávkou médií po neustálém přísunu materiálu. Vzniká tam symbióza, při níž obratný profesionální zdroj může využívat závislosti médií na sobě, a získat tak pro svého „klienta“ výhodu. To, co je pro politického aktéra „publicita“, je pro novináře „zpráva“¹⁰.

PR a jiné techniky řízení, zejména politického zpravodajství ve vztahu k obsahu žurnalistických textů, existují podle McNaira tak dlouho, jak dlouho existují politické názory, které je třeba ovlivnit, a média, jež je možné

k ovlivňování využít. Teprve v moderní době ale pocítili jedinci působící v politice potřebu ovlivnit masové veřejné mínění. Tím, že politik získá publicitu, může pak následně dosáhnout i svých politických cílů. Před zavedením všeobecného volebního práva neměly názory veřejnosti žádné politické důsledky. Jakmile však členové společnosti získali právo hlasovat pro své politické vůdce nebo proti nim, začalo být v zájmu politiků ovlivňovat politické myšlení a chování voličů a současně se vyhýbat obviněním z „propagadismu“¹¹.

Povinností pracovníka v oblasti PR ale není jen zprávy dodávat, musí je také vytvářet. Pro tyto druhy událostí se vžil termín pseudoudálosti – ty mají přilákat pozornost médií a vytvořit pozitivní publicitu. Jinými slovy: novinář informuje o událostech, protože nastaly, zatímco pseudoudálosti nastaly proto, že o nich informují novináři. Právě rozmach pseudoudálosti je předmětem kritiky, protože vznikají obavy, že bude ohrožena demokracie. Například podle Jürgena Habermase pseudoudálost postrádá autenticitu a logiku, staví politický styl nad obsah a podívanou nad politiku. Ochuzuje tak veřejnost, která prostřednictvím bezzubých médií konzumuje pseudoudálosti namísto informací a jejich smysluplného výběru. Zprávy se tak, jak tvrdí, pro politiku nebo podnikání stávají formou propagace¹².

Už od poloviny 19. století existuje podle McNaira také tzv. politické PR. Největší rozvoj ovšem zaznamenalo převážně v průběhu 20. století. Ve všeobecných volbách v roce 1959 vedla labouristická strana to, co mnozí pozorovatelé označili za první „mediální kampaň“ ve Velké Británii. Využila metody PR ve spojení s marketingem a také s reklamou, a to k seznámení obyvatel s politikou a představami strany¹³.

Moc a síla profesionální zdrojů a těch, kteří usměřňují zprávy, existuje do značné míry nezávisle na moci mediálních vlastníků a jejich šéfredaktorů. Teorie ekonomicky svobodného tisku panující stav věcí legitimizuje – pokud si to přejí, mají vlastníci novin plnou svobodu používat své listy jako propagandu. Média se ale stala příliš velkým obchodem na to, aby byla ovládnuta osobními rozmary, rozhodovat je proto nutné neosobně, na základě manažerských a tržních úvah. Ale ani Rupert Murdoch tak nemůže diktovat, co budou sdělovací prostředky jako celek (a někdy dokonce ani jejich vlastní orgány) sdělovat o událostech a problémech.

Lidé navíc „svobodná média“ vnímají nikoli jako propagandu, ale jako zprávy, které jsou důvěryhodné. Na druhé straně je samozřejmě pravda, že různé metody PR a usměřňování zpráv mohou pomoci politickým elitám zaplavit veřejnou sféru propagandou, a obcházet tak demokratické procesy (mohou manipulovat médii ve jménu národních zájmů). Noam Chomsky a Ed Herman tak jednoznačně označují žurnalistiku jako celek za propagandu¹⁴. Podle Boba Franklina, který proces politického zpravodajství nazývá „packaging politics“, představuje možnost politiků ovlivňovat názory lidí prostřednictvím médií dokonce vážnou hrozbu pro demokracii¹⁵. Margaret Thatcherová například v době své vlády používala metod propagandy nejen ve válce o Falklandské ostrovy, ale například i k ospravedlnění konfliktu v Severním Irsku¹⁶. Jak uvádí Armand Matte-

lart ve své knize *Advertising International: The Privatisation of Public Space*, její vláda byla však v 80. letech také největším inzerentem ve Velké Británii. Od nástupu na post ministerské předsedkyně v roce 1979 utratila více než 125 milionů liber za kampaně, týkající se například bezpečnosti silničního provozu, nezaměstnanosti nebo otázky AIDS¹⁷. Není překvapením, že si tak chtěla u veřejnosti zajistit příznivé přijetí svých politických rozhodnutí.

Nutnost najít cílovou skupinu příslušné „kvality“ ale někdy může převládnout nad ideologickými zálibami vlastníků a omezuje jejich schopnost využívat média jako nástroje propagandy – jako příklad může uvést Sky TV, kterou Murdoch založil, aby si vydobyl úctu na britském mediálním trhu. Podobně také (ještě před příklonem News International k labouristům) dovolil, aby jeho Sunday Times obsahovaly široké spektrum žurnalistických názorů (pravicových, levicových i zcela výstředních), protože podle McNaira věděl, že by jeho poměrně mladí, bohatí a vzdělaní čtenáři nestrpěli, kdyby je někdo poučoval pouze zprava¹⁸.

V těchto uvedených případech byl obsah utvářen trhem, protože na prvním místě stály obchodní zájmy vlastníka, které tu tak dostaly přednost před ideologickým přesvědčením. Když pak v roce 1997 a i v letech následujících deník The Sun podporoval labouristy, dělo se tak z velké části proto, že Murdoch a jeho redakční pracovníci vycházeli z přesvědčení, že si to přejí čtenáři. Zároveň však s ohledem na to, že se Tony Blair vzdal „staré labouristické ideologie“ a začal na veřejnosti prosazovat svou představu New Labour, znamenala pro Murdocha podpora nových labouristů relativně málo riskantní a racionální obchodní rozhodnutí, jež bylo navíc zcela v souladu s celkovou strategií jeho News Corporation.

*Dva oddíly z 6. kapitoly diplomové práce
„Vydavatelský koncern Ruperta Murdocha
jako příklad mediálního impéria ve Velké Británii“
(2006)*

MgA. Jiří Hraše

Anketa Světa rozhlasu

proběhla v číslech 09/2003 až 13/2005 s názvem „...další až po písničce...“. Sešlo se v nich – na podnět dopisu posluchačky – 19 různorodých hlasů. Řadoví programoví pracovníci rozhlasu vesměs podporovali myšlenku netrhat souvislý myšlenkově závažný pořad písňovými vložkami. Dva šéfredaktoři se nad tématem vážně zamysleli a podstatě problému se vyhnuli. Velké naděje vzbudil jeden odborný teoretický příspěvek, leč nasměrování problému k zásadnímu uchopení nepřinesl. A tak vlastně celá anketa skončila pouhým dobrým úmyslem.

Ale neskončila docela a neskončila zcela bez výsledku. Dá se tak soudit z rozhovoru s ředitelem a šéfredaktorkou Českého rozhlasu 2 – Praha v Týdeníku Rozhlas 1/2007.

Poznámky:

- 1 McNair, B. (2004). *Sociologie zpravodajství*. Praha: Portál. s. 61
- 2 Fallows, J. (1996). *Breaking the News*. New York: Pantheon. s. 65
- 3 McNair, B. (2004). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál. s. 96
- 4 Negrine, R. (1989). *Politics and the Mass Media in Great Britain*. London: Routledge. s. 202–204
- 5 Butler, D., Kavanagh, D. (1997). *The British General Elections od 1997*. London: Macmillan Press Ltd. s. 161–164
- 6 Butler, D., Kavanagh, D. (2002). *The British General Elections of 2001*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Publishers Ltd. s. 159–163
- 7 Seymour-Ure, C. (1968). *The Press, Politics and the Public: An essay on the Role of the National Press in the British Political System*. London: Methuen & Co Ltd. s. 96
- 8 Vžila se pro ně ale i další různá označení, např. tiskový mluvčí, komunikační poradce, „mediální guru“, odborník na politickou propagandu, parlamentní nebo kongresový loblista nebo třeba politický konzultant
- 9 McNair, B. (2004). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál. s. 145
- 10 Ward, I. (1995). *Politics of the Media*. South Melbourne: Macmillan. s. 163–164
- 11 McNair, B. (2004). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál. s. 147
- 12 Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press. s. 72
- 13 McNair, B. (2004). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál. s. 152
- 14 Chomsky, N., Herman, E. (1979) *The Political Economy of Human Rights*. Boston: South End Press. s. 15
- 15 Franklin, B. (1994). *Packaging Politics: Political Communication in Britain's Media Democracy*. London: Routledge. s. 13
- 16 Eldridge, J., Kitzinger, J., Williams, K. (1997). *The Mass Media and Power in Modern Britain*. Oxford: Oxford University Press. s. 114–121
- 17 Matelart, A. (1991). *Advertising International: The Privatisation of Public Space*. London: Routledge. s. 192
- 18 McNair, B. (2004). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál. s. 112

V poznámkách ke změnám programu stanice pro rok 2007 tu ředitel Jiří Vejvoda říká: „Důležité je vysvětlit, že se mění předěl, programový šev mezi Dobrým jitem a Hostem do domu. První ze zmíněných bloků bude končit až o půl deváté, druhý začne cyklem Jak to vidí..., zkráceným na třicet minut, ale zbaveným písní, které v kontextu se závažně laděným rozhovorem nevyznívají právě duchaplně.“ (Zdůrazňujeme v textu my.) Jedna vlašťovka jistě jaro nedělá, ale přece jen jsme se po třech letech dočkali průlomu v do té doby konzistentním a urputném rozhlasovém přesvědčení, že v rozhovoru na nejdůležitější souvislé téma je (vzhledem k únavě posluchače!) třeba nasadit písničku. V celém problému je to první konkrétní odpověď. V programu vysílání je ještě mnoho míst pro další vlašťovky.