


Z obsahu

Miroslav Cingl:
„Absolutní modalita
absolutní vizuality“

Rozhovor
s Pavlem Slezákem

3 VELKÉ PŘEDPŘÍLOHY!

Obsah:



**SYSTÉM NAVIGACE:
KLEPNĚTE!**

První stránka (titulní):
BYLO od č. 1/00: Klepnutím na „Z obsahu:“ se dostanete na str. 2 (obsah). Klepnutí na malé obrázky a jednotlivé body „Z obsahu:“ Vás přenesou přímo na příslušné stránky. **NOVÉ od č. 9/00:** Klepnutím na značku „Dobrá adresa“ se otevřou naše internetové stránky www.dobraadresa.cz v aktuálním prohlížeči. Klepnutím na střed obrázku se dostanete na popis a tiráž na str. 2.

Druhá stránka (obsah):
BYLO od č. 1/00: Klepnutí na jednotlivé body obsahu Vás přenesou přímo na příslušné stránky. Klepnutím na naši e-mailovou adresu se Vám otevře nám adresovaný dopis v aktuálním e-mailovém programu. **NOVÉ od č. 9/00:** Klepnutím na značku „Dobrá adresa“ a na popis k obrázku na první straně se dostanete na první (titulní) stránku. Klepnutím na slovo „Obsah:“ se Vám zvětší obsah přes celou šířku okna.

Další strany stránky (včetně druhé s úvodníkem):
BYLO od č. 1/00: Klepnutím na jednotlivé internetové resp. e-mailové adresy se Vám otevře příslušná stránka resp. se Vám nadepíše příslušný dopis v aktuálním programu. **NOVÉ od č. 9/00:** Klepnutím na značku „Dobrá adresa“ v levém nebo pravém horním rohu stránky se přesunete na str. 2 (obsah).

KLEPNĚTE SEM!



Příloha č. 1

Lucie Pařízková: **Fotografie** (4)

Příloha č. 2

Veronika H.: **Básně** (36)

Příloha č. 3

Studenti FSV UK: **O médiích** (42)

Báseň měsíce

Tomáš Koloc (3)



O čem se (ne)mluví:

Miroslav Cingl: **Absolutní modalita absolutní vizuality** (58)

Jakub Šofar: **Vrácenky 6** (61)

Rozhovor

s Pavlem Slezákem (62)

Literaturistický průvodce Štěpána Kučery

Adéla Chudobová (66)

Hudba

Jakub Šofar: **Couvat dolů** (68)

Strž DA (recenzní prostředek) + Krmelec

Gromanova historická drtička (70)

Ze vtipných e-mailů (76)

Média

Miroslav Cingl: **Já na bráchu aneb chvála malosti** (77)

Podobrazník

Honza Hanzl: **Slovník konzervatismů** (78)

Na titulní stránce: fotografie Lucie Pařízkové (další fotografie na str. 4)

Dobrá adresa, kulturně-společenský časopis na internetu, číslo 6, ročník 5. E-mail: dobraadresa@firstnet.cz. Vydávají Přátelé Dobré adresy. Šéfredaktor: Štefan Švec. Zástupce šéfredaktora: Martin Groman. Redakce: Miroslav Cingl, Štěpán Kučera, Jan Los, Vladimír Novotný, Kateřina Rudčenkova, Viki Shock, Jakub Šofar. Grafická úprava a výtvarná redakce: Jakub Tayari. Výstavba internetových stránek: Libor Koudela. Korektury: Tomáš Koloc. Neoznačené fotografie archiv redakce, kresby Corel Corporation. Časopis vychází s laskavou podporou Ministerstva kultury České republiky a Nadace Český literární fond. Redakcí nevyžádané rukopisy, kresby a fotografie se nevracejí. Technická podpora studio Grafin a FirstNet a. s.

báSeň měSíce

Tomáš Koloc

Na Bernu mě zajímá jediné řeka Ára.
V ní zapomenete úplně na všechno
kromě života a ještě několik sekund
jste za něj vděční.



Naši milí,

už jste někdy viděli, aby časopis otiskl přílohy dřív než vlastních obsah? V červnové Dobré adrese to uvidíte. A to máme ty přílohy dokonce tři!

Úplně nejdřív narazíte na spoustu (vážně spoustu!) fotek. Jsou od Lucky Pařízkové a líbily se nám tak, že jsme jí uspořádali velkou internetovou výstavu. To je, co?

Druhá příloha jsou básničky od Veroniky H. Veronika je objev podobně jako Lucka, a tak jsme jí uspořádali velký internetový sešit. To je, co?

Třetí příloha jsou texty studentů semináře Úvod do studia médií z Fakulty sociálních věd UK. Jestli se chcete dozvědět něco o médiích, tak tady můžete. Takže potřeť: to je, co?

Kvůli přemnožení příloh jsme samotné číslo trochu okleštili, ale své nejoblíbenější rubriky najdete stejně. Jsou úplně dole.

Doufáme, že vy při čtení budete úplně nahoře (pointa mě snad ani napadnout nemohla, ale co naděláte). Mějte se do příště fajn!

Štefan Švec

Lucie Pařízková

Fotografie (*1978)

Fotit začala ve 12 letech na tajemný ruský fotoaparát. Záhadný stroj dokázal ostřit jen podle nahrubo odhadnuté vzdálenosti, ale přesto si s ním troufla fotit spolužáky a kamarády ze vsi nebo z letních táborů. Většina snímků sice nebyla úplně ostrá, ale jejich kouzlo se (jak říká) nedá popřít.

Po maturitě pracovala rok v časopise Hair & Beauty, kde zjistila, že víc než psaní článků ji láká fotografování. Za vydělané peníze si koupila první vlastní fotoaparát (Canon) a začala se focení věnovat důkladně. V té době nastoupila na studia Vyšší odborné školy publicistiky v Praze. Díky fotografickému semináři Štěpána Hona se nadchla pro černobílou dokumentární fotografii, které se doteď věnuje ze všech žánrů nejradši. Kromě toho se začala fotografií i živit – momentálně fotí pro týdeníky Instinkt, Týden a Nedělní svět. Od roku 1999 navíc vede fotografickou sekci kulturního serveru Totem.cz. Snímky, které najdete v téhle Dobré adrese, spadají do autorčiny amatérské tvorby za posledních šest let. Výběru fotografií a jejich souvislostí se zhostila redakce.



Lucie Pařízková

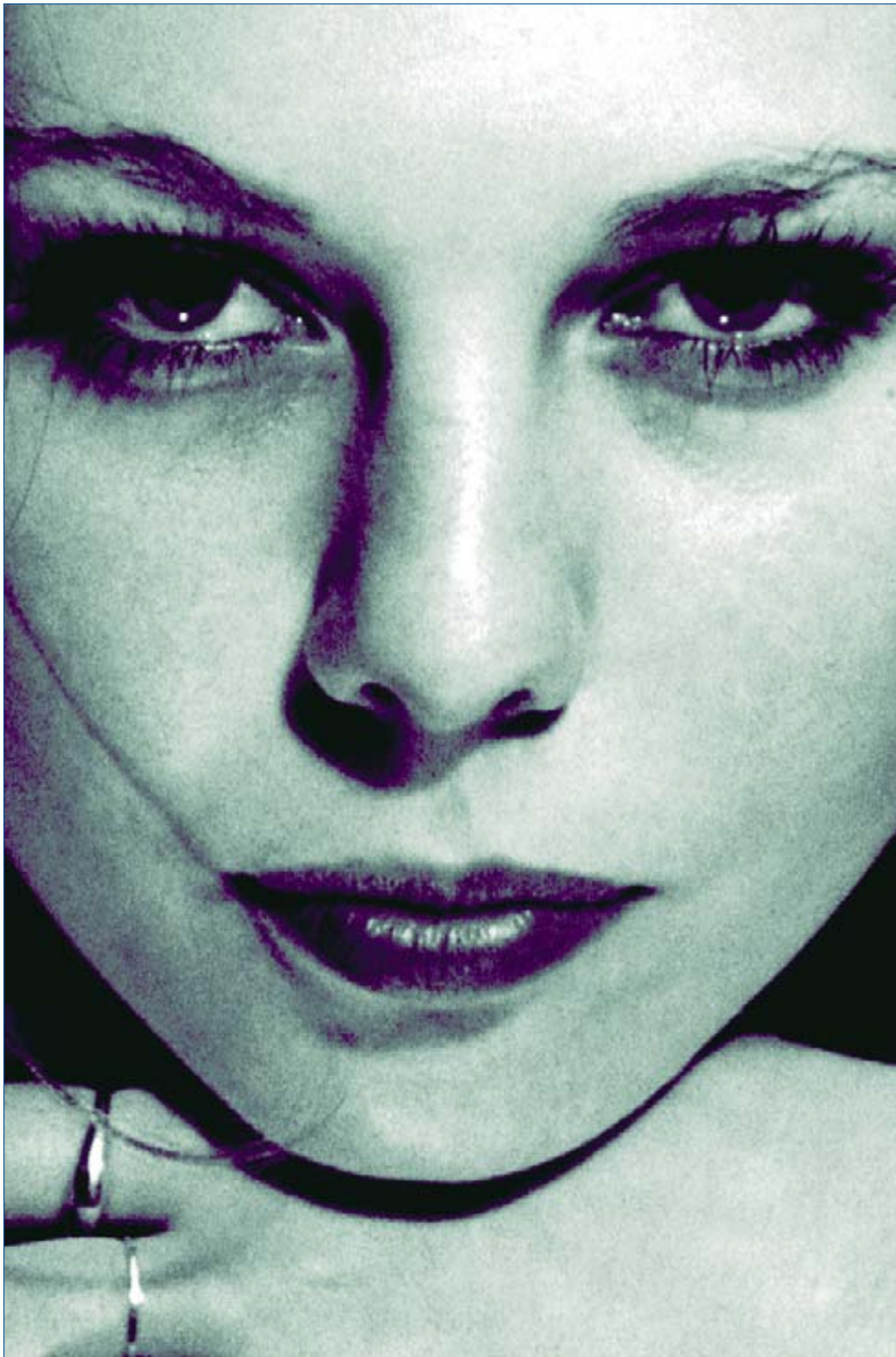


Lucie Pařízková



Fotografie

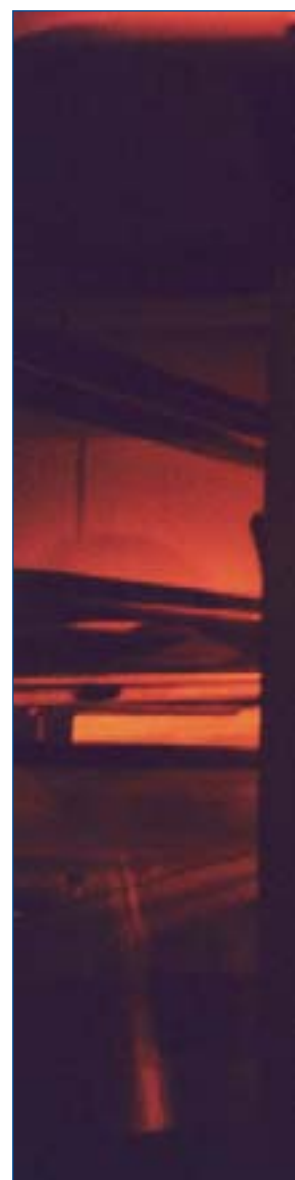




Lucie Dořínková



Fotografie





Lucie Pařízková

Fotografie





Lucie Pařízková



Fotografie





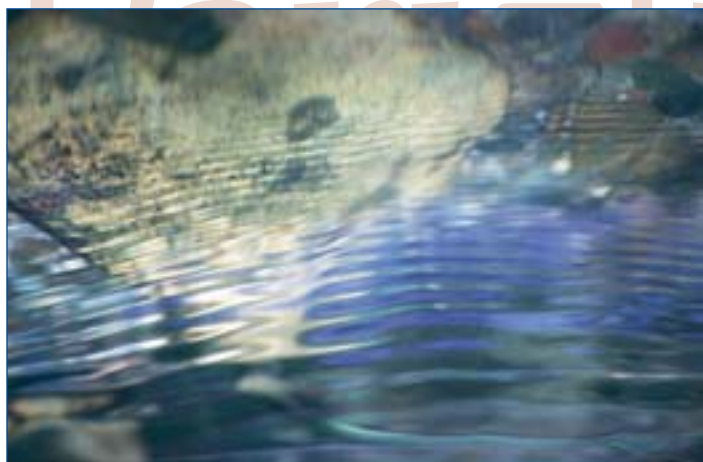
Lucie Dořínková

Fotografie





Lucie Dejchová



ografie





Lucie Pařízková



Fotografie

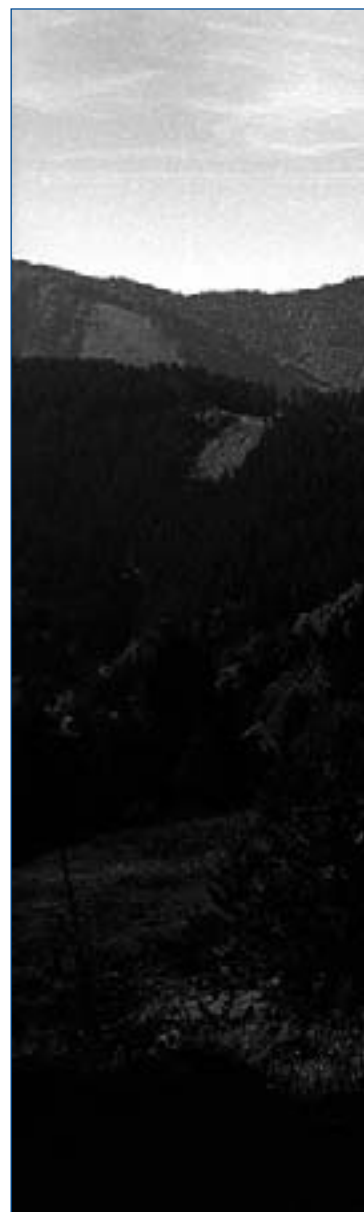




Lucie Pařízková



Fotografie





Lucie Pařízková

Fotografie





Lucie Pařízková

Fotografie





Lucie Pařízková

Fotografie

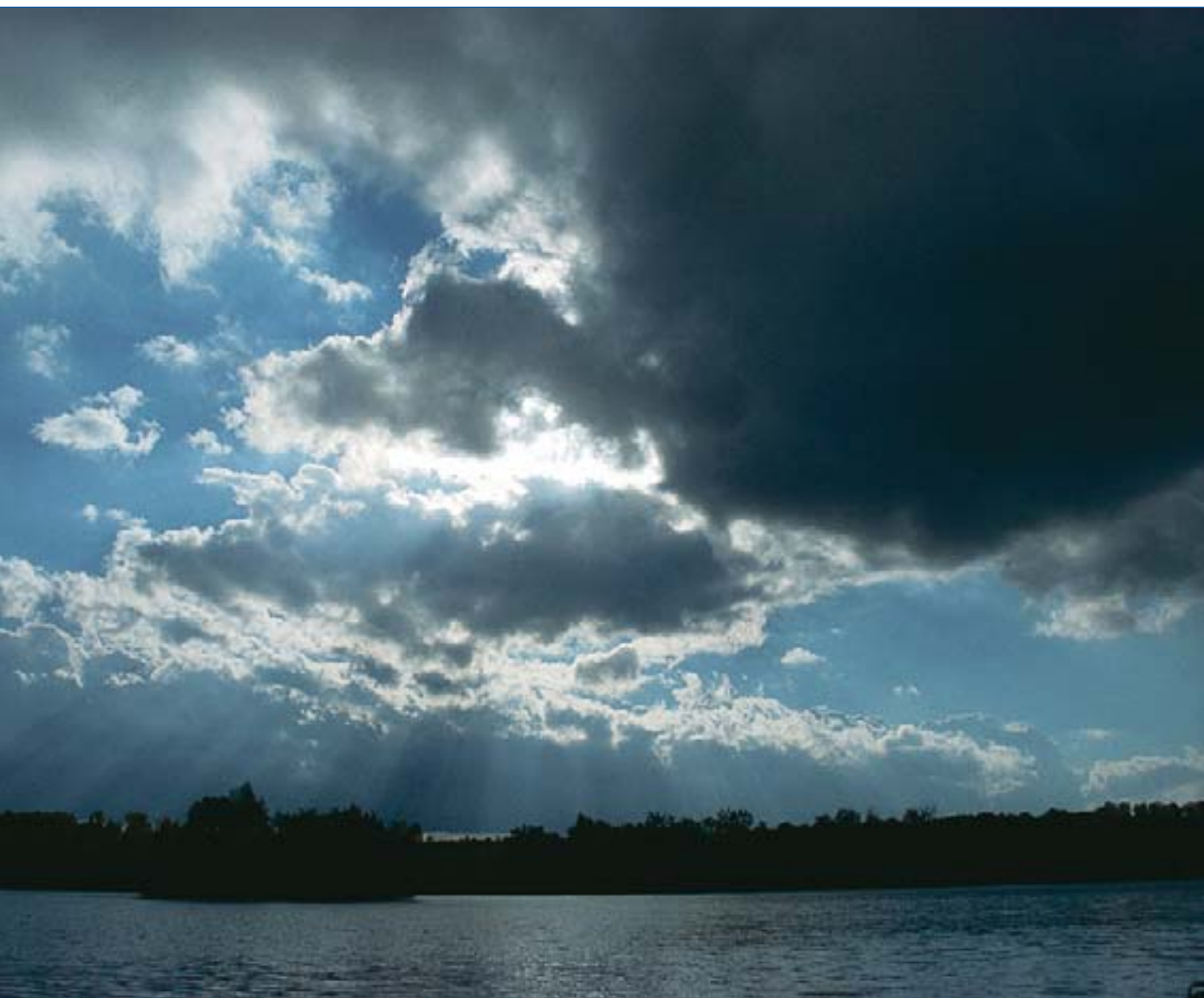




Lucie Pařízková

Fotografie





Lucie Pařízková



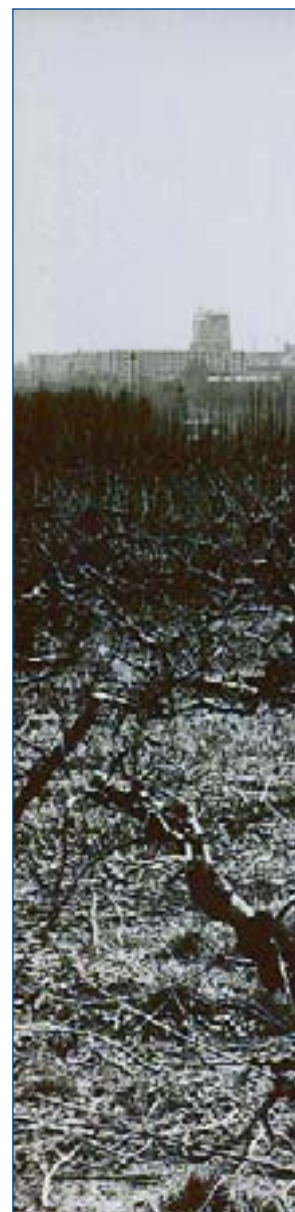
Fotografie





Lucie Pařízková

Fotografie

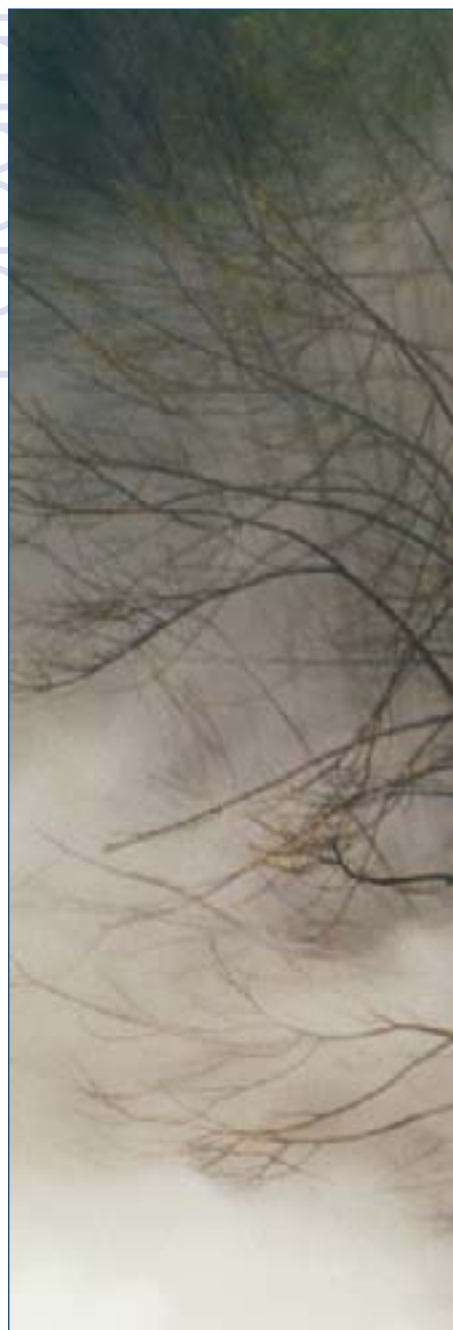




Lucie Dejmelová



Fotografie





Veronika

H

tajemná dívka z literárního
serveru Písmák

Neumím ti slušet

Z nití síť

Nechej mě
Můj milý
Mám kroužek na hrdle
A vlasy si nesmím
Uvázat
Ani se dívat
Jiným mužům do očí

A ruce nesmím křížit
Ani kotníky
Nesmím klást
Jeden přes druhý
A když jdu
Lýtka mám štíhlá
A bílá
A nepatří mi

Nechej mě
Můj milý
Když mám to ticho
Ve všech pohybech
A stočtyřmi způsoby
Jsem tvým ohledem
Samodruhá
A tělo je mému citu
Těsné
Když jsi
A zítra mě prodají

Proto mě nemůžeš
Milovat
Na svém odchodu

Kde bloudíš
A kam až oči přechází
Jde cesta k domu
I od domu
A jsou kolem akáty
Cypřiše
A fíkové listy
Oblizují zemi

Dívka se zvonky
Na kotnících
Tudy šla od řeky
A cestu
Zavlažovala v bocích
A nit
Kolem pasu uvázanou
Po krocích odvíjela

Jak poklízela zahradu
Chytila křídla
Do svých nití
Ale ty jsi prošel
Dvěřmi
O něco málo
Dříve
Pak za brankou
Jste se minuli

Té niti
Co směřovala
Jsi nevěnoval
Význam

Jak málo ses lišil
Od té na cestě
K domu
Svým
Protisměrem

Muž odnikud

Slabost pro vlky

Granados v křesle

(věnováno E. K.)

do šíře těch ramen
opřu se
a jsou to dálky
mezi pravým a levým
než dojdou od jednoho
za druhým
kde dvojí síla je
pod kůží

pod kůží
vešel
se mi celý
mám sny o snech
na kožešině
v jeho nohách

vím že tu byl
a právě šestý
z mých smyslů
ho miluje
ty do pěti
neumí snad ani
do pěti počítat
jsou tolik
poblázněné

a chybí mi
honácký pes
aby urovnal
všechno rozběhnuté
protože muž odnikud
nikam
mě neodvedl

Mám šíji laně
Jakkoli je to nesmyslné
A příliš sladké
Mám šíji laně
A vlkům věrně
Sluším

Mám šíji laně
A bílá jsem
A necudná
A není divu
Že ti silní
Otáčejí hlavy

Mám šíji laně
A do lovišť
Ráda chodím
Vzpřímenou chůzí
Jsem vyšší
Než kdejaká oběť
A tráva se vlní
Podle mne

Mám šíji laně
A vlkům
Pletu se do cesty
A nedokážu
Jinak

A tóny byly jako o život
Když spočinula
U jeho nohou
I hlavu sklonila
Aby se čelem dotkla
Chladivých kamenů
Ach bože
Jak vydržet tu úzkost
Jak vůlí zůstat nehnutá
S jejím vším
Nadosah

A nerozumím té náklonnosti
Která se neplazí po chodnicích
Ani se netyčí nad vším podstatným
Jen pod prsty kroucené vrby
Je

A kdybys nic z toho nepopřela
A přišla ke mně
A zbůhdarma rozdala se mi
Nemusela bych ani klečet
Abys cítila tu důvěru
S úctou Tvá
Jsem

A nerozumím té náklonnosti
Nerozumím té lásce

Komu patří otrokář

Jednou se nesvléknu
Nepůjdu v průvodu
Poběhlic
Neuvážu si lucernu
Kolem pasu
I těch kruhů
Se zbavím

Jednou se nesvléknu
Neposlechnu tvá ramena
Neleknu se biče
A tvůj hlas bude mi cizí

Jednou se nesvléknu
A do tvých očí
Pohlédnu
Více než zpříma
A můj bude dialog
I mlčení
I ta čistá černota
Tvé přímosti
Mě neznehybní
A nebudu průzračná
Rozumíš?

Jednou se nesvléknu
Jednou se nebudu chvět
Až v samé podstatě
A nebudu chtít
Abys mě třeba jen přehlédl
Nebudu silná
V tvém ohni neoddám se –
Vždyť jsem voda

Jednou se nesvléknu
Vzal jsi mě kdysi
Na konec světa
A já padala prasklinami
V hrázích
Přetekla okraje
Řítila se
A ty příběhy jsou
K neutišení
Ale nesvléknu se
Už se nesvléknu
Nesvléknu!
Vždyť je to k smíchu!
Kdo to kdy slyšel?
Svlečená voda!
...

Hladký povrch ženy

Jak muži vůbec dokáží
Unést ty přímosti
Pohledů
Milující ženy

Jak dokáží
Udržet svá ramena
A nerozbít své tělo
Na nepotřebné
Drobnosti
Když ona

Dívá se

Jak dokáží
Znovu a znovu
Čelit těm průvlakům
Mezi oblastí
A plnem

Jak dokáží
Nemstít se
A nevykrvácet
Když ona celým svým
Prostorem

Dívá se

Prodavači skla

Zeptejte se mě

na ženy

Jsou muži
Co prodávají průzračnost
Až do dna
Ve vhodných číších
Den po dni

Jsou muži
Co neodejdou do Mekky
A ženy na ně nečekají
A přítomnost
Oddychuje před krbem
Den za dnem

Jsou ženy
Pouště
Co sedávají pod datlovníky
A jejich sny
Mizí za první dunou
Den ode dne

Jsou ženy
Pouště
Které se loučí se svými muži
U studny
A všechen vzduch
Koření svou vůní
Aby se muži
Vrátili
Za tolik dní

Jsou prodavači skla
A jsou muži
V karavanách
A ženy
Jsou nucené
Mezi nimi
Neustále
Volit

Jsou...
Marnivé
A půvab mají v ohybech
V arkádách nejdou
Nikdy o samotu
A když
Tak výrazně

Jsou
Skloněné
Jen pro tu hýčkovost
A dary
K potřebě mužům
Vším
Co je za zrcadlem
A zbraně jsou
V jejich rukách
Surové...

Ale nemůžu o nich vyprávět
Neboť bych porušila
Vnitřní linii lovu

Ateliér mého muže

Když chcete vědět –
Nemám svůj portrét
Nejsem tou dámou v oleji
A vosku
Ani tou dívkou
V rytině
Všechny ty ozvěny
S hranostajem
Všechny to Giocondy
A krásy čtoucí dopis
Všechny ty s perlami
Na půdách –
Variace ženy

... ne že bych nechtěla...

Já ale v rámu nepostojím
Podstavecům vratká jsem
A formy nestačí mi v dechu
Nesnídám krásná sama na sametu
A líné je mi zdlouhavé
V kuželu světla
Vleklé hodiny

Je možné
Že si mě svět proto
Nezapamatuje

Heroldka

Ta s šavlí u pasu
V kalhotách
S formací
Zúžených zřítelnic
Není tak docela
Žena
Smí zabíjet

Po polích
K ránu s košem chodí
Oddělí hlavy od těla
A zpívá si
Oči těch mrtvých
Zdobí kaméliemi
A když už tíhu
Neunese
Opírá se
O svůj znak

A její chrámy jsou tiché
Bez plaček
A bez obětín
A stojí v těch
Polích

A neobejdou ji

Misky s rýží mají

své příběhy

u řeky
a v některých z džbánů
je moudrost
starých žen

a kolik už bylo
nahých obětinek
co bohům šplhaly
do pelechů
když staré ženy
už dávno poklidily
a křik dětí
vehnaly do bezpečí
bran

a kolik už zbylo
placek od snídaně
i těch okoralých
když mladé
zůstaly na zemi
s modřinami
jak mužům
se znelíbilo

staré ženy
jsou bez lítosti
a v rýži
jejich otisky
uvařené

Princip(ál) ženy

obdarujte mě
nachovou stopou
na milimetr přesně
dlouhého
biče

žente mě
ostřím suchých travin
uřícenou
sražte mě k zemi
a v prastarých výdutích
vyhrožujte mi
lávou

nabídněte mi
kruh
abych prostoupila
a odolejte
mým
krajinám plaček

buďte vrtošiví
a mějte všechno
co kdy chcete

ale nedovolte svým chybám
aby přehlédly mou
krásu

Kočár na cestě z Roissy

démoni hladí
jinou ženu
je čas odjet
má milá
neděs se známých
původů
ještě tě
doprovodí ten pach
i vraníci jsou muži
změna je uvnitř
pozvolná
za otevřeným kruhem

a klisny budou
kruté
že se neohlédnou
i bez klapek
cvalem lhostejné
k tvému zpocenému
všemu
v těch provazech
(a co už kolen
jsi prodřela!)

a budou se vracet
všechny ty cúčky
za živa uřezané
budou se vracet
ty ulice
a hlasy za dveřmi
bude se vracet
všechno
čímś kdy byla
a výmoly nerozbijí
kola
která se točí

ale ty klisny
mají mladé
a tys je ještě
neviděla
proto se nevrátíš

Ženám jsou luky stejně dlouhé

všechny ty ženy a žínky
schované
za tětvou luku
všechny ty korouhve
i palisády zvyků
ty neomylné koso
a rány do těla
se slávou kráčí
ty sukně do eposů
jsou v kůži
a zbraně mají hluché

všechny ty ženské
s hrdými štíty
tamborky v čele
s bubny po kolena
všechny ty
dívky
s copy kolem pasu
vpletené do bičů
a ostřejší meče
jsou mužům
navzdory

nesvolně svolné
jsou ty kadeřávky
a s krutostí
odkládají
části svého těla
i s atlasem a brokátem
a zraňují se
ve zranění
svých mužů

která se dřív
v mužích
zabije

O Studenti FSV UK: médiích

Zpravodajství a zpravodajské hodnoty v tištěných médiích

Noviny jsou archetypem a prototypem všech moderních masových médií a zpráva je ústřední složkou novin, i když zdaleka ne jedinou,“ cituje Tunstalla Denis McQuail v knize Úvod do teorie masové komunikace. Rádio a televize se objevily mnohem později než noviny a byly podle nich do určité míry modelovány. Není tedy žádným překvapením, že první pokusy o definici zpravodajství jako žánru vycházely právě z novin. Zpravodajství je „výpověď o věci, která se něčím vnucuje“ (Walter Lippman, 1922). Zpravodajství je časové (a aktuální), nesystematické, pomíjivé, má zlomkový charakter, slouží k orientaci a socializaci, zabývá se zajímavými, neobvyklými a významnými událostmi (Robert Park, 1940).

Jaké vlastnosti tedy musí zpráva splňovat, aby vůbec byla zprávou? S konceptem zpravodajských hodnot jako první přichází v roce 1922 zmíněný Walter Lippman v knize Public Opinion. Roku 1965 na něj navázali Johan Galtung a Marie Rugeová ve článku The Structure of Foreign News, kteří na základě již existujících zpráv určili 12 organizačních, žánrových a sociokulturních hodnot, které byly většinou z nich společné: frekvence shodná s vydáváním periodika, razance, jednoznačnost, význam pro recipientu, souznění s určitou představou o světě, překvapivost, kontinuita, variace (odlišnost vzhledem k ostatním zprávám), vztah k elitním národům, vztah k elitním osobám, negativita a personalizace.

Joseph R. Dominick v knize The Dynamics of Mass Communication (Upd. 1994 Edition) tento dlouhý seznam zredukoval na pět základních, „uživatelsky přívětivějších“ bodů:

1. Novost. Zpráva musí být nová, aktuální.

2. Blízkost. Pro konzumenta médií je důležitá taková zpráva, jaká se stala blízko němu. Propad poddolované oblasti dva kilometry od města, v němž žije, ho zajímá víc, než dalekosáhlé ničivé zemětřesení na druhé straně zeměkoule. Důležitá je však nejen geografická, ale také psychologická blízkost. Paleontologa, který bydlí poblíž té poddolované oblasti, z níž už předtím všechny zkameněliny vykutal, bude naopak spíš zajímat ta druhá strana světa, kde by ještě nějaké zkameněliny mohly zbýt.

3. Důležitost. Čím je osoba význačnější, tím hodnotnější je jako zdroj zpráv.

4. Závažnost. Události, které mají velký dopad a značné následky či důsledky, mají větší hodnotu.

5. Zajímavost. Nedostatek významu je v řadě zpráv suplován jejich emocionálním nábojem, ironičností, bizarností či dramaticitostí. Takovému zpravodajské texty většinou přinášejí příběhy běžných lidí v neobvyklých situacích, s nimiž se čtenáři mohou ztotožnit.

Jednotlivé z těchto hodnot nalézají v různých typech tisku a v různých typech zpráv různou mírou uplatnění. Některé z nich jsou typické spíš pro tzv. hard news (např. závažnost), jiné spíš pro soft news (např. zajímavost).

Celkem vzato jsou tyto hodnoty společné při výběru zpráv pro všechna média všeobecně; lišit se může význam, jaký je jednotlivým hodnotám v jednotlivých médiích přikládán (událostem, jež jsou zajímavé vizuálně – např. volba miss – bude věnováno více prostoru v televizi než v rádiu). Výraznější odlišnosti nastávají v okamžiku zpracování události. Pro kompozici zprávy v tisku je příznačná řada všeobecně známých, konkrétních zásad, jako například model obrácené pyramidy, shrnutí nejpodstatnějších prvků v čele zprávy a zodpovězení základních otázek KDO, CO, KDY, KDE, případně JAK, PROČ, výstižný titulek, který pokud možno obsahuje činné sloveso, apod. Pro tisk je také charakteristické řazení zpráv do jednotlivých, stálých rubrik, umísťování nejdůležitějších, nejzajímavějších zpráv na titulní stranu atd.

Činnost, při níž nejprve zpravodaj a poté editor či šéfredaktor rozhoduje, zda je zpráva skutečně podstatná a zda si zasluhuje být zařazena do zpravodajství, se nazývá gatekeeping. (Pojem zavedl Američan David M. White roku 1950.) Odpovědná osoba posoudí danou událost, daný článek, zváží, zda vyhovuje (neboli neformálně zjišťuje, zda splňuje příslušné zpravodajské hodnoty), a podle toho jej do média skrz pomyslnou „bránu“ pustí, nebo také nepustí. Všeobecně platí, že čím větší je médium, tím víc má vrstev gatekeeperů.

Při psaní zpráv pro tisk (i pro jiná média) a tedy i při gatekeepingu je zapotřebí mít na mysli i poněkud jiné než zpravodajské hodnoty, a to hodnoty morální. Pomůckou může být etický kodex novináře. Myslím, že vzhledem k aktuálnímu stavu českých médií je skutečně potřeba, ale je nezávazný, takže bývá často porušován. Zejména je neustále nutné uvědomovat si, jak ten který zpravodajský příspěvek zapůsobí na čtenáře, pečlivě si z morálního hlediska promyslet, jaký dopad může ten který článek mít, zda ho vůbec napsat či otisknout, případně jak ho podat a co zdůraznit. Zá-

hodné je například při shrnutí roční statistiky dopravních nehod pro varování uvést, kolik z nich se stalo pod vlivem alkoholu.

Jak uvádí McQuail, kromě novinářských kodexů jednotlivých států existuje také kodex mezinárodní, nazvaný International Principles of Ethics in Journalism (Mezinárodní zásady etiky v žurnalistice), připravený pod dohledem UNESCO. Obsahuje deset článků, které lze shrnout takto:

- I. Právo lidí na pravdivé informace.
- II. Oddanost žurnalistů objektivní realitě.
- III. Společenská odpovědnost novináře (zpráva má být společensky prospěšným jevem, ne pouze zbožím).
- IV. Profesionální integrita novináře (novinář má právo odmítnout práci, jež je v rozporu s jeho přesvědčením či morálkou).
- V. Veřejná dostupnost a participace (právo na odpověď apod.).
- VI. Úcta k soukromí a lidské důstojnosti.
- VII. Úcta k veřejnému zájmu.
- VIII. Úcta k univerzálním hodnotám a odlišnosti kultur.
- IX. Eliminace války a jiných velkých zel, jímž lidstvo čelí.
- X. Prosazování nového světového informačního a komunikačního řádu (demokratizace informací a komunikace apod.).

Řada z těchto morálních hodnot však bere za své při tzv. boji o čtenáře, nebo přesněji o přízeň publika. Lidé v poslední době čtou čím dál méně, a tak musí tištěná média čelit nejen konkurenci ostatních „papírových“ periodik, ale také sílícímu vlivu audiovizuálních médií. Vydavatelé novin i novináři samotní tak musí podstupovat čím dál tím víc kroků, aby svůj tisk zatraktivnili a přizpůsobili rostoucím nárokům veřejnosti. Přesto se u nás ani ve světě tištěným médiím příliš nedaří bránit se setrvalému poklesu čtenosti na úkor televize či internetu. Dominick uvádí následujících pět bodů, které jsou pro boj o čtenáře nejcharakterističtější:

Řada z těchto
morálních hodnot
však bere za své při
tzv. boji o čtenáře,
nebo přesněji
o přízeň publika.
Lidé v poslední době
čtou čím dál méně,
a tak musí tištěná
média čelit nejen
konkurenci ostatních
„papírových“
periodik, ale také
sílícímu vlivu
audiovizuálních
médií. Vydavatelé
novin i novináři
samotní tak musí
podstupovat čím dál
tím víc kroků, aby
svůj tisk zatraktivnili
a přizpůsobili
rostoucím nárokům
veřejnosti.

Studenti FSV UK: médiích

- Používání více barev. Zpočátku bylo charakteristické zejména pro bulvárni tisk (viz dále), ale v současnosti se barvám nebrání ani seriózní tiskoviny. V USA přešly poslední černobílé deníky k používání barev okolo roku 1990; v naší zemi k tomu došlo před pouhými pár lety.
- Změna celkového vzhledu a uspořádání zpráv. Spousty fotografií a grafických doplňků (tabulek, schémat, přehledů) jsou nyní rozestety napříč celými novinami. Jednotlivé články mívají pokračování na dalších stránkách méně často než v minulosti (zřejmě si budeme muset ještě chvíli počkat, než se tento jev ve větší míře rozšíří i u nás).
- Změna stylu psaní a editování. Zpravodajské příspěvky jsou kratší a jsou psány živěji a úderněji. Článcům předchází krátké shrnutí hlavních bodů, umístěné pod titulkem, popřípadě je po stránkách lemují sloupky či grafy s doprovodnými informacemi.
- Změna obsahu celého listu. Stále více novin přestává tisknout obšírné texty pojednávající o jednáních vlády. Stále častěji se objevují články, které se zabývají životním stylem, módou, zábavou, a články, jež jsou někdy popisované jako „zprávy, které můžete využít“, například „Jak najít ideální opatrovatelku dětí“ apod.
- Noviny přikládají rostoucí význam zpětné vazbě od čtenářů. Velký význam přikládají speciálně zaměřeným průzkumům, jež jsou důležité pro určování obsahové a marketingové strategie.

Mnoho z těchto snah se zaměřuje právě na vrstvu, kterou je nejtěžší něčím zaujmout: na mladé čtenáře. Se změnou stylu (používání křiklavých barev či velikých titulků) jde ovšem ruku v ruce také změna obsahu. Snaha zavděčit se za každou cenu co největšímu počtu čtenářů může vést k upřednostňování zajímavosti před závažností a k bulvarizaci tisku. Čím větší je cílová skupina, tím nižší je její průměrný vkus. Nízký vkus čtenářů vede k nižší úrovni novin a nižší úroveň novin vede k dalšímu snížení čtenářského vkusu. Podobný koloběh však podle mého názoru nemůže pokračovat donekonečna – noviny, které se za každou cenu chtějí stát novinami pro všechny, se nutně nakonec stanou novinami pro nikoho, a čtenáři, kteří budou stát o zasvěcené informace, začnou s postupným úpadkem serióznosti odpadat a hledat si jiná periodika.

Jako jeden z prvků bulvarizace je možno chápat i vkládání nezpravodajských materiálů do zpravodajství. Jedno ze základních pravidel žurnalistiky přitom říká, že zprávy mají být od nezpravodajských textů (např. publicistických komentářů či reklamy) zřetelně odděleny. Jedním typem takovýchto útvarů jsou také PR (public

relations) materiály. Některé články – například příspěvky informující o výsledcích průzkumů a srovnávající čtenost daného periodika s jinými periodiky – stojí v neostře šedé zóně mezi zprávou a PR prezentací. Při psaní PR textů (a při vztazích s veřejností všeobecně) platí podle Dominicka dvě základní zásady:

- 1) nespekulovat, dávat do oběhu pouze ověřené a pravdivé informace,
- 2) nic nezatajovat (o zkreslování nemluvě).

Většina nezpravodajských materiálů vřazených do zpravodajství nicméně nemá PR účely, ale jejím smyslem je pobavit čtenáře a udržet jeho pozornost. Tyto příspěvky však mají větší roli v televizním či rozhlasovém zpravodajství než v tištěných médiích. K novinám se může recipient vracet a číst je, až bude mít chuť, přičemž doplňkové zábavné prvky v podstatě simultánně poskytuje přímo jeho okolí, v němž se nachází, a působí na něj spousta externích vlivů i ostatních médií. Oproti tomu divák sleduje televizní zprávy většinou až večer doma v obýváku, kde jeho uvádající pozornost nemá kromě zpráv samotných co oživit, a navíc se k nim po jejich odvysílání ani nemůže vracet. Jak už jsem říkal, nezpravodajské materiály ve zpravodajství jsou každopádně jedním z projevů bulvarizace, ale tento problém hraje mnohem závažnější roli v audiovizuálních médiích než v tisku.

Milan Pohl

Použitá literatura:

- [1] Dominick, Joseph R.: The Dynamics of Mass Communication. New York, McGraw-Hill, Inc., 1994.
- [2] Jiráček, Jan a Köpplová, Barbara: Média a společnost. Praha, Portál 2003.
- [3] Osvaldová, Barbora a kol.: Zpravodajství v médiích. Praha, Karolinum 2001.
- [4] McQuail, Denis: Úvod do teorie masové komunikace. Praha, Portál 2002.

Reklama

Podle knihy Úvod do studia médií „reklamu nelze považovat za další typ komunikace, nýbrž za způsob využívání různých existujících forem komunikace za účelem dosažení vytyčeného účinku.“ Reklama využívá přesvědčovacích prostředků, které používáme v rámci každé komunikace, jejímž cílem je protějšek o něčem přesvědčit. Snaha ovlivnit druhé není specifikem komunikace reklamní – je podstatou komunikace jako takové.

Reklama je komunikace záměrná a cílená. Tím, že chce příjemce sdělení ovlivnit a o něčem přesvědčit se netají. Reklama jako komunikace má zpětnou vazbu v podobě nárůstu spotřeby propagovaného produktu a prostřednictvím průzkumů trhu. Reklamy se snaží vytvářet iluzi, že mezi produkty a službami jsou zásadní rozdíly. Nepropaguje pouze výrobky, ale také celkový životní styl, v jehož rámci se daný výrobek či služba uplatňuje. Tyto životní styly jsou vyhrocenými podobami existujících životních stylů a tužeb (ty se zjišťují průzkumem trhu).

Reklamní sdělení mají stereotypní povahu. Reklama prezentuje „lidské typy“, které jsou rychle rozpoznatelné a se kterými si každý spojí jisté vlastnosti, schopnosti, situace, hodnoty a podobně. Tím, že stereotyp opakuje, je reklama upevňuje. Je zdrojem informací o hodnotové orientaci, ideologii a kultuře dané společnosti. Analýzou reklamy tak můžeme zjistit, jaké byly vdané době a v daném sociálním a kulturním kontextu převládající hodnoty. V tomto směru je reklama cenným zdrojem informací o dané společnosti (Kdyby v baroku existovaly modelky, určitě by neměly pod metrák).

V reklamě jsou stereotypy často spojovány s tím, co už diváci znají z různých žánrů. Reklamy obsahují přímé odkazy k nejruznějším pořadům a jejich hlavním hrdinům (Superman a prací prášek, Longer a kovbojka). Jakmile je reklama zpracována podle určitého žánru, nabaluje na sebe všechna poselství, hodnoty a asociace tímto žánrem spojené (= Longer je pro drsnáky).

Reklamní sdělení nám většinou sdělují, jak je pro naši psychickou rovnováhu důležitý nákup toho či onoho.

Podle Jerryho Mandera je cílem veškeré reklamy je vyvolat nespokojenost nebo, jinými slovy, vnitřní nedostatek spokojenosti.

Podle modelu AIDA vytvořeného reklamními profesionály má každé reklamní sdělení má vzbudit pozornost (Attention), zájem (Interest), vyvolat touhu (Desire) a motivovat k činu (Action).

A. T. Poffenberger, který vychází z poznatků psychiatrie, uvádí ve své knize Psychologie v reklamě žebříček témat, která táhnou, témat, která přitahují pozornost: chuť–hlad, láska k potomkovi, zdraví, sexuální přitažlivost. Na konci seznamu se nachází zábava, stydlivost a škádlení.

Prostředky přesvědčování mohou být:

- Opakování
- Odměna
- Trest (Na hranici citového vydírání, „Nepropáste svou životní šanci“, Vichy.)
- Apel na sdílené hodnoty (Šťastná rodina u společné snídaně.)
- Ztotožnění a nápodoba (Využívání typů či osobností, které členové cílové skupiny obdivují, které uznávají. Viz Harry Potter, James Bond, modelky, herečky... Člověk se svému ideálu snaží přiblížit aspoň tím,

že používá stejnou značku auta /pasty jako on/ona. Když už není stejně krásný, inteligentní a šarmantní, může mít díky použití jistého krému, šamponu... aspoň stejně „svěží plet“ a „zářivě lesklé vlasy“. Tak se svému vzoru alespoň přiblíží.)

- Skupinová identita (Člověk má přirozený sklon začleňovat se do různých skupin. Jde mu o pocit bezpečí, jistoty, sounáležitosti, ale i určitého postavení. Reklamy jsou založeny na vnuknutí představy, že koupí jistého výrobku/služby se automaticky zařadí do určité [referenční] skupiny.)
- Splnění touhy (Spojení produktu s naplněním tužeb – správný parfém mi zajistí přízeň žen/mužů.)
- Potřeby
- Provokace

Recipient reklamy je vystaven mnoha rozporům, rozporným tvrzením – každá reklama na automobil tvrdí, že právě tento automobil je ten nejbezpečnější, nejekonomičtější... Recipient takového sdělení „neví, čemu má věřit“ (bezpečná jsou podle reklam všechna auta), a proto si já osobně myslím, že podobné fráze ztrácejí na efektivitě.

Jeden z nejmarkantnějších rozporů můžeme sledovat na reklamách na cigarety – slibují nám úžasný život, skvělé zážitky a pohodu (Tak chutná Amerika, Pro správné party...), ale pod těmito slogany podkreslenými malebnou přírodní scénérií či atraktivními mladými „cool, free a crazy“ lidmi stojí nápis „Kouření způsobuje rakovinu“.

Reklama často předkládá protichůdné ideály: jednou ukazuje ženu jako zanícenou hospodyňku, jejímž životním posláním je zbavit se všech potenciálních bakterií, které by mohly ohrozit život jejich dětí, podruhé

Studenti FSV UK: médiích

je prezentována jako úspěšná samostatná svobodná manažerka (tady je ale oproti minulosti posun – ještě před několika lety se v žádné reklamě např. na bankovní služby ženy neobjevovaly – byly reklamou stále vnímány spíš jako domácí puťky. Dnes už je v reklamě přípustné ukázat, že i žena může být ekonomicky úspěšná – viz reklamy na e-banku.

Na první pohled by se dal přehlédnout rozpor, který na svých inzertních stránkách prezentují nejrozličnější módní časopisy: zatímco spodní prádlo je předváděno modelkami s poněkud plnějšími tvary, oblečení svrchní většinou prezentují manekýny neženského chlapčeského vzezření. Další kontrast je v tom, že oblečení pro ekonomicky aktivní ženy (jiné si je nemohou dovolit) předvádějí teenagerky.

Williamsová (citována v McQuailovi) říká: Ideologické působení reklamy se uskutečňuje skrze přenášení důležitých významů a představ (mýtů) ze světa zkušenosti (krása, úspěch, štěstí) na komerční produkt a následně na nás samé.

Komerční produkt se stává prostředkem k dosažení společenského nebo kulturního postavení a pomáhá nám být tím, kým bychom chtěli být. Jsme rekonstituováni reklamou, ale končíme s imaginárním, a proto falešným, pocitem svého skutečného já a svého vztahu k reálným podmínkám našeho života.

Reklama převádí užitnou hodnotu produktu na tzv. směnnou hodnotu, která nám dovoluje získat (koupit) štěstí a jiné ideální hodnoty. Působí podle Williamsové ideologicky hlavně tím, že nám říká, kdo jsme a co chceme.

Různí se názory na tzv. otevřenost či uzavřenost reklamních textů. Jedni tvrdí, že jde vždy o text uzavřený. Naproti tomu McQuail uvádí, že reklamy mají různou míru otevřenosti textu: často jde o víceznačná hravá sdělení. (Otevřenost textu podle Eca: otevřený text je takový, jehož diskurz se nepokouší přinutit čtenáře k přijetí jednoho určitého významu či interpretace.) Nesmíme zapomínat, že reklama produkt, který podporuje komerční, podnikatelskou podstatu médií. Reklama podmiňuje existenci komerčních médií (Příjmy z reklamy např. podle Úvodu do studia médií pokrývají z více než dvou třetin náklady na výrobu novin.) a pomáhá rozvoji průmyslu.

McQuail staví vedle přenosového a rituálového modelu komunikace ještě model propagační, tzv. publicity model. Prvotním úkolem masových médií podle něj často není přenést určitou informaci, sjednotit veřejnost nějakým kulturním projevem, vírou nebo hodnotami, ale jde prostě o to předvést se, získat a udržet pozornost.

Média pak získanou pozornost publika prodávají inzertům. Média obchodují s předpokládanou pozorností svých konzumentů.

Stále se diskutuje o tom, jestli a jak inzertní média ovlivňují. O vlivu inzertů na média můžeme hovořit přinejmenším v tom smyslu, že média mají tendenci sladit své mediální obsahy se spotřebními vzorci cílového publika. Příklad: Milionáře sledovalo hodně důchodců, kteří jsou pro zadavatele televizní reklamy zajímaví jen okrajově. Proto (jedno z vysvětlení) došlo ke změně moderátora – nasadili mladšího člověka, který má přitáhnout mladší lidi.

Jerry Mander ve své knize Čtyři důvody pro zrušení televize prezentuje svůj názor, že alternativní pořady se v televizi objevují jen zřídka, protože vedle psychologicky rafinovaných a technicky dokonale zvládnutých reklamních bloků dostatečně nevyzní a nemají šanci diváka zaujmout, nemají šanci upoutat jeho pozornost. Na druhé straně se domnívá, že televizní pořady nemohou být natolik dokonalé, aby vedle nich nevyzněly reklamy.

Jiní autoři se domnívají, že snaha médií získat tytéž inzerty vede dokonce k jejich uniformitě (nabízejí totéž, protože se snaží získat totéž publikum protěhož velkého inzertanta). Markantně se to údajně projevuje na amerických komerčních stanicích, v Evropě se tento trend zatím neprojevuje, a to hlavně díky existenci veřejnoprávních médií, a díky tomu, že zde neexistuje tak velký trh jako v USA. (Peacock, 1986)

Publikum je pro média obchodovatelným artiklem. Aby je mohli inzertům co nejefektivněji prodat, je třeba je popsat a vytypovat přesně to množství či segment publika, který zadavatel žádá. Probíhá proto komerční výzkum konzumentů médií, který měří právě

velikost publika a jeho složení, ale sledují také jeho návyky, preference a postoje.

Velikost a struktura jsou tedy v oblasti komerčního využití hlavními parametry publika.

U tištěných médií se sleduje náklad (= počet vydaných výtisků jednoho čísla), ověřený náklad (= počet vydaných výtisků garantovaný nezávislým auditorem), prodaný náklad (= počet prodaných výtisků uváděný většinou pomocí tzv. remitendy, což je počet neprodaných výtisků) a četnost (odhadovaný počet čtenářů).

Rozhlas a televize uvádějí sledovanost neboli rating (= v procentech vyjádřený podíl diváků či posluchačů, kteří určitý pořad či určitou stanici sledovali, ze všech těch, kdo disponují přijímačem) a podíl na trhu neboli share (v procentech vyjádřený podíl diváků, kteří sledovali určitý pořad či stanici z těch, kteří měli ve sledovaném období zapnut přijímač).

Výrobky různých médií jsou zaměřeny na předem vybrané publikum. Takové publikum je třeba nejprve rozpoznat, nebo dokonce vytvořit. Pořad komerční stanice se většinou nerozběhne pokud se analýzou trhu nezjistí, zda bude mít dostatečně velké publikum (Jiráček). Já bych řekla, že je nutné brát úvahu právě i složení publika s ohledem na inzerenty. Řídicí pracovníci v médiích tak vlastně uvažují jako inzerenti – snaží se dopředu zjistit, kdo by o jejich produkt (pořad/auto) měl zájem.

To, že inzerce je významným zdrojem příjmů médií vede k vylučování některých skupin příjemců. Jde o to, že určité publikum je pro inzerenty prostě nezajímavé. Média, která by se tomuto publiku snažila vyjít vstříc, by neměla šanci prodat svou inzertní plochu. Ještě jsem neviděla pořad ani

reklamu zaměřenou na svobodné matky, alkoholiky (vyjma reklamy sociální). Viz britský deník Daily Herald, který zkrachoval, protože byl zaměřen na chudé dělnické vrstvy.

Reklama v jednotlivých médiích má svá pro a proti (uvádím jen některá):

Celostátní deníky

Výhody: Prostředí aktivního vyhledávání informací, masové publikum.

Nevýhody: Problematické oslovení konkrétních cílových skupin, nekvalitní papír, stárnutí novin – nikdo se k nim opakovaně nevrací.

Časopisy

Výhody: Možnost zasažení specifických cílových skupin, delší životnost (lidé se k časopisu vrací), kvalitnější papír, využití redakčního kontextu.

Nevýhody: delší doba k vybudování čtenářské obce – časopis potřebuje k dosažení své čtenářské obce 4–7 týdnů), přeplněnost inzercí.

Televize

Výhody: Působení na více smyslů, působení v rovině one-to-one komunikace (sdělení působí osobněji, neanonymně), masový dosah i selektivita (pokrývá celou společnost, ale jednotlivé pořady mají své diváky).

Nevýhody: Vysoké náklady, přepínání, přeplněnost, omezený prostor.

Rozhlas

Výhody: Možnost efektivního zacílení, protože samotné stanice mají většinou jasné formátové vymezení – jsou zaměřené na určitý segment publika (rádio pro mladé...), cenová dostupnost.

Nevýhody: Kulisový poslech – nesoustředěnost,

Internet

Výhody: Rychlost (reklamní text mohou na síť umístit kdykoli a rychle), neomezenost prostorem, časem, cena, interaktivita (mohou na inzerát kliknout a dozvědět se více).

Nevýhody: množství informací (velká konkurence sdělení), omezení hardwaru, softwaru, rychlost připojení.

Cena reklamy:

Cena reklamy v tištěných médiích se liší podle toho, kde má být reklamní sdělení umístěno (vnitřní, vnější obálka, vpravo dole, vlevo nahoře...), podle velikosti inzerátu a podle zpracování (barevnost).

V televizi se sazby liší podle předpokládaného počtu diváků, podle umístění do vysílání, podle ročního období (ceny stoupají v období Vánoc), podle sociodemografického profilu publika. Existují také množstevní slevy a různé další výhody.

Zvlášť časopis Týden rád a často klade otázku, zda je reklama uměním. Já bych řekla, že oblast reklamy se umění blíží přinejmenším tím, jak je v ní ceněna originalita a také tím, jak se v ní kradou, kopírují a vytěžují cizí nápady.

Michaela Bražinová

Zdroje:

- McLUHAN, Marshall. Člověk, média a elektronická kultura. První vydání. Brno: Josta, 2000. 424 stran. První vydání. ISBN 80-7217-128-6.
- VYSEKALOVÁ, Jitka, KOMÁRKOVÁ, Růžena. Psychologie reklamy. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-220-247-9067-X.
- VYSEKALOVÁ, Jitka, MIKEŠ, Jiří. Reklama: Jak dělat reklamu. První vydání. Praha: Grada, 2003, 124 stran. ISBN 80-85947-067-6.
- JIRÁK, Jan, BURTON, Grame. Úvod do studia médií. První vydání. Brno: Barister & Princípál, 2003. 392 stran. ISBN 80-85947-67-6.
- McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Druhé vydání. Praha: Portál, 2002. 447 stran. ISBN 80-7178-714-0.
- JIRÁK, Jan, KOPPOLOVÁ, Barbara. Média a společnost. První vydání. Praha: Portál, 2003. 207 stran. ISBN 80-7178-697-7.
- MANDER, Jerry. Čtyři důvody pro zrušení televize. Brno: Doplněk, 2000. 358 stran. ISBN 80-7239-063-5

Zábava v jednotlivých typech médií

Zijeme v éře zábavy. Lidé se chtějí bavit co možná nejčastěji, a co možná nejrůznějšími způsoby. Netvrdím, že zábava vznikla teprve ve dvacátém století. Ve 20. stol lidé objevili spoustu věcí, to ano, ale ne zábavu. Ta je v člověku přítomná od začátku. Jenže, budme upřímní, australopithecus neměl ke svému obveselování tolik příležitostí jako my: televize, rádio, tisk, internet, a ty trochu „starší“ druhy zábavy, jako je hudba, divadlo, kino... Australopithekovi většinu času zabrala docela jednoduchá věc – to, co se kryje za slovem „přežít“. Dnes se lidé taky snaží přežít, ale k tomu ještě přemýšlejí, co dávají večer v televizi.

Odkud se vlastně vzal fenomén televizní zábavy

Neil Postman ve své knize Ubavit se k smrti uvádí dvě události, které zapříčinily, že se lidé přesunuli od tradice tištěného slova k získávání informací vizuální cestou.

Za prvé to byl telegraf, který „zaútočil na dosavadní definici komunikace“ (s. 73) a „poskytl oprávněnost myšlenky informace zbavené kontextu, tj. myšlenky, podle níž hodnota informace nemusí být svázána s funkcí, kterou by mohla informace plnit při společenském a politickém rozhodování, ale může vyplývat z pouhé její novosti, zajímavosti či kurióznosti“ (s. 73, 74) a já bych dodala i zábavnosti. Telegraf zapříčinil (s pomocí novin), že nebylo důležité, jestli je nějaká informace někomu k užtku, ale například z jaké vzdálenosti k nám přichází. Vítězství formy přenosu nad jeho obsahem, dalo by se říct. „Telegraf učinil význam bezvýznamným.“

Druhou událostí se stal vynález fotografie (psaní světlem) v polovině devatenáctého století. Fotografie je, oproti psanému slovu, konkrétní, a proto nedokáže pojednávat o neviditelném, vzdáleném, vnitřním ani abstraktním. Je to svět faktů, nikoliv diskusí o faktech, nepotřebuje žádný kontext. Fotografie se svým způsobem stala ideálním protějškem telegrafických zpráv odnikud, které hrozily zaplavit čtenáře fakty o neznámých místech a lidech. Dokázala totiž doplnit nepovědomé názvy vzdálených míst konkrétními reáliemi a neznámá jména opatřit příslušnými

tvářemi. Poskytovala tak iluzi, že „zpráva“ má přece jen spojitost s něčím z oblasti čtenářovy přímé smyslové zkušenosti. Fotografie vytvořila zdánlivý kontext „zprávě“. „Zpráva“ naopak dodávala kontext fotografii. (s. 83)

(Neil Postman také nabízí zajímavou odpověď na otázku, odkud se vzal jeden z nejoblíbenějších typů zábavy v tištěných médiích: křížovky. Podle autora se v Americe staly populární kratochvilí právě v okamžiku, kdy telegraf a fotografie proměnily povahu zprávy z funkční informace v dekontextualizovaný fakt. Problém s informacemi byl odvrácen naruby: kdysi lidé vyhledávali informace, aby pozměnili skutečný kontext svého života, nyní museli vynalézt kontexty, v nichž by mohli použít jinak naprosto zbytečné informace. Křížovky jsou jedním z příkladů takového pseudokontextu; dalším příkladem mohou být rozhlasové kvízy či moderní televizní soutěže (Riskuj, Chcete být milionářem?), které odpovídají na otázku: „Co si počít se všemi těmito nesouvisejícími fakty?“ A ve všech případech zní odpověď stejně: „Proč je nevyužít k rozptýlení? Pro zábavu? Pro pobavení ze hry?“)

„Televize mluví jen jedním hlasem – hlasem zábavy.“ (s. 88)

Televize, kterou Postman pokládá za přirozenou dědičku telegrafu a fotografie, nabízí divákům širokou paletu témat, má minimální nároky na porozumění a většinou je zaměřená na emocionální uspokojení. To, že televize má zábavný charakter vám potvrdí asi každý, jenže ona učinila ze zábavy přirozenou formu zobrazení jakékoli skutečnosti.

Dovolila bych si udělat malé laické rozdělení televizní zábavy do tří skupin:

a) zprostředkovaná – pořady, jejichž prvotní účel není uvedení v televizi. Např. filmy určené nejprve do kin, a až potom televize na ně zakoupí práva a odvysílá je.

b) přímá – pořady vyrobené televizí pro televizi, u kterých je možné (více méně) bezpečně určit, že to jsou zábavné pořady, popřípadě jsou už uváděné jako zábavné. Např.: televizní filmy, seriály, soutěže, estrády či dnes tak populární reality show...

c) nepřímá – pořady, které se tváří jako „nezábavné“, seriózní, informující, vzdělávací, ale ve své podstatě také mají zábavný charakter. Např.: všechno ostatní: zpravodajské pořady (Televizní noviny), vzdělávací pořady (National Geographic), reklamy, ...

Neil Postman uvádí tyto argumenty, proč považuje televizní zpravodajství za zábavu:

- 1) moderátoři se vyznačují lživým a přátelským vzhledem, příjemně mezi sebou vtipkují, charakteristická je pro ně absence jakékoli mimiky, která by odpovídala komentáři k filmovému klipu, který hlasatel čte, protože divák by mohl být nelibě vyveden z rovnováhy
- 2) pořad zahajuje a uzavírá dramatická hudba, která má vytvářet náladu (jako v divadle a ve filmu); pokud zpravodajství hudba chybí, očekává divák něco alarmujícího, převratného
- 3) obrazový materiál je dynamický, průměrná délka zpravodajského příspěvku je 45 vteřin, obraz snadno vytěsňuje slova a prakticky znemožňuje jakoukoli introspekci, není nutné, aby obrazový materiál dokumentoval samotné jádro zprávy, za zpravodajstvím se uvádí atraktivní reklamy, které závažnost zprávy za oka-

mžik rozptýlí a do značné míry ji zbanalizuje

Postman odhalil „filosofii“, jakou se řídí producenti televizní zábavy. Jejich tři příkazy zní:

- 1) Nebudeš si klást předběžné nároky: Každý televizní pořad musí obstát sám o sobě. Divák by neměl k pochopení obsahu potřebovat jakékoli předběžné znalosti (v seriálech se proto používá oblíbená rekapitulace minulých dílů).
- 2) Nevzbudíš nejistotu: Nejistý, zmatený divák brzy přepne na jiný kanál. Proto se v pořadu nesmí vyskytnout nic, co by bylo nutné si zapamatovat, studovat, aplikovat a co by nedej bože vyžadovalo od diváka vynaložení většího úsilí. Všem by měl vést předpoklad, že jakoukoli informaci, příběh nebo myšlenku lze předložit okamžitě srozumitelným způsobem.
- 3) Vystříháš se použití metody výkladu (ve „vzdělávacích“ pořadech, např. Sezamová ulice, National Geographic): Žádný spor, hypotézu, diskusi, logickou úvahu, vyvracení důkazů správný televizní vzdělávací pořad nepotřebuje. Televizní vyučování má proto formu příběhu vyprávěného prostřednictvím dynamických obrazů a podepřeného hudbou. Vzdělávání oproštěnému od předběžných nároků, nejistoty a výkladu přísluší pojmenování zábava.

Ačkoliv je televize, pokud jde o zábavu, bezkonkurenčním médiem, tisk, rozhlas a internet se zahanbit také nenechají.

Zábava v tiskovinách

Pro pobavení při čtení novin nám vydavatelé servírují hlavně dva druhy zábavy: výše

zmíněnou povinnou křížovku a humoristický komiks (např. právě Garfield v Právu). Křížovce se zpravidla nechává jedna stránka, komiksu cca jedna pětina stránky. V některých regionálních novinách (Hutník na Třinecku) mají svoji rubriku vtipy a horoskopy. V tzv. seriózních denících (např. Lidové noviny) se vtipy vyskytují spíše okrajově, a když už, tak kreslené. V trafikách lze najít také tiskoviny zaměřené pouze na zábavu či její komentování. Vtipům se věnují Trnky brnky, počítačovým hrám např. Score, Level, Gamestar, Playstation...

„Nadhod téma“ aneb zábava na internetu

Do jakéhokoliv (českého) vyhledávače stačí napsat slovo zábava, a už objeví se desítky stránek s vtipy a horoskopy. Specifickým druhem zábavy na internetu jsou online chaty, ve kterých si zúčastnění mohou mezi sebou povídat, aniž o sobě cokoliv vědí, nebo aniž se v životě neviděli.

„Písnička na přání“ v rozhlasu

V komerčních rozhlasových stanicích jsou velmi populární pořady typu „písnička na přání“, ve kterých má ten, kdo se včas dovolá do rádia možnost vybrat si, jakou chce slyšet píseň, a hlavně, může ji někomu věnovat, či prostřednictvím rozhlasových vln, promluvit k lidu. Soutěže v těchto rádiích se vyznačují tím, že k otázce jsou nabídnuty tři možné odpovědi, a ceny nejsou nějak závratně cenné (například videokazety, CD).

Slovy klasika: O zábavu máme postaráno...

Anna Gaurová

Použitá literatura:

Postman, N. (1999). Ubavit se k smrti. Praha: Mladá fronta.

Seriály v českých televizích (statistika)

Pokračování (serialita) je významný výstavbový prvek podávání mediálních obsahů.

Nejtypičtější formou uplatnění principu pokračování je **seriál** (ačkoli pokračování můžeme vysledovat např. i ve zpravodajství, reklamě, soutěžích [lákové opětovné setkání se známými soutěžícími – např. Česko hledá Superstar], sportovních pořadech – termín „seriál přenosů z MS“ apod.) – Češi označují výrazem seriál i pořady, které jeho prvky zcela nenesou (děj na sebe nenavazuje, příkladem mohou být tzv. série – viz dále). Berger tyto poředy dělí takto:

- 1) Nové pokračování – dotočené pokračování úspěšného pořadu (Slunce, seno...)
- 2) Nová verze – přepracování původního příběhu (moderní přepracování Prodané nevěsty)
- 3) Série – stejní hrdinové, epizody přímo nenavazují (Hříšní lidé města pražského)
- 4) Sága – mnohačetná pokračování, přímá návaznost děje, obvykle sleduje osudy rodiny a okruhu přátel a známých (Dallas, Život na zámku)

Statistika seriálů

Základní české kanály: ČT 1, ČT 2, Nova, Prima.

Sledované období: sobota 27. 3. až pátek 2. 4. 2004.

Zahrnuty jsou veškeré pořady na pokračování kromě dokumentárních cyklů, pořadů o vaření, jazykových kurzů a jiných výukových programů; včetně příslušného reklamního času; reprízované pořady jsou započítány jen jedenkrát, a to vždy ten, který šel v uvedeném týdnu dříve.

CELKOVÝ POČET A TÝDENNÍ VYSÍLACÍ ČAS SERIÁLŮ: 70 (ČT 1 – 22; ČT 2 – 1; Nova – 23; Prima – 24); 7326 minut = 122,1 hodin = 5,0875 dne (ČT 1 – 976 minut; ČT 2 – 50 minut; Nova – 3100 minut; Prima – 3200 minut).

NEJDELŠÍ KOMPLETNĚ SERIÁLOVÝ ÚSEK VYSÍLÁNÍ: 325 minut (Nova – neděle 6.35 až 12.00)

NEJVÍCE SERIÁLŮ BĚHEM DNE: ČT 1 – sobota (10); ČT 2 – úterý (1); Nova – čtvrtek, pátek (12); Prima – středa (13); VŠECHNY STANICE DOHROMADY – pondělí (27).

NEJMÉNĚ SERIÁLŮ ZA DEN: VŠECHNY STANICE DOHROMADY – neděle (14).

NEJKRATŠÍ SERIÁL (1 DÍL): Sylvester a Tweety (Prima – 10 minut).

NEJDELŠÍ SERIÁL (1 DÍL): Star Trek (ČT 1), Perry Mason (Nova) – oba 110 min.

NEJFREKVENTOVANĚJŠÍ SERIÁL V TÝDNU: Sylvester a Tweety (Prima, 7krát).

POMĚR SERIÁLŮ ČESKÝCH/ZAHRANIČNÍCH: 8/62

ZEMĚPISNÉ ZASTOUPENÍ TELENÓVEL: Mexiko, Peru, USA, Venezuela, (ČR)

JMÉNA V NÁZVECH: Arabela, Columbo, Dempsey a Makepeaceová, Stefan Frank, Felix, Gilmor, Halifaxová, Julie Lescautová, Rex, Perry Mason, Simpsonovi, Sue Thomas, Sylvester a Tweety, Růženka, Sofie, Zeman, Walker, Milagros (+ další pro neznalce konkrétních seriálů nedešifrovatelná.)

SEZNAM SERIÁLŮ UVÁDĚNÝCH BĚHEM JEDNOTLIVÝCH DNŮ V TÝDNU: sobota – Druhá míza, Hříšní lidé města pražského, Dopisy od Felixe, Sezame, otevři se, Daleká cesta za domovem, Ať žije S Club!, Dokud nás život nerozdělí, Okouzlení IV, Sex ve městě, Star Trek, Perry Mason, Julie Lescautová, Dempsey a Makepeaceová, Sylvester a Tweety, Případ pro dva, Akta X, Ženatý se závazky, Teletubbies, Pokémon, Beyblade, Walt Disney, Gilmorova děvčata, Sue

Thomas: Agentka FBI; neděle – Everwood, MI5, Chlapci a chlapi, Sylvester a Tweety, Komisař Rex, Ženatý se závazky, Teletubbies, Digimon, Pod vlajkou Neptuna, Walt Disney, Gilmorova děvčata, Diagnóza: Vražda, Columbo, Horečka; pondělí – Sezame, otevři se, Arabela, Šípková Růženka, Černí baroni, Omerta, Magnum, Skrytá vášeň, Báječní a bohatí, Chůva k pohledání, Krok za krokem, Melrose place, Čarodějky, Sylvester a Tweety, Halifaxová, soudní psychiatr, Policie z Palm Beach, Policejní okrsek, Ženatý se závazky, Teletubbies, To je vražda, napsala, Tři životy Sofie, Pomsta, Směr jih, Hvězdná brána, Milagros, Walker, Texas Ranger, MASH, Místo činu: Kolín; úterý – Okouzlení III, Čarodějnice školou povinné, Přátelé, Magnum, Skrytá vášeň, Báječní a bohatí, Chůva k pohledání, Krok za krokem, Melrose place, Čarodějky, Doktor Stefan Frank, Komisař Rex II, Sylvester a Tweety, Rodinná pouta, Ženatý se závazky, To je vražda, napsala, Tři životy Sofie, Pomsta, Směr jih, Hvězdná brána, Milagros, Walker, Texas Ranger, MASH, 24 hodin, Horečka, Zaklínač; středa – Kde padají hvězdy, Všichni starostovi muži, Magnum, Skrytá vášeň, Báječní a bohatí, Chůva k pohledání, Krok za krokem, Melrose place, Čarodějky, Doktor Stefan Frank, Komisař Rex II, Sylvester a Tweety, Třicet případů majora Zemana, Pohotovost, Ženatý se závazky, Teletubbies, To je vražda, napsala, Tři životy Sofie, Pomsta, Neuvěřitelné příběhy, Směr jih, Hvězdná brána, Milagros, Walker, Texas Ranger, MASH, Horečka; čtvrtek – Simpsonovi, Magnum, Skrytá vášeň, Báječní a bohatí, Chůva k pohledání, Krok za krokem, Melrose place, Čarodějky, Doktor Stefan Frank, Komisař Rex II, Sylvester a Tweety, Rodinná pouta, Ženatý se závazky, Teletubbies, To je vražda, napsala, Tři životy Sofie, Pomsta, Směr jih, Hvězdná brána, Milagros, Walker, Texas Ranger, MASH, 24 hodin, Mutant X, Horečka; pátek – Magnum, Skrytá vášeň, Báječní a bohatí, Chůva k pohledání, Krok za krokem, Melrose place, Čarodějky, Doktor Stefan Frank, Komisař Rex II, Sylvester a Tweety, Ženatý se závazky, Teletubbies, To je vražda, napsala, Tři životy Sofie, Pomsta, Neuvěřitelné příběhy, Směr jih, Hvězdná brána, Milagros, Walker, Texas Ranger, MASH, Mutant X, Horečka

Jan Kaliba

Použitá literatura:

McNair, Brian: Sociologie žurnalistiky, Portál, Praha 2004
 McQuail, Denis: Úvod do teorie masové komunikace, Portál, Praha 1999
 Burton, G., Jiráček, J.: Úvod do studia médií, Barrister & Principal, Brno 2003

...Okouzlení III, Čarodějnice
 školou povinné, Přátelé, Magnum,
 Skrytá vášeň, Báječní a bohatí,
 Chůva k pohledání, Krok za
 krokem, Melrose place, Čarodějky,
 Doktor Stefan Frank, Komisař Rex
 II, Sylvester a Tweety, Rodinná
 pouta, Ženatý se závazky, To je
 vražda, napsala, Tři životy Sofie,
 Pomsta, Směr jih, Hvězdná brána,
 Milagros, Walker, Texas Ranger,
 MASH, 24 hodin, Horečka,
 Zaklínač; středa – Kde padají
 hvězdy, Všichni starostovi muži,
 Magnum, Skrytá vášeň, Báječní
 a bohatí, Chůva k pohledání, Krok
 za krokem, Melrose place,
 Čarodějky, Doktor Stefan Frank,
 Komisař Rex II, Sylvester a Tweety,
 Třicet případů majora Zemana,
 Pohotovost, Ženatý se závazky...

Postavení novináře ve společnosti

Vy, proletáři, se prodáváte v obchodě, který znáte a kterému rozumíte, oni však, duchovní proletáři, musí denně psát dlouhé sloupce o tisícero věcech, o politice, právu, ekonomii, vědě, o všech oblastech zákonodárství, o diplomatické a historické situaci všech národů. Ať už věci dostatečně rozumějí, či o ní nemají nejmenší ponětí, musí o tom napsat, noviny musí být zaplněny, takový je obchod! K tomu si přičtete ještě nedostatek času, aby si věc prostudovali blíže, pátrali v pramenech a knihách, aby se sami usebrali a zapřemýšleli. Článek musí být hotov, takový je obchod! Všechny nevědomosti, neznalost věcí, vše se musí schovat za zvětralé rutinované fráze. Proto se stává, že když se někdo s polovičatým vzděláním dá na novinářskou kariéru, odnaučí se za dva tři roky i to málo, co uměl. Zničí se duchovně i mravně a stane se z něj blazeovaný člověk nemající nic v úctě, člověk, který již nevěří v nic velkého a ani o to neusiluje, věří jen v moc lidí a jejich klik. Tyto důvody vedly k tomu, že všichni zdatní lidé, kteří se dříve angažovali v tisku, se z něho až na velmi ojedinělé výjimky postupně stáhli a tisk se stal útočištěm veškeré průměrnosti, všech zruinovaných existencí, všech práce se štítících nevzdělců, neschopných poctivého díla...

Ferdinand Lassalle 1863

projev ke Všeobecnému německému spolku dělníků

Žurnalista patří k jakési kastě páriů, jež společnost stále posuzuje podle jejich eticky pokleslých reprezentantů. Proto jsou zcela běžné i nejpodivnější představy o žurnalistech a jejich práci. Ne každý si uvědomí, že skutečně dobrý žurnalistický výkon vyžaduje přinejmenším právě tolik „ducha“, jako výkon vědce. Je to dáno především nutností okamžitě, na povel, tvořit a působit, a to samozřejmě za zcela jiných podmínek k tvorbě. Téměř nikdy nedojde ocenění, že jeho zodpovědnost je daleko větší a že pocit zodpovědnosti každého čestného žurnalisty není v průměru o nic menší než zodpovědnost vědce. Děje se tak proto, že v paměti utkví díky svým často strašným následkům právě jen nezodpovědné žurnalistické počiny. Nikdo nevěří, že schopní žurnalisté jsou v průměru diskrétnější než jiní lidé. A přece tomu tak je.

Max Weber,

Politika jako povolání

Jelikož každý člověk žije ve společnosti, není pochyb o tom, že i novináři do ní patří. Společenské postavení jednotlivých osob podle jejich charakteru a přeneseně také prestiž povolání určují sami členové, většinou podle subjektivních kritérií.

Citovaní autoři předkládají svůj názor, těžko budeme hledat odpověď na otázku, kdo charakterizoval novináře a jeho práci pravdivěji. Dějiny se zřejmě přepisovat nebudou, těžko někdo označí Karla Čapka za zruinovanou existenci a Egona Ervína Kische za práce se štítící individuum. Na druhou stranu, s prací vědce se práce novináře také srovnávat nedá (i když je někdy věda z ničeho vytvořit inteligentní zprávu). Někdo se přikloní k Lassalovi, někdo k Weberovi.

Ve své práci se zaměřím spíš obecně na média ve společnosti a na to, čím by mohli novináři (relativně) dobrého postavení dosáhnout. Podle mě je to snaha o objektivitu a dodržování novinářské etiky

Média jsou ve společnosti:

ZDROJEM MOCI (potenciálním prostředkem vlivu, ovládání a prosazování inovací ve společnosti, pramenem informací důležitých pro fungování většiny společenských institucí),

PROSTŘEDÍM (na národní i mezinárodní úrovni se odehrává řada událostí veřejného života),

ZDROJEM VÝKLADŮ sociální reality a představ o ní,

PRIMÁRNÍM KLÍČEM ke slávě a postavení známé osobnosti.

Média lze chápat jako

OKNO (lze vidět události a zkušenosti, umožňuje na vlastní oči vidět, co se děje),

ZRCADLO událostí ve společnosti a ve světě
 FILTER (třídí zkušenosti a upozorňuje na ně,
 potlačuje jiné názory a pohledy),
 UKAZATEL, PRŮVODCE, VYKLADAČ (ku-
 dy se má jít, dává smysl matoucím sděle-
 ním),
 FÓRUM, PLATFORMU k předložení infor-
 mací a idejí veřejnosti, reakce a zpětná vaz-
 ba,
 PLÁTNO, BARIÉRU (nabídnutým falešným
 obrazem světa mohou odříznout od skuteč-
 nosti).

Novinář ve společnosti

Správný novinář by měl rozumět úplně
 všemu, být poloekonom, polosociolog, po-
 lopsycholog, polopolitolog, poloprávník,
 polofilosof a poloetik, k tomu „sporták“
 a expert na extrémní situace. Lapidárně
 řečeno – od každého něco, dohromady
 nic. Realita je ale taková, že většina novi-
 nářů má oblast (odpovídající určité rubri-
 ce), o kterou se zajímá a tudíž jí rozumí,
 kterou pravidelně sleduje a také o ní pra-
 videlně píše nebo točí. A pokud už musí
 nešťastný expert na kulturu referovat
 o zápase Sparta-Viktoria, jedná se větši-
 nou o nouzový stav v období chřipkové
 epidemie.

Primárně společnost od novinářů oče-
 kává zprávy, sekundárně očekává od médií
 zábavu, čímž dala vzniknout tzv. INFOTA-
 INMENTU, spojení informací a zábavy
 (ano, i válka se dá vyložit jako celkem zá-
 bavná věc).

Novinářská etika

Novináři se snaží sami sobě stanovit určitá
 pravidla – vymezit etiku svého povolání.
 Cílem této etiky je zabránit zkreslování
 zpráv a tomu, aby žurnalisté využívali

svých znalostí a možností k manipulaci ve-
 řejnosti.

Novinářskou etiku konkrétněji vymezu-
 jí ETICKÉ KODEXY. Existují všeobecné me-
 zinárodně uznávané kodexy, kodexy jedno-
 tlivých států a médií, přičemž některá pra-
 vidla se opakují.

Český syndikát novinářů vypracoval
 a přijal Etický kodex novináře v roce 1998.

Za mezinárodně platné lze považovat
 i deset profesionálních zásad Noelle-Neu-
 mannové a Schulze z roku 1971

- 1) vědomí publicisty, že plněním svých úko-
 lů koná službu veřejnosti,
- 2) uchovávaní vnitřní i vnější nezávislosti
- 3) obhajoba lidských práv, zvláště pak prá-
 va na svobodu projevu,
- 4) tolerantní postoj k jiným národům, ra-
 sům a náboženstvím, hájení míru a poro-
 zumění,
- 5) úcta k pravdě, spolehlivé informování ve-
 řejnosti na základě prověřování zdrojů
 zpráv, opravování nepravdivých údajů,
- 6) zachovávaní profesionálního tajemství,
- 7) respekt k osobnímu životu lidí a jejich
 soukromí,
- 8) nepoužívání hanlivé kritiky, pokud není
 ospravedlněna veřejným zájmem,
- 9) neglorifikování násilí, brutality a nemo-
 rálnosti,
- 10) úroveň vzdělání adekvátní stupni novi-
 nářovy zodpovědnosti.

Kéž by všichni novináři byli v rámci mož-
 ností objektivní a dodržovali některý z ko-
 dexů. Alespoň pro začátek. Pak by se
 v očích společnosti povznesli od žumpy
 a hnoje k postavení, jaké si jejich profese za-
 slouží.

Jana Erwerthová

**Správný novinář by měl
 rozumět úplně všemu,
 být poloekonom,
 polosociolog,
 polopsycholog,
 polopolitolog,
 poloprávník, polofilosof
 a poloetik, k tomu
 „sporták“ a expert na
 extrémní situace.
 Lapidárně řečeno – od
 každého něco,
 dohromady nic. Realita
 je ale taková, že většina
 novinářů má oblast
 (odpovídající určité
 rubrice), o kterou se
 zajímá a tudíž jí rozumí,
 kterou pravidelně
 sleduje a také o ní
 pravidelně píše...**

Představy o vlivu médií na jednotlivce a společnost

Vliv médií na jednotlivce a společnost je v hitparádě „mediálních“ témat, diskutovaných laickou a odbornou veřejností, v čele žebříčku popularity. V těsném závěsu se nacházejí rozmanité kritické a analytické rozborů jejich fungování či kritiku metod, jakými odborníci sbírají podklady pro své závěry (ve společenských vědách často sporné téma).

Debat a představ o skutečnosti je tedy mnoho, „povolaných“ však rovněž – každý z nás je přinejmenším jednou za čas v roli konzumenta/recipienta/oběti působení sdělovacích prostředků. Média jsou fenoménem, která budí mnoho emocí, ať už kladných nebo záporných, a zejména po skončení 2. světové války se této problematice věnuje mnoho pozornosti, která pomáhá korigovat představy o jejich skutečné roli ve společnosti.

Média a společnost

Do jaké míry je dopad mediálního působení na společnost zodpovědný za realitu, v níž žijeme, je otevřené a aktuální téma. Vliv sdělovacích prostředků je v současné době posuzován z pohledu úzce spojeného s funkcí, které médium právě vykonává: zábavní, informační, kulturní, sociální či politickou. Ve společenských vědách se však nedá pracovat s exaktními teoriemi založenými na výsledcích pozorování (takové nejsou), proto je představa o účincích sdělovacích médií z velké části závislá na konsensu a převládajícím názoru, který se v průběhu času mění.

Média přímo nebo nepřímo ovlivňují představy, postoje a chování příjemců. Podílí se na posilování vztahů ve společnosti prostřednictvím sdílených hodnot (reprodukuje konstrukci sociální reality v dané době, i prostřednictvím kritiky do jisté míry slouží establishmentu), poskytují impulsy a informace určené k dalšímu „zpracování“ příjemci (vlivů typu opinion makers/ opinion leaders). Při zkoumání vztahu mezi příjemcem a médiem se berou v úvahu jak změny chování obou zainteresovaných stran, tak také jiné aspekty, které mají vliv na reakci příjemce a které znemožňují tuto reakci spolehlivě odhadnout (angažovanost, predispozice, jeho dosavadní znalosti a zkušenosti).

Detailní teoretické rozpracování předpokládaných účinků médií na tomto místě nechci doslovně reprodukovat (viz. například

Úvod do studia médií, G. Burton, J. Jiráček), ovšem pokusím se alespoň zhruba nastínit dvě základní pojetí vlivu masmédií, z nichž ani jedno není zcela nezpochybnitelné, ale jako výchozí stanovisko ovlivňuje postoje veřejnosti dodnes.

Jedna z teorií, významná především v počátcích rozvoje masmédií ve 20. století po zkušenosti s válečnou propagandou, vychází z předpokladu, že média mají silný účinek a dají se využít jako jednoduchý nástroj mobilizace veřejnosti téměř k jakékoli ideji (kultivační teorie, 40. léta 20. stol., období „teorie zázračné střely“, která předpokládá, že vybrané sdělení vyvolá okamžitou reakci publika).

Protipólem tohoto pojetí je tzv. etnografická teorie, která přiznává hlavní díl aktivity ve zpracování mediované informace recipientem samotným. Sdělení totiž prochází sítí společenských vztahů a skrze ně dostává reálný rozměr, svou roli hraje autorita, oproti médiu neanonymní. Skutečnost se pravděpodobně nachází někde na rozhraní těchto dvou pojetí.

Protože se však nechci pohybovat pouze na čistě teoretické rovině a operovat s abstraktními výrazy (co je „společnost“? Co a kdo jsou „médiá“?), v následující části se zaměřím na fragmenty společnosti, jimiž jsou skupiny.

Média a skupiny

Z předešlých řádků se dá usuzovat přinejmenším to, že média vliv mají. Jaké je ovšem povahy, můžeme vysledovat pouze na menších společenských celcích či jednotlivci. Vzhledem k tomu, jak důležitou roli média hrají při utváření názorů a postojů veřejnosti, se nelze příliš pozastavovat nad faktem, že trvalé působení sdělovacích pro-

středků (byť leckdy tzv. „výchovné“ – podporující snahu o změnu stanoviska společnosti vůči méně enkulturovaným skupinám), může mít za následek také pokřivený pohled na ně (jsou reprezentanty odlišné kultury a jejich přijetí společností není z rozličných důvodů v rámci establishmentu žádoucí.)

Přestože se mediím obrodný vliv jistě upřít nedá, v současné době mne však zaujala dokumentace jednoho z neblahých následků upřeného pohledu sdělovacích prostředků.

Skupinou, která v poslední době zameštnává média a na které bych ráda své tvrzení doložila, jsou muslimové, kterým se v našich „západních“ médiích dostává pozornosti v nepříliš široké škále témat. Jistě je to důsledek současné politické situace, ale abych se vyhnula jejímu hodnocení, které mi při této příležitosti nepřísluší, zaměřím se pouze na to, jak tato skupina nahlíží na sebe samu pod vlivem sdělovacích prostředků.

Hamid Mowlana, profesor mezinárodních vztahů a ředitel Oddělení mezinárodní komunikace na Americké univerzitě ve Washingtonu D. C. ve své studii poukazuje na tzv. krizi muslimské identity. K té podle Mowlany došlo nejen kvůli odlišné politické kultuře islámských zemí v konfrontaci se světem (mj. prostřednictvím tradičních a nových médií), ale také díky působení médií „světových-mainstreamových“ a lokálních. Na národní úrovni Mowlana média považuje za jeden ze dvou pilířů sekulárních sil ve státě (druhým jsou informační technologie jako takové). Ty mají zásadní vliv na pojetí moderního „národního státu“, který je však také svého druhu „importem“ z nemuslimských zemí.

Stavebním kamenem muslimské společnosti je příslušnost k určité odnoži náboženství, duchovnímu proudu, a nikoliv jednota na základě jazyka, společné historie či sdíleného území, jak je zvykem např. v Evropě. Od skončení II. světové války byl podle Mowlany islám zobrazován často nepravdivým a zavádějícím způsobem, což přispělo k již probíhající erozi muslimského sebeuvědomění. Proto se staly protichůdné obrazy národních, etnických, rasových a kmenových aspektů této kultury jednou z hlavních překážek k vytvoření sourodé identity muslimských věřících, stejně jako zhoršily a zpomalily proces mobilizace a asimilace populace ve svém vývoji. Shrnutí: Podle Mowlany nevědí, či jsou - příslušníky národního státu, stoupenci konkrétního duchovního proudu či reprezentanty odlišné civilizace, řečeno s Huntingtonem?

Způsob, jakým jsou islámské země prezentovány za stávající situace, je námětem pro samostatnou studii, ke které se necítím povolána. Jisté však je, že je tato problematika nadmíru komplexní a pokud již není pozdě, je třeba začít tento stav analyzovat a zjistit, jestli náhodou nejsou podobná „příkoří“ páchána i na jiných skupinách, se kterými sice nehrozí přímý konflikt (někteří již dnešní stav považují za válku mezi křesťansko-židovskou a muslimskou civilizací, s čímž osobně nesouhlasím), ale mohou vzájemné vztahy komplikovat.

Ve století informačního běsnění, kdy není čas na analýzu, hodnocení a ve jménu „user-friendly“ médií (zejm. tisku, který se tímto způsobem snaží držet krok s televizí), vyhýbajících se větným celkům delším než

Protipólem tohoto pojetí je tzv. etnografická teorie, která přiznává hlavní díl aktivity ve zpracování mediované informace recipientem samotným. Sdělení totiž prochází sítí společenských vztahů a skrze ně dostává reálný rozměr, svou roli hraje autorita, oproti médiu neanonymní. Skutečnost se pravděpodobně nachází někde na rozhraní těchto dvou pojetí.

Studenti FSV UK: médiích

několik málo podstatných jmen a sloves, se těžko pozastavíme nad faktem, že místo šíření informací často dochází k jalové „komunikaci“ ne zcela relevantních sdělení.

Jak poznamenává I. Ramonet ve své publikaci *Tyranie médií*, žurnalisté jsou vystaveni nepřiměřenému tlaku a požadavku na aktuálnost zobrazení, takže vyhodnocování událostí prostě není možné. Zejména velké redakce zahraničního zpravodajství (typu CNN) jsou poznamenány „nadužíváním“ přímých přenosů, které podle Ramoneta společnosti spíše škodí, než aby jí prospívaly a informovaly. V případě „live“ zpravodajství totiž velká část zodpovědnosti za zhodnocení situace padá na recipienta samotného, který se nemusí nutně orientovat v kontextu kvůli nedostatečné znalosti souvislostí a pozadí události. Zde přichází na řadu otázka veřejného mínění, kterou považují za přesvědčivý protiargument určený zastáncům teorie „manipulovaných mas“. Pod tlakem postoje veřejnosti již pokrotla nejedna televizní stanice či deník. Kde se tak metafyzický a přesto reálný pojem jako „veřejné mínění“ bere, je záležitost jiná...

Média a jednotlivec

Vztah sdělovací prostředek – jednotlivec je již zčásti naznačen v teorii působení médií na společnost. Nejenže těžko odhadujeme, jakým způsobem se jednotlivec se sděleními vypořádává, protože reakce se liší od případu k případu, narážíme zde také na mnohem větší škálu možností, kterými se můžeme zabývat. Jak se s medializovanými obsahy vyrovná dítě? Jak důchodce? Jaký vliv má neustálé předkládání stereotypů vztahů mezi mužem a ženou vliv na ženu/muže? Jak ovlivňuje glorifikace násilí a agrese bezprostřední reakce jedince?

Odpovědi na tyto otázky naštěstí nejsou odkázány jen na pouhé teoretizování. Ve studii, zabývající se vlivem amerických „snuff films“ (banální příběh, akční scény, koketérie se společenskými tabu ve vztazích a sexu, násilí, černý humor), kterých filmový průmysl produkuje velké množství, byl vliv násilí v jeho různých podobách na jednotlivce zdokumentován. Minimálně v krátkodobém ohledu došlo k významnému otupění recipientů vůči těmto podnětům (dlouhodobý vliv nebylo možno zkoumat). V konkrétním případě, o kterém hovořím, se testované skupině mužů, sestavené podle daného sociologického klíče, promítalo několik „zábavných“ filmů, ve kterých bylo sexuální násilí mj. prezentováno jako kratochvilé, plynoucí z ženské a mužské „přirozenosti“ (žena-koketa,

která si o to říká, muž-macho, které musí příležitosti využít). Testovaná skupina pak byla konfrontována s dokumentem o skutečném případě znásilnění. Oproti kontrolní skupině jich poté více než třetina vyjádřila přesvědčení, že si incident žena sama „vykoledovala“ svým chováním.

Násilí v médiích je také jedním z kontroverzních témat dneška a vzhledem k tomu, že se jím podrobněji zabývá samostatné pojednání mého kolegy, více prostoru mu věnovat nebudu.

Protože můj referát doposud vyzníval pro média nepřiliš lichotivě, cítím povinnost zakončit svou úvahu pozitivně. I přes oprávněnou (?) kritiku obránců literatury jakožto jediného zdroje poznání, kteří zehrají na pokles zájmu o ni, je jisté, že vzdělanost populace (minimálně tzv. Západního světa) roste. Snad je nezamýšleným důsledkem „přetlaku informací“, které nutí recipienta poznávat a vzdělávat se, aby se v bludišti sdělení zorientoval, ale určitě je pozitivním následkem globalizace médií. Globální elektronická média veřejnosti nabízejí informace o místech a událostech, které probouzejí povědomí o propojenosti jevů a společenství celé planety. Zdali tak média činí záměrně, objektivně a zodpovědně, je věc druhá, ale zodpovědnost za informaci musí stát také na straně příjemce.

Zuzana Válková

Literatura:

- Burton, Graeme, Jiráček, J.: Úvod do studia médií
- Kunczik, Michael: Základy masové komunikace
- Ramonet, Ignacio: Tyranie médií
- Johnson, Paul: Nepřátelé společnosti
- Mowlana, Hamid: Media and the Muslim Identity - a Study for the Institute of Islamic Studies in cooperation with the International Association for Media and Communication Research (IAMCR)
- studie What Do the Snuff Films Do?, na kterou jsem bohužel ztratila odkaz...

Internetovou
pornografií
knižně si předplatit
asi nemůžete.

Dobrou adresu si předplatte

po
celý rok
2004

**Další
výbor
textů
z Dobré
adresy**

Od neuvěřitelných
295,- Kč
dostanete spoustu
mnohem lepší četby,
než je tenhle
slabomyslný inzerát!

Předplatte si to nejlepší z Dobré adresy v exkluzivních výběrech! Rozhovory s předními básníky, reportáže z nejvyšších literárních kruhů, břitká satira vedle drastických osobních zpovědí! Nejznámější internetový měsíčník bude vydávat tři publikace ročně!

Cena ročního předplatného (všechny tři publikace a poštovné) ve formátu A5 jen 295,- Kč, ve formátu A4 595,- Kč. Objednávejte roční předplatné po jednom i hromadně! Adresa: Dobrá adresa, Na Plzeňce 1, 150 00 Praha 5, e-mail: dobraadresa@firstnet.cz

formát **A5**
i **A4**

URL: <http://www.dobraadresa.cz>
E-mail: dobraadresa@firstnet.cz



O internetové pornografii píšeme taky!

Objednávám předplatné výborů textů z Dobré adresy - formát: [] A5 / [] A4, počet: ks.

Podpis

Adresa, kam mají být výběry zaslány:

..... E-mail*:

Způsob platby:

- [] Převodem (z účtu, složenkou), hotovostí na přepážce ČSOB na náš účet: 295,- Kč/595,- Kč.
Naše číslo účtu je 216093103/0300. (Variabilní symbol*)
- [] Fakturou - na náš účet: 295,- Kč/595,- Kč. Zašleme vám výzvu k uhrazení částky.

*V případě platby převodem: variabilní symbol, který užijete při převodu a podle kterého vás poznáme, vám bud' zašleme e-mailem, nebo si ho určíte (maximálně 10místný a pokud možno unikátní - telefonní číslo, rodné číslo).

OBJEDNÁVKA

O
čem
se
(ne)
mluví

Absolutní modalita absolutní vizuality



Fotografie amerických vojáků týrajících irácké zajatce obletěly v květnu svět tolikrát, že by to vystačilo minimálně na cestu na Mars. Podobně se chytily záběry popravy (nebo vraždy – bude o tom řeč později) spáchané na Nicku Bergovi islámskými únosci. Ve veřejné diskusi se probíral obsah fotografií a videozáznamů (neboli to, co je na nich vidět, což se nemusí rovnat tomu, co se dělo ve skutečnosti). Z jiného hlediska však obě causy vypovídají stejně tak o „americko-islámském“ konfliktu jako o podobě současných masových médií.

V případě týrání zajatců ve věznici Abú Ghraib je symptomatické především to, že skutečná aféra vypukla teprve ve chvíli, kdy významné americké a britské deníky otiskly

první fotografie. Novináři měli informace o tom, co se za zdmi této i jiných věznic děje, mnohem dřív. Čerpali z vyjádření propuštěných vězňů a mohli se opřít i o ložské události ve věznici v kubánském Guantanámu, kde Američané zadržovali zajaté příslušníky hnutí Taliban. Přestože tedy informace o mučení vězňů byly k dispozici a také se zveřejňovaly, zemětřesení rozpoutaly až fotografie.

Ukázalo se, nakolik se současná média a jejich příjemci posouvají z modu literárního do modu vizuálního. Ten samý příběh vyprávěný slovem, a třeba i s mnohem drastičtějšími detaily, má (podle názoru médií i podle reakcí publika) pouhý zlomek účinnosti příběhu sdělovaného obrazem.

Obraz se stává symptomem moderní doby. Přenáší informaci okamžitě (skutečně doslova – „mžikem oka“) a předává ji do mozku, aniž by musela být zpracována mozkovým centrem obstarávajícím „alfabetičnost“ a s ní související racionalitu. Rychlost, kontaktnost a emotivnost obrazu jej činí ikonou moderní mediální ko-



munikace. (Poznámka pod čarou: Pochopili to i výrobci mobilních telefonů – proč myslíte, že do nich montují fotoaparáty?)

Obraz také může vyprávět příběh. Provádí to ale jinak než text, a v tom je jeho krása i záludnost. Ukázku nabízí právě videozáznam a z něj pořízené fotografie popravy Nicka Berga.

Ivan Klíma prohlásil, že video nezachycuje popravu, ale vraždu. V tom ale spisovatel nemá úplnou pravdu. Jako muž slova jde po obsahu, který skutečně vraždu zaznamenal. Nahrávka ale vypráví příběh o popravě, a její výrobci si dali záležet na tom, aby jej vyprávěla co možná nejjednoznačněji. Proto v ní účinkuje více mužů (mají působit jako „porota“) se zakuklenými tvářemi (nejen pochopitelná ochrana identity, ale i symbol toho, že nezabíjejí sami za sebe, ale „jménem národa“). Celá scéna kalkuluje s vyvoláním dojmu, že nešlo o vraždu, ale o spravedlivý trest. A ti, kterým byla určena (sympatizanti radikálních islamistů), ji tak vnímat budou.

Irácká válka se stala také bojem obrazů a záleží i na tom, jaký obraz (ikonu své „pravdy“) dokáží Američané postavit proti zábě-

Obraz také může vyprávět příběh. Provádí to ale jinak než text, a v tom je jeho krása i záludnost. Ukázku nabízí právě videozáznam a z něj pořízené fotografie popravy Nicka Berga.



Fotografie z videozáznamu poprav
Nicka Berga

rům z Abú Ghraibu a proti vražednému videu. Řada pozorovatelů soudí, že se začíná nebezpečně opakovat válka ve Vietnamu, v níž veřejné mínění na protiválečnou stranu také pomáhaly zvrátit fotografie.

Velitelé americké armády si „absolutní modalitu absolutní vizuality“, abychom parafrázovali Jamese Joyce, uvědomují. Poté, co se jim podařilo dostat pod téměř dokonalou kontrolu velká domácí i světové média, chystají se i na boj proti „partyzánským“ foto-

grafům, a to i těm ve vlastních řadách. Podle některých zpráv například zakázali svým vojákům vozit si do Iráku digitální fotoaparáty.

Jakkoliv to zní jako vtipný bonmot, možná to současnou „vizualizaci“ mediální komunikace ilustruje víc než co jiného: Vojáci si berou do války fotoaparáty, velitelé jim to zakazují, a média doufají, že jim vojáci přesto nějaké snímky dodají.

Miroslav Cingl

O

čem
se
(ne)
mluví

Vrácenky 6



Moskva 1982.
Přeložil L. Mu-
sil a M. Kříž. Ce-
na 45 kopějek. Vy-
šlo v dalších mno-
žinách jazyků, třeba
v khmerském, paštu a sva-
hillském.

To nelze
komentovat.
Lze jen tiše
žasnout
a záda si
nechat
„olechtávat“
studeným
dechem
dějin.

Jde to takhle: Mám v jednom malém městě, kde jsem se něco nachodil s dřevěným kačerem, haldu knih. Ne stovky, ale tisíce. Tahal jsem je tam v taškách a pytlech celá 80. léta. A protože je více než zřejmé, že se do města svého dřevěného kačera vrátím nastálo v době, kdy si už nepřečtu ani informaci o době trvanlivosti játrové paštiky, je třeba ty sklady knih zlikvidovat. Nekompromisně... Pustil jsem se do té řezničiny, ale moc to nejde. Kupky vyautovaných knih byly malinkaté a v jakýchsi návalech jsem z nich ještě zachraňoval jednotlivé exempláře se slovy: *Tebe nemohu opustit, kolegyně přemilovaná*. Jak jste jistě pochopili, letošní rok vás budu informovat o ušetřených knižních životech, neboť co titul, to radost. Tak začínáme.

Dneska vystoupíme ještě o pár schůdků výš, než je nebe, abychom se dostali do té nádherné krajiny všestranně harmonického rozvoje osobnosti. Protože co jiného je hledání nejlépe fungující společnosti vzniklé spojením tisíců a miliónů těch jednotlivých všestranně harmonicky rozvinutých poupátek než VELKÁ KRÁSA. A VELKÁ KRÁSA je, když se na tom shodne pomocí demokratického centralismu byro či komitét či ústřední výbor jednotlivých, těch úplně nejvíc všestranně harmonicky rozvinutých. Když se stoprocentně schválí, že toto je VELKÁ KRÁSA, protože se nám to hodně líbí.

Brožura *SSSR. 100 otázek a odpovědí* je letenkou do té nádherné krajiny (bohužel k těm letenkám chyběl palubní lístek – nebo že by to bylo bohudík?). Vydalo Nakladatelství Tiskové agentury Novosti.

To nelze komentovat. Lze jen tiše žasnout a záda si nechat „olechtávat“ studeným dechem dějin.

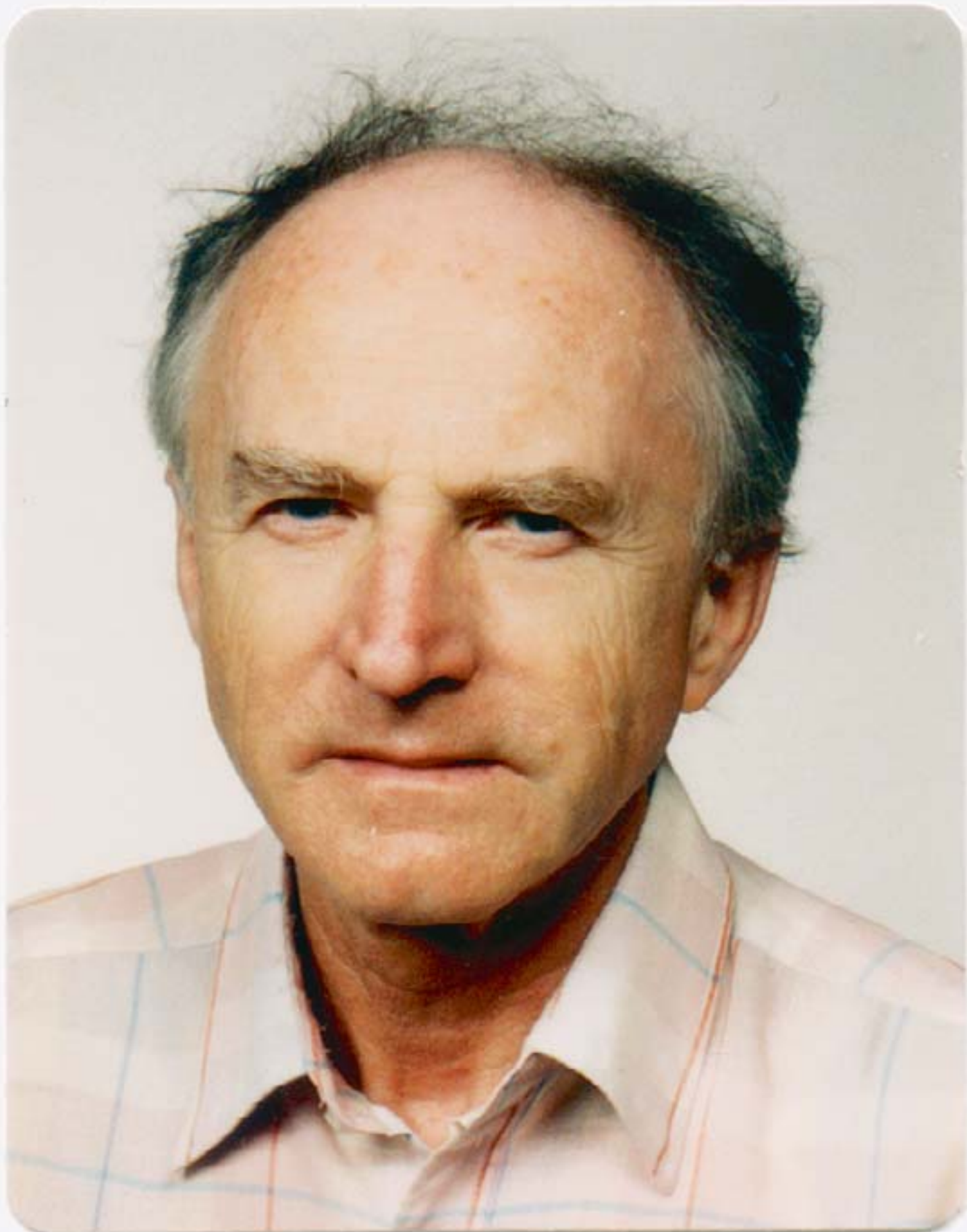
„23. Můžete mi vysvětlit, proč u vás při volbách do sovětů navrhuje pouze jednoho kandidáta?

Zákon to nevyžaduje (neomezuje počet navržených kandidátů), jde prostě o tradici.

Připomeneme zde, že ani v buržoazních státech jednotlivé politické strany v daném volebním obvodu obvykle nenavrhují dva či tři kandidáty, ale také jenom jednoho. Počet lidí kandidujících na každé poslanecké místo tam zpravidla odpovídá počtu stran účastnících se voleb. U nás existuje pouze jedna strana, tj. komunistická, která na jedno poslanecké místo navrhuje rovněž jenom jednoho kandidáta.“

To je chlapská řeč, logická, jasná, přímá a odkazující na tradici. Zvolte si z naší jedné varianty, kterou chcete – vždycky zvolíte dobře! VELKÁ KRÁSA...

Jakub Šofar



Básnění & eso v rukávu – (zvukové) karty Surromantika Slezáka

rozhovor
Luboše Vlacha
s Pavlem Slezákem

P. Slezák: Berte tohle naše setkání jako takovou příčnou soukromou výpověď, i s těmi chybami.

L. Vlach: **Mně se příčnost nepříčí.**

Mluvíte o příčnosti. Víte, co jsou to příčné kvinty v harmonii? (Harmonie patří k základním hudebně teoretickým disciplínám, kterými musí projít každý student konzervatoře. Jen pro úplnost: např. slavný Bohuslav Martinů z harmonie propadl.) A jen tak na okraj: příčné kvinty jsou přímo báječné. Miloval jsem je dřív, než jsem se o nich dověděl.

No to je legrační, že (Martinů) z harmonie propadl. Ale pak jí propadl.

Nějakou souvislost tam člověk musí objevit až dodatečně. Co se týče mého jazykového, literárního vtupu, ten šel poslední tři roky bokem, protože já jsem fakt čtyřicet hodin denně kolem hudby, to pak člověk zapomene nejen česky, ale i datum svého narození. Člověka napadnou i hotové nesmysly. Tím, že teď spolu mluvíme, se však stáváte mým (jakoby) důvěrníkem.

Ó, cením si toho. Děkuji vám za projevenou důvěru, ani nevím jestli jsem jí hoden, někdy totiž i zlobím.

Jste jí hoden, protože nejste zatížen akademickým idiotismem.

Mluvíte o infoidiotech?

Ano. Akademický kostižer.

Petrifikace, petrifikovaný Petře? Fosilizace „zase“?

Jakási degenerace.

Místo excitace exitus?

To není jen u nás. Je to i na katedrách v Linci, v Mnichově, ve Vídni. Tam se s nimi nedomluvíte. Oni mají svá klišé a kdo se do toho netrefí, nebo se zprčí, ten nemá šanci, i kdyby to byl Franz Liszt.

Tak to už není žádná přča, však ani Ježíš by neprošel prověrkami Velkého Inkvizitora, jak napsal Solovjev, nebo kdo.

Tohle výborně demaskoval Wittgenstein, ty jejich slovní hrátky. On tomu říká „řečové hry“ a právě o ty se opírá, řekl bych, tak 85 % vědy a 98 % té akademické (tzn. vysokoškolské). Ale ono je to jinak. Proč se dnešní věda a literatura tak často tváří, že tu žádný Wittgenstein nebyl?

Hlídej si své taxonomické opěrky a nechtěj s nimi hýbat, protože by jim jinak hrozil kolaps. Mají oprávněné obavy o své jistoty, o svou integritu.

Já bych to řekl natvrdo: jejich inteligence na to nestačí.

Každopádně fixace není možná. Ve vesmíru, kde se všechno hýbe, stejně jako v hudbě, je to zkrátka neproveditelné. Poezie ani hudba nic jednoznačného nenabízí.

Hudba, kterou teď píšu, je pořád ještě klasická. „Moravia“, za niž jsem dostal ocenění (...) se původně jmenovala „Floating

Pavel Slezák (* 16. 4. 1941 v Brně)

Básník a hudební skladatel. Studoval na brněnské konzervatoři hru na hoboje a skladbu (abs. 1960). Ve studiu pokračoval na Janáčkově akademii múzických umění (hoboj abs. 1964, skladba abs. 1969). Nejprve zaměstnán jako orchestrální hráč v ČR a v Rakousku, a v letech 1963–2001 vyučoval hru na hoboje, skladbu, psychologii atd. na konzervatoři v Kroměříži. Mimo to v letech 1971–1973 vyučoval skladbu na JAMU.

Kromě hudby se celý život věnuje rovněž poezii, filozofii a orientalistice. Vytvořil více než 70 opusů. K jeho stěžejním dílům patří např. *Karpatský koncert pro housle a velký orchestr*, klavírní sonáta *loculatores Domini*, V posledních letech se věnuje komponování hudby na počítači.

ornaments“ („Plovoucí, nebo vznášející se, ornamenty“). Ten název si ale schovávám pro něco úplně jiného, pro jiný styl. I tak si „Moravie“ cením, hlavně její třetí větu. Jedna věc je totiž kompozice a druhá věc je výroba odpovídající zvukové barvy, to jsou desítky a desítky hodin úmorné práce s desítkami zvukových editorů. Zvuková a fyzikální alchymie. Samotné zvukové opracování pak je už úlevou, protože základní fotografie je již uložena. Pracuji s její kopií a opracovávám ji třeba na padesát způsobů, než se podaří ty barvy a tvary jakž takž vystínovat.

Pracovní verze a mezičlánky se vrší –

Napíšu snový obraz, který dále opracovávám ve dne, kde se však jeví jinak než v noci. Jsou to obrazy, které se snažím nepatrně doplnit ve smyslu zpřístupnění.

Odstup je ale řízen nahodilými procesy. Kdy jste hotov?

Těch textů člověka napadne tisíc a vředy jich pět set musí vyhodit.

Raději bych nekvantifikoval. Psaní a škrtání jdou ruku v ruce. Dáváte tomu směr, nebo se tím necháváte vést?

Poslyšte, jde to dvěma směry: interním a externím. Ten interní je pud, maniakální pud něco tvořit, něco konstruovat takovým softwarovým způsobem. Ne tedy způsobem hardwarovým, který znamená např. opravu postele.

Jde u vás o posedlost?

Maniakální umanutost. Nakonec došlo i na hardware, protože se nenašel nikdo, kdo by si věděl rady s instalací mých zvukových karet, tak jsem se do toho pustil sám a stal se tak nepřitelem kabelů. Představte si, že mám u počítače několik kilometrů káblíků a musím evidovat, jakou má který funkci a kam vede.

Jste disciplinovaný člověk, ale na stará kolena se z vás stal hacker.

Vyloženě. Je to živočišný pud se softwarově vyjádřit, abych tomu neřikal básněni. Chrlí se ze mě softwarové vyvřeliny – a když je nezachytím, tak se cítím nešťastný a nemohu spát. Impuls přichází zvenčí, je to nějaká teze, se kterou musím nesouhlasit. Geniální postřehy člověka napadnou bezděky a pokud je nezachytím, tak jsou nenávratně pryč. Jsem tím šokovaný.

Má kázeň je maniakální. Zjistil jsem, že jak histerie, tak schizofrenie je uložena v základech lidské psychiky.

V potenci. Existují jisté strukturní danosti.

Ano. Jsou to danosti. V tom základu však nejde o žádnou chorobu. Dnes se ví, že schizofrenie není nemoc jako taková, ale sociální defekt.

Šílenost kolektivů a kretenismus davu.

Výběr z tvorby: *Eklogy a Intermezza* (smyčc. orch.), *Porta Mortis* (velký orch.), *Meditace sv. Františka* (kom. orch.), *Démonologie života a smrti* (text: Dhammapadam), *Ottonia*, *Práh* (text Fr. Kafka), *Wagnerlandia* atd. Publikoval v *Hudebních rozhledech*, *Tvaru*, *Tichu*, *Hostu*, *Perspektivách*, *Lidových novinách*, *Rovnosti*, *Jihovýchodní poště* atd. Má za sebou několik hudebně-literárních vystoupení na Skleněné louce (*Zen na Moravě*, *Blábolická zrcadla*), orientalistické přednášky v klubu Alembiq (Brno), Muzeu Kroměřížska atd.

Vytvořil několik svazků poezie, kterou příležitostně publikuje v denním tisku a v rozhlase (**Nebe celé bez sebe**).

V edici *Tvary* (Tvar 9/2004) vyšel pod názvem *Zavát na strmeň* výběr z jeho sbírek *Blábolická zrcadla* (1996), *Hořivé víry* (1998) a *Poesie 2002*.

Není to choroba, je to typus (způsob) myšlení, ze kterého choroba může vzniknout. V základní poloze je duše živena prázdnými informacemi schizoidity myšlení. Schizoidní typ uměleckého myšlení u mne převládá, i když hysteroidní se tam najde taky. Ostatně u Janáčka nacházím totéž: hysterie z jeho skladeb čouhá jako sláma z bot. I schizoidita.

Ještě jsme se nedostali k tomu externímu rozměru (směru).

Právě se k tomu dostávám. Hysteroidní tendence směřují ven, zatímco ty schizoidní dovnitř.

Mně to asociuje Halase: „Co zvedám zavíní čísi pád / co upouštím bude mu vzlétnutím...“

Piplavá práce.

Piplavost je základním prvkem práce. S prací se nelze nepiplat.

U hudby mě přitahuje velká architektura, až bombastická, nasvícená západem slunce. Budovy fantazie.

Nebeská města, vzdušné zámky?

Kdybych byl miliardář, tak bych projektovat takové stavby, že nějaký Le Corbusier nebo Dalí by se mohli jít klouzat. To by nebyly baráky k bydlení, ale jen k žasnutí.

Pompa je váš oblíbený prvek?

Jsem SURROMANTIK. Takto jsem se nazval už v šedesátých letech minulého století. Jindy mluvím o „metodě velko filmu“. Musím však říct, že jsem se stále ještě nedostal ke svým vrcholným vizím. Pořád dodělávám nějaké nedodělky, žiji však již v jiných sférách. Kéž dodělám „Kázání na vzkršení“.

Vzkříšení v jaké smyslu – probuzení, nebo prozření?

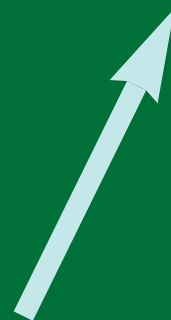
Vykoupení. Prozření po utrpení. Pročištění. Tato věc se na mě řítí takovou silou, že ji mám uloženu asi ve čtyřech stech verzích.

Ale ono jaksi všechno už je verzí něčeho jiného, nezbytně.

No, řeknu vám legrační historku. Otrávoval jsem kolem dvaceti elektrotechniků, fyziků, profesorů a docentů, kandidátů věd a co já vím - aby mi laicky, lidsky vysvětlili, že pokud je něco vlněním a zároveň částicí, jak si to mám představit. Ptal jsem se: „Je to vlnění částic, nebo co?“, Nikdo mi to nedokázal vysvětlit. Proč o tom mluvím? Když s něčím pracuji, chci mít o té věci nějakou základní představu.

Haha, my o schizoiditě a ona za dveřmi. Kvantová fyzika není výjimkou. Žádná novinka. Už např. u Mikuláše Kusánského lze číst: „To je divné. Bůh, kterého vzýváš, není nic, ale také něco.“

LITERATURISTICKÝ PRŮVODCE ŠTĚPÁNA KUČERY



Adéla Chudobová (1982) je býk.
Býci se vyznačují organizačním
a uměleckým talentem, což se
u Adély projevilo už na základní
škole, kdy měla na starost přehled
sběru starého papíru a v divadelním
kroužku ztvárnila roli pravěké ženy.
Těžko říct, kde své organizační vloh
uplatňuje dnes, jisté ale je, že svůj
talent umělecký směřuje od
paleolitických dramát k milostné
poezii. K tomu ještě studuje
pedagogiku na univerzitě v Hradci
Králové. Podle vlastních slov by ráda
učila, aspoň chvíli, než se na ni
někdo vytasí s baseballovou pálkou...

tvoje slova
zahodila bych do větru
a nechala je rozpráší do polí
a pak
bych pro slzy nevidíc
utíkala do těch polí
naposledy ucítit tvou vůni

*

chodila jsem
po stopách tvých hedvábných příběhů
po nitkách stříbrných slovíček
k tobě i od tebe
jsem utíkala
až zastavil mě tvůj dech

*

je snadné tě milovat
vklouznout do noční košile
tvého srdce
ráno úsvit pochyťat do dlaní
víčka přikrýt křídly polibků
a nechat si o tobě zdát
je snadné

*

zase kličkujeme
mezi dechem mým a dechem tvým
celí unavení

ADÉLA DO BOVÁ

každý v jiném rohu
jednoho srdce
nemůžeme vyhrát

*

stříbrně mrzlo
proužky horkého dechu visely v pátečním
tichu
na okna ťukala tma a svíčka už došla svou
pout'
vzduch se vyděšeně bál samoty
stejně jako ty

*

po dlouhé plavbě
bez odpočinku
někdo znovu kotvu vytahuje
a ruka svírá stín toho
co zůstal na břehu
oceán se otevírá
a naděje
brzy klesne ke dnu
na krku kámen
s nápisem láska

*

opadávají ze stromů
uschnou pod deštěm
roztahují křídla

narazí na příboj
ševelí
mizí
sliby
zamrazí teplo slov

obarví tmu

hladí

svádí

sliby

*

bezedný křik
o hluché stěny tříští se
opadáva jako peří andělské
nikdy tou pro kterou se umírá
vždycky růží osiřelou
co vadne pod tvým mlčením
jaká tesknouta

*

ještě pořád ve mně zníš
svou melodii
s příchutí kouře
přecházíš po klávesách mých dnů
neodbytně klepeš na mé oči
za nimi jen průvan
z vypálených děr
velkých slov
do růžových poupat
co přinutil jsi vykvést

foukáš tmu prázdných citů
ještě pořád čekám

*

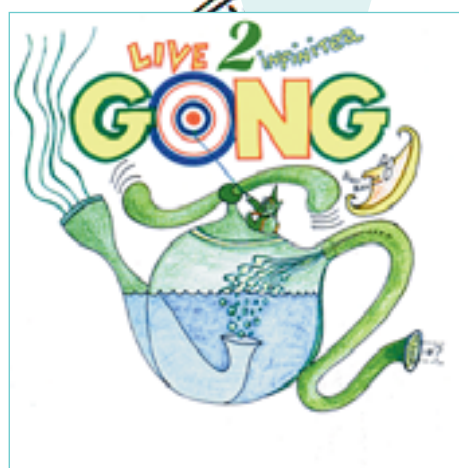
mlha vědomí sedla si na tvůj klín
průsvitným šátkem
abys neviděl
oči ti váže
už jen obrysy
necháváš padat do studny
kde tupá ozvěna
značí smrt
z nebe motýlí křídla sněží
nebo holoubků peří
co zabil jsi
strachem
že by mohli ulítnout
ke mně

*

zakrývám slunci oči
jako duši
už nesvítá
ve své dlani sevřené
kde už nesesdávám
odnesl smích
a odraz jeho pohledu
stéká mi teď po tváři

*

Couvát do lů



Za 180 korun jsem koupil na Národní CD *Foretold in the Language of Dreams*, **The Natascha Atlas & Marc Eagleton Project**. Ani ne rok stará nahrávka téhle dámičky mě dostala zase o patro výš v elektronice, kterou nemusím milovat, nicméně občas je třeba přiznat, že se tu „dějou“ příjemné věci. Když se podíváte na list vydavatelské firmy Mantra, tak zjistíte, jaké mnohé nizozemské, finské a jiné skupiny doskakují na obroučku, aby vsítily koš. Na tomhle CD je 11 skladeb většinou z pera Natašky a jediné mně známé jméno, které se tu ještě vyskytuje, je M. Eagleton. V bookletu se píše, že práce je olivněna filmem P. Brooka *Meetings With Remarkable Man*. Ostatní vlivy – Coelhoův *Alchymista* a kniha *The Force* S. Wildese (to mi neříká vůbec nic; Coelho mi říká, ale prakticky taky ne). Jak se taková novinka mohla objevit v bazaru? Zas někdo něco nakoupil, a vono to nešlo prodat. Nebo to bylo jinak? Když jsem u té Atlasky – tak mě vždycky překvapuje, že je zařazována mezi elektroniku, ambient dub nebo club/dance. A její bývalá kapela-raketa, která ji vytáhla na oběžnou dráhu, *Transglobal Underground*, jako technopopová. Jde samozřejmě o fúze především arabské hudby s hudbou okcidentální. Možná je používán výraz etno-techno opravdu namístě. Matka Angličanka, otec sefardský žid, místo – arabská komunita v Bruselu. Naučila se jazyky (francouzsky, španělsky), stejně i břišní tanec. Pohybovala se mezi Belgií a Británií, zpívala v tureckých a arabských klubech a na začátku 90. let se etablovala na alternativní scéně (odtud spolupráce s J. Wobblem). Oslovlili ji transglobáloví undergroundi. Jak to všechno spolu pěkně souvisí, co? První sólová deska je z r. 1995 (*Diaspora*), pak přišly *Halim*, *Gedida* a *Ayeshteni*. Spolupracovala s tuniským zpěvákem a skladatelem W. Rouissisim a egyptským skladatelem a hrá-

čem na „oud“ E. Rashadem, ale taky s D. Ashem nebo slavicí Sarah Brightman.

Tak – další hudební osmitisícovka zdolána. Další legenda aspoň trochu nahlédnuta. V tom malém bazárku kousek od náměstí Míru jsem za 250 korun zakoupil losangeleskou legendu, skupinu **Love** (vznikla v r. 1965 pod jménem *The Grass Roots*). Když si o ní čtu, má na sobě navěšeno adektiv jak vánoční stromeček – jeden z nejlepších folk-rockově psychedelických bandů z westcoastové oblasti, jeden z prvních nositelů označení kultovní underground. Stejně tak barokní pop, ale i garážový rock. Vlivy *Byrds* i *Stounů*, hardrock, blues, jazz, flamenco, a orchestrální pop. To všechno má na svědomí především její skladatel a zpěvák černé pleti *Arthur Lee*. Začali hrát po klubech – a hned je možno dodávat další kapely *Lovin' Spoonful*, *P. Butterfield*... Třetí deska patří k nejlepším (best of best). *Forever Changes* – fúze folk-rocku, psychedelie, orchestrálních aranžů, a k tomu výtečné texty... na všem se mimo Leeho podílí i Bryan Mac Lean. Na 7. LP s nimi spolupracoval i *Jimi Hendrix*, ale kapela se rozpadá, aby se pak v r. 1974 vzmohla ještě na jednu desku. *Lee* později nahrává sólo.

Kolem kapely **Crash Test Dummies** jsem chodil už nějaký ten pátek, hlavně se v bazarech objevuje cd *God Shuffled His Feet*. Teď jsem v Jungmance objevil dvě jejich věci za 150 korun, obě jsem si poslechl a koupil jsem si nakonec první desku z roku 1991 – *The Ghosts That Haunt Me*. Ta je hodně folková proti té o 5 let starší, která soutěžila o moji přízeň. Kapela vznikla v r. 1989 a na začátku 90. let patřila k proudu alternativních rockově-popových kapel, v případě jejich první desky ještě se silně folkovými kořeny. Hlavní postavou a autorem naprosté většiny skladeb je *Brad Roberts*; deska měla obrovský úspěch v rodné Kanadě, ale v dalším světě už ne. Znamější

v USA (na což navazovalo evropské turné) se stali až díky *J. Harrisonovi* (členu *Talking Heads* a předtím třeba *Modern Lovers*, o kterých už jsem taky psal), který produkoval jejich druhé album. Už výběr nástrojů vám napoví – jak se říká v televizi – mimo klasiku foukací harmonika, banjo, tahací harmonika. Na tomhle cd hraje kapela ještě ve 4, později jich bylo 5. Poznávacím znakem je hluboký baryton zpěváka a „vychytané“ texty (ale v tom nemohu sloužit). Kdybych měl CD zařadit do chlívěčku, tak píšu: pop-folk s místy countryovským spodkem. To není hanlivé – to jen jedna z možných cest. Ale jak jsem psal, další desky už byly úplně jiné...

Gong, ong, ong... Tak zase jeden spolek z polohy kult. Anglicko-francouzská experimentální hippies skupina, založená australským básníkem *Davidem Allenem* v r. 1968, v Paříži (předtím *Soft Machine*) – zařazení do experimentálního rocku, artrocku a britské psychedelie. V letech 1970–71 nahrává *Allen* dvě alba pod vlastním jménem, ale už se spoluprací budoucích členů *Gongu* (*R. Wyatt* – ex *Soft Machine*, *G. Wright* – *Spooky Tooth* atd.). Časté personální změny (aspoň 12 různých sestav), rozchody. *Allen* odchází i s manželkou (*Gilli Smyth*) v polovině 70. let. Sirotci se kolem r. 1977 začínají přiklánět k jazzrocku, hrají pod názvem *Pierre Moerlen's Gong*. Odpadlíci hrají zase pod názvem *Planet Gong*, *New York Gong*, *Gongmaison*, další nahrávky jsou zase už pod názvem *Gong*. Ale jak to vlastně bylo pohádka? Podstatné je, že na jaře 2000 si tihle staří fotříci vyjeli na turné a z něj existují nahrávky. Já jsem zakoupil za 199 ve výprodeji na třídě M. Horákové kousek pod názvem *Live 2 Infinitea* (nahráno v Londýně a v Bergenu). 14 skladeb. Stáří má zelenou!

Jakub Šofar

A její bývalá kapela-raketa, která ji vytáhla na oběžnou dráhu, *Transglobal Underground*, jako technopopová. Jde samozřejmě o fúze především arabské hudby s hudbou okcidentální. Možná je používaný výraz etnotechno opravdu namístě. Matka Angličanka, otec sefardský žid, místo – arabská komunita v Bruselu. Naučila se jazyky (francouzsky, španělsky), stejně i břišní tanec.

Str
prostř

Gromanova historická drtička

ATLANTIS

FRANTIŠEK WEYR

PAMĚTI

◆ 3 ◆

ZA OKUPACE A PO NÍ
(1939–1951)



„Ubohý čtenář nebo posluchač, jemuž příroda zpravidla odměřila beztoho jen velice skromnou dávku soudnosti, se nakonec pak už v takové spleti pojmů, slov a zejména zkamenělých frází vůbec nevyzná, a uvěří prostě všemu, co do něj písař nebo mluvka záměrně vtouká.“

Paměti ze zpuchřelých dob, kdy nestálo za to odebírat sbírku zákonů (nad posledním dílem memoárů Františka Weyra)

Brněnský právník, právní filozof, státní vědec a statistik František Weyr (1879–1951), syn matematika Emila Weyra, se podílel hned na dvou československých ústavách.

Ta první (napsaná po roce 1918) vešla v platnost. Druhou (začala vznikat po druhé světové válce) sice po únoru 1948 parlament schválil, ale definitivní text už byl zcela v režii nových mocipánů a s původním textem komise odborníků, ve které zasedal také Weyr, už neměla nic společného. Práci komise nejenže nebrali vážně nastupující komunisté, ale jako svého druhu formalitu ji ještě před pučem ignorovala také vláda, parlament a dokonce i Edvard Beneš. Weyr právě tuto epizodu zaznamenal ve třetím (posledním) dílu svých rozsáhlých pamětí. V dílu, který ze všech tří vyniká asi

největší (sebe)ironií, kritičností, skepsí, ale také ukřivděností a zklamanými nadějemi.

Není ani divu, Weyr první dva díly svých Pamětí napsal za druhé světové války. Tedy v době, kdy už měl za sebou největší úspěchy své kariéry, v době, kdy – ač odstaven – mohl v sobě ještě hýčkat naději, že jeho hlavní dílo – Právnická fakulta Masarykovy univerzity – bude obnoveno a on se toho dočká. V roce 1950 ale komunisté fakultu opět zrušili, což už těžce nemocného a od roku 1948 opět do ústraní odsunutého Weyra zasáhlo vskutku těžce. Třetí díl je tak sžravou galerií glos a poznámek ke všem, kteří komunistům tak či onak, více či méně, skutečně či jen ve Weyrově pohledu pomohli k moci. Své si tak odnášejí třeba jazykovědec František Trávníček, Zdeněk Nejedlý, prezident Beneš, a třeba i Ferdinand Peroutka.

Třetí díl Weyrových rozsáhlých Pamětí vyniká, jak už jsme řekli a jak autor sám v úvodu vlastně přiznává, velkou dávkou konzervativnosti, „nevlídné kritiky novo-

František Weyr byl skutečně muž velkého formátu. Roku 1899 se zapsal na Právnické fakultě Karlo-Ferdinandovy univerzity. Do roku 1909 působil v rakouské státní službě. Jeho přítelem byl pozdější ministr Karel Engliš, který mu pomohl k místu mimořádného profesora na brněnské technice. Po první světové válce se Weyr stal na dva roky členem parlamentu. V roce 1919 se podílel na vzniku brněnské Masarykovy univerzity a stal se prvním děkanem její právnické fakulty, ve dvacátých letech byl v Brně jeden rok dokonce rektorem. V letech 1913 až 1939 působil jako právnický přispěvatel Lidových novin, vydal na tři desítky právnických knih a nespočet odborných studií a článků, 1919–1929 vedl Státní úřad statistický, byl předsedou správních rad několika akciových společností, předsedou spolků na ochranu zvířat, aktivně se podílel na kulturním, hudebním a divadelním životě Brna. Se členy Českého kvarteta pěstoval dlouhá léta domácí koncerty komorní hudby. V roce 1947 byli přátelé Weyr a Engliš jmenováni čestnými doktory Masarykovy univerzity.

„Vzhledem k mému srdečnímu
neduhu a stáří našeho seniora,
pana vicepresidenta, který měl již
dávno osmdesátku za sebou,
pohybovali jsme se velice pomalu
a často se zastavovali, když jsme si
navzájem sdělovali důležité novinky,
na příklad že jeden z nás spatřil
bývalého presidenta toho či onoho
úřadu nebo radu Nejvyššího soudu,

dobých vymožeností, jakož i celkovým pesimismem“. Vždyť coby zpuchřelý neoznačuje jen po roce 1948 nastolený režim „novodobých troglodytů“, ale také (tradičně) rakouskou monarchii i (méně tradičně) masarykovskou republiku nebo protektorát.

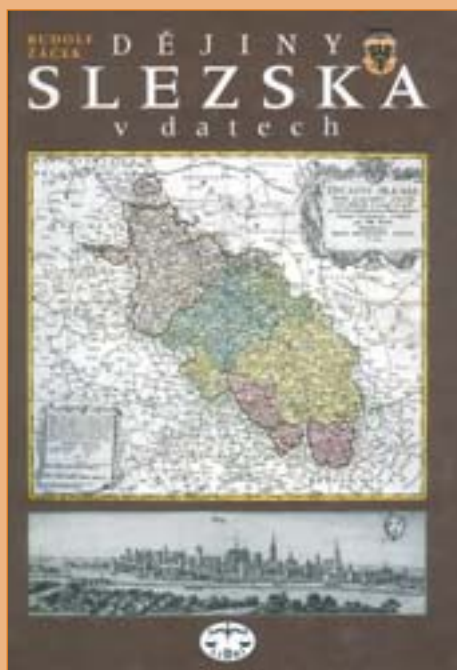
Nechybí zde ani, a to už autor nějak nezdůraznil, také neoddiskutovatelná Weyrova sebestřednost – nejenže rozsáhle cituje chvály, které na něj kdy vyšly, ale také zdůrazní, jak dobře byl honorován za první díly svých pamětí, když po válce vyšly; notnou dávku čtenářovy trpělivosti si také vyžádají neustálé poznámky o autorově chatrném zdraví. Ne že by to nebyla pravda – Weyr skutečně trpěl vážnou srdeční chorobou, s čímž se pojila určitá emoční střídmost až upjatost – není však v Pamětech kapitola, kde by to nebylo zmíněno hned několikrát. Pro čtenáře, který v pamětech jako žánru hledá alternativy pohledu na život, mají tyto pasáže snad jediný klad – tu a tam Weyra donutí k úvahám nad vlastní smrtelností: „Četl jsem někde u Schopenhauera, že vlastně každý člověk ve skutečnosti nevěří, že jednou zemře, přestože ví, že se tak stane! Snad doufá člověk v takové situaci vždy v nějaký zázrak, který neodvratnou událost v posledním okamžiku přece jenom odvrátí. Jinak nedovedu si vysvětliti poměrný klid,

Krmelec

(rubrika ukradená z Tvaru.

Tvar má Kulturní krmítko

a my chceme taky krmit zvířata)



Dějiny Slezska den po dni

Nakladatelství Libri je už léta příjemně posedlé encyklopediemi. Probírat se jejich edičním plánem je pro historika doslova radost – vždyť kdo jiný by u nás vydal encyklopedii rozpadajících se zámků, hradů a tvrzí nebo vodních mlýnů. Za čas možná vznikne i encyklopedie neuskutečněných bitev nebo promarněných dní v dějinách. V letošním roce ovšem Libri uvedlo na trh dílo, které českému (vysloveně českému) čtenáři připomíná, že dnešní moderní Česko svou koncovku nebere ani od Čech ani od Moravy, ale od Slezska. Tedy od toho, co Slezska k nám z celého patří. Ovšem od 14. století do r. 1742 sdílelo Slezsko své dějiny s těmi našimi celé; pak jsme zase jednou šli na Prusa, a zůstal nám Slezska jen kus.

Autorem Dějin Slezska v datech je Rudolf Žáček, ředitel Slezského ústavu v Opavě a prorektor Slezské univerzity, už podle institucí tedy na danou problematiku fořt. (Těch

Slezsek už je na jeden Krmelec až dost, že!) Jeho práce nesleduje jen dějiny Slezska, které dnes patří k ČR, ale Slezska jako celku, a tak z ní můžeme získat třeba alespoň základní přehled o současném dění v polské části tohoto rozlehlého evropského regionu (myslíme Slezsko). Kromě samotné chronologie zde čtenář najde také různé přehledy panovníků, rejstříky i studii o historicko-územním vývoji Slezska, respektive Bernštatska, Bílska, Břežka, Bytomska, Falkenberska, Hajnovska, Hlívicka, Hlohovska, Hlubčicka, Javorska, Karolat-Bytomu, Kozelska, Kožichovska, Krnovska, Krosenska, Lehnicka, Lemberska, Lubinska, Malohlohovska, Minstrberska, Namylovska, Niska, Olavska, Olešnicka, Opavska, Opolska, Osvětimska, Pštinska, Ratibořska, Rybnicka, Seveřska, Slezska, Střelecka, Stínavska, Svidnicka, Šprotavska, Těšínska, Tošecka-Trachenberska, Vladislavska, Volovska, Vratislavska, Zaháňska a Zátorska, bez kterých by samo Slezsko nebylo. Uf, no jak říkám, je to encyklopedie a Libri je jimi příjemně posedlé.

(mg)

s nímž často přijímáme neomylné náznaky, kterými se ona událost ohlašuje.“

Na své nemoce a stárnutí se ale Weyr našťěstí dovede podívat i s odstupem a ironií. Třeba odpolední procházky, které podnikal s dvojicí svých známých, líčí skoro poláčekovsky: „Vzhledem k mému srdečnímu neduhu a stáří našeho seniora, pana vicepresidenta, který měl již dávno osmdesátku za sebou, pohybovali jsme se velice pomalu a často se zastavovali, když jsme si navzájem sdělovali důležité novinky, na příklad že jeden z nás spatřil bývalého presidenta toho či onoho úřadu nebo radu Nejvyššího soudu, jak vracel se z obvyklého nákupu zeleniny na Zelném trhu a nesl si domů zvlášť krásný exemplář karfiolu, který prý získal za neuvěřitelně výhodnou cenu, což vzbuzovalo obdiv a závist druhých dvou souputníků.“ Weyr je v takto privátních pasážích někdy nejen jemným ironikem, ale také mistrem chobotnicovitých souvětí.

Dějinný šašek

Weyrovy Paměti jsou pozornosti hodné také pro svůj specifický pohled na „velké“ dějiny. Autor upřímně zaznamenává pocity

jak vracel se z obvyklého nákupu zeleniny na Zelném trhu a nesl si domů zvlášť krásný exemplář karfiolu, který prý získal za neuvěřitelně výhodnou cenu, což vzbuzovalo obdiv a závist druhých dvou souputníků.“ Weyr je v takto privátních pasážích někdy nejen jemným ironikem, ale také mistrem chobotnicovitých souvětí.

Mladí a normalizovaní

Když se u nás mluví o dějinách normalizace husákovského Československa, sledují historikové většinou tři skupiny jejích aktérů – vedení strany a státu, disidenty a tzv. šedou zónu. Přičemž poslední, největší skupině se věnují spíš sociologové, kteří rozebírají a mapují tzv. chalupářskou mentalitu tehdejší společnosti. K moderní historiografii však patří také zájem o dějiny všedního dne, dne všedních lidí. Jaké to asi bylo být v té době mladý, studovat, vnímat neinspirativní realitu a vyrovnávat se s ní? A pomohli třeba právě studenti pádu režimu i jinak než svou účastí v Sametové revoluci? Tyto otázky sleduje nová práce Milana Otáhal *Studenti a komunistická moc v českých zemích 1968–1989*, kterou vydalo nakladatelství Dokořán. Otáhal zajímají různé studentské aktivity – od oficiální SSM po samizdatové časopisy a skupiny, které se

postupně politizovaly – a ukazuje tak možnosti, které studenti (coby v Čechách tradiční kritikové stávajícího režimu) v té době měli. Samozřejmě vyzdvihuje jejich neoddiskutovatelnou roli v listopadu 1989. Podle autora tak studenti navazují na tradici studentského hnutí 1848, 90. let 19. století, roku 1939, 50. let 20. století i roku 1968.

Moderní historiografie se postupně zaměřuje na (třeba v USA již rozvinuté) sledování dějin ne-elitních skupin obyvatelstva. Zajímavé by jistě byly také práce o aktivitách a postojích horníků, zemědělců, inteligence nebo umělců v době normalizace. Paměť totiž slábne a vytěšňuje možná rychleji, než bychom si rádi připustili.

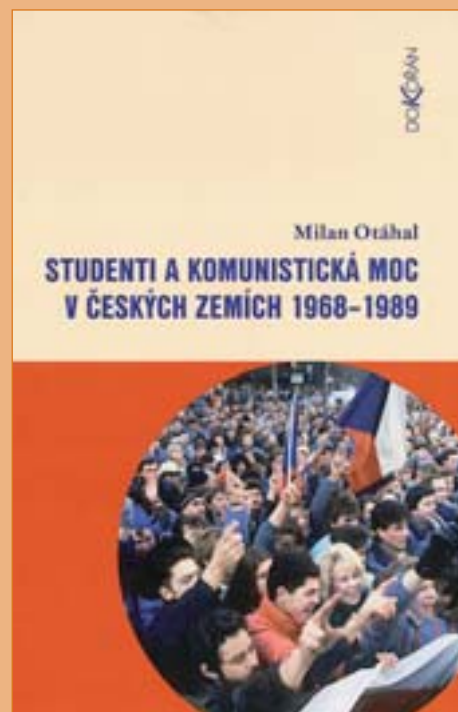
(mg)

Krmelec

(rubrika ukradená z Tvaru.

Tvar má Kulturní krmítko

a my chceme taky krmit zvířata)



Podobně nepatetické
až letargické prožívání
nové protektorátní
reality ale u Weyra
brzy narušilo poznání,
že ho nacisté sledují
a hrozí mu patrně
koncentrační tábor.
V první chvíli nachází
úkryt skutečně
paradoxní – u svého
někdejšího profesního
kolegy Emila Háchy
v Lánech. Válku pak
tráví v Praze a i přes
výsledky a domovní
prohlídky gestapa
a krátké věznění je po
šest let pod ochranou
nejvyšších
představitelů
protektorátní vlády.

a názory, které měl jako veřejně činná persona v dobách skutečně zlomových. Dává tak možnost nahlédnout do mentality a uvažování jednotlivce v daných dějinných zlomech. Například o svých myšlenkách a dojmech po okupaci Československa v roce 1939 si poznamenal: „Pamatuji se, že jsem po (tomto) sdělení pocítil zprvu určitou úlevu, pochopitelnou po směsi divokých eventualit, které jsem v předcházející noci ve své mysli probíral.“ V době, kdy do Prahy vstoupil „dějinný šašek“ Hitler, Weyr a lidé, které mohl sledovat, upadli do určité letargie: „Ani obtěžování gestapem, které nám bylo zatím jen z doslechu známo, jsme v prvních dobách na vlastním těle nepocítovali a tak jsme v těchto dnech žili jen v tupém očekávání příštích událostí.“

Podobně nepatetické až letargické prožívání nové protektorátní reality ale u Weyra brzy narušilo poznání, že ho nacisté sledují a hrozí mu patrně koncentrační tábor. V první chvíli nachází úkryt skutečně paradoxní – u svého někdejšího profesního kolegy Emila Háchy v Lánech. Válku pak tráví v Praze a i přes výsledky a domovní prohlídky gestapa a krátké věznění je po šest let pod ochranou nejvyšších představitelů protektorátní vlády.

Zajímavé jsou z této doby Weyrovy právě poznámky o prezidentu Háchovi nebo premiérovi Jaroslavu Krejčím. Weyr po válce aspoň ve svých pamětech, když už to nešlo veřejně, polemizoval s dobovou představou, že Hácha byl senilní a nevěděl, co dělá. Při lánském pobytu si všiml, že Hácha se vyhýbá prezidentským povinnostem, které de facto pozbyly smyslu, a tráví čas procházkami a debatami o teoretických právních otázkách. „Adolfa Hitlera nazýval žertovně můj nejvyšší pán“. Naposledy se viděli v roce 1942 a ani tehdy podle Weyra nebyl Hácha duševně ani tělesně slabý – jen mu, jako podle Weyra vždy, chyběl dar vtipnosti.

V dobách nacistické okupace Weyr spíše prosazoval soukromé odmítání nastalého stavu než otevřený odpor – své odmítnutí dané situace demonstroval třeba tím, že přestal odebírat sbírku zákonů. Omezoval i své veřejné vystupování mu

Kraus, ne Peroutka

Ve třetím dílu svých Pamětí se František Weyr dost obšírně zabývá také soudobým československým tiskem a novináři. S tiskem měl hojně zkušenosti už z první republiky; sám několik odborných časopisů vedl, do těch spíš laických o právní tematice psal. Po válce se ale situace v tisku dost změnila – noviny byly snad ještě dřív než za republiky svázány s jednotlivými politickými stranami. Navíc ty méně zpolitizované (jako třeba Svobodné noviny) zase dobrovolně nastoupily cestu podpory levicové vlády.

Weyr tento trend pozoroval třeba při svých stycích právě se Svobodnými, dříve Lidovými novinami vedenými nyní Peroutkou. Nikdy, ani v době, kdy Weyr psal pro listy, které Peroutka vedl, mezi nimi nevzniklo víc než vědomí o vzájemné existenci, jejich styky sám charakterizuje jako „povrchní a nahodilé“. O poválečných Svobodných novinách Weyr potom píše jako o listu, který jde výrazně doleva, což ve svých „úvodnicích“ dával najevo a pěstoval jmenovitě nový šéfredaktor sám. Z nich vytrvale plynulo autorovo přesvědčení, že ten „levý“ směr to již definitivně nejen u nás, nýbrž snad na celém světě vyhrál a že jen zcela prostoduší lidé o tom mohou mít nějaké pochybnosti. Domnívám se ovšem, že on sám v oněch dobách (od května 1945 do února 1948) asi netušil, jak dokonalá bude tato výhra právě u nás v republice, a velkou spokojenost s ní ani Peroutka nepocítoval, když se nakonec po komunistickém puči odhodlal opustit ji.

Ve Svobodných novinách tedy Weyr velké uplatnění pro své s právní tematikou související články nenašel. Prostor mu poskytl Lidová demokracie, noviny lidové strany, do které Weyr po válce také vstoupil. Do lidoveckého novinového trustu – jen tak na okraj – tehdy patřili vůbec v dané době k poměrům nejvíce kritičtí novináři jako Pavel Tigrid, Helena Koželuhová, Bohuslav Brouk nebo Ivo Ducháček.

Právě putování po redakcích socializující se republiky přimělo Weyra k úvahám o tisku jako takovém. Coby člověka názorově vyhraněného a pevného jej nezajímal tisk v Čechách od národního obrození zdomácnělý, tedy žurnalistika vysvětlující, návodná, názorová. Raději by viděl, kdyby se „denní tisk přesně omezoval na své prvotní a původní poslání, to jest zůstal zařízením zprostředkujícím svým čtenářům skutečné „noviny“ (= novinky), nebyl by veřejným zájmům a veřejné mravnosti nebezpečným ani tenkrát, kdyby byl provozován výdělečně (zištně), to jest kdyby své informace prodával, jako se prodává jiné zboží.“ Proti mentorování na stránkách novin a časopisů se Weyr stavěl skutečně rezolutně. „Každé poučování a vzdělávání poskytované letmo ráno při kávě nebo jiných takových příležitostech, vzbuzuje u mnohých jiných odpor nebo trapný dojem. Z hlediska literárního jeví se proto jedinou účinnou formou tohoto působení satira, již si její pisatel dobírá svého nepřítel humorem a vtipem.“ A tak není divu, že jeho žurnalistickými ideály byli Karl Kraus nebo po válce také už nežijící šéfredaktor Lidových novin Arnošt Heinrich. Tedy muži „pevných charakterů, povahově silní a přímí, idealisticky založení, s poměrně velkou dávkou vlastního přesvědčení, vlastního světového názoru a lásky k svobodě a nezávislosti.“

František Weyr, na něhož by se dala jeho vlastní právě zmíněná slova také vztáhnout, byl po únoru 1948 vyhozen ze své fakulty. Tehdy začal psát poslední díl svých vzpomínek, práci už ale nedokončil. V rozsáhlých pamětech si vytvořil – trochu nadneseně řečeno – pomník skutečně věčný. „A tu se dědeček, kde se vzal tu se vzal, opět objevuje na scéně“, a bude objevovat stále znovu. Jeho právně normativní studie budou číst asi už jen právní historici, Paměti ale zůstanou jedinečným zdrojem osobních glos a pohledů vzdělaného státopěvce na moderní české dějiny od konce monarchie po začátek komunistického režimu.

Martin Groman

František Weyr: Paměti 3. Za okupace a po ní (1939–1951). Atlantis, Brno 2004. Připravila Jana Uhdeová, 232 stran, vydání první, doporučená cena 252 Kč.

Raději by viděl, kdyby se „denní tisk přesně omezoval na své prvotní a původní poslání, to jest zůstal zařízením zprostředkujícím svým čtenářům skutečné „noviny“ (= novinky), nebyl by veřejným zájmům a veřejné mravnosti nebezpečným ani tenkrát, kdyby byl provozován výdělečně (zištně), to jest kdyby své informace prodával, jako se prodává jiné zboží.“

Krmelec

(rubrika ukradená z Tvaru.

Tvar má Kulturní krmítko

a my chceme taky krmit zvířata)

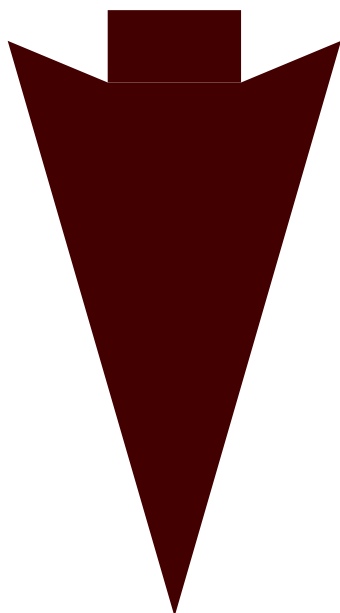
Česko hledá publikum

Chci sem jenom napsat, že soutěž Česko hledá Superstar by byla docela přijatelnou formou nedělního oddechu, kdyby někdo lehce přidusil její publikum. Ten frenetický dav, díky kterému není slyšet jediná celá věta porotců ani účinkujících, mi připomíná obecnost amerických náboženských pořadů, které řve, slintá a občas pravděpodobně kolektivně onanuje, protože na něj sestoupil Duch svatý. Na Brumlovku ještě nesestoupilo nic, a tak ve jménu humanity a duševního zdraví prosím režiséra, aby to agresivní stádo postřílel.

(šš)

Ze vtipných emailů

(Anonymní autoři)



Soustřed'te se...



Soustřed'te se po dobu 30 sekund na čtyři pod sebou umístěné tečky uprostřed obrázku.

Potom se podívejte na zed' a začněte přimhuřovat oči

Uvidíte světelný kruh, pozorujte ho dál.....co vidíte ?????

Zkuste to, je to naprosto neuvěřitelné !

Jánabráchu

aneb

Když se něčemu budete věnovat na plný úvazek i ve svém volnu a ještě vás to třeba bude bavit, pochopitelně začnete svou aktivitu pokládat za důležitou. Takoví fandové pak ale ztrácejí smysl pro proporce a mají dojem, že co je závažné pro ně, musí samozřejmě být strašně zajímavé i pro zbytek světa. Když se skupina podobných cvoků u jednoho stolu začne bavit nahlas, dokážou své téma vnutit celé hospodě. Když se začnou bavit přes média, podaří se jim vytvořit virtuální problém, který vzápětí začíná žít vlastním životem.

Chvála malosti

Debate o Tomáši Kolocovi je v tomhle krásnou ukázkou „profesních“ diskusí českých novinářů a mediálních teoretiků. Přitom v celé historce šlo v podstatě o houbu.

Zkrátka: Tomáš Koloc je mládenec, který rád a hodně píše. Jeden čas pracoval v Haló novinách a když odešel, napsal něco mezi reportáží a fejetonem o tom, jaké to u soudruhů bylo a že teď nemůže najít práci. Čímž by historka mohla skončit. Ale neskončila.

Do Tomáše Koloce se opřel Ondřej Štindl: Když se prý zprofanoval psaním pro Haló noviny, nemá teď brečet. Mladého nezaměstnaného literáta se naopak zastal šéfredaktor Britských listů (které Kolocův text otiskly) Jan Čulík. V dalším kole prohlásil Štěpán Kotrba Koloce za profesionálně i myšlenkově nedostatečného, proti nactiutrhaní se tentokrát postavil Štefan Švec (oba texty v Britských listech). Celé ohromné aféry si začaly všimát internetové stránky věnované žurnalistice, například Čermákův Mediář.

Skutečnost je přitom jednoduchá. Tomáš Koloc píše žánrové obrázky ze svého ži-

vota běžně, líčí v nich leccos od boje o postel na hradecké koleji po cesty do ciziny. Kdyby nezachytil své zkušenosti v Haló novinách, znamenalo by to, že je těžce nemocný. Ondřeje Štindla jeho článek zaujal částečně asi proto, že je čtivý, částečně možná kvůli tomu, že zhruba před měsícem byly „žhavým tématem“ (podobně jako teď Koloc) novinářské blogy; ostatně i Milan Šmíd ve své mediální Louči ztotožnil vyhozeného novináře s bloggerem „dehalo.cz“. Štefan Švec je pak bohemista, Tomášův přítel z dětství a občasný kolega, Jan Čulík má ve skotském Glasgow slabost pro české bohemisty a Štěpán Kotrba je dvorní přispěvatel Britských listů, které Čulík zakládal.

Takže z debaty na originální mediální téma máme osobní spor několika známých. Proč o něm vůbec mluvit? Protože všichni zainteresovaní se tváří, že sporem o Koloce vypovídají něco podstatného o české mediální scéně vůbec (Štindl: Může se novinář zprofanovat spoluprací s určitým médiem?, Švec: Je Kolocův text důležitý, protože přináší netušené a zásadní informace o chodu Haló novin?). Pár automechaniků řešících v hospodě nové dezény pneumatik ale také automobilový průmysl nezmění.

Podobné osobní debaty o ničem stojí za velkým procentem českého profesního mediálního dialogu. Na druhou stranu – kdyby to znamenalo, že závažnější potíže nemáme, bylo by dobře.

Jen je mi líto těch studentů FSV UK, obor žurnalistika, kteří drží denní službu u internetu a mají pocit, že právě káplí na Velké Téma.

Miroslav Cingl

SLOVNÍK KONVERZ

(aneb návod
k dešifrování
známého při
náhodném setkání)

PŘEKLADOVÝ,
ČESKO-ČESKÝ,
S OBČASNÝM
VÝKLADEM

Jé ahoj! To je bezva, že jsme se potkali!

Proboha, co tu pohledáváš? Myslel jsem, že nešťastných náhod už bylo dneska dost! *(Nadšení příliš vehementní na to, aby bylo pravdivé.)*

Tebe bych tady opravdu nečekal.

Myslel jsem, že tu potkám Arnolda Schwarzeneggera, Pamelu Andersonovou, Pipi Dlouhou Punčochu, a místo toho Ty! *(Výraz nepatrného zděšení.)*

To už snad ani není pravda! Pamatuješ...?

Už dlouho jsem tě neviděl a nijak jsem tě nepostrádal. *(Temporálně-lokativní kategorie způsobily ontologickou nepravděpodobnost pozorovaného fenoménu.)*

Jak se máš?

Tak to rychle vyklop, protože na mě stejně nemáš. To já... *(Otázka je obzvlášť významná tím, že je obzvlášť bezvýznamná. Odpověď je totiž pro tazatele často stejně důležitá jako informace o objevení nových ložisek uralu na Uranu, respektive naopak. Což je nejlepší předpoklad pro to, abychom v nejbližší době dohnali Británii, kde se na otázku „Jak se máš?“ (How do you do?) odpovídá otázkou „Jak se máš?“ a hovor se přesouvá k důležitějším tématům.)*

ATISMŮ

Honzy Hanzla

Sex!

Vraždy!

Plyšáci!

Podobrazník...

Dík, docela fajn.

To víš, že jo, budu ti tady vykládat, jak to stojí za houby, aby ses moh cejtit jako kádr. *(Typický případ ironie.)*

Díky, stojí to za houby.

To víš, že jo, budu ti tady vykládat, jak se mám fajn, abys mi záviděl a všude mě pomlouval. *(Typický příklad ironie.)*

Tobě to sluší! *(spíš muž ženě)*

Seš nečekaně stará, to, co máš na hlavě, je příšerný, a nechápu, proč se oblíkáš do koberce a věšíš na sebe to kovový harampádí. A vůbec, ještěže jsem do toho s tebou tenkrát nešel...

Taky dobře vypadáš! *(spíš žena muži)*

Až na to břicho a pleš a vůbec, ještěže jsem do toho s tebou tenkrát nešla...

Pořád chodíš/žiješ s Y?

Pořád chodíš/žiješ s tou krávou/tím volem? *(Na soukromí se zpravidla dostane brzy. Dál se pokračuje duchaplnými otázkami typu A co děti? A co rodiče? A co psi? A co papoušci? A co vši? Jak se jim všem daří?)*

Pořád ještě nezadaný/á?

Nikdo tě nechce, co? No, ani se moc nedívám.

Musíme se někdy konečně sejít a všechno pořádně probrat.

Doufám, že k dalšímu setkání v příštích deseti letech nedojde.

Promiň, ale strašně spěchám.

Už mě nebaví tě poslouchat. Když se nemáš ke konci, tak to holt utnu já.

Pozdravuj všechny známé, které potkáš!

Stejně nikomu nic neřekneš a kdyby náhodou jo, tak ho to nebude zajímat. *(Jeden z nejméně plněných imperativů vůbec - srov. např. Vynes odpadky!)*

Rád jsem tě viděl.

Kdybich tě nepotkal, vůbec nic by nic nestalo.

Měj se krásně, určitě se zase potkáme!

Nedej Bůh!

Těším se!

Proboha, nevyhrožuj. Ode dneška volím jinou trasu. Nechtěl by ses odstěhovat na Bali? A vůbec, co mi ještě strašíš v hlavě? I když vlastně... Jo, někoho jsem dneska potkal, ale kdo to proboha byl?

Takže, milí čtenáři, těším se příště!

**V příštím čísle (vychází 1. července 2003)
najdete:**

Cannyho povídky

Obrazy Stano Masára

Recenzi na Pí a jeho život

Na shledanou příště!