

Hlavní principy návrhu novely zákona č. 484/1991 Sb., kterou jsme připravili, jsou:

- 1) odstranění nejednoznačnosti výkladu Zákona o Českém rozhlasu
- 2) odstranění nejednoznačnosti výkladu zákonů dotýkajících se financování ČRo
- 3) aplikace vývoje v oblasti digitálního vysílání
- 4) sjednocení principů odměňování v Radách veřejnoprávních médií.

Pro formování a následné formulování vizí často používám výsledků pozorování blízkého okolí, jak jsem uvedl na začátku. Další nesmírně důležitý zdroj informací je EBU, která má možnosti analyzovat, porovnávat, předjednat a následně i doporučit. Dovolte mi krátkou výpravu ke zprávě generálního ředitele EBU, kterou přednesl 13.11. t. r. na Valném shromáždění v Ženevě. Z časových důvodů budu maximálně stručný, i když téma je nesmírně důležité.

Na poli Evropské vysílací unie (EBU) se v poslední době horečně diskutuje nad prioritami, kterými se my – veřejnoprávní média – musíme vážně a systematicky zabývat. Valné shromáždění EBU tyto priority znovu před nedávnem jednomyslně potvrdilo na svém zasedání v Ženevě. Tyto priority jsou: za prvé – digitální rozhlasové vysílání, za druhé – internet, za třetí – podpora a propagace veřejnoprávních médií.

Internet je v současné době takovým fenoménem, že ignorovat jeho budoucí zásadní význam nejen pro posluchače a diváky, ale pro celou moderní společnost, by bylo obrovskou chybou. Všichni členové Evropské vysílací unie se jednoznačně shodli na tom, že internet není pouze experimentální platformou, která více méně doplňuje vysílání rozhlasů a televizí, a že v žádném případě nepředstavuje záhubu klasického vysílání, které si i nadále ponechává zásadní důležitost! Internet s rozvojem

technologí a snadnou dostupností pro každého představuje budoucnost a nutnou součást veřejnoprávní služby. Využití možností internetu je naprosto zásadní pro oslovení mladé generace publika. Cesta relativně snadná. Český rozhlas má v tomto směru již mnoho zkušeností a rovněž tak obrovský potenciál. Těšíme se na konferenci s titulem „Rozhlas a multimédia“, kterou počátkem března příštího roku zde v Praze hostíme.

Podpora a propagace veřejnoprávní služby je věčný boj, který musíme svádět. Svádí ho celá Evropa. Rakouská ÖRF čelí částečné privatizaci, německá ZDF-ARD je omezována ve svých internetových aktivitách, britská BBC musí tvrdě hájit příjmy z veřejných zdrojů. Veřejnoprávní služba představuje hodnoty, které jsou nezastupitelné. Pokud z nich jen o píd slevíme, těžce budeme tento deficit dohánět. Evropská vysílací unie označuje následujících 18 měsíců za klíčové období a připravuje akční plán, jak veřejnoprávní službu intenzivně hájit a bojovat za její význam.

A nyní zpět do Českých zemí. Regionální síť a její existenci uložil zákon. V ČRo je dobudována a stále posiluje svůj vliv. Posluchači se vždy nejvíce zajímají o své blízké okolí, a tudíž význam regionálního vysílání roste. Zejména ve zpravodajství a v těch segmentech programu, kdy se reaguje na specifika daného kraje. Regionální soudržnost je pak základním kamenem při budování soudržnosti sociální.

Je nesporné, že digitální vysílání, jehož mohutný nástup je přede dveřmi, změní současné programové formáty. Jejich tvar si vynutí posluchač. Předeslal jsem, že způsoby, kdy si posluchač navolí program sám – tedy poslech či sledování pořadů „na přání“ – převládne. Poslední věta: Funkční veřejnoprávnost je doložená vztahem k lidem.

Děkuji, že jste mne vyslechli.

## Vladimír Příkazský

### Situace na mediální scéně

*Pořad Setkávání se vysílá dvanáct let na stanici Český rozhlas 3 – Vltava každou neděli ve 14 hodin. Nabízíme vám přepsané části Setkávání, které se vysílalo 2. 11. 2008. Hostem Jana Vedrala byl profesor Jan Jiráček. Téma: Situace na mediální scéně.*

*Je zvláštní i trochu složitě převádět mluvené slovo do psané podoby – ten, kdo pořad slyšel, si uvědomí sílu a emotivnost mluveného projevu. Přesný přepis tomu místy neschází, a proto si dovoříme mírně upravit některé formulace a vypustit vše, co není důležité pro obsah a smysl nabízeného tématu.*

#### Setkávání – Jan Jiráček

**Jan Vedral (JV):** Dobré odpoledne, dámy a pánové, jako každé nedělní odpoledne začíná na stanici Vltava pořad Setkávání. Od mikrofonu vás zdraví Jan Vedral, mým hostem je dnes pan profesor Jan Jiráček. Dobrý den!

**Jan Jiráček (JJ):** Dobrý den.

**JV:** Každou neděli ve 14.00 hod. začíná Setkávání. Už při poslechu znělky věrní posluchači vědí, kolik je hodin, a mají jistotu, že hodinu a čtvrt mohou poslouchat debatu moderátora a jeho hosta. Podle zájmu si upravují svůj program. Do jaké míry média lidem časují život?

**JJ:** Myslím, že méně než kdysi, ale pořád ještě dost. Média vlastně už od doby, kdy se noviny masově rozšířily, tak svým způsobem začaly lidem čas strukturovat. Člověk si zvykl číst za určitých okolností a v určitém ča-

se – ráno, cestou vláčkem do práce, nebo, byl-li to britský nebo anglický džentlmen, tak četl odpoledne ve svém klubu. Podíl médií na tom, že si uspořádáváme čas podle nich, byl a dodnes je docela silný. Bylo to hodně vidět například na nedělních seriálech Československé televize v sedmdesátých a osmdesátých letech, kdy se vyprázdnily ulice a lidé sledovali, co se děje v Nemocnici na kraji města nebo co zas který starosta provede. Postupem času a s možností nahrávat si oblíbené pořady, s úbytkem vůle číst, s mobilitou médií, s tím, že spoustu informací můžete získat přes mobil, máte je v práci na internetu, podíl médií se na strukturování času zmenšuje. Ale stále ještě, myslím, že mnozí máme média spojená s nějakými časově, případně prostorově zakotvenými rituály. Čteme, posloucháme, díváme se v určitém čase a na obvyklých místech.

**JV:** Ptal jsem se i proto, že když se změnilo ranní vysílací schéma jedné stanice Českého rozhlasu, tak to velice zmátló a dokonce znejistilo posluchače, protože byli zvyklí řídit se minutově podle toho, jaká zněla informace, případně registrovali, kdo zrovna mluvil. Když na jednu bylo všechno jinak, museli se učit rozeznávat nové vysílací schéma.

**JJ:** Velmi živě si na to vzpomínám. I já jsem zvyklý poslouchat ranní proud a například pravidelný přehled tisku v určitý čas. Brouzдал jsem po bytě, chystal se sníst a najednou ten přehled slyším. Místo toho, abych už bral za kliku a odcházel do školy, jako každý všední den, jsem se vyděl. A ono se ukázalo, že je o hodinu méně! Takový zmatek způsobily nečekané změny.

**JV:** Takže jsme tedy vstoupili do problematiky dnešního pořadu. Našeho hosta bych ale měl pořádně představit. Kdybychom byli obrazové médium, jistě byste poznali tvář Jana Jiráka, který jednu dobu byl takovou hodně exponovanou televizní „obrazovkovou tvář“, když tři roky předsedal televizní radě. Nás ale dnes zajímá Jan Jiráka jako letošní padesátník – gratuluji – jako letos jmenovaný profesor na univerzitě Karlově – gratuluji podruhé – a jako teoretik médií, mediální expert, pedagog, který se podílel na zakládání mediálních studií na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy a na založení Centra pro mediální studia. Takže máme chvíli, abychom si povídali o médiích jako o součásti kultury, nebo jako o nepříteli kultury? Já se vás zeptám hned, pane kolego, jaká byla vaše profesorská přednáška, jaké měla téma?

**JJ:** Profesorská přednáška je takový zvláštní okamžik v životě lidském, nevím, jestli to platí u všech, kteří to prožili, ale člověk obsah přednášky zvláštním způsobem rychle zapomene. Já už z té přednášky dnes nevím ani slovo.

**JV:** Ale téma si pamatujete.

**JJ:** Víím, že to bylo o stavu a budoucnosti studia médií, zvláště na Karlově univerzitě. Víím, že jsem dospěl k závěru, že ten obor není nijak rozvinutý, ale společensky mimořádně významný. To ovšem nikoho z přítomných nemohlo překvapit, protože nic jiného se ani říct nedalo.

**JV:** Ptám se taky proto, že médiím, umění a fotbalu rozumím, abych tak řekl, každý. Co se na tom dá, probůh, studovat? Co vás to napadlo, v roce 1990 zakládat v této zemi mediální studia, a co se za těch téměř dvacet let, co ten obor pěstujete, odehrálo?

**JJ:** Proč mě to napadlo, to úplně přesně nevím. Ale na začátku devadesátých let jsem měl za sebou čerstvou zkušenost ze Spojených států, kde jsem se s tímto tématem setkal jako s oborem rozvinutým, významným, dokonce trochu módním. Možná tam byla nějaká inspirace. Zdálo se, že média budou hrát v těch nových podmínkách daleko složitější roli než hrála za minulého režimu, kde jejich role byla definována a kontrolována totalitní mocí. Nabízela se představa, že bude potřeba znát jiný chod médií, popsat jejich vliv na společnost a věci s tím související. Takže obor se začal formovat začátkem devadesátých let, pak k němu vznikla katedra, myslím, že v roce 1993, postupem devadesátých let začaly vznikat katedry i na jiných pracovištích, např. na Fakultě sociálních studií v Brně, dneska už i v Olomouci a na dalších místech. Pak vzniklo i Centrum pro mediální studia jako takové maličkátké výzkumné pracoviště. Myslím, že opravdu významný byl počátek tohoto století, kdy se do

nově vznikajících rámcových vzdělávacích programů pro základní školy a pro gymnázia dostala mediální výchova – to bylo nové téma a představovalo jakési společenské uznání faktu, že o médiích opravdu potřebuje něco vědět každý. Že to patří k běžným vědomostem, tak, jako člověk musí znát dopravní předpisy a vědět, co znamená červená na semaforu, protože kdyby to nevěděl, tak nedojde z domova ani k trafice. Že všichni by měli něco vědět o chodu médií, aby s nimi dokázal žít, aby je dokázali i využít přijatelným způsobem. To byl asi nejvýznamnější zlom, který nastal.

**JV:** Vývoj a podoba studia probíhala také s vývojem toho oboru, protože mediální scéna do značné míry ve stejné době, kdy jste o ní začali přednášet, vznikala a formovala se. Cosi podobného se odehrávalo v řadě vysokoškolských oborů, které, zejména v oblasti společenských a řekněme i aplikovaných společenských věd u nás, totalitní společnost neuznávala. Jak se v té době postupovalo?

**JJ:** Myslím, že tehdy se odehrály věci ve dvou rovinách. Jedna byla společensko-politická, protože média, to jest periodický tisk, rozhlas a televize, přešla z jasně deklarované politické role, oné leninské role tisku jako nástroje osvěty, formování, uvědomování politického, do času s velmi nejasným zadáním. Myslím situaci počátkem devadesátých let a později. Říkám to takhle opatrně, ve velmi mírných formulacích, protože tehdy se střetly dva směry, které spolu, bohužel, přestaly souviset. Na jedné straně bylo přesvědčení velké části české společnosti, že média jsou tady od toho, aby se jejich prostřednictvím projevila svoboda tisku a svoboda projevu a všechno se v této oblasti vyvíjelo a kultivovalo. Na druhé straně se k životu prodíral směr, který chtěl využít média komerčně. Tento trend se k nám tiše vplížil, pod povrchem krásných řečí o svobodě projevu a řečí o výchově a kultivaci společnosti. Pomalu ale jistě komerce ovládla mediální scénu. Dnes je to už zcela zřetelné a viditelné.

Komericializace vlastně měla svým způsobem umetenou cestu právě těmi nadějami, které se do svobodných médií vkládaly. To je rovina společensko-politická. Druhá rovina je technologická, protože na počátku devadesátých let už dochází k aplikaci digitalizace, rozvíjejí se a modernizují telekomunikace, objevují se první mobilní telefony, začíná budování počítačových sítí, za chvíli je tu internet. To se odehrálo na prahu devadesátých let. Tyto dvě skutečnosti velmi zásadním způsobem ovlivnily předmět oboru a obsahu studia a udělaly z něj něco, co jsme promýšleli a hledali.

**JV:** Skeptici hovoří, že končí éra gutenbergovské nebo Gutenbergovy galaxie, že svět, který byl reflektovaný a popisovaný psaným slovem, případně záznamem slova mluveného, už vlastně přestává být slovem postihovaný a stává se světem, který je reflektovaný vizuálně, zprostředkovaný obrazy, když to velmi zjednoduším.

**JJ:** Tohle už je, myslím, poměrně stará kritika, která se objevuje už v třicátých letech minulého století, kdy se formují první obavy, že pokud člověk nebude mít svět zprostředkovaný slovem a rozhodující bude obraz, tak ztratí jakoby svůj intelektuální význam, který mu dává jazyk. Jazyk je krásná věc, protože nás nutí převést prožitek do slov. Musíme tvořit, náš mozek se musí nějak snažit. Obraz se dá rychle vstřebat, pochopit, zapamatovat. Nepotřebujeme příliš velkou námahu. Tyto úvahy se vlastně začaly objevovat už s nástupem filmu

a televize. Myslím, a proto jsem se k tomu vrátil, že problémem současnosti a problémem například spojený s internetovými médii je v něčem jiném. Dřívější média, ať už tištěná, nebo vysílaná, měla jedno společné – k velkému počtu lidí se dostávalo vcelku stejné sdělení. Čili my jsme se mohli navzájem spolehnout na to, že když se potkáme po měsíci, pravděpodobně jsme mezitím načerpali podobné zážitky a obdobné informace. Jinými slovy – masová média nás svým způsobem spojovala, integrovala. Vytvářela nám společný rámec pro myšlení, představy, asociace... Internetová média jsou sice jakoby osvobozující, protože člověk si může do značné míry vybrat, co bude číst, na co bude koukat, co na něj bude působit, ale vůbec nemá záruku, že ten vedle něj prožívá něco podobného. Čili média spojená s internetem, interaktivní, jak se o nich hezky říká, vlastně jako by ztrácela schopnost integrovat nás v jeden celek lidí se společnými zážitky. My toho tolik společného nesdílíme, naše prožitky se nemusí polkat.

**JV:** K internetu se dostaneme, možná, za chvíli. Stále mě ještě láká dozvědět se víc i o zlomové době po roce 1989. Zdá se, že ta tehdejší média měla dost velký podíl na pádu „železných opon“, krachovala cenzura, přestalo rušení důležitých zahraničních rozhlasových stanic, televizní signál pokrýval pohraniční oblasti, začínalo satelitní vysílání. Fungovala už i možnost videozáznamu a ilegální dovoz záznamové techniky do republiky. Nové technologie už vlastně nebyly zastavitelné, nebyly cenzurovatelné, nebyly rušitelné. Mě zajímá, jestli technologický rozvoj pomohl „rozvalu železné opony“ a jestli je tato hypotéza aspoň trochu oprávněná.

**JJ:** Dokonce jsou autoři, kteří o to opírají svůj výklad, proč na podzim v roce 1989 to probíhalo tak jak to probíhalo. Kevin Williams v jedné studii vysvětluje, že události kolem západoněmecké ambasády v Praze a dění po 17. listopadu mohly proběhnout tak, jak si je pamatujeme. V té době už bylo možné, aby štáby západních televizí s relativně malou přenosovou technikou, kterou šlo okamžitě napojit, mohly přijet do Prahy a mohly zprostředkovávat posluchačům události v reálném čase. Východoněmečtí diváci je mohli sledovat ze západoněmeckých televizí. Ten proces se nedal žádným způsobem zpomalit, žádným zásahem, kromě mocenského, se nedal zastavit. Já bych ovšem příliš nepřeceňoval technologické možnosti. Vedle toho rozhodující roli sehrála výrazná odvaha a rozvaha žurnalistů, že i jejich práce se odehrávala v rovině očekávání sociálních i politických změn. Po mnoho let hrála svoji důležitou roli Svobodná Evropa, Hlas Ameriky, ale i ilegálně dovážené tiskoviny. Samozřejmě televize ke změně hodně přispěla.

**JV:** Jsme ve veřejnoprávním médiu. Vy jste, pane profesore Jiráku, napsal několik skeptických nebo poloskeptických úvah, ve kterých zmiňujete, že veřejnoprávní média jsou v celé Evropě již od devadesátých let v krizi, a to dokonce v krizi trojí. Zkuste posluchačům Vltavy tu krizi nějak vysvětlit, připodobnit a nevyděste je.

**JJ:** To bude skutečně obtížné, i když si myslím, že právě Vltava je jeden z případů, kam ta krize doléhá vůbec nejméně. Myslím, že jestli něco může sloužit jako argument pro to, že se mají média veřejné služby podporovat, chránit, rozvíjet, tak je to právě projekt typu Vltava.

**JV:** Děkuji za Český rozhlas.

**JJ:** Ale přesto nelze přehlédnout, že ve srovnání s obdobím, řekněme, sedmdesátých let v západní Ev-

ropě přibývá pochyb o tom, k čemu média veřejné služby vlastně jsou. Hovoří se o tom, že mají krizi identity, snaží se být trochu jako komerční, berou od komerčních stanic inspiraci a zdá se, že jsou čím dál tím méně svébytná. Objevuje se stále více pochybností o jejich velikosti. To jest že mají nějakou krizi organizační. Dále se poukazuje na to, že řada komerčních stanic dokáže něco podobného dělat s podstatně menším počtem lidí.

**JV:** To je pravda, ale je otázka, jestli komerční média dokáží vyrobit totéž v požadované kvalitě a případně kvantitě.

**JJ:** To je ale závislé na té první úvaze. No a konečně se vede poměrně dost diskuzí o tom, jak mají být vlastně financovaná, jestli koncesionářským poplatkem, který je plošný a zasahuje vlastně všechny domácnosti, nebo jiným způsobem, čili mají i krizi formy financování. A ty tři, ono se tomu v odborné literatuře říká krize a já si myslím, že to je silné slovo, že tyto tři problémy s vlastní existencí mají ta média z jednoho prostého důvodu, že totiž ubývá významu instituce, kvůli které vznikly. Média veřejné služby, když to hodně zjednoduším, jsou národně reprezentativními institucemi. Vzpomeňme si, jak vznikl Československý rozhlas, nemyslím úplně ty první měsíce, počátky, ale ve dvacátých a třicátých letech se etabloval jako něco, co bylo výrazem vysoké úrovně kulturního života v Československu. Rozhlas byl nositelem osvěty, zprostředkovával, dnes by se řeklo, špičkové kulturní události, seznamoval s literaturou, dramatem, hudbou... čili byl skutečně reprezentativní institucí.

**JV:** Myslím, že právě na vaší katedře vznikla doktorská práce, která se zabývá vysíláním Radiojournalu v dvacátých a třicátých letech, a konstatuje se v ní, že ve srovnání se všemi evropskými rozhlas Československý rozhlas nejvíc akcentoval funkci kulturní instituce. Jako by se snažil svými prostředky prolongovat národně obrozeneckou koncepci. Jako by to byl nějaký genus, který je vlastní jak rozhlasu, tak jeho, jak říkáme, „mladší tlusté sestře“ Československé a pak České televizi.

**JJ:** Ano. Dokonce i navzdory tomu, že Československá televize se ustavovala v padesátých letech v úplně jiném politickém kontextu, tak ten genetický kód kulturně osvětové instituce v sobě nesla a konec konců od televize se to čekalo. To je vidět z dobových diskuzí, že je to vlastně nová forma umění.

**JV:** Ale rodilo se to v rozhlasu. Na začátku byla televize jedním z oddělení rozhlasu.

**JJ:** Já bych zdůraznil dvě věci. Jednak to, že jak rozhlas, tak televize v té veřejnoprávní podobě, nebo podobě státní, byly spojovány jakoby s „vyšší kulturou“. Měly předvádět to, co je noblesní v kulturní rovině života společnosti a jednak měly být národně reprezentativní. Vývoj v devadesátých letech, v západní Evropě už dřív, se odehrává ve znamení oslabování významu státu. Obě instituce, rozhlas a televize, pozvolně ztrácejí svůj důvod k existenci, protože to, co reprezentují, je čím dál tím víc chřadnoucí, čím dál tím víc zapojené do mezinárodních struktur a přestává být tím, s čím se mohou identifikovat a za co lze jít na barikády a pod. A to vše je jaksi v synergickém efektu ještě s tím, že v druhé polovině dvacátého století se vedle médií veřejné služby i v Evropě začalo prosazovat výraznější uplatnění médií komerčních, kterým je celkem jedno nějaká osvětová role, kterým je jedno, co reprezentují. Reprezentují zájmy svých majitelů a tomu všechno podřizují. Tento fakt

měl v řadě zemí, a obávám se, že v současnosti i u nás, poměrně silnou podporu i politickou. Jenom si vezměte, že to byl proces, který se odehrával pod pláštěm nebo pod označením deregulace, jako by média veřejné služby byla nějaká ošklivá regulovaná záležitost a že teď, konečně, nastane ta pravá svoboda. Média veřejné služby se tím dostala do nezáviděníhodné pozice něčeho, co se pomalu přežívá, co je spojené s dobou jejich vzniku, případně časem jejich rozkvětu i jejich ovládnutí totalitní mocí. Že jejich čas pominul a musí se nahradit něčím jiným. Bohužel, média veřejné služby na to nedokázala, po mém soudu, reagovat s dostatečnou odvahou a sebevědomím. V mnoha případech se začala přizpůsobovat produkci komerčních médií, začala být podbízivější, ztratila jistotu, že mají přinášet hodnotu, že jsou – promiňte mi ten výraz – kulturotvorná.

**JV:** Já ho používám také, to je legitimní výraz.

**JJ:** To zaváhání, přetlačování s komerčními médii, myslím, že se do jisté míry stává osudným. Dnes už jsou veřejnoprávní média příliš znejistělá a obávám se, že nyní nedokáží chytit dech a jasně říct: „Ne, máme tuhle a tuhle představu o světě a tu budeme nabízet. Od toho tady jsmel!“

**JV:** Váš kolega na fakultě, známý posluchačům spíše jako brilantní moderátor ČT a rozhlasových diskuzí i na komerčních médiích, kolega Moravec, nám na jednom semináři sdělil, že jistá část problému je v tom, že se bývalá státní média – televize, rozhlas – jenom přejmenovala na veřejnoprávní a neprošla vlastně dostatečně vnitřní identifikační změnou.

**JJ:** Na té úvaze je hodně pravdy. Transformace státních médií v média veřejné služby se odehrávala skutečně, řekněme to hezky, polovičatě, mimo jiné také proto, že se odehrávala ve velmi nepříznivé politické a společenské atmosféře. Vzniku médií veřejné služby na začátku devadesátých let politické elity v žádném případě nepřály. Tehdejší ministr financí, později předseda české vlády, dnes prezident, pokud si dobře vzpomínám, se vyjádřil, že věci jsou buď státní, nebo soukromé a nic takového jako veřejnoprávní on nezná. To byl výrok, který vyjadřuje atmosféru té doby. Tehdy skutečně nikdo moc nepřál tomu, aby se média veřejné služby rozvíjela, hledala svou tvář, a málokdo si představoval, jakou mají mít roli. A myslím, že i velká část veřejnosti byla přesvědčena, že to v zásadě budou média, do kterých nebude mluvit stát, nebude je ovlivňovat, ale jinak zůstanou, jaká jsou. Rozhlas a televize v té době nedokázaly nabídnout dostatečně sebevědomou a jasně čitelnou představu své vlastní role. Myslím, že s tím zápasí ještě dnes.

**JV:** Možná, že je to zase jenom hypotéza, kterou mi vyvrátíte, ale já si myslím, že tím rozhodujícím okamžikem, který redefinoval celou tu situaci a vytvořil spousty nejasností, byl okamžik, kdy spustil Vladimír Železný vysílání Novy. Že to znamenalo nejen zásah do návyků televizních diváků, ale že vnutil dokonce i rozhlasovému vysílání některá témata, některé způsoby hodnocení, mezi nimi zejména sledování posluchačské odezvy, takzvaných koláčů, grafického znázornění množství diváků a posluchačů. V té době byl zaveden i pojem „prime time“ – jakýsi hlavní čas – a že i to vneslo do debaty spoustu účelovosti a nejasností, které, podle mě, trvají.

**JJ:** Myslím, že vám tu hypotézu nebudu vyvracet, ale zkusím ji doplnit jednou věcí – nástup Novy byl současně doprovázen téměř až neuvěřitelnými oslavami, ve-

řejně provozovanými, jako by se jednalo o doklad, že česká společnost se definitivně odpoutala od minulosti. To byl mimořádně dobře marketingově zvládnutý tah. Zdá se, že ta prvotní pozornost byla vlastně doprovázena i přesvědčením, že konečně přichází něco, co není nijak spojené s minulostí. Tehdy, bohužel, ještě neexistovala silná intelektuální platforma, to je takový módní pojem, která by dokázala vyložit, co to jsou komerční média, jakými principy se řídí a kam směřují. To je deficit, který padá na hlavu i nám, kteří jsme tehdy začali s mediálními studiemi. To prostě tak je. A všechny úvahy o sledovanosti byly brány jako důkaz, že Nova představuje správnou cestu a o té svědčí i její komerční úspěch. Je ale pravda, že do té doby se opatrně rozvíjející média veřejné služby se ani nepokusila od nástupu zmíněné ekonomické logiky výrazně distancovat a předvést vlastní alternativu. Naopak, televize veřejné služby se pokoušela suplovat svou nabídkou stejnou produkci jako komerční televize. Nabízela Dallasy a Tutti-Frutti, prostě byla velmi nevyhraněná. Takže nějaké máslo má na hlavě i tehdejší vedení veřejnoprávních médií.

**JV:** Možná tehdy se ztratil čas, který nám dnes zoufale chybí...

**JJ:** Myslím, že proces proměny mohl být razantnější, ale téměř neurvale řečeno – byl to proces, který se dělal „ve starých zdech se starými psy, které je těžké učit nové kousky“.

Kdyby mohla vzniknout média veřejné služby na zelené louce, tak jako vznikly komerční televize a rozhlas, tak by pravděpodobně situace vypadala jinak. Zdůrazněme ono „kdyby“. Nestalo se a myslím, že to prostě z mnoha důvodů ani nešlo. A hned dodávám, že vedení odstátňujících se médií na počátku devadesátých let byla v mimořádně komplikované situaci a s vědomím, jak těžký úkol řešili, odvedli pozoruhodnou práci.

**JV:** Konstatujme, že dnes mají elektronická média veřejné služby menší podíl na trhu než komerční. Jak je to dnes v Evropě u našich partnerů v médiích veřejné služby? Když občas vystrčím nos za hranice, nevidím spokojené kolegy, kteří by říkali: „Nám se výborně daří v BBC, my v německých rozhlasech vysíláme experimentální pořady a lidi to poslouchají...“. Myslím si, že ten problém je širší. Můžeme konstatovat, že transformace u nás proběhla zvláštním „českým“ způsobem, že jsme ji „neudělali důsledně a pořádně“.

**JJ:** Já jsem pochopitelně jako správný akademik nikdy nic nevymyslel, tudíž ani označení, že jde o trojí krizi, o které jsme hovořili, jsem nevymyslel. To je převzaté z odborné literatury, která se zabývá situací médií veřejné služby ve světě – v Kanadě, v evropských zemích, a celý problém budoucnosti médií veřejné služby jenom sleduji a rozebrám. Vyhledky do budoucna nejsou nijak růžové. Ono je potřeba asi si uvědomit, že – já to řeknu ještě jednou, možná že trochu jinými slovy – když je nějaká instituce spojená s tradicí, nadosobním étosem, ať už je nesený v té národní uvědomovací rovině, v oné obrozenecské, nebo v nějaké občanské rovině, případně v kombinaci obojího, tak je pochopitelně prostor pro estetické zážitky, kultivaci společnosti dnes výrazně zúžený. Všechny vzpomenuhé snahy a úmysly v prostředí spotřební společnosti nemají téměř žádný prostor ani váhu.

**JV:** Je to dáno jenom tou „potřebností“, nebo také faktem, že prostě společnost nemá jakoby střed ani potřebu společně sdílených zážitků? Že se společnost změ-

nila a touží po něčem jiném, než co je sdružovalo v minulosti?

**JJ:** Ona je má, ale bohužel jsou umístěny v takových těch velkých prodejních hangárech na okraji měst. Tam se teď vytvářejí společné zážitky.

**JV:** Myslíte „Český sen“?

**JJ:** Tak.

**JV:** Vraťme se ale k současné situaci veřejnoprávních médií v Evropě. Myslíte si, že jejich nenahraditelnost tkví v tom, že existují témata a formy například v publicistice, zpravodajství, dokumentární tvorbě nebo v osvětově kulturních funkcích, které nemůže převzít komerční sféra? Co si z toho mají média pro sebe a pro svou eventuelní budoucnost vyvodit?

**JJ:** Kdybych to měl hodně zjednodušit, tak myslím, že obhajitelnost existence těchto médií není v tom, že by produkovala publicistiku, žurnalistiku nebo osvětu a umění, ale v tom, že ať už dělají cokoli, a dělat by toho měla co nejvíc, aby nabízela to, co lze považovat za maximálně dosaženou kvalitu. Veřejnoprávní média by, podle mého soudu, měla být symbolem vrcholné možné úrovně v daném žánru. Rozhodně by neměla v žádném případě vyrábět a nabízet věci pokleslé. Od toho jsou jiná média. Já mám rád jeden průměr, který použiji. Ono je to trošku jako s Národním divadlem. Představme si Národní divadlo jako ekvivalent média veřejné služby. Když tam člověk jde, tak málokdy čeká nějaké moderní experimenty, ale předpokládá, že to co se tam děje má vrcholovou úroveň spojenou s tradicí. Kdyby se na prknech Národního odehrával prachsprostý striptýz, divák bude mít pocit, že se děje něco nepochopitelného a špatného. Striptýz patří jinam. Vědomí vlastní kvality, vědomí kulturní, estetické, historické hodnoty je něco, co by mělo s médii veřejné služby logicky souviset, ať už připraví reportáž o hokeji, nebo přenášejí operu, vysílají původní rozhlasovou hru. Podstatné je to vědomí kvality.

**JV:** Já bych vzpomenu ještě jednu funkci, jestli dovlíte. Za 85 let existence Československého a Českého rozhlasu bylo shromážděno nepřeborné množství záznamů, které bych označil za zvukovou paměť. Zvuková paměť národa má stejnou hodnotu jako vizuální národní paměť. Jsou součástí dějin české společnosti. Tyto záznamy by měly být zpřístupňovány, ošetřovány, exponovány. Myslím, že i to je povinnost a úkol národní kulturní instituce, kterou rozhlas je.

**JJ:** Plně s tím souhlasím a dodám, že by neměly být jenom uchovávány a zpřístupňovány, ale všechny archivní nahrávky jsou v tom nepřeborném a zřejmě často i nepřeborném množství a Český rozhlas by měl pracovat na dalším rozvoji archivu. Zaznamenávat a vytvářet kulturní paměť téhle společnosti pro další generace.

**JV:** Můžu potvrdit, že se tak děje. Otázka je, jestli to je obhajitelné, protože to je nákladné a menšinové.

**JJ:** Fakt, že je to menšinové, myslím, že se dá obhájit poměrně snadno. Abych se vrátil k tomu průměru – do Národního divadla také přijde podstatně méně lidí než na hokej. Archiv kvalitní produkce vytváří a upevňuje pocit hodnot, které její tvůrci spolutvoří. Jsou to hodnoty, ke kterým se člověk vztahuje jako k určité jistotě. Vezměme si kolik generací, mě v to počítaje, dodnes spojuje své dětství s Hajajou nebo se sobotní dobrodružnou hrou pro mládež. Tím jenom chci doložit, že tady vznikali

a vzniká něco jako hodnotový a vztahový rámec individuálního života, na kterém se média podílejí a můžou se na něm podílet buď teda velmi pragmaticky tím, že nás prodávají inzerentům a cpou do nás reklamu, a nebo tím, že nám formují život, nabízejí nám něco, co lze považovat za esteticky cenné.

**JV:** Obrátím list. Jak vypadá mediální svět vašich studentů? Co se mění a v čem se liší od světa médií, které ještě ovlivňovaly život jejich otců?

**JJ:** Mediální svět studentů, s nimiž přicházím do styku, je skutečně dost odlišný od světa, v kterém se pohybují. Berte to ovšem jenom jako pozorování a ne jako nějaký reprezentativní výzkum. Mezi studenty není úbytek zájmu o čtené slovo, ale je tam úbytek zájmu o tištěné slovo. Většina mých studentů pravidelně navštěvuje internetové stránky, ale jen málo z nich má návyk vzít do ruky denní tisk. Dost odlišná situace, kupodivu, je u jiného typu periodika, tj. u časopisů. Časopisy jsou, aspoň v té části, s níž já přicházím do styku, ještě stále využívaným médiem především proto, že hrály významnou roli v určité fázi dospívání. Časopisy pro –náctileté představují alternativu získávání informací o životním stylu, intimním životě apod. Zájem o časopisy tedy přeznívá. Jiná situace je při hodnocení zájmu o klasická elektronická média. Myslím, že se u nich ztrácí zájem o poslech rozhlasu. Přitom v mnohém se jedná o lidi, kteří jsou náruživí posluchači, ale poslouchají to, co si nahrají, stáhnou. Chtějí být pány svého poslechu. Nechtějí se podřizovat věcem, které jim z jejich pohledu vnutí někdo, kdo jim je připravuje a určí dokonce i čas, kdy by měli poslouchat.

**JV:** Rozumím tomu tak, že když by se náhodou zajímali o dnešní Setkávání, tak si ho raději najdou ve zvukovém archivu a poslouchají si, kdy chtějí.

**JJ:** Ano. Navíc doplním, že je především zajímavá „jejich“ muzika. Další upřesňující fakt – jsou to posluchači, ale nezakotvení programově a prostorově. Chtějí poslouchat za chůze, v autě, tramvaji, kdekoli. A chtějí poslouchat to, co si sami vyberou. Poněkud rozpornější je vztah k televizi. Televize obecně zaznamenává v generaci řekněme od 16 do zhruba 25 – 28 let vlnu nezájmu. Televize je něco, přes co se člověk odpoutává od rodičů. Je to jedna z prvních věcí, které lze udělat, když se chce vymezit vůči starší generaci.

**JV:** „Nesedím s nimi u bedny...“

**JJ:** A reakce rodičů?: „Pacholek nafoukanej, už s náma ani na televizi nekouká.“ Čili přes televizi se odehraje první vzbouření proti primární skupině, proti rodině, a jistá část mladých lidí v tomhle věku dokonce považuje sezení u televize za jistou společenskou prohru. To se jaksi děje v nouzi, když nemám kam jít, nikdo mi nezačal, nejde se do čajovny, na diskotéku, nebo já nevím přesně co zrovna... tak tedy si sednu k té bedně, výhoda je, když ji mají ve svém pokoji, ale nebudu o tom moc mluvit, protože je to fakticky společenský neúspěch.

**JV:** To je zvláštní.

**JJ:** Týká se to části mladých v téhle věkové kategorii. I když ještě stále je tam poměrně velká skupina, která si nese návyk sledování televize z dětství. Provozovatelé televizního vysílání tuto skutečnost znají a pochopitelně se velmi vehementně snaží co největší část téhle věkové skupiny u obrazovky udržet. Vymýšlejí k tomu nejrůznější pořady. Myslím, že zrovna třeba to známé „Hledáme Superstar“ byla taková snaha podchytit část těch –náctiletých.

**JV:** Myslíte, že se to podařilo?

**JJ:** V tom konkrétním případě asi ano, velkou roli se hrálo i fandění mladých lidí přítomných ve studiu, ale myslím, že dlouhodobý návyk se tím nevytvářel.

**JV:** Není to trochu tak, že získání mladých –náctiletých posluchačů a diváků znamená zase odehnání těch stabilních –sátiletých?

**JJ:** Obávám se, že o to v podstatě šlo. I když příklad „Superstar“ není pro to typický. Divácká obec, zvláště u našich komerčních televizí, byla po dlouhé období poměrně dost věkově vysoká. Mám obavy, že ti starší diváci, kteří už se blíží důchodovému věku, jsou málo atraktivní pro televizní inzerenty. Čili existuje tlak ze strany zadavatelů reklamy omladit diváckou obec a dostat před obrazovky ty, kteří teprve založí rodinu a jejichž návyky sledování programu by bylo dobré ovlivnit.

**JV:** Co s tím udělá digitální vysílání a nová nabídka – to jsou prozatím jenom hypotézy.

**JJ:** Já si vůbec v tuhle chvíli neumím představit jaká bude reakce na rozšíření nabídky kanálů. Myslím, že i do sledování se uplatní podobný princip, jaký je u poslechu rozhlasu, tj. mladí lidé se chtějí dívat, když se k tomu sami rozhodnou a sami si vyberou. Televizím velmi silně konkuruje nabídka internetu. Roste obliba You-Tube, prostě obliba něčeho, co si můžu pustit, když chci, nebo něčeho, co dokonce spoluvytvářím.

**JV:** K těm novým technologiím a návykům, které nabízí internet, bych si dovolil zase citovat jednoho z dalších vašich přednášejících z vaší katedry, novináře pana Miloše Čermáka, který napsal před časem větší esej do Lidových novin. Zabývá se dvěma P, která dnes ovládají internetovou komunikaci, a to je participace a participace jako dva úplně nové návyky, dvě možnosti pro uživatele. První, že si člověk vlastně opravdu volí jenom to co chce sám, že vyhledává a čte takové webové stránky, které ho zajímají. A participace to je velká otázka této doby – mnozí to vnímají a nazývají občanskou novinářinou. Jsou to blogy, kde se lidé vyjadřují rozsáhlejšími útvary a chaty, kde komunikují a taky komentují názory nebo výtvoří i jiných lidí. Co o tom soudíte?

**JJ:** Já budu muset projevít trochu skepse. Srovnáme-li tu tradiční masově-mediální nabídku s tím, co je dnes na internetu, tak uživatelé mají skutečně možnost vybírat z daleko větší nabídky a mnohem víc přizpůsobovat to, co čtu, na co se dívám, svým představám nebo tužbám. Na druhou stranu myslím, že se tato nabídka a možnost přečnuje a že sama o sobě je trochu jakoby marketingovým sebehodnocením, které nám ti, kteří provozují internet, nabídlí. Zdůrazňují participaci, individualizaci, zdůrazňují interaktivitu. Ale čím dál tím víc mám pocit, že internet je trochu jako supermarket. Člověk si skutečně může vzít z regálu co chce, ale vždycky jenom to, co mu do toho regálu dali. Na konci u pokladny zjistí, že mají zase totéž, jako měli předtím. Čili tolik se tam toho zase neodehrává, co by bylo tak zásadní, a už teď se objevují poměrně, myslím, propracované studie, které poukazují na trend „zestejňování“ webových stránek, které se liší převážně jenom grafickou úpravou, sem tam je tam něco jinak, ale všude najdete nějaké zpravodajství, nějaké mapy, něco o dopravě, televizní programy, v koutě nějakou erotiku... Je to v podstatě mnohost ve stejnosti nebo stejnost v mnohosti.

**JV:** Zabývali jste se fenoménem lidí, kteří mají potřebu vyjadřovat se k různým komentářům, kauzám, událostem na chatech, a mnohdy to přesáhne meze slušnosti? Stalo se už několikrát, že například redakce zastavily další diskusi. Někdy se tam člověk dočte věci, nad kterými zůstává rozum stát. Co to je za fenomén?

**JJ:** Musím bez mučení přiznat, že je to něco, čemu se opravdu programově nevěnuji a věnovat ani moc nehodlám. Dokonce si myslím, že označení této činnosti výrazem nová občanská forma žurnalistiky je zavádějící a snad i trochu mylné. Žurnalistika je po mém soudu jev z jiné oblasti a nesouvisí s prezentováním svých osobních postojů do nedefinovaného prostoru nějakých čtenářů, kteří jsou více méně nahodilí. Další pochybnost – internet je zároveň neuvěřitelně silným médiem svévolné anonymity. Já to neumím jinak říci, ale jde o to, že na internetu je možné utajovat či zaměňovat identity. Falešná identita je něco, s čím člověk musí počítat jako se samozřejmostí. Stačí když se podíváte na odezvy a reakce na články nebo nastolené problémy, které jsou na internetu, tak řada podpisů jsou evidentně podpisy smyšlené nebo tam nejsou vůbec. Jeden zajímavý autor připodobnil internet k maškarnímu plesu. Masky na tváři dovoluje méně formální vystupování, daleko rychlejší překonání bariér, větší možnost vytváření zdání intimity. Jsme skryti za svými maskami, a tudíž si můžeme dovolit daleko víc, než bychom si mohli dovolit, kdybychom to dělali, říkali a psali skutečně za sebe.

**JV:** Není to místo, kam lidé přicházejí a sdělí přítomným svůj názor. Není to Hyde Park.

**JJ:** Není to Hyde Park, je to rej masek.

**JV:** Ve vašich studiích jsem, pane profesore Jiráku, našel odkaz na německého filozofa Jürgena Habermase, který už v šedesátých letech upozornil na to, že média jako instituce svobody projevu a veřejné diskuse postupem času ztrácejí toto postavení a podílejí se fakticky na kolonizaci veřejného prostoru ekonomickou a politickou elitou. Zároveň se prolouhuje zdání, že původní role médií zůstává zachována tak, jak se ustavila vývojem. Co si myslíte o této krajní a trochu levicové tezi dnes, téměř padesát let poté, co zazněla?

**JJ:** Já myslím, že ta teze je čím dál tím živější a musíme se k ní asi vracet a znovu ji promyšlet, i když sám Habermas se, myslím, od ní neúplně distancoval, ale v mnohém ji přehodnotil. Víc prosazuje myšlenku, že k nějakému společenskému pokroku je možné dojít skutečně racionální komunikací a rozhodováním v rámci komunikace. Ale zdá se čím dál tím výraznější jeho původní představa, že média místo aby konstituovala veřejnou sféru, jak to snad i jeden čas v dějinách dělala, tak tu veřejnou sféru předslírají, ale moc nás do ní nepouštějí.

**JV:** Když jsme v Setkávání hovořili s profesorem Bělohorským, tak popsal krásnou dichotomii „fakta a fikta“ a dovedl, že čím dál tím víc žijeme ve světě něčeho, co vlastně neexistuje. To jsou „fikta“. Profesor Bělohorský mluvil o ubývání skutečnosti – „fakta“ a vidí jakýsi obudný vliv médií, která tento stav výrazně vytvářejí. Co you na to jako mediální teoretik?

**JJ:** Já myslím, že ten řetězec je ještě složitější, že to není jenom obudný vliv médií, ale že média se sama stávají vazaly a nástroji v procesu obudného narůstání moci. Myslím tím konkrétně ekonomickou a politickou moc. Dochází k tomu už dlouho, existuje velmi profesionál-

ně vybavená teorie i praxe, jak média ovládat. Narůstá počet odborníků, kteří dokážou do médií dostat tu „správnou“ zprávu nebo dokázali přehlušit zveřejněnou špatnou zprávu jinou, tou „dobrou“ a podobně.

**JV:** To jsou tzv. „pí ár“ odborníci.

**JJ:** „Pí ár“ odborníci, nebo – existuje anglický výraz „spin doktoři“, tj. odborníci na překroucení, na ten „spin“. Skrývají se mezi nejrůznějšími poradci apod. Ale – podstatný důsledek této věci je v tom, že zatímco se běžně říká, že média se depolitizují a čím dál tím víc se věnují zábavě a jakémusi spotřebnímu servisu, ve skutečnosti jsou političtější než kdykoliv předtím. Téměř všechno se stalo nástrojem politické manipulace (to se asi jinak označit nedá) a prakticky všechno, i když to původně mohlo mít základ v nějaké realitě, v nějaké fakticitě, tak se stává tou Bělohorského „fikcí“. Čili pro současnost je typické, že my jsme velmi znejistěni v tom, jestli to, co čteme, čteme proto, že se to stalo a má to v našem životě nějaký význam, nebo jestli to čteme proto, že někdo chce, abychom si mysleli, že to pro nás má nějaký význam. Pohybujeme se v prostoru, kde vedle sebe „fakta a fikta“ volně plavou a my je neumíme od sebe odlišit. Řečeno velmi brutálně – a není to můj výraz, je to věta jedné významné newyorské právničky, která napsala o jazyce Bushovy administrativy – „žijeme ve světě, v němž se realita stala děvkou sloužící moci“.

**JV:** Ve vaší učebnici jsem našel pojem „persvaze“. Jak se to týká našeho tématu?

**JJ:** Ten pojem pochází z jiné oblasti, pochází jednak z psychologie, jednak z teorie rétoriky a je to vlastně označení pro veškeré aktivity, které vedou k ovlivnění nebo přesvědčení druhých. Čili persvazivní jednání je takové jednání, kterým se snažím druhého buď přesvědčit nebo ovlivnit způsobem, který považuji pro sebe nebo i pro něj za žádoucí. Není to jenom sdělování faktů, informací, jenom sdílení nějakého společného prožitku, obvyčejného popovídání si s druhým, ale je to snaha na něj působit, ovlivnit ho, případně ho přesvědčit. Je to zvláštní forma ovlivnění. To všechno dohromady je persvaze.

**JV:** Jakou roli v tom sehrává dnešní česká žurnalistika vědomě a jakou nevědomě?

**JJ:** Chápeme-li ten proces persvaze jako proces bezpříznakový, tj. není ani dobrý ani špatný, protože některé přesvědčování může být i dobré, některé i špatné, tak žurnalistika by mohla a snad to jeden čas i dělala přesvědčovat o platnosti sociálně přijatelných hodnot ve společnosti i tím, že poukazuje na jejich porušování. Občas se dostávala do pozice, až se to bojím říct v souvislosti se žurnalistikou, jako zástupce morální autority. Obávám se, že to už neplatí, že současná novinářská produkce je pro většinu z nás nečitelná, mimo jiné také proto, že je pod vlivem moci. Že v současnosti je velmi obtížné přijít na to, k čemu nám je dobré novinářské sdělení, které čteme, posloucháme nebo vidíme.

**JV:** V poslední době se novináři, a to i v médiích, která se považují za seriózní, zabývali takovými věcmi, jako je „kuřimská“ kauza nebo případy nešťastných obětí poschovávaných v rakouských a polských sklepech. Tomu se věnoval obrovský prostor. Víím, že se vás na to lidé ptali, že je to tehdy docela rozčillovalo, jestli je to je ještě hodnotná novinářina, jestli je to reflektování skutečnosti, nebo jestli je to jenom velmi pokleslá zábava.

**JJ:** Myslím, že rozdíl mezi žurnalistikou nebo tím, co bych mohl považovat za dobrou žurnalistiku, a pokleslou zábavou není v tématu, ale ve způsobu zpracování. Pokud vezmu případ jako jsou ty týrané, pozavírané děti – pokud je to impuls k hledání souvislostí se společenským klimatem, situací, kulturou, hodnotami, náboženstvím, tím vším... Čili pokud to vede k pokusu o analýzu, tak to může být základ dobré kritické analytické žurnalistiky. Pokud to ulpí na předvádění emocionálně vypjatých detailů týraní, popisy zmatených obětí, pokud to ulpí na zprostředkování a zdůraznění neobvyklých prožitků, tak je to víc zábava a ještě voyerská.

**JV:** Souvisí to se způsobem prezentace a týká se mediální komunikace?

**JJ:** Svým způsobem ano. Myslím, že v tomto případě to víc souvisí s trendem, který je žurnalistice nepřátelský a totiž s orientací společnosti na prožitek. Dobrá žurnalistika po mém soudu, a můžu být nařčen z romantického idealismu, je založena na možnosti kritického odstupů a porozumění skutečnosti. Když čtete práce slušných novinářů – dodnes představují miniaturní sondy do společnosti. Jeden milý český sociolog řekl, že novinář je sociolog, který nepoužívá poznámkový aparát. Já si myslím, že tam pochopení skutečnosti musí být. Jenže společnost, ve které žijeme – a tím nechci být nějaký plačtivý škarohlíd – je daleko víc orientovaná na okamžitý prožitek. Reklamní slogan „Následuj instinkty!“ je něco co nás ovládá a co tu společnost jakoby určuje. V té chvíli kritický distanc, odstup, sonda nemá prostor. Taková novinářina degeneruje na zprostředkování prožitků. Klade důraz na okamžitost, na přímý přenos, „teď vás spojíme s Jardou, který stojí na místě nehody“, a Jarda stojí na místě nehody a za ním nakládají mrtvého a někdo tam štká...

**JV:** Tomu rozumím. Ale do jaké míry se tento trend dostává do světa politiky.

**JJ:** Myslím, že také velmi výrazně. Tato estetika médií umožňuje světu politiky využít prostor médií k tomu, že se už neprezentují politická témata jako výsledek analýzy a nabídky alternativ, ale předvádějí se jako emocionální spor, obvykle výrazně personalizovaný. Čili v tom prostředí jak jsou média teď nastavena, s oním důrazem na prožitek, tak vlastně usnadňují politice možnost předvádět jednak vlastní estetiku, tj. ukazovat, že protivník je tlustý, špatně se obléká, nemluví pravdu nebo ji zamlčuje, zatímco našinec je bojovník za ideály, slušně oblečený a ještě za ním stojí luxusní auto... Média vděčně ukazují nejrůznější typy konfliktů od vzájemného pomlouvání až po facky na otevřené scéně. To vlastně dovoluje nezaplňovat ten politický prostor politickými tématy.

**JV:** Myslíte tím emocionální vybičované zpravodajství, které směřuje k přepólování, k vybití emocí a tím se vyhýbá popisu souvislostí a tím i hledání smyslu událostí?

**JJ:** To je velmi podstatné. Hledání smyslu tam zcela chybí. Všechno se přeorientovává na prožitek a na jevovou stránku. Uvedu dva příklady, které spolu zdánlivě nesouvisí. Když bylo zasedání NATO v Praze, tak poměrně velká část zpráv se týkala vybavení pancéřovaného vozu amerického prezidenta. Průřezy vozem a technické podrobnosti. A dále – když se odehrála ta velmi nešťastná příhoda nebo událost rakouská s vězněnou dcerou, velká část pozornosti byla posláze věnovaná modelům podzemního vězení, té kobky, kde

po léta dcera žila s dětmi. Zase – průřezy ze všech stran, zavírací dveře, technologické řešení... To jsou vlastně dva jevy téhož původu. Nejde o to pochopit, jaká je role prezidenta Spojených států při jednání NATO a co vůbec znamená NATO v současném světě. Na druhé straně nesnažíme se pochopit, jestli ten člověk, který vězní svou dceru a zakládá s ní jakousi „kvazirodinu“, jestli je výjimka, nebo to souvisí se společenskou situací. Nejde o pochopení, jde o předvádění jevů. A v tomhle směru jsou oba případy podobné, i když se týkají věcí zásadně odlišných.

Pokud není politická elita zaměřená na řešení problémů země, pokud se stará hlavně o to, jak se dostat k moci, tak je to pro ni velmi výhodná pozice.

**JV:** Co si jako profesor mediální komunikace myslíte o pojetí investigativní žurnalistiky tak, jak ji předvádí například reportér Janek Kroupa?

**JJ:** Pro mě je tohle obtížná otázka. Přiznám se, že nemám rád výraz investigativní žurnalistika.

Řečeno hodně zjednodušeně, každá žurnalistika, která chce být dobrá, musí být aspoň trochu investigativní. Ale pokud jde o Janka Kroupu a tu „vířivkovou“ reportáž, která vzbudila ohlas, mám k té reportáži samotné řadu výhrad. Měl jsem možnost je autorovi sdělit. Ale přitom si myslím, že se mu podařilo alespoň naznačit, víc než naznačení to není, že se odehrává něco co tušíme, co vypovídá o kvalitě české politické kultury a co se doposud nepodařilo ani předvést, natož analyzovat. Tady došlo aspoň k jakémusi naznačení stavu a jednalo se o zajímavý pokus. A dokonce si myslím, že řada kritických

hlasů, které se objevily po odvysílání proti snaze Janka Kroupy, byly součástí snahy důležitost toho sdělení oslabit.

**JV:** Sociolog Zigmund Bauman ve své koncepci „Tekuté modernity“ říká, že lidé v naší společnosti nadbytkem trpí obrovskou úzkostí, strachem, existenciální nejistotou a média jsou jedním z mohutných zdrojů této nejistoty. To je zvláštní paradox, protože na druhé straně se říká, že nás média chtějí „ubavit“ k smrti. Máte pro to nějaké vysvětlení, nebo se Bauman plete?

**JJ:** Myslím, že se neplete a dokonce i to ubavení k smrti, o kterém mluví Postman, je vlastně jenom druhou stranou téže mince. Žijeme ve světě, který je velmi nejistý, o tom píše přesvědčivě Ulrich Beck a média nám tuto nejistotu přináší až na práh domu. Ale – velmi prostě řečeno, to základní sdělení, které média nabízejí, je: „Zůstaňte s námi! Dokud jste s námi, tak máte alespoň jistotu, že jsme to my. Svět venku je zlý.“ To je marketingově výhodné, protože oni tím přitahují pozornost. Ale i informace zdánlivě spojené s realitou, jako je třeba zpravodajství, vlastně tohle sdělení nabízejí. Všechno naše konání je spojeno s rizikem. Riziko hrozí, když přecházíme ulici a jdeme do trafiky pro noviny, když se pokoušíme vyjet autem na dálnici, když nás v parku může pokousat cizí pes. Jediná jistota je zůstat u svého příjemce a pokud možno se od něj nevzdalovat.

**JV:** Nastal čas, kdy se my dva vzdálíme od mikrofonu. Děkuji za dnešní odpoledne. Přeji hodně zdaru a těším se nashledanou!

**JJ:** Děkuji za pozvání a přeji příjemný den!

**Doc. PhDr. Alena Štěrbová, CSc.**

## Čas a prostor rozhlasové inscenace

V dosud publikovaných studiích o slovesném uměleckém rozhlasovém vysílání používám pojem rozhlasová hra jako označení pro text potenciálního rozhlasového artefaktu, tj. pro text, který byl už při svém vzniku autorským subjektem určen pro rozhlasovou realizaci. Zvukově realizovanou a technicky fixovanou (režijní, hereckou, hudebně-zvukovou aj.) interpretaci textu rozhlasové hry označuji jako rozhlasovou inscenaci. Rozhlasovou inscenací se ovšem může stát i rozhlasová adaptace divadelní hry, prozaického textu apod., což může vést v odborném vyjadřování k zproblematizování až do té míry, že by bylo třeba použít v určitých souvislostech raději pleonasmus *rozhlasová inscenace rozhlasové hry*. Pro dodržení kontinuity s dosavadním historiografickým i teoretickým úsilím terminologii v předkládané studii neměním, přesto, že souhlasím s Janem Vedralem (2003: 174) a nepovažuji pojem rozhlasová hra „za právě nejšťastnější“, zvláště ve srovnání s anglickým Radioplay, německým Hörspiel nebo polským sluchowisko radiove. Vedralova úvaha o rozhlasové výlučnosti při zvláštní, zcela jedinečné organizaci časoprostoru (2003: 178) právem vychází z představy aktivního posluchače. Zvukově realizovanou rozhlasovou hru nechápe jako akustické divadlo toporně opisující a ilustrující optický vjem, ale jako „kompletní a lidské vnímání plně uspokojující hru pro sluch“, takže s přiměřenou mírou humorné nadsázky navrhuje termín „naslouchadlo“, což je ovšem slovo, kterému už přináležel v rámci českého lexika jiný význam.<sup>1)</sup>

Teatrology navrhovaný termín „fonografie“ jako označení „modálněgenetické a funkční oblasti zvukových umění“<sup>2)</sup> nejenže se dosud málo vžil, ale byl je utvořen v návaznosti na termín kinematografie (kinematograf – přístroj pro záznam obrazu, fonograf – přístroj pro záznam zvuku), koresponduje bohužel i s termíny bibliografie, monografie nebo biografie. Pro běžně užívané se tak stává pojmem zavádějícím. Sdělení „fonografie režiséra XZ“ bychom pak mohli chápat nejen jako odkaz na konkrétní inscenaci příslušného režiséra, ale i jako odkaz na soupis jeho veškerého režijního rozhlasového díla (v návaznosti na pojmy bibliografie, filmografie). Velmi diskutabilní je pak utváření dalších specifických označení typu: „interpretační fonografie“ (ve významu interpretace literárních děl vyjadřovacími prostředky zvukových umění). Signalizuje se zde paradoxně rozdíl mezi rozhlasovou inscenací (tj. zvukovou podobou rozhlasové hry) a interpretační fonografií, což má být zřejmě pouze zvuková podoba básnického a prozaického textu, dramatický text určený původně divadlu se z definice zcela vytratil. Navíc není v případě spojení „interpretační fonografie“ terminologicky respektována potřebná otevřenost rozhlasové inscenace k další konkretizaci, k interpretaci, kterou už realizuje vnímatel.

Autor rozhlasové hry, tvůrce textu fikčního světa rozhlasové inscenace má možnost podobně jako prozaik (zřetelně ovšem více než dramatik píšící pro divadlo) volně nakládat s časem, prostorem i kauzalitou (tj. reál-