FENOMÉN 2020: Komunita v mediálnom priestore

Anna Sámelová – Mária Stanková – Ján Hacek (Eds.)

UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE
2020

FENOMÉN 2020: Komunita v mediálnom priestore

Anna Sámelová, Mária Stanková, Ján Hacek (Eds.)

Táto publikácia je spolufinancovaná
Európskou úniou

Táto publikácia bola vytvorená s finančnou podporou Európskej únie a SlovakAid.
Jej obsah nemusí nutne reprezentovať pohľad donorov.

Partnerom projektu FENOMÉN 2020: Komunita v mediálnom priestore je Človek v ohrození, n. o.

© Autori: Pavel Bielik, Miroslava Čačková (S. Františka, Ordo sancti Francisci), Mária Follrichová, Ján Hacek, Simona Hricišinová, Pavlína Chalupková, Peter Ivanič, Romana Javorčeková, Peter Kubinyi, Simona Mičová, Elena Petrová, Kristína Piatková, Magda Pospíšilová, Pavol Rankov, Terézia Rončáková, Anna Sámelová, Adam Solga, Mária Stanková, Romana Takáčová, Marija Vaitkutė, Ján Višňovský

Za jazykovú úpravu textov zodpovedajú autori.

Recenzenti:
Mgr. Jozef Adámať, PhD.
Mgr. Imrich Gazda, PhD.

© Vydavateľ: Univerzita Komenského v Bratislave vo Vydavateľstve UK v roku 2020
ISBN 978-80-223-4974-1

Obsah

Fenomén 2020: Komunita v mediálnom priestore **5**
Anna Sámelová

Medziľudské vzťahy a digitálna komunikácia: silné väzby, slabé väzby, online väzby **9**
Pavol Rankov

Online komunity ako producenti mediálnych obsahov **18**
Anna Sámelová

Traditional Media and Content Created by Non-Professionals: A Comparison **27**
Marija Vaitkutė

Community in Media Seen through Global Outlook **31**
Peter Ivanič

Komunita, ktorá by nemala mlčať **41**
Adam Solga

Migranti: homogénna „komunita" alebo rôznorodí ľudia s príbehmi? Mediálna analýza pokrývania migrácie na Slovensku a porovnanie s Českou republikou **52**
Pavlína Chalupková – Peter Ivanič

Antisystémoví voliči na Slovensku a ich dôvera v médiá **63**
Ján Hacek

Filantropická činnosť Georga Sorosa a koncepcia otvorenej spoločnosti **80**
Simona Hricišinová

Správy na hrane **91**
Elena Petrová

Niekoľko poznámok k podobám súčasnej politickej satiry na Slovensku **114**
Ján Višňovský

Z „kritického Parnasu" k influencerom (Literárna kritika v čase sociálnych sietí) **124**
Mária Stanková

Komunikačná prax tvorcov podcastov a ich vplyv na recipientov **137**
Kristína Piatková

Problematické javy v žurnalistike v oblasti rodovej rovnosti **146**
Romana Takáčová

Urban exploration – súkromný priestor pre všetkých? **165**
Romana Javorčeková

Novinárska etika a obraz komunity transrodových ľudí v slovenských printových médiách **177**
Peter Kubinyi

Rehoľné komunity na Slovensku a ich mediálne aktivity. S dôrazom na žánrovú skladbu časopisu *Zasvätený život* **189**
Terézia Rončáková – Miroslava Čačková

Rusíni a Ukrajinci v slovenskom mediálnom priestore **204**
Mária Follrichová

Zahraničnopolitická komunita v mediálnom priestore **225**
Magda Pospíšilová

Rozvoj praktických zručností študentov masmediálnych štúdií **232**
Pavel Bielik – Simona Mičová

Fenomén 2020: Komunita v mediálnom priestore

Anna Sámelová

Komunita je od nepamäti základným stavebným kameňom ľudskej spoločnosti. Je sociálnym útvarom, ktorý sa vyznačuje osobitosťou väzieb jednak vo svojom vnútri, t.j. medzi samotnými členmi tejto komunity, no aj navonok, t. j. väzbami, ktoré túto komunitu spájajú s vonkajším svetom, s ostatnými komunitami, so spoločnosťou ako celkom. Jadrom akýchkoľvek väzieb je však komunikácia. Verbálna i neverbálna. Reč slov i reč tela napokon určujú podstatu, charakter i prejavy danej komunity vo vzťahu k sebe samej a vo vzťahu k svojmu blízkemu či vzdialenému okoliu. A jadrom sprostredkovania tejto komunikácie smerom navonok je komunikácia šírená najrôznejšími médiami, čiže komunikácia mediálna. Profesionálna i laická, odborná i naivná, žurnalistická i dežurnalistická.

Podoby komunity sú rôzne: geografické, sociálne, kultúrne, vedomostné, akademické, umelecké, remeselné, avantgardné, zdravotnícke, vojenské, právnické atď. V každej sfére ľudského života skrátka nájdeme komunitný základ. No rôzne sú aj komunikačné stratégie jednotlivých komunít. A rôzne je aj vnímanie týchto komunít okolitým svetom. Aj preto sme za fenomén tohto roka zvolili práve komunitu. Zaujímalo nás, ako akademici i praktici rôznych odvetví uvažujú o komunitách, aké komunity skúmajú a ako sa dané komunity premietajú v mediálnom priestore. Lebo samostatnou komunitou sú aj žurnalisti, ktorých remeselným poslaním je práve informovať o komunitách. Ako toto poslanie zvládajú v online epoche, keď nielen informátormi o dianí, ale aj zriaďovateľmi osobitých online komunít, sú predovšetkým novinárski ne-profesionáli, t. j. dežurnalisti?

Na našu výzvu reflexie fenoménu komunity v mediálnom priestore zareagovali akademickí odborníci i praktici rôznych disciplín mimo žurnalistiky – informačnej vedy, masmediálnej komunikácie, práva, lingvistiky, diplomacie, mimovládneho sektora, rehoľníctva – a tak čitateľovi predkladáme monografické dielo sústredené na komunitu zo širokej škály uhla pohľadov v pestrom žánrovom členení od teoretických statí cez výskumné a prehľadové štúdie až po eseje. Písali ich autori zastupujúci jedenásť rôznych pracovísk štyroch slovenských univerzít – Univerzity Komenského v Bratislave, Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Katolíckej univerzity v Ružomberku a Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre, z Filozofického ústavu Slovenskej akadémie vied, Slovenskej spoločnosti pre zahraničnú politiku, Konferencie vyšších rehoľných predstavených na Slovensku, neziskovej organizácie Človek v ohrození. Práve neziskovej organizácii Človek v ohrození, Európskej komisii a Slovenskej agentúre pre medzinárodnú rozvojovú spoluprácu – SlovakAid patrí naša vďaka za finančnú podporu vydania tejto publikácie i za finančnú podporu kolokviálnej konferencie, ktorú sme na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave zorganizovali 13. februára 2020. Publikačný priestor sme poskytli aj študentom, kto-

rých školské eseje či záverečné práce inšpiratívnym spôsobom dopĺňajú súčasné pohľady skúsených odborníkov na rôzne komunity v mediálnom priestore. Táto publikácia teda nie je konferenčným zborníkom, ale spoločným monografickým dielom viacerých autorov, aj takých, ktorí sa do konferenčnej kolokviálnej debaty nezapojili.

Poradie jednotlivých príspevkov nie je zostupné, neplatí teda, že medzi prvým a posledným textom je kvalitatívny či hodnotový odstup. Snažili sme sa usporiadať texty tak, aby na seba tematicky nadväzovali a posúvali dejovú líniu od všeobecného ku konkrétnemu. Aby čitateľovi predstavili súčasnú reflexiu komunity v mediálnom priestore v príbehovosti jednotlivých pohľadov aj bez tematicky oddelených celkov do samostatných sekcií. Príbeh reflexie komunity v mediálnom priestore otvára Pavol Rankov objasnením silných a slabých väzieb v medziľudských vzťahoch, ich kvalitatívnej transformácie v online väzbách, vysvetlením zmien medziľudských vzťahov v digitálnom veku. V nadväznosti na túto problematiku sa Anna Sámelová sústreďuje na online komunity, ktoré sú dnes najpočetnejším autorstvom médiami sprostredkovaných informácií. Zaujíma ju preto otázka, či prispievajú k objektívnemu poznávaniu pravdy o probléme, ktorý danú komunitu v danom čase zaujíma, alebo sú skôr priestorom pre fabuláciu sveta. Marija Vaitkutė napokon porovnáva informačný a hodnotový potenciál mediálnych obsahov, ktoré v online médiách vytvárajú a šíria novinárski profesionáli a novinárski ne-profesionáli. Vzniká tak premostenie k tematike profesionálnej žurnalistiky, kde sa jadrom komunitného pohľadu stávajú práve novinári a ich mediálne domy.

Peter Ivanič predstaví globálnu žurnalistiku ako už dnes reálne existujúci, hoci stále skôr menšinový prístup profesionálov žurnalistického remesla k vnímaniu globalizujúceho sa sveta, k posudzovaniu iných spoločností a kultúr pri spracovaní svojich textových, zvukových či obrazových správ, reportáží, komentárov, dokumentov atď. Adam Solga v analýze prípadových štúdií s trestnoprávnym pozadím upozorňuje na fakt, že slovenskí novinári a akademickí odborníci na žurnalistiku a masmediálnu komunikáciu nie vždy vystupujú ako zjednotená, silná a vplyvná komunita, ktorá by aktívne bojovala za ochranu svojich práv na slobodu a nezávislosť v informovaní spoločnosti. Naopak, ukazuje sa, že časť niekdajšej stavovskej hodnotovej výbavy novinárskej profesionality v oblasti slobody tlače sa podriaďuje rétorike dobových politických špičiek a ich často ofenzívnemu a populistickému slovníku – ako dokumentujú Pavlína Chalupková a Peter Ivanič na príklade mediálneho pokrývania tzv. migračnej krízy v slovenských a českých médiách hlavného prúdu. Skúmali, mieru, v akej si novinári oboch krajín uvedomovali a reflektovali individualitu migrantov a ľudský rozmer migrácie, a v akej ich prezentovali skôr ako akúsi ucelenú komunitu snažiacu sa dostať do Európy. Tým sa dostávame k problematike dnes už vplyvnej komunity konšpirátorov. Celosvetovo sa hlásia k tzv. antisystému, ktorého zmyslom a účelom je podkopávať idey liberálnej demokracie, zasievať nedôveru v jej inštitúty a inštitúcie.

Ján Hacek sa vo svojej štúdii zameriava priamo na komunitu slovenských antisystémových voličov, na dôvody, pre ktoré uprednostňujú alternatívne zdroje informácií

a meria ich dôveru či skôr nedôveru v tradičné médiá. Konšpirátori a konšpiračné teórie dali základ aj stati Simony Hricišinovej o Georgovi Sorosovi – svetoznámom finančníkovi, ktorý je obľúbeným predmetom i cieľom verbálnych útokov konšpiračnej scény, no aj časti politických špičiek, vrátane slovenských. Poukazuje na to, že George Soros je predovšetkým filantropom s hlbokým filozofickým i praktickým vzťahom k otvorenej spoločnosti ako nevyhnutnej súčasti zdravej demokracie. Elena Petrová spája konšpiračné teórie, skutočné historické výskumy, rokmi zľudovené mýty a súčasnú mediálnu komunikáciu do súvislého celku v čitateľsky atraktívnej téme Jacka Rozparovača. Poukazuje však na zlyhania médií hlavného prúdu v oblasti informovania z overených zdrojov, čo je základom profesionality tradičnej žurnalistiky. Ján Višňovský, naopak, dokladá, že aj v online prostredí dokáže tradičná žurnalistika udržiavať profesionálne štandardy, hoci v nových technologických i zobrazovacích podmienkach. Objektom jeho skúmania je politická satira a jej súčasné podoby publikované novinárskymi profesionálmi a ne-profesionálmi na rôznych mediálnych platformách. Komunita politických satirikov a glosátorov zároveň otvára tematický blok série príbehov mediálne osobitých komunít.

Prvou z nich sú influenceri – ľudia najrôznejších povolaní, najrôznejšieho spoločenského či ekonomického postavenia, najrôznejších záujmov, no spája ich schopnosť osloviť publikovaním svojich textov, zvukov, obrazov (odborných, naivných i konšpiračných) širokú verejnosť. Mária Stanková sa zamerala na influencerov z oblasti literárnej kritiky, ktorá v online priestore na jednej strane stráca svoje tradičné odborné elitárstvo, vrátane edukačnej a jazykovej kvality, no na strane druhej prináša popularizáciu kníh a knižnej kultúry všeobecne. S poklesom jazykovej a interpretačnej kultúry súvisí aj online produkcia ďalšej novodobej komunity – podcasterov. Tej sa venuje Kristína Piatková s dôrazom na komunikačný aspekt napĺňania potenciálu zvukového informovania i zábavy formou podcastingu v oblasti kultivácie spoločnosti. Romana Takáčová hľadá pomocou feministickej filozofie rodovú rovnosť žien v mediálnych obsahoch, pričom neobchádza ani také komunitné a komunikačné stereotypy, k akým patrí zaužívaná objektivácia žien. Romana Javorčeková predstaví čitateľovi komunitu urbexerov – ľudí, ktorí na hranici zákona vnikajú do opustených starých objektov, o ktoré sa nik nestará, aby tam zažívali fyzično i mystiku „dobytého" priestoru s jeho tajomnou minulosťou. Istú tajomnosť v sebe pre vonkajší svet, a najmä pre žurnalistiku ako nositeľa mosta schopného toto tajomno preklenúť, nesú aj ďalšie dve osobité komunity: transrodových ľudí a zasvätených osôb. Do transrodovej komunity prenikol Peter Kubinyi, ktorý ako novinár opakovane a vo viacerých médiách sprostredkúval jej svet čitateľskej verejnosti. V štúdii sa však zameral na to, aby zhodnotil svoje niekdajšie novinárske prejavy o transrodových ľuďoch a ich životných príbehoch z hľadiska dnešných etických noriem a princípov platných v profesionálnej žurnalistike. Komunitu zasvätených osôb s dôrazom na jej mediálne aktivity približujú Terézia Rončáková a Miroslava Čačková (sestra Františka z rehole Školských sestier sv. Františka). Sústreďujú sa na funkcie a ciele katolíckych mediálnych aktivít realizovaných prostredníctvom reholí a porovnávajú mediálne obsahy slovenských svetských a cirkev-

ných periodík. Prehľadová štúdia Márie Follrichovej oboznamuje s vývojom a súčasnosťou dvoch významných národnostných menšín na Slovensku – rusínskej a ukrajinskej, vrátane ich mediálnych aktivít, ako aj pokrývania života týchto dvoch komunít tlačenými periodikami, rozhlasom a televíziou. Tematicky tak vracia náš príbeh reflexie komunít v mediálnom priestore k profesionálnej žurnalistike a posúva jej záber aj smerom k zahraničiu.

V tejto súvislosti nastoľuje Magda Pospíšilová naliehavú otázku – kam sa zo slovenských mediálnych domov – rovnako vydavateľských, ako aj vysielateľských – vytratili odborne fundovaní zahraničnopolitickí redaktori a komentátori, ktorí by verejnosti prinášali zasvätenú diskusiu či erudované komentáre o záujmoch a prioritách slovenskej zahraničnej, európskej a bezpečnostnej politiky? Vo svojej stati poukazuje na dôležitosť a význam komunity špecializovaných zahraničnopolitických novinárov na vytváranie celkového obrazu v našej spoločnosti o svetovom dianí, s presahom na dianie domáce. Na pomedzí zahraničného a domáceho mediálneho priestoru v profesionálnej žurnalistike zotrvávajú aj Pavel Bielik a Simona Mičová. Centrom ich záujmu je komunita novinárov špecializujúcich sa na filmové umenie. Čitateľ sa tak dozvie, akými metódami na spojnici teórie a praxe sa zo študentov masmediálnej komunikácie stávajú novinárski profesionáli v konkrétnom odbore. Prípadová štúdia autorského tandemu je z atraktívneho prostredia Medzinárodného filmového festivalu Karlovy Vary v Českej republike.

A sme na konci príbehu tejto monografickej publikácie. Prináša devätnásť pohľadov na rôzne komunity v mediálnom priestore od jeden a dvadsiatich autorov a autoriek, ktoré dokazujú, že diverzita vied, odborov, disciplín i remesiel je dnes už taká mohutná, že nato, aby sme porozumeli súčasnému svetu, nestačí byť odborníkom vo svojej disciplíne. Práve naopak, musíme sa navzájom rozprávať. Akademici, praktici, občianski aktivisti. Držíme tým líniu prvotného impulzu Fenoménu Katedry žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave, a tou je intenzívna potreba syntetického poznania naprieč odbormi a špecializáciami, naprieč profesijnými a remeselnými špecifikami.

Medziľudské vzťahy a digitálna komunikácia: Silné väzby, slabé väzby, online väzby

Pavol Rankov

Abstrakt:
Príspevok je transdisciplinárnou analýzou realizovaných výskumov. Teoretickým základom je koncept sociálneho kapitálu a sociálnych sietí. Okamžite po nástupe Webu 2.0 sa masovo rozšírilo využívanie online sociálnych sietí. Objavil sa predpoklad, že tieto technológie prinesú zásadné zmeny do procesov prerozdeľovania sociálneho kapitálu a posilnia sociálne väzby, pretože komunikácia prostredníctvom rovnostárskych sociálnych sietí má potenciál prekonávať nielen priestorové, ale aj spoločenské bariéry. Nedávne výskumy ukazujú, že prostredníctvom online sociálnych sietí má človek lepší prístup k informáciám, ale vysoká frekvencia využívania týchto technológií oslabuje emocionálne vzťahy. Online sociálne siete nútia používateľov budovať si virtuálnu identitu založenú na predstieraní a imitácii. Pribúda slabých online vzťahov a oslabujú sa silné väzby v reálnom svete. Človek, ako bio-psycho-sociálna bytosť, nevyhnutne potrebuje silné väzby. Ich absencia má negatívny vplyv na harmonický život a emocionálnu pohodu.

Kľúčové slová: online sociálne siete, slabé väzby, silné väzby, online väzby

Abstract:
Interpersonal Relations and Digital Communication: Strong Ties, Weak Ties, and Online Ties. The paper presents transdisciplinary analysis of previous research. The theoretical background is defined by concepts of social capital and social networks. When the Web 2.0 emerged the online social networking services gained mass popularity. It was assumed that these technologies would reinforce social ties and bring a radical change in social capital redistribution. Communication via egalitarian social networking services has got a potential to span both spatial and social barriers. Last research has indicated that social networking services improve access to information but high frequency usage undermines emotional relationships. Online social networks call for virtual identity based on pretence and imitation. Weak online ties are becoming more common while real life strong ties are weakening. But a human as a biopsychosocial being needs strong ties. Their absence limits life harmony and emotional well-being.

Keywords: online social networking, weak ties, strong ties, online ties

Úvod

Táto sekundárna analýza realizovaných výskumov sa snaží hľadať súvislosti medzi konceptmi a teóriami, ktoré sa doteraz rozvíjali v diskurzoch rôznych vied skúmajúcich spoločnosť a človeka. Takýto široko transdisciplinárny prístup sme si zvolili preto, lebo problematika vyžaduje meta-kontextovú analyticko-syntetickú komparáciu. Online sociálne médiá sú relatívne nový komunikačný fenomén, málo preskúmané (a pomenované) sú preto aj ich pozitívne či negatívne dôsledky na jednotlivca alebo spoločnosť. V našom príspevku sa snažíme vyhnúť predpojatým pozíciám technooptimizmu i technopesimizmu, preto sa sústreďujeme na pramene, ktoré vychádzajú z dát získaných terénnym výskumom.

Hodnota sociálneho kapitálu

Teoretický koncept sociálneho kapitálu, ako ho zaviedla politická ekonómia, je podstatne starší než internetové technológie sociálnych sietí. Sociálny kapitál by sme mohli definovať ako agregát skutočných alebo potenciálnych zdrojov, ktoré má jednotlivec k dispozícii na základe svojej siete viac či menej inštitucionalizovaných vzťahov a známostí s inými ľuďmi.[1] Sociálny kapitál nie je merateľný finančne, je to hodnota kontaktov, ktoré má človek k dispozícii, alebo presnejšie, je to hodnota služieb a možností, ktoré z týchto kontaktov vyplývajú. Napriek tomu – či práve preto – má sociálny kapitál človeka vzťah k jeho ekonomickému kapitálu. Ľudia s efektívnymi interpersonálnymi vzťahmi majú lepší prístup aj k zdrojom ekonomického kapitálu (korupcia je toho extrémny príklad). Pohyb sociálneho kapitálu je obojstranne výhodný výmenný obchod. Preto T. H. Sander and R. D. Putnam pri uvažovaní o sociálnom kapitále zdôrazňujú kategórie reciprocity a dôvery.[2] Aj N. Lin upozorňuje na určitú podobnosť s ekonomickým kapitálom, keďže aj sociálny kapitál je založený na „investíciách do sociálnych vzťahov s očakávanými výnosmi".[3]

Sociálny kapitál je vrodený a dedí sa, čo je ďalšia podobnosť s ekonomickým kapitálom. Dieťa môže potenciálne využívať sieť vzťahov, ktoré vytvorili jeho rodičia. A naopak, môže byť limitované, ba priamo obmedzované, ak sa nachádza v zovretí nejakej znevýhodňujúcej sociálnej siete zdedenej po rodičoch. Na obmedzený prístup k sociálnemu kapitálu, ktorý vyplýva zo sociálnej izolácie, upozorňujú aj B. Edwards a M. W. Foley.[4] Všeobecná dostupnosť internetu a online sociálnych sietí by tu však mohla fungovať ako protiliek a prístup k sociálnemu kapitálu by vedela zlepšiť globálne aj lokálne. Pritom by sociálny kapitál jedného človeka nerástol na úkor iných, ale na-

[1] Definícia vychádza z BOURDIEU, Pierre: The Forms of Capital. In RICHARDSON, John G. (Ed.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport : Greenwood Press, 1986, s. 251.

[2] SANDER, Thomas H. – PUTNAM, Robert D.: Still Bowling Alone? The Post-9/11 Split. In *Journal of Democracy*, 2010, roč. 21, č. 1, s. 9.

[3] LIN, Nan: Building a Network Theory of Social Capital. In *Connections*, 1999, roč. 22, č. 1, s. 29.

[4] EDWARDS, Bob – FOLEY, Michael W.: Social Capital and the Political Economy of Our Discontent. In *The American Behavioral Scientist*, 1997, roč. 40, č. 5, s. 672-673.

vzájom by sa podporovali. Každé nové online priateľstvo by bolo potenciálom pre obojstranný rast. Dokonca by nemala platiť ani vyššie uvedená téza o očakávaní reciprocity vo vzťahoch, pretože používateľ online sociálnej siete nehľadí na užitočnosť jednotlivých kontaktov, ale na agregovaný efekt plynúci z jeho participácie v celej sieti.

Význam silných a slabých väzieb

Ako sme konštatovali, sociálny kapitál je ekonomicky, komunikačne, emocionálne či inak využiteľná hodnota vzťahov, ktoré jednotlivcovi vyplývajú z členstva v sociálnej sieti. M. Granovetter vidí sociálnu sieť ako zoskupenie uzlov a ich väzieb. Uzly sú jednotlivci a organizácie, ich väzby sú vzájomné vzťahy.[5] Ako dodávajú S. Wasserman a K. Faust, vzťahové väzby „sú kanály na prenos alebo prúdenie zdrojov (buď materiálnych, alebo nemateriálnych)".[6] Čiže to, čo vytvára väzby medzi dvoma ľuďmi, môžu byť najrozličnejšie entity – príbuzenstvo, podpora, medziľudské interakcie či materiálne transakcie.

Granovetter sa sústreďuje (na rozdiel od Bourdieua) aj na emocionálnu intenzitu a pevnosť väzieb. Rozdeľuje väzby na absentujúce, slabé a silné (pevné). „Sila väzby je (pravdepodobne lineárna) kombinácia množstva času, emocionálnej intenzity, dôvernosti (vzájomne priznanej) a vzájomných služieb".[7] Absentujúce väzby existujú napríklad medzi ľuďmi, ktorí sa poznajú iba „z videnia". Slabé väzby sa vzťahujú najmä na kategóriu ľudí označovaných ako „známi". Tento typ vzťahov je veľmi dôležitý nielen pre jednotlivca, ale aj pre spoločnosť ako celok, pretože udržujú vzťahovú kompaktnosť v skupinách strednej veľkosti, ale aj naprieč skupinami medzi jednotlivcami, ktorí nepatria do rovnakej skupiny. Základom silných väzieb je dôvera a pocit bezpečia, človek ich udržiava v rámci svojich „vnútorných kruhov", napríklad v rodine či s dobrými priateľmi.

Granovetter svoju teóriu vytvoril ako „vedľajší produkt" výskumu zameraného na kontexty získavania nového zamestnania. Jeho výskum ukázal, že informácie o voľných pracovných pozíciách získavajú ľudia najčastejšie od známych (teda od slabých väzieb). Ľudia so silnými väzbami sa totiž pohybujú v tom istom prostredí, preto sa výrazne prekrývajú aj množiny informácií (napr. o možnostiach zamestnania), ktorými disponujú. Po nástupe technológií Webu 2.0 a online sociálnych sietí bolo jasné, že práve takéto toky informácií získali svoje vynikajúce médium. Sila Facebooku či Instagramu je v tom, že používateľ môže vysielať informácie, ktoré ho „nič nestoja", no pre príjemcu môžu byť veľmi užitočné. A naopak, s prosbou o takéto informácie je možné rýchlo a lacno osloviť pomerne vysoký počet priateľov (*friends*) alebo

[5] GRANOVETTER, Mark: The Strength of Weak Ties. In *American Journal of Sociology*, 1973, roč. 78, č. 6, s. 1360-1380.

[6] WASSERMAN, Stanley – FAUST, Katherine: *Social Network Analysis: Methods and Appplications*. Cambridge : University Press, 1994, s. 4.

[7] GRANOVETTER, Mark: The Strength of Weak Ties. In *American Journal of Sociology*, 1973, roč. 78, č. 6, s. 1361.

nasledovateľov (*followers*). Ale aj silné väzby by mohli online siete vytvárať, a to obzvlášť pre ľudí opustených alebo spoločensky izolovaných, ktorým takéto vzťahy chýbajú v reálnom svete.

Výsledky výskumov využívania online sociálnych sietí

Keďže deň má vždy 24 hodín, čas pre nové médium musia ľudia získať tak, že sa menej venujú dovtedajším činnostiam, napríklad aj sledovaniu starších médií.[8] Pritom je možné, že nové médium je podobnou, plnohodnotnou a rovnocennou náhradou za predchádzajúce aktivity. Tým nechceme povedať, že staršie mediálne aktivity sú „lepšie", ide nám skôr o „mieru podobnosti" z hľadiska zážitku či efektu. Čítanie online denníkov by sme mohli považovať za rovnocenné s čítaním tlačených novín, no internetové sledovanie hudobných videí je už menej podobné sledovaniu hudobnej televíznej stanice (typu MTV), pretože na jednej strane dáva omnoho lepšiu možnosť výberu a na druhej strane ochudobňuje o hudobné spravodajstvo či o možnosť náhodne objaviť neznámu hudbu.

Tým sa dostávame k otázke, nakoľko (z kvantitatívneho hľadiska) online sociálne siete mohli zabrať a vyplniť čas predtým venovaný bezprostrednej medziľudskej komunikácii tvárou v tvár. Britský výskum ukázal, že 32 % adolescentov strávi v sociálnych médiách jednu až tri hodiny denne, no 21 % najmenej päť hodín.[9] Podobné zistenie priniesol aj iný výskum tejto vekovej skupiny – týždenne venujú maďarskí adolescenti sociálnym médiám priemerne 23,16 hodín.[10] Pri takýchto enormných časových dotáciách venovaných sociálnym médiám potom nie je prekvapujúce, že sa zhoršujú schopnosti komunikovať tvárou v tvár. Napríklad americkí výskumníci, ktorí skúmali vysokoškolákov, konštatujú, že sa zhoršila schopnosť empatie. „Pri takom veľkom čase strávenom interakciami online namiesto v realite sa musí zmeniť interpersonálna dynamika, ako aj empatia. Napríklad, je možno jednoduché získať priateľov a vzťahy online, ale táto schopnosť sa nedá preniesť do sociálnych vzťahov v skutočnom živote".[11] Aj K. Kushlev potvrdzuje negatívnu súvislosť medzi používaním online sociálnej siete Facebook a emocionálnou pohodou. Pritom príčinu nevidí v technológii samotnej, ale práve v tom, že „sociálne médiá nahradili medziľudské interakcie tvárou v tvár".[12]

[8] V tomto kontexte neberieme do úvahy kulisové vnímanie médií popri iných činnostiach.

[9] SCOTT, Holly – BIELLO, Stephany M. – WOODS, Heather C.: *Social Media Use and Adolescent Sleep Patterns: Cross-Sectional Findings from the UK Millennium Cohort Study*. [online]. In *BMJ Open*, 2019, roč. 9, č. 9. Dostupné na internete: <https://bmjopen.bmj.com/content/9/9/e031161>. [cit. 2020-03-03].

[10] BÁNYAI, Fanni – SILA, Ágnes – KIRÁLY, Orsolya et al.: Problematic Social Media Use: Results from a Large-Scale Nationally Representative Adolescent Sample. [online]. In *Plos One*, 2017, roč. 12, č. 1. Dostupné na internete: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0169839>. [cit. 2020-02-11].

[11] KONRATH, Sara H. – O'BRIEN, Edward H. – HSING, Courtney: Changes in Dispositional Empathy in American College Students Over Time: A Meta-Analysis. In *Personality and Social Psychology Review*, 2011, roč. 15, č. 2, s. 188.

[12] KUSHLEV, Kostadin: Media Technology and Well-Being: A Complementarity-Interference Model. In DINIER, Ed – OISHI, Shigehiro – TAY, Louis (Eds.): *Handbook of Well-Being*. Salt Lake City : DEF Publishers, 2018, nestránk. [online]. Dostupné na internete: <https://www.nobascholar.com/chapters/6>. [cit. 2020-02-14].

Nebolo by správne tvrdiť, že v dôsledku nástupu sociálnych sietí boli silné väzby nahradené slabými. V skutočnosti silné väzby aj slabé väzby tvárou v tvár sú nahradené online väzbami, a tie sú slabé. Vyššie citovaný K. Kushlev na základe svojho (ďalšieho) výskumného experimentu tvrdí, že nepretržité používanie technológií redukuje aj náhodné medziľudské kontakty (ktoré by M. Granovetter považoval za absentujúce väzby). Nepretržitá dostupnosť online komunikácie „redukuje pravdepodobnosť, že budeme interagovať s cudzími či známymi ľuďmi vo svojom bezprostrednom okolí".[13] Aj takéto jednoduché interakcie tvárou v tvár sú pre emocionálnu pohodu človeka potrebné. Lenže najmä mladí ľudia presmerovali svoju komunikáciu do prostredia, ktoré je emocionálne neuspokojujúce, pretože v online komunikácii sa emocionálne interakcie menia na informačné interakcie.

K. Kushlev a E. W. Dunn urobili aj ďalší nekonvenčný výskum – nepýtali sa rodičov, čo si myslia o vzťahu detí k technológiám, ale naopak, skúmali, ako rodičia používajú smartfóny v čase, keď sú so svojimi deťmi. Výskumníci zistili, že používanie smartfónu znižuje zmysel a úžitok, ktorý plynie dieťaťu z toho, že trávi čas s rodičom, pretože dospelý delí svoju pozornosť i emócie medzi dieťa a smartfón. „Časté používanie smartfónu rozptyľovalo rodičov, ktorí boli so svojimi deťmi, od pestovania atmosféry dôvernej blízkosti".[14] Vzťah rodiča a dieťaťa je nepochybne najsilnejšia medziľudská väzba, zjavne ju však technológia dokáže narušiť. U rodiča so smartfónom sa zrejme prejavuje mechanizmus akéhosi emocionálneho multitaskingu; keď hĺbka vnorenia do vzťahu je znížená rozptýlením viacerými smermi.

Vo svojej (dnes už klasickej) hierarchii ľudských potrieb A. Maslow zaradil sociálne potreby hneď na tretiu úroveň, za základné fyziologické potreby a potreby bezpečia. Sociálne potreby tvoria širokú skupinu, kam Maslow zahŕňa „hlbokú túžbu po skupinovosti, po kontakte, po skutočnej jednote".[15] Človek potrebuje hlboké vzťahy a interakcie s inými ľuďmi, ich absencia vyvoláva úzkosti a depresie. „Ak technológia nahrádza ešte aj triviálne interakcie tvárou v tvár, ľudia strácajú možnosť na uspokojenie základnej potreby komunikácie".[16] Paradoxom sociálnych sietí je, že máme vysokú frekvenciu online väzieb so skupinou ľudí, s ktorými nemáme v skutočnom živote ani silné väzby, ale ani slabé väzby.

---

[13] KUSHLEV, Kostadin – DWYER, Ryan – DUNN, Elizabeth: The Social Price of Constant Connectivity: Smartphones Impose Subtle Costs on Well-Being. In *Current Directions in Psychological Science*, 2019, roč. 28, č. 4, s. 349.

[14] KUSHLEV, Kostadin – DUNN, Elizabeth W.: Smartphones Distract Parents from Cultivating Feelings of Connection when Spending Time with Their Children. In *Journal of Social and Personal Relationships*, 2019, roč. 36, č. 6, s. 1628. [online]. Dostupné na internete: <http://doi.org/10.1177/0265407518769387>. [cit. 2020-02-10].

[15] MASLOW, Abraham H.: *Motivation and Personality*. 2 ed. New York : Harper and Row, 1970, s. 44.

[16] KUSHLEV, Kostadin – PROULX, Jason D. E. – DUNN, Elizabeth W.: Digitally Connected, Socially Disconnected: The Effects of Relying on Technology rather than Other People. In *Computers in Human Behavior*, 2017, č. 76, s. 72. [online]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.001>. [cit. 2020-02-14].

Tak, ako sú rôznorodé sociálne siete a ich služby, rôznorodé sú aj spôsoby, akými ich ľudia využívajú. Používatelia sa odlišujú v tom, čo na konkrétnych sociálnych sieťach robia, aj v tom, s akou intenzitou a frekvenciou to robia. P. Verduyn s kolektívom na základe viacerých výskumov konštatovali, že pasívne používanie sociálnych sietí je frekventovanejšie než aktívne, pričom aj následný vplyv na osobnosť používateľa je rôzny. „Aktívne používanie sociálnych sietí podporuje sociálny kapitál a prepájanie", a naopak „pasívne používanie núti k porovnávaniu a pocitom závisti".[17] Doplňme, že aktívne a pasívne využívanie sociálnych sietí sa neodlišujú kvantitatívne (množstvom času), ale kvalitatívne (vykonávanými aktivitami).

Analogické zistenie ukázal aj výskum, ktorý H. G. Chou a N. Edge realizovali na skupine bakalárskych študentov využívajúcich Facebook s vysokou frekvenciou. „Na rozdiel od ich vlastných životných skúseností, ktoré nie sú vždy pozitívne, ľudia [na základe Facebooku] často usudzujú, že iní majú lepší život než oni a že život nie je fér. Výskyt takéhoto skreslenia je pravdepodobnejší pri posudzovaní ľudí, ktorých nepoznajú dobre".[18] Používanie sociálnych sietí teda paradoxne namiesto rozširovania sociálnych kontaktov a vytvárania skutočných priateľstiev prinášajúcich sociálny kapitál, môže vyvolať nárast pocitov frustrácie, nespokojnosti, a často bezdôvodnej závisti, ktorá je nasmerovaná voči viac-menej neznámym ľuďom. Aj britský výskum, ktorý sledoval detských používateľov Facebooku, ukázal, že starší žiaci „začali porovnávať seba so širšou skupinou ľudí a trápiť sa, či zapadajú. To viedlo k ďalšej vrstve súvisiacich obáv, čo si ľudia pomyslia o tom, ako by mali vyzerať a kým by mali byť".[19] Nielen samotný mechanizmus komunikácie prostredníctvom sociálnych médií je menej autentický ako komunikácia tvárou v tvár, ale ešte aj stresuje používateľov, pretože od nich vyžaduje hru s pozmenenou identitou, predstieranie a imitáciu. V zmieňovanom britskom výskume detí sa to napríklad prejavovalo tak, že na profilových fotografiách dievčatá napodobňovali pózy celebrít alebo v komunite populárnych spolužiačok, zatiaľ čo chlapci kládli veľký dôraz na značkové oblečenie a *cool* vzhľad.

V tomto kontexte neprekvapuje, že výskumy odhalili koreláciu medzi intenzívnym využívaním Facebooku a narcizmom mládeže.[20] Pritom však nie je jasné, či tento typ

[17] VERDUYN, Philippe – YBARRA, Oscar – RÉSIBOIS, Maximé et al.: Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. In *Social Issues and Policy Review*, 2017, roč. 11, č. 1, s. 287 a 290.

[18] CHOU, Hui-Tzu Grace – EDGE, Nicholas: "They Are Happier and Having Better Lives than I Am": The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. In *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 2012, roč. 15, č. 2, s. 119.

[19] BUTTERFILL, Rachel – MANNIX-POLE, Charlotte – MILES, Alice et al.: Life in „Likes". *Children's Commissioner Report into Social Media Use among 8-12 year olds*. London : Children's Commissioner, 2018, s. 25. [online]. Dostupné na internete: <https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2018/01/Childrens-Commissioner-for-England-Life-in-Likes-3.pdf>. [cit. 2020-02-14].

[20] BEHARY, Wendy T. – DAVIS, Denise D.: Narcissistic Personality Disorder. In BECK, Aaron T. – DAVIS, Denice D. – FREEMAN, Arthur (Eds.): *Cognitive Therapy of Personality Disorders*. 3. vyd. New York : Guilford Press, 2015, s. 299-324.
BELICA, Ivan: Narcizmus na Facebooku. In *Psychológia a patopsychológia dieťaťa*, 2016, roč. 50, č. 4, s. 317-333.

sociálnej siete stimuluje rast narcizmu, alebo „iba" priťahuje narcisov, keďže im dáva nástroje na sebaprezentáciu. Základným kritériom úspechu virtuálnej identity (obzvlášť pre narcisa) sú komentáre, pochvalné emotikony a počet virtuálnych priateľov či nasledovníkov. Hrozí však riziko, že používateľ napriek snahe nebude s odozvou prichádzajúcou zo sociálnych sietí spokojný, najmä v komparácii s úspechmi iných používateľov média. V boji o úspešnú virtuálnu identitu na sociálnych sieťach totiž používatelia nie sú navzájom rovnocenní „súperi". Vyššie citovaný výskum britských žiakov potvrdil očakávateľný fakt, že staršie deti často navštevujú účty celebrít, no zároveň „popisujú pocity menejcennosti voči tým, ktorých vidia v sociálnych médiách".[21] Vyššie sme naznačovali, že online sociálne siete by mohli mať potenciál prekonávať ekonomické rozdiely. V skutočnosti sa však rovnostárstvo siete prejavuje tak, že stavia všetkých používateľov na rovnakú štartovaciu čiaru, pričom niektorí z nich majú omnoho lepšie možnosti na sebaprezentáciu, a preto sú aj úspešnejší. Tým neúspešným hrozí frustrácia.

Záver

Sociálne médiá bezprecedentne zvýšili možnosti medziľudskej komunikácie. Dnes je každý vyhľadateľný, s kýmkoľvek je možné vymieňať si zadarmo a rýchlo informácie textové, obrazové, zvukové či audiovizuálne. Lepšou výmenou informácií sa azda môže zlepšiť náš prístup k sociálnemu kapitálu, no len na tej najelementárnejšej úrovni a za cenu poklesu „emocionálneho kapitálu". Táto nová komunikačná situácia človeka prináša kvantitatívny nárast interakcií, no nie nárast ich kvality či pozitívnych účinkov. Neposilňujú sa silné, ale ani slabé sociálne väzby, iba pribúdajú online interakcie. Človek, ako bio-psycho-sociálna bytosť, však pre svoj harmonický život a emocionálnu pohodu nevyhnutne potrebuje autentické silné aj slabé medziľudské väzby, a tie nie sú online väzbami zastupiteľné (metaforicky: smajlík nie je úsmev). Spoločnosť nového milénia si buduje technologicky čoraz lepšie fungujúcu sociálno-komunikačnú sieť, ale jej uzly tvoria čoraz menej spokojní ľudia. Ak si navyše uvedomíme, že do rutinnej prevádzky prichádzajú aj technológie na báze umelej inteligencie, pri ktorých používateľ ani nerozozná, či komunikačným partnerom v sieti je ľudská bytosť alebo softvér, situáciu môžeme považovať za kritickú.

RYAN, Tracii – XENOS, Sophia: Who Uses Facebook? An Investigation into the Relationship between the Big Five, Shyness, Narcissism, Loneliness, and Facebook Usage. In *Computers in Human Behavior*, 2011, č. 27, s. 1658-1664. [online]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>. [cit. 2020-02-14].

[21] BUTTERFILL, Rachel – MANNIX-POLE, Charlotte – MILES, Alice et al.: *Life in „Likes". Children's Commissioner Report into Social Media Use among 8-12 year olds*. London: Children's Commissioner, 2018, s. 27. [online]. Dostupné na internete: <https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2018/01/Childrens-Commissioner-for-England-Life-in-Likes-3.pdf>. [cit. 2020-02-14].

Literatúra a pramene

BÁNYAI, Fanni – SILA, Ágnes – KIRÁLY, Orsolya et al.: Problematic Social Media Use: Results from a Large-Scale Nationally Representative Adolescent Sample. In *Plos One*, 2017, roč. 12, č. 1. [online]. Dostupné na internete: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0169839>. [cit. 2020-02-11]. eISSN 1932-6203. DOI: 10.1371/journal.pone.0169839.

BEHARY, Wendy T. – DAVIS, Denise D.: Narcissistic Personality Disorder. In BECK, Aaron T. – DAVIS, Denice D. – FREEMAN, Arthur (Eds.): *Cognitive Therapy of Personality Disorders.* 3. vyd. New York : Guilford Press, 2015, s. 299-324. ISBN 978-1-4625-1792-3.

BELICA, Ivan: Narcizmus na Facebooku. In *Psychológia a patopsychológia dieťaťa*, 2016, roč. 50, č. 4, s. 317-333. ISSN 0555-5574.

BOURDIEU, Pierre: The Forms of Capital. In RICHARDSON, John G. (Ed.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport : Greenwood Press, 1986, s. 241-258. ISBN 978-0313235290

BUTTERFILL, Rachel – MANNIX-POLE, Charlotte – MILES, Alice et al.: *Life in "Likes". Children's Commissioner Report into Social Media Use among 8-12 year olds*. London : Children's Commissioner, 2018. 42 s. [online]. Dostupné na internete: <https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2018/01/Childrens-Commissioner-for-England-Life-in-Likes-3.pdf>. [cit. 2020-02-14].

CHOU, Hui-Tzu Grace – EDGE, Nicholas: "They Are Happier and Having Better Lives than I Am": The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. In *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 2012, roč. 15, č. 2, s. 117-121. ISSN 2152-2715. DOI:10.1089/cyber.2011.0324.

EDWARDS, Bob – FOLEY, Michael W.: Social Capital and the Political Economy of Our Discontent. In *The American Behavioral Scientist*, 1997, roč. 40, č. 5, s. 669-678. ISSN 0002-7642.

GRANOVETTER, Mark: The Strength of Weak Ties. In *American Journal of Sociology*, 1973, roč. 78, č. 6, s. 1360-1380. ISSN 0002-9602. DOI:10.1086/225469.

KONRATH, Sara H. – O'BRIEN, Edward H. – HSING, Courtney: Changes in Dispositional Empathy in American College Students Over Time: A Meta-Analysis. In *Personality and Social Psychology Review*, 2011, roč. 15, č. 2, s. 180-198. ISSN 1532-7957. DOI: 10.1177/1088868310377395.

KUSHLEV, Kostadin: Media Technology and Well-Being: A Complementarity-Interference Model. In DINIER, Ed – OISHI, Shigehiro – TAY, Louis (Eds.): *Handbook of Well-Being*. Salt Lake City : DEF Publishers, 2018. Nestránk. [online]. Dostupné na internete: <https://www.nobascholar.com/chapters/6>. [cit. 2020-02-14].

KUSHLEV, Kostadin – DUNN, Elizabeth: Smartphones Distract Parents from Cultivating Feelings of Connection when Spending Time with Their Children. In *Journal of Social and Personal Relationships*, 2019, roč. 36, č. 6, s. 1619-1639. [online]. Dostupné na internete: <http://doi.org/10.1177/0265407518769387>. [cit. 2020-02-10]. ISSN 1460-3608.

KUSHLEV, Kostadin – DWYER, Ryan – DUNN, Elizabeth W.: The Social Price of Constant Connectivity: Smartphones Impose Subtle Costs on Well-Being In *Current Directions in Psychological Science*, 2019, roč. 28, č. 4, s. 347-352. ISSN: 09637214. DOI: 10.1177/0963721419847200.
KUSHLEV, Kostadin – PROULX, Jason D. E. – DUNN, Elizabeth W.: Digitally Connected, Socially Disconnected: The Effects of Relying on Technology rather than Other People. In *Computers in Human Behavior*, 2017, č. 76, s. 68-74. [online]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.001>. [cit. 2020-02-14]. ISSN 0747-5632.
LIN, Nan: Building a Network Theory of Social Capital. In *Connections*, 1999, roč. 22, č. 1, s. 28-51. DOI: 10.4324/9781315129457-1.
MASLOW, Abraham H.: *Motivation and Personality*. 2 ed. New York : Harper and Row, 1970. 369 s. [s. ISBN].
RYAN, Tracii – XENOS, Sophia: Who Uses Facebook? An Investigation into the Relationship between the Big Five, Shyness, Narcissism, Loneliness, and Facebook Usage. In *Computers in Human Behavior*, 2011, č. 27, s. 1658-1664. [online]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>. [cit. 2020-02-14]. ISSN 0747-5632.
SANDER, Thomas H. – PUTNAM, Robert D.: Still Bowling Alone? The Post-9/11 Split. In *Journal of Democracy*, 2010, roč. 21, č. 1, s. 9-16. ISSN 1045-5736. DOI: 10.1353/jod.0.0153.
SCOTT, Holly – BIELLO, Stephany M. – WOODS, Heather C.: Social Media Use and Adolescent Sleep Patterns: Cross-Sectional Findings from the UK Millennium Cohort Study. In *BMJ Open*, 2019, roč. 9, č. 9, nestránk. [online]. Dostupné na internete: <https://bmjopen.bmj.com/content/9/9/e031161>. [cit. 2020-03-03]. eISSN 2044-6055. DOI: 10.1136/bmjopen-2019-031161.
VERDUYN, Philippe – YBARRA, Oscar – RÉSIBOIS, Maximé et al.: Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. In *Social Issues and Policy Review*, 2017, roč. 11, č. 1, s. 274-302. [online]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>. [cit. 2020-02-15]. ISSN 1752-2409.
WASSERMAN, Stanley – FAUST, Katherine: *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge : University Press, 1994. 825 s. ISBN 0-521-38707.

Doc. Pavol Rankov, PhD.
Katedra knižničnej a informačnej vedy
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: pavel.rankov@uniba.sk

Online komunity ako producenti mediálnych obsahov

Anna Sámelová

Abstrakt:
Na pozadí sklonu postmoderného človeka stotožňovať médiami sprostredkovanú „udalosť" so „správou", ktorý zaznamenali a popísali teoretici sociálnych vied i masmediálni praktici už v druhej polovici 20. storočia, štúdia skúma socializačnú prax online človeka založenú na jeho publikačnej činnosti v sociálnych médiách. V rámci svojej socializácie online človek publikuje, čo chce, kedy chce, ako chce, často si ani neuvedomujúc, že jeho textové, zvukové či obrazové postovanie na sociálnych sieťach je zároveň šírením mediálnych obsahov. Vzťah online človeka k pravde je však ambivalentný. Na jednej strane postuje svoje obsahy, aby zverejnil „pravdu", alebo aby sa jej osobným pričinením „dopátral". Na strane druhej však do značnej miery odvrhol logiku a kritickú analýzu, t. j. základné nástroje moderného poznávania pravdy, a nahradil ich vierou a intuíciou. Lajky a hejty namiesto argumentov. Cieľom štúdie je nájsť odpoveď na otázku, či online komunity prispievajú k objektívnemu poznávaniu pravdy o probléme, ktorý danú komunitu v danom čase zaujíma, alebo sú skôr priestorom pre fabuláciu sveta.

Kľúčové slová: online človek, online médiá, online komunita, pravda, komunikácia

Abstract:
Online Communities as Producers of Media Content. Drawing on the inclination of postmodern human towards identification the media-mediated "event" with the "news", which was noticed and described by social science theorists and mass media practitioners even in the second half of the 20th century, the study examines the socializing practice of online man based on his publishing activities. As part of his socialization, the online man publishes what he wants, when he wants, often not even realizing that his textual, audio or visual positioning on social networks is also a dissemination of particular media content. Nevertheless, the relationship of the online man to the truth is ambivalent. On the one hand, he wants to publish the truth or to find out the truth by his personal action. On the other hand, he largely rejects logic and critical analysis (i.e. basic tools of modern investigation the truth) replacing them by faith and intuition. "Likes" and "hates" instead of arguments. The aim of the study is to find out whether online communities contribute to an objective knowledge of the truth about a problem that a given community is interested in at a given time, or rather they create the arena for fabling of the truth.

Keywords: online man, online media, online community, truth, communication

Úvod

Online komunity sú fenoménom spätým s nástupom internetu v posledných dvoch dekádach 20. storočia. O ich definíciu a akademický výskum sa zaslúžil americký spisovateľ a mysliteľ v oblasti sociálnych médií, Howard Rheingold. Online komunity označil pojmom virtuálneho spoločenstva (*virtual community*) a chápal ich ako usadlosti na elektronickej hranici (*homesteading on the electronic frontier*).[1] Základnú odlišnosť tradičných ľudských spoločenstiev od tých online videl v spôsobe združovania sa. Kým v tradičných ľudských spoločenstvách sa ľudia združujú na základe miesta svojho trvalého alebo aktuálneho pobytu, ťažiskom stretávania sa online komunít je spoločný záujem o konkrétnu vec či problematiku.[2] Združovanie sa v tradičných spoločenstvách je navyše záujmovo mnohovrstevné, a teda komplikované. Najskôr sa treba intenzívne rozprávať s rodinou, susedmi, spolužiakmi, kolegami a pod., potom hľadať názorové a záujmové zhody, a až nakoniec z nich môžu, ale aj nemusia vyplynúť priateľské vzťahy. Online komunity obe zdĺhavé počiatočné fázy obchádzajú. Na ich báze sa od začiatku stretávajú ľudia s rovnakým alebo porovnateľným zápalom pre danú vec, a aj preto sú pre súčasného človeka také lákavé.[3] Online komunity, prirodzene, tiež potrebujú miesto, kde sa môžu stretávať, no toto miesto je všeobecne dostupné všade, kde je možnosť pripojiť sa na internet. Stačí prejaviť záujem.

Nie každú skupinu diskutérov, ktorá na internete či v sociálnych sieťach vznikne, však možno považovať za online komunitu. Americká odborníčka na sociálne hry a architektúru virtuálnych komunít, Amy Jo Kim, tvrdí, že na to, aby sme virtuálne spoločenstvo mohli nazvať online komunitou, nestačí len spoločný záujem, nadšenie či cieľ. Rovnako dôležitým prvkom je aj záujem jednotlivých členov o vzájomné spoznávanie sa a postupné zbližovanie v každej ďalšej konverzácii.[4] Zmysel online komunít teda zostáva spoločný so zmyslom komunít tradičných, a síce utváranie priateľských vzťahov, vzájomná pomoc a intenzívna dôverná medziľudská komunikácia vôbec.

Práve tak, ako v prípade tradičných komunít, ani tým online nejde vždy len o vznešené ciele. Sú komunity, ktoré sa usilujú o vyššie dobro vlastné, komunitné, celospoločenské či globálne, sú komunity, ktorým ide spoločne o rozvrat zavedených názorov, hodnôt, hierarchií, alebo aspoň o ich spochybnenie. Spoločné nadšenie pre danú vec ich však spája ako definičný znak. Na dosiahnutie svojho cieľa využívajú všetky dostupné komunikačné prostriedky – textové, zvukové i obrazové. A tak máme online komunity, ktoré si založili, prevádzkujú a moderujú obyčajní ľudia, ale aj komunity, ktoré sledujú vytýčený cieľ s profesionálnym nasadením. Sú to komunity, ktoré zriadili, prevádzkujú a moderujú rôzni lobisti, imidžmejkri, spin-doktori, trollovia, politici,

[1] RHEINGOLD, Howard: *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 2. vyd. London : MIT Press, 2000.

[2] RHEINGOLD, Howard: *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 2. vyd. London : MIT Press, 2000, s. 9.

[3] RHEINGOLD, Howard: *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 2. vyd. London : MIT Press, 2000, s. 9.

[4] KIM, Amy Jo: *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities.* 1.vyd. Boston : Addison-Wesley Longman Publishing, 2000, s. 124.

športovci, celebrity, influenceri a pod. Medzi nimi, no vo významne menšinovom postavení, zriadili, prevádzkujú a moderujú vlastné online komunity aj vydavatelia či vysielatelia tradičných médií (novín, časopisov, rozhlasov a televízií). Ich postavenie je v tomto smere výnimočné, pretože v pozadí stoja novinárski profesionáli viazaní editorskou zodpovednosťou, ktorá im neumožňuje takú komunikačnú bezprostrednosť, akej sa dostáva komunitám novinárskych ne-profesionálov.[5] V kontexte tejto štúdie nás však bude zaujímať iba prvá z týchto kategórií – online komunity obyčajných ľudí.

Aj medzi nimi sú, prirodzene, názoroví lídri s významným vplyvom na ostatných – tzv. influenceri. Tí dokážu usmerňovať až meniť nielen politické, kultúrne či spoločenské názory stúpencov danej komunity – svojich *followerov*, ale aj ich spotrebiteľské návyky či nákupné rozhodnutia. Ani tento proces však nie je priamočiary či prvoplánovo jednoduchý. Práve tak, ako dochádza k názorovým rozporom a hodnotovým konfliktom v tradičných komunitách, tak ich poznajú aj online komunity. Iba technika vyjadrenia súhlasu či nesúhlasu sa zmenila. Namiesto zdĺhavej racionálnej diskusie (alebo aj verbálneho konfliktu, t. j. hádky) založenej na mnohoslovnom vysvetľovaní vlastnej názorovej a hodnotovej pozície k danej veci typickej pre tradičné komunity, v tých online dokážu slová nahradiť lajky a hejty, emotikony a emoji. Prvá dvojica je mierkou uznania či odmietnutia postoja, druhá dvojica slúži na dovysvetlenie neverbálnej zložky komunikácie. Cieľová otázka tejto štúdie teda znie, či takto dizajnované online komunity prispievajú k objektívnemu poznávaniu pravdy o probléme, ktorý danú komunitu v danom čase zaujíma, alebo sú skôr priestorom pre fabuláciu sveta.

Technologická podmienenosť povahy online komunít

Internet a sociálne médiá sú priestorom, ktorý sa významne odlišuje od sveta osvietenských ideí tzv. Éry rozumu. V tradičných ľudských spoločenstvách sa od čias vedeckej revolúcie spätej s humanizmom a renesanciou, najneskôr však od čias masívne rozšírenej viery v ľudský rozum a pokrok, ktorú naprieč západným svetom presadili myslitelia osvietenstva, postupne rozšíril model spoločenskej komunikácie, ktorá striktne oddeľovala súkromné a verejné. V súkromí bolo možné povedať všetko (alebo takmer všetko), na verejnosti však bolo treba odlíšiť fakt a názor. Za fakt sa považovala, a stále ešte považuje, zhoda so skutočnosťou. Dokázaná a dokázateľná, a teda overená a overiteľná. Pôvod faktu sa nehľadal, a ani dodnes sa hľadať nemôže, v emocionálnom rozvažovaní ducha, ale v racionálnej úvahe založenej na tzv. kritickom posúdení veci skôr, než si jednotlivec utvorí záverečný úsudok a vysloví svoj súd. Osvietenský racionalizmus teda založil spoločenský poriadok, kde sa pravda o akejkoľvek veci, udalosti či jave hľadá nástrojmi logiky a verifikuje sa logickou, t. j. odôvodnenou argumentáciou. Dokonca aj v rodinných hádkach či výhovorkách sa očakáva akýsi argumentačný základ pre tvrdenia, ktoré majú podporiť daný názor.

[5] Viac o pozícii tradičných médií v online priestore pozri napr.: VIŠŇOVSKÝ, Ján: Vybrané aspekty novinárstva v tlači a na webe – paralely a odlišnosti. In PETRANOVÁ, Dana – PRAVDOVÁ, Hana – SOLÍK, Martin (Eds.): *Megatrendy a médiá 2015: Mediálna farma II.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2015, s. 288-302.

Online priestor je však zo svojej podstaty iný. Odborníčka na žurnalistiku, médiá a komunikáciu, Karin Wahl-Jorgensen skonštatovala, že už samotná architektúra sociálnych sietí je založená na emocionalite. Podľa záverov jej rozsiahlych výskumov v tejto oblasti sú emócie jednoducho všade a forma ich obehu medzi ľuďmi je daná samotnou architektúrou danej technologickej platformy.[6] Ak je teda platforma technologicky založená na vyjadrovaní postojov lajkmi a hejtmi, budú sa medzi ľuďmi šíriť rovnako idey lásky, ako aj hnevu. Platí zároveň, že hnev je zásadnou politickou emóciou, kým láska ľudí motivuje, aby sa v danej politickej záležitosti angažovali.[7] Treba zdôrazniť, že pojmom politika sa tu nechápe len tzv. veľká, t. j. regionálna, štátna, národná či globálna politika, ale politika v tom najširšom zmysle slova, čiže akákoľvek oblasť toho, čo je verejné.

Už prví filozofi médií a zakladatelia teórie masmediálnej komunikácie, Kanaďan Marshall McLuhan a Američan Neil Postman, vo svojich preslávených opusoch *Ako rozumieť médiám*[8] a *Pobaviť sa na smrť*[9] poukázali na spätosť mediálnych technológií s myšlienkovým a komunikačným svetom človeka, ktorý ich používa. Človek z čias tlačených novín (cca polovica 19. stor.) bol tzv. typografickým človekom. Svoju komunikáciu s vonkajším svetom zakladal na odôvodnených súdoch, a teda argumentácii. Aspoň sa o to snažil. Medzi podnetom na kritické zvažovanie veci a samotným vyjadrením súdu existoval časový odstup. Dokonca aj od reklamy očakával užitočnosť informácie spätú so svojím reálnym životom, ktorý naozaj žil.

No elektronická komunikácia mu otvorila brány k novým, prakticky neobmedzeným možnostiam všestrannej variability. V zhode s odborníkom na informačné technológie a komunikáciu Jaroslavom Šušolom sa nazdávam, že súčasné mediálne technológie významne posúvajú tradičné paradigmy v chápaní sociálnych, kultúrnych, umeleckých, no i napr. psychologických aspektov medziľudskej komunikácie.[10] Pretože online človek žije svoj reálny život v nekonečnej mozaike najrôznejších politických či kultúrnych vplyvov a hodnotových hierarchií. Z nich si vyberá sebe vyhovujúce prvky, z ktorých potom skladá svoje jedinečné Ja. Bez ohľadu na to, či sú tieto systémy navzájom koherentné, alebo si odporujú. Z online človeka sa stal kultúrny nomád a *voyer*. V rámci svojich online komunít prezentuje nielen racionálne vyhodnotené súdy, ale aj hodnotové výstrednosti, dokonca hodnotový exhibicionizmus. Umožňuje mu to práve architektúra online médií, ktorá je, pripomeňme si, založená na emocionalite. K dispozícii má dve krajnosti: *imidžový transkulturalizmus*, čiže nekritický obdiv k „cudziemu" a „inakému", alebo *davovú xenofóbiu*, čiže nekritické

[6] WAHL-JORGENSEN, Karin: *Emotions, Media and Politics*. Cambridge ; Medford : Polity Press, 2019, s. 37.

[7] RHEINGOLD, Howard: *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 2. vyd. London : MIT Press, 2000, s. 166.

[8] McLUHAN, Marshall: *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha : Odeon, 1991.

[9] POSTMAN, Neil: *Ubavit se k smrti : Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha : Mladá fronta, 1999.

[10] Viac o špecifikách, podstate a možnostiach digitálnych technológií v sociálnej komunikácii pozri: ŠUŠOL, Jaroslav: *Sociálne a humánne kontexty elektronickej komunikácie*. Bratislava : Stimul, 2009.

opovrhovanie „cudzím" a „inakým". Medzi nimi, samozrejme, ešte celú škálu rôznych ich jemnejších variácií a kombinácií. Podstatou však zostáva, že pobyt v online komunitách mu umožňuje spoznávať doteraz nepoznané vo forme fragmentov (často bez znalosti pôvodného kontextu), z ktorých si potom vyberá jednotlivé prvky aj pre svoj skutočný život v tradičných komunitách.[11] Hierarchiu zavedených sociálnych vzťahov v tradičných komunitných vzorcoch správania sa pritom, zdá sa, celkom vedome opúšťa, vrátane zavedených modelov spoločensky akceptovateľných či spoločensky neakceptovateľných osobnostných prvkov, ktorými sú tradičné komunity (od rodiny cez záujmové spolky až po národy) kultúrne presýtené. Seba-konštituovanie vlastnej osobnosti, t. j. svojho vlastného Ja, prostredníctvom online sveta je tak stále prejavom ľudskej *vôle k vzťahu*, ktorá je aj definičným znakom tradičných komunít, no šírka dostupných modelov (ako vzorov) na manifestáciu seba ako jedinečnej osobnosti je v online svete násobne väčšia.[12]

Všimnime si teda rozdiel, priam diskrepanciu medzi svetom tradičných komunít a tých online. Prvé z nich sa zakladajú na striktnom odlíšení verejného a súkromného, na oddeľovaní racionality vo verejnej komunikácii a emocionality v súkromnej. Online priestor je však priamo navrhnutý ako komunikačné pole emócií. V online aréne má každý jeden používateľ internetu, sociálnych sietí či sémantických platforiem svoje vlastné „verejné súkromie", ako aj svoju vlastnú „súkromnú verejnosť". Rozdiel medzi súkromným a verejným sa nielenže rozostril, on priamo splynul. Je teda, zdá sa, akousi požiadavkou navyše trvať na zdĺhavých vysvetleniach a odôvodnených súdoch založených na racionálnom zvažovaní súvislostí tam, kde sa očakáva fragment, fotografia, palec hore (lajk), palec dole (hejt), emotikon alebo emoji.

Povaha mediálneho obsahu online komunít

Zopakujme, že definičnými znakmi online komunít sú spoločné nadšenie pre konkrétnu tému záujmu a ochota komunikačne sa zbližovať. Tento cieľ a účel dáva online komunitám zmysel vtedy, ak nehľadajú, čo jednotlivých členov komunity rozdeľuje, ale systematicky posilňujú všetkými prostriedkami to, čo ich spája. Neusilujú sa teda o rozširovanie poľa hejtov, ale o rozširovanie poľa lajkov. Emotikony a emoji hrajú v tomto smere podružnú úlohu, keďže ony slúžia iba na dovysvetlenie neverbálnej časti komunikácie. Usmiaty, smutný, šťastný či rozzúrený „smajlík" nie je teda ničím viac ako sprievodným javom radostnej, smutnej, šťastnej, prekvapenej atď., stále však pokojnej diskusie v tradičnej komunite, alebo vášnivého konfliktu až zúrivej hádky.

[11] Podrobnejšie som sa tomuto fenoménu venovala napr. v štúdii Online človek a mediálny dadaizmus ne-udalostí. In BUČKOVÁ, Zuzana t al. (Eds.): *Megatrendy a médiá 2018: Realita a mediálne bubliny*. 1. vyd. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2018, s. 189-204.

[12] Pojem ľudskej *vôle k vzťahu* som si vypožičala od slovenských filozofov Zlatice Plašienkovej a Michala Bizoňa, ktorí ju považujú dokonca za prednejšiu, než je ľudská vôľa k poriadku, pretože k *„plnosti medziľudského života"* nechýbajú ani tak *„tie správne pravidlá správania, ale ten správny vzťah"*. PLAŠIENKOVÁ, Zlatica – BIZOŇ, Michal: Vôľa k poriadku: poznámky v kontexte evolučnej a filozofickej perspektívy. In VIŠŇOVSKÝ, Emil (Ed.): *Normativita ako vôľa k poriadku*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2016, s. 48.

Počet lajkov (hejtov) má však významne odlišné postavenie – je mierkou i meradlom „pravdivosti" daného textu, zvuku, obrazu. Nástrojom na hľadanie pravdy v online komunitách totiž nie je logika, ale viera a intuícia členov komunity. Ich názorové stotožnenie sa s publikovanou ideou – textovou, zvukovou či obrazovou. Prideľovanie lajkov (hejtov) jednotlivým statusom totiž nie je podmienené žiadnou racionálnou úvahou ani odôvodneným úsudkom, čiže argumentom. Počet lajkov a hejtov je, alebo by mal byť, len ukazovateľom nálad, ktoré v danej online komunite prevažujú. No mnohé výskumy ukazujú, že práve lajky a hejty sa stávajú potvrdením či vyvrátením daného postoja, t. j. verifikátormi pravdy platnej v danej online komunite. Bez ohľadu na to, či sú založené na faktoch (zhode s realitou, t. j. pravde), alebo na polopravdách vytrhnutých z pôvodného uceleného kontextu (dezinformáciách, t. j. fake news), na významových nedorozumeniach (mis-informáciách), alebo dokonca na nepravdách, lžiach či výmysloch (hoaxoch).

Vecné a obsahové hľadisko komunikácie online komunít teda môže poskytovať (a zdá sa, že aj poskytuje) svojim členom rady, návody, predmetovú či životnú orientáciu v danej záujmovej oblasti, posilňuje ich nadšenie pre danú vec, umožňuje priestor pre osobné poučenie i pobavenie, nezakladá však racionálne odôvodniteľné zázemie na odbornosť či pravdivosť publikovaných textov, zvukov obrazov. Naopak, svojou podstatou vytvára priestor na vymýšľanie si príbehov, rozvetvených dejových línií, na rôzne konštrukcie bez vecného základu, vydávanie vymysleného za skutočné, skrátka, vytvára arénu fabulácií.

Ústup online sveta 21. storočia od kritického zvažovania zdrojov a následného verbálneho odôvodňovania vlastného postoja, ich nahradenie lajkmi a hejtmi a dovysvetlenie emotikonmi a emoji, navyše spôsobil významné zmeny v samotnom jazyku ako komunikačnom nástroji. Mediálna lingvistka Mária Stanková si všimla, že v komunikácii online komunít sa stráca edukatívnosť typická pre komunikáciu v tradičných komunitách.[13] Tam, kde sa strácajú slová, kde niet vysvetlenia, kde neprichádzajú argumenty, niet ani ničoho, z čoho by sa dalo poučiť. Strácajú sa teda aj štylistické zručnosti v komunikácii. Analýzy slovných komentárov zas ukazujú na významné zníženie ich gramatickej úrovne. Počnúc ignoráciou diakritiky, interpunkcie, veľkých a malých písmen až po pseudo-novotvary, ktoré nemajú základ v pravidlách tvorby slov v spisovnom jazyku.[14] Sú to len dôsledky nedostatku slovnej zásoby, ktorá sa bez nutnosti verbálnej argumentácie nemá dôvod pestovať a rozširovať. Na prípadových štúdiách z oblasti súčasných podôb literárnej kritiky publikovanej v rôznych sociálnych sieťach Mária Stanková napokon ukazuje, že v online komunitách sa vlastne posilňuje marketingový aspekt na úkor intelektuálneho.[15]

[13] SÁMELOVÁ, Anna – STANKOVÁ, Mária: Some Ideas on Facts and No Facts within Media Language. In *European Journal of Media, Art and Photography*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 118-123.
[14] SÁMELOVÁ, Anna – STANKOVÁ, Mária: Some Ideas on Facts and No Facts within Media Language. In *European Journal of Media, Art and Photography*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 118-123.
[15] STANKOVÁ, Mária: Fenomén literárnej kritiky v 21. storočí. In SÁMELOVÁ, Anna – STANKOVÁ, Mária – HACEK, Ján (Eds.): *Fenomén 2019 : Súčasná profesionálna žurnalistika a jej reflexie*. 1. vyd. Bratislava : Univerzita Komenského, 2019, s. 64.

Z komunikačného a jazykového aspektu teda online komunity neslúžia (a ani sa o to nesnažia) ako spoločenstvá, ktorých zmyslom je zapájanie jednotlivých členov do vnútrokomunitnej diskusie kultivovaným spôsobom, aby sa v komunikácii naučili krotiť svoje vášne už tým, že musia nájsť argumentačné zázemie na presadenie svojich názorov, postojov a stanovísk medzi ostatnými. Samotný fakt, že verbálnu diskusiu vytláča do úzadia obrazové fórum lajkov, hejtov, emotikonov a emoji, spôsobuje významne zníženú potrebu hľadania a overovania informačných zdrojov, ktorých kritická analýza napokon vedie k odôvodneným súdom založeným na faktoch, čiže na zhode so skutočnosťou, t. j. na pravde. Znižuje sa tým však nielen argumentačná schopnosť členov online komunít, ale aj ich štylistické zručnosti, návyk používať spisovnú podobu jazyka namiesto hovorovej, vedomosť korektného narábania s gramatikou jazyka i jeho slovnou zásobou. Všetky tieto lingvistické ukazovatele však nesmerujú k elitárstvu v práci s jazykom. Práve naopak, merateľne a viditeľne sa znižujúca kvalita jazyka v medziľudskej komunikácii podčiarkuje významnosť spoločenskými vedami potvrdenej tézy, že akým jazykom človek premýšľa, takým subjektom sa stáva. Málo kultivovaný či dokonca nízky jazyk formuje málo kultivovaného (nízkeho) človeka, čo je v priamom rozpore s ideami osvietenstva, na ktorých vyrástla západná civilizácia a ktorými sme túto štúdiu otvorili.

Záver

Nástup internetu umožnil vznik novej formy ľudských spoločenstiev, online komunít. Ich charakteristickým znakom je, že nezakladajú združovanie ľudí závislé od priestoru trvalého či aktuálneho pobytu, združujú však ľudí, ktorých spája rovnaký záujem, nadšenie pre túto vec, a ochota dôverne sa zbližovať a nadväzovať priateľstvá s neznámymi ľuďmi, členmi danej online komunity. Štúdia sa sústredila iba na jeden z typov takýchto spoločenstiev, online komunity, ktoré zriadili, prevádzkujú a moderujú obyčajní ľudia. Konkrétne na spôsob ich komunikácie, narábanie s pravdou, spôsoby jej nachádzania a potvrdzovania, ako aj na jazyk, ktorým vo svojej online komunite navzájom komunikujú.

Online komunity tiež potrebujú na svoje združovanie konkrétny priestor. Nachádzajú ho v online médiách, t. j. na internete, sociálnych sieťach a sémantických platformách. Ich architektúra je však založená na emocionalite, nie na racionalite, na ktorú sme zvyknutí z tradičných komunít a vzájomnej komunikácie ich členov. Samotná technológia médií navyše predurčuje komunikačné formy a rámce. Z vecného a obsahového hľadiska sa tak ukázalo, že nástrojmi na hľadanie a verifikáciu pravdy sú v online komunitách viera a intuícia (teda nie logika a argumentácia) jednotlivých členov. Merajú ju lajkmi a hejtmi, a na dovysvetlenie neverbálnej zložky komunikácie slúžia emotikony a emoji. Texty, zvuky i obrazy, ktoré sa medzi členmi online komunít zdieľajú a šíria, nemusia podliehať žiadnej racionálne odôvodnenej verifikácii, či sú, alebo nie sú faktom (či sa zhodujú, alebo nezhodujú so skutočnosťou, t. j. pravdou), alebo sa zakladajú na polopravdách vytrhnutých z pôvodného uceleného kontextu (dezinformáciách, t. j. fake news), na významových nedorozumeniach (mis-informá-

ciách), alebo dokonca na nepravdách, ložiach či výmysloch (hoaxoch). Z komunikačného a jazykového hľadiska je charakteristickým znakom online komunít bezprostrednosť, hovorovosť jazyka, nízka úroveň štylistiky, gramatiky a slabá edukatívnosť, keďže sa zameriavajú viac na posilňovanie marketingových cieľov svojho záujmu než tých intelektuálnych.

Na začiatku štúdie sme si vytýčili cieľ nájsť odpoveď na otázku, či online komunity prispievajú k objektívnemu poznávaniu pravdy o probléme, ktorý danú komunitu v danom čase zaujíma, alebo sú skôr arénou fabulácie sveta. Ukázalo sa, že hoci online komunity poskytujú svojim členom najrôznejšie rady, návody, predmetovú či životnú orientáciu v danej záujmovej oblasti, posilňujú ich nadšenie pre danú vec, a umožňujú priestor pre osobné poučenie i pobavenie, nemožno obsahy, ktoré členovia online komunít navzájom zdieľajú a šíria, považovať za racionálne odôvodniteľné zázemie na odbornosť či pravdivosť publikovaných textov, zvukov obrazov. Práve naopak, online komunity už svojou technologicky danou podstatou vytvárajú priestor na vymýšľanie si príbehov, rozvetvených dejových línií, na rôzne konštrukcie bez vecného základu, vydávanie vymysleného za skutočné, skrátka na vytváranie arény fabulácií. Tejto téze však neprikladáme ani kladné a ani záporné konotácie. Emócie, ako aj informácie založené na fabuláciách, totiž odvždy sprevádzali ľudské spoločenstvá. Treba len vedieť rozlíšiť mieru, v ktorej im človek podľahne. Pretože západná civilizácia sa založila práve na viere, že vždy existovali a existujú aj informácie založené na faktoch, iba ich treba vedieť nájsť.

Literatúra a pramene

KIM, Amy Jo: *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities.* 1.vyd. Boston : Addison-Wesley Longman Publishing, 2000. 380 s. ISBN 978-0-201874846.

McLUHAN, Marshall: *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha : Odeon, 1991. 348 s. ISBN 80-207-0296-2.

PLAŠIENKOVÁ, Zlatica – BIZOŇ, Michal: Vôľa k poriadku: poznámky v kontexte evolučnej a filozofickej perspektívy. In VIŠŇOVSKÝ, Emil (Ed.): *Normativita ako vôľa k poriadku*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2016. s. 31-50. ISBN 978-80-223-4216-2.

POSTMAN, Neil: *Ubavit se k smrti : Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha : Mladá fronta, 1999. 192 s. ISBN 80-204-0747-2.

RHEINGOLD, Howard: *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 2. vyd. London : MIT Press, 2000. 447 s. ISBN 978-0-262681216.

SÁMELOVÁ, Anna: Online človek a mediálny dadaizmus ne-udalostí. In BUČKOVÁ, Zuzana et al. (Eds.): *Megatrendy a médiá 2018: Realita a mediálne bubliny*. 1. vyd. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2018, s. 189-204. ISBN 978-80-8105-953-7.

SÁMELOVÁ, Anna – STANKOVÁ, Mária: Some Ideas on Facts and No Facts within Media Language. In *European Journal of Media, Art and Photography*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 118-123. ISSN 1339-4940.

STANKOVÁ, Mária: Fenomén literárnej kritiky v 21. storočí. In SÁMELOVÁ, Anna – STANKOVÁ, Mária – HACEK, Ján (Eds.): *Fenomén 2019 : Súčasná profesionálna žurnalistika a jej reflexie*. 1. vyd. Bratislava : Univerzita Komenského, 2019, s. 64-75. ISBN 978-80-223-4755-6.
ŠUŠOL, Jaroslav: *Sociálne a humánne kontexty elektronickej komunikácie*. Bratislava : Stimul, 2009. 199 s. ISBN 978-80-89236-67-1.
VIŠŇOVSKÝ, Ján: Vybrané aspekty novinárstva v tlači a na webe – paralely a odlišnosti. In PETRANOVÁ, Dana – PRAVDOVÁ, Hana – SOLÍK, Martin (Eds.): *Megatrendy a médiá 2015: Mediálna farma II.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2015, s. 288-302. ISBN 978-80-8105-722-9.
WAHL-JORGENSEN, Karin: *Emotions, Media and Politics*. Cambridge ; Medford : Polity Press, 2019. 220 s. ISBN 978-0-7456-6105-6.

Poďakovanie
Táto štúdia je čiastkovým výstupom výskumného projektu VEGA č. 1/0549/18 „Filozofické a kozmologické aspekty chápania evolúcie vesmíru a miesta človeka v ňom“.

PhDr. Anna Sámelová, PhD.
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: anna.samelova@uniba.sk

Traditional Media and Content Created by Non-professionals: A Comparison

Marija Vaitkutė

Both pieces of information—Anja Kroll's *"The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)?"*[1] and Anna Sámelová's *"Online Self-Conspiracy as a Challenge of Online Mediated Communication for Social Change"*[2]—are mainly focused on the impact that the Internet, or more specifically, social media, has on the individual pieces and the work itself of a professional journalist. On the way that a non-professional member of public nowadays tends to share his/her own content and express his/her views. On the pros and cons that come with this rise of usage of different social media; on the constant changes in the way we communicate, share or publish, that affect both the journalists and the general public.

The understanding of what it is like to be a professional journalist today is always changing because of the constant rise of social media as well as the Internet. The biggest change that took effect during the last years is the fact that journalists nowadays have to collaborate with the (non-professional) public to keep the readers constantly updated—with everything happening in the world and many unique pieces of information flowing on the Internet, it is definitely hard to not miss out on publishing something truly important or interesting. A blogger Jeff Javis puts it this way: *"Networked Journalism takes into account the collaborative nature of journalism now: professionals and amateurs working together to get the real story, linking to each other across brands and old boundaries to share facts, questions, answers, ideas, perspectives"*.[3] Journalists also have to sort out the real information from the fabricated and fake. In the text *"The Role of Journalism in the Digital Age…"*, it is expressed with this statement, originally made by a journalist Dominik Schreiber: *"Journalists have to fulfill their role as gatekeepers. Otherwise readers will believe all the disinformation that is aired on*

[1] KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015. 31 p. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].

[2] SÁMELOVÁ, Anna: *Online Self-Conspiracy as a Challenge of Online Mediated Communication for Social Change* [online]. In *Communication Today*, 2019, Vol. 10, No. 2, pp. 4-15. Access: <https://www.communicationtoday.sk/online-selfconspiracy-as-a-challenge-of-online-mediated-communication-for-social-change/>. [2020-03-23].

[3] BECKETT, Charlie: *Supermedia: Saving journalism so it can save the world*. West Sussex : Blackwell Publishing, 2008, p. 46. Cited in: KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015, p. 9. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].

Twitter or Facebook".[4] So in a lot of cases nowadays they have to take the information from an uncertified source, check it for its validity, and if it is indeed valid, use it accordingly.

It is apparent the characteristics of a good professional journalist have been changed somewhat—it is important for the journalist to have great networking skills and to be even more responsible, always fact-check, because of the vast quantities of information that one cannot miss while browsing the Internet. However, a professional journalist should not forget the fundamentals of journalism either. *"The role of a good journalist has always been to filter, edit, check, pack, analyze and comment – fundamentals of verification that have existed for decades and won`t become obsolete. Not even in the Digital Age*".[5]

Speaking about non-professionals and user-generated content, it has indeed become more apparent during the last years that with the rise of social media, the public tends to create and share more openly. It has a lot of good side-effects, further talked about in Sámelová's *"Online Self-Conspiracy as a Challenge of Online Mediated Communication for Social Change*". It is said that: *"The online life provides people with encounters with 'otherness' symbolising new ways of being, acting, feeling, self-shaping or shaping others, new ways of self-acceptance as well as acceptance of others as a specific kind of (co)existence based on sharing of one's own perspectives. A distant online communication allows intensive mutual face-to-face communication without face-to-face or eye-to-eye contact. It allows speaking out*".[6] But this "freedom of speech" based publishing brings a lot of problems as well. People can write pieces of information with close to none real facts, they can create and share disturbing content filled with their own personal agenda and opinions, that sometimes are not very friendly to other groups of people, ideas, etc.—and that is not something you would see a certified, professional journalist do. *"In today's networked world, people also intentionally spread fake information and rumors as a joke, to drive 'likes' and followers, or simply to cause*

[4] KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015, p. 23. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].

[5] LEE-WRIGHT, Peter – PHILLIPS, Angela – WITSCHGE, Tamara: *Changing Journalism*. Oxon : Routledge, 2012, p.128. Cited in: KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015, p. 26. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].

[6] SÁMELOVÁ, Anna: *Online Self-Conspiracy as a Challenge of Online Mediated Communication for Social Change* [online]. In *Communication Today*, 2019, Vol. 10, No. 2, p. 6. Access: <https://www.communicationtoday.sk/online-selfconspiracy-as-a-challenge-of-online-mediated-communication-for-social-change/>. [2020-03-23].

panic".[7] Also more associated with the content of non-professionals is the element of emotions. Emotions form the base of many pieces of user-generated content, and the content by itself also provokes the emotional responses of the recipients—so, in the end, this content gets people interested, entertained, involved. Anna Sámelová says that: *"The authenticity of emotions overtakes the mannerism of rationality"*[8] which is the case of comparing user-generated content and traditional media, where rationality, for many years, was the main quality of the content produced. Speed is yet another element—since the general public is not obliged to post responsibly, while making sure that the piece of information they are providing is valid and correct, they tend to publish the content way faster than the journalists.

And so, to sum up the main characteristics of non-professional content creators, the first characteristic important to note is the individuality of one (so the pieces of content they publish sometimes show their personal views, their character and so on). The second—the element of emotions. The third—speed (if we compare the groups and not the individual representatives from each of those two groups).

In conclusion, both, professional journalism and the publishing of non-professionals, have their own different characteristics, strengths and weaknesses. However, both of them are as important as ever in today's context, one for the individual wanting some valid and truthful pieces of information, and the other one for a person wanting some "freedom of sharing", the sense of participation and belonging. To be clear, both traditional media content and user-generated content in today's world are quite intermingled together already, and for the sake of getting the fastest, nicest, most informative and enriching pieces of information, that is how both of them should remain—intermingled together.

References:

BECKETT, Charlie: *Supermedia: Saving journalism so it can save the world*. West Sussex : Blackwell Publishing, 2008. In KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015, p. 9. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].

[7] SILVERMAN, Craig – TSUBAKI, Rina: When Emergency News Breaks. [online]. In <*https://data-journalism.com/read/handbook/verification-1/when-emergency-news-breaks/1-when-emergency-news-breaks*>. Cited in: KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015, p.7. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].

[8] SÁMELOVÁ, Anna: *Online Self-Conspiracy as a Challenge of Online Mediated Communication for Social Change* [online]. In *Communication Today*, 2019, Vol. 10, No. 2, p. 8. Access: <https://www.communicationtoday.sk/online-selfconspiracy-as-a-challenge-of-online-mediated-communication-for-social-change/>. [2020-03-23].

KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015. 31 p. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].
LEE-WRIGHT, Peter – PHILLIPS, Angela – WITSCHGE, Tamara: *Changing Journalism*. Oxon : Routledge, 2012, p.128. Cited in: KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015, p. 26. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].
SÁMELOVÁ, Anna: *Online Self-Conspiracy as a Challenge of Online Mediated Communication for Social Change*. [online]. In *Communication Today*, 2019, Vol. 10, No. 2, pp. 4-15. Access: <https://www.communicationtoday.sk/online-selfconspiracy-as-a-challenge-of-online-mediated-communication-for-social-change/>. [2020-03-23].
SILVERMAN, Craig – TSUBAKI, Rina: When Emergency News Breaks. [online]. In *<https://datajournalism.com/read/handbook/verification-1/when-emergency-news-breaks/1-when-emergency-news-breaks>*. Cited in: KRÖLL, Anja: The Role of Journalism in the Digital Age. Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? [online]. In *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/*. Reuters Institute for the study of Journalism : University of Oxford, 2015, p.7. Access: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/role-journalism-digital-age>. [2020-03-23].

Marija Vaitkutė
Department of Information and Knowledge Management
Faculty of Communications
Vilnius University
Vilnius, LITHUANIA
E-mail: marija.vaitkute@kf.stud.vu.lt

Community in Media Seen through Global Outlook

Peter Ivanič

Abstrakt:
Globálny náhľad na komunitu v mediálnom priestore. V príspevku sa na predstavu komunity v mediálnom priestore pozrieme z pohľadu tzv. globálnej žurnalistiky. Tento novinársky štýl má potenciál priniesť epistemologický posun v porozumení a reflexii diania okolo nás, keď nás nabáda spájať zdanlivo nesúvisiace príbehy z rôznych kontinentov do jedného uceleného globálneho príbehu. Mení globálne na lokálne a z množstva komunít po celom svete robí – v prípade potreby – jednu globálnu komunitu. Prinajmenšom vo verejnom diskurze je predstava komunity čoby spoločenstva ľudí s určitými spoločnými záujmami, spôsobom života či životným priestorom, spätá skôr s menšími než väčšími sociálnymi skupinami. No globálne výzvy, ktoré stoja pred nami (ako novinármi, ale aj ako ľuďmi, obyvateľmi planéty vo všeobecnosti), vytvárajú potrebu vnímať planétu ako celok. Pri témach ako sú migrácia či zmena klímy, je tak nutné v našich mysliach predefinovať pojem komunita tak, aby sme dokázali reflektovať čo najucelenejší a najpresnejší obraz reality okolo nás.

Kľúčové slová: globálna žurnalistika, globalizácia, globálny náhľad, globálna komunita, epistemológia

Abstract:
I would like to look at our notion of community in media through the lens of so called global journalism. This journalism style has a potential to bring an epistemological shift into understanding and reflection of the world around us by its effort to connect seemingly unrelated stories from different continents into a single coherent story. It changes global to local, and—if needed—creates one global community out of many smaller ones. The picture of a community as a group of people with certain common interests, way of life or space of living, is, at least in public discourse, linked to smaller rather than larger social groups. However, global challenges we face (we as journalists as well as we as humans and terrestrials) generate the need to view the world as one single whole. In some cases such as migration or climate change is therefore essential to redefine the concept of community in a way we could reflect as holistic and accurate picture of the reality as possible.

Keywords: global journalism, globalisation, the global outlook, global community, epistemology

Introduction

"*'the others'*

The shock of recognition! In an electric information environment, minority groups can no longer be contained – ignored. Too many people know too much about each other. Our new environment compels commitment and participation. We have become irrevocably involved with, and responsible for, each other."

Marshall McLuhan and Quentin Fiore, The Medium is the Massage[1]

Marshall McLuhan coined the influential term global village[2] back in the 1960s. Since then, global society has changed even more than this Canadian media theorist could have imagined: today there is no question about whether we should report 'on' the global village, but rather how we can effectively report 'from' the global village. Given the increasing number of global challenges and megatrends as well as a shift to a globalized order, with changing roles for borders and nation states, there is an increasing need to perceive and reflect the global community as a whole. Due to globalisation we now find ourselves in much closer contact with peoples and countries on the other side of the world. Despite the fact that globalization is virtually everywhere in fact, it is almost impossible to hide from many, journalists included, still see it as something rather abstract. We cannot see the wood for the trees.

Global journalism, with a global outlook, could help make the globalization process more concrete, making the interconnections created by globalization more visible and tangible for audiences through a new lens. This up-to-date approach, building on the existing but separate strengths of the best domestic and foreign journalism, could support the development of more diverse and accurate content that reflects the realities of today. At the same time, it could open a question of global multi-society contract journalists should have with the society, instead of social contract concluded with just particular public or community. We should become transnational communicators "who seeks the trust and credence of global audience"[3], i.e. of global community.

[1] McLUHAN, Marshall – FIORE, Quentin: *The Medium is the Massage.* London : Penguin Books, 2016, p. 24.

[2] Term coined by Canadian media theorist Marshall McLuhan in the 1960s (many references, for the first time in the essay *Gutenberg Galaxy*—by McLUHAN, Eric – ZINGRONE, Frank (Eds.): *Essential McLuhan.* London : Routledge, 1997, p. 121). McLuhan even predicted the existence of the internet. His term describes the phenomenon of the entire world becoming more interconnected as the result of the propagation of media technologies. All parts of the world are being brought together by the internet and communication forms such as *Skype*, which allow us to communicate and connect with others around the globe. All those stories, messages, opinions, posts, and videos sent around the global village can, however, cause also miscommunication and misinterpretations in various cultural contexts.

[3] WARD, Stephen: The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond. In *McGill-Queen's Studies in the Hist of Id (Book 38).* Montreal : McGill-Queen's University Press, 2015, pp. 390-391.

This paper aims to briefly summarise the foundations of global journalism style in relation to the global community we all live in, building on both, theory and practice. On theoretical background brought by theorists such as Peter Berglez from Sweden or Stephen Ward from the United Kingdom, but also sociologists such as Ulrich Beck or Anthony Giddens in the background. And on practical experience from teaching journalists in the field during immersion visits to communities all around the world (with emphasis on communities in countries of Africa) as well as future journalists in Academia.

What is global journalism?

Even though we live in a globalized world, media coverage often fails to reflect this. Global journalism responds to these shortcomings through an approach to reporting that explores, analyses and reflects on the relations and interconnections between people and events in different parts of the planet. All too often in the media, there is a hard distinction between 'domestic' and 'foreign' news, despite the fact that we live in an ever more globalized world. The global issues we face cannot be covered accurately from either a 'domestic' or 'foreign' perspective alone. It means that journalism "requires a major change in serving the public"[4].

Stephen Ward speaks about the 'globally-minded ethics' to serve the changing world that journalism inhabits. He explains that "global journalism ethics holds that transnational principles of human rights and social justice take precedence over personal interests and national interests, when they conflict"[5]. Putting the global community, one global whole, to the forefront and the centre of attention. Similar assumptions seen and reflected from diverse theoretical perspectives have in the last decade and further been challenged by a number of prominent media theorists, including Peter Berglez, Simon Cottle, Shani Orgad, aforementioned Stephen Ward and many others.

While some newsrooms have a 'global news' section, this is not the same as 'global journalism'. What the latter describes is not necessarily a greater emphasis on international rather than domestic issues, but a fundamentally different approach to reporting and editorial practice when covering the same stories, founded on intercultural communication, global imagination and shift in narration. Issues such as migration, climate change, industrial pollution, tax evasion and many others simply cannot be accurately grasped and analysed through a narrow lens. Long-sighted vision cannot see local issues clearly, just as a near-sighted perspective cannot glimpse international issues. But what about a different journalistic vision, bringing together

[4] WARD, Stephen: The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond. In *McGill-Queen's Studies in the Hist of Id (Book 38)*. Montreal : McGill-Queen's University Press, 2015, p. 391.

[5] WARD, Stephen: The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond. In *McGill-Queen's Studies in the Hist of Id (Book 38)*. Montreal : McGill-Queen's University Press, 2015, p. 391.

the foreign and local at the same time? This is what is meant by a global outlook in reporting. As such "global journalism is endowed with a particular epistemology, defined as the global outlook," explains Peter Berglez[6].

Where does global journalism come from?

The need for a global approach to journalism can be understood as a long overdue reaction to the changing *status quo* of the world, its shifting power structures and the complex dynamics driving this transformation, rooted in the growing crises we face in a globalized context. Global journalism did not materialize out of the blue: the fact it has emerged just now is not an accident. Swedish media theorist Peter Berglez, having in mind variety of theorists and their works (Ulrich Beck, Nancy Fraser, Anthony Giddens, David Harvey among others), has identified two factors in its development[7]:

1) The crises we face, which were once local, have suddenly become global, human condition itself has become cosmopolitan. This is exemplified by the coverage of migration: not that long ago, this topic was considered almost exclusively a foreign issue, sometimes culminating in crises somewhere far from the EU or the so-called developed world. But recently, as the effects of these crises have been felt at our borders, it is now treated as much as a domestic as a foreign issue. In this content, a global approach to coverage is better suited to covering migration and other issues.

2) The world is undergoing seismic geopolitical changes. The Westphalian order, built around the sovereign-state and its associated power structures, is now giving way towards a post-Westphalian order. This changing context needs to be understood and reflected by journalists themselves.

To cope with these changes, journalism requires new skills and knowledge. Global journalism is becoming global version of local journalism, with aim to construct neighbourhood consisting of seven continents[8].

The 'global outlook': a shift in the perception of reality

You certainly know the feeling of discovering a new city you have just moved to. At first, you get to know the immediate surroundings, street by street, a shop here, good coffee there, delicious pasta around the corner. In short, you get a 'domestic' outlook. At the same time, you commute to your new office in another part of the city, and take your family to stroll around some of the highlights in the old quarter you go back and forth, crossing white spaces on the map, without even leaving the subway. This is closer to a 'foreign' outlook, focusing on remote places without a clear connection with your local neighborhood. You continue with both, and suddenly, in one moment, everything changes. All of a sudden you realize that previously far away

[6] BERGLEZ, Peter: What is global journalism? In *Journalism studies*, 2008, Vol. 9, No 6, p. 847.
[7] BERGLEZ, Peter: *Global Journalism. Theory and Practice*. New York : Peter Lang Publishing, 2013, pp. 52-53.
[8] BERGLEZ, Peter: *Global Journalism. Theory and Practice.* New York : Peter Lang Publishing, 2013, p. 36.

streets are actually much closer than you have previously imagined. You find out there is a hidden shortcut between the grocery, your flat and your favourite bookshop, which you previously assumed was much further away than it actually was. You realize that walking just a hundred meters around the corner will get you to the bus-stop from where you can get to your work much faster and explore the surrounding on the way. And surprise, surprise the beautiful park you took a long metro ride with your family to visit is actually in walking distance from your flat, if you are willing to go through a rundown industrial zone. Suddenly you can see how the city's parts are related to each other, and find interconnections where you did not expect to find them. Your outlook becomes global: the 'domestic' and 'foreign' have now come together.

This metaphor illustrates the epistemic and cognitive shift journalists encounter when they adopt a global outlook to their reporting. Previously unseen interconnections and relations suddenly appear from places and stories they did not previously even think about connecting. In this way global journalism, with its global outlook, widens the understanding of the world and our role in it. It broadens the (imaginable) boundaries of our understanding of the world, of contexts and relations, and moves it to a new level, changing it from a dichotomy between a domestic versus foreign outlook to a relations-based global outlook. At the same time, it brings new ways of interpreting and arranging the reality, focusing on global interconnections and relations rather than on events, with the aid of a global imagination[9].

It is, however, not that easy. It requires journalists and editors to develop a new skill set. For a start, it means admitting the very existence of global interconnections and our own role in these developments something many people are surprisingly reluctant to do. Similarly, switching from the fragmented viewpoint of the 'foreign' outlook to the unified reality of the 'global' outlook can be more difficult than it might seem. Berglez explains that the global outlook is not built on technology. Just because we can broadcast from other parts of the planet does not mean we do global journalism. Global outlook is more about a particular kind of knowledge, and it rests on an epistemological foundation. It evolves from "his or her mode of explanation, the angle chosen, the selection of sources (Reese, 2007), the mixture of verbal comments, or the choice of background material."[10]

There were, of course, global events and issues covered widely by media around the globe, Central European media including. So-called migration crisis in the EU or

[9] Imagination as such refers to the capacity of our minds to form images and concepts of something that is absent. According to Shani Orgad (ORGAD, Shani: *Media representations and the Global Imagination*. Cambridge : Polity Press, 2012) global imagination is then the ability to at first reflect on the existence of diverse, interconnected and interrelated social, political, economic, ecological, cultural, and other contexts and power structures. In the second row, it enables us to fill in the gaps. Understand and/or anticipate unknown parts of the stories and relations, understand and/or anticipate how those contexts and structures interact and influence each other and relations between them. To have a global imagination, a person must be able to pull away from the situation and own context and think from an alternative point of view, especially when covering culturally and/or geographically distant contexts.

[10] BERGLEZ, Peter: What is global journalism? In *Journalism Studies*, 2008, Vol. 9, No 6, p. 847.

COVID-19 crisis happening just at the moment of writing of this paper, could be the examples. Even though it proves that global issues are not ignored by the media, it does not necessarily mean they are seen and reflected through a global outlook. It actually happens that also global events are primarily covered within "domestic vs foreign news" logic[11]. Journalists lack the global imagination, and their routine needs an epistemological shift from what Stephen Ward calls parochial-minded ethics, to globally-minded ethics. Journalists should become transnational communicators "who seeks the trust and credence of global audience", and who have not their social contract concluded just with a particular public or society. Instead they have concluded something much more diffuse a multi-society contract[12] with global community.

This cognitive shift pushes us out of our comfort zone, beyond the borders of the established worldview we were raised and socialized in (be it display of hegemony[13] in journalism). Our deep reluctance to alter our accepted version of reality can mean that even when we accept something is true on one level, our minds will still resist it (a situation known as cognitive dissonance). It could also be related to something what Ward finds between parochial journalism ethics and global journalism ethics, domestic vs. foreign news logic, which tend to favour journalist's own country, irrespectively of actual cases[14]. This can become especially problematic when trying to cover complex global issues, for instance, climate justice or processes related to global migration.

Intercultural communication skills

Another set of skills that global journalism requires is intercultural communication. If we are trying to connect different cultural and geographical contexts, intercultural communication is therefore a must. Otherwise, we may end up, even unconsciously, projecting our own norms on different contexts, i.e. being ethnocentric. How does this ethnocentrism manifest, and what are its consequences? This fictitious story[15], which we use when opening these issues with journalists during our classes and workshops, might answer that question.

[11] BERGLEZ, Peter: What is global journalism? In *Journalism Studies*, 2008, Vol. 9, No 6, p. 848.
[12] WARD, Stephen: The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond. In *McGill-Queen's Studies in the Hist of Id (Book 38)*. Montreal : McGill-Queen's University Press, 2015, p. 390.
[13] The term hegemony as we understand it in this paper "is often used as shorthand to describe the relatively dominant position of a particular set of ideas and their associated tendency to become commonsensical and intuitive, thereby inhibiting the dissemination or even the articulation of alternative ideas." (BRITANNICA.COM: keyword 'hegemony'). Especially part on the unquestionable dominant position of certain ideas inhibiting alternative ideas is something very relevant for journalism.
[14] WARD, Stephen: The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond. In *McGill-Queen's Studies in the Hist of Id (Book 38)*. Montreal : McGill-Queen's University Press, 2015, pp. 391-392.
[15] Drawn and adapted from KEHINDE, Yinka et al.: *Beyond your world – Reporting the world*. One World Media, 2015.

Imagine you are a journalist on vacation in Japan. You and your friends are climbing one of the many sacred mountains in this country. As the slope is very steep and your shoes are not well suited to the terrain, you keep slipping and eventually, just as a Japanese couple pass you, fall to the ground. Your friends help you get back on your feet, but the Japanese couple start to laugh loudly in your direction.

- Why do you think the Japanese couple laughed at you?
- How could this experience influence your opinion (and articles if you were a journalist) on Japan?
- How could your article influence your audience's understanding of Japan, particularly if the majority of them have never visited the country themselves and may never do so?
- And why they did it for real?

The most common answer, based on our experience with this exercise with journalists in Central and Eastern Europe, was that the Japanese couple were simply laughing out of malice. And if those journalists were to write a story, this negative impression might colour their work and by extension, the views of their readers. This could then affect the decision of some readers not to go on holiday to Japan.

And what was the actual reason for their laughter? Saving face is very important in Japanese society, and that is why the couple laughed once they saw you were alright and were standing on your feet, they wanted to spare you further embarrassment by lightening the situation with laughter. If, as a Westerner, you only used your ethnocentric norms and understanding of the world in this situation, however, you could come away with a very different and inaccurate interpretation. This is unfortunate for any visitor, but for a journalist could end up skewing your coverage of the country as a whole and even entrench certain prejudices in your audience, too. Intercultural communication skills, global imagination and global outlook can help avoid that.

Why is it important to include a global outlook in reporting?

"Global North oil company known for channelling its taxes through sovereign tax havens to avoid paying its bills, drills in the river delta of the Global South country, polluting indigenous lands and forcing people to flee their homeland, cultural heritage and way of life", is one fictitious, but realistic, example of a global storyline.

Journalism is a profession with considerable social responsibility. As the world has become more globalized and at the same time not always fair in terms of power relations and structures, journalism needs to adapt to ensure it remains relevant and vital today. Here is a list of reasons why it is important to take global journalism seriously, inspired by Peter Berglez[16]:

- The world has fundamentally changed. As the old Westphalian order recedes, the post-Westphalian order is becoming increasingly prominent. To remain rele-

[16] BERGLEZ, Peter: *Global Journalism. Theory and Practice*. New York : Peter Lang Publishing, 2013, pp. 51-78.

vant, journalism needs to take these processes into account.

- It is not enough to divide the world into 'domestic' and 'foreign' anymore. Instead, the world needs to be understood as an interconnected complex of diverse relations and connections, of which journalists and their audiences are an integral part.
- Global journalism is essential for democratic debate. Besides providing accurate and comprehensive coverage of the crises we face, global journalism promotes empowerment and a more thoughtful, informed public discourse around these issues something all too often missing from coverage of key issues at present.
- It supports the development of a more humane and evidence-based policy environment. By allowing us to better understand how the world is interconnected, particularly the links between 'domestic' and 'foreign' issues underpinning phenomena such as migration, they enable us to act based on the 'big picture', using alternative approaches and views.
- It makes the audience and our societies more resilient and able to withstand even abrupt changes. Even when the coverage includes challenging or difficult stories, global journalism can strengthen understanding and reduce irrational expectations so that societies are better placed to withstand crises.
- Ultimately, it allows the public to better understand themselves in relation to the world and to make decisions based on this better understanding.

Johan Lindell and Michael Karlsson go bit further, and define global journalism itself in terms of interrelationships between different parts of the world, while saying that journalists must become global agents of the global public sphere instead of a nation-state or local, creating a well-informed and diverse global 'info-sphere' (again, something what Ward puts into the dichotomy between global and parochial). At the same time, they say, journalists simply need to prioritise the global public sphere just because their audience are the citizens of the world[17].

Free, fair and balanced journalism has always been an important cornerstone of modernity and democracy, empowering people and societies. But the world has changed radically and journalism must adapt to ensure it remains relevant to today's challenges. With this in mind, global journalism promotes global empowerment and creates the space to debate global issues, problems and solutions. By doing so it makes societies and communities more resilient and better able to withstand the many crises we face.

And what is NOT global journalism?

When we speak about something, it is often even more important to say what it is not. So what is not global journalism? We have, again, looked for inspiration in the works of Peter Berglez to outline some key points[18]:

[17] LINDELL, Johan – KARLSSON, Michael: Cosmopolitan Journalists? In *Journalism Studies*, 2016, Vol. 17, No 7, pp. 860–870.

[18] BERGLEZ, Peter: *Global Journalism. Theory and Practice.* New York : Peter Lang Publishing, 2013. pp. 51-78.

- It is not a manual, rulebook or externally imposed set of guidelines. While human rights, environmental NGOs, for example, might develop specific protocols around discourse and framing, global journalism has evolved organically within journalism practice to meet the changing needs of the sector, and evolving sociohistorical and geopolitical background.
- It does not require any predefined ideas or moral viewpoints. The point of the global outlook is to enable journalists to see and analyse global issues clearly and without preconceptions: this approach can in principle be used by different, even competing interests, such as anti-globalists and globalists or religious and secular groups.
- It is not corrective. Its primary aim is to respond to new realities, not to change them. Its aim is not to change any specific narrative or framing in the way that many traditionally corrective approaches (e.g. human rights journalism or environmental journalism) to journalism might.
- It is not designed as a substitute for either domestic or foreign journalism. Instead, global journalism aims to build on the best aspects of both to promote more responsive and far-reaching coverage of the same issues.

Conclusion

Global journalism is not a manual or guide imposed externally on journalists for their enlightenment. On the contrary, it has evolved organically from within practice and processes in the field as well as from within the transformation of sociohistorical and geopolitical background. World changes, journalism should change, too. It does not come burdened with predefined morals or assumptions: it simply highlights neglected or disregarded aspects of global politics, emphasises previously unseen relations over the planet, and at the same time puts globally-minded ethics in front of national or parochial ones. It is built on understanding that global challenges we face generate the need to view the world as one single whole. Especially in issues such as migration or climate change it is essential to redefine the concept of community in a way we could reflect as holistic and accurate picture of the reality as possible. It is not in itself corrective, aiming to achieve a particular agenda – it just seeks to accurately reflect the new global reality. As such it is not presented as a substitute for either domestic or foreign journalism, but aims to build on the best aspects of both to promote more responsive and far-reaching coverage of the same issues.

Even though there is a global village, it is still somewhere in the corner of news coverage. But global journalists, with their global outlook and globally-minded ethics, could bring the change, add new perspectives of the information with an epistemic shift in the narratives they create. They could make globalization process more concrete, making the interconnections created by globalization more visible and tangible.

Journalists could, by adopting this viewpoint, support the development of more diverse and accurate content that reflects the complex realities of today. They should become transnational communicators bringing coverage for global audience, media professionals who have not their social contract concluded just with a particular public or society they, for instance, live in. Instead, they should have concluded something much more diffuse a multi-society contract with the entire global community.

References:

BERGLEZ, Peter: What is global journalism? In *Journalism studies,* 2008, Vol. 9, No 6, pp. 845-858. DOI: 10.1080/14616700802337727.
BERGLEZ, Peter: *Global Journalism: Theory and Practice*. New York : Peter Lang, 2013. 157 p. ISBN 978-1-4331-1030-6.
McLUHAN, Eric – ZINGRONE, Frank (Eds.): *Essential McLuhan.* London : Routledge, 1997. 416 p. ISBN 978-0-4151-6245-6.
McLUHAN, Marshall – FIORE, Quentin: *The Medium is the Massage.* London : Penguin Books, 2016. 160 p. ISBN 978-0-141-035-82-6.
ORGAD, Shani: *Media representations and the Global Imagination*. Cambridge : Polity Press, 2012. 230 p. ISBN 978-0-7456-4380-9.
WARD, Stephen: The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond. In *McGill-Queen's Studies in the Hist of Id (Book 38).* Montreal: McGill-Queen's University Press, 2015. 448 p. ISBN 10-9780773546318.
LINDELL, Johan – KARLSSON, Michael: Cosmopolitan Journalists? In *Journalism Studies,* 2016, Vol. 17, No 7, pp. 860-870. DOI:10.1080/1461670x.2016.1165137.
BRITANNICA.COM: *Hegemony.* Available online: <https://www.britannica.com/topic/hegemony>. [quoted on 2020-06-26].
KEHINDE, Yinka et al.: *Beyond your world – Reporting the world*. One World Media, 2015.

Acknowledgment

Paper and presentation at the conference was created within World between the Lines programme with the support of projects "'I am European': Migration Stories & Facts for the 21st Century" (CSO-LA/2019/410-270-MONDO) and „Globálne rozvojové vzdelávanie pre novinárov" (SAMRS/2019/RV/1/3). These projects are mutually connected and co-financed by the European Union and SlovakAid.

Mgr. Peter Ivanič
People in Need Slovakia, media programme World between the Lines
Človek v ohrození n. o., program Svet medzi riadkami
E-mail: peter.ivanic@clovekvohrozeni.sk

Komunita, ktorá by nemala mlčať

Adam Solga

Abstrakt:
Ak profesionálni žurnalisti, mediálni praktici aj teoretici tvoria komunitu, potom by mali dôsledne dbať, aby verejnosť neprestala vnímať význam a prínos tvorivej činnosti, ktorá ich spája, pre zdravé fungovanie spoločnosti, pre upevňovanie demokracie, zachovávanie slobody, pre budovanie právneho štátu. Dbať na to znamená vážiť si dôveru čitateľov, divákov, poslucháčov. „Hrať" fér, ctiť si princíp „padni, komu padni", zachovávať hranicu medzi žurnalistikou a politickým aktivizmom, no zároveň sa mať na pozore vždy, keď sa ktokoľvek snaží limitovať slobodu prejavu. Mediálni praktici a teoretici musia byť nielen citliví na kvalitu prostredia, v ktorom sa realizuje žurnalistická činnosť, ale mali by byť schopní navrhovať také zmeny, ktoré kvalitu tohto prostredia ešte zvýšia. Je toho táto komunita v roku 2020 vôbec schopná? Odpoveď môžeme hľadať aj v štyroch nedávnych prípadoch. Tie nám poslúžia ako východisko pre skúmanie niektorých vybraných aktuálnych otázok súvisiacich so žurnalistickou komunitou na Slovensku, najmä však na skúmanie limitov slobody slova, tak ako ich pomáhajú v aplikačnej praxi aktuálne „dotvárať" orgány činné v trestnom konaní a súdy.

Kľúčové slová: komunita, sloboda prejavu, sloboda slova, trestný zákon, hranice slobody slova

Abstract:
The Community That Should Not Remain Silent. If professional journalists, media practitioners and theorists form a community, then they need to be consistent in making sure that the public will not stop perceiving the importance and merit of their creative activity, which jointly defines them and is necessary for the healthy functioning of society, bolstering of democracy, preservation of freedom and building the rule of law. Keeping this in mind means holding the trust of readers, viewers, and listeners in high regard. It means to „play fair", observe zero tolerance for missteps, maintain the line between journalism and political activism, but also become wary every time someone attempts to restrict the freedom of speech. Media practitioners and theorists must not only be perceptive to the quality of the environment, in which they carry out their journalistic activities, but should also be capable of proposing such changes so as to improve its quality even further. In 2020, is this community capable of doing that? We can seek answer to this by examining four recent cases. These will serve as the basis for exploring specific current issues regarding the journalistic community in Slovakia, especially as the basis for exploring the limits of freedom of speech as these are „co-made" by the legal authorities.

Keywords: community, freedom of expression, freedom of speech, criminal law, limits of freedom of speech

Komunita, to je spoločenstvo, či spoločné nažívanie ľudí, uvádzajú zvyčajne slovníky, keď sa heslovito snažia vystihnúť podstatu komunity. My, samozrejme, vnímame komunitu ako zložitejšiu sociálnu štruktúru s rôznymi definičnými znakmi, v rámci ktorej sa uskutočňuje celá plejáda sociálnych interakcií. Ak tuzemskí profesionálni žurnalisti, mediálni praktici aj teoretici tvoria komunitu, potom by mali dôsledne dbať, aby verejnosť neprestala vnímať význam a prínos tvorivej činnosti, ktorá ich spája a ktorá je zároveň jedným z definičných znakov tejto komunity, pre zdravé fungovanie spoločnosti, pre upevňovanie demokracie, zachovávanie slobody, pre budovanie právneho štátu. Dbať na to znamená vážiť si dôveru čitateľov, divákov, poslucháčov, „hrať" fér, ctiť si princíp „padni, komu padni", držať sa zásad profesionality, ctiť si morálne a etické princípy, zachovávať hranicu medzi žurnalistikou a politickým aktivizmom. A zároveň to znamená mať sa na pozore vždy, keď sa ktokoľvek snaží limitovať slobodu prejavu. V každom takomto prípade je priam povinnosťou tejto komunity skúmať, či ide o zásah odôvodnený a adekvátny. A podľa toho reagovať.

Ak sa nemajú len prizerať dynamickým spoločenským zmenám a politickým pohybom, mediálni praktici a teoretici musia byť nielen citliví na kvalitu prostredia, v ktorom sa realizuje žurnalistická činnosť, ale mali by byť aj schopní navrhovať také zmeny, ktoré kvalitu tohto prostredia ešte zvýšia. Položme si ale otázku: Je toho novinárska komunita v prostredí Slovenskej republiky v roku 2020 vôbec schopná?

Odpoveď môžeme hľadať aj v štyroch nedávnych prípadoch. Tie spolu nesúvisia nijako inak, iba tým, že ich spoločným menovateľom je praktické stanovovanie limitov slobody slova. Nemožno ich považovať za akúsi „reprezentatívnu vzorku". Dobre nám však poslúžia ako východisko na skúmanie vybraných aktuálnych otázok súvisiacich s praktickou realizáciou slobody slova na Slovensku. Ak dokážeme identifikovať a pomenovať kľúčové momenty týchto prípadov a vysledovať širšie súvislosti týchto prípadov, najmä súvislosti s teóriou i praxou žurnalistiky, môžu nám čosi poodhaliť aj o novinárskej komunite.

Tieto prípady úzko súvisia s novinárskou praxou. Ich spoločným prvkom je pôsobenie represívnej moci štátnych orgánov a výsledkom je vymedzenie limitov slobody prejavu, resp. slobody slova. Upozorňujeme, že ku dňu, keď vznikol tento príspevok, bol len jeden z týchto prípadov ukončený právoplatným rozsudkom.

Nie je cieľom tohto príspevku vyslovovať jednoznačné závery, či koncipovať jednoznačné odporúčania, ale skôr podnietiť odbornú diskusiu a prispieť do nej. Aj preto v žiadnom prípade nechceme stavať individuálny výklad práva nad výklad, o ktorý sa pri aplikácii práva opierali a opierajú príslušné orgány verejnej moci. Naším cieľom tak predovšetkým zostáva, popri spomínanom podnietení širšej diskusie, pokus o syntézu poznatkov z právnej vedy s poznatkami žurnalistiky, resp. vedy o masovej komunikácii.

Kauza Lukáš Milan

V marci 2018 odsúdil Okresný súd v Košiciach novinára Lukáša Milana trestným rozkazom za spáchanie trestného činu ohovárania v zmysle § 373 Trestného zákona[1] na trest odňatia slobody v trvaní 18 mesiacov s podmienečným odkladom na tri roky a na zákaz činnosti v trvaní tri roky. Lukáš Milan sa mal prečinu dopustiť tým, že ako redaktor týždenníka *Plus 7 dní* v roku 2015 v článku zverejnil stanovisko anonymného zdroja, že bývalý predseda NR SR a bývalý podpredseda strany Smer-SD Pavol Paška mal žiadať províziu za to, že umožní nemenovanému podnikateľovi podnikať v zdravotníckych službách. Lukáš Milan podal proti trestnému rozkazu odpor. Prokuratúra následne (na pokyn generálnej prokuratúry) stiahla žalobu. Na začiatku roka 2019 bola podaná na OS Košice II žaloba opäť. Nová. Ani rok po podaní novej žaloby nebolo v prípade vytýčené prvé pojednávanie.

Na tomto prípade je z pohľadu mediálnej praxe znepokojujúce, že hoci ochranu zdroja informácií máme zakotvenú priamo v tlačovom zákone, v § 4, aplikácia v praxi môže prinášať situácie ako táto. Lukáš Milan totiž odmietol orgánom činným v trestnom konaní (OČTK) prezradiť zdroj informácií. Opakovane dokonca formuloval podozrenie, či OČTK nevykonávajú „nadprácu" v zbieraní informácií, ktoré by mohol Pavol Paška využiť v občianskoprávnom procese, ktorý s novinárom Milanom viedol, kým bývalý politik v apríli 2018 náhle nezomrel.[2] OČTK sa vyšetrovaním nepodarilo potvrdiť pravdivosť tvrdení uvedených v inkriminovanom novinárskom prejave, preto na ne z pohľadu práva bolo možné nahliadať ako na nepravdivé.

Tento prípad možno vnímať vo viacerých rovinách. V prvom rade poukazuje na to, že tuzemská legislatíva nedostatočne reflektuje právo žurnalistov na ochranu zdroja informácií v kolíznych situáciách, ako je táto. V praxi sa tak môže stať, že novinár sa dostane pod tlak spôsobený dilemou, či zverejní zdroj svojich informácií, alebo ho nezverejní, ale OČTK budú v takom prípade na novinára *a priori* nahliadať rovnako, ako keby bol on sám pôvodcom nepravdivého údaja. So všetkými prípadnými trestnoprávnymi konzekvenciami.

Z takejto perspektívy *de facto* každú takúto novinárom použitú informáciu, každý údaj, pokiaľ jeho pravdivosť nie je možné v čase prebiehajúceho vyšetrovania alebo trestného konania dokázať ešte inak než s odvolaním sa na pôvodný „utajený" zdroj (čo v praxi niekedy naozaj môže byť viac ako komplikované), bude môcť OČTK a súd považovať za nepravdivý, s možnými negatívnymi konzekvenciami pre žurnalistu, hocako by svojou činnosťou sledoval verejný záujem. Je skôr realitou než „divokou" fikciou, že celý rad takýchto zdrojov dôveruje novinárovi, ale nemusí z rôznych dôvodov dôverovať OČTK, či iným orgánom verejnej moci. Nie je nepredstaviteľné, že prípadné zmeny v legislatíve by v budúcnosti mohli reflektovať aj takéto prípady. V inom

[1] ZÁKON Č. 300/2005 Z. Z. *Trestný zákon.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2005-300>. [cit. 2020-02-20].

[2] Pozri napr.: CUPRÍK, Roman: *Trestaný novinár: Paška cez moje obvinenie získava informácie.* [online]. Dostupné na internete: <https://domov.sme.sk/c/20781874/trestany-novinar-milan-paska-cez-moje-obvinenie-ziskava-informacie.html>. [cit. 2020-01-31].

prípade totiž hrozí, že istá prirodzená opatrnosť a obozretnosť žurnalistov pri práci so zdrojmi, ktorých identitu nemožno odhaliť, a s informáciami, ktoré dokážu z takýchto zdrojov „ťažiť", sa zmení na opatrníctvo, alibizmus a neochotu zbytočne sa vystavovať riziku možných konzekvencií.

Právny poriadok SR predpokladá, že OČTK budú rovnako intenzívne vyhľadávať všetky dôkazy, veď povinnosť OČTK s rovnakou starostlivosťou objasňovať dôkazy svedčiace proti obvinenému, ako aj okolnosti, ktoré svedčia v jeho prospech, a v oboch smeroch vykonávať dôkazy tak, aby umožnili súdu spravodlivé rozhodnutie, je explicitne ustanovená ako jedna zo základných zásad trestného konania v zmysle Trestného poriadku[3]. Aká je prax, nechávame na posúdenie čitateľa. Pripomíname však, že príspevok vznikal v čase množiacich sa škandalóznych odhalení, ktoré poukazujú na možné ovplyvňovanie, ba až zneužívanie súdov, polície a prokuratúry, a ktoré isto nenapomáhajú budovaniu dôvery v právo a dôvery v inštitúcie, ktoré majú právo aplikovať.

Sekundárne vyvoláva vážne otázky momentálna nečinnosť súdu, ktorá je v ostrom kontrapunkte s predchádzajúcim promptným vydaním trestného rozkazu na základe obžaloby, ktorá neskôr – podľa kvalifikovaného právneho názoru generálnej prokuratúry – nebola vypracovaná dostatočne kvalitne a musela byť podaná žaloba druhá.

Prípad si vyslúžil pozornosť masmédií predovšetkým v marci 2018. Širšiu diskusiu o vyššie charakterizovanej problematike však nevyvolal. Pritom naznačuje, kam až môže novinár zájsť majúc na zreteli verejný záujem, keď ide „po stope" smerujúcej k osobám, ktoré zastávajú alebo v minulosti zastávali exponované politické funkcie.

Kauza Milan Mazurek

V apríli 2018 Špecializovaný trestný súd (ŠTS) v Banskej Bystrici a následne aj Najvyšší súd SR v septembri 2019 uznali vtedajšieho[4] poslanca NR SR Milana Mazureka za vinného zo spáchania prečinu hanobenia národa, rasy a presvedčenia v zmysle § 423 Trestného zákona[5] v jednočinnom súbehu s prečinom podnecovania k národnostnej, rasovej a etnickej nenávisti v zmysle § 424 Trestného zákona, a odsúdili ho na peňažný trest najprv 5-tisíc eur (ŠTS v apríli 2018) a potom na prísnejší trest 10-tisíc eur (NS SR v septembri 2019). Priamou konzekvenciou právoplatného odsúdenia bola aj strata mandátu poslanca NR SR v zmysle Čl. 81a Ústavy SR[6].

Milan Mazurek sa mal uvedených trestných činov dopustiť výrokmi na adresu rómskej komunity, ktoré v roku 2016 artikuloval v živom vysielaní žilinského regio-

[3] ZÁKON Č. 301/2005 Z. Z. *Trestný poriadok.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2005-301>. [cit. 2020-02-20].

[4] Od zloženia poslaneckého sľubu v marci 2020 opäť aj súčasného poslanca NR SR.

[5] ZÁKON Č. 300/2005 Z. Z. *Trestný zákon.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2005-300>. [cit. 2020-02-20].

[6] ÚSTAVNÝ ZÁKON Č. 460/1992 ZB. *Ústava Slovenskej republiky.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/1992-460>. [cit. 2020-02-20].

nálneho *Rádia Frontinus* v relácii *Debata na telefón*.[7] Pokiaľ ide o rozsudok vynesený nad Mazurekom, treba od politickej a hodnotovej roviny abstrahovať rovinu vecnú. V nej treba upozorniť na dva momenty.

Prvý súvisí s právnou istotou a predvídateľnosťou práva, ktoré nepredstavujú len určité sociálne relácie, ale predovšetkým základné predpoklady existencie právneho štátu. Právna istota, okrem iného, spočíva aj vo vedomí jednotlivca, že ak ktokoľvek poruší právne predpisy, budú voči nemu vyvodené sankcie výlučne orgánmi kompetentnými konať a pôjde výhradne o zákonom predpokladané sankcie, ktoré nijako neprekročia rámec ustanovený zákonom. S pojmom právnej istoty sa tiež spája pojem predvídateľnosť súdnych rozhodnutí a rozhodnutí iných orgánov verejnej moci spočívajúcej v princípe, že ak nejestvuje skutočne relevantný dôvod, analogické otázky by nemali byť riešené odlišným spôsobom a teda by nemali rezultovať v diametrálne odlišný výsledok.[8] Vzhľadom na verejne známe okolnosti prípadu je diskutabilné, či Mazurek mohol (a teda aj mal predvídať) negatívne následky svojich vyjadrení.

V každom prípade je rozsudok právoplatný a treba ho rešpektovať. Rozhodne na tomto mieste nechceme rozsudok spochybňovať. Ani nie tak z hľadiska práva, ako z hľadiska praktickej politickej komunikácie a mediálnej komunikácie, však treba vysloviť pochybnosť, či si poslanec Mazurek možné negatívne dôsledky v čase, keď použil inkriminované formulácie, uvedomoval. Takáto pochybnosť pramení aj zo skutočnosti, že Mazurekom použité formulácie, bez ohľadu na to, že ich vyslovil v rozhlasovom vysielaní, nie sú ojedinelým excesom jedného politicky exponovaného jednotlivca, ale možno ich nájsť s vysokou frekvenciou predovšetkým na diskusných fórach a sociálnych sieťach.[9]

Nie je však verejné známe, že voči iným autorom takýchto výrokov by OČTK v minulosti postupovali podobne dôsledne ako proti bývalému poslancovi NR SR. Tento moment je podstatný – a mal by vzbudzovať záujem novinárskej komunity – najmä preto, že môže predstavovať precedens, s odkazom na ktorý bude v budúcnosti možné posúvať hranice slobody prejavu, a teda túto slobodu limitovať. Svojím spôsobom nám ponúka možnú odpoveď na otázku, kde sa končia limity politickej nekorektnosti (ako antagonizmu k pojmu politická korektnosť) a kde sa už začínajú hranice trestnoprávnej zodpovednosti.

---

[7] Doslovný prepis je súčasťou napríklad aj *Rozhodnutia Rady pre vysielanie a retransmisiu č. RP/26/2017*. Pozri: RADA PRE VYSIELANIE A RETRANSMISIU: *Rozhodnutie Rady pre vysielanie a retransmisiu č. RP/26/2017* zo dňa 25.4.2017. [online]. Dostupné na internete: <http://www.rvr.sk/sankcne-rozhodnutia>. [cit. 2020-03-30].

[8] Podobné formulácie pojmu právnej istoty a predvídateľnosti súdnych rozhodnutí a rozhodnutí orgánov verejnej moci (prediktibility) použil autor tejto štúdie aj v minulosti. Pozri: SOLGA, Adam: *Právna istota a dôvera v právo.* [diplomová práca]. Bratislava : Právnická fakulta UK, 2012, s. 19, 41.

[9] K otázke zodpovednosti/nezodpovednosti jednotlivcov vystupujúcich v offline a online mediálnom priestore pozri: SÁMELOVÁ, Anna: Sloboda prejavu v paradigmách zodpovednosti človeka v offline totalite a online demokracii. In MÉSZÁROS, Tomáš – KASINEC, Rudolf (Zost.): *Trezorové filmy – interdisciplinárny pohľad*. Bratislava : Právnická fakulta UK, 2019, s. 91-108.

Druhým momentom, ktorý stojí za povšimnutie, predovšetkým mediálnych praktikov, je súvisiace rozhodnutie Rady pre vysielanie a retransmisiu č. RP/26/2017[10], v ktorom sa konštatuje, že *Rádio Frontinus* porušilo povinnosti v zmysle zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii[11]. Rada za to rádiu uložila dve sankcie: upozornenie na porušenie zákona a tiež pokutu 15-tisíc eur. Tú regionálne rádio následne označilo za likvidačnú. Toto rozhodnutie, vecne správne, poukazovalo na nevyváženosť prezentácie rómskeho etnika, niektorých sociálnych skupín a ďalších politických a sociálnych problémov vyplývajúcu z vyjadrení Milana Mazureka. Problém, ktorý však stojí za pozornosť celej žurnalistickej komunity, spočíva v tom, že rada v rozhodnutí implicitne stanovuje *Rádiu Frontinus* povinnosť bezprostredne, teda priamo reakciami a aktivitou moderátora, reagovať na takýto druh jednostranných vyhlásení respondenta.[12]

Stojí za zamyslenie, či v prípade podobného formátu relácie má moderátor zároveň zastávať aj rolu oponenta. Alebo či je žiaduce, aby sa vysielatelia, v obavách z možných následkov, v budúcnosti radšej rozhodovali ignorovať časť politických predstaviteľov, ktorých názory a postoje môžu byť potenciálne „závadné", avšak ktorých relevancia je daná prinajmenšom výsledkom získaným v parlamentných voľbách a výkonom mandátu poslanca Národnej rady Slovenskej republiky.

Kauza Tibor Eliot Rostas

V decembri 2019 Špecializovaný trestný súd v Pezinku uznal redaktora časopisu *Zem a Vek* Tibora Eliota Rostasa vinným z trestného činu hanobenia národa, rasy a presvedčenia v zmysle § 423 Trestného zákona[13], ktorého sa mal dopustiť publikovaním novinárskeho prejavu *Klin Židov medzi Slovanmi* v uvedenom periodiku. ŠTS uložil Rostasovi peňažnú pokutu 4-tisíc eur. Rostas už na pojednávaní vyhlásil, že sa odvolá. Podstata inkriminovaného novinárskeho prejavu tkvie v citovaní slovenských národných buditeľov 19. storočia a aplikovaním ich antisemitských myšlienok vytrhnutých z diametrálne odlišného historického a spoločenského kontextu na kontext súčasný.

Menej závažným zistením je mierny terminologický chaos, keď periodikum *Zem a Vek* dostáva prívlastky ako alternatívne, antisystémové, konšpiratívne, akoby išlo o

[10] RADA PRE VYSIELANIE A RETRANSMISIU: *Rozhodnutie Rady pre vysielanie a retransmisiu č. RP/26/2017* zo dňa 25.4.2017. [online]. Dostupné na internete: <http://www.rvr.sk/sankcne-rozhodnutia>. [cit. 2020-03-30].

[11] ZÁKON Č. 308/2000 Z. Z. *o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2000-308>. [cit. 2020-02-20].

[12] Dôvody a genealógiu vyžadovania tejto mediálnej praxe v rozhlasovom a televíznom vysielaní na Slovensku objasňuje mediálna filozofka Anna Sámelová v kapitole *Hľadanie hranice medzi editovaním a zákonnosťou* In SÁMELOVÁ, Anna: *Normatívna regulácia verejnoprávnych médií: Mravy, cenzúra a editovanie v Rozhlase a televízii Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2016, s. 97-111.

[13] ZÁKON Č. 300/2005 Z. Z. *Trestný zákon.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2005-300>. [cit. 2020-02-20].

synonymá. Z hľadiska žurnalistiky a vedy o masovej komunikácii je to však menší problém. Oveľa závažnejšie zistenie spočíva v tom, že masmédiá podobného charakteru si na tuzemskom mediálnom trhu postupne získali podiel, ktorý nemožno považovať za nezanedbateľný. Z postavenia na mediálnom trhu a obsahového zamerania vyplýva aj vplyv na formovanie verejnej mienky.

Pôsobenie Rostasa a jemu podobných autorov periodika *Zem a Vek* a podobných titulov na tuzemskom trhu jasne ukazuje, kto všetko sa dnes môže dovolávať – a aj sa dovoláva – ústavou garantovanej slobody slova. Zároveň ukazuje, že v tzv. dobe postfaktickej treba rozlišovať medzi skutočnou novinárskou tvorbou spĺňajúcou celý rad kritérií a predstieraním novinárskej tvorby, resp. medzi produkciou novinárskych prejavov a medzi produkciou prejavov, ktoré síce predstierajú, že sú novinárskymi prejavmi, ale pri podrobnejšej analýze vzbudzujú podozrenia, či nie sú ďaleko viac literárnou fikciou. Vo vzťahu k tuzemskej novinárskej komunite treba podotknúť, že tu vidno, že tá sa od tejto časti médií a ich tvorcov systematicky dištancuje. Nepovažuje ich za svoju súčasť (*vice versa*, ani oni sa nepovažujú za súčasť tejto komunity). To sa odrazilo aj v stvárnení témy súdneho procesu s Rostasom médiami tzv. hlavného prúdu.

Zároveň sa však úspech týchto médií a ich tvorcov dá vysvetľovať – hoci určite nie monokauzálne – aj ako priamy dôsledok absentujúcej, či nedostatočne metodicky, personálne i materiálne zvládnutej mediálnej výchovy. A to je celkom konkrétna výzva pre žurnalistickú komunitu.

Späť k podstate tejto kauzy, bez ohľadu na to, aký bude konečný verdikt, aktivitu OČTK možno interpretovať aj ako sledovanie trendu, keď za naplnenie skutkovej podstaty uvedených trestných činov nebudú považované len hrubé, primitívne a explicitné nenávistné prejavy a apely, ale aj prejavy a apely koncipované podstatne rafinovanejšie, možno implicitne.

Kauza Michal Havran

V čase, keď vznikal tento príspevok, išlo o tzv. živú kauzu, v ktorej prebiehali procesné úkony. Nebolo možné predikovať jej ďalší vývoj a už vôbec nie „koncovku". Z právneho hľadiska do úvahy prichádzalo príliš veľa možných variantov, než aby malo zmysel podrobne sa v tomto príspevku zaoberať každým z nich. Podstata kauzy tkvie v tom, že na konci januára 2020 malo byť vyšetrovateľom Národnej kriminálnej agentúry (NAKA) začaté trestné stíhanie voči teológovi a publicistovi Michalovi Havranovi pre prečin hanobenia národa, rasy a presvedčenia v zmysle § 423 Trestného zákona[14] a pre prečin ohovárania v zmysle § 373 Trestného zákona. Havran sa mal činu dopustiť ešte v júni 2018, keď v komentári pre denník *SME* nazvanom *Pošlite Kuffu do cirkusu* s podtitulom *Prelátom vyhovujú čo najdebilnejší veriaci* mal údajne urážať katolíckych veriacich a ich kňaza pre ich konzervatívne názory. Treba podotknúť, že to nie sú prvé kontroverzné výroky Michala Havrana. Slovník, ktorý v komentári zvolil, je konfron-

[14] ZÁKON Č. 300/2005 Z. Z. *Trestný zákon.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakony-preludi.sk/zz/2005-300>. [cit. 2020-02-20].

tačný a správanie kňaza Kuffu, tiež známeho pre niektoré prejavy, ktoré vzbudili kontroverzie, použijúc hyperbolu dokonca prirovnáva k vodcovi teroristickej organizácie Islamský štát Al-Bagdádímu.

Opäť je dôležité abstrahovať vecnú rovinu od politickej, hodnotovej atď. Podstatné je – a tu vidno isté paralely s prípadom Milana Mazureka – že možno vysloviť vážne pochybnosti o tom, či orgány činné v trestnom konaní (OČTK) neaplikujú právo až nepredvídateľným spôsobom. Inak povedané: či Havran pri formulovaní svojich názorov, akokoľvek príkre sa môžu zdať, mohol (a teda aj mal) kalkulovať s možnosťou, že môžu viesť až k začatiu trestného stíhania.[15]

Zdôrazňujeme, že podľa doterajších informácií sa javí ako pravdepodobné, že napadnuté nie sú skutkové tvrdenia, ale hodnotiace úsudky tvoriace podstatu komentára, pričom hodnotiace úsudky by mali vo všeobecnosti požívať vyššiu mieru právnej ochrany, aj keď môžu byť nepresné, mylné, zavádzajúce, či zveličujúce, ironizujúce, satirické, a niekomu môžu vyznieť aj urážlivo.

V tejto súvislosti treba opakovane uviesť poznámku, že v mediálnom i širšom verejnom priestore nie je problém zaregistrovať aj ostrejšie či urážlivejšie vyjadrenia, ktoré zostali a zostávajú bez odozvy OČTK. Na druhej strane, ak sú alebo v blízkej budúcnosti budú práve s uvedenými Havranovými výrokmi spojené negatívne dôsledky (pre Havrana), pre všetkých ostatných komentátorov to bude predstavovať precedentnú situáciu, podľa ktorej sa budú môcť orientovať, čo je ešte možné vysloviť „slobodne" a čo už nie, teda budú s určitou mierou úspešnosti schopní predikovať, kde sa približne nachádzajú limity, za ktorými môžu hroziť negatívne následky v podobe trestného stíhania a prípadne aj obvinenia zo spáchania trestného činu, či priamo odsúdenia.

Vynára sa však otázka, či takéto limitovanie slobody prejavu, resp. slobody novinárskej tvorby, má skutočne opodstatnenie. Práve toto je ten moment, na ktorý by novinárska komunita mala reagovať a v istej podobe aj reagovala.[16] Prípad dokonca vzbudil pozornosť aj v zahraničí, všimol si ho napríklad aj vplyvný americký Výbor na ochranu žurnalistov.[17] Reagovať však treba predovšetkým odbornou diskusiou a prípadným vyvinutím tlaku na zmenu legislatívy, či na riešenie otázok súvisiacich s jej aplikáciou. Pretože komentovať *ad hoc* postup OČTK je v takýchto situáciách primálo.

V súvislosti s týmto prípadom však zaujme stanovisko Tlačovo-digitálnej rady Slovenskej republiky, ktorá skonštatovala porušenie etického kódexu novinára redakciou

[15] Pre úplnosť treba dodať, že trestné stíhanie v tomto prípade sa začalo na základe trestného oznámenia, nie *ex offo*. Oznámenie mala podať advokátska kancelária Čarnogurský ULC Law Firm, pritom kňaz Kuffa dokonca verejne žiadal o stiahnutie trestného oznámenia, čo však tuzemská právna úprava neumožňuje.

[16] Otvorený list v súvislosti s prípadom koncipovala vo februári 2020 najprv skupina novinárov, potom si rovnakú formu zvolila aj skupina hercov a ďalších osobností.

[17] CPJ.ORG: *Slovak authorities file criminal defamation charges against columnist Michal Havran.* [online]. Dostupné na internete: <https://cpj.org/2020/02/slovak-authorities-file-criminal-defamation-charge.php>. [cit. 2020-02-12].

sme.sk a vyslovila upozornenie.[18] Napadnutý komentár kategorizuje ako tzv. *hate speech*. Z odôvodnenia vyplýva, že rada si plne uvedomuje svoju úlohu brániť slobodu prejavu a slobodného šírenia názorov. Odôvodnenie však zakladá obavy, či si rada nenárokuje rozhodovať o tom, ktorý názor je ešte prípustný a ktorý už nie, s odvolaním sa na snahy o kultivovanie verejného priestoru a verejnej diskusie v tlačových a digitálnych médiách.

Za dôležité však považujeme konštatovanie obsiahnuté v zdôvodnení rozhodnutia, ktoré by podľa nášho názoru mali mať na zreteli aj orgány činné v trestnom konaní, a to, že „trestno-právne stíhanie názorových oponentov neprospieva sloboda slova a ani verejnej diskusii a v demokratickej spoločnosti by nemala mať miesto."[19] O to viac rada prízvukuje úlohu etickej samoregulácie.

Namiesto záveru

Detailnejšie poznanie štyroch vyššie popísaných prípadov nám umožňuje lepšie porozumieť, kde sa v súčasnosti nachádzajú hranice slobody prejavu, resp. novinárskej tvorby. Pomáhajú nám uvedomiť si, že popri písaných a v čase takmer nemenných, alebo len sporadicky novelizovaných právnych predpisov, sú tieto hranice oveľa častejšie vytyčované, či dokonca „prekresľované" aplikáciou, realizáciou týchto predpisov v praxi.

Do odborného diskurzu, kde ležia a kde by mali ležať tieto hranice, ale tiež, akú podobu by mali mať sankcie za prekročenie týchto hraníc, by však mala v ďaleko väčšej miere zasahovať práve novinárska komunita. Inak povedané, tento diskurz sa nesmie odohrávať výlučne na pôde orgánov verejnej moci, predovšetkým súdov, prokuratúry a polície (ani keby sa ich stanoviská opierali aj o závery znalcov). Práve naopak. Veď ich rozhodovacia činnosť reflektuje (aj) spoločenské a politické zmeny, a ako nám prax ukazuje, v určitých prípadoch môže podliehať aj neželaným tlakom, v právnom štáte považovaným priam za patologické. Tento diskurz sa rovnako tak nesmie stať výlučne doménou politických elít, či ešte horšie, nástrojom presadzovania politického a kultúrneho programu, ako sa to aktuálne deje aj v niektorých členských krajinách EÚ.

Lenže práve tu má tuzemská žurnalistická komunita značné rezervy. Nestačí totiž len komentovať, chváliť či kritizovať rozhodnutia OČTK a súdov, zvlášť nie na základe sympatií, antipatií, či iných kontraproduktívne pôsobiacich emócií. Naopak, treba konzekventne zaujímať jasné, principiálne postoje, nahlas ich artikulovať a o ich správnosti presviedčať ako širokú verejnosť, tak aj ďalších relevantných partnerov. A činiť tak v duchu notoricky známeho Voltairovho výroku: „Nesúhlasím s tým, čo vravíš, ale do poslednej kvapky krvi budem brániť tvoje právo povedať to."

[18] TLAČOVO-DIGITÁLNA RADA SLOVENSKEJ REPUBLIKY: *Rozhodnutie Tlačovo-digitálnej rady Slovenskej republiky č. 10/2018 (Č. K. 10/2018).* [online]. Dostupné na internete: <https://trsr.sk/rozhodnutie-102018/>. [cit. 2020-02-20].

[19] TLAČOVO-DIGITÁLNA RADA SLOVENSKEJ REPUBLIKY: *Rozhodnutie Tlačovo-digitálnej rady Slovenskej republiky č. 10/2018 (Č. K. 10/2018).* [online]. Dostupné na internete: <https://trsr.sk/rozhodnutie-102018/>. [cit. 2020-02-20].

Súčasťou žurnalistickej komunity, v jej najširšom zmysle, však nie sú len žurnalisti, mediálni praktici, ale aj pedagógovia a študenti žurnalistiky. Práve na akademickej pôde je namieste hovoriť o nutnosti podieľať sa na definovaní hraníc slobody slova, o nutnosti hľadať cesty, ako túto slobodu v praxi chrániť a zveľaďovať. Postupne tak môžeme začať splácať „dlh", ktorý sa kumuluje posledné štvrťstoročie. Veď si len spomeňme, že na akademickej pôde pôsobili aj také osobnosti ako Luboš Šefčák, dlhoročný pedagóg Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave, autor prvého „porevolučného" návrhu tlačového zákona,[20] ktoré mali ambície i schopnosti formovať mediálne prostredie aj inak než nepriamo, teda výchovou budúcich žurnalistov, prípadne analyzovaním procesov a javov, ktoré v žurnalistike už nastali.

S istou dávkou optimizmu môžeme spomenúť, ako sa žurnalistická komunita dokázala zomknúť v smútku, ale i solidarite a odhodlaní po vražde novinára Jána Kuciaka a jeho snúbenice Martiny Kušnírovej, či ako dala v roku 2019 jasne najavo nesúhlas v reakcii na politicky motivovanú novelu zákona o periodickej tlači a agentúrnom spravodajstve[21]. Zomknutá by však mala byť aj v iných situáciách, napríklad vtedy, keď hrozí, že bude významne limitovaná sloboda slova, resp. sloboda prejavu.

Môžeme sa rozhliadnuť okolo seba, môžeme nazrieť aj za hranice Slovenska. Jedno je isté: táto komunita by nemala mlčať, inak môže byť umlčiavaná a umlčaná!

Literatúra a pramene

CPJ.ORG: *Slovak authorities file criminal defamation charges against columnist Michal Havran.* [online]. Dostupné na internete: <https://cpj.org/2020/02/slovak-authorities-file-criminal-defamation-charge.php>. [cit. 2020-02-12].

CUPRÍK, Roman: *Trestaný novinár: Paška cez moje obvinenie získava informácie.* [online]. Dostupné na internete: <https://domov.sme.sk/c/20781874/trestany-novinar-milan-paska-cez-moje-obvinenie-ziskava-informacie.html>. [cit. 2020-01-31].

DRGONEC, Ján: *Sloboda prejavu a sloboda po prejave.* Šamorín : Heuréka, 2013. 410 s. ISBN 978-80-89122-89-9.

HAVRAN, Michal: *Pošlite Kuffu do cirkusu.* [online]. Dostupné na internete: <https://komentare.sme.sk/c/20858569/poslite-kuffu-do-cirkusu.html>. [cit. 2020-02-08].

ILOWIECKI, Maciej – ZASĘPA, Tadeusz: *Moc a nemoc médií.* Trnava : Typi Universitas Tyrnaviensis, 2003. 183 s. ISBN 80-224-0740-2.

KERECMAN, Peter: *Sloboda prejavu novinára a ochrana pred jej zneužitím*. Bratislava : SSN, 2009. 151 s. ISBN 978-80-969584-4-3.

O MÉDIÁCH.SK: *Herci a ďalšie osobnosti zverejnili otvorený list, v ktorom sa postavili za Michala Havrana.* [online]. Dostupné a internete: <https://www.omediach.com/tlac/17181-herci-a-dalsie-osobnosti-zverejnili-otvoreny-list-v-ktorom-sa-postavili-za-michala-havrana>. [cit. 2020-02-29].

O MÉDIÁCH.SK: *Kuffa prosí o stiahnutie trestného oznámenia na Havrana.* [online]. Do-

[20] Upozorňujeme, že tento nebol nikdy prijatý a „nového" tlačového zákona sa Slovensko dočkalo až v máji 2008, s účinnosťou od 1. novembra 2009.

[21] ZÁKON Č. 167/2008 Z. Z. *o periodickej tlači a agentúrnom spravodajstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov (tlačový zákon).* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2008-167>. [cit. 2020-02-20].

stupné na internete: <https://www.omediach.com/tlac/13540-kuffa-prosi-o-stiahnutie-trestneho-oznamenia-na-havrana>. [cit. 2020-01-31].
O MÉDIÁCH.SK: Skupina *novinárov zverejnila znepokojenie nad obvinením Michala Havrana.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.omediach.com/tlac/17144-skupina-novinarov-zverejnila-znepokojenie-nad-obvinenim-michala-havrana>. [cit. 2020-02-29].
PLUS 7 DNÍ: *Košická zdravotnícka chobotnica: Hlavy padli, problémové zmluvy zostali.* [online]. Dostupné na internete: <https://plus7dni.pluska.sk/domov/kosicka-zdravotnicka-chobotnica-hlavy-padli-problemove-zmluvy-ostali>. [cit. 2020-01-31].
POSLUCH, Marian – CIBULKA, Ľubor: *Štátne právo Slovenskej republiky*. Bratislava : Heuréka, 2006. 336 s. ISBN 80-89122-31-0.
RADA PRE VYSIELANIE A RETRANSMISIU: *Rozhodnutie Rady pre vysielanie a retransmisiu č. RP/26/2017* zo dňa 25.4.2017. [online]. Dostupné na internete: <http://www.rvr.sk/sankcne-rozhodnutia>. [cit. 2020-03-30].
ROSTAS, Tibor Eliot: *Klin Židov medzi Slovanmi.* [online]. Dostupné na internete: <https://rostas.news/klin-zidov-medzi-slovanmi/?cli_action=1588497897.824>. [cit. 2020-02-02].
SÁMELOVÁ, Anna: *Normatívna regulácia verejnoprávnych médií: Mravy, cenzúra a editovanie v Rozhlase a televízii Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2016. 150 s. ISBN 978-80-223-4227-8.
SÁMELOVÁ, Anna: Sloboda prejavu v paradigmách zodpovednosti človeka v offline totalite a online demokracii. In MÉSZÁROS, Tomáš – KASINEC, Rudolf (Zost.): *Trezorové filmy – interdisciplinárny pohľad.* Bratislava : Právnická fakulta UK, 2019, s. 91-108. ISBN 978-80-7160-524-9.
SOLGA, Adam: *Právna istota a dôvera v právo.* [diplomová práca]. Bratislava : Právnická fakulta UK, 2012. 78 s.
TLAČOVO-DIGITÁLNA RADA SLOVENSKEJ REPUBLIKY: *Rozhodnutie Tlačovo-digitálnej rady Slovenskej republiky č. 10/2018 (Č. K. 10/2018).* [online]. Dostupné na internete: <https://trsr.sk/rozhodnutie-102018/>. [cit. 2020-02-20].
ÚSTAVNÝ ZÁKON Č. 460/1992 ZB. *Ústava Slovenskej republiky.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/1992-460>. [cit. 2020-02-20].
ZÁKON Č. 167/2008 Z. Z. *o periodickej tlači a agentúrnom spravodajstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov (tlačový zákon).* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2008-167>. [cit. 2020-02-20].
ZÁKON Č. 300/2005 Z. Z. *Trestný zákon.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2005-300>. [cit. 2020-02-20].
ZÁKON Č. 301/2005 Z. Z. *Trestný poriadok.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2005-301>. [cit. 2020-02-20].
ZÁKON Č. 308/2000 Z. Z. *o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2000-308>. [cit. 2020-02-20].

Mgr. Adam Solga, PhD.
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: adam.solga@uniba.sk

Migranti: homogénna „komunita" alebo rôznorodí ľudia s príbehmi? Mediálna analýza pokrývania migrácie na Slovensku a porovnanie s Českou republikou

Pavlína Chalupková – Peter Ivanič

Abstrakt:
Žiadna komunita nie je čisto homogénnym útvarom. Napriek tomu, že určité atribúty majú ľudia z danej komunity spoločné, každý z jej členov má za sebou svoj individuálny príbeh. To sa týka aj „komunity" migrantov. Po roku 2015 začali médiá prinášať viac informácií o tzv. migračnej kríze a fenoméne migrácie, pričom rámcovanie ich komunikátov bolo do istej miery založené práve na homogénnosti migrujúcich ľudí. Do akej miery si slovenskí novinári uvedomovali a reflektovali individualitu migrantov a ľudský rozmer migrácie a do akej miery ich prezentovali skôr ako akúsi „ucelenú komunitu" snažiacu sa dostať do Európy? Odpovede na takéto a viaceré iné otázky sme sa pokúsili získať prostredníctvom obsahovej analýzy článkov vybraných slovenských médií a rozhovorov s 12 novinármi. Do regionálneho kontextu sme tieto otázky zasadili porovnaním so situáciou v Českej republike, ktorá sa od Slovenska v mnohom líšila.

Kľúčové slová: migrácia, médiá, komunita, rámcovanie, diskurz

Abstract:
Migrants—Homogenous Community or Diverse People with Different Stories? Analysis of Coverage of Migration in Slovak Media and its Comparison with Czech Republic. No community is a monolith. Although members of a community may share certain characteristics, there is always an individual story behind each of them. This is also the case of the "community" of migrants. Since 2015, media have started to focus on content related to so-called migration crisis and the phenomenon of migration in general. While doing so they had a tendency to frame their outputs by the homogeneity of people on the move. To what extent did Slovak journalists realize and reflect the individuality of migrants and human dimension of migration, and to what extent did they frame those people only as a homogeneous community trying to reach Europe? We tried to look for the answers to these and other questions using content analysis of articles produced by six different Slovak media outlets and by analysis of interviews with 12 journalists. We also put these answers into regional context by making a comparison with the Czech Republic where we have observed quite many differences.

Keywords: migration, media, community, framing, discourse

Úvod

Hoci migrácia nepredstavuje z hľadiska histórie ľudstva nový fenomén a ide o jeden z najprirodzenejších javov vôbec, rok 2015 možno v migračnej tematike vnímať ako zlomový. V krajinách Európskej únie týmto rokom odštartovala tzv. migračná kríza[1] a pojmy „migrácia“ a „migrant“ vo verejnom (i mediálnom) diskurze nielenže z hľadiska frekvencie naberajú na obrátkach, zároveň oba pojmy prerastajú do celkom nových konotačných dimenzií. A tak hoci *de facto* nejde o nový fenomén, pre tzv. migračnú krízu atribút novosti istým spôsobom nadobúda.

Verejnosť „ešte netušila“, čo si má o (staro)novom fenoméne a prichádzajúcich migrantoch myslieť – inými slovami, väčšina nevedela, ako má na túto skupinu ľudí, *de facto* menšinu, nahliadať. Zároveň platí, že ako ľudia z určitej sociálnej skupiny máme tendenciu vidieť iné skupiny jednoliatejšie a negatívnejšie, zatiaľ čo tú vlastnú skupinu vnímame ako rôznorodú a skôr kladnú. Sociálne skupiny mimo tej svojej „chce“ väčšina vždy vidieť negatívnejšie, zatiaľ čo vnímanie seba má skôr pozitívne tendencie[2]. V kontexte týchto tendencií a zároveň skutočnosti, že ide o v istej rovine novú situáciu (v rámci starého fenoménu), je relevantné pýtať sa, akú rolu v tejto situácii zohrali médiá. Ak totiž platí, že *„väčšinu toho, čo majority vedia a čomu veria o menšinách, získavajú cez diskurz a komunikáciu,“*[3], potom je relevantné zaujímať sa, ako sa médiá chopili roly spolutvorcu verejnej mienky prostredníctvom pokrývania témy migrácie. Hľadať odpoveď na túto otázku si kladie za cieľ aj predkladaný príspevok.

Príspevok vznikol na základe výskumu realizovaného v rámci mediálnej iniciatívy *Svet medzi riadkami*, v spolupráci s neziskovou organizáciou Človek v ohrození a Katedry žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave. Jeho výsledky boli zverejnené na jeseň 2019. V rámci výskumu sme sa chceli bližšie pozrieť na to, akým spôsobom mediálna scéna na Slovensku uchopila tému migrácie (kvantitatívna časť) a ako vnímajú migráciu a migrantov samotní novinári (kvalitatívna časť). Konkrétne nás zaujímali odpovede na nižšie uvedené výskumné otázky.

---

[1] Pod migračnou krízou, známou aj ako utečenecká kríza, rozumieme obdobie, ktoré sa začalo rokom 2015 a vo väčšej miere sa skončilo v nasledujúcom roku. Týka sa primárne Európskej únie a krajín v jej susedstve (Srbsko, Macedónsko či Bosna a Hercegovina). Toto obdobie krízy je charakteristické prudkým nárastom počtu ľudí prichádzajúcich do Európy naprieč Stredozemným morom a po zemi smerom z Blízkeho východu. V danom období Európa dočasne nedokázala zaistiť nepriechodnosť svojich hraníc a zároveň zabezpečiť dostačujúce humanitárne podmienky pre ľudí, ktorí sa pokúšali dostať za jej hranice. Často sa spomína ako „takzvaná“, lebo jej definícia ako migračnej krízy je diskutabilná. Kritika obvykle smeruje k faktu, že skôr ako o migračnej kríze môžeme hovoriť o kríze politickej, podmienenej vzrastajúcimi migračnými pohybmi ľudí.

[2] BAUMAN, Zygmunt – MAY, Tim: *Myslet sociologicky: Netradiční uvedení do sociologie.* Praha : Slon, 2010, s. 47.

[3] VAN DIJK, Teun: Discourse and cognition in society. In CROWLEY, David – MITCHELL, David (Eds.): *Communication Theory Today*. Oxford : Pergamon Press, 1993, s. 113.

Hlavná výskumná otázka (HVO) a špecifické výskumné otázky (ŠVO)

HVO: *Ako médiá pokrývajú tému migrácie a migrantov?*
Keďže k skúmaniu HVO je možné pristúpiť viacerými spôsobmi, rozvinieme jej formuláciu do špecifických výskumných otázok.

ŠVO1: *Aké témy súvisiace s migráciou dominujú v slovenských médiách?*
ŠVO2: *Kto dostáva najviac priestoru sa v slovenských médiách k migrácii vyjadrovať?*
ŠVO3: *Ako vnímajú migráciu novinári na Slovensku a v Českej republike?*

Teória rámcovania

Pri nastoľovaní analytických východísk sme výskum postavili na teórii rámcovania (*framing*), ktorá popisuje, ako médiá vyberajú konkrétne aspekty reality a následne ich spájajú do naratívov, ktoré svojím konečným vyznením presadzujú istú interpretáciu reality, čím formujú spôsob jej vnímania u verejnosti[4]. Teória rámcovania spadá do teórie nastoľovania agendy (*agenda-setting*), ktorá zdôrazňuje schopnosť médií (zámerne i nezámerne) vyzdvihovať isté udalosti a určovať poradie ich dôležitosti. Táto schopnosť vyzdvihovania pokrývaných tém je do istej miery prirodzená (žiadne médium nepokryje všetky udalosti na svete, z čoho vyplýva, že je prirodzene nútené pristúpiť k selekcii). Touto selekciou však médiá nadobúdajú moc nad publikom – môžu totiž ovplyvňovať, o čom bude publikum premýšľať[5].

Teória rámcovania však ide ešte o krok ďalej – zatiaľ čo nastoľovaním agendy médiá ovplyvňujú, aké témy budú v spoločnosti a verejnom diskurze relevantné, zarámcovaním a vpletením naratívnych štruktúr do obsahov mediálnych výstupov médiá dokážu ovplyvňovať, ako bude publikum o týchto témach premýšľať. Mechanizmus, ako k rámcovaniu dochádza, popísali viacerí teoretici. Goffman poukazuje na skutočnosť, že pri rámcovaní informácií ide o zasadenie verejnej diskusie a jej prvkov do určitého existujúceho kontextu pojmov a symbolov postavených na tom, čomu už ľudia rozumejú. Zároveň podľa neho dávajú rámce diskurzu, štruktúru, a svetu okolo nás a našej roly v ňom určitý význam. Podľa Goffmana tiež platí, že „*pozorovatelia aktívne premietajú svoje referenčné rámce na svet vo svojom bezprostrednom okolí.*"[6]. Inými slovami, na existujúci svet si (obvykle neuvedomovane) premietame svoje vopred dané predstavy o ňom. A médiá nám v tom môžu pomáhať, ale aj brániť.

Zároveň je nutné mať na pamäti, že médiá síce majú moc ovplyvňovať „čo" (*agenda-*

[4] ENTMAN, Robert: Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008. [online]. In *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 2010, roč. 11, č. 4, s. 391. Dostupné na internete: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884910367587>. [cit. 2019-02-24].
[5] REIFOVÁ, Irena et al.: *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004, s. 16.
McNAIR, Bobbio: *An introduction to political communication*. London : Routledge, 2018, s. 58-59.
[6] GOFFMAN, Erving: *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience.* Boston : Northeastern University Press, 1986, s. 39.

setting) a „ako“ (*framing*) myslíme svet, táto moc však nie je absolútna. Sociológ Robert Entman[7] upozorňuje, že ich potenciálna sila sa ukazuje vtedy, keď publikum nemá vopred vyhranený názor na daný jav. Práve vtedy sú médiá tými aktérmi, ktorí disponujú veľkým priestorom vo formovaní verejnej mienky.

Skúmaním rámcovania témy migrácie a migrantov sme tak aspoň čiastočne schopní vedieť, ako o nej a o nich verejnosť premýšľala. Tendenciu, akú pri premýšľaní o iných sociálnych skupinách spoločnosť má, sme opísali vyššie. A to, či nás v nej médiá utvrdzujú, alebo sa naopak snažia migrantov vykresľovať s ľudskou tvárou a nie ako jednoliatu homogénnu komunitu, ukážeme v analytickej časti predkladaného príspevku. Skôr, než k nej pristúpime, sa oboznámime s metódami, akými sme sa k odpovediam na výskumné otázky dopracovali.

Zber dát a metodologický rámec: Obsahová analýza textu

Vyššie uvedené výskumné otázky sme zodpovedali pomocou kvantitatívnej (ŠVO 1–2) a kvalitatívnej (ŠVO3) obsahovej analýzy textu. Na kvantitatívnu časť analýzy sme určili časový rámec 1. máj – 31. august 2018. Analyzovali sme obsah s migračnou tematikou v šiestich slovenských celoštátnych mienkotvorných médiách, z toho v troch prípadoch išlo o tlačené médiá (denníky *SME* a *Pravda* a týždenník *Plus 7 dní*), v ďalších troch o online médiá (*Hospodárske noviny/hnonline.sk*, *Denník N/dennikn.sk* a *aktuality.sk*).

Konkrétne médiá sme pritom vyberali tak, aby sme dokázali zmapovať online i tlačený mediálny priestor a zároveň, aby dáta pochádzali z čo najširšieho mediálneho spektra s ohľadom na ich hodnotové nastavenie. Z výskumnej vzorky sme zároveň zámerne vynechali bulvárne a tzv. dezinformačné médiá. Články sme zhromaždili pomocou online nástroja na monitoring médií *Newton Media*, a to zadaním kľúčových slov *migrácia*, *azyl*, *cudzinci* a *utečenci*. Kódovali sme 937 článkov, pričom pri kódovaní sme zvolili deduktívny prístup[8] – vopred sme si určili kategórie kódov, ktoré sme chceli sledovať.

Cieľom kvalitatívnej časti výskumu bolo porozumieť motiváciám tých, ktorí sprostredkovávajú vnímanie témy migrácie publiku, a teda majú možnosť ovplyvňovať verejnú mienku a vnímanie. Ako zdroj dát nám pritom poslúžili pološtruktúrované rozhovory, ktoré sme realizovali v čase od marca do júla 2019 s dvanástimi novinármi z rôznych častí mediálneho spektra – zahrnuli sme doň prevažne šéfredaktorov a editorov zahraničných sekcií z printových i online médií, nevynechali sme ani

[7] ENTMAN, Robert: Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008. [online]. In *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 2010, roč. 11, č. 4, s. 391. Dostupné na internete: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884910367587>. [cit. 2019-02-24].

[8] Tento prístup neumožňuje pracovať vo výskume „s otvorenou hlavou“, teda priebežne vytvárať a zachytiť čo najviac kódov – skúma len vopred stanovené premenné. Je však vhodnejší pre veľký počet prípadov, umožňuje efektívnu komparáciu a takto realizovaný výskum sa ľahko replikuje. Viď napr. SEMETKO, Holli – VALKENBURG, Patti: Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News. In *Journal of Communication*, 2000, roč. 50, č. 2, s. 94-95.

rozhlasové a televízne médiá. Zastúpené pritom boli súkromné aj verejnoprávne médiá. Predlohou pre rozhovory bol zoznam otázok a tém, ktoré sme v rámci interview s respondentmi prebrali, pričom pri kladení otázok a ich poradí bola zachovaná istá voľnosť tak, aby respondentom bolo umožnené čo najlepšie vyjadriť ich vlastný pohľad na skúmané oblasti.

Tematicky sme sa zamerali na niekoľko oblastí, pričom pre potreby tohto výskumu to boli najmä otázky spojené s prístupom novinárov k téme migrácia (ich prvý kontakt so skúmanou témou; prečo je téma migrácie pre nich zaujímavá; aké zdroje pri pokrývaní témy migrácie používajú) a otázky spojené s postupmi práce s článkami o migrácii v redakciách (napr. rozlišovanie pojmov migrant–utečenec–žiadateľ o azyl a akým spôsobom sa toto rozlíšenie určilo). Rozhovory sme zaznamenávali pomocou audio-nahrávacieho zariadenia a následne anonymizovali, prepísali do textovej podoby a analyzovali v programe QDA Miner Lite formou kvalitatívnej obsahovej analýzy. Paralelne s výskumom na Slovensku sa realizoval v rovnakom metodologickom rámci český výskum, v tomto bode preto môžeme pristúpiť aj k porovnaniu novinárskych výpovedí v oboch krajinách[9].

Mediálny diskurz o migrácii na Slovensku

To, ako bola migrácia na Slovensku rámcovaná, si môžeme zodpovedať viacerými spôsobmi, keďže rámcovanie médiami sa deje na rôznych úrovniach – od výberu témy, výberu respondentov do mediálnych výstupov až po analýzu voľby jazykových prostriedkov (používanie potenciálne dehumanizujúcich metafor, výskyt humanizujúcich označení a pod.).

Naše výskumné otázky primárne otvárajú prvé dve spomenuté kategórie. Sledovaním toho, aké (1) témy sa v súvislosti s migráciou najviac objavovali, môžeme čiastočne odhadovať motivácie novinárov (ktorých skúmanie prehĺbime v kvalitatívnej časti výskumu), ale aj to, cez aké rámcujúce témy verejnosť migráciu vníma. Analýza (2) dominujúcich respondentov zas ukáže, komu médiá dávali najväčší priestor sa vyjadrovať k téme migrácie a cez akú perspektívu potom mohla verejnosť migráciu primárne vnímať.

Dominujúce témy

Zo skúmaných tém (*terorizmus, kriminalita, situácia na trhu práce, príčiny migrácie, popis azylových procesov, popis integračných procesov*) sa v súvislosti s migráciou písalo najviac (15 % článkov) o kriminalite (napr. nelegálne prekročenie hraníc, výtržnosti a pod.). Je pritom nutné dodať, že v skúmanom čase boli na slovenskej mediálnej scéne diskutované dve udalosti, ktoré sme zahrnuli pod rámec kriminalita: únos vietnamského diplomata za možnej asistencie Ministerstva vnútra SR (v čase nami ohraničeného časového úseku sa objavili nové dôkazy) a zabitie Henryho Acordu,

[9] Výskum českej analýzy zahŕňal šiestich respondentov, pričom títo kopírovali široké mediálne spektrum – printový denník aj týždenník, online médium, rádio aj televíziu; pochádzali z redakcií venujúcich sa zahraničným i domácim témam.

Filipínčana žijúceho na Slovensku, ktorého s následkom smrti dokopal miestny obyvateľ. Viac než dve tretiny článkov s rámcom kriminalita sa týkalo práve týchto dvoch udalostí.

Druhou najviac zastúpenou témou bola *situácia na trhu práce* (10 %)[10]. Médiá sa venovali najmä téme potreby zjednodušenia podmienok pre ľudí, ktorí chcú prísť pracovať na Slovensko, nakoľko slovenský pracovný trh v niektorých odvetviach trpel nedostatkom ľudí (napríklad v zdravotníctve).

Publikum si svoje predstavy o migrácii mohlo vytvárať aj prostredníctvom článkov, ktoré im poskytovali širší, komplexnejší pohľad na fenomén, napríklad tie, ktoré hovorili nielen o dôsledkoch, ale aj o *príčinách migrácie* (8 %). Ľudia s migračným pozadím totiž prichádzali do Európy z najrôznejších dôvodov: v ich krajinách zúrila vojna, prípadne sa vyskytovala politická, spoločenská či ekonomická nestabilita; hľadali lepšie pracovné uplatnenie; v krajine ich pôvodu bola nízka životná úroveň či vysoká miera korupcie a pod. Rovnaký podiel tvorila aj téma týkajúca sa *integračných procesov*. Čitatelia a čitateľky sa tak dozvedeli aj o tom, ako rôzne krajiny integrujú prichádzajúcich ľudí, ako ich začleňujú do pracovného procesu a spoločnosti všeobecne. Ostatné témy tvorili menšie zastúpenie, pričom *terorizmus* sa vyskytoval najmenej zo všetkých skúmaných tém[11].

Dominujúci respondenti

Druhou úrovňou rámcovania, ktorou sme sa v našom výskume zaoberali, bola analýza priestoru, aký médiá dávali jednotlivým typom respondentov. Skúmali sme pritom niekoľko vopred daných kategórií respondentov – migranti, odborníci na migráciu,

[10] Trh práce ako častú tému čiastočne potvrdzujú aj zastúpené národnosti (tejto rovine rámcovania sa v tomto príspevku podrobnejšie nevenujeme), ktoré sa v článkoch s priamou zmienkou o migrantoch objavovali. Najčastejšie zastúpenými národnosťami boli s približne rovnakými percentami sýrska, ukrajinská a filipínska, nasledované srbskou či afganskou (s podielmi pod 10 percent). Práve obyvatelia a obyvateľky Ukrajiny a Srbska prichádzajú na náš pracovný trh, Filipíny sa vo výbere ocitli pre už spomínané zabitie migranta Henryho Acordu. Šlo o markantný rozdiel oproti výsledkom v Českej republike, kde dominovali národnosti z Blízkeho východu (napr. Sýrčania sa v článkoch českých médií vyskytovali 2,5-krát tak často ako v slovenských).

[11] Asi polovica všetkých článkov nie je pre náš deduktívny prístup zakódovaná konkrétnymi témami. Počas analýzy sme si však niektoré z nich zapísali, aby sme dokázali poskytnúť komplexnejšiu odpoveď. Ďalšími častými témami boli protiimigračné zákony prijaté v Maďarsku v júni 2018, ku ktorým sa slovenské médiá v komentároch vyjadrovali kriticky, prípadne dávali vo svojich výstupoch priestor kritickým hlasom, napr. mimovládnym ľudskoprávnym organizáciám. Ďalej sa objavovali správy o samite Európskej únie k riešeniu migrácie spolu s odmietaním migračných kvót krajinami Vyšehradskej štvorky. Témou bol aj rozpočet EÚ, v ktorom sa európski politici snažili zohľadniť štáty ako Taliansko či Grécko, najviac dotknuté tzv. migračnou krízou, a naopak uberali vnútrozemským štátom, vrátane Slovenska. Keďže sme sa týmto témam nevenovali analyticky, len zmienime, že väčšina médií sa v komentároch vyjadrovala kriticky k odmietaniu povinných kvót a poukazovala na skutočnosť, že princíp dobrovoľnosti prijímania migrantov nebude funkčný. Častými boli aj rámce ako euroskepticizmus, xenofóbia a populizmus. Médiá v súvislosti s nimi upozorňovali, že migrácia sa zneužíva politikmi na naháňanie politických bodov a šírenie strachu. Výskyt tohto posledného rámca je čiastočne potvrdený vo výpovediach samotných novinárov a novinárok, ktorým sa venujeme nižšie.

silové rezorty, mäkké rezorty, ostatní politici, úrady, mimovládne organizácie a represívne orgány.

Čitatelia nami vybraných médií si počas skúmaného obdobia utvárali svoje predstavy o migrácii predovšetkým na základe výpovedí politických predstaviteľov a úradníkov domácich či medzinárodných inštitúcií (objavili sa v 57 % všetkých článkov). Migrácia tak bola na Slovensku pokrývaná v prvom rade politicky. Ďalšie najviac zastúpené boli hlasy odborníkov, odborníčok a mimovládnych organizácií, ktoré sa migrácii dlhodobo venujú (15 % všetkých článkov). Samotní aktéri migrácie – migranti – dostali priestor na vyjadrenie v 6 % všetkých skúmaných článkov.

Výber respondentov a respondentiek vychádza aj z možností slovenských médií. Malé redakcie s obmedzenými finančnými prostriedkami umožňujú pokrývanie migrácie predovšetkým „od stola" (potvrdili nám to aj novinári vo výskumných rozhovoroch – viď nižšie). Aj túto skutočnosť je nutné brať na vedomie pri analýze toho, ako médiá informovali a informujú o migrácii.

Graf č. 1 – Výskyt respondentov vo všetkých skúmaných médiách
Zdroj: Freidingerová, Ivanič, Chalupková, 2020, s. 7

O migrácii s novinármi: porovnanie s Českou republikou

Štatistické zobrazenie stavu témy migrácie v médiách vhodne doplnili rozhovory s dvanástimi respondentmi z rôznych redakčných „prostredí" (od tlačených cez online médiá a rádiá až po televízie; zo súkromných médií aj z verejnoprávneho média). Keďže išlo o formu pološtruktúrovaného rozhovoru, mohli sme si všímať, na čo upriamovali respondenti pozornosť a k akým témam sa opakovane, v rámci rôznych otázok, vracali, prípadne ktoré témy sami otvárali. Výskum s totožnou metodológiou sa udial aj v Českej republike a vo výpovediach novinárov v oboch krajinách zároveň vznikli pomerne signifikantné diskrepancie, preto v tejto časti práce prinášame aj porovnanie vnímania novinárov v oboch krajinách.

Širší kontext alebo prizma roku 2015?

Z rozhovorov so slovenskými novinármi vyplýva, že migráciu vnímali širšie než len cez jej konkrétnu formu, teda tzv. migračnú krízu z globálneho Juhu do Európy po roku 2015. Vo výpovediach často spomínali samých seba ako migrujúcich z východu Slovenska; spomínali obyvateľov Slovenska ako migrantov či migrantky (napr. opatrovateľky v Rakúsku); hovorili o ekonomickej migrácii na Slovensko (Srbi, Ukrajinci, Rumuni prichádzajúci za prácou k nám). Hoci je rok 2015 vnímaný ako zlomový, iba dvaja z 12 respondentov uviedli ako svoju prvotnú profesionálnu skúsenosť s migráciou udalosti v Európe po roku 2015: „*...predtým som ju okrajovo vnímal ako niečo, čo je prirodzené a čo súvisí aj so Slovákmi, ktorí boli na opačnej strane, že odchádzali zo Slovenska. Ale taká vyslovene prvá skúsenosť, na ktorú si viem spomenúť, je tá migračná vlna, keď začínala.*“ Zvyšní respondenti a respondentky prišli do kontaktu s migráciou už skôr a pokrývali ju z rôznych oblastí a perspektív. Väčšina respondentov zároveň vnímala migráciu ako čosi prirodzené, avšak rok 2015 považovali za jednoznačný zlom.

Z rozhovorov s českými novinármi je pozorovateľný skôr opačný trend – väčšina respondentov si svoju prvú profesionálnu skúsenosť s migráciou asociovala s tzv. migračnou krízou. Vnímanie novinárov tak bolo primárne sústredené na konkrétnu podobu migrácie (z globálneho Juhu do Európy) v konkrétnom časovom období. Z tejto skutočnosti usudzujeme, že zatiaľ čo pri slovenských novinároch pokrývajúcich migračné témy bola vyššia pravdepodobnosť, že pohľad na migráciu bude komplexnejší, čo sa prejavilo aj v kvalite a širšom diapazóne tém o fenoméne migrácie, českí novinári podľa výsledkov našej analýzy tendovali k pokrývaniu migrácie z hľadiska konkrétnej situácie, ktorá bola v česko-slovenskom verejnom diskurze pomerne výbušnou témou.

Publikum na prvom mieste: rovnako, a predsa inak

Novinári zo Slovenska sa snažia podľa vlastných slov fenomén migrácie priniesť aj svojmu publiku v širšom kontexte, pričom to považujú za súčasť svojej spoločenskej zodpovednosti ako žurnalistov a žurnalistiek. Zároveň hovorili, že tým nechcú nikomu vnucovať konkrétny názor. „*V podstate možno aj prinášať také objektívne informácie o tých javoch, nie že vnucovať nejaký názor, ale ako keby objasniť tým ľuďom, že čo sa deje, prečo tí ľudia odchádzajú, ako tá cesta prebieha, kam idú, tam kde sa dostanú, ako sa s nimi nakladá, aby mali vlastne možnosť zistiť, ako celý ten proces vyzerá, aby tie názory neboli pomýlené.*“

V slovenskom kontexte sa veľmi často objavovala kritika politických predstaviteľov. Novinári chceli vyvažovať extrémne zjednodušenia, keďže migrácia je podľa nich z úst politikov často podávaná zjednodušene a s cieľom zbierať politické body. Takmer všetci respondenti v tejto súvislosti hovorili o politizácii témy migrácie, čo sa prejavilo predovšetkým pred parlamentnými voľbami v roku 2016. „*V tých parlamentných v 2016-tom to malo asi najväčší vplyv. Teda strany, ktoré by asi nedosiahli taký úspech*

nebyť migračnej krízy, dokázali ju využiť vo svoj prospech. Presne tým, prácou s emóciami, so strachom..."

Novinári sa kriticky stavali k zavádzajúcim tvrdeniam nielen od politikov, ale aj iných médií. Vyjadrovali pritom ambíciu pravdivo a vyvážene informovať, vysvetľovať publiku migráciu v kontexte, prinášať osvetu, tvoriť opozíciu ku konšpiračným/dezinformačným, realitu ohýbajúcim a novinárske štandardy ignorujúcim médiám a k nepodloženým, prípadne zavádzajúcim politickým vyhláseniam tak, aby ľudia neboli prostredníctvom témy migrácie zastrašovaní a politicky manipulovateľní. „*Je to naša služba ľuďom, naša služba verejnosti, aby boli informovaní správne.*"

Českí novinári taktiež považovali svoje publikum za dôležitého aktéra – avšak pri časti z nich sa vzťah novinár-publikum uberal iným smerom: skôr než vysvetľovať ľuďom migráciu v širšom kontexte časť českých novinárov poukazovala na to, že sa svojím publikom riadia. Cieľom bolo vyvolať emócie a nahnať zisk, ako to povedal jeden respondent z online média, keď sa vyjadroval k výberu fotografií k článkom: „*Áno, ja to predpripravím, vrátane fotiek. Samozrejme, že sa to niekedy zmení. Jednoducho, aby to bolo chytľavé. Hra so strachom, s tým sa hrá. Len ženská v šatke nestačí, celá zahalená vyvolá väčší strach a ukáže ten islam ako tú hrozbu. Dôležitá je pritom čítanosť, prípadne zisky.*"[12] Slovenskí respondenti sa o zámere manipulovať emóciami svojho publika nezmieňovali, resp. viacerí spontánne uviedli, že hoci je marketing najmä na webe podstatný, informačná hodnota stojí vždy pred marketingovou.

Migranti ako zdroj

Paleta oslovovaných zdrojov do mediálnych výstupov bola v odpovediach novinárov z oboch krajín značne pestrá. Ako z výpovedí vyplýva, primárnymi zdrojmi informácií sú takmer výhradne spravodajské agentúry a iné, predovšetkým zahraničné, médiá. Informácie o migrácii sa novinári dozvedali aj z vyhlásení veľkých medzinárodných organizácií (EÚ, OSN...), orgánov štátnej správy a z vychádzajúcich štatistík. Pomerne často spomínali spoluprácu s mimovládnymi organizáciami a rôznymi odborníkmi, ktorí sa migrácii venujú z rôznych hľadísk. „*...plus pri migrácii veľa slovenských mimovládok, ktoré vieme nakontaktovať, alebo nás oni nakontaktujú, a vieme sa dostať k nejakým príbehom.*"

Veľmi podobné odpovede zaznievali aj z úst českých respondentov. Diskrepancia nastala v zmienke samotných migrantov ako zdroja. Väčšina slovenských respondentov spontánne spomenula aj snahu oslovovať samotných migrantov, hoci je to vzhľadom na podmienky viacerých slovenských redakcií skôr vzácnosťou. „*No a je tu tretí zdroj, najvzácnejší, ktorý sa v slovenských podmienkach, vzhľadom na to, že tu médiá nie sú také bohaté a nemáme také kontakty ani také možnosti, ale občas sa to podarí aj vďaka grantom a mnohým iným veciam a odvahe niektorých médií. Mali*

[12] Preložené z českého jazyka autormi.

by to robiť v prvom rade buď bohaté súkromné médiá, ale také zatiaľ nevidím, ale mali by to tiež robiť v prvom rade verejnoprávne médiá, a to je to, ísť priamo, naživo na to konkrétne miesto, kde sa to deje, t. j. vidieť to na vlastné oči a urobiť kvalitnú reportáž.“ Naopak, v Českej republike žiaden respondent nespomenul migrujúcich ľudí ako oslovovaný zdroj spontánne a táto téma bola vyvolaná až po následnom dopytovaní sa výskumníka.

Záver

Kvantitatívna časť nášho výskumu ukázala, že čitatelia viacerých serióznych slovenských médií mohli cez leto 2018 čítať o migrácii prostredníctvom viacerých tém – ani jedna výrazne nedominovala a paleta tematického rámcovania sa tak javí byť značne široká. Primát si však v tejto oblasti držali najmä témy kriminality a situácie na trhu práce – kriminálna tematika pritom mierne dominovala aj z dôvodu ďalších intervenujúcich premenných, ktorými boli dve udalosti (únos vietnamského diplomata a smrť Henryho Acordu).

Druhé miesto tematicky obsadila situácia na trhu práce, čo čiastočne súvisí aj s tým, ako migráciu vnímajú slovenskí novinári – rozhovory s nimi ukázali, že migráciu chápu v širšom kontexte ako prirodzenú súčasť ľudstva, a dokonca aj ako prirodzenú súčasť obyvateľov Slovenska. Kvantitatívna časť ukázala, že dominujúcou témou bola pracovná migrácia, nie migrácia z globálneho Juhu, ktorá sa Slovenska dotkla len okrajovo. Naopak, v Českej republike silno dominovala asociácia s tzv. migračnou krízou, teda s konkrétnou formou aj časovým obdobím migrácie.

Iné výskumy ukazujú, že seriózne médiá na Slovensku sa v oblasti migrácie snažili humanizovať prichádzajúcich ľudí a pozorovateľná bola snaha „*...médií vyvažovať negatívne nastavený verejný diskurz.*“[13] Kvantitatívna časť nášho výskumu nemohla dospieť k takýmto podrobným tvrdeniam z logiky zvoleného výskumného dizajnu, avšak spomínaná snaha médií vyvažovať politické tvrdenia a presvedčenie verejnosti, ktoré bolo politickým diskurzom ovplyvňované (a ktorý bol mnohokrát značne protimigračný a zavádzajúci[14]), sa do značnej miery odzrkadľovala vo výpovediach novinárov a novinárok, ktorí považovali vysvetľovanie migrácie svojmu publiku v kontexte za svoju spoločenskú zodpovednosť. Naopak, časť českých novinárov publikum považovala za aktéra, ktorým by sa mali riadiť, aby zvýšili svoju čítanosť a tak i zisk. V kvalitatívnej časti príspevku sme poukázali aj na ďalšie diskrepancie pri vnímaní témy migrácie.

[13] CHUDŽÍKOVÁ, H. Alena: Obraz utečencov v médiách na Slovensku. In HLINČÍKOVÁ, Miroslava – MESEŽNIKOV, Grigorij (Eds.): *Otvorená krajina alebo nedobytná pevnosť?: Slovensko, migranti a utečenci*. Bratislava : Inštitút pre verejné otázky, 2016, s. 100.

[14] CHUDŽÍKOVÁ, H. Alena: Obraz utečencov v médiách na Slovensku. In HLINČÍKOVÁ, Miroslava – MESEŽNIKOV, Grigorij (Eds.): *Otvorená krajina alebo nedobytná pevnosť?: Slovensko, migranti a utečenci*. Bratislava : Inštitút pre verejné otázky, 2016, s. 101-107.

Literatúra a pramene

BAUMAN, Zygmunt – MAY, Tim: *Myslet sociologicky: Netradiční uvedení do sociologie*. Praha : Slon, 2010. 239 s. ISBN 978-80-7419-026-1.
ENTMAN, Robert: Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008. [online]. In *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 2010, roč. 11, č. 4, s. 389-408. DOI: 10.1177/1464884910367587. ISSN 1464-8849. Dostupné na internete: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884910367587>. [cit. 2019-02-24].
GOFFMAN, Erving: *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience.* Boston : Northeastern University Press, 1986. 600 s. ISBN 9780930350918.
CHUDŽÍKOVÁ, H. Alena: Obraz utečencov v médiách na Slovensku. In HLINČÍKOVÁ, Miroslava – MESEŽNIKOV, Grigorij (Eds.): *Otvorená krajina alebo nedobytná pevnosť?: Slovensko, migranti a utečenci*. Bratislava : Inštitút pre verejné otázky, 2016, s. 95-112. ISBN 978-80-89345-60-1.
McNAIR, Bobbio: *An introduction to political communication*. 6. vyd. London : Routledge, 2018. 266 s. ISBN 978-0-415-73942-9.
REIFOVÁ, Irena et al.: *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
SEMETKO, Holli – VALKENBURG, Patti: Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News. In *Journal of Communication*, 2000, roč. 50, č. 2, s. 93-109. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x. ISSN 0021-9916.
VAN DIJK, Teun: Discourse and cognition in society. In CROWLEY, David – MITCHELL, David (Eds.): *Communication Theory Today*. Oxford : Pergamon Press, 1993, s. 107-126. ISBN 9780804723480.

Poďakovanie
Príspevok bol zhotovený na základe výskumnej správy „Analýza pokrývania migrácie slovenskými médiami" (Človek v ohrození, Bratislava 2019) a príručky „Ľudia medzi riadkami" (Človek v ohrození, Bratislava 2020), ktoré boli podporené grantmi „'I am European': Migration Stories & Facts for the 21st Century" (CSO-LA/2019/410-270-MONDO), a „Ľudia medzi riadkami" (SAMRS/2019/EK/1/2). Ide o navzájom previazané projekty spolufinancované zo zdrojov Európskej komisie a SlovakAid.

Mgr. Pavlína Chalupková
Človek v ohrození n. o., program Svet medzi riadkami
E-mail: pavlina.chalupkova@clovekvohrozeni.sk

Mgr. Peter Ivanič
Človek v ohrození n. o., program Svet medzi riadkami
E-mail: peter.ivanic@clovekvohrozeni.sk

Antisystémoví voliči na Slovensku a ich dôvera v médiá

Ján Hacek

Abstrakt:
Cieľom štúdie je popísať antisystémových voličov na Slovensku a médiá, ktoré denne využívajú. Zamerali sme sa na komunity vznikajúce okolo rozličných webov súkromných spoločností, s často klamlivým a zavádzajúcim obsahom. V čase narastajúcej nedôvery v tradičné médiá dávajú antisystémoví voliči prednosť alternatívnym zdrojom informácií. Poukazujeme preto aj na návštevnosť a zisky spoločností prevádzkujúce spomínané webové portály a ponúkame príklady, ktoré ilustrujú nimi šírené obsahy. Štúdia je určená tým, ktorí sa zaoberajú recipientmi a ich zaujatosťou voči tradičným médiám na Slovensku.

Kľúčové slová: antisystémoví voliči, dôvera, online médiá, weby, mediálne obsahy

Abstract:
The aim of the study *Anti-System Voters in Slovakia and Their Trust in Media* is to describe anti-system voters in Slovakia and their daily media usage. We focused on communities created mainly by various types of websites with quite often a misleading content. As we can see the most of them are created as common websites belong to private companies. In a time of increasing mistrust in the common media, the anti-system voters pay more attention to alternative sources of information. We point at the financial profit which comes from the mentioned private companies and we also offer examples to illustrate content spreading by them. The paper is dedicated to those who are interested in recipients and their bias against to traditional media in Slovakia.

Keywords: anti-system voters, recipient, trust, online media, websites, media content

Dôvera v médiá u časti voličov

„*Ukázalo se, že v době politického marketingu vytvořeného na profesionální úrovni, už nehraje tak velkou roli pravda, nebo lež. Důležitější je přesvědčivost, a to ve smyslu manipulace. Zvítězí prostě ten, kdo nabídne silnější příběh, který pak lidi dovede až k volebním urnám.*“[1] (Jan Jirák)

Keď sme v roku 2014 publikovali text o lojalite recipientov k spravodajským webom[2], bola situácia okolo tzv. dezinformačných portálov značne odlišná, resp. ich

[1] JIRÁK, Jan: *Fake news na první pohled nepoznáte. Důležitá není pravda, ale záměr sdělení.* [online]. Dostupné na internete: <https://dvojka.rozhlas.cz/jan-jirak-fake-news-na-prvni-pohled-nepoznate-dulezita-neni-pravda-ale-zamer-7452092>. [cit. 2020-04-29].

[2] HACEK, Ján: Lojalita recipienta k spravodajským webom. In *Otázky žurnalistiky*, 2014, roč. 57, č. 3-4, s. 43-53.

počet nedosahoval dnešné čísla[3] a dosah na voličov/recipientov nebol taký výrazný ako dnes. Pri tomto konštatovaní vychádzame aj z výsledkov prieskumu agentúry Focus z roku 2019 zverejneného na webe Transparency International Slovensko. Podľa neho číta dezinformačné weby pravidelne každý siedmy človek na Slovensku.[4] Ide o značnú časť potenciálnych voličov, na ktorých sú práve texty daných portálov cielené. *„...práve internet sa popri iných informačných kanáloch stal primárnym médiom šírenia alternatívnych, resp. z oficiálneho diskurzu vylučovaných vedomostí a informácií, vrátane konšpiračných teórií.“*[5] O skupine antisystémových voličov sa diskutuje už dlhšie, napríklad i pred parlamentnými voľbami v roku 2020. *„Hovoríme o ľuďoch, ktorí majú veľmi podobné charakteristiky. Sú frustrovaní vývojom po roku 1989. Sú paternalistickí, s nostalgiou za obdobím takzvaných sociálnych istôt pred rokom 1989, ktoré často ani nezažili. Sú to ľudia, ktorí oceňujú silné autoritárske osobnosti a bažia po silnom lídrovi, ktorý vyrieši ich problémy.“*[6] Vzhľadom na uvedené tvrdenie Michala Vašečku, vidíme určité vysvetlenie aj v náraste antisystémových voličov, resp. v náraste návštevnosti dezinformačných webov, ako uvádzame neskôr. Michal Vašečka ďalej uvádza, odvolávajúc sa na analýzu *Kultúrnej a hodnotovej orientácie obyvateľov Slovenskej republiky*[7], že potenciál antisystému na Slovensku tvorí 25 %.[8] Bývalá premiérka a sociologička Iveta Radičová v rozhovore pre týždenník *Život* podobne popisuje skúmanú skupinu voličov: *„Opozícia je rozdelená minimálne do dvoch blokov. Jeden blok je opozícia hlásiaca sa k hodnotám slobody a ľudskej dôstojnosti a potom je tu blok, ktorý je antisystémový v zmysle kritickosti voči liberálnej demokracii.“*[9]

[3] V projekte *Konšpirátori.sk* je momentálne 178 webov so sporným obsahom, ktoré posúdila odborná komisia. KONŠPIRÁTORI.SK: *Zoznam stránok so sporným obsahom.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok.php>. [cit. 2020-04-22].

[4] PIŠKO, Michal: *Dezinformačné weby pravidelne číta každý siedmy.* [online]. Dostupné na internete: <https://transparency.sk/sk/dezinformacne-weby-pravidelne-cita-kazdy-siedmy/>. [cit. 2020-04-22].

[5] PANCZOVÁ, Zuzana: *Apokalyptické vízie konšpiračných teórií na slovenských antisystémových internetových stránkach.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/322733775_Apocalyptic_visions_of_conspiracy_theories_on_slovak_internet_antisystem_websites>. [cit. 2020-01-05].

[6] MIKUŠOVIČ, Dušan: *Sociológ Vašečka: Keď príde na rozbíjanie mítingov, vždy nakoniec vyhrá ten násilnejší.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/1744215/sociolog-vasecka-ked-pride-k-rozbijaniu-mitingov-vzdy-nakoniec-vyhra-ten-nasilnejsi/>. [cit. 2020-01-05].

[7] NOCKA.SK: *Kultúra a hodnotová orientácia obyvateľov Slovenskej republiky: Správa z výskumu.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2018/09/sprava-noc9.pdf>. [cit. 2020-01-05].

[8] MIKUŠOVIČ, Dušan: *Sociológ Vašečka: Keď príde na rozbíjanie mítingov, vždy nakoniec vyhrá ten násilnejší.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/1744215/sociolog-vasecka-ked-pride-k-rozbijaniu-mitingov-vzdy-nakoniec-vyhra-ten-nasilnejsi/>. [cit. 2020-01-05].

[9] HOMOLOVÁ, Jana: *Boj so špinavosťou: Iveta Radičová pred voľbami prezradila, z čoho má strach.* [online]. Dostupné na internete: <https://zivot.pluska.sk/rozhovory/boj-spinavostou-iveta-radicova-pred-volbami-prezradila-coho-ma-strach>. [cit. 2020-01-05].

Zároveň nemôžeme tvrdiť, že by skupina recipientov dezinformačných webov prestala sledovať tradičné médiá na Slovensku, no predpokladáme zvýšenú animozitu voči nim. Tá jasne vyplýva z rétoriky a postoja dezinformačných webov voči tzv. „médiám hlavného prúdu", ako ich často označujú. Faktom však je, že podľa výsledkov Eurobarometra (Verejná mienka v Európskej únii) za rok 2019 médiám na Slovensku recipienti dôverujú. *„Čo sa týka dôvery ľudí v jednotlivé typy médií, najviac Slovákov dôveruje tradične rozhlasu (64 %) a televízii (60 %). Nasleduje dôvera v písanú tlač (53 %), internet (43 %) a sociálne siete (32 %). Obyvatelia Slovenskej republiky sú k médiám oveľa dôverčivejší ako priemer EÚ28, jednotlivým typom médií dôverujú v priemere o 7 – 12 percentuálnych bodov viac."*[10]

PRÍKLAD:
Dve reakcie na rovnakú informáciu – na výsledky prieskumu agentúry Focus. Príklad rozdielneho spôsobu informovania o prieskume agentúry Focus. Aj tu vidieť spomínanú averziu a vymedzovanie sa dezinformačných webov voči médiám.

Ilustrácia 1: Informácia o prieskume na webe Denníka SME[11]

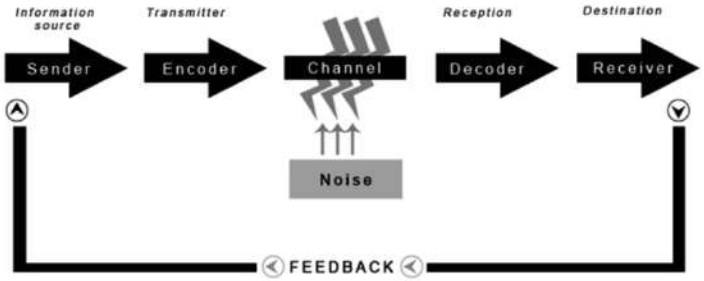
[10] EC.EUROPA.EU: *Standard Eurobarometer 92: Národná správa: Verejná mienka v Európskej únii.* [online]. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinionmobile/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/surveyKy/2255> [cit. 2020-04-18].
[11] EC.EUROPA.EU: *Standard Eurobarometer 92: Národná správa: Verejná mienka v Európskej únii.* [online]. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinionmobile/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/surveyKy/2255> [cit. 2020-04-18].

Ilustrácia 2: Informácia o prieskume na webe *hlavnydennik.sk*[12]

Komunikačný model a lojalita recipientov k dezinformačným webom

Dnešná situácia si vyžaduje nové prístupy ku skúmaniu recipientov a ich používateľským návykom. Do relatívne jasne definovaného vzťahu medzi odosielateľom a prijímateľom mediálnych odkazov sa infiltrovala nedôvera, ktorá postupne narúša základné chápanie komunikačných modelov najmä v prípade tradičných médií.

Pri najstarších a základných tzv. lineárnych matematických komunikačných modeloch *„ide o klasický model „stimul – reakcia“. Sem patria modely Harolda Lasswella (1948), Clauda Shannona a Warrena Weavera (1949) a iných. Lasswellov komunikačný model: 1. niekto; 2. hovorí niečo; 3. niekomu; 4. nejakým kanálom; 5. s nejakým účinkom. Shannonov a Weavrov komunikačný model: 1. informačný zdroj; 2. vysielač; 3. kanál (je zároveň aj zdrojom šumu); 4. prijímač; 5. cieľ.“*[13] Ako nájdeme ďalej, aj na webe *communicationtheory.org*, v roku 1948 vznikol spomenutý matematický model komunikácie, ktorý je primárne určený na deskripciu vzťahu medzi odosielateľom a prijímateľom. Autori zároveň poukazujú na faktory, ktoré vplývajú na komunikačný proces a nazývajú ich šumom.[14]



Ilustrácia 3: Shannonov a Weavrov komunikačný model[15]

[12] BACHAN, Peter: *Alternatívne médiá strašia „slniečkárov“.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.hlavnydennik.sk/2020/02/08/alternativne-media-strasiaslnieckarov/>. [cit. 2020-04-18].
[13] MEDIALNAVYCHOVA.SK: *Komunikačné modely.* [online]. Dostupné na internete: <https://medialnavychova.sk/komunikacne-modely/>. [cit. 2020-03-15].
[14] COMMUNICATIONTHEORY.ORG: *Communication Theory: All About Theories for Communication. Shannon and Weaver Model of Communication.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>. [cit. 2020-03-15].
[15] COMMUNICATIONTHEORY.ORG: *Communication Theory: All About Theories for Communication. Shannon and Weaver Model of Communication.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>. [cit. 2020-03-15].

Ak berieme do úvahy jednotlivé zložky komunikácie, definované v spomenutom komunikačnom modeli, predmetom skúmania, s dôrazom na voličov, ktorí hľadajú „zaručene pravdivé médiá“ [16], môžu byť takmer všetky jeho súčasti.

V kontexte spomenutého sa pokúsime popísať komunikáciu či mediálne obsahy prijímané časťou spoločnosti, jedinci ktorej sú často označovaní ako antisystémoví voliči, v našom prípade používame tiež označenie recipienti, resp. antisystémoví recipienti. Weby, ktoré navštevujú, sú označované aj ako antisystémové internetové stránky[17].

Vzhľadom na komunikačný model môžeme teda povedať, že ide o mediálne obsahy prenášané od kódovateľa k dekódovateľovi prostredníctvom určitého komunikačného kanálu. Počas tohto procesu sa môže informácia určitým spôsobom rozptýliť alebo ovplyvniť neželaným spôsobom. Ovplyvňovanie dekódovania mediálnych textov, resp. spomínaný informačný šum vyvolávajú aj dezinformačné weby spochybňujúce médiá. Tieto portály v úsilí o zisk z reklamy zverejňujú aj neoverené a vymyslené informácie.[18] *„Je jednoduché a levné založit si web, který vypadá jako zpravodajský, ale cílem je lákání čtenářů na senzace, konspirační teorie atd. kvůli příjmům z inzerce nebo pro propagandistické účely.“*[19]

V súvislosti so ziskom je dôležité, ak si recipient vyberie daný portál, príp. dezinformačný web a stane sa jeho denným recipientom. Do procesu komunikácie tak vstupuje lojalita recipientov. Pri jej skúmaní sa opierame o niekoľko premenných, ktoré ju posilňujú, alebo oslabujú. Ak sa chceme zamerať na dôveru recipientov v médiá vo všeobecnosti, mali by sme spomenúť aj tie premenné, ktoré ju ovplyvňujú. A ak sa pozrieme na médiá vo všeobecnosti, do značnej miery môžeme stotožniť lojalitu recipientov s dôverou v médiá, resp. môžeme vychádzať z modelu, ktorý popisuje lojalitu recipientov k nim. Tú môžeme skúmať predovšetkým v súvislosti s dennými návykmi recipientov pri opakovanej dennej návšteve rovnakého spravodajského portálu, resp. dezinformačného webu. Lojalita recipientov k dezinformačným webom skúmaným v tejto práci vysvetľuje nižšie spomínaný nárast návštevnosti v čase koronakrízy.

---

[16] Príklad vyjadrenia na jednom z webov zaradených do zoznamu *konspiratori.sk*: *„Veríme totiž, že sloboda slova je absolútna a nie relatívna, ako to je zakotvené v trestnom zákone takmer všetkých európskych krajín, vrátane Slovenska. Ak niekto zaručuje slobodu slova, ale obmedzuje ju tým, že tresce prejavy neznášanlivosti, útoky na inú rasu, náboženstvo, či etnickú skupinu – vlastne tú deklarovanú slobodu slova ruší.“* DENNIKPOLITIKA.SK: *Kontakt.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikpolitika.sk/kontakt>. [cit. 2020-04-18].

[17] PANCZOVÁ, Zuzana: *Apokalyptické vízie konšpiračných teórií na slovenských antisystémových internetových stránkach.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/322733775_Apocalyptic_visions_of_conspiracy_theories_on_slovak_internet_antisystem_websites>. [cit. 2020-01-05].

[18] GODA, Jakub: *Pod falošným menom som písal hoaxy pre Hlavné správy.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/995647/pod-falosnym-menom-som-pisal-hoaxy-pre-hlavne-spravy/>. [cit. 2020-04-18].

[19] RESPEKT.CZ: *Anketa mezi žurnalisty.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.respekt.cz/special/2017/dezinformace/anketa>. [cit. 2020-05-02].

Ilustrácia 4: Vzťah znázorňujúci lojalitu recipientov k médiám[20]

Pri pohľade na matematický komunikačný model si všimnime podobu komunikačného šumu. Podľa *Slovníka mediální komunikace* ide pri šume o každý dodatok k prenášanému signálu, ktorý zdrojom (komunikátorom) zamýšľaný nebol.[21] Za komunikačný šum môžeme považovať viaceré faktory.

Za komunikačný šum môžeme považovať viacero skutočností, ktoré vedú nakoniec voličov k sympatiám s portálmi, ktoré prezentujú ich videnie sveta, hoci často odtrhnuté od reálnych faktov a overených informácií. Za komunikačný šum považujeme v tomto prípade skutočnosti, ktoré z rozličných dôvodov neumožňujú, alebo bránia prenosu mediálneho posolstva smerom ku skupine potenciálnych recipientov – antisystémovým voličom. V prenesenom význame ho môžeme snáď vnímať dokonca ako odmietanie informovania sa prostredníctvom tradičných médií, za ktoré považujeme tie, ktoré majú redakčnú štruktúru, editorskú politiku a nesú zodpovednosť za svoje texty. Na zabezpečenie spomenutého v mediálnej praxi sú potrebné financie – prostriedky na prevádzku redakcie. Tu sa objavuje súčasne aj otázka ochoty či neochoty platiť za kvalitné spravodajské texty a zároveň aj spôsob financovania dezinformačných portálov.

Vzdelanie recipientov, v našom prípade voličov, ktorí získavajú informácie z portálov, ktoré považujú za „alternatívne médiá", zohráva rovnako nezanedbateľnú úlohu pri odmietaní mediálnych textov. Ide o cielenie na ľudí, ktorým chýba mediálna gramotnosť, resp. nerozlišujú medzi informáciami. Je jedno, odkiaľ informácia pochádza, ale vyzerá vierohodne tak prečo by som mal o nej pochybovať. Je tu preukázateľne prítomná neschopnosť rozlišovať medzi mediálnym obsahom a nepodloženými tvrdeniami.[22]

[20] HACEK, Ján: Lojalita recipienta k spravodajským webom. In *Otázky žurnalistiky*, 2014, roč. 57, č. 3-4, s. 43-53.

[21] REIFOVÁ, Irena et al.: *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004, s. 327.

[22] Napríklad: ZOLLO, Fabiana – KRALJ NOVAK, Petra – DEL VICARIO, Michela – BESSI, Alessandro – MOZETIC, Igor – SCALA, Antonioet al.: Emotional Dynamics in the Age of Misinformation. In *PLoS ONE*, 2015, roč. 10, č. 9, s. 10.

Aj novinári, ako Jan Lopatka a Robert Břešťan, potvrdzujú, že dnes je ťažko rozoznať dobre vymyslenú dezinformáciu, kde býva často kúsok pravdy. „*Ale jde to. Obecně bych vsázel na intuici, zdravý rozum, čtenářskou gramotnost, ověřování a práci se zdroji. Toho by měl být schopen i běžný čtenář. Žel dost často toho v té informační záplavě schopen není, nevelká schopnost či ochota dočíst dále než za titulek tomu taky moc nepomáhá. Situaci čtenářům neusnadňuje ani poměrně široká nabídka webů s pseudozpravodajským či vyloženě dezinformačním obsahem.*“[23] O komunite či skupine týchto recipientov možno i podľa štúdie, ktorej autorom je David Rapp, konštatovať, že je zbytočné spoliehať sa na to, že by ľudia prestali vyhľadávať klamlivé informácie, ako sú zvyknutí, a navyše, závislosť od nich sa môže časom zvyšovať. Títo recipienti nevnímajú vierohodnosť zdrojov a kvalitu informácií počas ich čítania.[24]

Weby, ktoré sa často nazývajú alternatívnymi médiami, nedokážu deklarovať editorskú zodpovednosť. Nezodpovedné reportovanie vedie k reálnym následnom – tak sociálnym, ako aj ekonomickým.[25] Máme na mysli predovšetkým tie weby, ktoré vlastnia obchodné spoločnosti, či občianske združenia, ktoré vidia za ich existenciou najmä finančný zisk, pochádzajúci z reklamy a predmet činnosti, ktorý majú uvedený v Obchodnom registri Slovenskej republiky, nezodpovedá ich vydavateľskej či redakčnej činnosti, ktorú deklarujú na prevádzkovanom webe.[26] Minimálne zvláštna je aj skutočnosť, že právnické osoby, firmy, ktoré mali roky v predmete podnikania iné činnosti, ako je prevádzka informačných webov, začali s prevádzkovaním opisovaných webov, hoci bolo ich podnikateľské zázemie v uplynulom období značne odlišné.

Nerozlišovanie medzi médiami a dezinformačnými webmi spôsobuje ich stabilné čísla návštevnosti napriek tomu, že šíria neoverené, často manipulatívne texty o udalostiach, ktoré médiá prinášajú v podobe tlačových správ či autorských textov. „*Dezinformační weby šíří nepravdivé informace, které mají vyvolat nedůvěru v domácí a mezinárodní demokratické instituce a šířit strach z neexistujících nebo zveličených hrozeb. Tyto servery využívají manipulativní techniky, neověřují informace, často tají*

[23] RESPEKT.CZ: *Anketa mezi žurnalisty.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.respekt.cz/special/2017/dezinformace/anketa>. [cit. 2020-05-02].

[24] RAPP, David: The Consequences of Reading Inaccurate Information. In *Current Directions in Psychological Science*, 2016, roč. 25, č. 4, s. 282.

[25] CHEN, Yimin – CONROY, Niall – RUBIN, Victoria: *Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as "False News"* (Conference Paper). ACM WMDD'15, November 9, 2015, Seattle, Washington, USA, s. 15-19. [online]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1145/2823465.2823467>. [cit. 2020-01-05].

[26] Napríklad môže ísť okrem iného o: „*veľkoobchod a maloobchod s potravinami, alko a nealko nápojmi, tabakovými výrobkami, elektronikou, telekomunikačnou technikou, kancelárskou technikou a potrebami, bytovým zariadením a doplnkami, sklenenými výrobkami, motorovými vozidlami a náhradnými dielmi, motocyklami, bicyklami, stavebným materiálom, drevom, sklom, porcelánom, drogériovým tovarom, kozmetikou, galantériou, výpočtovou technikou a technickým vybavením počítačov, hračkami, suvenírmi, darčekovými predmetmi, pohľadnicami, kompenzačnými pomôckami, obuvou, textilnými výrobkami, kobercami, podlahovými krytinami, výrobkami z plastov, nosičmi obrazu a zvuku.*“ ORSR.SK: *Výpis z Obchodného registra Okresného súdu Košice I.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.orsr.sk/vypis.asp?ID=11899&SID=4&P=1>. [cit. 2020-04-23].

autory a neuvádějí zdroje. Průzkum veřejného mínění odhaduje, že 20-30 % občanů má mylné informace o důležitých faktech mezinárodního dění, například o konfliktu na Ukrajině. Falešné informace považuje za nebezpečíi Bezpečnostní strategie ČR."[27]

Ďalšou skutočnosťou, ktorú si antisystémový volič často neuvedomuje, je chýbajúca editorská zodpovednosť. To sa prejavuje spôsobom, že portál, ktorý je založený a spravovaný jedným človekom, zverejňuje okrem prebraných správ z tlačových agentúr i informácie, ktoré sú neoverené a sú skôr dohadom či predpokladom. Pokiaľ v prípade subjektu, ktorý sa označuje ako alternatívne médium, neexistuje editorská zodpovednosť, prihlásenie sa k Etickému kódexu novinára[28] a pod., nemôžeme hovoriť, vzhľadom na spomenuté, v žiadnom prípade o médiách. A navyše tzv. alternatívne médiá *„...nepredstavujú žiadnu serióznu, rozumnú alternatívu. Alternatíva k faktom je iba lož. A alternatíva k poctivej žurnalistike je manipulácia a zavádzanie.*[29]" Ak sa redaktor nachádza na mieste udalosti a prináša odtiaľ informácie, nie je možné, aby iný človek na základe sprostredkovaných informácií priniesol zaručene pravdivé fakty, ktoré prezentuje ako vlastné.

Právo označiť portál ako dezinformačný

Nezriedka sa weby, ktoré sa nazývajú tzv. alternatívnymi médiami, ohradzujú proti označovaniu ako konšpiračné či dezinformačné. Na základe vyššie spomenutého môžeme oponovať pomocou faktov. Pozrime sa na spôsob kontroly daných webov.

Projekt *konšpirátori.sk* na svojom webe definuje kritériá, na základe ktorých sa dané weby ocitli na zozname webov, pri ktorých existujú pochybnosti o ich dôveryhodnosti a kvalite obsahu. Na uvedených weboch v projekte sa stretneme s navádzaním na odmietnutie chemoterapie, opakovaním, že očkovanie je škodlivé, a s tvrdením, že rakovina sa dá vyliečiť za pár minút. V uvedených prípadoch približujeme najčastejšie posolstvá z textov skúmaných webov, ktoré, ako sa domnievame, potvrdzujú ich zaradenie medzi dezinformačné weby.

Kritérium 1: *„Stránka obsahuje materiály podvodného a šarlatánskeho charakteru ako napríklad zázračná liečba, kúzelné preparáty a podobne. Kritériom je rozpor s objektívnym, vedeckým poznaním, zvlášť ak môžu uvedené informácie spôsobiť zanedbanie potrebnej liečby alebo priamo poškodenie zdravia."*[30]

„Každá rakovina sa dá vyliečiť za 3 minúty. Všetko, čo potrebujete urobiť, je toto
Táto výnimočná teória bola prvýkrát prezentovaná Greggom Brandenom, americkým

[27] OSF.CZ: *Reklama na konspiračních a dezinformačních webech.* [online]. Dostupné na internete: <https://osf.cz/wp-content/uploads/2017/08/reklama-na-konspiracnich-dezinf-webech-web.pdf>. [cit. 2020-04-23].

[28] TRSR.SK: *Etický kódex novinára.* [online]. Dostupné na internete: <http://trsr.sk/wp-content/uploads/Eticky_kodex.pdf>. [cit. 2020-04-23].

[29] KONSPIRATORI:SK: *Prečo vznikla táto iniciatíva.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/dovod-vzniku.php>. [cit. 2020-04-12].

[30] KONSPIRATORI:SK: *Kritériá na zaradenie stránky do databázy.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/kriteria.php>. [cit. 2020-04-12].

autorom známym svojimi teóriami ohľadne liečby rakoviny.“ Tvrdí, že existuje niečo, čo ovplyvňuje a dokonca mení naše DNA. A ak sa to použije hromadne viacerými ľuďmi, dokáže to vyliečiť úplne všetky druhy chorôb. O čom to hovoríme? O ničom inom, ako o sile našich myšlienok a emócií.“[31]

Medzititulky uvedeného textu:
„Myšlienky a rakovinové bunky.
Kontrola nad myšlienkami a emóciami.
V Číne dokázali myšlienkami odstrániť nádor za 3 minúty.
Emócie dokážu zmeniť DNA.“[32]

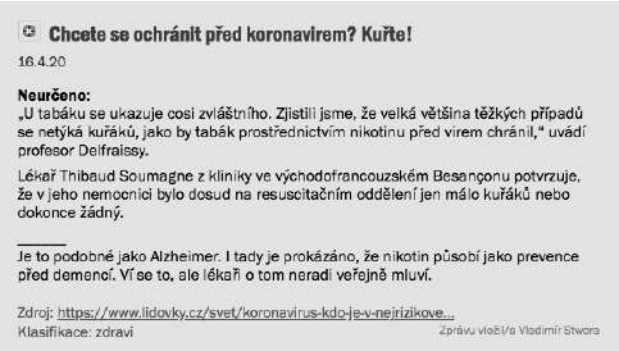
Kritérium 2: *„Stránka obsahuje klamlivé, dezinformačné správy a lživú propagandu, čiže tvrdenia, ktoré sú v rozpore s faktami, napr. fotografie a videá použité v inom, zavádzajúcom kontexte, vymyslené alebo závažne prekrútené udalosti atď. Netýka sa jasne prezentovaných názorových článkov.“*[33]

Kritérium 3: *„Stránka obsahuje konšpiračné teórie a „bludy”, ktoré môžu mať vážnejšie politické, ekonomické, zdravotné dôsledky, bez ich kritického zhodnotenia. Nevzťahuje sa na zaujímavosti, záhady, jasne označené špekulácie.“*[34]

„Je jednoduché a levné založit si web, který vypadá jako zpravodajský, ale cílem je lákání čtenářů na senzace, konspirační teorie atd. kvůli příjmům z inzerce nebo pro propagandistické účely. Jak si to hlídat? Dávejte pozor, co čtete. Čtenáři by měli sledovat původ a zdrojování informací, nenechat se zmást samotným titulkem, hledat zpravodajství z místa, konfrontovat informace z více médií, nejlépe i z různých zemí nebo stran konfliktu. Hledat původní zpravodajství od médií, která mají dlouhodobé renomé a zaměstnávají novináře. Ne weby, které jen přebírají odjinud nebo jsou to státní média zemí, které nerespektují svobodu slova.“[35]

„Chcete se ochránit před koronavirem? Kuřte!“[36]

[31] BADATEL.NET: *Každá rakovina sa dá vyliečiť za 3 minúty. Všetko, čo potrebujete urobiť, je toto.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.badatel.net/kazda-rakovina-sa-da-vyliecit-za-3-minuty-vsetko-co-potrebujete-urobit-je-toto/>. [cit. 2020-04-30].
[32] BADATEL.NET: *Každá rakovina sa dá vyliečiť za 3 minúty. Všetko, čo potrebujete urobiť, je toto.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.badatel.net/kazda-rakovina-sa-da-vyliecit-za-3-minuty-vsetko-co-potrebujete-urobit-je-toto/>. [cit. 2020-04-30].
[33] KONSPIRATORI:SK: *Kritériá na zaradenie stránky do databázy.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/kriteria.php>. [cit. 2020-04-12].
[34] KONSPIRATORI:SK: *Kritériá na zaradenie stránky do databázy* [cit. 2020-04-12]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/kriteria.php>.
[35] RESPEKT.CZ: *Anketa mezi žurnalisty.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.respekt.cz/special/2017/dezinformace/anketa>. [cit. 2020-05-02].
[36] ZVEDAVEC.ORG: *Chcete se ochránit před koronavirem? Kuřte!* [online]. Dostupné na internete: <http://www.zvedavec.org/vezkratce/17026/>. [cit. 2020-04-30].



Chcete se ochránit před koronavirem? Kuřte!

16.4.20

Neurčeno:
„U tabáku se ukazuje cosi zvláštního. Zjistili jsme, že velká většina těžkých případů se netýká kuřáků, jako by tabák prostřednictvím nikotinu před virem chránil," uvádí profesor Delfraissy.

Lékař Thibaud Soumagne z kliniky ve východofrancouzském Besançonu potvrzuje, že v jeho nemocnici bylo dosud na resuscitačním oddělení jen málo kuřáků nebo dokonce žádný.

Je to podobné jako Alzheimer. I tady je prokázáno, že nikotin působí jako prevence před demencí. Ví se to, ale lékaři o tom neradi veřejně mluví.

Zdroj: https://www.lidovky.cz/svet/koronavirus-kdo-je-v-nejrizikove...
Klasifikace: zdraví

Zprávu vložil/a Vladimír Stwora

Ilustrácia 5: Účelovo skopírovaný text zo spravodajského webu – zverejnený ako správa a doplnený o nepodložené subjektívne tvrdenie.

Na webe *zvedavec.org* sa pod manipulatívnym titulkom (*Chcete se ochránit před koronavirem? Kuřte!*) nachádza text, ktorý je skopírovaný z rozsiahleho textu zo spravodajského webu *lidovky.cz*. Nájdeme tu síce odkaz na pôvodný text, no uvedených pár riadkov je vytrhnutých z kontextu. Dokonca autor vynechal aj uvádzaciu vetu, ktorá dopĺňa kontext: „*Medicína postupuje tápavě a někdy zjišťuje věci, které odporují prognóze*"[37]. Pod skopírovaným textom sa nachádza čiara, kde dotyčná osoba dopĺňa prevzatý text svojím nepodloženým subjektívnym tvrdením.

Aj na uvedenom príklade registrujeme, že podobné weby sa médiami nazývať nemôžu a že sú vzdialené akejkoľvek editorskej zodpovednosti spolu s vysokou mierou zavádzania – v tomto prípade sa domnievame, že ide aj o propagáciu fajčenia.

Ako uvidíme neskôr pri interpretácii celkových výsledkov návštevnosti skúmaných webov, návštevnosť sa v mesiaci marec značne zvýšila v období koronakrízy. Aj pre podobné titulky, ako sme uviedli. V prípade tohto webu ide o medzimesačný nárast návštevnosti o 110 tisíc návštev.

V súvislosti so súčasnou situáciou sa na skúmaných weboch stretneme s konšpiráciami o COVID-19, že ide o podvod elít.

Texty bývajú založené napríklad aj na rozhovore s človekom, ktorý prezentuje svoje nepodložené tvrdenia[38]. Hoci je uvedené pred textom, že ide o komentár, vzhľadom

[37] ČTK, LIDOVKY.CZ: *Proč koronavirus postihuje zejména obézní osoby? Odborníci nemají jasné vysvětlení.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.lidovky.cz/svet/koronavirus-kdo-je-v-nejrizikovejsi-skupine-obezni-muzi-shoduji-se-zahranicni-doktori.A200416_091446_ln_zahranici_ele>. [cit. 2020-04-30].

[38] Napríklad pozri text: „*Podle Davida Icke se jedná o umělé vytvořenou epidemii, navíc značně zveličenou, s cílem vyvolávat mezi lidmi strach, svést na koronavirus hospodářskou krizi, která by přišla tak jako tak, a pod záminkou boje proti epidemii zavést omezení občanských práv a svobod, sledování lidí, zrušení peněz v hotovosti ve prospěch bankovních převodů a podobně. Konečným cílem je zavedení systému, jaký předpověděl George Orwel ve známém románu 1984. Icke neuvádí, jestli za tím stojí sionisté, svobodní zednáři, Bilderbergové či iluminăti, koneckonců tyto skupiny personálně splý-*

na návštevnosť webu a typy recipientov, ktorí web navštevujú, považujeme podobné texty za nebezpečné pre šírenie nepodložených tvrdení. Pokiaľ novinár píše komentár, vychádza predsa z faktov. K situácii v súvislosti s koronakrízou prispel svojím konšpiračným vyjadrením i predseda Kotlebovci-ĽSNS, Marian Kotleba. V tomto prípade ide o sociálne siete a video, ktoré sa dostane k státisícom ľudí. *„Šírenie koronavírusu je podľa neho len zástierka, ktorá má presvedčiť ľudí, aby súhlasili s masívnym očkovaním – a cez toto očkovanie budú do Slovákov vpichovať ‚nanočipy', cez ktoré nad nimi získajú kontrolu.*"[39]

Kritérium 4: *Stránka obsahuje vulgarizmy, výzvy k násiliu, extrémistický obsah, šírenie poplašných správ, agresívne osobné útoky, napr. ‚vyrovnávanie si účtov', hanobenie menšín, rás, národností, náboženských skupín atď.*[40]

Kritérium 5: *Stránka nerešpektuje základné zásady novinárskej etiky: neuverejňuje opravné správy, ponecháva dostupné a neopravené správy, ktoré sa objektívne ukázali ako nepravdivé. Stránka nemá jasného vlastníka a autorov (ochrana zdrojov a možnosť pseudonymov sa rešpektuje), stránka neuverejňuje prípadné reakcie dotknutej strany, hrubým spôsobom mieša správy a komentáre, opakovane publikuje šokujúce nepravdivé tvrdenia za účelom zvýšenia návštevnosti, ktoré však obratom opravuje, atď.*[41]

Ako uvádzame i pri interpretácii skúmania webov, len malá časť z nich uvádza aj kontakt, resp. vlastníka. To môžeme považovať jednu z typických vlastností dezinformačných webov. Uvádzanie vymyslených mien, pseudonymov alebo všeobecný mail v kontaktoch bez uvedenia mena.

Výskum dezinformačných webov dostupných na Slovensku

V nasledujúcej časti sa pozrieme bližšie na weby, ktoré by rady boli médiami, ale nie sú. Nie sú nimi aj z dôvodu, ktorý sme spomenuli v predchádzajúcej kapitole. Navyše, redakcia média štandardne uvádza autora mediálneho textu a rovnako uvedie kontakt na redakciu a kontakt na vydavateľa, a nie len: *redakcia@protiprudu.org*, *info@badatel.net* alebo *„Vedoucí kolotoče"*.

---

vají, ve videu jim říká pouze „Oni" ale postupně uvádí několik jmen, které pro ty co se zajímají o světovou politiku nejsou nijak překvapivé: Rockefellerové, Rothschildové, Bill Gates, Britská královská rodina." ZVEDAVEC.ORG: *David Icke: koronavirus je monstrózní podvod elit.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.zvedavec.org/komentare2020/03/8256-david-icke-koronavirus-je-monstrozni-podvod-elit.htm>. [cit. 2020-04-30].

[39] ŠNÍDL, Vladimír: *Vpichnú do vás čip, straší Kotleba. Keď konečne príde vakcína, časť Slovákov jej nemusí veriť.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/1868513/vpichnu-do-vas-cip-strasi-kotleba-ked-konecne-pride-vakcina-cast-slovakov-jej-nemusi-verit/?ref=in>. [cit. 2020-04-30].

[40] KONSPIRATORI:SK: *Kritériá na zaradenie stránky do databázy.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/kriteria.php>. [cit. 2020-04-12].

[41] KONSPIRATORI:SK: *Kritériá na zaradenie stránky do databázy.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/kriteria.php>. [cit. 2020-04-12].

Právna povaha skúmaných portálov môže nadobúdať niekoľko podôb.
Môže ísť o web, ktorý je prevádzkovaný občianskym združením. V tom prípade môžeme daný portál vyhľadať v Evidencii občianskych združení[42]. Podstatné je nájsť číslo IČO a prípadne na základe tohto čísla dané občianske združenie vyhľadať. Nezriedka sa stretneme s tým, že dezinformačné portály žiadajú, keďže prevádzkovateľ portálu je občianske združenie, podporu vo forme 2 % z dane – tzv. asignovaná daň. V tom prípade musia na webe zverejniť aj spomínané IČO a zároveň sa dajú vyhľadať i v registri subjektov poberajúcich dve percentá z dane z príjmu. Ide o portál *dvepercenta.sk*, kde vieme vyhľadať všetkých poberateľov.

Ilustrácia 6: Portál na kontrolu subjektov poberajúcich 2 % dane z príjmu

Môže ísť ďalej o web, ktorý prevádzkuje obchodná spoločnosť (s. r. o.). V tomto prípade vieme dohľadať potrebné informácie v Obchodnom registri Slovenskej republiky alebo na komerčnom webe *FinStat.sk*.

Možnosťou je aj prevádzkovanie dezinformačného webu samostatne zárobkovo činnou osobou (SZČO). Nakoľko i tento subjekt má pridelené tzv. IČO, môžeme zistiť informácie o ňom v Živnostenskom registri Slovenskej republiky.

Pri výskume vychádzame z prieskumu, ktorý konštatuje, že *Dezinformačné weby pravidelne číta každý siedmy.*[43] V ďalšej časti príspevku sa preto pozrieme na návštevnosti jednotlivých webov, ktoré sú predmetom záujmu projektu a webu *konspiratori.sk*. Pozreli sme sa na všetky portály zverejnené na danom portáli a pomocou aplikácie *similarweb.com* sme vytvorili frekvenčnú tabuľku návštevnosti spomínaných dezinformačných webov za posledných šesť mesiacov.

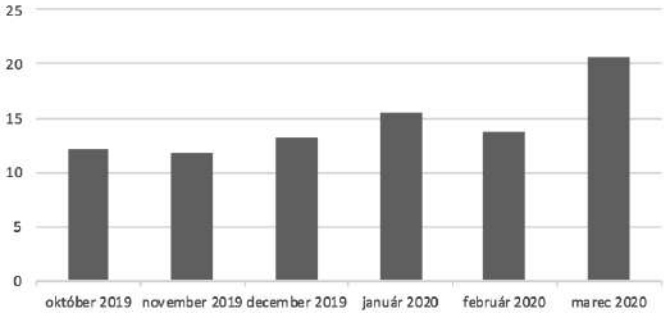
V súčasnej situácii koronakrízy nás zaujímalo, nakoľko sú navštevované tieto dezinformačné portály, a či súčasná situácia ovplyvnila ich návštevnosť.

[42] JOURNALS.UIO.NO: *Evidencia občianskych združení.* [online]. Dostupné na internete: <https://ives.minv.sk/rez/registre/pages/listfilter.aspx?type=oz>. [cit. 2020-04-23].
[43] PIŠKO, Michal: *Dezinformačné weby pravidelne číta každý siedmy.* [online]. Dostupné na internete: <https://transparency.sk/sk/dezinformacne-weby-pravidelne-cita-kazdy-siedmy/>. [cit. 2020-04-22].

Vylúčené boli weby, ktoré poskytujú texty v inom ako českom a slovenskom jazyku. Rovnako nie sú predmetom nášho výskumu štúdie, ktoré nie sú aktívne a svoj obsah neaktualizovali viac ako rok. Hoci je pravdepodobné, že pri zadaní hľadaného výrazu ich potenciálny recipient navštívi. Zohľadňovali sme tiež iba návštevy zo Slovenskej a Českej republiky a zároveň sme do frekvenčných tabuliek zahrnuli len weby, ktoré mali viac ako 5 tisíc návštev, nakoľko i aplikácia *similarweb.com* poskytuje dáta pod 5 tisíc návštev ako všeobecný údaj „> 5 000". V niektorých prípadoch máme preto údaje len za posledné tri mesiace (január – marec 2020). Štandardné obdobie skúmania je uplynulých šesť mesiacov (október 2019 – marec 2020).

Zo skúmaných dezinformačných webov[44] (N = 178) sme vybrali na základe uvedených kritérií 64 portálov. Výsledky ukazujú, že len 15 z nich uvádza na svojej webovej stránke aj konkrétne údaje, resp. kontakt na prevádzkovateľa, príp. vydavateľa. O redakcii, na základe vyššie uvedených skutočností, nemôžeme hovoriť. Pri deväťnástich portáloch môžeme spomenúť, že uvádzajú svojho vydavateľa. Inak ide na prvý pohľad o anonymné weby, ktoré síce uvádzajú kontakt na redakciu, no je v podstate v anonymnej forme[45]. Na základe typu právnickej osoby vieme vyhľadať tzv. IČO.

skupiny webov	počet textov
všetky merané internetové servery (N = 226)	9190
spravodajské portály (N = 8)	2667
dezinformačné weby (N = 89)	3991



Ilustrácia 7: Návštevnosť dezinformačných webov (v mil.) v období október 2019 – marec 2020)

V skúmaných mesiacoch sme pri skúmaných portáloch zaznamenávali mesačné návštevnosti a vytvorili tak prehľad návštevností v priebehu šiestich mesiacov. Prvý sledovaný mesiac dosiahla celková návštevnosť 12,15 milióna a nasledujúci mesiac bola návštevnosť o čosi menšia (N = 11,87). V decembri 2019 dosiahla 13,22 milióna návštev. V januári 2020 návštevnosť skúmaných webov prekročila 15 miliónov (N = 15,48), vo februári sme zaznamenali mierny pokles (N = 13,65). Zaujímalo nás, ako

[44] KONŠPIRÁTORI.SK: *Zoznam stránok so sporným obsahom.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok.php>. [cit. 2020-04-22].
[45] Napr. *info@redakcia.sk* a pod.

sa koronakríza odrazila na návštevnosti v marci. Musíme konštatovať, že v marci sme podľa predpokladu zaznamenali výrazný nárast (N = 20,7). Ide o 7,43 miliónový nárast návštevnosti oproti priemeru (priemer = 13,27) za predchádzajúce mesiace. Rovnako môžeme uviesť, že oproti predchádzajúcemu mesiacu išlo o nárast vo výške 7,05 milióna návštev.

Pri prezentácii výsledkov návštevnosti skúmaných webov je potrebné poznamenať, že uvedené čísla zahŕňajú aj recipientov s opakovaným prístupom k daným portálom. To znamená, že čísla návštevností zahŕňajú i recipientov, ktorí sú podporovatelia daného webu, prípadne i finančne prispievajú na jeho prevádzku.

Zo zverejnených dát môžeme interpretovať situáciu, ktorá nastala v dôsledku koronakrízy. Vidíme weby, ktoré sa v úsilí o ekonomický prospech nevyhýbajú ani zverejňovaniu neoverených alebo vymyslených informácií. Ide v poslednom čase o pomerne masívne všadeprítomné deziformačné úsilie, ako ho označilo i Svetové ekonomické fórum[46], resp. autori štúdie o šírení neoverených informácií online.[47] Podľa výskumu českej Nadace OSF mali dezinformačné weby v roku 2017 mesačné zisky z reklamy odhadované v prepočte 123 tisíc eur. To čiastočne, ako sme uvádzali v texte, vysvetľuje ich úsilie získať recipientov, ktorí sa stanú ich lojálnymi čitateľmi. Nájdeme tu aj portál, ktorý na reklame zarobil odhadom viac ako 50 tisíc eur mesačne.[48]

Záver

V štúdii sme priniesli pohľad na antisystémových voličov, resp. na antisystémových recipientov médií. Vychádzali sme z predpokladu a dostupných výskumov, že títo recipienti prejavujú značnú nedôveru k médiám a siahajú po alternatívnych zdrojoch informácií. Uviedli sme komunikačný model, do ktorého sa v prípade skúmaných recipientov dostala nedôvera, a začali byť lojálni k webom, ktoré o sebe tvrdia, že ponúkajú alternatívu a ako jediní aj objektívne spravodajstvo. Uvádzame príklady, že toto tvrdenie neplatí a zároveň tak dopĺňame aj kritériá, na základe ktorých sú v projekte *konšpirátori.sk* zaradené weby so sporným obsahom. V štúdii sme sa pozreli na všetky weby, ktoré sú zahrnuté v projekte *konšpiratori.sk* a na základe kritérií uvedených v texte sme skúmali 64 webov so sporným a nedôveryhodným obsahom. Z výsledkov vyplýva, že v mesiaci marec počas pandémie koronavírusu sa ich návštevnosť zvýšila o 7,43 milióna oproti bežnému priemeru. Je to spôsobené i skutočnosťou, že skúmané weby ponúkajú na prvý pohľad jednoduché a konšpiračné vysvetlenia udalostí v súvislosti s pandémiou alebo s inými problémami, ktoré sú súčasťou života recipientov spomínaných portálov.

[46] WEFORUM.ORG: *Digital Wildfires in a Hyperconnected World.* [online]. Dostupné na internete: <http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/>. [cit. 2020-04-12].

[47] DEL VICARIO, Michela et al.: The spreading of misinformation online. In *PNAS*, 2016, roč. 113, č. 3, s. 554.

[48] OSF.CZ: *Reklama na konspiračních a dezinformačních webech.* [online]. Dostupné na internete: <https://osf.cz/wp-content/uploads/2017/08/reklama-na-konspiracnich-dezinf-webech-web.pdf>. [cit. 2020-04-23].

Literatúra a pramene

BADATEL.NET: *Každá rakovina sa dá vyliečiť za 3 minúty. Všetko, čo potrebujete urobiť, je toto.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.badatel.net/kazda-rakovina-sa-da-vyliecit-za-3-minuty-vsetko-co-potrebujete-urobit-je-toto/>. [cit. 2020-04-30].
BACHAN, Peter: *Alternatívne médiá strašia „slniečkárov"*. [online]. Dostupné na internete: <https://www.hlavnydennik.sk/2020/02/08/alternativne-media-strasiaslnieckarov/>. [cit. 2020-04-18].
COMMUNICATIONTHEORY.ORG: *Communication Theory: All About Theories for Communication. Shannon and Weaver Model of Communication.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>. [cit. 2020-03-15].
ČTK, LIDOVKY.CZ: *Proč koronavirus postihuje zejména obézní osoby? Odborníci nemají jasné vysvětlení.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.lidovky.cz/svet/koronavirus-kdo-je-v-nejrizikovejsi-skupine-obezni-muzi-shoduji-se-zahranicni-doktori.A200416_091446_ln_zahranici_ele>. [cit. 2020-04-30].
DEL VICARIO, Michela et al.: The spreading of misinformation online. In *PNAS*, 2016, roč. 113, č. 3, s. 554-559. ISSN 1091-6490.
DENNIKPOLITIKA.SK: *Kontakt.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikpolitika.sk/kontakt>. [cit. 2020-04-18].
EC.EUROPA.EU: *Standard Eurobarometer 92: Národná správa: Verejná mienka v Európskej únii.* [online]. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinionmobile/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/surveyKy/2255> [cit. 2020-04-18].GODA, Jakub: *Pod falošným menom som písal hoaxy pre Hlavné správy.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/995647/pod-falosnym-menom-som-pisal-hoaxy-pre-hlavne-spravy/>. [cit. 2020-04-18].
HACEK, Ján: Lojalita recipienta k spravodajským webom. In *Otázky žurnalistiky*, 2014, roč. 57, č. 3-4, s. 43-53. ISSN 0322-7049.
HOMOLOVÁ, Jana: *Boj so špinavosťou: Iveta Radičová pred voľbami prezradila, z čoho má strach.* [online]. Dostupné na internete: <https://zivot.pluska.sk/rozhovory/boj-spinavostou-iveta-radicova-pred-volbami-prezradila-coho-ma-strach>. [cit. 2020-01-05].
CHEN, Yimin – CONROY, Niall – RUBIN, Victoria: *Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as "False News"* (Conference Paper). ACM WMDD'15, November 9, 2015, Seattle, Washington, USA, s. 15-19. [online]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1145/2823465.2823467>. [cit. 2020-01-05].
JIRÁK, Ján: *Fake news na první pohled nepoznáte. Důležitá není pravda, ale záměr sdělení.* [online]. Dostupné na internete: <https://dvojka.rozhlas.cz/jan-jirak-fake-news-na-prvni-pohled-nepoznate-dulezita-neni-pravda-ale-zamer-7452092>. [cit. 2020-04-29].

JOURNALS.UIO.NO: *Evidencia občianskych združení.* [online]. Dostupné na internete: <https://ives.minv.sk/rez/registre/pages/listfilter.aspx?type=oz>. [cit. 2020-04-23].
KONSPIRATORI:SK: *Kritériá na zaradenie stránky do databázy.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/kriteria.php>. [cit. 2020-04-12].
KONSPIRATORI:SK: *Prečo vznikla táto iniciatíva.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/dovod-vzniku.php>. [cit. 2020-04-12].
KONŠPIRÁTORI.SK: *Zoznam stránok so sporným obsahom.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok.php>. [cit. 2020-04-22].
MEDIALNAVYCHOVA.SK: *Komunikačné modely.* [online]. Dostupné na internete: <https://medialnavychova.sk/komunikacne-modely/>. [cit. 2020-03-15].
MIKUŠOVIČ, Dušan: *Sociológ Vašečka: Keď príde na rozbíjanie mítingov, vždy nakoniec vyhrá ten násilnejší.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/1744215/sociolog-vasecka-ked-pride-k-rozbijaniu-mitingov-vzdy-nakoniec-vyhra-ten-nasilnejsi/>. [cit. 2020-01-05].
NOCKA.SK: *Kultúra a hodnotová orientácia obyvateľov Slovenskej republiky: Správa z výskumu.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2018/09/sprava-noc9.pdf>. [cit. 2020-01-05].
ORSR.SK: *Výpis z Obchodného registra Okresného súdu Košice I.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.orsr.sk/vypis.asp?ID=11899&SID=4&P=1>. [cit. 2020-04-23].
OSF.CZ: *Reklama na konspiračních a dezinformačních webech.* [online]. Dostupné na internete: <https://osf.cz/wp-content/uploads/2017/08/reklama-na-konspiracnich-dezinf-webech-web.pdf>. [cit. 2020-04-23].
PANCZOVÁ, Zuzana: *Apokalyptické vízie konšpiračných teórií na slovenských antisystémových internetových stránkach.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/322733775_Apocalyptic_visions_of_conspiracy_theories_on_slovak_internet_antisystem_websites>. [cit. 2020-01-05].
PIŠKO, Michal: *Dezinformačné weby pravidelne číta každý siedmy.* [online]. Dostupné na internete: <https://transparency.sk/sk/dezinformacne-weby-pravidelne-cita-kazdy-siedmy/>. [cit. 2020-04-22].
RAPP, David: The Consequences of Reading Inaccurate Information. In *Current Directions in Psychological Science*, 2016, roč. 25, č. 4. s. 281-285. ISSN 0963-7214.
REIFOVÁ, Irena et al.: *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
RESPEKT.CZ: *Anketa mezi žurnalisty.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.respekt.cz/special/2017/dezinformace/anketa>. [cit. 2020-05-02].
ŠNÍDL, Vladimír: *Vpichnú do vás čip, straší Kotleba. Keď konečne príde vakcína, časť Slovákov jej nemusí veriť.* [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/1868513/vpichnu-do-vas-cip-strasi-kotleba-ked-konecne-pride-vakcina-cast-slovakov-jej-nemusi-verit/?ref=in>. [cit. 2020-04-30].
TRSR.SK: *Etický kódex novinára.* [online]. Dostupné na internete: <http://trsr.sk/wp-content/uploads/Eticky_kodex.pdf>. [cit. 2020-04-23].

WEFORUM.ORG: *Digital Wildfires in a Hyperconnected World.* [online]. Dostupné na internete: <http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/>. [cit. 2020-04-12].
ZOLLO, Fabiana – KRALJ NOVAK, Petra – DEL VICARIO, Michela – BESSI, Alessandro – MOZETIČ, Igor – SCALA, Antonio et al.: Emotional Dynamics in the Age of Misinformation. In *PLoS ONE*, 2015, roč. 10, č. 9, s. 1-22. ISSN 1932-6203.
ZVEDAVEC.ORG: *David Icke: koronavirus je monstrózní podvod elit.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.zvedavec.org/komentare2020/03/8256-david-icke-koronavirus-je-monstrozni-podvod-elit.htm>. [cit. 2020-04-30].
ZVEDAVEC.ORG: *Chcete se ochránit před koronavirem? Kuřte!* [online]. Dostupné na internete: <http://www.zvedavec.org/vezkratce/17026/>. [cit. 2020-04-30].

Mgr. Ján Hacek, PhD.
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: jan.hacek@uniba.sk

Filantropická činnosť Georga Sorosa a koncepcia otvorenej spoločnost

Simona Hricišinová

Abstrakt:
Georga Sorosa ľudia zvyčajne poznajú ako miliardára, ktorý sa preslávil útokom na Bank of England, vďaka čomu výrazne zbohatol. Odvtedy ho kritici začali označovať za finančného špekulanta. No okrem finančníctva sa G. Soros venuje filantropii, s čím súvisia jeho nadácie otvorených spoločností so sídlami po celom svete. V rovnakej miere je ale aj objektom rôznych konšpiračných teórií. Na Slovensku pritom o ňom zatiaľ nevzniklo žiadne ucelené dielo. Cieľom tejto štúdie je preto predstaviť filantropické aktivity Georga Sorosa, jeho ideu otvárania nadácií otvorenej spoločnosti naprieč planétou, ako aj objasniť dôvody, pre ktoré majú o jeho osobu záujem komunity konšpirátorov.

Kľúčové slová: George Soros, otvorená spoločnosť, nadácia, filantropia, konšpiračné teórie

Abstract:
George Soros' Philanthropic Activity and the Concept of an Open Society. People usually know George Soros as a billionaire who became famous for his attack on the Bank of England, which made him significantly richer. Since then, critics have started calling him a financial speculator. But in addition to finance, G. Soros specializes in philanthropy, which is related to his open society foundations based around the world. To the same extent, however, he is also the object of various conspiracy theories. At the same time, no comprehensive work has been published about him in Slovakia yet. The aim of this study is therefore to present Georg Soros' philanthropic activities, his idea of opening open society foundations across the planet, as well as to clarify the reasons why communities of conspirators are interested in him.

Keywords: George Soros, open society, foundation, philanthropy, conspiracy theories

Úvod

Na skúmanie mediálneho obrazu Georga Sorosa sme mali viacero dôvodov.[1] Prvým je postoj verejnosti k finančníkovi. G. Soros je už dlhšie spájaný s rôznymi konšpirátormi po celom svete. Na Slovensku sa tento trend prehĺbil po prejave bývalého slo-

[1] Štúdia je editorským výberom pôvodnej diplomovej práce obhájenej v roku 2020 na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave. Celý text je verejne dostupný: HRICIŠINOVÁ, Simona: *Finančník George Soros a jeho mediálny obraz v týždenníkoch Trend a The Economist v rokoch 2018 a 2019*. [diplomová práca]. Bratislava : Filozofická fakulta Univerzity Komenského, 2020. 74 s.

venského expremiéra Roberta Fica v súvislosti s vraždou Jána Kuciaka a jeho snúbenice. Od toho momentu sa konšpiračné teórie o G. Sorosovi začali šíriť v oveľa väčšej miere. Sociálne médiá sú skvelou platformou na vyjadrenie názoru. Je to zároveň nebezpečné, pretože názory sú málokedy potvrdené faktmi.

Pod príspevkami na internete sa za posledné dva roky častejšie objavujú rôzne obvinenia Georga Sorosa, napr. z podplácania, za písanie prejavov verejným osobám, za príval migrantov či za všetko zlé, čo sa vo svete deje. G. Soros sa okrem toho často stáva predmetom politického boja a odvrátenia pozornosti od dôležitých tém samotnou vládou. G. Soros skrátka začal byť spájaný s mnohými skutkami a stal sa obľúbencom všetkých konšpirátorov. Pomáha tomu aj politická kampaň maďarského premiéra Viktora Orbána a jeho strany Fidesz, vďaka ktorej Orbán vyhral voľby. Práve vďaka Orbánovej antisemitistickej kampani sa George Soros stal možno najznámejším nepriateľom mnohých osôb.

Aj keď je G. Soros spájaný s mnohými konšpiráciami, málokto v skutočnosti vie, kto to je. Ľudia ho poznajú ako miliardára, ktorý sa preslávil útokom na Bank of England, vďaka čomu výrazne zbohatol. Odvtedy ho kritici začali označovať ako finančného špekulanta. Okrem finančníctva sa venuje filantropii, s čím súvisia jeho nadácie otvorených spoločností so sídlami po celom svete. Na prvý pohľad by sa mohlo zdať až nepochopiteľné, prečo sa človek, ktorý ročne investuje milióny do mimovládnych organizácií na pomoc liberalizmu a konceptu otvorenej spoločnosti, s čím súvisí aj sloboda prejavu, stáva tŕňom v oku pre takú širokú verejnosť. Na Slovensku pritom ešte nebola uverejnená ucelená práca, ktorá by sa venovala jeho osobe. Cieľom tohto textu je preto uviesť fakty o Georgovi Sorosovi, ktoré súvisia s jeho ideou nadácií otvorených spoločností, jeho filantropiou, ako aj fakty, ktoré môžu ozrejmiť jeho medializáciu v komunitách konšpirátorov.

Koncepcia otvorenej spoločnosti

Nato, aby sme vedeli pochopiť podstatu nadácií Georga Sorosa, je potrebné vysvetliť, čo je otvorená spoločnosť. *„Koncepcia otvorenej spoločnosti sa zakladá na poznaní, že naše chápanie sveta je v svojej podstate nedokonalé. Tí, ktorí vyhlasujú, že sú vlastníkmi konečnej pravdy, tvrdia nepravdu a môžu ju presadiť iba tak, že vnútia svoje názory tým, ktorí zmýšľajú ináč. Výsledkom takéhoto zastrašovania je uzatvorená spoločnosť, v ktorej je sloboda myslenia a vyjadrovania potlačená.“*[2]

G. Soros tvrdí, že ak si uvedomujeme, že sme omylní, pomáha nám to lepšie pochopiť realitu. Uzavretá spoločnosť sa riadi akýmisi pravidlami a potláča slobodu. Predovšetkým slobodu v kreativite a rozmýšľaní. Naopak otvorená spoločnosť poskytuje a podporuje slobodu myslenia, slobodu prejavu, tvorivosť a nové nápady. G. Soros venoval tejto téme mnoho priestoru, napísal dokonca aj knihu, kde vysvetľuje, čo otvorená spoločnosť je, ako funguje, a ako vďaka nej môžeme pochopiť svet okolo nás. G. Soros dlhodobo súperil s tým, čo chce v živote robiť. Vo finančníctve bol veľmi talen-

[2] SOROS, George: *Otvorená spoločnosť. Reformovanie globálneho kapitalizmu*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2001, s. 35.

tovaný, no filozofia ho vždy fascinovala. Lebo ako sa sám vyjadril, filozofiou sa riadi aj v investičnom svete.[3]

Teóriu otvorenej spoločnosti opísal a vysvetlil Karl Popper, jeden z najväčších filozofov 20. storočia, v knihe *Otvorená spoločnosť a jej nepriatelia*.[4] Popper bol Sorosov konzultant na Londýnskej vysokej ekonomickej škole. G. Soros napísal viacero esejí, kde spomínal najmä Popperove myšlienky, preto sa so svojím konzultantom začal stretávať častejšie a diskutovať na rôzne témy. *„Takže ma vlastne ovplyvnil nie človek, ale jeho myšlienky. Hoci sa odvolávam hlavne na Poppera, ovplyvnili ma aj viacerí ďalší myslitelia ako Frederick Hayek, Alfred North Whitehead a iní.“*[5]

G. Soros považuje za veľmi dôležité objasnenie pojmu reflexivita. Snažil sa o to vo svojej knihe *Alchýmia finančníctva*[6], no ako sa neskôr vyjadril, málokto po prečítaní pochopil, o čo mu vlastne išlo. Veľmi zjednodušene by sme mohli povedať, že reflexivita je názor na nejakú situáciu v nejakom čase. Je to vzťah medzi myslením a realitou. Reflexivita teda spája myslenie a realitu.[7]

„Reflexivita sa zakladá na poznaní, že jestvuje realita a my sme súčasťou tejto reality. Práve preto je naše chápanie v svojej podstate nedokonalé. Realita je jedinečná a jedinečne dôležitá. Nedá sa zredukovať alebo rozdrobiť na názory a presvedčenia účastníkov, presne preto, že medzi tým, čo si ľudia myslia, a čo sa naozaj stane, jestvuje nedostatok zhody. Inými slovami, realita je čosi viac ako iba názory účastníkov.“[8] Soros svoju teóriu uplatňuje aj na finančných trhoch. Tvrdí, že o realite uvažujeme ako o čomsi, čo je nezávislé od našich slabostí, no nedokonalé chápanie je súčasťou reality. Finančné trhy s tým spája tak, že odrážajú názory účastníkov, čo vplýva na vývin trhov. Vývin trhov nie je ale tvorený len názormi účastníkov, dôležité je skúmať, ako sa trhy a udalosti od prevládajúcich názorov líšia. *„Ináč by sme z našej správy vynechali odchýlku medzi očakávaniami a výsledkami – a to by bolo významné skreslenie reality.“*[9]

Teóriu reflexivity začal Soros budovať ešte počas vysokej školy. Prišiel na to, že ekonomická teória sa mýli. Podľa neho sa snažila napodobňovať fyziku. Asi najzrozumiteľnejšie vysvetlenie toho, ako reflexivita pôsobí v ekonomike, a podľa čoho sa riadil samotný Soros v tomto biznise, vysvetľuje v publikácii *Soros o Sorosovi*.[10] V skratke ide o to, že klasické ekonomické teórie tvrdia, že naše chápanie je dokonalé. Ako sme už zistili, Soros tvrdí opak, pretože to, ako vnímajú účastníci trh, ovplyvňuje samotný trh, no platí to aj naopak. Konanie trhu ovplyvňuje vnímanie účastníkov. Nikto ne-

[3] SOROS, George: *Otvorená spoločnosť. Reformovanie globálneho kapitalizmu*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2001, s. 20.
[4] POPPER, Karl R.: *Otevřená společnost a její nepřátelé*. Praha : Oykoimenh, 2011.
[5] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 1996, s. 36.
[6] SOROS, George: *The Alchemy of Finance*. Hoboken : John Wiley & Sons, 2003.
[7] SOROS, George: *Otvorená spoločnosť. Reformovanie globálneho kapitalizmu*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2001, s. 50.
[8] SOROS, George: *Otvorená spoločnosť. Reformovanie globálneho kapitalizmu*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2001, s. 50.
[9] SOROS, George: *Otvorená spoločnosť. Reformovanie globálneho kapitalizmu*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2001, s. 51.
[10] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 1996.

môže získať dokonalé chápanie trhu, pretože celé je to veľký kolobeh a ovplyvňuje sa navzájom. Chápeme to tak, že tzv. špekulanti na investičných trhoch sú špekulantmi aj preto, lebo v skutočnosti nevedia, čo sa stane. Na základe poznania, že účastníci ovplyvňujú trh a naopak, sa ale dá predpokladať, ako sa bude trh vyvíjať.

„*Keďže som presvedčený, že finančné trhy sú vrodene nestále, musím dávať pozor, aby som nevyvolal nestabilitu. Napríklad, keď sa zaútočilo na francúzsky frank, naozaj som sa domnieval, že keby som sa zapojil do bitky, bol by som ho mohol potopiť,*"[11] uvádza príklad Soros, ktorý sa vtedy rozhodol vyjsť s určitými návrhmi, čo neprinieslo takú odozvu, v akú dúfal. „*[P]rišiel som o možnosť zisku a navyše som svojimi komentármi podráždil francúzske úrady ešte väčšmi, ako keby som bol špekuloval proti franku. Zobral som si z toho ponaučenie: špekulanti majú čušať a špekulovať.*"[12]

Príklady z finančných trhov, kde by sme mohli tieto vyhlásenia aplikovať, majú väčšinou podobu sledov konjunktúry a úpadku. Sled sa pomaly zrýchľuje, a potom vyvrcholí v katastrofickom zvrate. Napríklad môžeme uviesť „*veľkú medzinárodnú konjunktúru pôžičiek v 70. rokoch, ktorá vyvrcholila mexickou krízou v roku 1982*".[13] Mexická vláda stratila všetky devízové rezervy a nemala peniaze na splácanie zahraničného dlhu. Pomoc Mexiku poskytol Medzinárodný menový fond, čo však vyvolalo nespokojnosť obyvateľstva. Kríza bola spojená aj so zvýšením nezamestnanosti.

Podľa koncepcie otvorenej spoločnosti by sa globálna spoločnosť mala usilovať o otvorenú spoločnosť. Soros ju považuje za ideál a cieľ, ktorý by štáty mali chcieť dosiahnuť. Aj tu sa stretávame s myšlienkou nedokonalého myslenia a toho, že dokonalá spoločnosť je pre súčasnú spoločnosť nedosiahnuteľná. Je potrebné si uvedomiť, že žijeme v nedokonalej spoločnosti, ktorá je otvorená zmene. Na to, aby takáto spoločnosť mohla fungovať, je potrebná demokracia a trhová ekonomika.[14] „*Otvorenú spoločnosť si často mýlia s občianskou spoločnosťou. Občianska spoločnosť je len jednou zo zložiek otvorenej spoločnosti; rovnako dôležitá je demokratická vláda, ktorá reaguje na potreby a želania voličov, a súkromný sektor, ktorý je do veľkej miery nezávislý od vlády.*"[15]

Demokracia a otvorená spoločnosť sa však nedajú nanútiť. Nemôže ich nastoliť nikto a už vôbec nie niekto, kto do štátu nepatrí. Jediné, čo sa dá urobiť, je posilňovať myšlienky otvorenej spoločnosti a ukázať vládam, že zmena ekonomických a politických reforiem môže byť prospešná. Motiváciou by mohlo byť, že otvorená spoločnosť prináša ekonomický pokrok a znižuje chudobu.[16] Okrem iného predstavuje slobodu, sociálnu spravodlivosť a zodpovednosť. Za problém v otvorenej spoločnosti Soros považuje nedostatok hodnôt. Takmer celý život sa popri investovaní venoval aj filantropickej činnosti, no predovšetkým podpore a šíreniu otvorených spoločností po celom svete.[17]

[11] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 1996, s. 78.
[12] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 1996, s. 78.
[13] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 1996, s. 64.
[14] SOROS, George: *Otvorená spoločnosť. Reformovanie globálneho kapitalizmu*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2001, s. 144.
[15] SOROS, George: *O globalizácii*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2002, s. 32.
[16] SOROS, George: *O globalizácii*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2002, s. 28.
[17] SOROS, George: *O globalizácii*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2002, s. 28.

Filantropia

Sorosov záujem o filantropiu mal viac dôvodov. Najdôležitejším bol jeho pôvod a situácia, ktorú zažil v Maďarsku. Prvú nadáciu založil v roku 1979, keď na verejnosti nebol až taký známy. Vo viacerých konšpiračných článkoch sa môžeme stretnúť s komentármi, že nadácie založil preto, aby si vylepšil mediálny obraz po všetkých špekuláciách, vďaka ktorým zbohatol. Je však pravdou, že v roku 1979 si pred verejnosťou nepotreboval nič dokazovať. *„V tom čase som bol na trhu malá ryba, spravoval som fond s kapitálom 100 miliónov dolárov; dnes mám vyše 10 miliárd,"*[18] uviedol ešte v roku 1995. Len pre orientáciu, jeho majetok v roku 2017 bol odhadom 23 miliárd.

O Georgovi Sorosovi je známe, že pochádza z Maďarska a že je Žid, zažil prenasledovanie nacistami, neskôr vládu komunistického režimu. Fašizmus či komunizmus sú ideológie uzavretých spoločností, pretože potláčajú demokraciu a kritické myslenie. Jednotlivec nemá priestor na prejavenie svojej osobnosti, štát sa riadi názorom, že to, ako to v danej ideológii funguje, je najlepšie pre všetkých. Na konci sedemdesiatych rokov bol Soros po rozvode, blížil sa k päťdesiatke, mal dostatok peňazí a uvažoval, kam by chcel posunúť svoj život. Rozhodol sa preto každý rok venovať tri milióny dolárov na pomoc ľuďom. Odpoveď na otázku, prečo sa rozhodol investovať toľko peňazí a energie do filantropie, je jednoduchá: pretože mal finančné prostriedky a osobné skúsenosti. Okrem toho sa odpoveď čiastočne nachádza aj v koncepčnom rámci, ktorému verí a ktorý ho sprevádza celý život.[19] Vytvoriť nadáciu považuje za dobrý nápad, hoci predtým mal proti nadáciám všeobecne silné predsudky. Na začiatku dokonca chcel, aby všetky dary a činnosti boli čisto anonymné, nechcel tam mať svoje meno. *„Myslím si tiež, že filantropia má v podstate korumpujúci vplyv; korumpuje nielen príjemcu, ale aj darcu, lebo ľudia mu lichotia a nepovedia mu pravdu. Úlohou žiadateľa je nájsť spôsob, ako z nadácie vytiahnuť peniaze, a úlohou nadácie je zabrániť, aby ju ľudia zneužívali."*[20]

Sorosovými počiatočnými projektmi boli skutky typického boháča žijúceho v New Yorku. Peniaze venoval na rekonštrukciu Central Parku alebo na granty pre tanečné spoločnosti. Jeho prvým projektom do investovania otvorených spoločností bola Južná Afrika. V roku 1979 začal s financovaním černošských študentov na Univerzite v Kapskom Meste, o ktorej si myslel, že zastáva myšlienku otvorenej spoločnosti. To chcel samozrejme podporiť, ak vezmeme do úvahy uzatvorenú spoločnosť, v ktorej univerzita fungovala. Štipendiá však po istom čase zastavil, keď zistil, že univerzita peniaze nedáva študentom, ale používa ich na vlastné účely.[21] Aj keď tento projekt nevyšiel, v pomoci Južnej Afrike mal Soros v pláne pokračovať, až kým nepadne systém apartheidu. Od roku 1994 poskytol napríklad peniaze na výstavbu domov, vďaka čomu sa ich mohlo do desiatich rokov vybudovať približne 200 000. V roku 1993 bola

[18] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 1996, s. 99.
[19] SUDETIC, Chuck: *The Philanthropy of George Soros: Building Open Societies*. 1. vyd. London : Hachette, 2011, s. 3.
[20] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kaligram, 1996, s. 101.
[21] MORRIS, Charles: *The Sages*. 1. vyd. New York : Public Affairs, 2009, s. 38.

v Južnej Afrike založená Nadácia otvorenej spoločnosti, ktorá sa okrem presadzovania demokracie snaží pomáhať riešiť problémy týkajúce sa tejto oblasti, ako sú napríklad kriminalita, drogy, bezpečnosť a pod. Nadácia prispieva na rôzne projekty značným množstvom peňazí. V roku 2013 boli výdavky nadácie v Afrike okolo 82 miliónov dolárov.[22]

V rovnakom roku, v akom začal finančne pomáhať Afrike, začal Soros poskytovať štipendiá východoeurópskym disidentom. Podporoval organizácie ochraňujúce ľudské práva, ako napríklad Solidarita v Poľsku, Charta 77 vo vtedajšom Československu či Sacharovovo hnutie. Zapojil sa do Výboru pre ľudské práva sídliaceho v Helsinkách, kam chodil na pravidelné stretnutia aj so šéfom výboru Aryehom Neierom, ktorý sa neskôr stal prezidentom Sorosovej nadácie. Najdôležitejším cieľom bola podpora disidentov, ktorých pozývali do USA, aby sa dozvedeli o situácii vo východnej Európe.[23] Aj vďaka disidentom v roku 1984 oslovil maďarského veľvyslanca s otázkou, či by bolo reálne v Maďarsku založiť Maďarskú nadáciu, ktorá by ponúkala štipendiá a podporovala vzdelanie a kultúru. Spätná väzba bola pozitívna. *„Maďarskí predstavitelia zrejme vo mne videli podnikateľa, ktorý by mohol byť pre nich v Amerike užitočným kontaktom a ktorý im dá peniaze bez nejakých veľkých podmienok, príslovečného strýka z Ameriky, ktorý je taký naivný, že sa nechá využívať."*[24]

Projekt v Maďarsku bol v tom čase veľmi úspešný. Maďarská akadémia vied, ktorá vtedy úplne spadala pod štát, uzavrela dohodu so Sorosovou nadáciou. Vytvorila sa spoločná komisia a nezávislý sekretariát, ktorý rozhodoval o ďalších krokoch. Nadácia prosperovala, pretože dovoľovala akademikom a učiteľom robiť to, čo ich baví, bez toho, aby boli disidentmi. Navyše prácu robili ako hobby, preto im za to nemuseli platiť veľké čiastky. Veľkým prínosom boli kopírovacie prístroje, ktoré boli pre pracovníkov veľmi potrebné, no ukázalo sa, že pre vládu to nebol dobrý krok, pretože informácie sa dokázali šíriť vo väčšej miere a rýchlejšie. Sorosova nadácia mala teda väčšiu moc, než si vláda želala a viackrát sa diskutovalo o tom, či sa takémuto úspechu nezabráni. Soros osobne v nadácii nebol zaangažovaný tak, ako by sa dalo čakať. Poskytoval peniaze na jej chod, no aktívne riadil Fond Quantum a tvoril publikáciu *Alchýmia finančníctva*[25], čo ho bavilo viac, než byť aktívnym členom Maďarskej nadácie.[26]

Po úspechu v Maďarsku sa nadácia pokúsila o spoluprácu s Čínou, nasledovalo Poľsko aj Sovietsky zväz. Najväčší zlom prišiel po roku 1989, keď sa z nadácií vytvorila sieť v takmer 25 krajinách. Vzdelanie, právo, médiá, kultúra a občianska spoločnosť boli ich najväčšími prioritami a stále nimi aj sú. Každá nadácia je iná, závisí od krajiny, v ktorej sa nachádza. Azda jedným z najvýznamnejších krokov nadácie bolo založenie Stredoeurópskej univerzity v roku 1991, ktorá mala za cieľ vzdelávať študentov prak-

[22] PORTER, Anna: *Buying a better world: George Soros and Billionaire Philantrophy*. 1. vyd. Toronto : Dundurn Press, 2015, s. 137.
[23] MORRIS, Charles: *The Sages*. 1. vyd. New York : Public Affairs, 2009, s. 39.
[24] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kaligram, 1996, s. 104.
[25] SOROS, George: *The Alchemy of Finance*. Hoboken : John Wiley & Sons, 2003.
[26] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kaligram, 1996, s. 107.

tizovaním myšlienok otvorenej spoločnosti. Pobočka mala byť v tom čase najprv v Prahe, ale nepohodli sa s Václavom Klausom, tak sa presunula do Budapešti.[27] Proti fungovaniu univerzity je v súčasnosti maďarský premiér Viktor Orbán, ktorý Sorosa označuje za nepriateľa štátu.

Na Slovensku vznikla Nadácia otvorenej spoločnosti v novembri 1992 z príspevkov Open Society Fondation. Založením bola poverená Rachel Tritt. Koordinátorkou bola Jana Hažírová a neskôr Alena Pániková. V súčasnosti je na čele organizácie Ján Orlovský. Dôležité je spomenúť, že v roku 2013 sa nadácia osamostatnila od zakladajúcej organizácie a financie začala získavať z domácich a európskych zdrojov. Činnosť organizácie je na jej hlavnej webovej stránke uvedená takto: *„Realizáciou vlastných projektov a prostredníctvom grantových programov určených mimovládnym organizáciám stotožňujúcim sa s našimi hodnotami pomáhame rozvoju otvorenej spoločnosti, vzdelávaniu, posilňujeme ľudské práva a rovnosť príležitostí znevýhodnených občanov s prihliadnutím na špecifické potreby Rómov. Patríme k zakladateľom Fóra donorov, pravidelne pripomienkujeme legislatívne procesy, sme aktívni pri tvorbe rôznych politík a pôsobíme v mnohých poradných výboroch a komisiách.“*[28] Z nadácie sa vyvinuli viaceré nezávislé mimovládne organizácie. Medzi nimi napríklad Nadácia škola dokorán, Slovenská debatná asociácia, Otvorený klub lekárskej spoločnosti a iné.

Konšpiračné teórie o Georgovi Sorosovi

Možných príčin na šírenie konšpiračných teórií o Georgovi Sorosovi je viacero. Je bohatý, je Žid a narodil sa v Maďarsku. Svojimi špekuláciami zbohatol a stal sa slávnym. K očisteniu mena mu nepomohlo ani víťazstvo nad Bank of England. Ročne prispieva miliónmi dolárov do neziskových organizácií a pozná mnoho vplyvných ľudí po celom svete, medzi nimi aj politikov. Vyjadruje sa k svetovému dianiu a podporuje otvorenú spoločnosť, čo súvisí aj s podporou migrácie. A navyše žije v Amerike.

Keď Soros nebol ešte taký známy ako dnes, médiá o ňom písali pozitívne. Východná Európa ho časom začala zobrazovať ako bohatého Žida, ktorý ovplyvňuje medzinárodné dianie. *„Vzhľadom na nadmernú moc, akú mám, som sa stal hlavným cieľom súčasnej verzie antisemitskej teórie o židovskom sprisahaní. Ak sa vôbec niekedy vyskytol človek, ktorý by dokonale stelesňoval stereotyp židoplutokraticko-boľševickosionistického celosvetového sprisahanca, tak som to ja. A práve takto ma začínajú čoraz častejšie zobrazovať vo východnej Európe.“*[29] Soros tvrdí, že vo východnej Európe má antisemitizmus hlboké korene a bol v ľuďoch ešte pred obdobím Hitlera. Dokonca ho šírili elity a ľudia s vysokým spoločenským postavením. To isté si myslí aj etnologička Zuzana Panczová zo Slovenskej akadémie vied, ktorá je zároveň autorkou knihy *Konšpiračné teórie*.[30] Tvrdí, že Židia boli obetnými baránkami už v stredoveku a boli vinení

[27] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kaligram, 1996, s. 117.
[28] NADÁCIA OTVORENEJ SPOLOČNOSTI: *O nadácii*. [online]. Dostupné na internete: <https://osf.sk/o-nadacii/>. [cit. 2020-02-14].
[29] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram,1996, s. 204.
[30] PANCZOVÁ, Zuzana: *Konšpiračné teórie: témy, historické kontexty a argumentačné stratégie*. 1. vyd. Bratislava : VEDA, 2017.

najmä v časoch krízy, keď ľudia hľadali vhodnú obeť, ktorá môže za nešťastie či hladomory. Ľudia vo všetkom potrebujú nájsť vinníka a pre ľudí je jednoduchšie obviniť menšinu, ktorú nepoznajú dostatočne.[31]

Soros sa vo svojich nadáciách snažil vyvrátiť nenávistné myšlienky, a tým aj konšpirácie. Iróniou je fakt, že práve on sa stal hlavnou postavou konšpirácií. *„Mojím pôvodným zámerom pri zakladaní nadácie Open Society Fund bolo vytvoriť spoločnosť, kde by neprekvital tento druh konšpiračných teórií. Ale v procese obhajoby otvorenej spoločnosti som nazhromaždil akúsi mystickú moc, ktorá vlastne podporila konšpiračnú teóriu.*"[32] Zaujímavé je, že toto zistenie bolo publikované v knihe ešte z roku 1995. Odvtedy sa nič nezmenilo, naopak, konšpirácie na jeho osobu sa ešte viac rozšírili. Na Slovensku sa tak udialo najmä v roku 2018 po vražde investigatívneho novinára Jána Kuciaka. Dokonca v roku vraždy sa v niektorých konšpiračných weboch vyskytli domnienky, že Kuciak bol jedným zo „Sorosových novinárov", pretože sa zúčastnil na debate Nadácie otvorenej spoločnosti, ktorú kedysi finančne podporoval Soros. Dnes je to inak, ako sme už uviedli, pretože nadácia funguje z fondov tak, ako aj iné neziskové organizácie.

V slovenskej spoločnosti sa meno Soros začalo spomínať naozaj často. Len pod príspevkami spravodajských portálov v sociálnych sieťach sa každý deň nájde minimálne jeden, ktorý celý problém zvaľuje na Sorosa. Pritom väčšina ľudí ani nevie, kto to vlastne je. Z internetu majú akosi zafixované, že je to zlý človek. Výstižne to vysvetlila etnologička Zuzana Panczová: *„Keď vytvoríte dojem, že existuje takýto vonkajší nepriateľ, tak logicky musia existovať aj domáci zradcovia, ktorí mu musia pomáhať. Potom len stačí dať názorovému oponentovi značku ‚Sorosov človek' a v očiach mnohých ľudí už nemusíte nič viac dodávať.*"[33]

Prvé konšpiračné teórie o Sorosovi sa objavili začiatkom 90. rokov 20. storočia, ale na sile začali naberať až v roku 2003, keď Soros odsúdil vojnu v Iraku a začal podporovať americkú demokratickú stranu. V Spojených štátoch amerických zvíťazil v prezidentských voľbách Donald Trump, čo prispelo k ďalším konšpiráciám. Osem mesiacov po Trumpovom víťazstve zorganizovali neonacisti sprievod vo Virgínii. Konflikty s demonštrantmi sa skončili tragicky, pretože biely supernacista vrazil autom do davu a zabil Heather Hayerovú. Pravica v USA začala tvrdiť, že násilná akcia bola organizovaná a financovaná Sorosom, aby poškodil povesť Donalda Trumpa. Neexistuje žiaden dôkaz o tom, že by Soros financoval protestujúcich na tomto pochode.[34]

---

[31] PANCZOVÁ, Zuzana: *Konšpiračné teórie: témy, historické kontexty a argumentačné stratégie*. 1. vyd. Bratislava : VEDA, 2017, s. 72.

[32] SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 1996, s. 204.

[33] ŠNÍDL, Vladimír: Prečo ľudia veria, že George Soros je najväčší zlosyn. In *Denník N*. [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/1052630/preco-ludia-veria-ze-george-soros-je-najvacsi-zlosyn/>. [cit. 2020-02-18].

[34] BBC: Why is billionare George Soros a bogeyman for the hard right? [online]. In *BBC*. 2019. Dostupné na internete: <https://www.bbc.com/news/stories-49584157>. [cit. 2020-05-13].

Ďalším známym prípadom je situácia, keď bývalý premiér Malajzie Mahathir Muhammad obvinil Fond Quantum, že spôsobil finančnú krízu v krajine, pretože špekuloval proti malajskej mene. V skutočnosti fond nikdy nezasiahol a toto vyhlásenie bolo len snahou o odvrátenie pozornosti občanov od problémov.[35]

Taktika boja proti zahraničným silám sa využíva najmä v Maďarsku. Maďarská vláda v októbri 2017 viedla kampaň namierenú proti Sorosovi. Súčasťou boli viaceré vyjadrenia, napríklad: cieľom Georga Sorosa je zabezpečiť dostávanie nižších trestov pre migrantov v prípade trestnej činnosti a urýchliť integráciu ilegálnych prisťahovalcov alebo presadiť potrestanie krajín, ktoré vystupujú proti imigrácii. Na stránke Nadácie otvorenej spoločnosti sa k takýmto vyhláseniam vyjadrila samotná nadácia, ktorá uvádza, že George Soros nikdy nič zo spomenutého nevyhlásil. Dôkazmi sú priložené články, v ktorých je presne uvedené, čo Soros naozaj povedal.[36]

Zvrhnutie Georga Sorosa sa rozšírilo aj do Arménska, na Filipíny, do Ruska a mnohých ďalších krajín. Turecký prezident Erdogan obvinil Sorosa z toho, že je v centre židovského sprisahania a chce rozdeliť Turecko a ďalšie národy. V Taliansku ho bývalý podpredseda vlády Salvini obvinil, že chce zaplniť krajinu migrantmi, lebo „má v obľube otrokov". Vodca britskej strany Brexit Nigel Farage vyhlásil, že Soros aktívne povzbudzuje ľudí, aby zaplavili Európu a je pre svet veľkým nebezpečenstvom.[37]

Posledným príkladom, ktorý uvedieme, je vyhlásenie Andriya Telizhenka, bývalého ukrajinského diplomata, ktorý tvrdil, že mu bolo povedané, že ľudia spojení so Sorosom a jeho nadáciami vrátane bývalých ukrajinských politikov sa ho snažia zdiskreditovať.[38] Príkladov je oveľa viac, mnohé správy sa objavujú výlučne v dezinformačných weboch a produkujú konšpirácie, že Soros platí FBI, financuje karavany s migrantmi, teroristov, ovláda Židov atď.

Záver

George Soros – finančník, filantrop, miliardár. Takto najčastejšie opisujú médiá túto osobnosť. Z uvedeného vyplýva, že jeho obraz v médiách môže pôsobiť veľmi pozitívne. Napriek tomu je označovaný za jedného z najväčších nepriateľov sveta. George Soros je totiž aj jedným z najznámejších bohatých Židov, čo prináša nenávisť a po-

[35] FINWEB: Konšpiračné teórie, ktoré zaplavili svet. [online]. In *hnonline.sk*. 2012. Dostupné na internete: <https://finweb.hnonline.sk/rebricky/418428-konspiracne-teorie-ktore-zaplavili-svet>. [cit. 2020-05-13].

[36] NADÁCIA OTVORENEJ SPOLOČNOSTI: George Soros odmieta obvinenia obsiahnuté v otázkach referenda maďarskej vlády o „Sorosovom pláne". [online]. In *osf.sk*. 2017. Dostupné na internete: <https://osf.sk/pribehy/george-soros-odmieta-obvinenia-obsiahnute-v-otazkach-referenda-madarskej-vlady-o-sorosovom-plane/>. [cit. 2020-05-13].

[37] BBC: Why is billionare George Soros a bogeyman for the hard right? [online]. In *BBC*. 2019. Dostupné na internete: <https://www.bbc.com/news/stories-49584157>. [cit. 2020-05-13].

[38] LEDERMAN, John: How a conspiracy theory about George Soros is fueling allegations of Ukraine collusion. [online]. In *NBC News*. 2019. Dostupné na internete: <https://www.nbcnews.com/politics/trump-impeachment-inquiry/how-anti-semitic-conspiracy-theory-about-george-soros-fueling-allegations-n1094886>. [cit. 2020-05-13].

tvrdzuje stereotypy. Výchova a pôvod ho ovplyvnili skôr, než sa stal slávnym, a teda aj pri myšlienke pomoci druhým. V posledných rokoch sa G. Soros venuje prevažne filantropickej činnosti, s ktorou súvisí vznik nadácií s jeho finančnou podporou. Nadácie otvorených spoločností sa riadia koncepciou otvorenej spoločnosti, filozofickou myšlienkou, ktorá G. Sorosa zaujala počas študijných rokov a významne ovplyvnila finančníkovo životné smerovanie. Mediálny obraz Georga Sorosa je teda rozporuplný.

Z obsahovej analýzy novinárskych prejavov v slovenskom týždenníku *Trend* a v zahraničnom týždenníku *The Economist* v rokoch 2018 a 2019[39] napríklad vyplynulo, že obidva týždenníky najčastejšie informujú o Sorosovi ako o človeku, ktorý sa stal tvárou konšpiračných teórií. Tie o ňom vytvárajú predstavitelia štátu, najlepším príkladom je maďarský premiér Viktor Orbán. Tieto konšpirácie sú plné hnevu a šíria medzi verejnosťou strach. George Soros je obviňovaný z podplácania. Často ho konšpirátori obviňujú z plánovania štátneho prevratu, pretože podporuje demokratické vládnutie a liberalizmus. V skúmaných periodikách je jeho obraz napriek všetkým informáciám, ktoré sa o ňom šíria, pozitívny. V článkoch sa vyskytujú pochvaly na Stredoeurópsku univerzitu a nadácie, ktoré podporujú viaceré projekty. Soros z článkov pôsobí skôr ako človek, ktorý sa stal verejným nepriateľom, no v podstate za to až tak veľmi nemôže, a tiež sa nemá ako brániť. Z novinárskych prejavov a ponúkaných názorov v týždenníkoch *Trend* a *The Economist* o. i. vyplynulo, že novinári kritizujú ľudí, ktorí šíria klamlivé správy a obvinenia na Sorosovu adresu. Príkladom je kritika slovenského expremiéra v týždenníku *Trend*. Podobný prípad sa objavuje v *The Economist*, kde novinári ostro odsudzujú štýl vládnutia Viktora Orbána. Treba ešte dodať, že keďže v týždenníku *Trend* mali prevahu články charakteru agentúrnych správ, nevyskytovali sa tam názory novinárov. Naopak v týždenníku *The Economist* sme sa častejšie stretli s kritikou a prirovnaniami. Obe periodiká však o Georgovi Sorosovi podávajú podobný obraz.

Masmédiá majú veľký vplyv na utváranie názorov verejnej mienky. Preto považujeme za pozitívne zistenie, že skúmané týždenníky sa snažia vyvracať konšpirácie a opierajú sa o fakty. Neplatí to však pre všetky masmédiá. Mnoho internetových portálov vydáva neoverené informácie, ktoré šíria nenávisť a produkujú ďalšie konšpirácie, ktorých súčasťou sa stal finančník George Soros.

[39] Viac: HRICIŠINOVÁ, Simona: *Finančník George Soros a jeho mediálny obraz v týždenníkoch Trend a The Economist v rokoch 2018 a 2019*. [diplomová práca]. Bratislava : Filozofická fakulta Univerzity Komenského, 2020. 74 s.

Literatúra a pramene

BBC: Why is billionare George Soros a bogeyman for the hard right? [online]. In *BBC.* 2019. Dostupné na internete: <https://www.bbc.com/news/stories-49584157>. [cit. 2020-05-13].
FINWEB: Konšpiračné teórie, ktoré zaplavili svet. [online]. In *hnonline.sk.* 2012. Dostupné na internete: <https://finweb.hnonline.sk/rebricky/418428-konspiracne-teorie-ktore-zaplavili-svet>. [cit. 2020-05-13].
HRICIŠINOVÁ, Simona: *Finančník George Soros a jeho mediálny obraz v týždenníkoch Trend a The Economist v rokoch 2018 a 2019.* [diplomová práca]. Bratislava : Filozofická fakulta Univerzity Komenského, 2020. 74 s.
LEDERMAN, John: How a conspiracy theory about George Soros is fueling allegations of Ukraine collusion. [online]. In *NBC News.* 2019. Dostupné na internete: <https://www.nbcnews.com/politics/trump-impeachment-inquiry/how-anti-semitic-conspiracy-theory-about-george-soros-fueling-allegations-n1094886>. [cit. 2020-05-13].
MORRIS, Charles: *The Sages*. 1. vyd. New York : Public Affairs, 2009. 201 s. ISBN 9781586487522.
NADÁCIA OTVORENEJ SPOLOČNOSTI: *O nadácii*. [online]. Dostupné na internete: <https://osf.sk/o-nadacii/>. [cit. 2020-02-14].
PANCZOVÁ, Zuzana: *Konšpiračné teórie: témy, historické kontexty a argumentačné stratégie.* 1. vyd. Bratislava : VEDA, 2017. 160 s. ISBN 9788022415460.
POPPER, Karl R.: *Otevřená společnost a její nepřátelé.* Praha : Oikoymenh, 2011. 356 s. ISBN 9788072981892.
PORTER, Anna: *Buying a better world: George Soros and Billionaire Philantrophy.* 1. vyd. Toronto : Dundurn Press, 2015. 176 s. ISBN 9781459731059.
SOROS, George: *O globalizácii*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2002. 128 s. ISBN 80-7149-490-9.
SOROS, George: *Otvorená spoločnosť. Reformovanie globálneho kapitalizmu*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2001. 384 s. ISBN 80-7149-408-9.
SOROS, George: *Soros o Sorosovi*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 1996. 280 s. ISBN 80-7149-161-6.
SOROS, George: *The Alchemy of Finance*. Hoboken : John Wiley & Sons, 2003. 416 s. ISBN 0-471-44549-5.
SUDETIC, Chuck: *The Philanthropy of George Soros: Building Open Societies*. 1. vyd. London : Hachette, 2011. 373 s. ISBN 9781586488222.

Mgr. Simona Hricišinová
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: hricisinova2@uniba.sk

Správy na hrane

Elena Petrová

Abstrakt:
Médiá by mali poskytovať informácie, ktoré sú overené, pravdivé, objektívne, v súlade nielen so zákonom, ale i etickými kódexmi. Prebytok informácií spôsobuje používateľskú rezistenciu či neochotu prijímať ďalšie. V snahe uchopiť pozornosť diváka využívajú médiá rôzne spôsoby, ktoré však balansujú na hranici etických princípov. V príspevku sa zaoberáme práve takou správou na hrane, ktorá bola publikovaná britským denníkom Daily Mail Online a následne rozšírená európskym mediálnym priestorom. Neobišla ani slovenské či české médiá. Správu o odhalenej identite Jacka Rozparovača a údajnom vrahovi – poľskom imigrantovi, chceme použiť ako modelový príklad pre demonštráciu manipulácie a zavádzania verejnosti. Našou snahou je poukázať, akým spôsobom sa menil obsah prevzatých správ a vyzdvihnúť úlohu žurnalistov ale aj komunity používateľov online médií pri šírení informácií.

Kľúčové slová: etika médií, Jack Rozparovač, manipulácia, správy na hrane, používatelia.

Abstract:
Edge News. Media should provide the verified, true, objective information which respect the law as well as the Code of Ethics. Information overload causes resistance or unwillingness of users to receive the other one. To catch viewer's attention media use even the ways which are on the edge of moral principles. In this paper, we deal with such an "edge news" which was published by British Daily Mail Online and subsequently was spread around European media space, The Czech and Slovak media including. We would like to use this edge news – the report about the revealed identity of Jack the Ripper and suspect Polish immigrant as a model to demonstrate the manipulation of public. Our aim is to point out the changes in content of shared news and highlight the important role of journalists as well as internet user's community in spreading of information.

Keywords: Code of Ethics, edge news, Jack the Ripper, manipulation, users.

Úvod

Žijeme v dobe s prívlastkami postfaktická, postpravdivá. V dobe presýtenej informáciami. Prostredie, v ktorom frekvencia, rozptyl a rýchlosť šírenia správ dosahuje najvyššiu možnú mieru, je online priestor. Používatelia online priestoru vytvárajú komunitu, ktorá napriek svojej rôznorodosti spolu komunikuje na jednotnom mieste

v určitom čase. Členovia mediálnej komunity sú prakticky všetci používatelia webových médií, či už pasívni používatelia, či participanti na obsahu. Aj keď enormné množstvo informácií zvádza k apatii, obsahy, ktoré podliehajú zdieľaniu, je nutné overovať viac než kedykoľvek predtým. Termíny ako alternatívne fakty, dezinformácie, fake news a ďalšie sa udomácnili v mediálnom priestore. Správy, ktoré balansujú na hranici etických noriem, občas preniknú aj kontrolnými mechanizmami tlačových agentúr.

V príspevku bližšie predstavíme správu, ktorá bola vytvorená účelovo s konkrétnym obchodným zámerom a ktorá sa okamžite rozšírila európskym mediálnym priestorom ako zaručená spravodajská informácia. Správa úzko súvisí s prípadom, ktorý sa odohral ešte koncom 19. storočia vo viktoriánskom Londýne. Aj v teoretickej časti sa zameriavame na atribúty, ktoré mohli danej správe zabezpečiť dôveryhodnosť, atraktivitu a uľahčiť prenos. Na danú problematiku sa pokúsime nazerať cez optiku mediálnych štúdií, psychológie i marketingu. V rámci vzťahu žurnalistika a spoločnosť môžeme identifikovať dve esenciálne komunity – komunitu žurnalistov a komunitu používateľov. V príspevku ich budeme bližšie charakterizovať, pretože obe zohrávajú dôležitú úlohu pri šírení informácií. Pokúsime sa tiež priniesť nové pohľady na osobnosť Jacka Rozparovača ako modelového príkladu na využitie v sociálnych vedách.

Pravda, lož, manipulácia

Správy na hrane, dezinformácie, post-pravda alebo akýkoľvek druh manipulácie sa primárne dotýkajú konfliktu pravdy a lži. Či už na danú bipolaritu nazeráme diskurzom médií, či inej vednej disciplíny, nevyhneme sa základnej otázke: Čo je pravda? „*Skutočný filozof sa rád zaoberá pravdou. Rozdielom medzi predstavou a poznaním*."[1] Sokrates vyznával pravdu ako najvyššiu hodnotu. Klasickí filozofi kladú pravdu na piedestál ako najvyššiu hodnotu, métu pre štúdium pravých filozofov.

Existuje mnoho ďalších filozofických prístupov, ktoré sa pokúšajú vyjadriť podstatu pravdy. Neoklasické teórie pravdy sa pokúšajú o priamy výklad a nadväzujú na klasických filozofov. Mynaříková ich rozdeľuje do troch prúdov. Korešpondenčná, koherenčná a pragmatická teória pravdy. Korešpondenčná teória pravdy hovorí o tom, že pravda musí korešpondovať so skutočným stavom vecí, s faktmi. Doslova predstavuje „*to, čomu človek verí alebo tvrdí, že je pravdivé, pokiaľ to korešponduje so skutočným stavom vecí s faktami.*"[2] Zástancami korešpondenčnej teórie pravdy boli napr. Aristoteles, Tomáš Akvinský, George E. Moore, Bertrand Russell. V kontraste s touto teóriou ide koherenčná teória, ktorú zastupujú filozofi ako Baruch Spinoza, Georg W. F. Hegel či Immanuel Kant. Tu je východiskom existencia všeobecne prijímaného systému pravdy. Každé presvedčenie je pravdivé, pokiaľ tvorí súčasť koherentného systému presvedčení.[3] Pragmatici považovali pravdu za koniec hľadania, pokiaľ sa nám podarí ju dosiahnuť, môžeme jej spokojne dôverovať.

[1] PLATON: *Dialogy II*. Bratislava : Tatran, 1990, s. 191.
[2] MYNAŘÍKOVÁ, Lenka: *Psychologie lži*. Praha : Grada, 2015, s. 25.
[3] Pozri: WALKER, Ralph C. S.: The Coherence Theory. In LYNCH, Michael P. (Ed.): *The Nature of Truth: Classic and Contemporary Perspectives*. Cambridge : MIT Press, 2001.

Z množstva formulácií týkajúcich sa pravdy a lži sa prikláňam k myšlienkam Sigmunda Freuda a Friedricha Nietzscheho. Podľa Freuda človeka riadi jeho „id" a takmer všetko podriaďuje slasti. Pre Nietzscheho sú pravdou iba ilúzie, na ktorých pôvod človek zabudol. Pravda, alebo pud k pravde, je teda len akýmsi kompromisom, aby jedinec nebol potrestaný. Klamstvo klamár môže totiž okúsiť na základe svojho konania, hrubého porušovania konvencií, vylúčenie zo spoločnosti.[4] „*Hľadá filozof pravdu? Nie, to by mu viac záležalo na istote, Pravda je chladná, viera v pravdu je mocná*."[5] Človek je tvor žijúci v klamstve od svojho počiatku. V tomto stave nezotrváva pasívny, aktívne ho ďalej podporuje a rozvíja. Je to akoby jeho ochranný kokón, ktorý si jeho obyvateľ intenzívne zveľaďuje k svojej ochrane a prospechu. Nietzsche naznačuje, že pre človeka je klamstvo prirodzenejšie ako pravda. Ani tá však človeku nie je úplne cudzia. V istom zmysle po nej túži. Túži po príjemných dôsledkoch pravdy. Číre poznanie bez dôsledkov ho nezaujíma a nepríjemná pravda je preň nielen nekomfortná, dokonca často nežiadúca. „*Pravda je ľuďom ľahostajná. Ukazuje to tautológia ako jediná prístupná forma pravdy.*"[6] V tomto bode akejsi empatie k ľudským potrebám a akceptácii nedostatkov sa akoby prirodzene otvára priestor manipulácii. Na krátku definíciu pravdy súčasného človeka si požičiame formuláciu nezávislého žurnalistu a zakladateľa publicistického webu *Manipulátoři.cz*, Petra Nutila: „*Pravda je niečo platné bez ohľadu na názory a interpretácie.*"[7] Nutil jedným dychom odkazuje na psychológa Paula Eckmana, ktorý pravdu považuje za „*úprimnú snahu podať presné informácie.*"[8] V tomto bode nemožno nespomenúť myšlienku Denisa McQuaila: „*Historické požiadavky na slobodu komunikácie boli vždy úzko späté s hodnotou pravdy.*"[9]

Z oblasti mediálnej manipulácie je dôležité spomenúť dnes často pertraktované slovné spojenie *fake news*. Termín vznikol koncom roka 2016 a bol úzko prepojený s predvolebnou kampaňou amerických prezidentských volieb. Presná definícia tohto termínu variuje, no *fake news* môžeme chápať ako informácie nepravdivé, vytvorené zámerne so samoúčelným obsahom t. j. k prospechu jednej strany či naopak na poškodenie druhého. Informácie môžu byť pozmenené čiastočne alebo aj úplne vykonštruované. Riziková je najmä rýchlosť, akou sa tieto informácie šíria. Vo výskume MIT, v ktorom bolo preskúmaných 126 tisíc konkrétnych správ v sieti *Twitter*, sa preukázalo, že šírenie nepravdivých informácií je 7x rýchlejšie a takéto správy majú o 70 % vyššiu šancu na zdieľanie ako informácie pravdivé.[10] Vydavatelia *Collins English Dictionary* vyhlásili termín *fake news* za slovo roka 2017. Rok predtým získal tento titul termín z rovnakej oblasti *post-truth*. Jeho význam definuje aktuálny postoj spoločnosti k pravde a faktom a dokonale korešponduje s výrokom Francisa Bacona

[4] NIETZSCHE, Friedrich: *O pravdě a lži ve smyslu nikoli morálním*. Praha : OIKOYMENH, 2007.
[5] NIETZSCHE, Friedrich: *O pravdě a lži ve smyslu nikoli morálním*. Praha : OIKOYMENH, 2007, s. 56.
[6] NIETZSCHE, Friedrich: *O pravdě a lži ve smyslu nikoli morálním*. Praha : OIKOYMENH, 2007, s. 57.
[7] NUTIL, Petr: *Média, lži a příliš rychlý mozek. Průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada, 2018, s. 20.
[8] NUTIL, Petr: *Média, lži a příliš rychlý mozek. Průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada, 2018, s. 20.
[9] McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009, s. 209.
[10] MATUŠKOVÁ, Lenka: „Fake News". In *Věda pro každého (Časopis Akademie věd ČR)*, 2018, roč. 2, č. 1, s. 12-16.

z knihy politológov Masarykovej univerzity v Brne: „*Človek verí tomu, čo chce považovať za pravdivé.*“[11] Alebo ako uvádza Collinsov náučný slovník: „*Post-pravda je stav, keď sú ľudia viac ovplyvnení svojimi emóciami či vierou než skutočnými faktmi.*“[12]

Lož je lákavá, čo vyplýva nielen z výskumu MIT o jej vysokej rýchlosti šírenia mediálnym priestorom. Jej zdanlivý komfort je prijateľný nielen pre tvorcu, ale aj pre prijímateľa. Sigmund Freud píše o istej forme sebaklamu nasledovne: „*Patológia nás učí o veľkom počte stavov, v ktorých je ohraničenie Ja voči vonkajšiemu svetu neisté, alebo kde sú hranice vymedzené nesprávne. Sú to stavy, pri ktorých sa javia časti nášho vlastného tela, časti nášho duševného života, vnemy, myšlienky, city ako cudzie a zdajú sa, akoby nepatrili Ja. Iné stavy, v ktorých pripisujeme vonkajšiemu svetu niečo, čo zjavne vzniklo v Ja a to by ho malo uznať. Teda aj pocit Ja podlieha poruchám a jeho hranice nie sú pevné.*“[13] Freudove myšlienky predznamenali to, čo v dnešnej dobe zjednodušene nazývame bubliny. V sociálnych bublinách sa navzájom izolujú viaceré sociálne skupiny, ktoré sa odlišujú kultúrnymi, sociálnymi či politickými preferenciami.[14] Vytvárame si bubliny, vymedzujeme si vlastný priestor, aby sme sa cítili istejšie. Potrebujeme hranice, aby sme sa necítili stratení, ohrození, či konfrontovaní názormi, s ktorými nesúhlasíme. Bubliny alebo bariéry si vytvárame buď sami, alebo sa dobrovoľne, niekedy i podvedome, stávame súčasťou bublín, ktoré boli vytvorené inými, pretože sa v nich cítime príjemne, bezpečne. Takými tvorcami bublín sú napríklad naši priatelia, ktorí založili skupinu o plemene psov husky, alebo úplne cudzí ľudia, s ktorými nás spája záujem o výtvarné umenie, či samotná sociálna sieť, ktorá sa nám pokúša na základe našich online stôp, internetových algoritmov, prispôsobiť obsah, s ktorým budeme spokojní. Informačné bubliny popísal v roku 2011 internetový aktivista Eli Pariser vo svojej knihe *The Filter Bubble*.[15] Klameme, sme klamaní a pre zachovanie zdanlivého pocitu komfortu klameme i samých seba. Málokto si však uvedomuje, aký krátky životný cyklus má lož. Zatiaľ čo pravda je ukotvená a previazaná viacerými súvislosťami, lož má zvyčajne veľmi málo väzieb, ktoré by jej zabezpečili dlhodobú existenciu. Samozrejme, záleží na tom, akú námahu tvorca nepravdivej informácie vyvinie a akým spôsobom lož vykonštruuje.

V rámci tejto štúdie chcem ukázať, akým spôsobom bola využitá lživá informácia. Fikcia, ktorá bola prezentovaná ako fakt a šírená mediálnym priestorom, pričom jej charakter nebol verejnoprospešný, ale výlučne komerčný. V texte ďalej stručne predstavím niekoľko nástrojov, ktoré tomu mohli dopomôcť.

[11] GREGOR, Miloš – VEJVODOVÁ, Petra: *Nejlepší kniha o fake news!!!* Brno : Cpress, 2018, s. 83.
[12] COLLINS, Harper: *Collins COBUILD Advanced Learner's Dictionary,* Harper Collins Publishers [online] Dostupné na internete: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/post-truth>. [cit. 2020-02-20].
[13] FREUD, Sigmund: *O človeku, kultúre a náboženstve*. Bratislava : Vydavateľstvo Európa, 2014, s. 92.
[14] GREGOR, Miloš – VEJVODOVÁ, Petra: *Nejlepší kniha o fake news!!!* Brno : Cpress, 2018, s. 116.
[15] Pozri v: GREGOR, Miloš – VEJVODOVÁ, Petra: *Nejlepší kniha o fake news!!!* Brno : Cpress, 2018, s. 113.

Médiá a spoločnosť

Denis McQuail sa dlhodobo snažil vyvracať spoločnosťou prijaté domnienky, že médiá majú zásadný vplyv na názory, postoje a hodnoty spoločnosti. O novinároch hovoril ako o hlásateľoch informujúcich o udalostiach a názoroch verejného života. Podľa neho žurnalistika napĺňa úlohu mediátora a žurnalisti predstavujú druh informačného kanála, ktorý nie je hlavným tvorcom správ. Týmto spôsobom sa snaží zvýrazniť myšlienku, že *spravodajský proces sa začína a končí v spoločnosti.*[16] Aj keď žurnalistika nesmeruje k určitej forme ovplyvňovania názorov či presvedčení. McQuail pripúšťa, že zámerné pokusy o ovplyvňovanie sa môžu do médií predsa len dostať cestou manipulácie, účinným PR, neetickým zásahom vlastníka či ideologickou pozíciou novinára.

Na tomto mieste je vhodné spomenúť i teóriu médií o technologickom determinizme, ktorú vytvoril Harold Innis a doplnil Marshal McLuhan a ktorá predpokladá, že konkrétne komunikačné médium má vplyv na spoločenské väzby, určuje podobu spoločnosti a prácu s informáciami.[17] Médiá, podľa McLuhana, majú schopnosť rozvíjať prepojenia, ale aj zvyšovať mieru individualizmu a fragmentácie spoločnosti. *Médium je posolstvo. „Medium is message."*[18]

Objektivita a novinárske hriechy: Pre každé spravodajstvo by mali byť záväzné McQuailove kritéria objektivity: relevancia, presnosť, spoľahlivosť so zreteľom najmä na zdroje, základ spočívajúci vo faktoch, jasné oddelenie faktov od vlastnej názorovej interpretácie, vyváženosť a nestrannosť spolu s neutrálnosťou pri prezentácií správ.[19] Správna interpretácia textu a obrazu je kľúčová pre kvalitu práce novinára. Denis McQuail ako jeden z hlavných problémov, ktoré sa vzťahujú k novinárskej zodpovednosti, odkazuje na „*zdokonalenie profesionálnej a etickej kvality žurnalistiky, predovšetkým pokiaľ ide o správanie sa pri zbere informácií a ich kvalitu."*[20]

Medzi etické vlastnosti novinára prirodzene patrí čestnosť, zodpovednosť, empatia, odvaha, svedomitosť, no tieto sa nie vždy celkom prirodzene objavujú pri výkone danej profesie. Oveľa horšími sú však prehrešky, hrubé porušenia, pričom nejde len o kozmetické chyby. Opakovaným porušovaním etických pravidiel a zásad sa neohrozuje len kredit a prestíž novinárskej profesie, ale aj jej samoregulačné mechanizmy. Novinárske nedostatky ako neoverovanie zdrojov, neschopnosť extrahovať podstatu, laxná práca s informáciami či nedoťahovanie káuz, vnímam ako kľúčové pochybenia pri šírení falošnej informácie. Vykonštruovanie dezinformácie a jej následné publikovanie považujem za nesprávne a malo by byť ošetrené určitým právnym alebo aspoň etickým postihom, aby sa predišlo opakovaniu. Ďalší krok, ktorý vnímam ako závažný problém, je činnosť prípadne nečinnosť novinárov, ktorí bez zjavnej snahy škodiť pri-

[16] McQUAIL, Denis: *Žurnalistika a společnost.* Praha : Karolinum, 2016, s. 151.
[17] JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara: *Masová média,* 2. prepracované vyd. Praha : Portál, 2015, s. 50
[18] McLUHAN, Marshal: *The Medium is the Message.* In MARRIS, Paul – THORNHAM, Sue: *Media Studies.* Edinburgh University Press; 2Rev Ed edition (25 Oct. 1999), s. 38
[19] McQUAIL, Denis: *Žurnalistika a společnost.* Praha : Karolinum, 2016, s. 116.
[20] McQUAIL, Denis: *Žurnalistika a společnost.* Praha : Karolinum, 2016, s. 164.

spejú svojou nedôslednosťou k šíreniu vytvorenej dezinformácie. Novinár prestáva byť strážcom pravdy. Neoverenú informáciu denníka *Daily Mail Online* zo 6. septembra 2014 prevzala 7. septembra 2014 aj Tlačová agentúra Slovenskej republiky, ktorá ju uverejnila na svojom webovom portáli Teraz.sk.

Etické aspekty novinárskej práce sa netýkajú iba morálnych dilem, ale najmä každodennej činnosti či miery zodpovednosti prístupu k zadaným úlohám. Etika médií a etika žurnalistu však nie sú vždy jedno a to isté. Denis McQuail upozorňoval aj na to, že prílišná koncentrácia moci v rukách jedného vlastníka môže mať vplyv na kontrolu média a vzniká riziko zámerného či jednostranného vplyvu.

Bulvarizácia: Ak by sme pokladali bulvarizáciu za novodobý fenomén, dopustili by sme sa zásadného omylu. Už koncom 19. storočia možno nájsť dôkaz v novinách *The Times* o gangu hrdlorezov („high rip gang"), ktorý terorizoval ulice Londýna.[21] Z historického hľadiska si však najmä noviny v Británii úzko strážili svoju serióznu povahu a kým americký *yellow press* zaviedol palcové titulky a pestrejšiu grafiku, bohaté ilustrácie, dokonca komiks, britské noviny týmto trendom dlhšie vzdorovali. Vyslovene sa bránili bulvarizácii.[22] Kruml vníma bulvarizáciu nekompromisne a hovorí o nej ako o procese, pri ktorom sa seriózne médium mení na bulvárne a všetkým atribútmi sa prispôsobuje verejnosti.[23] Sofistikovanejší náhľad do problematiky prináša Ian Connell, ktorý vo svojej štúdii *Mistaken identities: Tabloid and Broadsheet news discourse*[24] píše o tabloidizácii ako o sérii procesov, ktorými sa racionálny diskurz mení na diskurz senzácie (*New Discourse and Fabulous Reportage*).[25] Práca špecialistov sa podriaďuje vkusu masového diváka, ktorý uprednostňuje jednoduchý, prvoplánový druh zábavy. Sledovanie životov iných, či už na televíznej obrazovke, prostredníctvom printových či online médií, degraduje úroveň formátov. Zo sociálnych sietí – *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* – sa stali účinné marketingové nástroje. Podľa počtu sledovaní, komentárov, „lajkov" sa dá okamžite zistiť, aký je o danú správu záujem. Generujú sa čísla, ktoré dostávame okamžite. Seriózny marketingový výskum trvá niekoľko mesiacov i dlhšie, no tu máme výsledky hneď. No o čom vypovedajú? Kvalita je aj v tomto prípade druhoradá. Podľa Freuda si ľudia nežiadajú pravdu, ale ideály. Chcú veriť realite, ktorú im podsúva niekto iný a väčšina z nich nemá záujem dohľa-

[21] WARWICK, Alexandra – WILLIS Martin: *Jack the Ripper (Media, Culture, History)*. Manchester : Manchester University Press, 2007, s. 48.

[22] VEČEŘA, Pavel: *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha : Grada, 2015, s. 129.

[23] KRUML, Milan: *Definícia pojmu bulvarizácia/tabloidizácia,* In PSÁROVÁ, Miroslava: Tendencie bulvarizácie titulkov v hlavnom spravodajstve komerčných slovenských televízií. [online]. In *13. Študentská vedecká a umelecká konferencia, Sekcia mediálnych štúdií, 2017*. Dostupné na internete: <http://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Olostiak14/subor/Psarova.pdf>. [cit. 2020-02-20].

[24] CONNELL, Ian: Mistaken identities: Tabloid and Broadsheet news discourse. [online]. In *The public*, 1998, roč. 5, č. 3, s. 11-31. Dostupné na internete: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.524.8670&rep=rep1&type=pdf>. [cit. 2020-02-20].

[25] CONNELL, Ian: Mistaken identities: Tabloid and Broadsheet news discourse. [online]. In *The public*, 1998, roč. 5, č. 3, s. 21. Dostupné na internete: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.524.8670&rep=rep1&type=pdf>. [cit. 2020-02-20].

dať, či informácia, ktorú zdroj ponúka, je pravdivá. Pohodlnosť pramení z ľudskej prirodzenosti. Bezmyšlienkovite prebrať názor alebo zdieľať myšlienku iného si vyžaduje oveľa menej energie ako konfrontácia či vybudovanie vlastného názoru. Doba, keď najhodnotnejšou komoditou bol čas, je už dávno za nami. Čas nahradili informácie a rozvoj digitálnych technológií poskytol kanály, ktorými sa šíria v čoraz väčších objemoch. Aj keď hutnosť textov v porovnaní s minulosťou klesá, dôraz na kvalitu informácie klesá omnoho výraznejšie. Dochádza k zamlčovaniu faktov či zverejňovaniu neoverených informácií, intenzívne sa využívajú emócie a v ostatnej dobe je stále populárnejší starý overený nástroj na ovplyvnenie verejnej mienky – strach. Zo základných funkcií masmédií: *informovať, zabaviť, vzdelávať* ostalo len torzo. Profesionalita ťahá za kratší koniec. Komerčné médiá si môžu dovoliť viac skĺznuť do bulvarizácie či tabloidizácie svojich produktov, no napriek tomu by nemalo byť narušené dodržiavanie etických noriem a profesionálneho prístupu.

Daily Mail a história mediálneho koncernu: V Británii sa spočiatku intenzívne bránili vzniku lacných novín masového charakteru. Dlhodobá tradícia bola určujúca pre dôrazný zreteľ na seriózność. Noviny v Británii boli zaťažené rôznymi poplatkami, daňami a kolkami. Až v roku 1855 došlo k zrušeniu tzv. *kolkovného.* To umožnilo vznik londýnskeho *penny press*, novín za jednu pencu. Obdoby londýnskeho *penny pressu* existovali v aj v Amerike, no tie sa svojou bulvárnou silou nedali s britskými, prevažne serióznymi novinami, porovnať. Aj noviny ako *The Daily News, The Standard, The Daily Telegraph*, ktoré stáli pencu, si udržiavali seriózność. Ich spravodajstvo malo dynamickejšiu podobu, štýl sa stal prístupnejší pre čitateľov nižších stredných vrstiev a obsah sa postupne diferencoval.[26] Priebežne sa menil i formát tlače či počet strán. Priemerne sa noviny skladali z ôsmich prípadne šiestich strán, iba *The Times* mal v polovici 19. storočia neštandardne až dvanásť. Počet strán neskôr narastal aj u ďalších titulov. Dialo sa tak najmä pre prehľadnosť. V období konca 19. storočia však boli noviny a časopisy prevažne rodinnými podnikmi, ktoré mali hlavný cieľ, a to uživiť svojich majiteľov. Majiteľ bol zväčša i hlavným autorom článkov. Zásadné zmeny nastali pri nástupe masovej tlače. Od tridsiatych rokov 19. storočia sa začali objavovať najskôr na území Francúzska a USA. Odtiaľ pochádza aj názov bulvár (z fr. „*boulevard*"). O transformáciu vydavateľskej činnosti sa zaslúžili najmä William R. Hearst v Spojených štátoch a Alfred Harmsworth vikomt Northcliffe vo Veľkej Británii.

Alfreda Harmswortha ako vikomta Northcliffe spomínam jednak ako architekta prvého mediálneho koncernu, jednak ako zakladateľa listu *Daily Mail*. *Daily Mail* je označovaný ako prvý moderný masový denník. Aj keď nevznikol medzi prvými, jeho predaj sa zahájil až v roku 1896, no spôsobil jednoznačnú revolúciu v oblasti žurnalistiky a najmä marketingu. Do roku 1914 patrilo Harmswothovi 40 % denných tlačovín vychádzajúcich v Británii. Aj keď v roku 1888 mohli informovať o senzáciách s témou Jacka Rozparovača len *The Star* či *Pall Mall Gazette*, *Daily Mail* sa stal čoskoro prototypom bulvárne koncipovaného periodika. Položili sa tak základy nielen nového druhu žurnalistiky, ale aj základy mediálneho marketingu. Finančný zisk novín po-

[26] VEČEŘA, Pavel: *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha : Grada, 2015, s. 141.

chádzal najmä z inzercie a nie samotného predaja.[27]

S nástupom reklamy by sme mohli aplikovať slová súčasníka Roberta G. Picarda, ktorý hovorí o tom, že komercializácia novín je úzko spojená s úpadkom ich kvality.[28] Vo viktoriánskom Londýne dominovalo prežitie, preto ťažko koncipovať úvahy o tom, akoby to mohlo byť inak. S rozvojom reklamy prišli viacerí obchodníci na to, že noviny môžu byť vysoko ziskové aj vtedy, ak sa budú predávať i pod cenu výrobných nákladov. Vznikla tak éra jednopencových novín, ktoré sa stali dostupné širokej verejnosti, no stále sa snažili udržať seriózny charakter. S prílevom nových a nových čitateľov sa rapídne dvíhal náklad, čím stúpal záujem o reklamu. Reklama výrazne ovplyvnila podobu súdobých novín. V snahe dostať na stránku čo najviac, sa stal text neprehľadný. Aby sa čitateľ vôbec zorientoval, pridávali sa zoznamy článkov a obsah. Neskôr sa noviny rozdeľovali na konkrétne rubriky. Takmer všetko sa podriaďovalo reklame. Naštartoval sa kolotoč masového mediálneho biznisu.[29] Prínos Alfreda Harmswortha, vikomta Northcliffe, bol taký významný, že o ňom odborná literatúra píše ako o „*northcliffovskej revolúcii*" Reklama výrazne transformovala funkciu novín. Harmsworth mal cit pre to, čo treba v novinách zmeniť, prispôsobiť, aby sa stali úspešné. Odmietol použitie gotického písma, ktoré sa používalo v kontinentálnej Európe. Dal prednosť strohej, no vecnej podobe latinských verzálok. Stavil na výrazné skrátenie textov. Vymedzil si cieľovú skupinu. *Daily Mail* boli určené prevažne nižšej strednej triede. Ľudí, ktorí pre pracovnú vyťaženosť nemohli novinám venovať veľa času. Harmsworth zaradil to, čomu sa seriózne noviny bránili z pocitu ich bulvárneho smerovania, a to výrazné titulky a medzititulky. S Harmsworthom sa hovorí o vzniku komercializácie novín.[30]

Z renesančnej predstavy o kultivovaní svojich čitateľov začali viaceré noviny postupne ustupovať. Tlačoviny sa vydávali v obrovských nákladoch a stali sa enormne závislými od ekonomickej situácie. Harmsworth rýchlo pochopil, že expanziou sa dajú znížiť náklady, a preto sa usiloval o ovládnutie väčšiny britských periodík, vrátane *The Times*. Podľa Picarda je komercializácia novín úzko spojená s úpadkom ich kvality.[31] „*Primárny obsah novín v súčasnosti predstavuje komercionalizované spravodajstvo. Je koncipované tak, aby zaujalo široké publikum, aby pobavilo, aby bolo efektívne z hľadiska nákladov a aby bolo možné posunúť pozornosť publika zadávateľom reklamy...*"[32]

Denník *Daily Mail* smeruje od svojho založenia stále k strednej vrstve, teda je označovaný ako „mid market" médium.[33] V súčasnosti patrí *Daily Mail* do prvej desiatky

[27] VEČEŘA, Pavel: *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha : Grada, 2015, s. 103.
[28] Pozri v: McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009, s. 137.
[29] VEČEŘA, Pavel: *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha : Grada, 2015.
[30] VEČEŘA, Pavel: *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha : Grada, 2015.
[31] Pozri v: McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009, s. 137.
[32] Pozri v: McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009, s. 138.
[33] WILLIAMS, Kevin: *Read all about it! A history of the British newspaper*. London, New York : Routledge, 2010. 302 s. ISBN 978-0-415-34624-5. [online]. Dostupné na internete: <https://trove.nla.gov.au/work/35381404>. [cit. 2020-02-20].

denníkov s najväčším nákladom v Británii. Aj keď rokmi jeho náklad mierne klesá, udržiava si druhú priečku za denníkom *The Sun* s nákladom okolo 2 milióny výtlačkov denne.[34] Z pohľadu mediálneho marketingu dnes môžeme uvažovať o tom, prečo bola správa o odhalenej identite Jacka Rozparovača pre *Daily Mail* prijateľná. Je vhodné poukázať na exkluzivitu informácie a taktiež na obsah, ktorý má potenciál korešpondovať s komunikačnou stratégiou tohto denníka známeho o. i. svojím xenofóbnym ladením. Exkluzivita správy i podporenie komunikačnej stratégie len posilňujú postavenie značky na trhu.

Komunikačný model: Pokiaľ hovoríme o atribútoch, ktoré mohli uľahčiť šírenie skúmanej správy, je namieste definovať aj spôsob komunikovania danej správy. Komunikácia správy bola realizovaná v rámci *lineárneho* komunikačného modelu. Presnejšie, v rámci *prenosového komunikačného modelu*. Neponúka nám totiž nič viac, iba správu prijať, alebo neprijať. Prenosový model, tak ako ho popísal McQuail v osemdesiatych rokoch minulého storočia, je primárne určený k prenosu informácie. Ide o veľmi jednoduchú priamočiaru komunikáciu vedenú od tvorcu informácie k príjemcovi. Ktovie nakoľko cieľavedomou voľbou bol výber komunikačného kanála, akým je denník *Daily Mail* známy svojím xenofóbnym ladením. Otázna je v tomto prípade miera šumu, ktorý samotný denník mohol vyvolať, alebo práve naopak, minimalizovať. Šum ústiaci do komunikácie prostredníctvom technických zložiek, či ako psychologický aspekt zo strany recipienta, ktorý informáciu prijať nechce či nedokáže, priniesli do prenosového modelu komunikácie Claude Shannon a Warren Weaver.[35]

Nastoľovanie tém – agenda settings: Správne zvolená téma je nemenej dôležitá, ako správne zvolený spôsob komunikácie. Hľadanie odpovedí na otázky: „Prečo sú určité informácie o určitých témach súčasťou verejnej diskusie a iné ostávajú na okraji pozornosti? Prečo sú niektoré témy vnímané verejnosťou závažnejšie? (bez ohľadu na ich mieru závažnosti)" sú podľa Maxwella a McCombsa úlohou *agendy settings*.[36] Nastoľovanie tém úzko súvisí so vzťahom médiá a spoločnosť.

Správy s tematikou krimi sú verejnosťou silne žiadané od samotného vzniku. Napríklad v Británii bola tzv. *„nová žurnalistika"* vybudovaná na rozruchu a patologických javoch v spoločnosti, doslovne na sociálnych chorobách: *„social ills"*.[37] Aj keď sa skúmaná správa týka historického prípadu, ktorý sa udial v Londýne koncom 19. storočia, na základe nových skutočností a informácií, ktoré je možné interpretovať viacerými spôsobmi, TASR uverejnila na svojom webovom portáli článok s nasledovným perexom: *„Rozparovač je v skutočnosti poľský žid Aaron Kosminski."*[38]

[34] VEČEŘA, Pavel: *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha : Grada, 2015, s. 241.

[35] JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara: *Masová média,* 2. prepracované vyd. Praha : Portál, 2015, s. 24.

[36] McCOMBS, Maxwell E. – SHAW, Donald L. – WEAVER, David H.: *Communication and democracy*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers, 1999.

[37] WALKOWITZ, Judith R.: *City of Dreadful Delight: Narratives of Sexual Danger in Late-Victorian London*. Chicago : University of Chicago Press, 1992, s. 84.

[38] TERAZ SK (INFORMAČNÝ WEB TASR): Identita Jacka Rozparovača je po 126 rokoch odha-

Táto krátka veta ukrýva celé umenie *agendy settings*. Krimi, xenofóbia, antisemitizmus – kompletný balíček najexponovanejších tém. Strach a obavy z prisťahovalcov sú, žiaľ, silne zakorenené v našej spoločnosti. A to nielen v stredoeurópskom regióne, v krajinách ako Maďarsko, Česká republika, Slovensko, ale aj v krajine pôvodu správy. Antisemitizmus z čias viktoriánskeho Londýna zrejme pretrval dodnes.

Pravdivosť nepravdy: Mohlo by sa zdať, že sociálne siete sú ako urýchľovače prenosu informácií. Diaľnice pre všetky informácie, pravdivé ale i nepravdivé, ktoré sa šíria rýchlejšie, pretože nedodržiavajú pravidlá. Dezinformácie v online priestore sú také rozšírené, doslova všadeprítomné, že predstavujú jednu z hlavných hrozieb ľudskej spoločnosti. Podľa výskumu, ktorý sa zaoberal šírením enormného množstva rôznych neoverených správ, klebiet, prostredníctvom sociálnej siete *Facebook*, a ktorý realizovali spolupracujúci vedci z viacerých talianskych pracovísk a Bostonskej univerzity, aj neoverená správa môže byť používateľom prijatá ako pravdivá. Akceptácia správy závisí od používateľovho vnútorného systému sociálnych hodnôt a viery. Množstvo mechanizmov, ktoré generujú falošné správy a ich prijateľnosť používateľom, vytvára dojem, že dezinformácie sú vysoko rezistentné pre korekciu. Ich zistenia ukazujú, že používatelia majú väčšinou tendenciu vyberať a zdieľať obsah súvisiaci s konkrétnym príbehom a zvyšok ignorovať. Ukazuje sa tak, že sociálna homogenita je primárnou hnacou silou šírenia obsahu.[39]

Publikum a online komunita

Publikum je dôvodom existencie média, no u klasických médií zohráva úlohu len pasívneho člena. Spätná väzba prebieha nepriamo, ak k nej dochádza, ide len o jednosmernú komunikáciu. Publikum sa meria štatisticky, jedinec v kolektívnom koncepte úplne zaniká. S nástupom online médií sa situácia radikálne mení. Online médiá ponúkajú svojim recipientom rôzne nástroje komunikácie a spätnej väzby. Na online komunitu môžeme nahliadať ako na online používateľov, ktorí predstavujú absolútnu väčšinu ľudí pripojených na internet.[40] Konkrétnu komunitu si môžeme ohraničiť na základe vybraných parametrov. Pre oblasť výskumu budeme pracovať s komunitami čitateľov a nami skúmaných článkov.

Le Bonov dav: „Aj tisíce oddelených jednotlivcov môžu pod vplyvom určitých silných pocitov v danom okamihu nadobudnúť vlastnosti psychologického davu.“[41] Francúzsky sociológ Gustave Le Bon toto tvrdenie ilustroval významnou národnou udalosťou,

lená. Rozparovač je v skutočnosti poľský žid Aaron Kosminski. [online]. In *www6.teraz.sk, 7. 9. 2014*. Dostupné na internete: <http://www6.teraz.sk/magazin/identita-jack-rozparovac-odhalenie/97101-clanok.html>. [cit. 2020-02-20].

[39] DEL VICARIO, Michela et al.: The spreading of misinformation online. [online]. In *Proceedings of the National Academy of Sciences*. National Acad Sciences, 2016. Dostupné na internete: <https://www.pnas.org/content/pnas/113/3/554.full.pdf>. [cit. 2020-02-20].

[40] BEDNÁŘ, Vojtěch: *Internetová publicistika.* Praha : Grada, 2011. 210 s. ISBN 978-80-2473-452-1, s. 153.

[41] Le BON, Gustave: *Psychologie davu*. Praha : KRA, 1994. 160 s. ISBN 80-901527-8-3.
LESLIE, Larry Z.: *Celebrity in the 21st century*. Santa Barbara : ABC-CLIO, LLC, 2011, s. 14.

pod ktorou si môžeme predstaviť aj sledovanie dôležitého futbalového zápasu, no doba pokročila, a pre nás stačí otvoriť okno ktorejkoľvek sociálnej siete. *„Jednotvárnosť prostredia tvorí zdanlivú jednotvárnosť charakterov.“*[42] Každý z nás je iný, jedinečný, no na internetových fórach, v diskusiách, je názorové spektrum zväčša obmedzené na polarizáciu názorov. Všetci sme súčasťou davu. Závisí len od okolností a uhla pohľadu, vymaniť sa nám nepomôže ani nad- či podpriemerné IQ. Psychologický dav je dočasnou bytosťou zloženou z rôznorodých živlov, ktoré sa na okamih zlúčili a vytvorili celok s odlišnými vlastnosťami od tých, ktoré má každá zo začlenených jednotlivcov zvlášť. Dav sa riadi nevedomím. Ľudia s rôznorodými vlastnosťami, povolaním, výškou IQ, vychovaní odlišnými prístupmi, môžu mať totožné pudy, city i vášne. Panuje tu zákon psychologickej jednoty. V kolektívnej duši sa zotierajú individuality a podvedomé prvky vystupujú na povrch. Dav sa ľahko stáva katom alebo obeťou. Dav sa neriadi inteligenciou. Neznášanlivosť, autoritatívnosť a konzervatívnosť sú mu naopak vlastné. Medzi faktory, ktoré pôsobia na názory davu bezprostredne, radí Le Bon: *obrazy, slová, jednoduché formulácie, ilúzie, skúsenosť* i prekvapivo *rozum.* Sám autor uvádza, že rozum by sme mohli priamo v úvode z týchto faktorov vyňať, ak by v hre nebola aj negatívna stránka jeho vplyvu. Dav nie je schopný reagovať na logické úvahy a týmto spôsobom nie je možné naň vplývať. Dav chápe iba hrubé asociácie ideí. Preto rečníci a názoroví vodcovia používajú bohatú gestikuláciu a svoje prezentácie zakladajú na výrazných emočných prejavoch. Z uvedených faktorov má jedine skúsenosť dostatočnú moc, aby ustálila pravdu v duši davu a zničila ilúzie. Je nutné však podotknúť, že na to, aby sa tak stalo, treba mnoho času a mnoho opakovaní. Žiaľ, aj z reálneho života vieme, že skúsenosti nadobudnuté jednou generáciou nestačia. Je potrebné vybudovať širokú základňu a opakovane poskytovať zážitky súvisiace s predmetom určitého problému.[43]

Doba Ortegovho spokojného mladého muža: Výrazná osobnosť španielskej filozofie José Ortega y Gasset upozorňuje, že v súčasnosti máme do činenia s novým typom davového človeka. Kým tradičný žil v nedostatku a obmedzeniach, ktoré si uvedomoval, dnešný človek žije svoj život bez obmedzení. Cíti sa zaistený, nezávislý, uprostred príležitostí bez limitov. Možno práve pre tieto neobmedzené možnosti nadobudol pocit nepremožiteľnosti a má vo zvyku odvolávať sa prevažne sám na seba. *„Davový človek by nikdy neuznal niečo mimo seba, ak by ho k tomu nenútili okolnosti.“*[44] Po príklady tohto tvrdenia hraničiaceho takmer s ideológiu vo vieru v seba samých dnes nemusíme chodiť ďaleko. Čelíme novej spoločenskej skutočnosti. *„Európske dejiny po prvýkrát závisia od rozhodnutia vulgárneho človeka.“*[45] Keďže sa pojmy ako alternatívne *fakty, post-pravda či fake news* tešia masívnej popularite najmä od prezidentských volieb v Spojených štátoch roku 2016, môžeme Ortegove slová aplikovať globálne nie-

[42] Le BON, Gustave: *Psychologie davu*. Praha : KRA, 1994. 160 s. ISBN 80-901527-8-3.
LESLIE, Larry Z.: *Celebrity in the 21st century*. Santa Barbara : ABC-CLIO, LLC, 2011, s. 15.
[43] Le BON, Gustave: *Psychologie davu*. Praha : KRA, 1994. 160 s. ISBN 80-901527-8-3.
LESLIE, Larry Z.: *Celebrity in the 21st century*. Santa Barbara : ABC-CLIO, LLC, 2011.
[44] ORTEGA Y GASSET, José: *Vzpoura davů*. Praha : Portál, 2018, s. 87.
[45] ORTEGA Y GASSET, José: *Vzpoura davů*. Praha : Portál, 2018, s. 117.

len na náš európsky región. Z psychologického hľadiska, vzhľadom na účinky na verejný život, autor popisuje niekoľko základných charakteristík nového typu davového človeka. Jeho vrodený a základný dojem spočíva v tom, že život je jednoduchý, bez dramatických obmedzení. Aj napriek svojej priemernosti má pocit vlády a triumfu. Ten ho podnecuje a utvrdzuje v tom, kým je, a aby svoje mravné a rozumové hodnoty považoval za dobré a úplné. Uzatvára sa v komfortnej zóne sebaklamu. Stáva sa odolný, neprístupný voči názorom iných. Jeho vnútorný pocit vlády ho neustále podnecuje k tomu, aby v tomto prístupe zotrval. Neskôr uplatňuje tieto zásady aj navonok, zasahuje do všetkého, s čím nesúhlasí, a okoliu vnucuje bezprostredne svoj názor.[46] Vzniká teda človek davového typu, ktorý nepotrebuje dav, skupinu ľudí na to, aby obmedzil svoje myslenie a rozhľad. Vytvára sa akoby davové myslenie jednotlivca.

Jack Rozparovač a médiá

Londýnsky antisemitizmus. V neskorom viktoriánskom Londýne boli podmienky pre život najmä chudobných ľudí alarmujúce. Kým začiatkom 19. storočia sa pohyboval počet obyvateľov na úrovni 900 tisíc, na jeho konci predstavoval číslo šesť a pol milióna. V tej dobe bol Londýn najväčšou metropolou sveta. O enormné preľudnenie sa postarala Veľká priemyselná revolúcia, urbanizácia a nepriaznivá situácia v kontinentálnej Európe. Prisťahovalcov bolo čoraz viac. Íri migrovali pre hladomor, nastalo masívne sťahovanie ľudí z vidieka do miest, niektorí cudzinci prichádzali až z krajín východnej Ázie. Židia, ktorých história predurčila na pozície obchodníkov, bankárov, priniesli do Anglicka novú vitalitu a majetok. Na druhej strane boli z tých istých príčin zatracovaní a obviňovaní z rôznych negatívnych javov v spoločnosti. Bolo nepísaným pravidlom, že ak sa udial nejaký trestný čin, podozrenie padalo najskôr na členov židovskej obce. Inak to nebolo ani v prípadoch záhadných vrážd Jacka Rozparovača. Najproduktívnejším médiom tej doby bol bulvárny *The Star*, ktorý 5. septembra 1888 uverejnil text v znení: „*Jeho výraz odzrkadľuje celú hrôzu a násilie, ktoré sú postrachom pre ženy. Jeho úzke pery so zlovestným úškľabkom pôsobia odpudzujúco... Jeho meno nikto nepozná, ale všetci sa zhodujú na tom, že ide o Žida, alebo niekoho židovského pôvodu, jeho tvár nesie znaky hebrejského vzhľadu...*" Editor William S. Stead z denníka *Pall Mall Gazette* pochopil medzi prvými, kde sa nachádza budúcnosť novej žurnalistiky a začal klásť dôraz na zločiny a senzácie.[47]

Aaron Kosminski ako údajný páchateľ: Jack Rozparovač bola prezývka sériového vraha, ktorý na konci 19. storočia spáchal niekoľko vrážd v mestskej štvrti viktoriánskeho Londýna – Whitechapel. Od iných páchateľov sa odlišoval tým, že svoje obete posmrtne zohavoval a nechával ich na ulici, na očiach širokej verejnosti. Dá sa usudzovať, že tak robil úmyselne pre upútanie pozornosti. Vraždil zvyčajne v skorých ranných hodinách. Neobával sa rizika, keď zámerne volil miesta v bezprostrednej blíz-

[46] ORTEGA Y GASSET, José: *Vzpoura davů*. Praha : Portál, 2018.

[47] OLDRIDGE, Darren: *Casting the spell of terror: the press and the early Whitechapel murders.* In WARWICK, A. & WILLIS, M.: *Jack the Ripper. (Media, culture, history)* Manchester : Manchester University Press, 2007, s. 46-55.

kosti ľudských obydlí. Postupoval chladnokrvne, podľa jasne stanoveného scenára, svoje činy detailne plánoval. Premyslenosť a plánovitosť činov dokazujú aj závery súdnych správ, podľa ktorých páchateľovi trvalo iba niekoľko minút, aby obeť usmrtil, rozrezal, nainštaloval orgány a nepozorovane unikol. Andrej Drbohlav definuje *organizovaného sériového vraha* ako antisociálneho psychopata, ktorý je počas činu úplne pri zmysloch. Ide o jedinca so silne manipulatívnymi sklonmi, narcististickú osobnosť, väčšinou dosahujúcou vyššie vzdelanie.[48]

V správe, ktorá je predmetom nášho výskumu, je podozrivý Aaron Kosminsky automaticky označený za vraha. Aaron Kosminski trpel schizofréniou, podľa záznamov v chorobopise z Ústavu pre choromyseľných *Colney Hatch Asylum*, kam bol v roku 1889 umiestnený, sa uňho opakovali zvukové halucinácie a viacerí lekári potvrdili túto diagnózu.[49] V minulosti panoval názor: „Je to blázon, je nebezpečný!" Ak schizofrenik pre niekoho predstavuje nebezpečenstvo, je to väčšinou len on sám. V tomto názore sa zhodujú psychológovia, psychiatri i kriminalisti. Pacienti sú zväčšia apatickí, úzkostliví, sústredení sami do seba. Môžu sa u nich objaviť náhle zmeny nálad či situácie, keď sa správajú absurdne, napr. stereotypne opakujú určité slovné spojenia či u nich prepukne stav prudkého vzrušenia.[50] Americký psychiater Dr. E. Fuller Torrey, ktorý sa špecializuje na prípady schizofrénie a násilia, potvrdzuje, že malé množstvo všetkých pacientov je schopné byť nebezpečnými vo fáze akútnych príznakov psychózy z dôvodov halucinácií. No aj v stavoch silných halucinácií ohrozujú predovšetkým samých seba, často s fatálnymi dôsledkami.[51] Na spáchanie činu, ktorý si vyžaduje plánovanie, chladnokrvnosť a pevné nervy, jednoducho nie sú uspôsobení. Aaron Kosminski teda nebol schopný vraždiť s rukopisom vraha, akým bol Jack Rozparovač.

Mediálna postava alebo celebrita: Jack Rozparovač sa stal vo viktoriánskom Londýne témou číslo jeden. Spoločnosť bola fascinovaná tajomným vrahom. Na jednej strane pociťovala strach, no na druhej prevládalo vzrušenie, ktoré nútilo najmä členov vyšších spoločenských kruhov ku kurióznym činom. Uskutočňovali rôzne eskapády vo forme výletov na miesta činu. Boli zaznamenané i pokusy z radov verejnosti o amatérske vyšetrovanie prípadu. To všetko umocňovali krvavé romány Emila Zolu známe svojou brutalitou. [52] Vraždy Jacka Rozparovača nepredstavovali sexuálne motivované činy, no samotný fakt, že obeťami boli ženy, ktoré sa aspoň sporadicky prostitúciou živili, im prepožičiavalo sexuálny charakter.[53]

Vďaka zrušeniu kolkov sa podarilo od roku 1855 lacnejším novinám radikálne zvý-

[48] DRBOHLAV, Andrej: *Psychologie sériových vrahů*. Praha : Grada, 2013.
[49] BEGG, Paul – BENNETT, John G. – JONES, Richard: *Jack the Ripper, 6th edition, All about the History.* Dorset : Future PLC, 2018, s. 148-149.
[50] DRBOHLAV, Andrej: *Psychologie sériových vrahů*. Praha : Grada, 2013, s. 454.
[51] TORREY, E. Fuller: *Surviving Schizophrenia, 4th edition. A Manual for Families, Consumers, and Providers*. New York : Harper Perennial, 2013, s. 308.
[52] CUNNINGHAM, D.: CUNNIGHAM, David: *Living in the slashing grounds: Jack the Ripper, monopoly rent and the new heritage*. In WARWICK, A. & WILLIS, M.: *Jack the Ripper. (Media, culture, history)* Manchester : Manchester University Press, 2007, s. 159-175.
[53] WALKOWITZ, Judith R.: *City of Dreadful Delight: Narratives of Sexual Danger in Late-Victorian London.* Chicago : University of Chicago Press, 1992, s. 245.

šiť náklad. V súvislosti s tým narastal v spoločnosti stále väčší dopyt po správach s kriminálnou tematikou. Úvodné strany bulváru zapĺňali neoverené, prípadne úplne vymyslené informácie o nových zverstvách záhadného vraha.[54] Medzi Jackom Rozparovačom a bulvárom vznikol akýsi symbiotický vzťah. Bez *jednopencových tlačovín* by sa z vraha niekoľkých prostitútok v najchudobnejšej londýnskej štvrti Whitechapel, kde vraždy neboli ničím výnimočným, nikdy nestal fenomén, ktorý pretrval až dodnes. A naopak. Jack Rozparovač poskytoval živnú pôdu pre najrozmanitejšie teórie, ktoré priťahovali pozornosť verejnosti. Tak, ako Jack Rozparovač pomohol koncom 19. storočia predaju novín za pencu, pomohol i k propagácii knihy *Naming Jack the Ripper* autora Russela Edwardsa v súčasnosti.

Nie každá mediálna postava sa dá zároveň označiť aj pojmom celebrita. Larry Z. Leslie definuje tri základné charakteristiky. *Celebrita musí byť slávna – dobre známa, často sa objavovať v médiách a usilovať sa o udržanie tohto statusu*. Ak sú tieto podmienky zachované, celebritou môže byť aj fiktívna postava. Zjednodušene môžeme tvrdiť, že pokiaľ záujem verejnosti o danú osobnosť pretrváva, je účinným nástrojom predaja. Podľa výskumu agentúry HPI a jej rozdelenia funkcií celebrity v reklame by sme Jackovi Rozparovačovi mohli prisúdiť kategóriu „*zakotvený – osobnosť celebrity je integrovaná v príbehu reklamy.*"[55]

Prítomnosť autority: Ďalším atribútom, ktorý mohol prepožičať správe dojem dôveryhodnosti, bola prítomnosť autority. Z hľadiska reklamného posolstva predstavuje autorita výrazný persuazívny faktor. Vo vzťahu k autorite pociťuje recipient určitú mieru rešpektu a povinnosti. Obzvlášť silným persuazívnym nábojom v priestore strednej Európy disponujú vedci, akademici, renomovaní špecialisti. Titul či vysoké spoločenské postavenie ostatných akoby prirodzene vedie k poslušnosti.[56] V uvedenej správe o Aaronovi Kosminskom túto úlohu vyplnil Dr. Jari Louhelainen, docent z oblasti biochémie, zaoberajúci sa tiež výskumom v molekulárnej biológii s využitím vo forenzných vedách. V žiadnom prípade teda nemôžeme hovoriť len o akejsi ilúzii autority. Problémom bol výskum, ktorý mal jasne preukázať genetickú zhodu medzi materiálom na šatke jednej z obetí Jacka Rozparovača a podozrivým Aaron Kosminskim. Nielenže testy neboli verifikované, boli podrobené intenzívnej kritike zo strany ďalších odborníkov. Pojem autority a použité odborné výrazy ako *forenzné vedy*, *testy DNA* mohli dodať teórii o Aaronovi Kosminskom, ako možnom sériovom vrahovi, na vierohodnosti.

Symbol autority však v tomto prípade figuroval aj na opačnom konci. K nejasným a nepresvedčivým záverom švédskeho vedca sa postupne vyjadrovala široká verejnosť, ktorej názory sa vďaka novým médiám rýchlo stali súčasťou debát pod článkami o „fenomenálnom objave." Súboj autorít na oboch stranách sa ešte vyostril publikovaním článku v odbornom časopise *American Journal of Forensic sciences* v marci roku 2019.

[54] INWOOD, Stephen: *Historie Londýna.* Brno : Jiří Bruchal BB art, 2013, s. 547.
[55] MIKULÁŠ, Peter: Podpora osobností a celebrity. In SVĚTLÍK, Jaroslav (Ed.): *Reklama. Teorie, koncepce, modely*. Rzeszów : WSIZ, 2017, s. 413.
[56] SVĚTLÍK, Jaroslav (Ed.): *Reklama. Teorie, koncepce, modely*. Rzeszów : WSIZ, 2017, s. 130.

V roku 2020 však môžeme otvorene povedať, že svet teóriu o Aaronovi Kosminskom, ako usvedčenom sériovom vrahov z cyklu Jacka Rozparovača, neprijal. Svedčia o tom nielen názory rôznych odborníkov z oblasti genetiky, molekulárnej biológie, biochémie, ako napr. Sir Alec Jeffreys, Walther Parson, Hansi Weissensteiner, ale aj samotná verejnosť, ktorá na internetových fórach dáva jasne najavo, že teóriu o Aaronovi Kosminskom ako odhalenom Rozparovačovi neprijala. [57] Informácie sa taktiež dostávajú do periodickej tlače. Môžeme uviesť číslo magazínu *All about History* (Všetko o histórii) venované Jackovi Rozparovačovi s podtitulom odkazujúcim na nevyriešenú záhadu.[58]

Výskumná časť

V tejto časti štúdie objasníme metodiku výskumu spojeného s našou dizertačnou prácou. Výskumnú oblasť môžeme stanoviť na oblasť mediálnej manipulácie. Téma výskumu: Využitie ambivalencie faktu a fikcie v médiách.

Predmet výskumu – popis prípadu: Správa o odhalenej identite Jacka Rozparovača, ktorá bola vytvorená a publikovaná britským denníkom *Daily Mail* v septembri 2014 a znovu publikovaná s menšou obmenou v marci roku 2019, bola prevzatá ďalšími európskymi médiami ako zaručená, pravdivá, určená širokej verejnosti. Správa *Daily Mail Online* v sekcii News 6. septembra 2014 informuje o odhalenej identite legendárneho vraha a prezentuje informácie o tom, ako sa to podarilo amatérskemu detektívovi Russellovi Edwardsovi za použitia DNA testov 126 rokov po hrôzostrašných vraždách: *A WORLD EXCLUSIVE: Jack the Ripper unmasked: How amateur sleuth used DNA breakthrough to identify Britain's most notorious criminal 126 years after string of terrible murders.*[59] Autor článku, amatérsky detektív Russell Edwards, zároveň majiteľ obchodu so suvenírmi Jacka Rozparovača, sa rozhodol preskúmať šatku jednej z obetí. Požiadal o pomoc vedca z oblasti molekulárnej biológie Jari Louhelainena, ktorý vykonal testy DNA a údajne sa mu podarilo nájsť zhodu s genetickým materiálom jedného z bývalých podozrivých. Bez ďalšej verifikácie a zverejnenia detailov vedeckého postupu za Jacka Rozparovača označili poľského kaderníka Aarona Kosminského. Správa o odhalenej identite Jacka Rozparovača bola vytvorená účelovo so zámerom podporiť predaj knihy amatérskeho detektíva Russella Edwardsa, *Naming*

[57] DAVID, Adam: Does a new genetic analysis finally reveal the identity of Jack the Ripper? [online]. In *www.sciencemag.org, 15. 3. 2019*. Dostupné na internete: <https://www.sciencemag.org/news/2019/03/does-new-genetic-analysis-finally-reveal-identity-jack-ripper>. [cit. 2020-02-20].

[58] BEGG, Paul – BENNETT, John G. – JONES, Richard: *Jack the Ripper, 6th edition, All about the History.* Dorset : Future PLC, 2018.

[59] EDWARDS, Russell: World Exclusive: Jack the Ripper unmasked: How amateur sleuth used DNS breakthrough to identify Britain's most notorious criminal 126 years after string of terrible murders. [online]. In *www.dailymail.co.uk*, *9. September 2014.* Dostupné na internete: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2746321/Jack-Ripper-unmasked-How-amateur-sleuth-used-DNA-breakthrough-identify-Britains-notorious-criminal-126-years-string-terrible-murders.html>. [cit. 2020-02-20].

Jack the Ripper, čo priamo potvrdzuje informácia v samotnom závere rozsiahleho textu. Uvedený je názov, meno autora, dátum vydania a dokonca i predajná cena.

Aj napriek tomu, že odborná verejnosť samotné genetické testy spochybnila, profesor Sir Alec Jeffreys poukázal na zásadné chyby v nomenklatúre testu, Louhelainenovi sa podarilo o pár rokov neskôr publikovať v americkom kriminologickom časopise príspevok: „*Forenzný výskum šatky odkazuje na vraždy Jacka Rozparovača.*" V marci roku 2019 tak prebehla európskymi médiami druhá vlna článkov o vrahovi z Poľska.

Cieľ výskumu: Hlavným cieľom bude opísať mechanizmus šírenia falošnej správy. Zameriame sa na jednotlivé prvky a súvislosti, ktoré dopomohli a uľahčili šírenie správy.

Čiastkové ciele venujeme určeniu atribútov, ktoré správe prepožičali dôveryhodnosť. Považujeme za dôležité preskúmať, akým spôsobom sa menil obsah správy. Popísať a definovať pôvodnú správu denníka *Daily Mail Online* zo 6. septembra 2014 a 19. marca 2019 o odhalenej identite Jacka Rozparovača.

Výskumné otázky: Pomocou výskumných otázok sa budeme snažiť čo najpresnejšie zodpovedať výskumný problém. Výskumný problém sa týka mechanizmu šírenia konkrétnej falošnej správy online prostredím. Predstavuje komplexné obsiahnutie prípadu, akým spôsobom bola konkrétna správa interpretovaná, prevzatá, a akým spôsobom šírená slovenskými a českými online médiami.

Výskumné otázky sa podľa svojej povahy rozlišujú na deskriptívne (popisné), ktorými zisťujeme, v akom stave sa daná premenná (jav) nachádza. Relačnými výskumnými otázkami sa pýtame na určitý vzťah medzi premennými, a kauzálnymi zisťujeme, ako jedna premenná ovplyvňuje ďalšiu/ďalšie premenné.[60]

1. Aký druh správy predstavuje pôvodný článok zo 6. septembra 2014 publikovaný denníkom *Daily Mail Online*?

2. Aký druh správy predstavuje pôvodný článok zo 17. marca 2019 publikovaný denníkom *Daily Mail Online*?

3. Aké atribúty pôvodných správ sa objavili v slovenských a českých online médiách?

4. Ako sa odlišujú atribúty prevzatých správ v českých a slovenských médiách v roku 2014 a 2019?

5. Ktoré psychologické javy a ďalšie zložky mohli dodať jednotlivým správam dôveryhodnosť?

Hypotézy: Ako doplnok k výskumným otázkam sme stanovili aj niekoľko hypotéz, ktoré by mali prispieť ku komplexnosti zodpovedania výskumného problému. Vzhľadom na spracovanie a prvotný kontakt s výskumným materiálom si dovolíme načrtnúť rovinu úvah o skúmanom probléme. Šírenie dezinformácie prostredníctvom

[60] Pozri: GAVORA, Peter et al.: *Elektronická učebnica pedagogického výskumu*. [online]. Bratislava : Univerzita Komenského, 2010. ISBN 978–80–223–2951–4. Dostupné na internete: <http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/>. [cit. 2020-02-20].

českých a slovenských médií môže dosahovať dve úrovne. Alebo išlo o zámerné šírenie obsahu, alebo bolo šírenie obsahu spôsobené nedôslednou činnosťou. Prípadný zámer alebo len nedôslednosť sa pokúsime identifikovať na základe počtu faktorov, ktoré o tejto skutočnosti mohli vypovedať. Napr. či boli v správe zastúpené znaky antisemitizmu. Či boli v správe zastúpené znaky xenofóbie. Či boli v správe zastúpené znaky antisemitizmu, xenofóbie, a či došlo k porušeniu prezumpcii neviny.

Hypotéza 1: V pôvodnej správe boli použité prvky antisemitizmu a xenofóbie.

Hypotéza 2: V pôvodnej správe bola porušená prezumpcia neviny.

Hypotéza 3: V prevzatých správach sa vyskytovali prvky antisemitizmu.

Hypotéza 4: V prevzatých správach sa vyskytovali prvky xenofóbie.

Hypotéza 5: V prevzatých správach bola porušená prezumpcia neviny.

Hypotéza 6: V prevzatých správach bolo porušených viacero pravidiel novinárskej etiky.

Hypotéza 7: V prevzatých správach došlo k zámernému šíreniu nenávistných informácií.

Metodika výskumu: Výskum v sociálnych vedách sa v súčasnosti uskutočňuje prostredníctvom kvantitatívneho, kvalitatívneho alebo zmiešaného výskumu.[61] V kvantitatívnom výskume sa snažíme javy vysvetliť, analyzovať, prípadne porovnať. Disponuje dôležitými charakteristikami ako sú reliabilita a validita, ktoré zabezpečujú, že výsledky kvantitatívneho výskumu sa dajú zovšeobecniť. Kvalitatívny výskum sa uskutočňuje zväčša v menšom, úzko špecifikovanom výskumnom súbore. Napriek tomu prináša kvalitatívny výskum svoje nenahraditeľné výhody. Výsledky objasňujú, prečo dochádza ku skúmaným javom, prípadne z akých dôvodov. Vysvetľujú hlbšie prepojenia. Aby bol výskumný problém zodpovedaný čo najkomplexnejšie, pristupuje sa ku kombinácii metód kvantitatívneho aj kvalitatívneho výskumu.[62]

Na základe predmetu výskumu a výskumného problému využijeme formu zmiešaného výskumu. Ako vyplýva z vyššie uvedených výskumných otázok, našou snahou je uchopiť mechanizmus šírenia uvedenej správy komplexne. Na výskum využijeme *metódu prípadovej štúdie*. Ako uvádza Jan Hendl, výskum prostredníctvom tejto metódy sa zameriava na podrobný rozbor a popis konkrétneho prípadu. Výskumné otázky sa priamo týkajú charakteristiky daného prípadu.[63] Metódu prípadovej štúdie považujeme za vhodnú aj preto, že umožňuje analyzovať prípad komplexne a je možné kombinovať viaceré výskumné metódy, prípadne rôzne typy dát. [64] Metóda dostáva stále väčší priestor vo vedeckej sfére. *„Je obľúbená najmä pre schopnosť poskytnúť intenzívny pohľad na vybraný spoločenský fenomén.*"[65] Rovnaký zdroj uvádza aj pár výstižných definícií tejto metódy. Pre bližšiu spojitosť s naším výskumným problémom použijeme formuláciu, ktorú vyslovil Robert Stake. Prípadová štúdia podľa neho pred-

[61] HENDL, Jan: *Kvalitativní výzkum*. Praha : Portál, 2016.
[62] SEDLÁKOVÁ, Renata: *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha : Grada, 2014.
[63] HENDL, Jan: *Kvalitativní výzkum*. Praha : Portál, 2016, s. 101.
[64] SEDLÁKOVÁ, Renata: *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha : Grada, 2014.
[65] VASIĽOVÁ, Mária: Využitie prípadových štúdií ako výskumnej metódy v marketingu. In *Vedecké state Obchodnej fakulty EU 2013*. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, s. 646.

stavuje formu výskumu, ktorá je určená predmetom samotného výskumu, teda individuálnym prípadom. Skúmaný jav tak podriaďuje formu výsledného dizajnu výskumu. Podľa Swanborna je pre metódu prípadovej štúdie charakteristické, že využíva známe teoretické východiská, no v priebehu výskumu je možné ďalšie kroky prispôsobiť novovzniknutým skutočnostiam. Realizuje sa v určitom čase a priestore vymedzenom sociálnym prostredím. Skúmanie objektu prebieha v jeho prirodzených podmienkach. Metóda sa zameriava na dôkladné pozorovanie javov, na opis, interpretáciu sprievodných procesov a interakcie s prostredím.[66]

Vyššie uvedené charakteristiky metódy prípadovej štúdie sme vybrali v nadväznosti na zvolený výskum. Pri stanovovaní vhodnej výskumnej metódy je dôležité vnímať aj slabé stránky, prípadne riziká nielen metódy, ale aj samotného výskumníka. Najväčšou hrozbou pre mňa ako výskumníka je dodržanie objektivity a nestrannosti. Prípadom Jacka Rozparovača sa zaoberám od roku 2013, sú mi známe viaceré fakty a aj rozšírené fabulácie, preto sa na jednej strane ľahšie dokážem orientovať v textoch týkajúcich sa tejto tematiky, no na strane druhej je tu riziko, že skĺznem k deduktívnym záverom. V tomto musím byť ako vedec zvlášť obozretná, keďže ani metóda prípadovej štúdie vďaka svojej náročnosti v interpretácii nebude oporou. Keďže skúma daný jav podrobne a komplexne, je prirodzená časová náročnosť a jej kvalitatívny charakter ju predurčuje k slabej validite výsledkov a možnosti zovšeobecnenia. Uvedené nedostatky kvalitatívnej metódy sa budeme snažiť kompenzovať kvantitatívnou obsahovou analýzou prebraných textov, kde sa zameriame na prítomnosť stanovených kategórií. Okrem obsahovej analýzy v kvantitatívnom poňatí, chceme využiť aj metódu kvalitatívnej semiotickej analýzy, ktorou začneme výskumnú činnosť. Na ilustráciu uvedieme konkrétne kroky, ktorými budeme jednotlivé časti výskumu realizovať:

Prvý krok sa týka pôvodných článkov, správ uverejnených v portáli *Daily Mail Online* 6. septembra 2014 a 17. marca 2019. Oba články podrobíme dôkladnej *semiotickej analýze*, z dôvodu stanovenia kategórií údajov, ktoré budeme ďalej sledovať v prebraných online článkoch slovenských a českých médií. Pre správne zvolenie daných kategórií je potrebné poznať súvislosti a kontext. To znamená odpovedať na otázky: Prečo? Ako? Za akých okolností? A z akých pohnútok boli články vytvorené a uverejnené? Tieto otázky sa netýkajú len samotnej semiotickej analýzy, ale aj prípravnej etapy prípadovej štúdie, ktorá celý výskum zastrešuje. Pri semiotickej analýze pôvodných správ z webu *Daily Mail Online* sa sústredíme nielen na textovú zložku, ale aj na formu sprievodných obrázkov a celkový vizuál stránky. Ide o kvalitatívnu výskumnú metódu, ktorá je vhodná na skúmanie obsahov mediálnych správ. Významy obsahov skúma vo viacerých úrovniach.[67]

V ďalšom kroku pristúpime k analýze prevzatých online správ z roku 2014 a 2019 v slovenských a českých médiách. Využijeme na to metódu *kvantitatívnej obsahovej*

[66] Pozri v: VASIĽOVÁ, Mária: Využitie prípadových štúdií ako výskumnej metódy v marketingu. In *Vedecké state Obchodnej fakulty EU 2013*. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, s. 647.
[67] TRAMPOTA, Tomáš – VOJTĚCHOVSKÁ, Martina: *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010, s. 117.

analýzy, pri ktorej budeme sledovať výskyt vopred definovaných kategórií a javov. Ako napr. v ktorej sekcii sa nachádzal prevzatý online článok, či bol uvedený zdroj, autor článku. Či boli uvedené konkrétne slová ako „vrah," „Poliak," „prisťahovalec" atď. Prípadne, či boli v článku prítomné znaky antisemitizmu a ďalšie špecifické javy. Metóda obsahovej analýzy je vhodná pre väčší počet článkov a zozbierané údaje sa dajú kvantifikovať. V prípade nášho výskumu ide približne o 25 článkov slovenských a českých médií. Zaujímavý je tiež fakt, že v roku 2014 bez ďalšieho overenia informácie prevzala správu z *Daily Mail Online* Tlačová agentúra Slovenskej republiky (TASR) a podobne tak učinila aj Česká tlačová agentúra (ČTK). Tento fakt výrazne ovplyvnil ďalšie šírenie správ česko-slovenským mediálnym priestorom. V roku 2019, keď *Daily Mail Online* uverejnil správu takmer identického významu doplnenú o informáciu, že výskum ktorý dokázal zhodu genetického materiálu, bol uverejnený v americkom vedeckom časopise, už záujem tlačových agentúr nášho regiónu nevyvolal. Považujeme za podnetné tiež porovnať, ktoré české a slovenské médiá v daných rokoch správu prevzali.

Zdroje výskumu: Výber online zdrojov je zámerný. Digitálnym priestorom sa šíria informácie, a teda aj dezinformácie rýchlejšie a jednoduchšie. Je zaťažený menšími právnymi postihmi, je interaktívnejší a disponuje možnosťou spätnej väzby, čiže je možné sledovať reakcie na fórach. Na výskum použijeme články zo septembra 2014 a marca až apríla 2019 zo slovenských a českých online médií (tab.1), ktoré boli uverejňované v nadväznosti na články *Daily Mail Online* zo 6. septembra 2014 a 17. marca 2019, ktoré budú taktiež súčasťou výskumu.

2014	2019
Teraz.sk (TASR)	x
Aktuality.sk	x
Ta3.sk	x
Noviny.sk (TV JOJ)	x
Sme.sk	Sme.sk
HN.sk	HN.sk
Cas.sk	Cas.sk
Topky.sk	Topky.sk
X	Pravda.sk
X	Plus.rozhlas.cz (Český rozhlas)
Tv.nova.cz	x
Novinky.cz	Novinky.cz
Blesk.cz	Blesk.cz

Tabuľka 1. Incidencie prevzatých správ z Daily Mail Online českými a slovenskými online médiami.

Vybrané médium	Druh spätnej väzby
Dailymail.co.uk	Diskusia (2315), možnosť zdieľať cez Fb, Tw, Pinterest, Linkedin...
Teraz.sk (TASR)	diskusia (0), možnosť zdieľať cez Tw, Fb (39 tis. sa to páči)
Aktuality.sk	diskusia (6)
Ta3.sk	diskusia (0), možnosť zdieľať cez Fb, Tw
Noviny.sk (TV JOJ)	bez diskusie, možnosť zdieľať cez Fb
Sme.sk	diskusia (3), možnosť zdieľať cez Fb
HN.sk	diskusia (0), možnosť zdieľať cez Fb, Tw, počet videní 202
Cas.sk	diskusia (0), možnosť zdieľať cez Fb, Tw, G
Topky.sk	diskusia (205), možnosť zdieľať cez Fb, Tw, messenger
Plus 7 dni.pluska.sk	diskusia (0), možnosť zdieľať cez Fb
ct24.ceskatelevize.cz	bez diskusie, možnosť zdieľať cez Fb, Tw
TV.nova.cz (zdroj ČTK)	-
Novinky.cz	bez diskusie, možnosť zdieľať cez Fb, Tw
Blesk.cz	diskusia (17), možnosť zdieľať cez Fb, Tw

Tabuľka 2. Druhy spätnej väzby pri článkoch z roku 2014, v zátvorkách uvedený počet reakcií.

Záver

V príspevku sme sa pokúsili nahliadnuť na problematiku šírenia správ, ktoré balansujú na hrane žurnalistickej etiky, a to z uhlov pohľadu viacerých sociálnych vied. V teoretickej časti sme sa zamerali na spôsoby, možnosti i nedostatky komunikácie zo strany komunít v mediálnom priestore. Poukázali sme tiež na krehké pnutie medzi skutočnosťou a fikciou, ktoré vytvára atraktívnu klímu pre producentov mediálnych obsahov. Sústredili sme sa na konkrétny príklad využitia skutočného prípadu. Ten sme pokladali za dôležité uchopiť komplexne, no prehľadne. Sme si vedomí, že návrh výskumu, ktorý ešte nebol realizovaný, nemôže poskytnúť údaje, ktoré by pre celkové zhrnutie boli zaujímavé, no aj tak veríme, že príspevok bude podnetný aspoň v rámci teoretickej roviny.

Literatúra a pramene

BEGG, Paul – BENNETT, John G. – JONES, Richard: *Jack the Ripper, 6th edition, All about the History.* Dorset : Future PLC, 2018. 158 s. ISBN 978-1-78389-827-5.
BEDNÁŘ, Vojtěch: *Internetová publicistika.* Praha : Grada, 2011. 210 s. ISBN 978-80-2473-452-1
COLLINS, Harper: *Collins COBUILD Advanced Learner's Dictionary,* Harper Collins Publishers [online] Dostupné na internete: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/post-truth>. [cit. 2020-02-20].
CONNELL, Ian: Mistaken identities: Tabloid and Broadsheet news discourse. [online]. In *The public*, 1998, roč. 5, č. 3, s. 11-31. Dostupné na internete: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.524.8670&rep=rep1&type=pdf>. [cit. 2020-02-20].
CUNNIGHAM, David: *Living in the slashing grounds: Jack the Ripper, monopoly rent and the new heritage.* In WARWICK, A. & WILLIS, M.: *Jack the Ripper. (Media, culture, history)* Manchester : Manchester University Press, 2007. 268 s. ISBN 978-07-1907494-3.

ČÁBYOVÁ, Ľudmila: *Marketing a marketingová komunikácia v médiách*. Lódž : Ksiezy mlyn Dom Wydawniczy Michal Kolinski, 2012. 211 s. ISBN 978-83-7729-181-8.
DAVID, Adam: Does a new genetic analysis finally reveal the identity of Jack the Ripper? [online]. In *www.sciencemag.org, 15. 3. 2019*. Dostupné na internete: <https://www.sciencemag.org/news/2019/03/does-new-genetic-analysis-finally-reveal-identity-jack-ripper>. [cit. 2020-02-20].
DEL VICARIO, Michela et al.: The spreading of misinformation online. [online]. In *Proceedings of the National Academy of Sciences*. National Acad Sciences, 2016. Dostupné na internete: <https://www.pnas.org/content/pnas/113/3/554.full.pdf>. [cit. 2020-02-20].
DRBOHLAV, Andrej: *Psychologie sériových vrahů*. Praha : Grada, 2013. 470 s. ISBN 978-80-247-4371-4.
EDWARDS, Russell: World Exclusive: Jack the Ripper unmasked: How amateur sleuth used DNS breakthrough to identify Britain's most notorious criminal 126 years after string of terrible murders. [online]. In *www.dailymail.co.uk, 9. September 2014.* Dostupné na internete: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2746321/Jack-Ripper-unmasked-How-amateur-sleuth-used-DNA-breakthrough-identify-Britains-notorious-criminal-126-years-string-terrible-murders.html>. [cit. 2020-02-20].
FREUD, Sigmund: *O človeku, kultúre a náboženstve*. Bratislava : Vydavateľstvo Európa, 2014. 164 s. ISBN 978-80-896-6607-2.
GAVORA, Peter et al.: *Elektronická učebnica pedagogického výskumu*. [online]. Bratislava : Univerzita Komenského, 2010. ISBN 978–80–223–2951–4. Dostupné na internete: <http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/>. [cit. 2020-02-20].
GREGOR, Miloš – VEJVODOVÁ, Petra: *Nejlepší kniha o fake news!!!* Brno : Cpress, 2018. 142 s. ISBN 978-80-264-1805-4.
HENDL, Jan: *Kvalitativní výzkum*. Praha : Portál, 2016. 440 s. ISBN 978-80-2620-982-9.
HORROCKS, Christopher: *Marshall McLuhan a virtualita*. Praha : Triton, 2002. 77 s. ISBN 978-80-725-4269-7.
INWOOD, Stephen: *Historie Londýna.* Brno : Jiří Bruchal BB art, 2013. 990 s. ISBN 80-7257-017-6.
JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara: *Masová média,* 2. prepracované vyd. Praha : Portál, 2015. 392 s. ISBN 978-80-262-0743-6.
JOHNSON, Paul: *Sokrates. Člověk pro naši dobu.* 2. vydanie. Brno: Barrister & Principal, 2012. 160 s. ISBN 978-80-7485-0820.
KRUML, Milan: *Definícia pojmu bulvarizácia/tabloidizácia,* In PSÁROVÁ, Miroslava: Tendencie bulvarizácie titulkov v hlavnom spravodajstve komerčných slovenských televízií. [online]. In *13. Študentská vedecká a umelecká konferencia, Sekcia mediálnych štúdií, 2017*. Dostupné na internete: <http://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Olostiak14/subor/Psarova.pdf>. [cit. 2020-02-20].

Le BON, Gustave: *Psychologie davu*. Praha : KRA, 1994. 160 s. ISBN 80-901527-8-3.
LESLIE, Larry Z.: *Celebrity in the 21st century*. Santa Barbara : ABC-CLIO, LLC, 2011. 273 s. ISBN 978-1-59884-484-9.
LYNCH, Michael P.: Introduction, The Mystery of truth. In LYNCH, Michael P. (Ed.): *The Nature of Truth: Classic and Contemporary Perspectives*. Cambridge : MIT Press, 2001. 792 s. ISBN 978-0-262-62145-8.
MATUŠKOVÁ, Lenka: „Fake News". In *Věda pro každého (Časopis Akademie věd ČR)*, 2018, roč. 2, č. 1, s. 12-16. ISSN 2570-7566.
McCOMBS, Maxwell E. – SHAW, Donald L. – WEAVER, David H.: *Communication and democracy*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers, 1999. 272 s. ISBN 0-8058-2555-X.
McLUHAN, Marshal: *The Medium is the Message*. In MARRIS, Paul – THORNHAM, Sue: *Media Studies*. Edinburgh University Press; 2Rev Ed edition (25 Oct. 1999), 896 s., ISBN: 978-074861206-2.
McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5.
McQUAIL, Denis: *Žurnalistika a společnost.* Praha : Karolinum, 2016. 256 s. ISBN 978-80-246-3093-9.
MIOVSKÝ, Michal: *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha : Grada, 2006. 332 s. ISBN 80-2471-362-4.
MIKULÁŠ, Peter: Podpora osobností a celebrity. In SVĚTLÍK, Jaroslav (Ed.): *Reklama. Teorie, koncepce, modely*. Rzeszów : WSIZ, 2017. 623 s. ISBN 978-83-64286-71-1.
MORGAN, Kenneth O. et al.: *Dějiny Británie.* Praha : Nakladatelství Lidové Noviny, 2010. 658 s. ISBN 978-80-7106-432-9.
MYNAŘÍKOVÁ, Lenka: *Psychologie lži*. Praha : Grada, 2015. 200 s. ISBN 978-80-247-5472-7.
NIETZSCHE, Friedrich: *O pravdě a lži ve smyslu nikoli morálním.* Praha : OIKOYMENH, 2007. 59 s. ISBN 978-80-7298-2813.
NUTIL, Petr: *Média, lži a příliš rychlý mozek. Průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada, 2018. 192 s. ISBN 978-80-271-0716-2.
OLDRIDGE, Darren: *Casting the spell of terror: the press and the early Whitechapel murders.* In WARWICK, A. & WILLIS, M.: *Jack the Ripper. (Media, culture, history)* Manchester : Manchester University Press, 2007. 268 s. ISBN 978-07-1907494-3.
ORTEGA Y GASSET, José: *Vzpoura davů*. Praha : Portál, 2018. 248 s. ISBN 978-80-262-1404-5.
PLATON: *Dialogy II.* Bratislava : Tatran, 1990. 704 s. ISBN 80-222-0126X.
PSÁROVÁ, Miroslava: Tendencie bulvarizácie titulkov v hlavnom spravodajstve komerčných slovenských televízií. [online]. In *13. Študentská vedecká a umelecká konferencia, Sekcia mediálnych štúdií, 2017*. Dostupné na internete: <http://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Olostiak14/subor/Psarova.pdf>. [cit. 2020-02-20].

SEDLÁKOVÁ, Renata: *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha : Grada, 2014. 548 s. ISBN 978-80-247-3568-9.
REMIŠOVÁ, Anna: *Etika médií*. Bratislava : Kalligram, 2010. 312 s. ISBN 978-80-8101-376-8.
SVĚTLÍK, Jaroslav (Ed.): *Reklama. Teorie, koncepce, modely*. Rzeszów : WSIZ, 2017. 623 s. ISBN 978-83-64286-71-1.
TERAZ SK (INFORMAČNÝ WEB TASR): Identita Jacka Rozparovača je po 126 rokoch odhalená. Rozparovač je v skutočnosti poľský žid Aaron Kosminski. [online]. In *www6.teraz.sk, 7. 9. 2014*. Dostupné na internete: <http://www6.teraz.sk/magazin/identita-jack-rozparovac-odhalenie/97101-clanok.html>. [cit. 2020-02-20].
TORREY, E. Fuller: *Surviving Schizophrenia, 4th edition. A Manual for Families, Consumers, and Providers*. New York : Harper Perennial, 2013. 512 s. ISBN 978-0062268853.
TRAMPOTA, Tomáš – VOJTĚCHOVSKÁ, Martina: *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010. 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
VASIĽOVÁ, Mária: Využitie prípadových štúdií ako výskumnej metódy v marketingu. In *Vedecké state Obchodnej fakulty EU 2013*. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, s. 646-659. ISBN 978-80-225-36622. [online]. Dostupné na internete: <Academia.edu/4611822/Využitie_prípadových_štúdií_ako_výskumnej_metódy_v_marketingu>. [cit. 2020-02-20].
VEČEŘA, Pavel: *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha : Grada, 2015. 207 s. ISBN 978-80-247-4178-9.
WALKER, Ralph C. S.: The Coherence Theory. In LYNCH, Michael P. (Ed.): *The Nature of Truth: Classic and Contemporary Perspectives*. Cambridge : MIT Press, 2001. 792 s. ISBN 978-0-262-62145-8.
WALKOWITZ, Judith R.: *City of Dreadful Delight: Narratives of Sexual Danger in Late-Victorian London.* Chicago : University of Chicago Press, 1992. 368 s. ISBN 978-0226871462.
WARWICK, Alexandra – WILLIS Martin: *Jack the Ripper (Media, Culture, History)*. Manchester : Manchester University Press, 2007. 268 s. ISBN 978-07-1907494-3.
WILLIAMS, Kevin: *Read all about it! A history of the British newspaper*. London, New York : Routledge, 2010. 302 s. ISBN 978-0-415-34624-5. [online]. Dostupné na internete: <https://trove.nla.gov.au/work/35381404>. [cit. 2020-02-20].

Mgr. Elena Petrová
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
E-mail: elena.petrova@ukf.sk

Niekoľko poznámok k podobám súčasnej politickej satiry na Slovensku

Ján Višňovský

Abstrakt:
Politická satira na Slovensku zažívala svoj zlatý vek v 90. rokoch 20. storočia, keď sa po novembri 1989 legálne dostala nielen na stránky novín a časopisov, ale aj do elektronických médií, pričom sa tešila vysokej obľube recipientov. V súčasnosti sa s obsahmi, ktoré by sme mohli označiť prívlastkom „satirické", stretávame predovšetkým na internete. Ide buď o príspevky, ktoré boli pôvodne uverejnené v tlači, resp. relácie odvysielané v rozhlase a televízii, a následne ich médiá umiestnili aj na svojich weboch, alebo sú to reakcie uverejnené v sociálnych médiách a iných platformách, prostredníctvom ktorých jednotlivci alebo kolektívy reagujú na aktuálne spoločensko-politické dianie. Otázne však zostáva, či takéto obsahy – aj vzhľadom na charakter ich stvárnenia – možno stále považovať za satiru alebo nie.

Kľúčové slová: internet, politická satira, satira ako žáner, satira v žurnalistike

Abstract:
Some Remarks on the Forms of Contemporary Political Satire in Slovakia. Political satire in Slovakia reached its golden age in the 1990s, when, after November 1989, it legally reached not only the pages of newspapers and magazines, but also the electronic media, enjoying high popularity with the recipients. At present, content that we would label as "satirical" is mainly found on the Internet. This consists of either contributions that were originally published in the press, respectively broadcast on radio and television, and then published on their own websites, or which are reactions posted on social media and other platforms by individuals or groups in response to current socio-political events. However, it remains questionable whether or not such content can still be considered as satire.

Keywords: Internet, political satire, satire as a genre, satire in journalism

Úvod

Žijeme v dobe digitálnej revolúcie, ktorú charakterizuje jednoduchý prístup k získavaniu, ale aj šíreniu informácií v globálnom kontexte. Okrem veľkých mediálnych domov sa pozornosť publika snažia získať alternatívne, resp. opozičné médiá.[1] Kým na jednej strane vo vyspelých demokraciách existuje ústavne zaručená sloboda prejavu a právo na informácie, v súčasných predovšetkým onlinových médiách, na sociálnych

[1] K problematike pozri aj: RADOŠINSKÁ, Jana: Alternatívne novinárstvo. In PRAVDOVÁ, Hana – RADOŠINSKÁ, Jana – VIŠŇOVSKÝ, Ján (Eds.): *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií.* Trnava : FMK UCM v Trnave, 2016, s. 16-19.

sieťach a iných platformách sa stretávame s fenoménom, ktorý ohrozuje základné ľudské práva a slobody. Ide o šírenie falošných správ (angl. fake news), dezinformácií a nenávistných prejavov predovšetkým v prostredí internetu a sociálnych sietí.[2] Tieto nové komunikačné platformy dali aj ne-novinárom a inštitúciám doslova voľnú ruku v šírení názorov, ktoré sa podpisujú pod formovanie verejnej mienky. A. Sámelová v tejto súvislosti konštatovala: „Princípy, na ktorých liberálna demokracia Západu vyše sto rokov stavala profesionalitu žurnalistiky, online prostredie spochybňuje a ukazuje ich nie ako invariant kvalitného novinárstva, ale iba ako dobovú paradigmu osvietensky chápaného pokroku, vedy a spravodlivej ľudskej spoločnosti založenej na slobodách, medzi ktoré patria aj sloboda slova a slobode tlače."[3]

Vznik globálneho digitálneho priestoru formuje svet informácií a prináša so sebou početné výzvy, ale aj riziká. V septembri 2019 dvadsať krajín sveta podporilo iniciatívu organizácie Reportéri bez hraníc, ktorej cieľom je zastaviť šírenie falošných správ a zvýšiť zodpovednosť poskytovateľov internetu v dôveryhodnosti obsahu a plurality informácií a s cieľom vyhnúť sa informačnému chaosu. V boji proti falošným správam, šíreniu dezinformácií a propagandy na sociálnych sieťach sa pridali aj spoločnosti *Twitter* a *Facebook*, ktoré zrušili tisíce falošných účtov v Číne, Egypte a Spojených arabských emirátoch.

Kým satira – aj tá, ktorú by sme mohli označiť prívlastkom politická – sa z rozhlasu a televízie v súčasnosti vytratila a v novinách a časopisoch ju reprezentujú pravidelné alebo príležitostné karikatúry, aktívni používatelia sociálnych sietí si v ostatnom čase všimli vlnu jej vzostupu práve na internete. Početné stránky, ktoré sa neváhajú označiť ako satirické, si berú na mušku politikov, celebrity a iné verejne známe osobnosti, resp. poukazujú na nezmyselné rozhodnutia, ľudskú hlúposť a rôzne druhy (aj protispoločenského) konania. Častokrát to však robia nevyberaným spôsobom, pričom používajú vulgarizmy, čo nesúvisí len s morálnym aspektom, ale aj s balansovaním na hrane zákona. I tu však možno vidieť istú bipolaritu v spoločnosti: kým mnohé „satirické" weby majú desaťtisíce odberateľov a videá na *YouTube* tisícky zhliadnutí a zdieľaní, iní sa cítia byť urazení a takýto spôsob zobrazovania a kritiky verejne činných ľudí odsudzujú. Na mieste je teda otázka, čo je a čo už nie je satira? Kde sú jej hranice a aké (aj satirické) zobrazovanie možno považovať za adekvátne? Nasledujúce riadky nechcú a ani nedokážu komplexne odpovedať na tieto otázky. Ich zámerom je skôr podnietiť diskusiu o tom, kam sa satira ako žáner dostala a aká je jej súčasná tvár.

Vymedzenie satiry a jej vývin ako žánra

Pojem „satira", ktorý má pôvod v latinskom slove „satura", čo v preklade znamená „misa plná ovocia" alebo „misa plná chutí", definuje súčasná literatúra (jazykovedná,

[2] Pozri: VIŠŇOVSKÝ, Ján – RADOŠINSKÁ, Jana (Eds.): *Social Media and Journalism – Trends, Connections, Implications.* London : IntechOpen, 2018.

[3] SÁMELOVÁ, Anna: Vplyv dežurnalizácie na profesionálnu žurnalistiku. In SÁMELOVÁ, Anna – STANKOVÁ, Mária – HACEK, Ján (Eds.): *FENOMÉN 2019: Súčasná profesionálna žurnalistika a jej reflexie.* Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2019, s. 24.

literárnovedná, žurnalistická) rôzne. Kodifikačná príručka *Krátky slovník slovenského jazyka 4* satiru charakterizuje ako 1. ostrý výsmech (napr. útočná, politická satira), resp. 2. umelecké dielo, ktoré kritizuje nedostatky spoločnosti (javisková, výtvarná satira a pod.).[4] *Slovník cudzích slov* satiru chápe ako „1. ostrý, útočný, uštipačný, bezohľadný výsmech, posmech, 2. (lit.) umelecké dielo kritizujúce nedostatky, útočiace na nedostatky, chyby dakoho alebo dačoho iróniou, výsmechom, sarkazmom."[5] Anglický *Oxford English Dictionary* výraz „satire" (v preklade „satira" vysvetľuje ako 1. použitie humoru, irónie alebo preháňanie ako formu výsmechu a 2. žáner (hraný, literárny) využívajúci satiru.[6] Pokiaľ ide o špecializované slovenské slovníky zamerané na novinárstvo, masovú alebo mediálnu komunikáciu, heslo „satira" v nich nefiguruje.[7]

Satire nevenujú osobitú pozornosť ani monografické práce, vysokoškolské učebnice a skriptá z oblasti novinárskej žánrológie. Satire sa osobitne nevenujú slovenskí teoretici novinárstva, pričom medzi žánre publicistiky emocionálneho typu ju nezaraďujú autori ako H. Pravdová, A. Tušer, Z. Bučková, L. Rusňáková alebo M. Follrichová. T. Rončáková napríklad spomína satiru ako samostatný žáner v rámci francúzskej žánrológie, ktorý môže dosahovať dva stupne: 1. priame invektívy (čitateľa rýchlo unavia) a 2. ironické chválospevy (vyžadujú si aktívneho čitateľa).[8] K novinárskemu stvárneniu satiry v textovej podobe majú azda najbližšie žánre publicistiky emocionálneho typu – fejtón alebo stĺpček. Tie sa vyznačujú satirickým prístupom k stvárneniu osôb, javov alebo udalostí, ktoré sú ich predmetom. Treba však povedať, satira ako taká nemusí mať výlučne textovú podobu, nakoľko v závislosti od typu média sa môže realizovať v auditívnej (rozhlasová relácia, vystúpenie jednotlivca a pod.), audiovizuálnej (televízna relácia, videá na internete, statusy a vysielanie cez užívateľské portály a sociálne siete a pod.) alebo grafickej podobe (karikatúra, angl. cartoon). Satiry alebo ich zbierky môžu vychádzať aj knižne.[9]

Satira predstavuje na jednej strane spôsob a formu vyjadrovania autora a na strane druhej ju možno chápať ako samostatný žáner, k čomu sa prikláňa história aj teória literatúry a radí ju medzi umelecké žánre.

Satira ako literárny žáner má pôvod v poézii. Satirickými básňami ich autori kri-

[4] *Krátky slovník slovenského jazyka 4.* Heslo satira. [cit. 2020-02-11]. Dostupné na internete: <https://slovnik.juls.savba.sk/?w=satira&s=exact&c=g32b&cs=&d=kssj4&d=psp&d=sssj&d=orter&d=scs&d=sss&d=peciar&d=hssjV&d=bernolak&d=noundb&d=orient&d=locutio&d=obce&d=priezviska&d=un&d=pskcs&d=psken#>

[5] IVANOVÁ-ŠALINGOVÁ, Mária – MANÍKOVÁ, Zuzana: *Slovník cudzích slov.* Heslo satira. Bratislava : SPN, 1990, s. 780.

[6] *Oxford English Dictionary*. Heslo satire. Oxford : Oxford University Press, 2001, s. 668-669.

[7] Ide o tieto špecializované slovníky: PRAVDOVÁ, Hana – RADOŠINSKÁ, Jana – VIŠŇOVSKÝ, Ján (Eds.): *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií.* Trnava : FMK UCM v Trnave, 2016. HOCHELOVÁ, Vlasta: *Slovník novinárskej teórie a praxe.* Nitra : UFK, 2000. REIFOVÁ, Irena a kol.: *Slovník mediální komunikace.* Praha : Portál, 2004.

[8] RONČÁKOVÁ, Terézia: *Žurnalistické žánre.* Ružomberok : Verbum, 2019, s. 273.

[9] Napríklad: CAGLE, Daryl – FAIRRINGTON, Brian: *The Best Political Cartoons of the Year, 2010 Edition*. USA: Que Publishing, 2009.

ticky reagovali na osobné alebo spoločenské nedostatky a prehrešky. Postupom času sa však žánrová čistota satiry stratila a v súčasnosti pod ňu spadajú rôznorodé literárne diela, ktoré spravidla využívajú humor k tomu, aby kritizovali predovšetkým morálne nedostatky jednotlivca alebo spoločenské problémy. Literárna teória medzi žánre s výrazným satirickým prvkom zaraďuje napríklad epigramy, anekdoty, satirické romány, satirické hry, komické eposy[10], ďalej apokryfy, pamflety, frašky alebo komédie.

Satira, aj politická, vznikla a rozvíjala sa predovšetkým v literatúre. S výrazom „satira" sa prvýkrát stretávame v diele rímskeho básnika Quinta Ennia (2. stor. pred n. l.), a to v jeho básnickej zbierke *Saturae*. Neboli to však satiry, aké poznáme v súčasnosti, ale zameraním sa na spoločenské témy sa jeho básne satirám približovali. Charakteristický mravoučný a výsmešný rozmer dodal básňam rímsky básnik Lucilius, ktorého považujeme za najstaršieho rímskeho satirika. Práve Lucilius markantným spôsobom ovplyvnil vývoj tohto literárneho žánru, ktorý sa prejavuje predovšetkým spoločenskou kritikou a ostrosťou, s akou útočil na vtedajšie spoločenské, politické a intelektuálne elity. K ďalším významným autorom satirických diel patrili napríklad básnici Archilochos a Xenofanés.[11] So satirou sa stretávame aj v stredovekej literatúre. Jej objektom sa stali napríklad vzťahy medzi panovníkom a poddanými alebo medzi mešťanmi, sedliakmi a rytiermi. Ikonickými dielami tohto obdobia sú *Chvála bláznivosti* od holandského humanistu E. Rotterdamského (1466 – 1536) z roku 1509 a *Gargantua a Pantagruel*, ktorých autorom je francúzsky renesančný spisovateľ F. Rabelais (1494 – 1553). Satiru vo svojich dielach rozvíjali aj Ír J. Swift (1667 – 1745), Angličan H. Fielding (1707 – 1754), Nemec H. Heine (1797 – 1856), Angličan G. B. Shaw (1856 – 1950), Česi J. Hašek (1883 – 1923) a K. Čapek (1890 – 1938), ale aj slovenskí spisovatelia ako J. Záborský (1812 – 1876), J. Jesenský (1874 – 1945) a iní.

Novinárstvo a satira – satirické obsahy v médiách

Po vzniku prvých periodicky vychádzajúcich tlačených médií sa satira dostala z kníh na stránky novín a časopisov. V novinárstve sa satira historicky vyznačovala používaním zábavných prvkov alebo používala paródiu, pričom takého obsahy často vydávala za bežné správy. Satirické správy charakterizuje ich komediálna povaha a ich objektom sú skutoční ľudia alebo udalosti. Cieľom satiry je taktiež snaha o vyvolanie nápravy alebo zmeny. Tento zámer determinuje základný rozdiel medzi satirou a paródiou v novinárstve: zatiaľ čo paródia využíva humor k tomu, aby humor aj dosiahla, satirické správy využívajú humor na dosiahnutie kritiky alebo podporu zmeny.[12] Aj z tohto dôvodu sú najčastejšími objektmi satirických novinárskych obsahov práve politici, politické dianie, politické rozhodovanie, sociálne rozdiely spoločnosti, stereotypy a predsudky panujúce v spoločnosti a podobne.

Pokiaľ ide o históriu satiry v spravodajstve, obsahy takéhoto charakteru publikovali

[10] VLAŠÍN, Štěpán a kol.: *Slovník literární teorie.* Praha : Československý spisovatel, 1984, s. 335-336.
[11] VLAŠÍN, Štěpán a kol.: *Slovník literární teorie.* Praha : Československý spisovatel, 1984, s. 335-336.
[12] STERLING, Christopher H.: *Encyclopedia of Journalism.* Heslo Satire of News. SAGE : Los Angeles-London-New Delhi-Singapore-Washington DC, 2009, s. 1245.

v anglických novinách *The Spectator* (1828 – do súčasnosti) už na začiatku 18. storočia spisovatelia J. Addison a R. Steel. V americkom novinárstve sa pionierom satirických správ stal S. Clemens, známy pod menom Mark Twain.[13] Pochopiteľne uverejňovanie satirických správ v tlači determinuje viacero skutočností, okrem iného aj právne aspekty fungovania tlače a mediálneho systému ako celku. Kým v krajinách ako Veľká Británia alebo Spojené štáty americké sa novinárstvo rozvíjalo v priaznivých podmienkach (sloboda slova, zrušenie cenzúry a pod.), u nás existovali reštrikcie a mechanizmy, vďaka ktorým sa takéto obsahy nedostali do štátom kontrolovaných novín a časopisov a ani do programov rozhlasového a televízneho vysielania, azda s niekoľkými výnimkami. Situácia sa zmenila až po novembri 1989 a v nasledujúcom období, keď sa v Českej a Slovenskej Federatívnej Republike pristúpilo k transformácii mediálneho systému a jeho jednotlivých segmentov (tlač, rozhlas, televízia). Postupne sa satira dostala do periodickej tlače napríklad vo forme karikatúr a do rozhlasových a televíznych programov.

(Súčasná) politická satira

Americká *Encyclopedia of Journalism* charakterizuje politickú satiru ako subžáner politickej žurnalistiky, pričom obsahuje kritiku politiky využívajúcu rétorické zveličovanie a humor.[14] Politická satira často definuje akceptované limity profesionálnej žurnalistiky, resp. ich príležitostne prekračuje. Politická satira má korene hlboko v západnej histórii a prekvitala v rôznych historických obdobiach a kultúrach. Aj politická satira čerpá zo spoločenských vzťahov a diania, a to v ich protiklade k idealizovaným etickým normám, akými sú napríklad spravodlivosť alebo ľudskosť. K politickej satire patria aj politické karikatúry v tlačených médiách alebo vo verejnom priestore, ktoré využívajú kresbu, ilustrácie alebo hyperbolizujú fyzické alebo charakterové črty osoby. Politická satira v esejach využíva prehnanosť, iróniu, hyperbolu a ďalšie rétorické prostriedky tak, aby pôsobili humorne. Aj politická satira má svoj pôvod v starovekom Grécku a rozvíjala sa aj v antickom Ríme. V stredoveku mala často podobu spevov a piesní a neskôr sa etablovala aj v periodickej tlači. V dvadsiatom storočí sa rovnako stala súčasťou rozhlasového a televízneho vysielania, napríklad v podobe špecializovaných zábavných rozhlasových a televíznych programov.

Politická satira reflektuje javy a udalosti, ktoré súvisia s politikou a politickým dianím, pričom si všíma nedostatky a prešľapy jednotlivcov, orgánov alebo inštitúcií. Kritizuje túžbu po moci, pokrytectvo, absurditu, korupciu, klientelizmus, populizmus a iné javy. Jej cieľom je poukázať na negatívne javy a docieliť ich nápravu legitímnymi prostriedkami a cestami. Politická satira poukazuje na falošstvo, chyby, hlúposť a správanie, ktoré obchádza zaužívané spoločenské štandardy. Ak satira využíva iróniu, musí to robiť tak, aby bola zo strany publika pochopená správne a nestratila svoj význam.

[13] STERLING, Christopher H.: *Encyclopedia of Journalism.* Heslo Satire of News. SAGE : Los Angeles-London-New Delhi-Singapore-Washington DC, 2009, s. 1246.
[14] STERLING, Christopher H.: *Encyclopedia of Journalism.* Heslo Satirists, Political. SAGE : Los Angeles-London-New Delhi-Singapore-Washington DC, 2009, s. 1249.

Spravidla sa v nej objavuje vtip, humor a sarkazmus.

Politická satira sa v slovenských televíziách objavila v 90. rokoch 20. storočia, pričom televízne relácie prinášajúce politickú satiru sa stali mimoriadne divácky obľúbenými. Patrili k nim napríklad *Večer Milana Markoviča* (STV), *Apropo TV* (STV), *Fašírka* (STV), *Telecvoking* (Markíza), *Halušky*, *Bravissimo*, *Dereš* (Markíza), *Sedem s.r.o.* (Markíza), *S.O.S.* (STV), *Sedem* (JOJ) a iné, ktoré sa však po roku 2000 iba sporadicky objavovali vo verejnoprávnej televízii alebo vo vysielacej štruktúre súkromných vysielateľov. So satirickými prejavmi sa môžeme stretnúť predovšetkým na internete. Môže ísť o obsahy, ktoré boli pôvodne uverejnené v tlači alebo odvysielané v televízii, a následne ich tieto médiá umiestnili aj na svojich weboch (napr. TV archív). V takomto prípade predstavuje internet iba ich ďalší komunikačný kanál. Mnohé sociálne médiá a používateľské kanály v súčasnosti umožňujú publikovanie textov, auditívnych alebo audiovizuálnych obsahov ich používateľov. Spravidla si vyžadujú registráciu a dodržiavanie istých pravidiel, ktoré súvisia s etikou správania sa na takýchto portáloch. Sem patrí napríklad zákaz násilného alebo kriminálneho správania sa, porušovania alebo ohrozovania základných ľudských práv a slobôd, uverejňovania nevhodného obsahu, rešpektovanie duševného vlastníctva. V prípade porušenia týchto pravidiel prevádzkovatelia pristupujú k odstráneniu takto vyhodnotených príspevkov, blokovaniu používateľských kont a pod.[15]

Politická satira v rôznych podobách má svoje – zatiaľ stabilné – miesto aj v najväčších slovenských denníkoch. V *SME*, v *Denníku N* a *Pravde* sa objavuje vo forme karikatúr, anekdot alebo koláží, a to spravidla na názorových stranách. Niektoré redakcie majú svojich exkluzívnych komentátorov, grafikov alebo publicistov, iné majú svojich pravidelných prispievateľov.[16] Pre *SME* karikatúry kreslia napr. Mikuláš Sliacky alebo Hej,ty! – Györe, pre *Denník N* Martin Shooty Šútovec a pre *Pravdu* Jozef Gertli, ktorý vystupuje pod umeleckým menom Danglár.

Za zmienku stojí aj internetový projekt publicistu Radoslava Ondřejíčka nazvaný *Cynická obluda*. Novinár začal ešte v roku 2012 uverejňovať satirické komentáre na americkej stránke, pričom pracoval s fotografiou a vtipným textom. *Cynická obluda* sa venuje aktuálnym politickým témam a glosuje prejavy homofóbie, nacionalizmu a šovinizmu. Príspevky *Cynickej obludy* začalo postupne uverejňovať aj *SME*.[17]

Z internetu sa stalo médium, ktoré vďaka svojej rýchlosti a zlepšujúcej sa dostupnosti získalo status rýchleho informačného zdroja, ale aj rýchleho sprostredkovateľa informácií. Kým podnikanie v sektore periodickej tlače podlieha oznamovacej po-

[15] Pozri: *Podmienky a zásady lokality Facebook.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/communitystandards/introduction>. [cit. 2020-02-11]. Pozri: *Pravidlá – Youtube.* [online]. Dostupné na internete:
<https://www.youtube.com/intl/sk/about/policies/#community-guidelines>. [cit. 2020-02-11].

[16] Pozri: HIRTLOVÁ, Petra: Reflexia volebných kampaní pohľadom politickej satiry. In ŠTEFANČÍK, Radoslav (Ed.). *Jazyk a politika. Na pomedzí lingvistiky a politológie IV.* Bratislava : Ekonóm, 2019, s. 524.

[17] Pozri: *Cynická obluda.* [online]. Dostupné na internete:
<https://cynickaobluda.sme.sk/p/faq.html>. [cit. 2020-04-13].

vinnosti a v prípade rozhlasového a televízneho konania povoľovaciemu konaniu, internet vďaka zdokonaľovaniu svojich technologických možností sa pre jednotlivca, skupiny alebo organizácie stal platformou rýchleho a lacného rozširovania informácií, myšlienok, názorov a ideí. Po roku 2000 vznikli sociálne siete (*Facebook* a iné) a ďalšie sociálne médiá, napr. používateľské kanály (*YouTube* a iné). Satira a satirické obsahy sa stali súčasťou webu, pričom niektoré špecializované weby (napr. *https://www.theonion.com/*), kontá v sociálnych médiách či videokanály jednotlivcov alebo spoločností majú tisícky sympatizantov.

Stránka *Zomri* (*@zomriofficial*), ktorá bola na *Facebooku* spustená 22. júna 2016, má v súčasnosti viac ako 290 tisíc sledovateľov.[18] Spravuje ju, podobne ako konto na *Instagrame*, kolektív anonymných administrátorov. Portál prináša spoločenskú a politickú kritiku, pričom sa nevyhýba zosmiešňovaniu, cynizmu a vulgarizmom. Výrazná časť jej príspevkov bola a je namierená voči politickým stranám alebo jednotlivcom. Napriek tomu, že mnohí politici vyčítajú stránke jej vulgárny tón, iní sú jej sledovateľmi. Niektoré osobnosti zdôrazňujú jej výchovný a orientačný charakter. V roku 2018 vydavateľstvo *Premedia* vydalo zbierku príspevkov, vtipov a mémov pod názvom *Keep Calm and Zomri* v rozsahu 256 strán.

Stránka *Prečo ľuďom hrabe* (*@PrecoLudomHrabe*) má na *Facebooku* takmer 47 tisíc sledovateľov a zámerom adminov je všímať si „...ofenzívu nebezpečnej iracionality do každodenného života."[19]

Konto *Naše Slovensko* (*@beznenavisti*), ktoré na *Facebooku* funguje od roku 2014 a v súčasnosti má viac ako 45 tisíc sledovateľov[20], sa zameriava na prejavy neznášanlivosti, rasizmu, xenofóbie alebo fašizmu v spoločenskom dianí. Jej častým objektom sú politici strany Kotlebovci – ĽSNS.

V ostatnom čase sa do povedomia verejnosti dostala aj kauza Martina Daňa a Rudolfa Vaského, ktorí za svoje videá uverejňované na *YouTube* skončili vo väzbe. Vyšetrovateľ Národnej kriminálnej agentúry ich obvinil za opakujúci sa pokračovací prečin výtržníctva spáchaný formou spolupáchateľstva a závažnejším spôsobom konania na viacerých osobách. Obaja publikovali nenávistné videá, v ktorých politikom, novinárom a iným osobnostiam verejného života vulgárne nadávali alebo sa vyhrážali smrťou, pričom v rukách držali kovové tyče. Ešte v januári 2020 Okresný súd Bratislava II nariadil M. Daňovi neodkladné opatrenie, aby odstránil niekoľko videí, v ktorých útočil na redaktorku *Denníka N* Moniku Tódovú. Kanál Martina Daňa na *YouTube* má viac ako 49 tisíc odberateľov.[21]

[18] *Zomri.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/zomriofficial/>. [cit. 2020-04-13].
[19] *Prečo ľudom hrabe?* [online]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/PrecoLudomHrabe/>. [cit. 2020-04-13].
[20] *Naše Slovensko.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/beznenavisti/?__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARDbiW1wF53tHR38ph30_ZZ9SYhfjcvhA4R8aM9ad3yDDOUnVLaxReLdZmc0J-MZm_JFR8fm91Vdwusy>. [cit. 2020-04-13].
[21] *Martin Daňo / GINN.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.youtube.com/user/martindano/featured>. [cit. 2020-04-13].

Záver

Satira vo všeobecnosti označuje buď ostrý výsmech, posmech alebo kritiku ako nástroj vyjadrovania, alebo žáner, ktorý s použitím vtipu, posmechu alebo irónie a pomocou expresívnych výrazových prostriedkov reaguje na chyby ľudí alebo nedostatky v spoločnosti. Významným znakom satiry je snaha o nápravu nedostatkov, na ktoré kriticky poukazuje. V prípade satiry nemožno obísť jej morálny aspekt. Aj keď je jej cieľom kritizovať jednotlivcov a ich správanie, prípadne konanie inštitúcií, mala by poskytnúť ponaučenie a pozdvihnúť morálku. V súvislosti s politickou satirou treba poukázať na skutočnosť, že zatiaľ čo paródia a politická satira zdieľajú mnohé atribúty, nie každá politická satira je paródiou a nie každá paródia je satirou, či už ide o politiku alebo inú oblasť. Paródia je spravidla nevyhnutým, nie však postačujúcim prvkom na satiru. Oboje, paródia aj politická satira často prichádzajú do konfliktu s ochranou slobody tlače, cti, súkromia, autorských práv, ochranných známok alebo s kultúrnosťou ako takou.

Satira teda predstavuje jeden z nástrojov poukazovania na zlyhania jednotlivcov alebo inštitúcií a volania po ich náprave legitímnymi prostriedkami, pričom ju nemôžeme spájať – a vyššie uvedené konštatovania tomu ani nenaznačujú – so šírením nenávistných prejavov, propagáciou násilia, znižovaním ľudskej dôstojnosti, vyhrážaním sa, dehonestovaním jednotlivca alebo skupiny, extrémizmom, diskrimináciou a obdobnými prejavmi. Ak satira poukazuje na nedostatky, prehrešky, zlyhania jednotlivcov alebo inštitúcií, snaží sa o ich nápravu štandardnými a legitímnymi spôsobmi. Aj v tom spočíva jej mobilizačná funkcia. Uvidíme však, ako si ju dokáže plniť aj naďalej.

Literatúra a pramene

CAGLE, Daryl – FAIRRINGTON, Brian: *The Best Political Cartoons of the Year, 2010 Edition.* USA : Que Publishing, 2009. 240 s. ISBN 978-0789742414.

Cynická obluda. [online]. Dostupné na internete: <https://cynickaobluda.sme.sk/p/faq.html>. [cit. 2020-04-13].

HOCHELOVÁ, Vlasta: *Slovník novinárskej teórie a praxe.* Nitra : UFK, 2000. 235 s. ISBN 80-8050-380-X.

IVANOVÁ-ŠALINGOVÁ, Mária – MANÍKOVÁ, Zuzana: *Slovník cudzích slov.* Heslo satira. Bratislava : SPN, 1990, s. 780.

HIRTLOVÁ, Petra: Reflexia volebných kampaní pohľadom politickej satiry. In ŠTEFANČÍK, Radoslav (Ed.): *Jazyk a politika. Na pomedzí lingvistiky a politológie IV.* Bratislava : Ekonóm, 2019, s. 515-529. ISBN 978-80-225-4641-6.

Krátky slovník slovenského jazyka 4. Heslo satira. [online]. Dostupné na internete: <https://slovnik.juls.savba.sk/?w=satira&s=exact&c=g32b&cs=&d=kssj4&d=psp&d=sssj&d=orter&d=scs&d=sss&d=peciar&d=hssjV&d=bernolak&d=noundb&d=orient&d=locutio&d=obce&d=priezviska&d=un&d=pskcs&d=psken#>. [cit. 2020-02-11].

Martin Daňo / GINN. [online]. Dostupné na internete: <https://www.youtube.com/user/martindano/featured>. [cit. 2020-04-13].
Naše Slovensko. [online]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/beznenavisti/?__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARDbiW1wF53tHR38ph30_ZZ9SYhfjcvhA4R8aM9ad3yDDOUnVLaxReLdZmc0J-MZm_JFR8fm91Vdwusy>. [cit. 2020-04-13].
Oxford English Dictionary. Heslo satire. Oxford : Oxford University Press, 2001, s. 668-669. ISBN 978-0-19-861424-1.
Podmienky a zásady lokality facebook. [online]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/communitystandards/introduction>. [cit. 2020-02-11].
PRAVDOVÁ, Hana – RADOŠINSKÁ, Jana – VIŠŇOVSKÝ, Ján (Eds.): *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií.* Trnava : FMK UCM v Trnave, 2016. 250 s. ISBN 978-80-8105-874-5.
Pravidlá – Youtube. [online]. Dostupné na internete: <https://www.youtube.com/intl/sk/about/policies/#community-guidelines>
Prečo ľudom hrabe? [cit. 2020-04-13]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/PrecoLudomHrabe>. [cit. 2020-02-11].
RADOŠINSKÁ, Jana: Alternatívne novinárstvo. In PRAVDOVÁ, Hana – RADOŠINSKÁ, Jana – VIŠŇOVSKÝ, Ján (Eds.): *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií.* Trnava : FMK UCM v Trnave, 2016, s. 16-19. ISBN 978-80-8105-874-5.
REIFOVÁ, Irena a kol.: *Slovník mediální komunikace.* Praha : Portál, 2004. 328 s. ISBN 978-80-7178-926-7.
RONČÁKOVÁ, Terézia: *Žurnalistické žánre.* Ružomberok : Verbum, 2019. 305 s. ISBN 978-80-561-0736-2.
SÁMELOVÁ, Anna: Vplyv dežurnalizácie na profesionálnu žurnalistiku. In SÁMELOVÁ, Anna – STANKOVÁ, Mária – HACEK, Ján (Eds.): *FENOMÉN 2019: Súčasná profesionálna žurnalistika a jej reflexie.* Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2019, s. 23-36. ISBN 978-80-223-4755-6.
STERLING, Christopher H.: *Encyclopedia of Journalism.* Heslo Satire of News. SAGE : Los Angeles-London-New Delhi-Singapore-Washington DC, 2009, s. 1245-1248. ISBN 978-0761929574.
STERLING, Christopher H.: *Encyclopedia of Journalism.* Heslo Satirists, Political. SAGE : Los Angeles-London-New Delhi-Singapore-Washington DC, 2009, s. 1249-1252. ISBN 978-0761929574.
VIŠŇOVSKÝ, Ján – RADOŠINSKÁ, Jana (Eds.): *Social Media and Journalism – Trends, Connections, Implications.* London : IntechOpen, 2018. 110 s. ISBN 978-1-78984-259-3
VLAŠÍN, Štěpán a kol.: *Slovník literární teorie.* Praha : Československý spisovatel, 1984. 468 s.
Zomri. [online]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/zomriofficial/>. [cit. 2020-04-13].

Poďakovanie
Príspevok bol vypracovaný v rámci výskumného projektu podporovaného Vedeckou grantovou agentúrou Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu SR a Slovenskej akadémie vied (VEGA) č. 1/0283/20 Synergia odvetví mediálneho priemyslu v kontexte kritickej politickej ekonómie médií.

doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.
Katedra masmediálnej komunikácie
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
E-mail: jan.visnovsky@ucm.sk

Z „kritického“ parnasu k influencerom (Literárna kritika v čase sociálnych sietí)

Mária Stanková

Abstrakt:
S rozvojom sociálnych sietí sa menia tvar i tvár literárnej kritiky, ktorá sa čoraz častejšie dostáva na rôzne platformy, od blogov až po „statusy“ a „posty“ na sociálnych sieťach. Čo to znamená pre literatúru? Ako sa menia funkcie literárnej kritiky, aké má v súčasnosti podoby? Aký vplyv na literatúru má klasický, akademický kritik a aký naopak influenceri? Môže influencer formovať literárny vkus alebo „len“ ovplyvňovať predaje? Štúdia sa zaoberá nielen súčasným stavom literárnej kritiky či jej poľom pôsobnosti, ale najmä jej kvalitou, vplyvom kritických textov na čitateľa. Jej cieľom je poukázať na to, ako – a či – sa v súčasnosti literatúra hodnotí, alebo len propaguje. Na základe príspevkov (20 podľa časopisu *Forbes* najvýznamnejších slovenských) influencerov a zároveň s pomocou odborných pohľadov na literárnu kritiku sa pokúsime zodpovedať vyššie uvedené otázky a naznačiť možné riešenia aktuálnych problémov, ktorým literárna kritika čelí.

Kľúčové slová: literárna kritika, influencer, dežurnalistika, sociálne siete, marketing, vzdelávanie

Abstract: *From “Critical Parnas” to Influencers (Literary Criticism in the Time of Social Networks*. With the development of social networks, the form and the character of literary criticism is changing. Literary criticism is increasingly reaching various platforms, from blogs to statuses and posts on social media. What does this mean for literature? How are the functions of literary criticism changing, what are its current forms? What influence does the classical, academic critic have on the literature, and what influence do the influencers have? Can influencer shape literary taste or just influence sales? The study deals not only with the current state of literary criticism or its field of activity, but especially with its quality, the influence of critical texts on the reader. Its aim is to point out how–and whether–the literature is currently evaluated or only promoted. Based on the contributions from (20 the most important Slovak) influencers (according to Forbes magazine) and at the same time with the help of expert views on literary criticism, we will try to answer questions above and suggest possible solutions to current problems faced by literary criticism.

Keywords: literary criticism, influencer, de-journalism, social media, marketing, education

Úvod

Literárna kritika sa mení rovnako dynamicky, ako sa mení naša spoločnosť. Zrýchľuje a dialogizuje sa, realizuje sa na nových platformách, premiestňuje sa zo stránok literárnych časopisov na stránky časopisov bez zamerania i na stránky novín (najčastejšie v rámci sobotných príloh), potom na webstránky – blogy, vlogy, podcasty a v posledných rokoch sa čoraz viac vyskytuje i na sociálnych sieťach. Samozrejme, je možné (a i nutné) položiť si otázku – Ale je to ešte literárna kritika? Treba si uvedomiť, že argumentovať sa dá za obe strany – ak vezmeme do úvahy rôzne vlastnosti literárnokritickej činnosti a textov, je zrejmé, že niektoré z týchto vlastností a funkcií môžu spĺňať i príspevky na sociálnych sieťach a rôzne texty na blogoch, vlogoch, podcastoch. Pri rôznorodosti a pružnosti, ktoré sú literárnej kritike vlastné, je náročné nájsť text, ktorý by spĺňal všetky kritériá na ňu kladené – ani tie nie sú jednotné a jasne stanovené, čo je pochopiteľné z jej existencie na pomedzí literárnej vedy a žurnalistiky.

V tomto texte sa však pokúsime argumentovať zo stanoviska, že i všetky vyššie spomenuté formy aktivít na webe a sociálnych sieťach možno vnímať ako súčasť literárnej kritiky, a najmä vysvetliť, že vďaka týmto novým formám a platformám sa mení charakter časti literárnokritických textov.

Literárna kritika

Literárna kritika je označenie činnosti, ktorá zahŕňa hodnotenie, opis, interpretáciu i odporúčanie aktuálnych literárnych diel, a zároveň je to i označenie výsledkov tejto činnosti – súbor všetkých literárnokritických textov. Literárnu kritiku môžeme do veľkej miery vnímať podobne, ako je u nás zakorenené vnímanie jazykovej kultúry – ako činnosť, ako jej produkty a výsledky i ako snahu o budovanie literárneho vkusu, resp. interpretačnej kompetencie.

Literárna kritika existuje, vzniká i funguje, ako už bolo naznačené, na pomedzí literatúry a žurnalistiky – venuje sa aktuálnej literárnej tvorbe a zvykne sa realizovať prostredníctvom masových médií, čo môže ovplyvňovať jej formálnu i obsahovú stránku. Ako klasický prejav literárnej kritiky môžeme vnímať recenzie či esejistické hodnotiace texty v tlačených médiách, v kultúrnych rubrikách či sobotných prílohách periodík alebo v literárnych časopisoch. Literárny vedec a kritik Vladimír Barborík vo svojej štúdii o charaktere literárnej kritiky v 60. a 70. rokoch minulého storočia rovnako konštatuje, že „základnou formou kritického vyjadrenia bola už tradične recenzia, rozsahom i štruktúrou pružný útvar, zameraný väčšinou na konkrétne dielo. Tradované odlíšenie žurnalistickej (denníkovej) kultúrnej publicistiky, teda recenzistiky v užšom a hodnotovo nižšom zmysle slova, zameranej skôr na informáciu o diele, od kritiky ako odborného (‚expertného‘) výkonu či výrazu vysoko hodnotenej osobnostnej kritickej intencie, teda diferencia kombinujúca aspekt média (denník oproti špecializovanému časopisu) a hodnoty v tomto období už celkom neplatí: aj denníky vo svojich kultúrnych rubrikách (Pravda, Smena, Práca) poskytovali dostatočný priestor pre vyjadrenie (omnoho väčší ako v súčasnosti) a tento priestor využívali etablo-

vaní predstavitelia domácej kritiky."[1] To, čo „celkom neplatí" pre 60. a 70. roky v slovenskej literatúre, neplatí dnes vôbec. Čo sa týka tzv. novinárskej kritiky[2], môžeme povedať, že tento rozdiel sa časom zotrel a i akademickí kritici bežne publikujú na stránkach mienkotvorných denníkov. Ako dôkaz stačí si prelistovať kultúrne rubriky či sobotné prílohy v denníkoch *Pravda* či *SME* alebo týždenníku *.týždeň*. V súčasnosti by možno bolo namieste uvažovať o ďalšom posune – recenzie v denníkoch a týždenníkoch patria k tým kvalitnejším prejavom literárnej kritiky.

Napriek tomu je dôležité skúsiť sa zamyslieť i nad tým, čo tento posun vo vnímaní vzťahu akademickej, odbornej kritiky a novinárskej kritiky spôsobil. Je zrejmé, že to, ako finálny text vyzerá, je ovplyvnené i typom média, pre ktoré je určený – rozsah textu, jazykový štýl, miera kritickosti, prípadne miera odporúčania na druhej strane a ďalšie aspekty literárnokritického textu sa prispôsobujú médiu i duchu redakcie[3]. V nemalej miere je však finálna podoba literárnokritického textu ovplyvnená i adresátom, na ktorého ohľad neberie len typ média, ale pochopiteľne i autor samotný. Akési metaforické zlúčenie akademickej a novinárskej kritiky viedlo k zmenám uvedených v predchádzajúcich vetách.

Ďalší posun v charaktere literárnej kritiky znamená trend digitalizácie a online publikovania – spolu s obsahmi periodík sa do online prostredia presunuli i literárnokritické texty, ktoré sa tak stali súčasťou neustále prebiehajúcej a neregulovanej online komunikácie nielen v rámci textov samotných, ale i vo forme komentárov a reakcií pod článkami.

Literárna kritika teda postupne menila (a stále mení) svoj charakter i svoje pôsobisko. Dôkazom je napríklad i vznik internetového časopisu *Platforma pre literatúru a výskum* (na webstránke *www.plav.sk*) v roku 2016, či aktívna online prezencia niektorých mladších akademických literárnych kritikov na sociálnych sieťach (napr. Lenka Macsaliová či Matúš Mikšík, ktorí pracovali v redakcii časopisu *Knižná revue*.).

Rozmach sociálnych sietí a neustáleho bytia online priniesol so sebou i fenomén dežurnalizácie, ktorý opísala a definovala Anna Sámelová ako „označenie všeobecne prítomnej de-profesionalizácie žurnalistických remesiel (textových, zvukových aj obrazových) v médiách na báze internetu. Ide o stav prakticky neobmedzenej dostupnosti zverejňovania vlastných amatérskych článkov, audionahrávok, fotografií či videí."[4] Ak teda prijmeme tézu, že novinárom môže byť dnes takmer každý, bude to analogicky platiť i v prípade literárnych kritikov? Nad touto otázkou sa vo svojom vý-

[1] BARBORÍK, Vladimír: Náčrt premien slovenskej literárnej kritiky od polovice 60. do začiatku 70. rokov. In *Slovenská literatúra*, 2015, roč. 62, č. 3, s. 239.

[2] Niektorí literárni vedci a kritici označovali tzv. novinársku literárnu kritiku za najnižší z typov kritiky. Pozri napríklad SŁAWINSKI, Janusz: Funkcie literárnej kritiky. In *Romboid*, 1968, roč. 3, č. 5, s. 122.

[3] Duch redakcie je termín, ktorý definovala mediálna filozofka Anna Sámelová ako „nadosobné kolektívne vedomie, či skôr nadosobný kolektívny princíp myslenia, chápania a tvorby" (SÁMELOVÁ, Anna: *Moc a pravda v podmienkach Rozhlasu a televízie Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2017, s. 56).

[4] SÁMELOVÁ, Anna: *Moc a pravda v podmienkach Rozhlasu a televízie Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2018, s. 27.

skume pozastavil i fínsky novinár Jarrko Jokelainen, ktorý v roku 2013 vydal v spolupráci s Reuteurs Institut for the Study of Journalism štúdiu s názvom *Anyone Can Be a Critic. Is There Still a Need for Professional Arts and Culture Journalism in Digital Age?*[5] V nej opísal stav kultúrnych rubrík v britských médiách v čase rozmachu internetu a sociálnych sietí a okrem iného upozornil na to, že pre umeleckých kritikov táto skutočnosť znamenala mnoho zmien – osvojiť si nové nástroje internetu, pracovať na rôznych typoch platforiem, zaujímať sa o čitateľov, naučiť sa pracovať so sociálnymi médiami a pracovať na vlastnom brandingu[6].

Aby sme sa však vrátili k otázke, či naozaj môže byť literárnym kritikom každý gramotný človek s pripojením na internet. Áno. Jarkko Jokelainen tvrdí, že časy autoritatívnych kritikov sú preč, že na internete môže byť literárny kritik hocikto a zároveň každý publikovaný názor môže byť spochybňovaný čitateľmi[7].

I na základe toho je zrejmé, že literárna kritika v súčasnosti predstavuje širší a heterogénnejší výsek textov (publikovaných obsahov), než to bolo povedzme pred štyridsiatimi rokmi. Je to logické, keďže sa môže realizovať v najrôznejších typoch textov.

V nadväznosti na uvedené informácie je nutné opísať literárnu kritiku takú, aká v skutočnosti je – prostredníctvom jej základných vlastností. Pretože i tie sa nepochybne zásadne zmenili v kontexte spoločenských, politických i technologických zmien, ktoré zažívame.

Literárna kritika má dnes tieto funkcie: informačnú, marketingovú, vzdelávaciu a postulatívnu. Poslednú funkciu možno stále vnímať tak, ako ju vo svojej štúdii *Funkcie literárnej kritiky* opísal v 60. rokoch 20. storočia poľský literárny vedec Janusz Sławinski, hoci v súčasných podmienkach funguje odlišne. Postulatívna funkcia literárnej kritiky podľa neho znamená, že kritika „má pragmatický charakter, upína sa k cieľavedomému pretváraniu existujúcej kultúrnej situácie"[8].V dnešnej podobe sa môže prejavovať i výberom literárnych diel, ktoré sú objektmi literárnej kritiky, čo môže v konečnom dôsledku viesť k formovaniu a ovplyvňovaniu literárneho vkusu – minimálne k vytváraniu akéhosi obrazu o literárnom stave.

[5] JOKELAINEN, Jarkko: *Anyone Can Be a Critic. Is There Still a Need for Professional Arts and Culture Journalism in Digital Age?* [online]. Dostupné na internete: <https://www.yumpu.com/en/document/read/29781610/anyone-can-be-a-critic-is-there-still-a-need-for-professional-arts-and-culture-journalism-in-the-digital-age>. [cit. 2020-05-17].

[6] „For the arts and culture journalists and critics, this has meant many changes: adopting new tools for the Internet, working on different kinds of platforms, engaging with the readers, learning social media skills and branding themselves, to name but a few." (JOKELAINEN, Jarkko: *Anyone Can Be a Critic. Is There Still a Need for Professional Arts and Culture Journalism in Digital Age?* [online]. Dostupné na internete: <https://www.yumpu.com/en/document/read/29781610/anyone-can-be-a-critic-is-there-still-a-need-for-professional-arts-and-culture-journalism-in-the-digital-age>, s. 5. [cit. 2020-05-17].)

[7] „The days of the arts and culture critic being only authoritative voice are over. On the internet anyone can be a critic and any opinion can be challenged by the readers." (JOKELAINEN, Jarkko: *Anyone Can Be a Critic. Is There Still a Need for Professional Arts and Culture Journalism in Digital Age?* [online]. Dostupné na internete: <https://www.yumpu.com/en/document/read/29781610/anyone-can-be-a-critic-is-there-still-a-need-for-professional-arts-and-culture-journalism-in-the-digital-age>, s. 5. [cit. 2020-05-17].)

[8] SŁAWINSKI, Janusz: Funkcie literárnej kritiky. In *Romboid*, 1968, roč. 3, č. 5, s. 127.

Informačná funkcia literárnej kritiky je spojená s vlastnosťou aktuálnosti kritických textov a jej vzťahom k žurnalistike – médiá pravidelne prinášajú stručné správy o nových tituloch, napr. vo forme anotácií, či už online, alebo v tlačenej podobe. Informačnú funkciu však môžeme vnímať aj implicitne, ako samotné zverejnenie literárnokritického textu, pretože je to informácia o knižnej novinke.

Marketingová funkcia[9] literárnej kritiky predstavuje jednak jej orientáciu na čitateľa – so snahou presvedčiť ho o prednostiach daného literárneho diela, ktorá v ideálnom prípade vyústi do kúpy knihy. Zároveň sem môžeme zahrnúť i úzke prepojenie niektorých typov literárnokritických textov s vydavateľstvami či kníhkupcami a v súvislosti s našou témou najmä propagáciu textu kritiky, autora kritiky, knižného diela a vydavateľstva. V tomto zmysle marketingová funkcia literárnej kritiky v čase sociálnych médií môže mať i formu objednaných, propagačných príspevkov na sociálnych sietí – influencer (zvyčajne nekriticky) informuje o knihe z vydavateľstva, odfotí sa s ňou, prípadne vytvorí na svojom profile súťaž o daný titul.

Vzdelávacia funkcia[10] predstavuje z môjho uhľa pohľadu najväčšiu výzvu literárnej kritiky súčasnosti – literárna kritika by mala vzdelávať svojho čitateľa vzdelávať v troch oblastiach: a) hodnôt a ideí; b) interpretácie a prístupu k textu; c) jazykovej kultúry[11]. Otázka, nakoľko sa tak deje, vzhľadom na všetky vyššie naznačené fakty, je ťažko zodpovedateľná, resp. nás môže viesť k apriórne negatívnemu stanovisku[12]. Najmä, ak uvažujeme o vzdelávacej funkcii literárnokritických textov na sociálnych sieťach, kde jazyková úroveň, ani snaha využívať argumenty, logické myslenie či nejaké prvky literárnej interpretácie nie sú pravidlom. V ideálnom prípade by, samozrejme, literárna kritika mala vzdelávať nielen čitateľa, ale i autora hodnoteného diela, prípadne i kolegov – kritikov.

Naznačené funkcie existujú – tak ako samotná literárna kritika – v pavučinách iných funkcií a vlastností nielen kritiky, ale i literatúry a žurnalistiky, s ktorými sa prelínajú, dopĺňajú či obmedzujú. Ak prijmeme stanovisko, že literárnym kritikom dnes môže byť každý a literárna kritika sa realizuje v značnej miere v online priestore, nielen ako blogy, vlogy či podcasty, ale i vo forme príspevkov na sociálnych sieťach, je zrejmé, že literárna kritika je v súčasnosti by mala byť otvorenejšia, dialogickejšia,

[9] Viac: STANKOVÁ, Mária: Vzťah marketingovej a vzdelávacej funkcie literárnej kritiky v 21. storočí. In BUČKOVÁ, Zuzana – KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, Anna – RUSŇÁKOVÁ, Lenka (Eds.): *Megatrendy a médiá 2019 : Digital Universe*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2019, s. 428-437.

[10] Viac: STANKOVÁ, Mária: Vzdelávacia funkcia literárnej kritiky v 21. storočí. In LINCÉNYI, Marcel et al.: *Výchova a vzdelávanie k demokratickému občianstvu v Slovenskej republike*. Trenčín : Celouniverzitné pracovisko Katedra politológie, Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne, 2019, s. 180-191.

[11] STANKOVÁ, Mária: Vzťah marketingovej a vzdelávacej funkcie literárnej kritiky v 21. storočí. In BUČKOVÁ, Zuzana – KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, Anna – RUSŇÁKOVÁ, Lenka (Eds.): *Megatrendy a médiá 2019 : Digital Universe*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2019, s. 431.

[12] O jazykovom aspekte literárnej kritiky pozri: STANKOVÁ, Mária: Jazyk literárnej kritiky v 21. storočí. In *MMK 2019 [elektronický dokument] : recenzovaný sborník příspěvků mezinárodní vědecké konference : 10*. Hradec Králové : Magnanimitas akademické sdružení, 2019, s. 763-768.

menej odborná (akademická), snaží sa osloviť široké publikum, čomu prispôsobuje jednak formálnu stránku textu (kompozíciu, štylistiku) i obsahovú (argumentačnú zložku, opis, expresívnosť, emocionálnosť...). Jazyk online médií a sociálnych médií je emocionálnejší, slovami Anny Sámelovej „vo svete online médií totiž objektívna pravdivosť a nestrannosť publikovaných obsahov nezohráva žiadnu rolu – online svet publikuje na základe slobody slova, nie slobody tlače. Logiku a argumentáciu založenú na faktoch, ktorá je nevyhnutnou súčasťou editorskej zodpovednosti, nahrádzajú v online svete viera a intuícia. Mediálne publikum v online médiách zväčša nehľadá racionálne argumenty, ale lajky a hejty, ktoré nič racionálne nevysvetľujú a ani neodôvodňujú, iba signalizujú, ako veľa či málo ľudí sa s touto ‚pravdou' stotožňuje, a naopak, koľkí ju odmietajú."[13]

S emocionálnosťou súvisí i prístup k opisovanému textu – využívajú sa citácie zaujímavých alebo kontroverzných pasáží, ktoré zaujmú čo najširšiu skupinu adresátov – či už pozitívne, alebo negatívne. Okrem citácií sa emocionalita prejavuje v príklone k príbehovosti, zdôrazňovaniu aspektu zápletky, deja[14], vlastností protagonistov, s ktorými sa adresát textu môže stotožniť a pod. – všetky tieto prvky súvisiace s pôsobením na adresátove emócie majú jasný cieľ – zaujať ho, pripútať k textu, presvedčiť ho o kvalitách autora príspevku a ideálne primäť ho ku kúpe knihy.

V rámci vzdelávacej funkcie literárnej kritiky sa realizuje i hodnotenie literárneho diela. Hodnotiaci aspekt literárnokritickej činnosti na sociálnych sieťach možno vnímať na 4 úrovniach:

a) zdieľanie[15] knihy – samotné poukázanie na ňu, bez verbálneho či neverbálneho hodnotenia;

b) zdieľanie knihy s neverbálnym hodnotením (emotikony, GIPHy, meme...);

c) zdieľanie knihy s krátkym verbálnym hodnotením v rámci škály „páči – nepáči", „dobré – zlé";

d) zdieľanie knihy s verbálnym hodnotením (v ideálnom prípade obsahuje i prvky kritického myslenia, argumenty).

Realizáciu literárnej kritiky v podobe príspevkov na sociálnej sieti môžeme vnímať v rámci účtov firiem (vydavateľstiev, kníhkupcov, antikvariátov) či príspevkov jednotlivcov – od autorov, literárnych kritikov ale i známych osobností.

Influencer

Medzi populárne a známe osobnosti sa čoraz častejšie radia i ľudia, ktorých môžeme označiť za influencerov.[16] Tento termín pochádza z anglického slovesa *to influence*, ktoré znamená ovplyvniť, ovplyvňovať; pomenúva človeka, ktorý má schopnosť

[13] SÁMELOVÁ, Anna: Míľniky novinárskej nestrannosti na ceste editorskej zodpovednosti. In *Otázky žurnalistiky*, 2019, roč. 62, č. 3-4, s. 24.

[14] Tento prvok zrejme súvisí s anotáciami kníh, ktoré zhotovujú vydavateľstvá a rozposielajú ich ako súčasť tlačovej správy o novom titule.

[15] V zmysle „postovania", uverejňovania príspevkov na sociálnych sieťach.

[16] Samozrejme, môže to byť opačne – zo známej osobnosti „z offline" sveta sa stane influencer.

ovplyvňovať iných ľudí svojím konaním. Podľa slovníka *Merriam-Webster* je influencer osoba, ktorá dokáže vzbudiť záujem o niečo (napríklad o spotrebiteľský produkt) tým, že o tom „postuje" sociálnych sieťach[17] a podľa slovníka *Cambridge Dictionary* je to človek, ktorý je platený spoločnosťou, aby ukazoval jej produkty a služby a opisoval ich na sociálnych sieťach, čím nabáda ostatných ľudí k tomu, aby si ich kúpili[18]. Množstvo influencerov sa vďaka svojim followerom[19] a získaným „lajkom" stáva celebritami (ale i naopak z viacerých celebrít sa stali influenceri) a ich hlas ovplyvňuje život v danej komunite[20].

Zo žurnalistického uhla pohľadu je dôležité uvedomiť si, že influenceri na sociálnych sieťach môžu slúžiť i ako informátori[21] o aktuálnych udalostiach, či ako ľudia, ktorí dokážu formovať a ovplyvniť názor svojich followerov, čím suplujú niektoré zo základných funkcií žurnalistiky. K ich činnosti môžeme priradiť i zabávanie, čo influenceri určite robia, vzdelávanie a socializovanie – nech to už v tomto kontexte vyznieva akokoľvek paradoxne. Influencerov teda môžeme považovať za dežurnalistov, čím však úvaha o vzťahu influencer – žurnalistika nekončí.

Časopis *Forbes* zverejnil v júli 2019 rebríček 20 najvplyvnejších slovenských influencerov[22], v ktorom minimálne päť osobností má za sebou skúsenosti so žurnalistikou. Praktické skúsenosti majú: Rasťo Chvála, číslo jeden v spomínanom rebríčku, pracoval v rádiu *LUMEN* a potom v denníku *SME*, meno Martina „Pyca" Rauscha sa spája s *FUN rádiom* i televíziami *RTVS* a *Markíza*, Drahomír Piok pracoval v *Hospodárskych novinách* a Matej „Sajfa" Cifra pracuje vo *FUN rádiu*. Môžeme k nim priradiť i atléta Mateja Tótha, ktorý je absolventom žurnalistiky na UKF v Nitre. Vidíme teda, že mi-

[17] MERRIAM-WEBSTER DICTIONARY: Influencer. [online]. In *merriam-webster.com.* Dostupné na internete: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/influencer>. [cit. 2020-05-17].

[18] CAMBRIDGE DICTIONARY: Influencer. [online]. In *dictionary.cambridge. org.* Dostupné na internete: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/influencer>. [cit. 2020-05-17].

[19] Follower je človek, ktorý na sociálnej sieti sleduje (followuje) influencera. Z anglického slovesa *to follow* – nasledovať, sledovať.

[20] Slovami Anny Sámelovej: „Dostatočný počet lajkov znamená úspech v danej online komunite. S úspechom prichádza sláva a s ňou aj uznanie statusu celebrity v danej online komunite. [...] Na tomto princípe nepretržite vznikajú a zanikajú tisícky slávnych YouTuberov, blogerov, vlogerov, influencerov, ktorí nemuseli dosiahnuť žiadny úspech v zmysle dostatočnej atraktivity na medializáciu v tradičných ‚veľkých' a ‚vplyvných' médiách. Práve naopak. Ich kariéra slávy sa začala v sebaprezentácii a rozvíja sa v seba-medializovanej komunikácii vo vlastnom médiu pred vlastným publikom, ktoré vytvára online komunitu danej komunitnej celebrity. Aj takto zrodené komunitné celebrity sa však po vzore národných a nadnárodných celebrít stávajú lídrami médiami sprostredkovanej komunikácie v mnohých oblastiach života danej online komunity." (SÁMELOVÁ, Anna: Celebrity v mediálnom priestore – metamorfóza obyčajnej nezvyčajnosti na nezvyčajnú obyčajnosť. In *Otázky žurnalistiky*, 2020, roč. 63, č. 1-2, s. 16.)

[21] Niektorí influenceri – najmä tí, ktorí sa pohybujú v oblasti masmédií – reagujú na správy pohotovo a zdieľajú informácie o aktuálnych udalostiach spolu s vlastným názorom na ne. Ideálnym prípadom takéhoto prepojenia žurnalistikej praxe a pôsobenia influencera je napríklad instagramový účet Zuzany Kovačič Hanzelovej (*@zuzanahanzelova*).

[22] HEGLASOVÁ, Adriána – MATUŠČÁKOVÁ, Zuzana – ŠOLTINSKÁ, Veronika: Králi internetu. Kto je top influencer na Slovensku. [online]. In *forbes.sk*. Dostupné na internete: <https://www.forbes.sk/top-influencer-2019/#hello>. [cit. 2020-05-17].

nimálne štvrtinu z najvýznamnejších slovenských influencerov môžeme považovať za žurnalistov – k týmto piatim osobnostiam je možné z hľadiska skúseností s masmédiami prirátať i dve herečky, Moniku Hilmerovú a Kristínu Tormovú, ktoré majú skúsenosti s moderovaním, dokumentaristu a fotografa Patrika Paulínyiho či Luciu Hruškovú, ktorá študuje marketing. To by znamenalo, že takmer polovica z TOP influencerov podľa *Forbes* má skúsenosti so žurnalistikou či masmediálnou komunikáciou. Nie je naším cieľom nájsť odpoveď na to, či má vplyv na ich význam vo svete sociálnych sietí, no tento aspekt nemožno ignorovať.

Literárnokritické aktivity slovenských influencerov

Táto časť štúdie sa pokúsi priblížiť literárnokritické aktivity slovenských influencerov na sociálnej sieti Instagram. Kritériom pre výber instagramových účtov, na ktoré sa prieskum sústredí, bol zoznam najvýznamnejších influencerov na Slovensku v roku 2019, ktorý zverejnil magazín *Forbes*. V rámci instagramových účtov[23] týchto 20 osobností sme hľadali príspevky, v ktorých boli tematizované, spomínané či opisované knihy. Tie z nich, v ktorých bola prítomná aspoň jedna z vyššie uvedených vlastností literárnej kritiky (hodnotenie, opis, interpretácia, odporúčanie), sa stali predmetom stručnej interpretácie.

Zamerali sme sa na vzorku 19[24] účtov najvýznamnejších influencerov na Slovensku, spolu išlo o 31 484 príspevkov[25]. Z nami skúmaných influencerov vo svojich príspevkoch knihy ani raz nespomenuli Rasťo Chvála (*@garaz.tv*), Andrea Zahurancová (*@andreazahurancova*), Patrik Paulínyi (*@patrikpaulinyi*), Lenka Titková (*@l3nik*), Silvia Križanová (*@sisa_kr*), Drahomír Piok (*@draho*), Dominika Kid Kovács (*@dominikakidkovacs*), Monika Hilmerová (*@hilmerovamonika*) ani Linda Mlynčárová (*@nutelindochka*). Na ich účtoch sa nenachádzali zmienky o literárnych textoch ani v rámci propagačnej činnosti.

Treba poznamenať, že viacerí z 19 influencerov napísali vlastné knihy (resp. sú spoluautori svojich biografií), takže pri niektorých boli časté príspevky o týchto tituloch. Tie, logicky, za literárnokritické považovať nemožno – hoci sú značne propagačné a knihy odporúčajú. Z tohto dôvodu môžeme ako účty bez zmienky o knihách vnímať i kontá Mateja Tótha *(@tothem83*), Martina Rauscha (*@mrpyco*) a Daniela Štraucha (@gogomantv). Traja menovaní influenceri na svojich instagramových účtoch viackrát spomínali knihy, ktorých sú autormi – Martin Rausch najmä svoje kuchárske knihy, Matej Tóth i Daniel Štrauch svoje biograficky ladené knihy.

[23] Hodnotené boli len príspevky v tzv. feede – teda tie, ktoré tvoria gro instagramového účtu a sú viditeľné stále, sú pri nich zverejnené komentáre ostatných používateľov Instagramu a počty „lajkov". Tzv. stories – niekoľkosekundové príbehy, ktoré sa zverejňujú na 24 hodín, práve vzhľadom na ich časovú obmedzenosť, neboli do výberu zarátané.

[24] V čase odovzdania tejto štúdie bol účet Petra Popluhára *@patopopluhar* na Instagrame súkromný a nepovolil mi sledovanie, preto jeho účet z hľadiska prítomnosti príspevkov o knihách nedokážem posúdiť.

[25] 31 484 je súčet príspevkov jednotlivých influencerov ku dňu odovzdania tejto štúdie, podľa čísla, ktoré je uvedené v „záhlaví" každého účtu.

Obrázok 1 Ako influenceri uverejňovali na svojich účtoch príspevky o knihách

Na siedmich účtoch influenceri v rámci svojich príspevkov spomínali knihy. Lucia Hrušková (*@lucypug*) i Lucia Sládečková (*@lucidstyle*) uverejnili každá jeden post s fotografiou knihy, oba boli primárne propagačné a neobsahovali žiaden hodnotiaci aspekt. Matej Cifra zverejnil tri príspevky o knihách (z celkového počtu 2181 postov), ktoré boli zamerané na správu o tom, čo práve robí, obsah knihy nebol spomenutý – jeho príspevky teda neobsahovali žiaden z hľadaných aspektov literárnej kritiky.

Štyri knihy sa dostali na účet (s 4 169 postami) Tatiany Židekovej. 3. decembra 2018 uverejnila svoju fotku s knihou Dušana Kadleca *Sto spôsobov, ktorými si zbytočne komplikujeme život* v rámci propagačnej súťaže. O knihe napísala: „*tento krát tu mame super knižku (súťažiť sa bude až o 3 ks) ktorá sa stala KNIHOU ROKA 2017 v kategórii Životný štýl, od Panta Rhei @motivationman_sk ... ja som si ju zobrala so sebou na Bali aby som načerpala nové myšlienky [...] za mna je to super darcek aj pod vianočný stromček [...]knižka ktorá nakopne nie len vás ale aj vašich blízkych*“[26]. Za subjektívny hodnotiaci aspekt by sme teoreticky mohli považovať tvrdenie, že „nakopne nielen čitateľov, ale aj ich blízkych“, rovnako sa odvoláva na víťazstvo titulu v súťaži Kniha roka 2017 a dôraz na fakt, že si ju vzala so sebou na dovolenku. Všetky tri tvrdenia môžeme vnímať ako dôkazy o kvalite danej knihy, o ktorej sa však viac nedozvieme. Problematická sa javí jazyková stránka, nepoužívanie interpunkcie súvisí s typom sémantického média, cez ktoré sa príspevky pridávajú (tablety, mobily...), v texte však chýbajú i čiarky a je nesprávne uvedený tvar slova nielen.

Michaela Grešková (@michalagreskova) sa v 5 príspevkoch (z 1 761) venovala knihám, dvakrát spomenula knihu *Vyzeráš ako Francúzka* od autoriek Isabelle Thomas a Frédérique Veysset. 28. augusta 2016 o nej napísala: „*Vraví sa nesúď knihu podľa obalu...ja som pri tejto zastavila práve vďaka nemu a milo ma prekvapuje aj svojim obsahom. Len si už na ňu musím trochu posvietit, keďže od stredy už nosím dioptrie [...] ak sa vrátim ale ku knihe, odporúčam všetkým milovníčkam módy, veľmi inšpirativné čítanie, ktoré búra mnohé „všeobecné pravidlá“.*“[27] Vidíme, že hodnotenie prebieha najmä v rámci emocionálnej roviny (páči sa + snaha vysvetliť prečo) a Grešková knihu označuje ako inšpiratívne čítanie. V príspevku neoznačila vydavateľstvo, takže zrejme

[26] [TATIANAZIDEKOVA]: Je PONDELOK... [online]. In *Instagram*. Dostupné na internete: <https://www.instagram.com/p/Bq7nqjpjuRW/>. [cit. 2020-05-17].
[27] [MICHAELAGRESKOVA]: Vraví sa... [online]. In *Instagram*. Dostupné na internete: <https://www.instagram.com/p/BJp1Rlsgvbs/>. [cit. 2020-05-17].

nejde o propagačný príspevok. Jazyková stránka ani v tomto prípade nie je na dostatočnej úrovni. V podobnom duchu priblížila svojim followerom i ďalšiu knihu s rovnakou tematikou „*Na tú knihu som sa už veľmi dlho chystala a nesklamala [...]Netúžim byť síce Parížanka, som úplne spokojná tam kde som, ale v mnohých smeroch je kniha veľmi inšpiratívna a zábavná.*"[28]

Jedenásť príspevkov (z 1 180 celkových) s obsahom kníh sa nachádza na Instagrame Patrície Bénesovej, ani jeden však neobsahuje hodnotenie knihy, preto sa nimi nebudeme zaoberať.

Najviac príspevkov o literatúre nájdeme na instagramovom účte Kristíny Tormovej, ktorá sa knihám venovala v 23 svojich postoch (z 2 725 celkových). Je to pochopiteľné, pretože Tormová je autorka viacerých kníh o rodičovstve[29], spolupracuje s vydavateľstvom Ikar, má deti a často spomína detskú literatúru. Z nich by sme za text s črtami literárnokritického hodnotenia či opisu mohli považovať najmä príspevok z 29. marca 2019 o knihe *Psychológia pre milujúcich rodičov* od Jany Bašnákovej, Evy Vavrákovej a Jany Zemandl. Je to najdlhší príspevok zo všetkých, ktoré sa dostali do nášho výberu (má 354 slov), obsahuje úvodné subjektívne stanovisko Tormovej k výchove a materstvu – o tom, že knihy o výchove nikdy nečítala. Okrem zámerných Tormovej novotvarov je z hľadiska pravopisu na dobrej úrovni, rovnako tak štylisticky. Tormová kladie dôraz na svoj čitateľský zážitok i na svoju vlastnú „mimoliterárnu" skúsenosť s témou, o ktorej knižka hovorí, a vďaka porovnávaniu pôsobí jej príspevok na followera (čitateľa) presvedčivo. Úryvok zo spomínaného postu („*Lebo knižka nie je proti nikomu a ničomu, je za rodičov a šťastné deti a je podľa mňa dobré mať ju pri sebe…fakt. Za každou kapitolou je zhrnutie, v texte je množstvo odvolávok na najnovšie celosvetové výskumy, pre aj proti. Také pre úplne normálnych rodičov, ktorí sa občas cítia ako Alenka v ríši divov.*"[30]) dokazuje niektoré z vlastností literárnej kritiky na sociálnych médiách – subjektívnosť, snahu presvedčiť, obraznosť, emotívnosť, odporúčanie namiesto argumentácie.

Influencerka	A: Počet príspevkov o knihách	B: Počet príspevkov celkovo	Percentuálne vyjadrenie A/B
Tatiana Žideková	4	4169	0,09%
Michala Grešková	5	1761	0,3%
Patrícia Benesová	11	1180	0,9%
Kristína Tormová	23	2725	0,8%

Tabuľka 1 Počty príspevkov influenceriek o knihách a celkovo

[28] [MICHAELAGRESKOVA]: Moje momentálne... [online]. In *Instagram*. Dostupné na internete: <https://www.instagram.com/p/BH97Wtlg—3/>. [cit. 2020-05-17].

[29] Podobne ako v prípade Martina Rauscha, Daniela Štrauša a Matej Tótha, ani pri Tormovej neboli brané do úvahy príspevky propagujúce jej vlastné knihy.

[30] [KRISTINA.TORMOVA]: Nikdy som... [online]. In *Instagram*. Dostupné na internete: <https://www.instagram.com/p/Bvlg6tYgNfe/>. [cit. 2020-05-17].

Mimo rebríčka časopisu *Forbes*

Dôvod zamyslieť sa nad tým, ako k potenciálne literárnokritickým textom pristupujú influenceri, vznikol najmä vďaka instagramovému účtu s názvom *_dzejny*, ktorý patrí Jane Šlinskej. Je zamestnankyňou kníhkupectva Martinus, na svojom účet má cez 14 000 followerov a väčšina jej postov je venovaná knihám, najmä tým najaktuálnejším. Šlinská sa prezentuje ako čitateľka a knihy na svojom účte zverejňuje s esteticky zaujímavými fotografiami zvyčajne, až keď ich prečíta a každú v skratke charakterizuje – jej texty obsahujú citáty z kníh, no sú budované ako opis jej čitateľského zážitku, ktorý však – tak ako by to malo byť pre literárnu kritiku záväzné – ponúka viacero objektívnych informácií na to, aby sa jej follower rozhodol, či si knihu prečíta, alebo nie. Z jej postov o knihách nie je badateľné, že by hlavným cieľom bola propagácia, a zároveň je z nich zrejmé, že literatúra patrí k jej záľubám.

Rovnako objektívne v tomto zmysle pôsobí účet Veroniky Cifrovej Ostrihoňovej s 186 000 followermi, na ktorom tiež častejšie pridáva zaujímavé knižné tituly[31]. Cifrová Ostrihoňová sa na Instagrame profiluje ako človek s jasným politickým i spoločenským svetonázorom a na jeho podporu vyberá i knihy, ktoré svojim followerom ponúkne – najčastejšie sú to knihy, ktoré tematizujú spoločensko-politické otázky. I jej príspevky na Instagrame sa vyznačujú vyspelým jazykom, hodnotiacim aspektom i schopnosťou argumentačne podložiť svoj čitateľský zážitok. Navyše – ako už bolo naznačené – prepojenosť zverejnených knižných titulov s jej svetonázorom môže followerom i rozšíriť obzory v súčasnosti závažných témach.

Príspevky oboch influenceriek spĺňajú viaceré kritériá kladené na literárnokritické texty a ich komunikácia na sociálnych sieťach sa realizuje na dobrej obsahovej, netickej i štylistickej úrovni, obe sú rozhľadené v oblastiach, o ktorých sa vyjadrujú a ich príspevky sú viac hodnotiace a interpretačné než persuazívne či propagačné.

Záverom

Už od vzniku prvých blogov sa situácia s literárnou kritikou a jej existenciou online zvykla hodnotiť negatívne, ako jej „pád z kritických výšin na zem", medzi obyčajných ľudí, ktorí nemajú dostatočné literárne vzdelanie na to, aby mohli literatúru posudzovať, hodnotiť či odporúčať. Internet a sociálne siete nám dennodenne ukazujú, že odporúčať a propagovať literárne diela môže takmer každý a kritérium kvality v tejto komunite paradoxne spočíva v kvantite (followerov, „lajkov", zdieľaní atď.). Možno je nateraz jediné vhodné riešenie vnímať tento posun v rámci literárnej kritiky ako jej šancu prežiť a získať viac „lajkov"...

Pri prvotnom impulze zamyslieť sa nad vzťahom medzi influencerom a literárnou kritikou sa javila ako najschodnejšia a najzaujímavejšia cesta zamerať sa na instagramové účty zamerané na literatúru. Najjednoduchšia cesta býva málokedy i správna,

[31] Cifrovú Ostrihoňovú spomínam najmä preto, že i na iných platformách (youtube kanál Very Veri) zvykne prezentovať knižné diela; a z hľadiska počtu followerov prekonáva i niektorých z influencerov zo zoznamu *Forbes*.

a keďže témou boli influenceri, rebríček *Forbes* možno považovať za dostatočne vhodný výber, pretože ich metodológia zostavovania tohto rebríčku bola zameraná najmä na dosah, reálnu možnosť ovplyvniť svojich followerov. Po stručnom ponorení sa do účtov TOP influencerov podľa *Forbesu* sa ukázalo, že len zlomok z celkových príspevkov sa venoval knižnej tematike[32] V prípade nášho nahliadnutia do 20 instagramových účtov sa ukázalo, že tých pár príspevkov, ktoré sú venované knižnej kultúre, je naozaj založených na subjektívnosti, emóciách a snahe presvedčiť. Dominuje im marketingový rozmer – nie však len ako snaha predať tovar, ale najmä ako snaha predať seba – influencera. A to je prvok, na ktorý by bolo dobré sa zamerať. Osobnosť kritika ako významný aspekt literárnej kritiky. Ak by sme totiž nazreli do minulosti, určite by sme našli viacero literárnych kritikov, ktorí boli influencermi svojej doby, a to i so spomínanou snahou propagovať i seba, nielen knihu.

Literatúra a pramene

BARBORÍK, Vladimír: Náčrt premien slovenskej literárnej kritiky od polovice 60. do začiatku 70. rokov. In *Slovenská literatúra*, 2015, roč. 62, č. 3, s. 231-243. ISSN 0037-6973.

CAMBRIDGE DICTIONARY: Influencer. [online]. In *dictionary.cambridge. org.* Dostupné na internete: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/influencer>. [cit. 2020-05-17].

HEGLASOVÁ, Adriána – MATUŠČÁKOVÁ, Zuzana – ŠOLTINSKÁ, Veronika: Králi internetu. Kto je top influencer na Slovensku. [online]. In *forbes.sk*. Dostupné na internete: <https://www.forbes.sk/top-influencer-2019/#hello>. [cit. 2020-05-17].

JOKELAINEN, Jarkko: *Anyone Can Be a Critic. Is There Still a Need for Professional Arts and Culture Journalism in Digital Age?* [online]. Dostupné na internete: <https://www.yumpu.com/en/document/read/29781610/anyone-can-be-a-critic-is-there-still-a-need-for-professional-arts-and-culture-journalism-in-the-digital-age>. [cit. 2020-05-17].

MERRIAM-WEBSTER DICTIONARY: Influencer. [online]. In *merriam-webster.com.* Dostupné na internete: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/influencer>. [cit. 2020-05-17].

SÁMELOVÁ, Anna: Celebrity v mediálnom priestore – metamorfóza obyčajnej nezvyčajnosti na nezvyčajnú obyčajnosť. In *Otázky žurnalistiky*, 2020, roč. 63, č. 1-2, s. 12-18. ISSN 0322-7049.

SÁMELOVÁ, Anna: Míľniky novinárskej nestrannosti na ceste editorskej zodpovednosti. In *Otázky žurnalistiky*, 2019, roč. 62, č. 3-4, s. 17-25. ISSN 0322-7049.

SÁMELOVÁ, Anna: *Moc a pravda v podmienkach Rozhlasu a televízie Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2018. 258 s. ISBN 978-80-223-4504-0.

[32] 48 príspevkov z celkového počtu skúmaných 31 484 postov, teda 0,15%.

SŁAWINSKI, Janusz: Funkcie literárnej kritiky. In *Romboid*, 1968, roč. 3, č. 5, s. 120-130. ISSN 0231-6714.
STANKOVÁ, Mária: Jazyk literárnej kritiky v 21. storočí. In *MMK 2019 [elektronický dokument] : recenzovaný sborník příspěvků mezinárodní vědecké konference : 10*. Hradec Králové : Magnanimitas akademické sdružení, 2019, s. 763-768. ISBN 978-80-87952-31-3.
STANKOVÁ, Mária: Vzdelávacia funkcia literárnej kritiky v 21. storočí. In LINCÉNYI, Marcel et al.: *Výchova a vzdelávanie k demokratickému občianstvu v Slovenskej republike*. Trenčín : Celouniverzitné pracovisko Katedra politológie, Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne, 2019, s. 180-191. ISBN 978-80-8075-861-5.
STANKOVÁ, Mária: Vzťah marketingovej a vzdelávacej funkcie literárnej kritiky v 21. storočí. In BUČKOVÁ, Zuzana – KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, Anna – RUSŇÁKOVÁ, Lenka (Eds.): *Megatrendy a médiá 2019 : Digital Universe*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2019, s. 428-437. ISBN 978-80-572-0014-7.
[KRISTINA.TORMOVA]: Nikdy som... [online]. In *Instagram*. Dostupné na internete: <https://www.instagram.com/p/Bvlg6tYgNfe/>. [cit. 2020-05-17].
[MICHAELAGRESKOVA]: Moje momentálne... [online]. In *Instagram*. Dostupné na internete: <https://www.instagram.com/p/BH97Wtlg—3/>. [cit. 2020-05-17].
[MICHAELAGRESKOVA]: Vraví sa... [online]. In *Instagram*. Dostupné na internete: <https://www.instagram.com/p/BJp1Rlsgvbs/>. [cit. 2020-05-17].
[TATIANAZIDEKOVA]: Je PONDELOK... [online]. In *Instagram*. Dostupné na internete: <https://www.instagram.com/p/Bq7nqjpjuRW/>. [cit. 2020-05-17].

Mgr. Mária Stanková, PhD.
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: maria.stankova@uniba.sk

Komunikačná prax tvorcov podcastov a ich vplyv na recipientov

Kristína Piatková

Abstrakt:
Predmetom tejto štúdie je teoretická reflexia mediálnych komunikátov známych ako podcasty. Podcasty umožňujú prístup k informáciám rôzneho druhu vo sfére mediálnej komunikácie. Vyznačujú sa bezprostrednosťou, neformálnosťou a zväčša priamo reagujú na súčasné potreby recipientov a ich rýchly štýl života. V príspevku sa zameriavame na používanie jazyka ako prostriedku kultivácie a na skutočnosť, ako tvorcovia podcastov ovplyvňujú spoločnosť. Kultivácia verejných interakcií priamo súvisí s kultivovanosťou spoločnosti.

Kľúčové slová: mediálne komunikáty, podcast, neformálnosť, bezprostrednosť, kultivácia

Abstract:
Communication Practice of Podcast Creators and Their Impact on Recipients. The study deals with a theoretical reflection on media communications known as podcasts. Podcasts provide access to information of various kinds in the sphere of media communication. They are characterized by immediacy, informality and they mostly respond directly to the current needs of the recipients and their rapid lifestyle. In this paper, we focus on using language as a medium of cultivation and on fact how podcast creators influence society. The cultivation of public interactions is directly related to the sophistication of society.

Key words: media communications, podcast, informality, immediacy, cultivation

Internet pretvára súčasnú podobu komunikácie, ktorá už dávno neprebieha výlučne formou „face to face". Technický rozvoj prispieva k demokratizácii prístupu k informáciám a ich hromadnému šíreniu. „Súčasná slovenská publicistika popri svojich tradičných médiách (tlači, rozhlase a televízii) už neoddeliteľne funguje aj s využívaním elektronického média na internete – všetky tradičné masmédiá majú svoje elektronické stránky. Ich výhodou je nielen ľahká dostupnosť cez internet, virtuálna bezbariérovosť prekonávajúca vzdialenosť či časové obmedzenia spojené s fyzickým priestorom, ale aj bezprostredná otvorenosť reakciám recipientov elektronických textov."[1] Od elektronických textov sa v súčasnosti dostávame k novým digitálnym zvukový záznamom – nazývaným podcasty.

[1] ORGOŇOVÁ, Oľga – BOHUNICKÁ, Alena. *Interakčná štylistika*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2018, s. 128.

Od blogov cez vlogy až k podcastom

Internet ponúkol priestor na vznik nových žánrov, akými sú blog a vlog, prostredníctvom ktorých autor prezentuje svoje názory, postoje, životný štýl a i. Pri blogoch ide o písané komunikáty nachádzajúce sa medzi súkromnou a verejnou komunikáciou, vyznačujúce sa skôr pripravenosťou. (Pripravenosť sa prejavuje na obsahovej a formálnej stránke písaného textu – lexikálnej, gramatickej, štylistickej.) Vzhľadom na vzťah medzi komunikantmi blogy predstavujú asymetrickú komunikáciu. Autor blogu je ten, kto vytvára primárny text a zároveň priestor na interakciu s čitateľmi. Stáva sa iniciátorom interakcie so sledovateľmi a často ich aj explicitne vyzýva na komentovanie, hodnotenie.[2] Písomné komunikáty sa postupným technickým pokrokom v tejto internetovej podobe pretvorili do video blogov – skrátene vlogov. Tvorcovia blogov (ale aj iní) začali využívať pri svojej tvorbe hovorené slovo. Suprasegmentálne prostriedky, neverbálna komunikácia (mimika, gestikulácia, výzor vlogera[3]), prostredie, v ktorom vloger tvorí video, dodali komunikátom príznak bezprostrednosti a autenticity.

Slovo *podcast* je spojením názvu prehrávača iPod od firmy Apple a anglického slova broadcasting (vysielanie). Prvýkrát sa termín *podcasting* objavil v britskom denníku The Guardian.[4] Ben Hammersley (2004) pomenoval spôsob, akým možno šíriť texty z (we)blogov do iných zariadení pomocou RSS[5]. Technickým pokrokom sa prenos rozšíril aj o zvukový záznam. Veľkú úlohu v tomto procese zohral mobilný telefón, ktorý začal slúžiť na získavanie informácií a mediálnych správ rôzneho druhu. Mnohí percipienti čítajú správy cez mobilný telefón, k mediálnym článkom sa dostávajú cez sociálne siete.[6] Spôsob života bežných ľudí, každodenné aktivity a čas strávený vo virtuálnom prostredí, do ktorého vstupujú prostredníctvom mobilného telefónu, resp. aplikácií, spustili éru podcastingu.

Podcast je teda zvukový záznam na internete, ktorý si možno vypočuť, stiahnuť do smartfónu, resp. iného média. Ide o epizodické série digitálnych súborov, ktoré majú rôznu periodicitu (môžu vychádzať denne, týždenne, prípadne mesačne).[7] Pod-

[2] K problematike pozri: JÍLKOVÁ, Lucie: Každodenní psaná komunikace. In HOFFMANNOVÁ, J. et al.: *Stylistika mluvené a psané češtiny.* Praha: Academia, 2016, s. 79-143.

[3] Vloger tvorí video blogy – internetové osobné „zápisníky", v ktorých vyjadruje svoje názory, myšlienky na rôzne produkty, služby, spoločenské, kultúrne či politické dianie. Stali sa vyhľadávaným zdrojom informácií v oblasti marketingu.

[4] TVRDOŇ, Dávid: *Stručné dejiny podcastov, a prečo za to môže Apple*. [online]. Dostupné na internete: <https://podcasty.sme.sk/c/22232563/ako-podcasty-zacali-kratka-historia-audioblogovania.html>. [cit. 2019-10-15].

[5] RSS – *Rich Site Summary* – formát umožňujúci sťahovanie novopridaných textov z webových stránok s rýchlo sa meniacim obsahom. Viac pozri napr.: WHATISRSS: *What Is RSS? RSS Explained.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.whatisrss.com/>. [cit. 2020-02-15].

[6] K problematike pozri: MARKOŠ, Ján: *Sila rozumu v bláznivej dobre. Manuál kritického myslenia.* Bratislava : Knižná edícia Denníka N, 2019.

[7] TVRDOŇ, Dávid: *Stručné dejiny podcastov, a prečo za to môže Apple*. [online]. Dostupné na internete: <https://podcasty.sme.sk/c/22232563/ako-podcasty-zacali-kratka-historia-audioblogovania.html>. [cit. 2019-10-15].

casting predstavuje novú modernejšiu podobu rozhlasového vysielania. Na rozdiel od rádia funguje na offline báze, teda nie je živým vysielaním. Ide o sféru hovorenej mediálnej komunikácie, v ktorej ide predovšetkým o sprostredkovanie informácií serióznou alebo zábavnejšou formou.[8] Podcasty sa vyznačujú bezprostrednosťou a neformálnosťou. Priamo reagujú na súčasné potreby recipientov a rýchly štýl života. Poslucháč neprispôsobuje svoje aktivity programovej ponuke rádia či iného média, ale naopak podcasty sa „prispôsobujú" každodennosti poslucháčov. Na rozdiel o rozhlasového vysielania sú osobnejšie a jednotlivec si sám vyberá, čo a kedy bude počúvať. Sú dostupné aj pri takých aktivitách, ako je cestovanie verejnou dopravou, behanie či prechádzka so psom.[9]

Čím sú podcasty osobnejšie ako rozhlasové vysielanie? Nie sú štylisticky homogénne ako pripravený rozhovor, ale zaznamenávajú bežnú reč[10]. Charakteristickými znakmi podcastov sú autentickosť, variabilnosť, zrozumiteľnosť, spontánnosť, improvizácia a expresívnosť. Vysoká miera autentickosti, vytvára dojem osobného rozhovoru, akoby hostia diskutovali „doma pri káve". Tematická paleta podcastov je rovnako neohraničená ako ich jazykové a štylistické stvárnenie. Existujú aj spravodajské podcasty, ktoré prinášajú aktuálne správy z domova i zo zahraničia. V nich sa spomínaná bežná reč vyskytuje skôr v prehovoroch hostí. Úloha tvorcu podcastu zo spravodajstva je porovnateľná s úlohou (rozhlasového i televízneho) moderátora v konkrétnej komunikačnej situácii (sprostredkováva informácie, riadi rozhovor, vedie diskusiu a i.). Ide o náročnú úlohu, ktorá vyžaduje skúseného redaktora (zastupujúceho noviny, rozhlas, televíziu), odborne pripraveného i komunikačne zdatného. Prostredníctvom internetu vznikol prístup k zahraničným rozhovorom bez ohľadu na časovú viazanosť či finančnú náročnosť – *Global News Podcast, The World This Week, CNN 10, State of America, The Daily.* Poslucháč má k dispozícii seriózne správy z diania doma i vo svete, kultúry, športu, či lifestylové témy analogicky, ako ponúka rozhlasové a televízne vysielanie. Variabilnosť je podmienená širokým spektrom tém i spôsobom, ako sú sprostredkované verejnosti. Samotné delenie podcastov je diferencované aj podľa adresáta (pre ženy napr.: *Medzi nami* – týždenný podcast denníka SME; *Volafka* – rozhovor so zaujímavými ženami z Čiech a Slovenska; *V ženskom rode; Women Wanting More* a i.; pre mužov napr.: *mužom.sk*; *Silný výber*; *Nový muž*; pre deti napr.: *Rozhlasové leporelo*; *Halabala*; *Český rozhlas – Pro děti* a i.). Obsah je formulovaný zrozumiteľne i pútavo v snahe zaujať poslucháčov a ponúknuť im autentický rozhovor so známej-

[8] K problematike pozri: KADERKA, Petr: Sféra mluvené mediální komunikace. In HOFFMANNOVÁ, J. et al.: *Stylistika mluvené a psané češtiny.* Praha : Academia, 2016, s. 295-337.

[9] PROKOPČÁK, Tomáš: *Podcast nie je rádio, to vy si vyberáte (píše Tomáš Prokopčák).* [online]. Dostupné na internete: <https://podcasty.sme.sk/c/22232267/ako-podcasty-v-sme-takmer-nevznikli.html#ixzz62PUgjqZG>. [cit. 2019-11-24].

[10] Bežná reč je východiskom mnohých etnometodologicky orientovaných výskumov. *„Etnometodológia skúma, ako ľudia aktívne spoluvytvárajú scény denného života, ako ich menia, či akými metódami ich udržiavajú v nezmenenej podobe."* LINDBLOOM, Jana: Etnometodologický prístup a príklad degradačných postupov. In *Sociológia – Slovak Sociological Review*, 2004, roč. 36, č. 4, s. 364. Pozri aj: DOLNÍK, Juraj: *Všeobecná jazykoveda*. 2. dopln. vyd. Bratislava : Veda, 2013.

šími, aj neznámymi ľuďmi. Tvorca podcastu alebo jednoducho podcaster[11] sprevádza poslucháča jednotlivými epizódami podcastov. Nie je to moderátor, na akého sme boli zvyknutí (nemusí to byť novinár, redaktor), ktorý by len kládol otázky, usmerňoval priebeh rozhovoru[12]. Mnohé podcasty tvoria bežní ľudia, ktorých zaujíma konkrétna téma či sféra podnikania, a zaznamenávajú svoje myšlienky, úvahy do zvukového záznamu sprostredkovaného verejnosti. Často tvorcovia podcastov začínali ako blogeri či vlogeri. Od písania textov prešli k tvorbe videí a v súvislosti so spomínaným technickým napredovaním sa pustili do tvorby podcastov. Ide zatiaľ o mladý formát, ktorý sa ešte len „hľadá", experimentuje. Miesto podcastu v dobe „radikálnej demokratizácie spoločnosti"[13], spôsobuje to, že sa ľudia – neexperti – bez komunikačnej praxe vo verejnom mediálnom priestore angažujú aj do vecí mimo svojich kompetencií, pričom ale ich stimuly môžu byť aj prínosné, inšpiratívne pre profesionálov – novinárov. Analýzou komunikačných prejavov možno poukázať na pozitívne stránky tohto formátu, ale aj na tie negatívne.

Dialógy v podcastoch

V predkladanej štúdii sa zameriavame na formálnu i obsahovú stránku dialógov podcastov. Rovnakú pozornosť venujeme aj skúmaniu interakčnej aktivity medzi tvorcom podcastu a konkrétnym hosťom. Podcast zaznamenáva dialóg ako prirodzenú interakciu komunikantov o nejakej téme v súlade s akomodačno-asimilačnými tendenciami.[14] Ide o vyrovnávanie, „zohratosť" intencií medzi interaktantmi. Okrem vzťahu medzi aktérmi komunikácie nesmieme zabúdať ani na intertextuálne prepojenie textu k iným textom.[15] Kladieme si preto otázku, či analyzované komunikáty dávajú stimuly k interpretácii, alebo len reprodukujú to, čo je už známe (iné texty, myšlienky, citáty, parafrázy a i.).

Po formálnej stránke je podobnosť podcastu s dialógom rozhlasových vysielaní najmä v úvodných a záverečných formuláciách: *Povedz nám niečo o sebe... Aké boli tvoje začiatky? Rozprávali sme sa s... Rád by som sa poďakoval, že ste prijali moje pozvanie...* Tykanie prevažuje pri mladších interaktantoch (máme na mysli aj podcastera, aj hosťa), alebo pri interaktantoch, ktorí sa poznajú (osobne, pracovne, z predošlých rozhovorov). Naopak, vykanie sa objavuje skôr pri asymetrických rozhovoroch (vzhľadom na vek, sociálny status, profesiu). Rozhovory sú štandardne vystavané na striedaní otázky – odpovede.

[11] Podcaster je tvorca podcastu – analogicky ako označenia bloger, vloger.

[12] Máme na mysli štandardný prejav moderátora, ktorý sa vyznačuje profesionálnym monologickým prejavom, riadením dialogických častí programu, bezprostrednosťou, vtipom, zdvorilosťou a i. (K problematike pozri: MÜLLEROVÁ, Olga: Úlohy moderátora v rozhlasovém diskusním pořadu Radiofórum. In *Naše řeč*, 1999, roč. 82, č. 4, s. 169-183.)

[13] DOLNÍK, Juraj: *Jazyk v sociálnej kultúre*. Bratislava : Veda, 2017, s. 193.

[14] DOLNÍK, Juraj: *Všeobecná jazykoveda*. 2. dopln. vyd. Bratislava : Veda, 2013, s. 361.

[15] ORGOŇOVÁ, Oľga – BOHUNICKÁ, Alena: *Interakčná štylistika*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2018, s. 44.

Ukážka č. 1[16]:

M: začneme takou základnou, ale celkom zložitou otázkou. čo je podla teba architektúra?
H: no: veď to je vlastne to, čo sa pýtame vždy (.) nanovo. hh vždy keď, aspoň ja alebo my, vždy keď robíme nejaké nové dielo, alebo nejaký nový článok, tak to je vždy tá otázka, čo je vlastne tá architektúra. a to je vlastne na tom to krásne. si myslím. (.) že to, že to ne- nemá nejakú formulku, že architektúra je toto. a: teraz ee to nie/g/do kontroluje, čo to je a aké to má mať všetky náležitosti a tak ďalej.
M:dobre a my všetci, teda väčšina ludí vníma architektúru ako nejakú stavbu. ideš po ulici a všade okolo teba je architektúra. a toto je- toto tvrdenie je pravda?
H: no asi nie.

Podcaster vstupuje do dialógu hostí aj spontánnymi reakciami typickými pre hovorený prejav: *To fakt (smiech); Tak to býva (smiech).* V dialógoch podcastov sa objavuje simultánne hovorenie, brbty, neprirodzené pauzy či slovná vata (*ehm, vlastne, proste*) ako aj intenzívny smiech. Všetky tieto zvukové, gramatické i štylistické nedostatky sú charakteristické pre autentický bežný prejav. Podcast „musí byť trochu pomalým, za každých okolností autentickým, neformálnym a úprimným. Ľudia, ktorí račkujú, v ňom budú račkovať. Tí čo hmkajú, budú hmkať. A keď niekto robí pri kladení otázok čudné pauzy... nuž, bude ich robiť aj naďalej. Lebo oni takíto sú aj naozaj. A sú to oni, kto nás bude sprevádzať ich každodennou prácou a príbehmi, ktoré odkrývajú.“[17]

[16] Vysvetlivky k analýzam:
[ ] hranaté zátvorky používame na vyznačenie simultánneho vyslovenia častí replík;
VEĽKÉ PÍSMO označuje tie časti repliky, ktoré boli vyjadrené hlasnejšie v porovnaní s okolitými časťami;
° ° znak stupňa obklopuje časť výpovede, ktorá bola vyjadrená tichšie ako časti, ktoré ju obklopujú;
Podčiarknutie vyjadruje zdôraznenie;
> < medzi znaky viac a menej umiestňujeme časť repliky, ktorá bola vyslovená výrazne rýchlejšie ako okolité časti;
) (medzi zátvorky v obrátenom poradí umiestňujeme repliku alebo časť repliky, ktorá bola vyslovená výrazne pomalšie ako okolité časti;
(.) veľmi krátku pauzu, avšak predsa pociťovanú ako príznakovú, označujeme bodkou v okrúhlych zátvorkách;
(3.0) dlhšiu pauzu vyjadrujeme počtom sekúnd v okrúhlych zátvorkách;
( ) pomocou prázdnych zátvoriek zapisujeme úplne nezrozumiteľné slovo;
(( )) do dvojitých zátvoriek zaznamenávame komentáre o kontexte rozhovoru, výslovnosť a nezrozumiteľné pasáže.
M – moderátor, H – hosť.

[17] PROKOPČÁK, Tomáš: *Podcast nie je rádio, to vy si vyberáte (píše Tomáš Prokopčák)*. [online]. Dostupné na internete: <https://podcasty.sme.sk/c/22232267/ako-podcasty-v-sme-takmer-nevznikli.html#ixzz62PUgjqZG>. [cit. 2019-11-24].

Pre podcasty[18] sú charakteristické skôr neformálne úvodné formulácie: *Zdravím, ahoj, tak čaute* – to prirodzené závisí od tvorcu a jeho doterajšieho pôsobenia v mediálnej sfére i zamerania podcastu. Ukazuje sa, že blogeri, ktorí sú hodnotení ako úspešní blogeri (napr. v rámci vyhodnocovania súťaže bloger roka), majú vysokú poslucháčsku základňu, resp. veľa sledovateľov pri podcastoch. Predchádzajúce skúsenosti v danej oblasti ovplyvňujú ich jazykový prejav, čo sa prejavuje nielen v slovnej zásobe, ale aj pri celkovej štylizácii. Jednoznačne na zváženie je nadbytočne nedbanlivá reč, chvíľami až „štylizovaná nekorektnosť". Ide napríklad o nadmernú (a nepotrebnú) hybridizáciu slovenčiny s angličtinou: *Sme menej true. Chceme tvoriť zmysluplný open office. Som hardworker, jednoducho vorkoholička. S tebou sa spája co-work. To už len také urban legends, takže long story short; hodlám dať úplne že freestyle; tí čo nás ešte nesubscribujete; subscribe je jediné čo máte urobiť ešte; to bol taký interný joke; ježiš nice.* Takéto jazykové deformácie pôsobia skôr ako plod snahy o autorskú svojráznosť, idiolektickosť „ľudového novinára", ktorý chce byť niečím zaujímavý. Avšak čím je takýto prejav „ozvláštnenia" častejší, tým stráca na originalite.

Ukážka č. 2:

```
M:roman koňa zakladal regar burger jeden z podnikov ktorý
v bratislave odštartovali po rokoch temnoty gastronomickú
revolúciu aj v oblasti hlavného prúdu a strítfúdu ((mie-
nené street food)) (.) neskôr svoj podiel predal aby roz-
behol nový koncept remeselného mesiarstva. medzitým sa
stal neignorovateľným instragramerom a asi najhlasnejším
slovenským mesológom, aj vďaka svojmu nespútanému drajvu
ktorý určite predvedie aj v tejto časti podgastu (.) c.
vitaj roman
H: ďakujem za predstavenie
M: ty si vlastnee ehm druhý hosť môj na ktorého som si ne-
pripravil vôbec nič lebo mi to prišlo zbytočné. lebo akože
máme toho veľa aa narozprávaného aj naa:písaného (.) nie
že teda by sme si písali nejaké líbesbrífi ((mienené lie-
besbref)) ale teda že často sa bavíme o gastronómii
a o jedle a vlastne za tie roky keď už si nebol a ešte si
nebol ehm majitel fungujúceho podniku tak sme často akože
aj tak nmaudrovali o všeliakých teórií všetkého možného
gastronomického.
H: áno, áno, je to tak
M: takže vlastne túto dúfam, že hodinku ehm hodlám dať
úplne že frístajl ((mienené freestyle))a akože mám trochu
aj takého tušáka že ehm to pri tebe nebude problém lebo
šak máme čo a máme o čom.
H:no ja rád mudrujem hej a o jedle maximálne.
```

[18] Máme na mysli tie, ktoré nepatria k spravodajským podcastom.

To, čo tiež ovplyvňuje výslednú podobu podcastov, je pripravenosť (napr. v podobe písomného podkladu, ktorý obsahuje aspoň rámcové otázky, prípadne tematické celky, ktorým sa chce podcaster venovať. Pripravenosť je explicitnejšia v úvodných častiach (pri predstavovaní hosťa – odkazy na jeho pôsobenie v určitej sfére, na predošlé rozhovory či konkrétne vyjadrenia –, a už v spomínaných konvencionalizovaných úvodných a záverečných replikách) a v celkovej (i časovej) organizácii rozhovoru. Podcaster cielene „posúva" rozhovor: *Aby sme sa dostali ďalej, spýtal by som sa teraz takto...; Určite sa dostaneme podrobnejšie k takým tým jednotlivým procesom, mechanizmom, ale ešte predtým ma zaujíma...* Otázky či konštatovania môžu prirodzene vyplynúť aj z odpovede hosťa: *Trh je súčasťou výtvarného umenia, na tom sa zhodneme.* Opačnou stratégiou pri tvorbe podcastu je úplná voľnosť, spontánnosť charakteristická najmä pre bežnú, každodennú komunikáciu (ako priamo priznáva podcaster v ukážke č. 2: ty si vlastnee ehm druhý hosť môj na ktorého som si nepripravil vôbec nič lebo mi to prišlo zbytočné. lebo akože máme toho veľa aa narozprávaného aj naa:písaného (.) nie že teda by sme si písali nejaké líbesbrífi ((mienené liebesbref)) ale teda že často sa bavíme o gastronómii a o jedle). Takto vytvorený podcast je určený recipientom, ktorí poznajú tvorbu podcastera (napr. aj prostredníctvom blogov, vlogov), a dokážu reflexívne interpretovať aj explicitne nevypovedané časti, či odkazy na iné články, rozhovory venované hosťovi a jeho činnosti. Každodennosť je vítaná živná pôda na skúmanie prirodzenosti v snahe o pochopenie stratégií a taktík interakcií aj v štylizovaných komunikátoch (politických diskusiách, reklamných prezentáciách atď.), kde sa kladie dôraz napr. na argumentáciu, presvedčivosť. Pokiaľ je cieľom tvorcu podcastu len sa o niečom s hosťom porozprávať, nepripravené dialógy sa odvíjajú od asociatívne ladených myšlienok samotných interaktantov. Ako môžeme vidieť v nasledujúcej ukážke č. 3. prechod od popisu typov hovädzieho mäsa k spontánnemu „pristaveniu sa" pri gramaticky správnom tvare G pl. *mias*.

Ukážka č. 3:

H: brisket tedy hovädzia hruď je jeden z najdrahších mias na celom býkovi lebo je tam taký vysoký dopyt hej či už barbekjú (mienené barbecue) či už je to: pastrami
M:[uhum]
H:[tak to]to sú všetky tie veci z ktorých sa to barbekjú (mienené barbecue)robí
M: uhum lebo zaujímavé je že vlastne tak ako som ja zažil brisket tak ako som ja zažil iné druhý ehm hovädzích mias, čekujte inak to používanie slova mias
H:[áno]
M:[množné] číslo od slova meso
H: to raz spravíme takú nejaká [stránku že]
M:[(smiech) tak ja by som akože (smiech)]
H:[o podstate mias]

Spontánne nadväzovanie myšlienok prispieva k autentickému obrazu rozhovorov v podcastoch. „Nepochybne je však od autentickosti len krôčik k amaterizmu a skrátka nízkej kvalite. Apropo, autentická žurnalistika tu už bola – volala sa blogy."[19] To, čo predstavovali blogy v písomnej podobe, teraz tvoria podcasty ako zvukové záznamy. Líšia sa tematickým zameraním, žánrom (spravodajské podcasty; hodnotiace podcasty; podcasty, ktoré majú charakter reportáže a mnohé i.) a formálnym spracovaním. Žánrové vymedzenie podcastov je veľmi pestré. Môžeme hovoriť o žánrovej hybridizácii, ktorá vzniká aj preto, že tvorcovia podcastov nie sú iba profesionáli (novinári, redaktori), ale predovšetkým bežní ľudia, ktorí netvoria mediálne obsahy podľa „tradičných" žánrových delení.[20] Možno to spôsobí vytvorenie ustáleného variantu „podcastingovej reči", ale nepôjde o novú kvalitu, len o deformáciu. Toto, čo sa deje v podcastingu, je skôr „karikovanie" prirodzenosti, jej zveličovanie, preháňanie.

V tomto kontexte sa ukazuje, že je nesmierne potrebné venovať pozornosť aj tomu, ako ľudia komunikujú vo verejnom mediálnom priestore. Vynára sa otázka, ako možno tvoriť kultivované a zároveň autentické mediálne komunikáty v dobe „radikálnej demokratizácie spoločnosti."[21] Odborníci (v tejto sfére mediálnej komunikácie ide najmä o novinárov, redaktorov) dostávajú „stimuly zdola", keď sa ľudia (neexperti) angažujú aj do vecí mimo ich kompetencií. Médium internetu túto interakciu zdola ľahko umožňuje.

Literatúra a pramene

DOLNÍK, Juraj: *Jazyk v sociálnej kultúre*. Bratislava : Veda, 2017. 248 s. ISBN 978-80-224-1584-2.
DOLNÍK, Juraj: *Všeobecná jazykoveda*. 2. dopln. vyd. Bratislava : Veda, 2013. 432 s. ISBN 978-80-224-1201-8.
JÍLKOVÁ, Lucie: Každodenní psaná komunikace. In HOFFMANNOVÁ, Jana et al: *Stylistika mluvené a psané češtiny.* Praha : Academia, 2016, s. 79-143. ISBN 978-80-200-2566-1.
KADERKA, Petr: Sféra mluvené mediální komunikace. In HOFFMANNOVÁ, Jana et al: *Stylistika mluvené a psané češtiny.* Praha : Academia, 2016, s. 295-337. ISBN 978-80-200-2566-1.
LINDBLOOM, Jana: Etnometodologický prístup a príklad degradačných postupov. In *Sociológia – Slovak Sociological Review*, 2004, roč. 36, č. 4, s. 361-376. ISSN 0049-1225 ; eISSN 1336-8613.
MARKOŠ, Ján: *Sila rozumu v bláznivej dobre. Manuál kritického myslenia.* Bratislava : Knižná edícia Denníka N, 2019. 256 s. ISBN 978-80-99925-01-5.

[19] STRUHÁRIK, Filip: *6 dôvodov, prečo podcastová revolúcia nie je revolúciou*. [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/blog/1467862/6-dovodov-preco-podcastova-revolucia-nie-je-revoluciou/>. [cit. 2019-11-27].
[20] KADERKA, Petr: Sféra mluvené mediální komunikace. In HOFFMANNOVÁ, J. et al.: *Stylistika mluvené a psané češtiny.* Praha : Academia, 2016, s. 295-337.
[21] DOLNÍK, Juraj: *Jazyk v sociálnej kultúre*. Bratislava : Veda, 2017, s. 193.

MÜLLEROVÁ, Olga: Rozhovor s hostem: žánr rozhlasového vysílání na pomezí interview a přátelského popovídání. In ČMEJRKOVÁ, S. – HOFFMANNOVÁ, Jana (Eds.): *Jazyk, médiá, politika*. Praha : Academia, 2003, s. 116-156. ISBN 80-200-1034-3.
MÜLLEROVÁ, Olga: Úlohy moderátora v rozhlasovém diskusním pořadu Radiofórum. In *Naše řeč*, 1999, roč. 82, č. 4, s. 169-183. ISSN 0027-8203.
ORGOŇOVÁ, Oľga – BOHUNICKÁ, Alena: *Interakčná štylistika*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2018. 208 s. ISBN 978-80-223-4566-8.
PROKOPČÁK, Tomáš: *Podcast nie je rádio, to vy si vyberáte (píše Tomáš Prokopčák)*. [online]. Dostupné na internete: <https://podcasty.sme.sk/c/22232267/ako-podcasty-v-sme-takmer-nevznikli.html#ixzz62PUgjqZG>. [cit. 2019-11-24].
STRUHÁRIK, Filip: *6 dôvodov, prečo podcastová revolúcia nie je revolúciou*. [online]. Dostupné na internete: <https://dennikn.sk/blog/1467862/6-dovodov-preco-podcastova-revolucia-nie-je-revoluciou/>. [cit. 2019-11-27].
TVRDOŇ, Dávid: *Stručné dejiny podcastov, a prečo za to môže Apple*. [online]. Dostupné na internete: <https://podcasty.sme.sk/c/22232563/ako-podcasty-zacali-kratka-historia-audioblogovania.html>. [cit. 2019-10-15].
WHATISRSS: *What Is RSS? RSS Explained.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.whatisrss.com/>. [cit. 2020-02-15].

Mgr. Kristína Piatková, PhD.
Katedra slovenského jazyka
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: kristina.piatkova@uniba.sk

Problematické javy v žurnalistike v oblasti rodovej rovnosti

Romana Takáčová

Abstrakt:
Hlavnou témou tejto štúdie je vzťah medzi vplyvom žurnalistiky na spoločnosť, feministickou filozofiou a feminizmom. Empirickým skúmaním bol dokázaný dlhodobý účinok masových médií na publikum, ktorým je nastoľovanie agendy. Snažíme sa preto zistiť, do akej miery majú médiá a ich schopnosť nastoľovať agendu vplyv na rodovú rovnosť v spoločnosti. Definujeme problematické javy, ktoré sa v žurnalistike objavujú, akými sú stereotypizácia a objektivácia. Nerovný obraz o mužoch a ženách vidíme aj vo výbere a selekcii správ a tiež v používanom jazyku, ktorý nie je rodovo senzitívny. Touto problematikou sa zaoberajú aj rôzne organizácie a inštitúcie, ktorých činnosť a filozofiu diplomová práca približuje.

Kľúčové slová: žurnalistika, nastoľovanie agendy, feministická filozofia, stereotypy, objektivácia, rodová rovnosť

Abstract:
Problematic Phenomena in Journalism in the Field of Gender Equality. The main focus of this paper is relationship between influence of journalism on society and feminist philosophy and feminism. The long-lasting effect of mass media on its audience with the intention to establish agenda has been proven by empiric research. In this study, we will ascertain the extent of media's ability to set an agenda and influence on gender equality in society. We define certain reappearing issues in journalism like stereotyping and objectivation. Inequality between genders is mirrored in news selection as well as the language, which is not gender sensitive. There are many organizations and institutions that deal with this issue, we will present their activity and philosophy.

Keywords: journalism, agenda setting, feminist philosophy, stereotypes, objectivation, gender equality

Úvod

Predmetom tejto štúdie[1] je feministická filozofia v kontexte žurnalistiky a s ňou spojených ľudských práv žien. Oblasť feministickej filozofie nie je len filozofickým prúdom, ale zároveň aj socio-politickým prúdom, ktorý od čias sufražetiek mení sociálnu

[1] Tento text je editorským výberom z diplomovej práce pripravenej na obhajobu na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave: TAKÁČOVÁ, Romana: *Súčasná žurnalistika z pohľadu feministickej filozofie* [diplomová práca]. Univerzita Komenského v Bratislave. Filozofická fakulta. Katedra žurnalistiky. 55 s.

dynamiku spoločnosti. Masové médiá a žurnalistika majú veľký podiel na tom, aby ženy vo svojom boji za rovnoprávnosť podporili, alebo naopak, zhoršili ich miesto v societe. Ak sa budeme v masových médiách vyjadrovať o ženách ako o autonómnych bytostiach s rovnakými právami, postavením a hodnotou, rovnako to bude vnímať aj spoločnosť, ale ak ženy ostanú len matkami, manželkami, obeťami, alebo ich zredukujeme len na maternice, tak to bude vnímanie spoločnosti nasledovať. Ako novinári máme v demokratickom štáte zodpovednosť za dodržiavanie základných demokratických princípov, medzi ktoré patria aj ľudské práva. Ak si chceme hovoriť „strážne psy demokracie", musíme nimi naozaj byť.

Cieľom tohto textu je nájsť prienik medzi žurnalistikou a feministickou filozofiou, odhaliť problémy v masových médiách, ktoré by zabraňovali rodovej rovnosti. Rodovými nerovnosťami v žurnalistike sa zaoberajú aj rôzne organizácie a inštitúcie, ktoré predstavíme: *Who Makes the News, Women´s Media Center a Women´s institue for freedom of press*. Sú prínosné najmä preto, že formulujú filozofie, akým spôsobom by mala rodová rovnosť v masových médiách vyzerať. Produkujú tiež práce, výskumy a analýzy zaoberajúce sa prítomnosťou žien v masových médiách.

Vzťah žurnalistiky a feminizmu

Novinári, teda žurnalistickí pracovníci, sú často označovaní ako tzv. *strážne psy demokracie.* Ak chceme dosiahnuť demokratickú spoločnosť, musíme odstrániť všetky prekážky, ktoré by ju mohli narušovať. Jednou z nich je aj rodová nerovnosť: „*Bez rovnosti medzi rodmi nikdy nedosiahneme spravodlivú, demokratickú a rozvinutú spoločnosť s rešpektovaním ľudských práv v plnom rozsahu. Napriek tomu, že postavenie žien sa v mnohých oblastiach spoločnosti zlepšilo, pretrváva rozpor medzi rovnoprávnosťou de jure a de facto.*"[2] Tento citát Zuzany Kiczkovej vyjadruje, že aj keď legislatívne sú ženy rovné mužom, v skutočnosti to tak nemusí byť. Preto sa budeme v tejto práci snažiť dekódovať problémy, ktoré sú v žurnalistike s rodovými nerovnosťami spojené a v závere prísť na to, ako ich napraviť a dosiahnuť tak lepšiu demokratickú spoločnosť bez rodových nerovností.

Výskumom vzťahu žurnalistiky, feminizmu, feministickej teórie a problematiky rodu v masových médiách sa zaoberajú nielen teoretici, ale aj výskumné inštitúcie. Existencia týchto inštitúcií a mnohých výskumov v oblasti postavenia a vnímania žien v masových médiách dokazuje, že skúmanie a analýzy otázok feminizmu a rovnoprávnosti v médiách sú opodstatnené. Feministické výskumy v mediálnej oblasti sa zameriavajú najmä na scitlivovanie spoločnosti v oblasti nerovnoprávnosti mužov a žien. V tejto oblasti budeme vychádzať z práce Adriany Mesochoritisovej *Rodová rovnosť a médiá*[3], ktorá zhrnula problémy rodovej rovnosti v oblasti masových médií: „*Vychádzam pritom z názoru,* (v tejto práci, pozn. autorky) *podľa ktorého mediálne*

[2] KICZKOVÁ, Zuzana: Moc rodových stereotypov. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 122.

[3] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011.

posolstvá nie sú neutrálne produkty ľudskej činnosti, ale ide o komplexné, rodovo podmienené a rodovo zaťažené konštrukty vytvárané konkrétnymi ľuďmi v konkrétnych rodovo podmienených kultúrnych kontextoch."[4] Tým, že masové médiá sú vplyvnými inštitúciami, ktoré majú možnosť ovplyvňovať mienku spoločnosti, je dôležité, aby prinášali rodovo neutrálne obrazy. Čo je veľmi náročné, pretože nežijeme v rodovo nezaťaženom svete a práve to *„mužské"* je vnímané ako niečo všeobecné a neutrálne. Ak poznáme problémy rodovej rovnosti, ktoré sa vyskytujú v žurnalistike, vieme, akým spôsobom proti nim bojovať. Práve tieto javy vyskytujúce sa v mediálnych obrazoch si predstavíme. Sú nimi napríklad stereotypy, objektivácia, sexizmus alebo mýtus krásy.

Mediálny obraz žien v žurnalistike

Jedným zo základných princípov žurnalistiky by mala byť objektívnosť. Ale aj mediálne obsahy vytvárajú len ľudia, ktorí sú sami členmi istej spoločnosti a vyrastajú v istej kultúre. Znamená to teda, že ďalej prenášajú obrazy žien, ktoré majú naučené. Jeden z mediálnych obrazov, ktorý sa vyskytuje, sú ženy ako konzumentky alebo spotrebiteľky.[5] Tvorcovia mediálnych výstupov cielili svoje programy na ženy, ktoré sa stali pasívnymi konzumentkami a spotrebiteľkami, naproti čomu vystupovali muži ako výrobcovia a iniciátori.[6] Ďalším z obrazov, ktoré masové médiá ponúkajú, je obraz ženy ako gazdinej v domácnosti. Tento obraz je úzko spojený s reklamou, v ktorej ženu ukazujú ako tú, ktorá by sa mala starať o domácnosť. Aj keď ženy pracujú mimo domu, rétorika sa nezmenila na takú, pri ktorej by si partneri prácu v domácnosti rozdelili. Namiesto toho sa tvorcovia reklamy zamerali na to, aby sa zo žien stali moderné gazdiné.[7] Ďalším z obrazov, ktoré masové médiá vytvárajú, je mýtus krásy. Masové médiá vytvorili istý dokonalý obraz ženy, ku ktorému by sa mali všetky ženy približovať. Je to najmä marketingová stratégia, ktorá núti ženy viac nakupovať prípravky na starostlivosť o vlastné telo. Tento mýtus krásy sa časom mení, kým v polovici dvadsiateho storočia sa viac zameriaval na produkty na skrášlenie, na prelome milénia sa do popredia začali viac dostávať prípravky na chudnutie. Tiež sa v časopisoch začali viac objavovať články o chudnutí, vytvoril sa istý kult štíhlosti. Podľa štatistík je tento kult dôvodom, prečo sa zvýšil počet ľudí, najmä žien s poruchami príjmu potravy.[8]

[4] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 408.
[5] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 411.
[6] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 412.
[7] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 413.
[8] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 413- 414.

Problém je tiež v tom, akým spôsobom sú ženy v žurnalistike zobrazované. Podľa Organizácie spojených národov len jedna zo štyroch ľudí, či už na obrazovke, v rozhlase alebo televízii, je žena.[9] Najväčším projektom, ktorého cieľom je skúmať problematiku žien, rodovej rovnosti a rodu v masových médiách, a to v 114 krajinách sveta, je *Global Media Monitoring Project.*[10] Podľa tohto výskumu sa množstvo žien v novinách, televízii a rozhlase navýšilo od roku 1995 do roku 2015 o sedem percent. Ženy v roku 2015 tvorili v spravodajstve na celom svete 24 percent a v Európe je to 25 percent.[11] Ak si vezmeme, že vo svetovej populácii je viac žien než mužov, môžeme povedať, že vidíme veľký nepomer v zobrazovaní žien. Oblasťou, kde sa objavovali najviac, bola krása, móda, kozmetické zákroky – 67 percent, tiež rodičovstvo, rodinné záležitosti, medzigeneračné konflikty – 65 percent, antikoncepcia, plodnosť, ukončenie tehotenstva – 65 percent. Najmenej boli zobrazované v domácej politike, vo vláde – 14 percent, v oblasti športu, financovania, školení – 13 percent, v národnej obrane, vojenských výdavkoch, vo vnútornej bezpečnosti – 8 percent, v rodovom násilí podporovanom štátom – 0 percent.[12] Z tohto prieskumu vyplýva, že ženy v spravodajstve opäť zastupujú najmä roly matiek, v správach ich vidíme najmä v rodinnej funkcii alebo v takej, ktorá sa spája s ich schopnosťou mať deti. Najmenej ich vidíme v súvislosti s politickou a vojenskou oblasťou.

Aby sme mohli lepšie pochopiť mediálny obraz žien v žurnalistike, mali by sme si predstaviť aj funkcie, ktoré ženy v daných mediálnych obrazoch zastávajú. Podľa prieskumu *Global Media Monitoring Project*[13] zastávajú ženy najmä funkciu respondentiek, teda vyjadrujú vlastný názor na vec na základe vlastnej skúsenosti, ich názor nemusí predstavovať názory väčšej skupiny ľudí, tých je v žurnalistických výstupoch 38 percent. Ďalšími funkciami, ktoré ženy v mediálnych výstupoch zastávajú, sú funkcia respondentky v ankete – 37 percent, očitá svedkyňa nachádzajúca sa na mieste udalosti – 30 percent, žena je subjektom, o ktorom sa hovorí, daný novinársky výstup je o tejto osobe, alebo o tom, čo urobila – 26 percent, hovorkyňa, osoba, ktorá reprezentuje inú osobu, alebo organizáciu – 20 percent. Funkcia, ktorú ženy zastávajú v médiách najmenej, je funkcia expertky alebo komentátorky, teda funkcia osoby, ktorá poskytuje odborné informácie, názory, či komentáre, na základe ich odborných zna-

[9] UNITED NATIONS: *Infographic: Women and media.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/multimedia/2015/11/infographic-women-and-media>. [cit. 2020-05-27].

[10] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project. Background.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp>. [cit. 2020-04-27].

[11] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project*. [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27], s. 31-32.

[12] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project*. [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27], s. 35.

[13] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project*. [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27].

lostí – túto oblasť predstavuje 19 percent žien.[14] Je tiež omnoho pravdepodobnejšie, že ženy spomenuté v novinárskom výstupe budú skôr objektom rozprávania než expertkami vyjadrujúcimi svoj postoj.[15] Znamená to teda, že ak sú ženy prítomné v mediálnych obrazoch, ich primárnou funkciou je vystupovať len ako očité svedkyne, alebo respondentky.

Problematikou expertiek v masových médiách, konkrétne expertiek v rozhlasovom vysielaní, sme sa zaoberali už v našej bakalárskej práci s *názvom Porovnanie zastúpenia žien vo vysielaní Rádia Slovensko a Rádia Expres v roku 2016*.[16] Odvolávali sme sa v nej na Suzanne Franks, ktorá vo svojej práci *Women and Journalism* píše o tom, že je málo expertiek v médiách, ktoré by boli pozývané do relácií alebo ktoré by sa objavovali pri odborných témach, ku ktorým by vyjadrovali svoje odborné stanovisko. Autorka tiež poukazovala na skutočnosť, že sa o ženách informuje najmä ako o matkách, manželkách a obetiach.[17] Túto skutočnosť potvrdzuje aj výskum, podľa ktorého je dvakrát pravdepodobnejšie, že sú ženy vykresľované ako obete než muži, 16 percent obetí sú ženy a 8 percent obetí je mužov. Pre lepšiu reflexiu mediálneho obrazu žien, ktorý sa v médiách objavuje, by sme si mali predstaviť aj ďalšie aspekty toho, ako sú ženy v spravodajstve zobrazované. Jedným z nich je vek. Podľa výskumu *The Global Media Monitoring Project* sa prisudzuje vek ženám skoro dvakrát častejšie než mužom, vek žien je uvedený v 21 percentách prípadov, pričom vek mužov v 11 percentách. V masových médiách sú podľa veku viac viditeľné mladšie ženy, vo vekovej skupine 19 – 34 rokov sú ženy zobrazované v novinách v 28 percentách, muži v 24 percentách, v televízii sú ženy zobrazované v 23 percentách oproti mužom, ktorých je 16 percent. Podobný trend môžeme pozorovať aj vo vekovom rozpätí 35 – 49 rokov. Po päťdesiatom roku sa tento trend dramaticky mení, žien je v novinách oproti mužom len 12 percent, kým mužov je v tomto veku 27 percent a v televízii je 26 percent žien a 41 percent mužov.[18] Po 65 roku života je tento trend približne rovnaký. Z tohto si môžeme vyvodiť, že kým sú muži na obrazovkách zobrazovaní približne proporcionálne v každom veku, ženy sú zobrazované najmä tie mladšie.

Ďalším aspektom, ktorý sa v žurnalistike spomína, je rodinný stav, a teda, či je žena slobodná, vydatá, alebo má deti, rovnako aj u muža, či je slobodný, ženatý, alebo má

[14] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project.* [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27], s. 36.

[15] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project.* [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27], s. 42.

[16] TAKÁČOVÁ, Romana: *Porovnanie zastúpenia žien vo vysielaní Rádia Slovensko a Rádia Expres v roku 2016* [bakalárska práca]. Bratislava : Filozofická fakulta Univerzity Komenského, 2018.

[17] Pozri: TAKÁČOVÁ, Romana: *Porovnanie zastúpenia žien vo vysielaní Rádia Slovensko a Rádia Expres v roku 2016* [bakalárska práca]. Bratislava : Filozofická fakulta Univerzity Komenského, 2018.

[18] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project.* [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27], s. 40.

deti. Tento status sa u žien spomínal v 19 percentách, pričom u mužov to bolo len 5 percent.[19] Jedným z aspektov, kde existuje rovnosť, je citovanie žien a mužov. Tieto čísla sú vyrovnané, ženy aj muži boli citovaní rovnako, v 61 percentách prípadov.[20] Dôležitou oblasťou toho, kde môžeme vidieť ženy, sú priamo žurnalistické pracovníčky, a teda novinárky, reportérky, alebo moderátorky. Podľa prieskumu tvoria moderátorky 49 percent, čo môže byť spôsobené aj tým, že relácie sú zväčša tvorené moderátorskými dvojicami, mužom a ženou, ale v redakciách ich je o niečo menej, a to 37 percent.[21] Tieto čísla sa ale nemusia vzťahovať na Slovensko, pretože v našej bakalárskej sme vytvorili aj kvantitatívny prieskum novinárskych pracovníkov v Rádiu Slovensko a Rádiu Expres v roku 2016, z ktorej nám vyplynulo, že v oboch prípadoch bolo zastúpenie žien v redakciách vyššie než mužov.[22] Na miestach šéfredaktoriek sme v tom istom roku mali tiež vysoký počet žien, ktorý sa medzitým znížil odchodom Nory Sliškovej z čela denníka Pravda. Aj podľa Susanne Franks je trend v postkomunistických krajinách v oblasti novinárskej práce trochu iný ako v západných krajinách. Je omnoho viac obvyklé, že je v redakciách mnoho žien. Neplatí to ale vo vyšších funkciách. Čím je funkcia v rámci média vyššia, tým viac sa krivka znižuje. Podľa výskumu Európskeho Inštitútu pre rodovú rovnosť z roku 2012 tvorilo množstvo žien na strategických pozíciách, ako napríklad členka predstavenstva, 20 percent, na operatívnych pozíciách ich bolo 31 percent.[23]

Stereotypy v žurnalistike

Ďalším z javov, ktoré sa v žurnalistike a v masových médiách objavujú, sú rodové stereotypy. Zuzana Kiczková ich definuje takto: *„Rodové stereotypy sú zjednodušené, nerealistické obrazy ‚mužskosti' a ‚ženskosti', idealizované a očakávané vzory, ktoré nás sprevádzajú vo všetkých oblastiach života. Svojou bezprostrednou reprodukciou a všadeprítomnosťou utvárajú zdanie prirodzenosti. V rodových stereotypoch sa uvedené obrazy dávajú do vzájomného vzťahu, ktorý je asymetrický a hierarchický, pretože privileguje nositeľov jedného obrazu (‚mužskosti') a robí z nich dominantnú skupinu,*

[19] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project*. [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27], s. 44.

[20] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project*. [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27], s. 44.

[21] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project*. [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27], s. 49.

[22] Pozri: TAKÁČOVÁ, Romana: *Porovnanie zastúpenia žien vo vysielaní Rádia Slovensko a Rádia Expres v roku 2016* [bakalárska práca]. Bratislava : Filozofická fakulta Univerzity Komenského, 2018.

[23] EUROPEAN INSTITUTE FOR GENDER EQUALITY: *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States Advancing gender equality in decision – making in media organisations: Slovakia*. [online]. Dostupné na internete: <http://eige.europa.eu/rdc/library/resource/aleph_eige000004985>. [cit. 2020-04-28].

ktorá má väčšiu moc vďaka tomu, že stanovuje a kontroluje ‚pravidlá hry'. Túto privilegovanosť a dominantnosť zdôvodňuje pripisovaním vyššej hodnoty tým vlastnostiam, spôsobom správania a konania, ktoré tvoria obraz ‚mužskosti'."[24] Rodové stereotypy sú teda isté formy alebo normy správania, ktoré pripisujeme mužom a ženám. Sú to zjednodušené obrazy správania a vlastností, ktoré máme o ostatných. Rozdiely medzi stereotypmi vnímame, ak porovnávame realitu so stereotypmi. Takto sa posilňuje rodová nerovnosť medzi mužmi a ženami. „*Prostredníctvom rodových stereotypov sa vyjadrujú vzťahy medzi ženami a mužmi, ktoré sú nerovnocenné, pretože mužom sa pripisuje nadradenosť, dokonalosť, vyššia hodnota a väčšia moc a ženám podriadenosť, nedokonalosť, menejcennosť a menšia moc.*"[25] Práve preto sú rodové stereotypy nebezpečné. Prehlbujú nerovnosť medzi ženami a mužmi a tiež vytvárajú obrazy o mužoch a ženách, ktoré sú nepravdivé a zraňujúce pre obe pohlavia. Tiež je dôležité rozlišovať medzi rodovou normou a rodovým stereotypom. Podľa Zuzany Kiczkovej je hlavným rozdielom to, že stereotyp je striktne vyznačený, nemenný, zjednodušený a opakovaný, kým rodové normy nie sú presne určené, slúžia na definovanie existujúcich rodových noriem.[26]

V rámci štruktúry moci, ktorá existuje v spoločnosti, môžeme identifikovať dva základné aspekty, prvým z nich je delenie na súkromnú a verejnú sféru spoločnosti, ktorá delí svet na mužský a ženský, druhým z aspektov je prítomnosť všeobecne uznávaných noriem. Tieto normy sú primárne mužské, ale stávajú sa spoločnými pre mužov aj pre ženy.[27] Ak vieme tieto nerovnosti a zaužívané normy dešifrovať, vieme, ako ich môžeme pomaly odstraňovať. Pre začiatok môžeme pracovať s tzv. *rodovým scitlivovaním*[28], pri ktorom začneme byť viac pozornými pri otázkach rodovej problematiky a tiež si viac začíname uvedomovať, ako toto rozdielne vnímanie sveta pôsobí a prejavuje sa v spoločnosti, v našom správaní, v kultúre alebo v médiách. Rodové stereotypy sa prejavujú tým, že mužom a ženám prisudzujeme isté vlastnosti, vzorce správania, ktoré sú často v protiklade: ženy vnímame ako tie nežnejšie, citlivejšie, pasívnejšie, oproti tomu vnímame mužov ako tých drsnejších, aktívnejších a tých, ktorí menej prejavujú city.

Ďalším aspektom je vnímanie rovnakých vlastností alebo činností iným spôsobom. Napríklad ak kričí muž, tak je nahnevaný, ak kričí žena, tak je hysterická, ak je na vysokej pozícii muž, tak je ambiciózny a cieľavedomý, ak je na rovnakej pozícii žena, tak ju vnímajú ako tvrdú a panovačnú.[29] Takéto duálne vnímanie mužskosti a žen-

[24] KICZKOVÁ, Zuzana: Moc rodových stereotypov. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 125.
[25] KICZKOVÁ, Zuzana: Moc rodových stereotypov. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 123.
[26] KICZKOVÁ, Zuzana: Moc rodových stereotypov. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 126.
[27] KICZKOVÁ, Zuzana: Moc rodových stereotypov. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 123.
[28] KICZKOVÁ, Zuzana: Moc rodových stereotypov. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 123.
[29] KICZKOVÁ, Zuzana: Moc rodových stereotypov. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 124.

skosti vyplýva z rodovej nerovnosti a už zo skôr spomínanej teórie, v ktorej majú ženy vždy opačné vlastnosti od mužov a nie sú autonómne entity. V masových médiách sú tieto stereotypné roly ďalej využívané, aj kvôli tomu, že zjednodušujú pochopenie zo strany percipienta. Ako sme už skôr napísali, je dvakrát pravdepodobnejšie, že je pri žene uvedený jej rodinný stav, ako pri mužovi. Často sa zdôrazňuje ich vzťah k deťom, alebo k mužovi, pričom pri mužoch sa tieto informácie uvádzajú len v minimálnej miere.

Ďalším zo stereotypov, ktoré sa v masových médiách objavujú, je, že sú ženy predurčené na starostlivosť o ostatných a najmä o rodinu, a naopak muži sú viac predurčení, aby vynikali vo verejnej sfére, napríklad v politike.[30] Nerovné správanie sa k ženám nazývame aj sexizmus. Podľa organizácie Aspekt: *„Sexizmus označuje rôzne znevýhodňovania žien na základe ich príslušnosti k ženskému rodu, ako aj formy, akými muži vykonávajú svoju moc voči ženám.“*[31] Nerovnosti v správaní sa k ženám sa prejavujú aj v reklame. Jednou z nich je tzv. objektivácia.

Podľa odborníčok a odborníkov zo súťaže Sexistický kix, ktorý sa zaoberá sexistickou reklamou, objektivácia alebo spredmetňovanie žien: *„poukazuje na osoby ako objekty bez vlastnej vôle a moci rozhodovať, s ktorými možno voľne manipulovať. Deje sa tak najmä prostredníctvom využívania obrazov žien a častí ich tiel na tzv. dekoračné účely, resp. ich prirovnaním k tovaru alebo k službám, či štylizovaním ľudských tiel do podoby samotného tovaru.“*[32] Ženám sa týmto spôsobom odoberá ich autonómia a aktivita. Nemajú priestor na vyjadrenie vlastnej osobnosti, individuality, záujmov a potrieb. Ich osoba sa redukuje len na využitie ich tela ako objektu a často sa využívajú len časti ich tela, ktoré sú odosobnené. Využívajú sa tak najmä na marketingové účely, ako propagácia istého produktu, ktorý často so zobrazovanou ženou vôbec nesúvisí. Na Slovensku sa tejto problematike venuje súťaž Sexistický kix, ktorej porota vyberá každý rok sexistické reklamy, v ktorých sa objavuje nerovné postavenie žien, objektifikácia, rozkúskovanie, násilie alebo mýtus krásy.[33]

Výber správ, ženy v redakciách

Ako sme už skôr videli, masové médiá majú moc ovplyvňovať to, o čom budeme premýšľať, alebo to, ako sa budeme správať. Aj napriek tomu, že sa médiá stavajú do pozície nestranných a objektívnych inštitúcií, nemusí to byť úplne pravda. Tvoria ich ľudia, ktorí sú súčasťou istej kultúry, spoločnosti, ktoré determinujú to, aké správy

[30] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 415.

[31] ASPEKT: *Sexizmus.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.aspekt.sk/content/aspektin/sexizmus>. [cit. 2020-04-28].

[32] SEXISTICKÝ KIX: *Ako rozpoznať sexistickú reklamu.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.sexistickykix.sk/co-je-sexisticka-reklama>. [cit. 2020-06-24].

[33] SEXISTICKÝ KIX: *O sexistickej reklame.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.sexistickykix.sk/o-sexistickej-reklame>. [cit. 2020-04-28].

budú vyberať a akým spôsobom ich spracujú.[34] Výskum feministickej teórie dokázal, že: *„vždy sa dívame z hľadiska, v ktorom sú už zahrnuté naše sociálne, politické a osobné záujmy.*"[35] Teda aj príprava novinárskych výstupov je nejakým spôsobom rodovo zaťažená.

Jedným z princípov konštruovania reality je princíp selekcie[36], ktorý predstavuje výber správ. Existuje proces selekcie, pri ktorom novinár alebo žurnalistický pracovník vyberá z toku informácií takú, ktorá bude relevantná pre percipienta. Už v tomto bode môže nastať rodová nerovnosť, podľa toho, kto vyberá informáciu a akú dôležitosť jej dá, kam v hierarchii správ túto správu zaradí. Feminizmus v masových médiách skoro vôbec nevidíme a ak už aj, tak väčšinou v negatívnych konotáciách.[37] Masové médiá sa často ohradzujú tzv. zrkadlením reality: *„ak by to tak bolo, médiá by potom mali prezentovať tému feminizmov ako vnútorne rozmanitých koncepcií, prístupov, smerov a hnutí, ktorých cieľom je aj hľadanie prostriedkov na odstránenie rodovej nerovnosti. K zrkadleniu by mali patriť aj informácie o tom, že feminizmus patrí popri ekologickom hnutí k najvýznamnejším sociálnym hnutiam, ktoré prispeli nie len k mnohým spoločenským zmenám, ale aj k zmenám na úrovni akademických disciplín(prijatie rodového aspektu v akademických diskurzoch.*"[38] Vieme ale, že takéto zrkadlenie v masových médiách nevidíme. Témy rodovej rovnosti sú často v úzadí, a preto môžu mať diváci pocit, že sú nepodstatné.

Druhým z princípov je princíp *hierarchizácie informácií.*[39] Tým, ako masové médiá zaraďujú mediálne obsahy do svojho vysielania, alebo do tlače, vysielajú signál o tom, aká správa je dôležitá. Ak je informácia na prednej strane alebo v hlavnom vysielacom čase, recipient vie, že informácia je pre neho dôležitá. S týmto sa spája aj to, že sa viac žien objavuje v tzv. *soft news,* než v *hard news.* Podľa výskumov, ktoré predstavuje Adriana Mesochoritisová vo svojej práci, na titulných stranách sa objavuje omnoho menej žien než mužov, čo vysiela signál, že ženy sú menej dôležité než muži.[40] Dosah týchto mediálnych obrazov môže byť ďalekosiahly tým, že bude aj naďalej prehlbovať rodové nerovnosti. Na rodovú rovnosť v mediálnych obsahoch teda má vplyv aj výber a hierarchizácia správ.

Ak pojednávame o výbere a spracovaní informácií, musíme spomenúť aj o tých,

[34] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 418-419.
[35] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 419.
[36] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 419.
[37] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 419.
[38] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 419.
[39] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 420.
[40] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 420-421.

ktorí tieto informácie vyberajú, spracúvajú a neskôr ich prinášajú čitateľom, divákom alebo poslucháčom. Sú nimi žurnalistickí pracovníci, novinári, redaktori. Už skôr sme spomínali, že v redakciách na Slovensku je pomer mužov a žien v redakciách približne vyrovnaný. Prečo správy stále ostávajú rodovo nevyvážené? Jednou z odpovedí môže byť, že na vyšších, rozhodujúcich pozíciách stále ostávajú muži. Podľa výskumu Simony Mikušovej, ktorá urobila prieskum o postavení žien v mediálnom priemysle, je sexizmus stále prítomný, ženy zažívajú na pracovisku sexuálne narážky, vulgárne správy a tiež pokusy o znásilnenie.[41] Výsledky jej výskumu potvrdzuje aj výskum *Global Media Monitoring Project,* v ktorom sa 34 percent žien priznalo, že boli svedkyňami sexuálneho obťažovania a 17 percent zažilo sexuálne obťažovanie v práci.[42] V oboch výskumoch sa opakuje skutočnosť, že práca je pre ženy náročnejšia, ak majú deti, aby si udržali rovnováhu práce aj domácnosti. Ak teda v redakciách stále pretrváva takáto kultúra, je prirodzené, že novinárske výstupy sú tiež rodovo zaujaté.

Rodovo citlivý jazyk

Jedným z najdôležitejších nástrojov, ktoré novinárky a novinári pri svojej práci používajú, je jazyk. Ten je tiež jedným z aspektov, ktoré môžu buď rodovú rovnosť posilniť, alebo ju naopak prehĺbiť. *„Pre našu diskusiu je však podstatný fakt, že pomocou jazyka nevyjadrujeme len naše pocity, myšlienky, názory, ale že jazyk zároveň odráža a aj spoluvytvára spoločenskú a politickú situáciu, kultúrne hodnoty, atmosféru v krajine či postoje spoločnosti.“*[43]

Jednou z najčastejších foriem rodového znevýhodňovania žien je nadužívanie tzv. *generického maskulína.* Generické maskulínum je súhrnné označenie pre mužský a ženský rod. Používame ho, ak označujeme skupinu žien a mužov. Oficiálne sa používa približne od polovice 19. storočia, uznesením anglického parlamentu, ktorý vyhlásil, že mužské tvary slov sú obsiahlejšie než tie ženské, teda že mužské zahrňuje ženské. Generické maskulínum potom prevzali aj ďalšie štáty.[44] Ak by sme spravili len zbežnú analýzu mediálnych výstupov, môžeme vidieť označenia ako politológovia, študenti, aktivisti, pacienti, sudcovia, politici atď. Tieto označenia by mali naznačovať, že ide o heterogénnu skupinu obyvateľstva, čo je častým argumentom tých, ktorí sú za generické maskulínum. Tieto skutočnosti boli vyvrátené. *„Feministické psycholingvistické výskumy realizované od 70. rokov 20. storočia túto domnelú neutralitu však spochybnili a z hľadiska rodovej vyváženosti preukázali negatívny vplyv generického maskulína: Ak sa osoby v texte označujú mužským rodom, recipientky a recipienti textu*

[41] ŽENY V MESTE: *Mikušová: Novinárky chcú meniť svet, ale mlčia, keď ich niekto v redakcii uráža.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zenyvmeste.sk/mikusova-slovenske-novinarky-redakcie-pomery-obtazovanie-platy>. [cit. 2020-05-29].

[42] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 9-5-2020], s. 45.

[43] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 423.

[44] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 423.

si skutočne vo väčšej miere predstavujú mužov než ženy."[45] Používanie generického maskulína teda znevýhodňuje ženy, pretože potom má recipient pocit, že sa o ženách nerozpráva, čo môže navodzovať pocit, ako keby neexistovali.

S jazykom sa spájajú aj zaužívané slovné spojenia, ktoré sa používajú v súvislosti so ženami, napríklad *slabšie pohlavie, lepšia polovička, pomáhať žene s domácnosťou* atď. Tiež oslovenia známych ľudí, keď sa ženám tyká, napríklad *Clinton a Hillary, Šuster a pani Irena, Havel a Dáša.*[46] Existujú rôzne pomenovania žien, ktoré ich môžu degradovať, napríklad aj pri osloveniach, keď začíname slovami *„vážení páni a milé dámy"*.

To, ako rozprávame, sa odráža v jazyku, ktorý používame a naopak, jazyk, ktorý používame, ovplyvňuje, ako budeme premýšľať. Dôležité je teda zamyslieť sa nad tým, či jazyk, ktorý používame, adekvátne odráža realitu a neprehlbuje rodové nerovnosti.

Inštitúcie skúmajúce rodovú rovnosť v médiách:
Women´s Institute for Freedom of Press

Inštitút s názvom *Women´s Institute For Freedom of Press* vznikol v roku 1972 ako nezisková, vzdelávacia organizácia, sídli v Spojených štátoch, Washingtone, D.C. Zameriava sa predovšetkým na výskum mediálnej demokracie. Členky tejto organizácie veria v radikálnu obnovu komunikácie médií, kde každý subjekt rozpráva sám za seba.[47] Snažia sa rozšíriť slobodu tlače (a tiež iných foriem médií a komunikácie), aby umožnila vytvoriť rovnaké podmienky a príležitosti na komunikáciu s verejnosťou pre všetkých ľudí, na všetkých ekonomických úrovniach, všetky rasy, sexuálne orientácie, pre zdravotne znevýhodnených.[48] Ich prístup k zmene žurnalistiky je radikálny. Podporujú a skúmajú myšlienky vedúce k demokratizácii komunikácie. Snažia sa nájsť jedinečné miesto pre ženy v demokracii, a to vybudovaním komunikačného systému, v ktorom by bol každý rovnako vypočutý. Zakladateľka tohto inštitútu, Dr. Donna Allen vytvorila filozofiu a na nej položila základy tejto organizácie.[49] Obsahuje pri-

[45] CVIKOVÁ, Jana – JURÁŇOVÁ, Jana: *Analýza významu a možnosti používania rodovo vyváženého jazyka. Kritika generického maskulína*. [online]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/profile/Alexandra_Ostertagova/publication/305180905_Vybrane_psychologicke_aspekty_rodovo_asymetrickeho_jazyka_v_sociolingvistickom_kontexte_Selected_psychological_aspects_of_gender_asymmetric_language_in_a_socio-linguistic_context/links/57842fbd08aee45b8442f125/Vybrane-psychologicke-aspekty-rodovo-a-symetrickeho-jazyka-v-sociolingvistickom-kontexte-Selected-psychological-aspects-of-gender-a-symmetric-language-in-a-socio-linguistic-context.pdf>. [cit. 2020-04-29], s. 20.

[46] MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 424.

[47] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].

[48] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *Mission.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/mission/>. [cit. 2020-05-06].

[49] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *Philosophy*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/philosophy//>. [cit. 2020-05-06].

ncípy fungovania feministickej žurnalistiky.[50] Primárne sú to tri kritériá selekcie a prezentovania informácií, môžu byť užitočné aj ako štandard pri skúmaní médií. Prvým z nich je *neútočiť na ľudí*: na nikoho neútočia, nenadávajú nikomu, nepoužívajú podstatné ani prídavné mená, ktoré by vyjadrovali názor alebo odsudzovali názory, skutky, nápady či postoje iných žien alebo mužov. Na druhej strane by sa mali inštitúcie verejnej služby usilovať o rozširovanie sociálnych, politických a ekonomických názorov ľudí a nebrzdiť ich.[51] Snažia sa reprodukovať obsah taký, aký je a nechať na čitateľovi, poslucháčovi, divákovi, aby si názor na danú problematiku utvoril sám. Druhý princíp znie *viac vecných informácií.*[52] Prioritu dávajú faktom, nie názorom. Každý má právo vyjadriť svoj názor, aj bez toho, aby mal faktický základ, ale je nebezpečné takéto názory ďalej prezentovať, pretože diskusia bez faktov je bezpredmetná. Nemôžeme vyvodzovať závery len na základe názorov, preto by sme ich mali robiť na základe faktov.[53] V publikácii *Media Report to Women* sa vyjadrujú, že už existujúce médiá dávajú málo priestoru ženám, informáciám o nich, alebo od nich, hlavne v porovnaní s množstvom informácií, ktoré v informačnom toku existuje. Teda ak máme obmedzené miesto na informovanie, mali by sme ho využiť na to, aby sa informovalo o nových veciach, nie o tých, ktoré už poznáme. Vyhýbať by sme sa teda mali *repetícii*, ktorá je obvyklá v žurnalistike, a tiež zdôrazňovaniu názoru.[54] Tretím princípom, ktorý doktorka Allen popisuje, je princíp, pri ktorom by *ľudia mali hovoriť sami za seba.*[55] Na to, aby sa odstránili stereotypy a aby sa dosiahla presnosť, je dôležité, aby ľudia hovorili za seba a tiež, aby sa sami definovali. Nechcú hovoriť o tom, čo ženy robia, ale ženy by mali samy hovoriť o tom, čo robia, čo si myslia, aké majú postoje a hodnoty. Takýto spôsob komunikácie môže priniesť informácie, ktoré sú rôznorodejšie, komplexnejšie, priamejšie, čestnejšie a spoľahlivejšie ako tie z druhej ruky.[56] Tieto princípy vychádzajú z kritiky žien, ktorá bola namierená voči komunikácii v médiách, a teda, že ženy sú v médiách často označované hanlivo, obmedzujúco a nepresne, tiež, že masové médiá neponúkajú dostatočné množstvo spravodajských informácií o činnostiach a záležitostiach žien, najmä vzhľadom na to, že v populácii je viac žien, než mužov a tiež, že je málo žien na riadiacich pozíciách, čo vedie k tomu,

[50] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *3 principles of Feminist Journalism.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/philosophy/3-principles-of-feminist-journalism/>. [cit. 2020-05-06].
[51] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].
[52] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].
[53] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].
[54] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].
[55] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].
[56] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].

že za väčšinu obyvateľstva hovoria muži.[57]

Ďalšie aspekty feministickej žurnalistiky, ktoré táto inštitúcia popisuje, je sedem skutočností, ktoré by mohli prispieť k ohľaduplnejšiemu a mierumilovnejšiemu komunikačnému systému, vytvárajú tak novú filozofiu komunikácie. Vypracovali ju Donna Allen, zakladateľka tejto inštitúcie a Dana Densmore v roku 1997. Prvou z nich je, že ľudia si vytvárajú svoje názory na základe toho, aké informácie majú v ten daný moment. Myslia tým skutočnosť, že ak dvaja ľudia nesúhlasia, tak by si mali názory vymeniť, aby pochopili, prečo má ten druhý názor, aký má, a prečo dospel k daným záverom. Druhá skutočnosť, ktorú autorky popisujú, je, že každý človek je sám najlepším sudcom vo svojom záujme. Nie je dobré vnucovať ostatným svoje vlastné názory, pretože daný človek bude žiť s následkami týchto rozhodnutí. Treťou skutočnosťou je, že vlastníci médií nám ponúkajú informácie, o ktorých si oni myslia, že sú pre nás dôležité. Preto je potrebné pracovať na rovnoprávnosti a komunikovať so širokou verejnosťou. Štvrtá skutočnosť, o ktorej autorky pojednávajú, je, že masové médiá neodrážajú societu, ale reprezentujú len názory majiteľa média, teda informácia odráža jeho názor o nás. Piatou skutočnosťou tejto filozofie je, že na to, aby mohla verejnosť získať informáciu väčšiny, musia ľudia hovoriť sami za seba. Len takto môže byť vytvorený systém komunikácie, v ktorej národ riadi sám seba. Šiesta skutočnosť hovorí, že naša politická moc je založená na tom, koľko ľudí dokážeme osloviť našou informáciou. Ľudia, ktorí vlastnia médiá, majú viac politickej moci ako tí, ktorí nedokážu prehovoriť k rovnako veľkému množstvu ľudí. Poslednou, siedmou skutočnosťou tejto filozofie je, že ak chceme demokratickým spôsobom vyrovnať pomer síl, musí mať každý jeden rovnaké prostriedky na oslovovanie verejnosti.[58] Týchto osem princípov vytvára demokratickejšiu komunikáciu vo verejnom priestore, v ktorom dostáva každý rovnaký priestor, v ktorom môže prezentovať svoje informácie, hodnoty a postoje. Dôraz sa kladie na overené informácie, ktoré sa ponúkajú verejnosti, aby si tak sama vytvorila svoj vlastný názor. Tieto princípy môžeme vnímať ako radikálne aj z toho dôvodu, že si vyžadujú zmenu celého systému žurnalistiky.

Who Makes The News

Ďalšou z organizácií, ktoré sa venujú výskumu rodovej rovnosti v žurnalistike, je organizácia *Who Makes the News*. Je to portál, na ktorom nájdete informácie, poznatky a zdroje o aplikovanom výskume masových médií. Ich práca sa zameriava primárne na rodovú a ďalšie formy diskriminácie prostredníctvom mediálnej komunikácie.[59] Hlavnou náplňou tejto organizácie je výskum nazývaný *Global Media Monitoring Project*, z ktorého sme v tejto práci čerpali. Myšlienka uskutočniť takýto výskum sa zrodila v roku 1994 na medzinárodnej konferencii s názvom *Women Empowering Commu-*

[57] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].

[58] WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *7 realities.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/philosophy/7-realities/>. [cit. 2020-05-09].

[59] WHO MAKES THE NEWS: *About us.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/about-us>. [cit. 2020-05-09].

nication. Tento projekt si vzali pod záštitu organizácie ako *MediaWatch – Canada, The World Association for Christian Communication, Status of Women Canada* a tiež mnohé ďalšie. Monitoring je uskutočňovaný každých päť rokov, pričom prvýkrát sa uskutočnil v roku 1995, a to v 71 krajinách sveta.[60] Snaží sa mapovať reprezentáciu a zobrazovanie žien v spravodajstve vo svete, vyvinúť výskumný nástroj pre potreby skúmania rodovej rovnosti v masových médiách, buduje solidaritu medzi skupinami, ktoré sa zaoberajú rodovou rovnosťou a komunikáciou po celom svete, rozširujú povedomie v médiách a tiež rozvíja zručnosti v oblasti monitorovania masových médií v medzinárodnej mierke.[61] Pre túto organizáciu sa stala základným kameňom Pekinská akčná platforma, sekcia J2: *„Podporovať vyvážené a nestereotypné zobrazenie žien v médiách.“*[62] Organizátori výskumu sa snažia najmä propagovať kritický mediálny výskum, ktorého cieľom je poskytnúť overené informácie za účelom vzdelávania, rozširovania povedomia, na odbornú prípravu, obhajobu a na posilnenie postavenia žien a na rozvoj ich komunít. Pričiňujú sa tiež za úplnú a rovnocennú účasť žien na verejnej komunikácii, aby sa aj ich rozmanité a komplexné záujmy, skúsenosti a realita stali súčasťou verejnej agendy.[63] Výsledkom tejto práce je medzinárodná sieť jednotlivcov a organizácií, ktoré sa zaoberajú problematikou rodovej rovnosti v masových médiách, v komunikácii a v krízovej komunikácii, od aktivistov, cez akademikov až po rozvojové organizácie.[64]

Monitoring médií, ktorý sme už skôr načrtli, s názvom *Global Media Monitoring Project*[65], je najdlhšou a najväčšou štúdiou o rode vo svetových médiách, tiež je najväčšou iniciatívou na svete, ktorá sa snaží meniť znázorňovanie žien v masových médiách.[66] Každých päť rokov skúma vybrané ukazovatele rodovej rovnosti v spravodajských médiách, ako napríklad vzťah žien k mužom v spravodajských výstupoch, rodovú zaujatosť a stereotypizáciu.[67] Už v roku 1995 bol monitoring uznaný Organizáciou spojených národov. Za jeho vznikom stála myšlienka, že médiá majú veľkú zodpovednosť za podporovanie rodovej rovnosti, prípadne, že podporujú prehlbovanie nerovností.

[60] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 2020-05-09].
[61] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 2020-05-09].
[62] *Beijing Declaration and Platform for Action. Actions to be taken.* [online]. Dostupné na internete: <https://beijing20.unwomen.org/~/media/headquarters/attachments/sections/csw/pfa_e_final_web.pdf#page=15>. [cit. 2020-05-09], s. 152.
[63] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 2020-05-09].
[64] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 2020-05-09].
[65] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 2020-05-09].s. 36.
[66] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project. Background.* [online]. Dostupné na: <http://whomakesthenews.org/gmmp>. [cit. 2020-05-09].
[67] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 2020-05-09].

Tento výskum preukázal výrazný nepomer v reprezentácii žien v spravodajstve. Za dvadsať rokov, počas ktorých tento výskum prebiehal, sa udiala len malá zmena k rodovej rovnosti v masových médiách. Len 24 percent osôb v spravodajstve, či už tých, s ktorými sa robí rozhovor alebo sa ich to týka, sú ženy.[68] Priamym dôsledkom je nedostatok ženských názorov v médiách, uhlov pohľadu, skúseností a to aj pri témach, ktoré sa ich bytostne dotýkajú, akými sú rodovo podmienené násilie či interrupcie.[69]

Women´s Media Center

Tretia organizácia, ktorú v tejto predstavíme, sa nazýva *Women´s Media Center*. Je to americká progresívna, nestranná a nezisková organizácia, ktorú v roku 2005 založili Jane Fonda, Robin Morgan a Gloria Steinem s cieľom zvýšiť viditeľnosť, životaschopnosť a silu v procese rozhodovania. Podobne ako v ostatných organizáciách, aj táto sa snaží dať viac priestoru ženám, aby boli ich hlasy vypočuté a aby ich príbehy, postoje a názory boli prezentované na rovnakej úrovni ako názory a hlasy mužov a chlapcov.[70] Aj táto organizácia sa o rovnosť snaží prostredníctvom výskumov a publikácií, akými sú napríklad knihy *Unspinning the Spin: Women´s Media Center Guide to Fair and Accurate Language*[71] alebo tiež *The Women´s Media Center Media Guide to Gender Neutral Coverage of Women Candidater + Politicians,*[72] reporty s názvom *The Women´s Media Center Media Guide to Covering Reproductive Issues,*[73] *Women´s Media Center Investigation: 2016 Review of Gender & Emmy Primetime Nominations,*[74] *Writing Rape: How U.S. Media Cover Campus Rape and Sexual Assault,*[75] *WMC Media Watch: The*

[68] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 2020-05-09].
[69] WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project 2020.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp-2020>. [cit. 2020-05-09].
[70] WOMEN´S MEDIA CENTER: *About.* [online]. Dostupné na internete: <https://womensmediacenter.com/about>. [cit. 2020-05-09].
[71] WOMEN´S MEDIA CENTER: *Unspinning the spin.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/about/special-projects/unspinning-the-spin-wmc-guide-to-fair-and-accurate-language>. [cit. 2020-06-24].
[72] WOMEN´S MEDIA CENTER: *Name It. Change It. The Women's Media Center Guide to Gender Neutral Coverage of Women Candidates + Politicians (2012).* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/reports/name-it-change-it-the-womens-media-center-guide-to-gender-neutral-coverage-of-women-candidates-politicians-2012>. [cit. 2020-06-24].
[73] WOMEN´S MEDIA CENTER: *Read the Women's Media Center's Media Guide to Covering Reproductive Issues.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/reports/read-the-womens-media-centers-media-guide-to-covering-reproductive-issues>. [cit. 2020-06-24].
[74] WOMEN´S MEDIA CENTER: *Women's Media Center Investigation: 2016 Review of gender and EMMY primetime nominations.* [online]. Dostupné na internete: <https://womensmediacenter.com/reports/womens-media-center-investigation-2016-review-of-gender-and-emmy-primetime-nominations>. [cit. 2020-06-24].
[75] WOMEN´S MEDIA CENTER: *Writing rape: How U.S. Media Cover Campus Rape and Sexual Assault.* [online]. Dostupné na internete: <https://wmc.3cdn.net/2bff10021ff8acf6c3_rkm6b4y2r.pdf>. [cit. 2020-06-24].

Gender Gap in Coverage of Reproductive Issues,[76] *The Status of Women in the U.S. Media*[77] a mnoho ďalších.[78] Vo svojej práci sa teda zaoberajú monitorovaním zobrazovania žien v rôznych aspektoch mediálneho zobrazovania. Či už ide o ženy političky, rodovo neutrálne zobrazovanie žien, rodovo citlivý jazyk alebo problémy, ktoré vyplývajú pre ženy z rodovej nerovnosti – akými sú rodovo podmienené fyzické alebo sexuálne násilie a reprodukčné práva žien. Organizácia si vytvorila vlastné mediálne platformy, ako napríklad WMC Feature, WMC FBomb, WMC Speech Project, WMC Women Under Siege a rozhlasový program s názvom *Women´s Media Center Live with Robin Morgan,* ktorý poskytuje ženskú perspektívu vo veciach, ktoré masové médiá často opomínajú. K ich aktivitám patrí aj odborná príprava pre ženy vo vedení a tiež zdokonaľovanie mediálnych zručností.[79] Prezidentkou tejto organizácie je Julie Burton, ktorej prácou je, aby boli príbehy žien rozprávané a hlasy žien vypočuté.[80] Jednou z platforiem, ktoré vytvorili, je aj databáza expertiek, ktoré môžu byť pozývané do médií ako odborníčky na určité oblasti.[81]

Jednou zo stratégií k zmene kultúry, ktorá existuje, je pomenovať problém, práve preto robí organizácia *Women´s Media Center* výskumy, akým je aj *Status of Women in Media Report,* ktorý je komplexným výskumom v oblasti reprezentácie žien v novinách, online spravodajských weboch, v televízii, rozhlase, sociálnych médiách, vo videohrách a tiež aj vo filme.[82] Tento výskum je štandardom v oblasti štatistík, ktoré sa týkajú výskumu mediálneho obrazu žien v americkom spravodajstve. Robí sa a zverejňuje na pravidelnej báze. Podľa autoriek je táto správa viac než len štatistikou, je aj dôkazom, nástrojom, vytvára kritériá na zdôraznenie postavenie žien v médiách. Poskytuje informácie, ktoré by mohli pomôcť k zmene, tou zmenou myslíme rodovú rovnosť. [83]

Women´s Media Center sa podobne ako aj ostatné spomínané organizácie snaží dať ženám platformu a zdôrazniť ich hlasy, príbehy a názory v masových médiách.

[76] WOMEN´S MEDIA CENTER: *The Gender Gap in Coverage of Reproductive Issues.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/reports/the-gender-gap-in-coverage-of-reproductive-issues>. [cit. 2020-06-24].

[77] WOMEN´S MEDIA CENTER: *The Status of Women in U.S. Media.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/reports/the-status-of-women-in-u-s-media-2019>. [cit. 2020-06-24].

[78] WOMEN´S MEDIA CENTER: *About.* [online]. Dostupné na internete: <https://womensmediacenter.com/about>. [cit. 2020-05-09].

[79] WOMEN´S MEDIA CENTER: *About.* [online]. Dostupné na internete: <https://womensmediacenter.com/about>. [cit. 2020-05-09].

[80] WOMEN´S MEDIA CENTER*: Press.* [online]. Dostupné na internete: <https://womensmediacenter.com/about/press>. [cit. 2020-05-09].

[81] Databázu môžete nájsť na adrese:<https://womensmediacenter.com/shesource/find-an-expert>. [cit. 2020-05-09].

[82] WOMEN´S MEDIA CENTER: *WMC Research and Reports.* [online]. Dostupné na: <https://womensmediacenter.com/about/learn-more-about-wmc#wmc-research-and-reports>. [cit. 2020-05-09].

[83] WOMEN´S MEDIA CENTER: *Status of women in U.S. Media.* [online]. Dostupné na: <https://womensmediacenter.com/reports/status-of-women-in-us-media>. [cit. 2020-05-09].

Skúmajú zobrazovanie žien v médiách, tak môžu identifikovať a špecifikovať problémy. Ako sme písali v prvej kapitole, podľa feministickej teórie je to „mužské" vnímané ako to neutrálne a „ženské" je len nejakou odchýlkou. Ak to aplikujeme na žurnalistiku, za neutrálne považujeme najmä názory, hodnoty a skutočnosti, ktoré majú muži a nie ženy. Aj prácou organizácií ako sú *Women´s Media Center* alebo *Who Makes the News,* sa do žurnalistiky dostávajú príbehy, skúsenosti žien, akými sú napríklad umelé prerušenie tehotenstva, fyzické a sexuálne rodovo podmienené násilie alebo reprodukčné práva. Dlhodobo boli z týchto debát vylučované ženy, hoci sa ich to bytostne dotýka. Je nutné pozývať si ženy do debát, pretože len ony majú priamu skúsenosť so všetkými nuansami problematík, ktoré sme spomínali. Ak chceme hovoriť o objektivite, musíme do diskusie prizývať ženy, musíme im dávať priestor vyjadriť sa a hovoriť o skúsenostiach a názoroch.

Záver

Vplyv žurnalistiky na spoločnosť je neodškriepiteľný. Od krátkodobých účinkov, ktoré majú médiá na recipientov, až po tie dlhodobé, medzi ktoré patrí schopnosť médií nastoľovať agendu. Nastoľovanie agendy v masových médiách je jediný z dlhodobých účinkov, ktorý dokážeme empiricky dokázať. Ak majú médiá moc ovplyvňovať to, o čom budú ľudia premýšľať, je potrebné skúmať aspekty tohto vplyvu. Jedným z aspektov je vzťah feministickej filozofie a žurnalistiky a práve ním sme sa v tejto práci zaoberali. Prepojenie žurnalistiky a feministickej filozofie vidíme práve v tom, že žurnalistika má vplyv na spoločnosť a jedným z problémov v spoločnosti je aj rodová rovnosť. Feministická filozofia sa snaží v žurnalistike najmä o nastolenie rovnoprávnosti. Snaží sa definovať problémy v rámci žurnalistiky a vyriešiť ich tak, aby si boli muži aj ženy rovní. Informácie majú obrovskú moc, preto je potrebné dávať si pozor, aké informácie púšťame do sveta. Pozor si na to musia dať najmä novinári a žurnalistickí pracovníci, ktoré tieto informácie selektujú, verifikujú, spracujú a následne ich predkladajú publiku. Dopad správ, ktoré vysielajú do sveta, môže byť obrovský. Rodová rovnosť nie je len volebné právo pre ženy, ale aj rovnaké príležitosti a rovnaké zaobchádzanie vo verejnom a súkromnom živote. Aj malé a na prvý pohľad nevýrazné veci, ako sú napríklad slová, môžu viesť k omnoho horším veciam, ako je obťažovanie alebo rodovo podmienené násilie. Preto nie je dobré podceňovať problémové javy, o ktorých sme v tejto štúdii pojednávali. Ak teda chceme, aby si boli muži aj ženy rovní, musíme hovoriť o každom aspekte života, kde tieto nerovnosti sú. Jedným z nich je určite žurnalistika, lebo práve tá má moc hovoriť nám, o čom a ako budeme premýšľať.

Literatúra a pramene

ASPEKT: *Sexizmus.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.aspekt.sk/content/aspektin/sexizmus>. [cit. 2020-04-28].
Beijing Declaration and Platform for Action. *Actions to be take.* [online]. s. 152. [cit. 8-5-

2020]. Dostupné na internete: <https://beijing20.unwomen.org/~/media/headquarters/attachments/sections/csw/pfa_e_final_web.pdf#page=15>. [cit. 2020-05-09].
CVIKOVÁ, Jana – JURÁŇOVÁ, Jana: *Analýza významu a možnosti používania rodovo vyváženého jazyka. Kritika generického maskulína*. [online]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/profile/Alexandra_Ostertagova/publication/305180905_Vybrane_psychologicke_aspekty_rodovo_asymetrickeho_jazyka_v_sociolingvistickom_kontexte_Selected_psychological_aspects_of_gender_asymmetric_language_in_a_socio-linguistic_context/links/57842fbd08aee45b8442f125/Vybrane-psychologicke-aspekty-rodovo-a-symetrickeho-jazyka-v-sociolingvistickom-kontexte-Selected-psychological-aspects-of-gender-a-symmetric-language-in-a-socio-linguistic-context.pdf>. [cit. 2020-04-29].
EUROPEAN INSTITUTE FOR GENDER EQUALITY: *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States Advancing gender equality in decision – making in media organisations: Slovakia.* [online]. Dostupné na internete: <http://eige.europa.eu/rdc/library/resource/aleph_eige000004985>. [cit. 2020-04-28].
KICZKOVÁ, Zuzana: Moc rodových stereotypov. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 122-160. ISBN 978-8-223-2934-7.
MESOCHORITISOVÁ, Adriana: Rodová rovnosť a médiá. In *Rodové štúdiá.* Bratislava : Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2011, s. 408 – 428. ISBN 978-8-223-2934-7.
SEXISTICKÝ KIX: *Ako rozpoznať sexistickú reklamu.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.sexistickykix.sk/co-je-sexisticka-reklama>. [cit. 2020-06-24].
SEXISTICKÝ KIX: *O sexistickej reklame.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.sexistickykix.sk/o-sexistickej-reklame>. [cit. 2020-04-28].
TAKÁČOVÁ, Romana: *Porovnanie zastúpenia žien vo vysielaní Rádia Slovensko a Rádia Expres v roku 2016* [bakalárska práca]. Bratislava : Filozofická fakulta Univerzity Komenského, 2018. 40 s.
TAKÁČOVÁ, Romana: S*účasná žurnalistika z pohľadu feministickej filozofie* [diplomová práca]. Univerzita Komenského v Bratislave. Filozofická fakulta. Katedra žurnalistiky. 55 s.
WHO MAKES THE NEWS: *About us.* [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/about-us>. [cit. 2020-05-06].
WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project*. [online]. Dostupné na internete: <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf>. [cit. 2020-04-27].
WHO MAKES THE NEWS: *The Global Media Monitoring Project. Background*. [online]. Dostupné na internete: <http://whomakesthenews.org/gmmp>. [cit. 2020-04-27].
WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *7 realities.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/philosophy/7-realities/>. [cit. 2020-05-09].
WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *About*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/>. [cit. 2020-05-06].
WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *Mission.* [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/about/mission/>. [cit. 2020-05-06].

WOMEN´S INSTITUTE FOR FREEDOM OF PRESS: *Philosophy*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.wifp.org/philosophy//>. [cit. 2020-05-06].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *About.* [online]. Dostupné na internete: <https://womensmediacenter.com/about>. [cit. 2020-05-09].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *Name It. Change It. The Women's Media Center Guide to Gender Neutral Coverage of Women Candidates + Politicians (2012).* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/reports/name-it-change-it-the-womens-media-center-guide-to-gender-neutral-coverage-of-women-candidates-politicians-2012>. [cit. 2020-06-24].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *Read the Women's Media Center's Media Guide to Covering Reproductive Issues.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/reports/read-the-womens-media-centers-media-guide-to-covering-reproductive-issues>. [cit. 2020-06-24].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *Status of women in U.S. Media.* [online]. Dostupné na: <https://womensmediacenter.com/reports/status-of-women-in-us-media>. [cit. 2020-05-09].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *The Gender Gap in Coverage of Reproductive Issues.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/reports/the-gender-gap-in-coverage-of-reproductive-issues>. [cit. 2020-06-24].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *Unspinning the spin.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.womensmediacenter.com/about/special-projects/unspinning-the-spin-wmc-guide-to-fair-and-accurate-language>. [cit. 2020-06-24].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *WMC Research and Reports.* [online]. Dostupné na: <https://womensmediacenter.com/about/learn-more-about-wmc#wmc-research-and-reports>. [cit. 2020-05-09].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *Women's Media Center Investigation: 2016 Review of gender and EMMY primetime nominations.* [online]. Dostupné na internete: <https://womensmediacenter.com/reports/womens-media-center-investigation-2016-review-of-gender-and-emmy-primetime-nominations>. [cit. 2020-06-24].
WOMEN´S MEDIA CENTER: *Writing rape: How U.S. Media Cover Campus Rape and Sexual Assault.* [online]. Dostupné na internete: <https://wmc.3cdn.net/2bff10021ff8acf6c3_rkm6b4y2r.pdf>. [cit. 2020-06-24].
ŽENY V MESTE: *Mikušová: Novinárky chcú meniť svet, ale mlčia, keď ich niekto v redakcii uráža.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.zenyvmeste.sk/mikusova-slovenske-novinarky-redakcie-pomery-obtazovanie-platy>. [cit. 2020-05-29].

Bc. Romana Takáčová
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: takacova92@uniba.sk

Urban exploration – súkromný priestor pre všetkých?

Romana Javorčeková

Abstrakt:
V súčasných médiách sa už dlhšie používa pojem *Urbex* (*urban exploration*) a sociálne siete sú plné obrázkov rôznych interiérov a exteriérov, ktoré vznikli na miestach skrytých pred verejnosťou. Sú to miesta zániku, ktoré nikto nezveľaďuje, nikto sa o ne nestará, nikto ich nevyužíva, ich majiteľom je však „niekto". Lákajú množstvo pozorovateľov, ktorí do nich prenikajú napriek vedomému porušovaniu zákona a fotografie, ktoré tam urobia, zverejňujú rôznymi spôsobmi. Sú to však aj miesta bezdomovcov a vandalov. Príspevok sa zaoberá fenoménom *urban exploration* z esteticko-filozofického hľadiska, v ktorom je dôležité poukázať na tému bývania človeka, tému zániku, na premeny súčasnej civilizácie a chápanie súkromného a verejného. Komunikácia vo virtuálnom priestore súvisí so vznikom komunity urbexerov, ktorá musí neustále posilňovať hranice toho, čo je pre ňu akceptovateľné a čo už nie, pričom vznikajú presahy s inými oblasťami spoločenského života.

Kľúčové slová: Urban exploration – súkromný priestor – verejný priestor – virtuálny priestor

Abstract:
Urban Exploration – A Private Space for All? Urbex (urban exploration) has been used for a long time and social networks are full of pictures of various interiors and exteriors created in places hidden from the public. They are places of extinction that no one manages, no one cares for, no one uses, but their owner is "someone". They attract a number of observers who enter them despite conscious violations of the law, and publish the photographs they take there in various ways. But they are also places of homeless and vandals. The paper deals with the phenomenon of urban exploration from an aesthetic-philosophical point of view, in which it is important to point out the topic of human living, the topic of extinction, the transformation of contemporary civilization and the understanding of private and public. Communication in virtual space is related to the emergence of a community of urbexers, which must constantly strengthen the boundaries of what is acceptable to it and what is not, while creating overlaps with other areas of social life.

Keywords: Urban exploration – private space – public space – virtual space

Úvod

Urban exploration je pojem, ktorý sa používa v súčasných médiách na označenie činnosti, ktorej cieľom je dostať sa rôznymi nenásilnými spôsobmi do opustených budov alebo rôznych nadzemných a podzemných priestorov s cieľom preskúmať, no neporušiť ich.

Prívrženci tohto druhu trávenia voľného času majú svoje pravidlá, práve tam patrí to, že navštívené priestory nepoškodzujú, dostávajú sa tam cez otvorené dvere, okná alebo využívajú iné možnosti vstupu a nič si odtiaľ neodnášajú. Ich konanie je však protizákonné, ak si nevybavia legálny vstup, čo nie je často. Miesta a priestory, ktoré síce chátrajú, majú vždy svojho majiteľa, a tak vstup a pohyb cudzej osoby v nich je trestaný podľa daného zákona. To, že fotografie a videá nakrútené na týchto miestach a v týchto priestoroch potom ich návštevníci zverejnia na sociálnych sieťach, prípadne použijú v odborných textoch, však už nie je jednoduché sankcionovať, ani k tomu zvyčajne nedochádza. K trestu teda dochádza vtedy, ak sú prichytení pri čine zamestnancami policajného zboru.

Fascinácia opustenými miestami, kde kedysi niekto býval alebo ich využíval na rôzne iné účely, napr. tam bola škola, kúpele, mlyn, družstvo atď., nie je novodobý fenomén. V tomto údive nad opustenými priestormi s rôznymi minulými funkciami pre človeka pramenia aj niektoré vedecké odbory – najmä spoločenské odbory ako história, dejiny umenia a archeológia. Práve pri ujasňovaní kontúr súčasnej archeológie sa v niektorých obdobiach stávalo, že miesta objavov boli značne porušené, boli odtiaľ odnesené predmety alebo boli presunuté na iné miesta, a to napokon znemožňovalo získanie poznatkov o živote človeka a jeho kultúre. Až neskôr sa začalo k miestam objavov pristupovať citlivejšie, nešlo už o zberateľskú aktivitu, z ktorej archeológia vznikla, ale predmety sa skúmali na svojom pôvodnom mieste, dokumentovali sa, analyzovali a interpretovali. Avšak záujem sa sústredil najmä na obdobia dávno minulé, až neskôr vzniklo špeciálne zameranie archeológie, ktoré sa venuje výskumom období nespadajúcich až tak dávno do minulosti. V roku 2005 napríklad program Discovery Channel vysielal reláciu *Urban Explorers*, ktorej zámerom bolo objavovanie a skúmanie opustených objektov v amerických mestách – to vyvolalo obrovský záujem o túto činnosť v západnom svete. Čo je však nové na systematickom prehliadaní opustených miest, je to, že ľudia, ktorých táto činnosť zaujíma, sa združujú v rôznych skupinách fungujúcich na sociálnych sieťach a často sa aktívne zapájajú do verejného života. Tak to bolo napríklad aj na Slovensku, kde javili záujem o urbex okolo roku 2010 niektorí architekti zdrvení situáciou v Bratislave, ktorá stratila množstvo objektov s historickou a umeleckou hodnotou. Pojem urbex sa teda používa ako skratka pre označenie činnosti, ale aj novodobej komunity, ktorá túto činnosť vykonáva.

Prívržencov urbexu fascinujú miesta, ktoré boli súkromnými priestormi – domovmi niekoho, ale rovnako aj miesta, ktoré využívala verejnosť. Podľa zamerania na určitý „typ" budov by sa mohla okrem iného analyzovať ich osobnosť a mnohé iné súvislosti s tým, z akého prostredia pochádzajú.[1] Načrtáva sa tu však niekoľko filozofických problémov. Keď sa človek niečoho dotýka, hýbe s vecami, teda má s objektami bezprostredný kontakt – mení ich a oni menia jeho – to je známe aj z fyziky.[2] Ako je to však vtedy, keď objekty človek len pozoruje a vtedy, keď tieto objekty fotografuje a fotografie potom prezentuje ostatným? Mení človek objekty aj tým, že ich pozoruje a vtedy, keď vytvára na základe nich obrazy,

[1] Niektorí prívrženci urbexu sa zameriavajú na priemyselné miesta, továrne, závody, bývalé poľnohospodárske družstvá, iní sa zaujímajú o tunely, katakomby, mosty a sú aj takí, ktorí sa venujú primárne kostolom alebo len rodinným domom a bytom atď.

[2] Tretí Newtonov zákon akcie a reakcie.

ktoré neskôr prezentuje a komentuje ich on alebo iní vo virtuálnom priestore, do ktorého môže ktokoľvek vstúpiť? Veď, ak je niečo zverejnené, čo má byť zo svojej podstaty skryté, mení sa táto podstata a mení sa aj pozorovateľ. Ako k tomu teda dochádza? Pokúsiť sa odpovedať na tieto otázky je cieľom tohto príspevku, pričom sa zameriam na komunitu urbexerov fungujúcich v sociálnom a kultúrnom prostredí Českej a Slovenskej republiky.

1. Zamerané na detaily – zaostrené na súkromie

V júni roku 2017 zverejnili dvaja bratia pochádzajúci z Prahy, používajúci pseudonym TVTwixx, na sociálnej sieti YouTube video, ktoré zachytáva ich vniknutie do opustenej vily českého miliardára Radovana Krejčířa, ktorý si momentálne odpykáva 35-ročný trest v Juhoafrickej republike za daňové úniky, nepovolené ozbrojovanie, predaj drog, za únosy a vraždy niekoľkých ľudí.[3] Na začiatku videa jeden z bratov, ktorý má v tom období, podobne ako jeho brat, okolo dvadsať rokov, rozpráva o tom, kto je Radovan Krejčíř, čo sa s ním stalo, koľko peňazí stálo vybudovanie jeho vily a aká je jej súčasná vyvolávacia cena v dražbe. Mladí ľudia, ktorí sú cieľovou skupinou medzi sledovateľmi tohto videa na internete, sú hneď v úvode šokovaní informáciami z „podsvetia", sumami, ktoré sa pohybujú okolo stoviek miliónov českých korún a tým, ako luxusne bola a je táto vila zariadená. Do vily sa vydajú okrem dvoch mladíkov aj ich traja kamaráti (jeden z nich nakrúca) a po otvorení zadného vchodu šperhákom si povedia „vila je pre dnešok naša." Pri pohybe na záhrade sledovateľom videa ešte oznámia, že ak dajú tomuto videu viac ako 50 000 „páčikov", budú vo vile Radovana Krejčířa nabudúce grilovať, a ak dajú viac ako 70 000 lajkov, prespia tam. Hneď na začiatku teda vyvolávajú záujem o sledovanie videa a lákajú pozrieť si ho až do konca, pretože jedným z cieľov je vidieť obrovské akvárium, kde býval žralok. Títo mladí ľudia sa skutočne do vily dostanú, pričom zaznamenajú jej vybavenie na kamerový záznam, čo vopred avizovali. Prehliadku komentujú a pokúšajú sa o to, aby boli zároveň vtipní, rovnako vyvolávajú napätie z nebezpečenstva. V januári roku 2020 malo toto video viac ako 35 000 000 zhliadnutí.

Tvorcovia videa, ktorí navštívili opustenú vilu, nie sú úplne prívržencami trávenia voľného času skúmaním priestorov opustených budov. Na sociálnej sieti majú mnoho iných videí, ktoré sú zamerané inak. Ich cieľom nie je primárne skúmanie opustených miest, ani zaznamenávanie každodennej reality, ale väčšinou sa snažia niečím nezvyčajným šokovať a upútať pozornosť. V tomto videu si nezvolili skúmanie priestoru, ktorý je verejnosti úplne neznámy, o čo sa pozorovatelia zabudnutej mestskej kultúry často snažia. Hneď v úvode totiž povedali všetky informácie, ktoré urbexeri na sociálnych sieťach bežne nezverejňujú, a to najmä z toho dôvodu, aby neposkytli návod vandalom alebo nepritiahli mediálnu pozornosť. Dôležité informácie týkajúce sa samotnej prehliadky sa snažia vymieňať si iba v rámci svojej komunity. Často sa však stáva, že miesta, ktoré sa rozhodnú urbexeri navštíviť, objavia práve v médiách a pri zverejňovaní fotografií a komentárov napokon aj tak poskytnú návod niektorým ľuďom, ktorí sa rozhodnú tieto miesta ničiť. Po čase tak prichádza sklamanie, ak ich obľúbené miesta sú nenávratne po-

[3] Video má názov *Opuštěná luxusní vila miliardáře Krejčíře*, pozri: <https://www.youtube.com/watch?v=leKB9PSbkBU>. [cit. 2019-01-19].

škodené alebo úplne zaniknú. Aj z tohto dôvodu sa snažia o ich dôkladné zdokumentovanie prostredníctvom fotografie. Urbexerov fascinuje pokoj a únik z reality, to však nebolo motívom konania mladíkov. Napriek tomu, že nepatria do komunity urbexerov, ich prieskum vily má niektoré znaky toho, s čím sa táto komunita stotožňuje, iné sú s jej pravidlami v rozpore.

Komunita urbexerov teda je aj nie je uzavretá, tak ako všetky komunity, a najmä tie, ktoré vznikajú na sociálnych sieťach. Ak by bola komunita úplne uzavretá, nebolo by možné upozorňovať napríklad na nezáujem súčasných majiteľov opustených priestorov v spoločnosti a takisto upozorňovať na neschopnosť orgánov pamiatkovej starostlivosti a angažovať sa v týchto veciach, čo je jedným zo zámerov niektorých členov.[4] Nebolo by možné ani komunikovať s podobne zmeranými ľuďmi pochádzajúcimi zo zahraničia, keďže každá lokalita, každé územie má zároveň svoje vlastné pravidlá, ktorým je nutné sa podriadiť, resp. rešpektovať ich, ak sa chce do nich človek vydať a zostať bez ujmy. Zároveň je každý z členov jedinečný a táto rozdielnosť nemôže byť potláčaná, pretože komunita funguje na vzájomnej tolerancii a pochopení pre rôznorodosť. No často nie je možné zistiť takmer žiadne informácie o druhej osobe, ktorá sa venuje tejto aktivite a je činná vo virtuálnom svete pod prezývkou. Dozvedieť sa niečo o nej možno len prostredníctvom toho, čo táto osoba zverejňuje. To však neznamená, že sa stretnutia urbexerov obmedzujú len na tie vo virtuálnom priestore. Zároveň nie je táto komunita ani úplne otvorená – pretože by to už nebola komunita. O tom, že niekto je alebo nie je členom, nerozhoduje nejaký orgán, ktorý si táto komunita zvolila, ide o nehierarchické zoskupenie. Človek sem patrí vtedy, ak je pre neho objavovanie zabudnutých miest a ich dokumentovanie vášňou, životným štýlom a mnohé vo svojom živote tomu podriaďuje. Až potom si môže získať obdiv ostatných na základe „svojich úlovkov" alebo estetickou stránkou svojich fotografií.

Snaha zachovať miesto

Čo teda skutočne spája ľudí, ktorí majú záľubu v objavovaní miest zániku a v ich dokumentovaní? Prečo je to súčasný fenomén a prečo je možné, že práve v tejto dobe vznikla takáto komunita, ktorá sa neustále rozširuje? Olivier Mongin vo svojej knihe *Urbánní situace: město v čase globalizace* upozorňuje na najdôležitejšie premeny, ktoré sa spájajú so súčasnou civilizáciou. Nemyslí tým situáciu len v mestách, ale urbanizácia je podľa neho proces, ktorý súvisí so stratou miesta, a teda aj stratou hraníc verejného a súkromného priestoru, čo má pre človeka deštrukčné dôsledky. Vo virtuálnom svete je všetko možné, je to nekonečná ilúzia, neexistujú tam hranice. Ale skutočnosť, naopak, tieto hranice potrebuje: „Rozvoj virtuality neútočí a priori na skutočnosť, nepremieňa ju ako takú, ale znehodnocuje ju tým, že oslobodzuje pole možného, pretože obklopuje telá a mysle ilúziou, že je vo virtualite všetko možné. Zatiaľ čo skutočnosť nás vedie ku kultúre hraníc, oslobodenie možného virtualitou nás unáša ku kultúre, kde vládne absencia hraníc."[5]

[4] Pozri rozhovor zakladateľa webovej stránky *www.urbex.cz* s prezývkou DiverZant s jedným z urbexerov s prezývkou Takatiki: <http://urbex.cz/2014/05/rozhovor-s-takatikim/>. [cit. 2020-01-22].
[5] MONGIN, Olivier: *Urbánní situace: město v čase globalizace*, Praha : Karolinum, 2017, s. 134.

Prívrženci urbexu vyhľadávajú opustené priestory, prekonávajú hranice, aby sa dostali do súkromného priestoru niekoho iného, tieto hranice si však uvedomujú a nechcú ich ničiť, práve naopak, chcú ich zachovávať. To znamená, že majú potrebu stanoviť si hranice medzi súkromným a verejným, uchovať nejaké miesto ďalej pre seba a pre druhých, aj keď sa s tým dostávajú do rozporu so zákonom. V takomto chápaní je urbex „antikultúra", „antiurbanizmus", pretože aj Olivier Mongin hovorí, že „aby existovalo miesto, je potrebné vytýčiť si hranice,"[6] o čo sa urbexeri v protiklade k súčasným trendom urbanizmu snažia. Druhá vec, na ktorú urbexeri upozorňujú, je fakt, že, aby bolo súkromie súkromím, musí byť niekoho. Neznamená to však len byť uvedený na liste vlastníctva, ale znamená to nevyhnutnú starostlivosť o tieto miesta. Ak to má byť niekoho súkromie, ten niekto musí v týchto priestoroch bývať, strážiť tu svoje tajomstvá, udržiavať tieto miesta, mať o ne záujem a zodpovedať za ne, nezverejňovať to, čo má byť skryté, pretože tak to už nie je súkromím.[7] Len prítomnosť človeka skrytého pred verejnosťou vytvára súkromie, len jeho zodpovednosť voči týmto miestam z nich robí miesta pre ľudí a poskytuje mu bezpečie. Z tohto vyplývajú dve dôležité charakteristiky súkromnej oblasti, podobne ako ich charakterizuje Hannah Arendtová, je to vlastníctvo a majetok a je to aj „skrytosť" niektorých vecí pred zrakom verejnosti. V záujme tejto práce nie je riešenie právneho vzťahu, resp. porušovanie zákona, ktorého sa dopúšťajú urbexeri, pretože ich činnosť je z pohľadu práva jasne definovaná. Snahou je preskúmať to, prečo urbexeri podstupujú toto riziko, čo pre nich znamená odkrývanie skrytosti, odhaľovanie toho, čo nie je bežne viditeľné, čo znamená aj pokúsiť sa objasniť niektoré znaky súčasnej civilizácie.

Jedna z hlavných túžob urbexerov je teda obnoviť vzťah s opustenými miestami, zároveň ich udržať pre ďalšie generácie, ak je to možné. To sa týka napríklad národných architektonických pamiatok. Samozrejme si mnohí z nich uvedomujú, že nie všetko je možné uchovať do budúcnosti, niektoré verejne využívané miesta navždy stratili svoju funkciu v spoločnosti a pre rozsiahle poškodenia pôsobením času, poveternostných podmienok a arogancii človeka sa nenávratne blíži ich koniec. V tomto prípade ich fascinuje fyzický svet, ktorý je dočasný, prchavý, nestály, „smrteľný". V konaní prívržencov komunity urbex sú tak prítomné dve takmer paradoxné túžby, ktoré ich poháňajú: *túžba po stálosti*, trvácnosti, ktorá sa prejavuje snahou zachovať miesta a priestory so „zakonzervovanou" minulosťou do budúcnosti, zároveň *túžba zachytiť prchavosť*, nestálosť matérie a pominuteľnosť samotného človeka. Ide o filozofiu komunity, ktorá má metafyzické smerovanie. Napriek tomu, že sa snažia presiahnuť fyzický svet, často hovoria o mysticizme. Nechcú, aby ich pri ich aktivite niekto odhalil, no mnohí z nich túžia v miestach zániku zanechať svoju fyzickú stopu.[8]

Urbexeri si uvedomujú, že niečo na týchto miestach predsa len zmenili svojou prítomnosťou v nich a dokumentovaním týchto miest. Ak tam nezanechajú priamo odtlačky

[6] MONGIN, Olivier: Urbánní situace: město v čase globalizace, Praha : Karolinum, 2017, s. 211.
[7] ARENDTOVÁ, H.: *Vita activa neboli o činném životě*, Praha : OIKOYMENH, 2007, s. 92-95.
[8] Zanechanie svojej stopy na nejakom mieste vychádza z podobných pohnútok ako graffiti. Aj táto mestská kultúra k nám prišla z Českej republiky, podobne ako sa na Slovensku rozšíril *urbex exploration* vplyvom z Českej republiky.

prstov, kartičky so svojim tagom alebo logom,[9] predsa len, ich *stopou* je fotografia, ktorá ako médium prenáša obrazy tohto skutočného priestoru do virtuálneho priestoru. Nielen tam dochádza k odovzdávaniu informácií, a teda k nevyhnutnému pohybu a premenám. Virtuálny svet ovplyvňuje reálny život človeka a naopak. Aj keď urbexeri sledujú svoje fotografie na sociálnych sieťach, dnes už dokonca aj na výstavách,[10] nedokáže im to nahradiť priamy kontakt s miestom.[11] Zaujímavé je, že mnoho urbexerov pracuje vo svojom bežnom živote v informačno-technologickej oblasti, a teda takmer každý deň vstupujú do virtuálneho sveta, dokonca ho mnohí z nich spoluvytvárajú. Preto túžia skúmať reálny priestor fyzicky, inak to ani nejde. Ivan M. Havel a Monika Mitášová vo svojom texte o priestore kladú dôraz na to, že „prežívaný priestor nie je vidieť sám o sebe".[12] Ak chcem nejaký priestor pozorovať, „musím sa nejako zachovať, prinajmenšom sa na videné prizrieť, presunúť svoju pozornosť. Z tohto hľadiska možno považovať priestor vizuálneho vnímania rovnako za priestor konania, totiž za *priestor k rozhliadaniu*, dá sa povedať i k prehliadaniu, kde prehliadanie je použité v zmysle ‚hľadenie skrz', ‚priehľad'".[13] Z tejto koncepcie o priestore potom vyplýva, že už vstup urbexera na miesto, jeho prehliadanie znamená zmenu.

To, čo si urbexeri z miesta odnášajú, sú len obrazy v pamäti, pocit z týchto miest a fotografie v digitálnej podobe. Tieto digitálne dáta môžu ešte upravovať a potom ich nechávajú žiť vo virtuálnom svete. To znamená, že sa s týmito obrazmi priestorov stále niečo deje tam, kde neexistujú hranice, ako aj v skutočnom živote, kde dochádza k prestavaniu hraníc medzi jednotlivými priestormi, ich uvoľneniu alebo naopak, posilneniu.[14] Obrazy priestorov teda vytvára a mení ich autor – používa rôzne technické zariadenia, efekty, filtre atď., menia sa vo virtuálnom priestore, keď sa dostávajú do rôznych kontextov, menia sa tým, že sú vystavené ako fotografie na fotografickom papieri rôznej kvality a veľkosti. A menia sa aj skutočné priestory, ktoré ich zaujímajú – buď nevyhnutným zánikom v našom svete pôsobením času alebo vplyvom ľudského konania, ktoré môže byť zničujúce alebo tvorivé.

[9] Takto si miesta, ktoré navštívila, označuje napríklad japonská urbexistka, ktorá je známa pod prezývkou TomBoy. Pozri rozhovor: <http://urbex.cz/2014/06/nejuzasnejsi-na-opustenych-budovach-je-ze-nevite-co-vas-za-dalsimi-dvermi-ceka-rika-urbexerka-ze-zeme-vychazejiciho-slunce/>. [cit. 2020-03-04].

[10] Urbexeri organizujú výstavy svojich fotografií v rôznych priestoroch, v kaviarňach (napr. klub Leitnerka v Brne), v bývalých továrňach, ktoré slúžia súčasnému umeniu (Meet Factory v Prahe) alebo v akademických priestoroch (Umelecké centrum Univerzity Palackého v Olomouci) atď.

[11] „Telo je prvou a poslednou podobou vzdoru. Ide o skutočný vzdor, pretože ustanovuje vzťah medzi vnútrajškom a vonkajškom, vyžaduje priestor, ktorý tento vzťah umožňuje, v ktorom môže utvárať a byť vystavený skúške." Pozri: MONGIN, Olivier: *Urbánní situace: město v čase globalizace*, Praha : Karolinum, 2017, s. 211.

[12] AJVAZ, Michal – HAVEL, Ivan M. – MITÁŠOVÁ, Monika (Zost.): *Prostor a jeho člověk.* Praha : Vesmír, 2004, s. 176.

[13] AJVAZ, Michal – HAVEL, Ivan M. – MITAŠOVA, Monika (Zost.): Prostor a jeho člověk. Praha : Vesmir, 2004, s. 177.

[14] Rendy na stránke *www.urbex.cz* upozorňuje tých, ktorí sa chystajú vstúpiť do diskusie alebo chcú začať s obhliadkou, aby sa nepýtali na vstupy do opustených miest. Tieto otázky sú podľa neho úplne zbytočné, pretože všetko sa rýchlo mení, to čo nedávno platilo, už tak nemusí byť. Pozri: <http://urbex.cz/forum/viewtopic.php?f=3&t=17>. [cit. 2020-01-22].

2. Zamerané na celok – rozostrené na verejnosti

Video mladíkov, ktorí vnikli do vily Radovana Krejčířa, si neprisvojila komunita urbexerov, aj keď išlo o rovnakú aktivitu. Zábery, ktoré vo vile urobili, nie sú esteticky príťažlivé, majú úplne inú formu a obsah ako filmové zábery a fotografie, ktoré na opustených miestach vytvárajú urbexeri. Video však nezostalo len u „verných" sledovateľov a odberateľov youtuberskej skupiny, ale preniklo na verejnosť a stalo sa súčasťou mediálneho sveta. Nasvedčuje tomu počet sledovaní, ale aj reakcie na tento čin v rôznych médiách, vrátanie informačných. Toto video výrazne prispelo k vytvoreniu súčasného mediálneho obrazu jedného z najväčších českých zločincov a otvorilo túto tému pre mladšie generácie.

Jeden z bratov, ktorí zverejnili video, si vopred dôkladne naštudoval život majiteľa vily, okolnosti jeho trestného stíhania, zadržania políciou v Českej republike a jeho následné uniknutie polícii práve v priestoroch vily, kde je tajná chodba. Mladíci si totiž sami nemohli úplne pamätať obdobie, keď v Českej republike Radovan Krejčíř pôsobil, a takisto ako deti nemohli celkom vnímať kauzy týkajúce sa tohto gangstra, mafiána, „legendárneho zlosyna"[15], „najbrutálnejšieho zločinca"[16], ako je v médiách Radovan Krejčíř označovaný. Snáď najväčšou satisfakciou pre verejnosť po neustálom sledovaní jeho prípadu, malo byť zadržanie v jeho vile počas domovej prehliadky v roku 2005. Bolo tam prítomných šestnásť policajtov a dvaja štátni úradníci, napriek tomu sa Krejčířovi podarilo za záhadných okolností uniknúť a dostať sa na východné pobrežie Afriky, na súostrovie Seychely, do luxusnej dovolenkovej destinácie. Verejnosť bola z tejto udalosti dlho pobúrená, podpísalo sa to na strate dôvery obyvateľov Českej republiky voči štátnym orgánom a túto nedôveru neustále posilňovali správy Krejčířa cez médiá o tom, že sa má dobre, či fotografie jeho manželky na sociálnych sieťach, ktorá tam s ním „dovolenkovala".

Ak sa vrátime k otázkam, ktoré stoja v úvode tohto príspevku, či človek mení objekty svojho pozorovania už iba samotným pozorovaním a či sa menia priestory, ktoré človek pozoruje vytváraním obrazov a ich zverejňovaním, môžeme to reflektovať na konaní mladíkov a na tom, čo vo svojom videu prezentujú. Maurice Merleau-Ponty vo svojom diele často upozorňuje na to, že človek nielen vidí svet, ale je aj videný. To, čo človek vidí, ho napokon ovplyvňuje a on ovplyvňuje to, čo vidí.[17] Sú tu teda tri aspekty videnia, prvý je ten, že mladíci vidia súkromný priestor niekoho druhého, ak vôbec možno považovať opustený a dlho neobývaný priestor za súkromný priestor niekoho – čo je však iná otázka. Sami si ho z určitého dôvodu zvolili ako objekt pozorovania a uprednostnili ho pred inými objektami, vypovedá to teda niečo aj o nich samých. Druhý aspekt videnia je to, že niekto druhý, dokonca celá verejnosť, vidí obrazy tohto priestoru na základe zverejneného videa. A potom je tu tretí aspekt, ktorý je dôležitý pre Merleau-Pontyho, že aj títo mladíci sú niekým videní.

[15] Takto ho označil vo svojej relácii *Kauzy Jaromíra Soukupa* mediálny magnát, moderátor a riaditeľ TV Barrandov.

[16] Takto ho označil investigatívny novinár Josef Klíma v XTV na základe informácií, ktoré zozbieral pri písaní knihy *Zločin jak ho pamatuju*. Praha: Nakladatelství Andreja Šťastného, 2018. Pozri: <https://www.youtube.com/watch?v=2qZSLdvlVTM>. [cit. 2019-01-22].

[17] K tomuto tvrdeniu sa často vracia v diele *Fenomenológia vnímania*, ale aj v iných dielach, napr. *Viditeľné a neviditeľné*.

3. Snaha pochopiť miesto a objavovanie krásy v pominuteľnosti

Pre prívržencov urbexu nie je nevyhnutné vedieť, kto v opustených priestoroch býval alebo kto ich využíval, niekedy sa chcú nechávať prekvapovať priamo na mieste. Radi vstupujú do neznámeho a nepotrebujú nutne vedieť podrobné poznatky o identite obyvateľa, dokonca sa, práve naopak, chcú dozvedieť niečo o človeku a spoločnosti priamo z miesta pozorovania. Chcú objaviť niečo, čo „legendu" dopĺňa, presahuje. Napr. Martin Ketner, jeden z urbexerov, hovorí v rozhovore: „Každý vstup do objektu je adrenalín a explózia emócií. Nikdy nevieme, čo nás vnútri čaká."[18]

Pri vytváraní videa o vstupe do Krejčířovej vily to tak úplne nebolo, mladíci vopred zbierali rôzne informácie. Dokonca zo sledovania videa vyplýva, že vilu pred nakrútením videa už predtým navštívili, pretože vopred vedeli, kde sa čo nachádza, ako sa tam majú pohybovať a na čo si dávať pozor. V niektorých scénach mali rôzne oblečenie, preto je jasné, že niektoré časti boli zostrihané a video nie je vytvorené v reálnej časovej postupnosti. K vytvoreniu ich prvotného obrazu o priestore vily prispeli podrobné informácie z mediálnych zdrojov – rôzne články, rozhovory, televízne relácie, dokonca obrázky a informácie z realitnej kancelárie, v ktorej sa vila predávala.[19] Je možné, že sa o vile a „bezproblémovom" vstupe do nej dozvedeli aj od ľudí zo svojho okolia, zo svojej komunity, keďže, ako sami hovoria: „do vily chodia denne desiatky ľudí". Všetky tieto vopred získané informácie ich ovplyvnili a zmenili ich pohľad na tento priestor. Ak by tieto informácie nemali, na priestor by nahliadali úplne inak. Sledovanie obrazu, nech je akýkoľvek (mediálny, umelecký), je však úplne iné ako fyzické zakúšanie skutočného priestoru, preto návšteva tohto priestoru výrazne ovplyvnila postoj mladíkov a ich komunity napr. k tomu, čo sa považuje v spoločnosti za luxusné, nadštandardné, nedosiahnuteľné, nedotknuteľné, zakázané, trestné atď.

Zverejnenie filmového záznamu teda ovplyvnilo verejnosť rôznymi spôsobmi. Vplývať totiž znamená aj pôsobiť, účinkovať, premieňať, meniť. Verejnosť už mala na základe mediálnych informácií vytvorený určitý obraz o Krejčířovi a jeho vile. U tých, čo si pozreli video mladíkov, sa tento obraz pozmenil, pripomenuli si ho, vytiahli zo svojej pamäti a oživili ho. Žiadny pohľad niekoho na nejaký objekt nie je totožný s pohľadom druhého už len z toho dôvodu, že človek sa zameriava na rôzne detaily, ktoré si druhý človek nemusí všimnúť. A tak je obraz priestoru vily a jej bývalého majiteľa na jednej strane totožný s obrazom, ktorý už vopred vytvorili médiá – opis sa zhoduje s tým, o čom médiá informovali, ale zároveň sa tento obraz pozmeňuje, dopĺňa. To, že je táto vila teraz „všetkých", ako to dlho prezentovali aj médiá (je z ukradnutých peňazí daňovníkov), prezentujú aj mladíci. Hovoria síce o porušení zákona, pohybujú sa za hranicou toho, čo je trestné, ich

[18] Pozri: <http://urbex.cz/2015/08/martin-ketner-urbex-je-pro-me-o-pocitu/>. [cit. 2020-03-04].
[19] Napr. v jednom z článkov na *www.idnes.cz* sa mohli dočítať, že v roku 2011 mala vila „zaujímavého nájomníka", ktorý vo vile žil niekoľko dní. Pozri: <https://www.idnes.cz/zpravy/cerna-kronika/ve-vile-radovana-krejcire-se-usadil-recidivista.A110719_201729_krimi_zep>. [cit. 2020-01-27]. Tento človek sa do vily vlámal aj po prepustení z väzenia, na čo poukazuje iný článok. Pozri: <https://www.lidovky.cz/domov/policie-zatkla-muze-ktery-se-vloupal-do-krejcirovy-vily.A120229_133624_ln_domov_sk>. [cit. 2020-01-27]. Na tohto „obyvateľa vily" mladíci sami vo videu upozorňujú.

motivácia upútať pozornosť, získať sledovateľov a zároveň mať možnosť pohybovať sa v kedysi najstráženejšej vile jedného z najbohatších Čechov, sú však silnejšie. Neobývaný priestor je tých, ktorí do neho vojdú, pohybujú sa v ňom, skúmajú ho, dokonca v ňom prespia a ktorých na tomto mieste nechytia – tým sa riadia urbexeri. A vilu sa darí „privlastňovať" rôznymi spôsobmi. Ide o akt privlastňovania, pretože podľa Susan Sontagovej je aj fotografovanie objektov spôsobom, ako si ich privlastniť. Takýto postoj k fotografii je už prekonaný, no predsa sa dostáva do popredia pri fotografiách opustených miest aj tento faktor.

Video bolo zároveň impulzom pre rôzne konanie – zo strany rodinných príslušníkov, ktorí vilu navštívili krátko po vpáde youtuberov alebo polície, ktorá na tomto mieste o pár dní prichytila iných mladíkov. Po krátkom čase na to, sa do vily opäť dalo bezproblémovo dostať, o čom svedčia ďalšie videá rôznych osôb aktívnych na sociálnych sieťach, boli odtiaľ odcudzené ďalšie predmety a mnoho vecí bolo zničených. O dva roky neskôr vyhorela komplikovaná strecha na jednom z hlavných objektov, pričom sa nevylúčilo cudzie zavinenie a v médiách sa špekulovalo o rôznych dôvodoch takéhoto možného konania. Vila sa vstupom urbexerov a aj iných ľudí, ktorí mali iné dôvody navštevovať opustené priestory, zásadne zmenila. Zmenil sa fyzický priestor, ale aj imaginárne predstavy o tomto priestore.

Ak by sme toto video nebrali ako snahu upútať pozornosť, zviditeľniť sa, získať ďalších sledovateľov, snahu získať obdiv a možno aj ako vidinu zárobku, ktorá sa dnes s youtubermi, blogermi a rôznymi influencermi spája, hlavný motív mladíkov je v prvom rade hra. Tým, že mladí ľudia vstúpili do tohto priestoru, vo svojej predstavivosti sa snažili identifikovať s „gangstrom", ktorý tu býval, ktorý tu zanechal svoje stopy a tento človek je pre nich legendou, ktorú vo svojej komunite šíria. Vila sa pre mladých ľudí stala miestom hry, ktorá má v sebe detektívnu zápletku, umožňuje im objaviť niečo nečakané, vyvoláva adrenalín z nebezpečenstva, poskytuje zábavu, únik od každodenných starostí a povinností. Návšteva tohto miesta sa s veľkým pričinením skupiny TVTwixx a ich komunity stala akousi skúškou dospelosti, nebojácnosti, šikovnosti, zvýšenia svojho statusu, s ktorou sa často dostavila aj pretransformovaná túžba dobýjať v zmysle ničiť. Video mladíkov charakterizuje naivita, ktorá je svojím spôsobom príťažlivá, pretože sa dostáva do protikladu k vážnosti situácie, akú vyvolávali súbežné udalosti dejúce sa okolo osoby Radovana Krejčířa v Juhoafrickej republike. Video na jednej strane spôsobilo ošiaľ v ich komunite a pridali sa k nim mnohí iní členovia aj preto, že sa im chceli podobať. Niektorí mladí ľudia teda nesledovali ani tak tento priestor, ako sledovali aktivitu „svojich hrdinov". Na druhej strane sa video stalo súčasťou mediálneho sveta, v ktorom je všetko, čo sa týka osoby a pôsobenia Radovana Krejčířa stále veľmi príťažlivé a okamžite púta pozornosť širokej verejnosti. Okrem toho bolo podnetom aj pre komunitu urbexerov a niektorí jej členovia sa rozhodli aj na tento podnet vytvoriť ďalšie videá a fotografické záznamy z tejto vily, aby zachovali niektoré detaily uvedomujúc si, že vile a jej pôvodnému zariadeniu hrozí takmer úplný zánik.

Ak sa vrátime k filozofii urbexerov, ktorú charakterizujú dve túžby, túžba zachytiť premenlivosť života a túžba po zachovaní, je možné rozpoznať ich v ďalšom videu, ktoré

už vytvorila osoba hlásajúca sa ku komunite urbex.[20] Video vzniklo v exteriéri a interiéri Krejčířovej vily, boli v ňom použité aj zábery z dronu, autor si dal záležať na kompozičnej vyváženosti, zaujímavej farebnosti, harmonickom prepojení architektonickej stavby s krajinou a prírodou. Využil novú technológiu snímania 4K, čo je štvornásobný počet pixelov, kvalitnú hudbu a prepracovaný strih. Je zrejmé, že tento urbexer je človek, ktorý využíva súčasné technologické možnosti, fascinuje ho pokoj zabudnutých miest, minulosť, premeny architektonických objektov v čase, ale aj predmety každodenného použitia, ktoré v nich človek zanechal pri svojom odchode. Napriek značnému poškodeniu vily za posledné roky, je v tomto videu ukázaná vila stále ako mimoriadne prepracovaný, zložitý, rafinovaný architektonický priestor zakomponovaný do stromového porastu a členený trávnatými plochami a plochami s kríkmi. Okrem mnohých esteticky príťažlivých záberov, sa tomuto urbexerovi podarilo vytvoriť veľmi nezvyčajné zábery Krejčírovej vily práve s použitím dronu, ktorý lietal priamo nad impozantnou a prepracovanou strechou. Použitie dronu je taktiež problém, ktorý zapadá do problematiky narušovania súkromného priestoru.

Niekoľko mesiacov po odvysielaní tohto videa vyhorela dominantná strecha zakončená ihlanom. Zábery, ktoré vznikli potom a ktoré vytvorili urbexeri, možno takisto bez ohľadu na uvedomenie si obrovskej škody na majetku a toho, čo všetko sa spája s týmto objektom, označiť za krásne a podmanivé. Možno v nich objaviť estetiku, o ktorej hovorí Paul Virilio – estetiku miznutia.[21] Prirovnáva ju k pyknolepsii, stavu nepozornosti, pri ktorej človeku vždy niečo uniká. Súčasný človek to rieši pomocou technických prístrojov, ktoré zaznamenávajú to, čo nemôže alebo nestihne vidieť. Tieto zábery sa potom spájajú strihom, ak ide o filmové médium. Zábery z dronu, ktoré použil spomínaný urbexer, spôsobujú pocit závrate, slasť, pretože vnímateľovi poskytujú také pohľady, ktoré nemôže vidieť zo svojej bežnej perspektívy. Zároveň je v nich dominantná rýchlosť snímania. Virilio považuje práve rýchlosť za znak súčasného človeka, no podľa neho musíme mať na mysli vždy potenciálnu nehodu, ktorá sa s rýchlosťou spája.[22] Pôvodná Krejčířova vila sa pomaly vytráca z tohto sveta, avšak momentálne je okolo nej stále napätie, ktoré je podľa Mongina charakteristické pre ľudskú kultúru a toto napätie vo veľkom udržujú práve urbexeri. Ak by toto napätie opadlo a prevážila by ľahostajnosť a neľudskosť, znamenalo by to úplný zánik miesta.

Záver

Komunita urbexerov, ktorá vznikla v nedávnej dobe, má všetky znaky súčasných komunít, ktoré sú aktívne na sociálnych sieťach. V súčasnosti, o ktorej mnohí teoretici vrátane Hannah Arendtovej, hovoria, že v nej človek prežíva hlavne osamotenie a odcudzenie, komunita poskytuje „stratený raj“,[23] vytvára domov, navodzuje pocit spolupatričnosti.

[20] Autorom je Jan Pospíšil, video je označené ako *U-R-B-E-X- Vily slavných (2. díl) Vila Radovana Krejčíře 4K video*. Pozri: <https://www.youtube.com/watch?v=dB4mCjPU80c>. [cit. 2020-01-28].
[21] VIRILIO, Paul: *Estetika mizení*. Červený Kostelec : Pavel Mervart, 2010.
[22] VIRILIO, Paul: *Estetika mizení*. Červený Kostelec : Pavel Mervart, 2010, s. 102.
[23] BAUMAN, Zygmunt: *Komunita*. Bratislava : Vydavateľstvo spolku slovenských spisovateľov, 2006.

To však neznamená, že tí, ktorí patria do komunity urbexerov, sa stretávajú len vo virtuálnom priestore. Stretávajú sa, alebo častejšie *míňajú sa* na miestach zániku, fyzických miestach, o ktoré sa nikto nestará a nezveľaďuje ich a v ich konaní je prítomný pocit „privlastnenia" si tohto priestoru. Privlastnenie znamená aj to, že človek niekde patrí, má niekde svoje miesto, je mu niečo blízke. Nie je to však dobýjanie, pretože nejde o násilie, ale ide o nové nastolenie vzťahu človeka k miestu.

Z koncepcie Oliviera Mongina o urbanizácii súčasného sveta možno vyňať niektoré dôležité charakteristiky súčasného človeka, ktorý prichádza o pôvodné určenia priestorov. Súkromný a verejný priestor sa deformujú, človek je v nich stratený a napokon je unášaný v toku globalizácie. Urbexeri porušujú zákon o vlastníctve, nie je to však ich primárny cieľ, pretože objavované, a teda zároveň na chvíľu „privlastňované" priestory nechávajú tak, ako ich objavili. Na tejto túžbe vniknúť do súkromného priestoru druhého človeka nie je nič nové, pretože ľudí odjakživa fascinovala možnosť v skrytosti pozorovať niekoho súkromie napríklad cez kľúčovú dierku či plot, dnes napríklad aj cez sociálne siete atď. Táto činnosť sa spája s odhaľovaním nejakého tajomstva, ale aj potenciálnym nebezpečenstvom odhalenia pozorovateľa, teda s istým príjemným vzrušením. V konečnom štádiu ide o to, ako sú tieto informácie, ktoré získajú, ďalej použité. Urbexeri si však nevšímajú človeka, nepočúvajú cudzie rozhovory ani nesledujú ľudí konajúcich vo svojom súkromnom priestore. Pozorujú to, čo po jednotlivcovi, rodine, komunite, organizácii, spoločenstve atď. v týchto priestoroch zostalo, zaujímajú ich stopy, ktoré tu zanechali, predmety a prístroje, ktoré používali. Zaujíma ich aj samotné členenie architektúry, snové zákutia, kuriózne schodištia, priestory v priestore atď. Sústredia sa na detaily, či rôzne celky, ktoré ich upútajú, a tie potom zaznamenajú na fotoaparát. Fotografie sú spomienkou na to, čo v našom svete o chvíľu úplne zanikne, preto možno pri ich pozorovaní hovoriť o estetike miznutia.

To, že pri nelegálnom pohybe v súkromných objektoch sa porušuje zákon, je jasné. Zo sociálno-kultúrnej perspektívy je však činnosť urbexerov veľmi zaujímavá a podnetná v mnohých smeroch. Mnohí urbexeri dokážu vo verejnom priestore rozvíriť debatu o potrebe obnovy objektov s historickou a kultúrnou hodnotou, niektoré ich fotografie sú umeleckými dielami, informácie, ktoré poskytnú iným odborníkom, slúžia na získavanie informácií o súčasnej či minulej kultúre či antikultúre, o tom, čo zaujíma mladých ľudí, ako využívajú technologické výdobytky, ako trávia svoj voľný čas, ale aj ako vnímajú estetické kategórie a kde estetično objavujú. Paul Virilio opisuje súčasnú civilizáciu na základe jej posadnutosti rýchlosťou. Urbexeri akoby stáli v opozícii, vyhľadávajú pokoj a únik z reality, miesta, kde sa zastavil čas. Avšak každé vniknutie do nepoznaného priestoru znamená aj nevyhnutnú zmenu tohto priestoru, zmenu toho, kto priestor pozoruje a zmenu toho, kto pozoruje pozorujúceho. „Zastavenie času" teda nie je v našom svete možné, aj keď človek prirodzene inklinuje k potrebe večného trvania a túži „ovládnuť" čas svojimi dielami a výdobytkami, túži „zakonzervovať" čas a to, čo vidí, vo fotografiách a videách.

Literatúra a pramene

AJVAZ, Michal – HAVEL, Ivan M. – MITÁŠOVÁ, Monika (Zost.): *Prostor a jeho člověk*. Praha : Vesmír, 2004. 327 s. ISBN 80-85977-60-5.
ARENDTOVÁ, H.: *Vita activa neboli o činném životě*, Praha : OIKOYMENH, 2007. 431 s. ISBN 978-80-7298-185-4.
BAUMAN, Zygmunt: *Komunita*. Bratislava : Vydavateľstvo spolku slovenských spisovateľov, 2006. 122 s. ISBN 8080612250.
FAIGLOVÁ, Barbora – HAVLÍKOVÁ, Katka: *URBEX. Opuštěná místa v Čechách*. Praha : Grada Publishing , 2015. 141 s. ISBN 978-80-247-5336-2.
IDNES.CZ: <https://www.idnes.cz/zpravy/cerna-kronika/ve-vile-radovana-krejcire-se-usadil-recidivista.A110719_201729_krimi_zep>. [cit. 2020-01-27].
LIDOVKY.CZ: <https://www.lidovky.cz/domov/policie-zatkla-muze-ktery-se-vloupal-do-krejcirovy-vily.A120229_133624_ln_domov_sk>. [cit. 2020-01-27].
MERLEAU-PONTY, Maurice: *Fenomenologie vnímaní*. Praha : OIKOYMENH, 2013. 559 s. ISBN 978-80-7298-485-5.
MERLEAU-PONTY, Maurice: *Viditelné a neviditelné*, Praha: OIKOYMENH, 2004. 268 s. ISBN 80-86005-04-1.
MONGIN, Olivier: *Urbánní situace: město v čase globalizace*, Praha : Karolinum, 2017. 295 s. ISBN 978-80-246-3442-5.
URBEX.CZ: <http://urbex.cz/forum/viewtopic.php?f=3&t=17>. [cit. 2020-01-22].
URBEX.CZ: <http://urbex.cz/2014/05/rozhovor-s-takatikim/>. [cit. 2020-01-22].
URBEX.CZ: <http://urbex.cz/2014/06/nejuzasnejsi-na-opustenych-budovach-je-ze-nevite-co-vas-za-dalsimi-dvermi-ceka-rika-urbexerka-ze-zeme-vychazejiciho-slunce/>. [cit. 2020-03-04].
URBEX.CZ: <http://urbex.cz/2015/08/martin-ketner-urbex-je-pro-me-o-pocitu/>. [cit. 2020-03-04].
VIRILIO, Paul: *Estetika mizení*. Červený Kostelec : Pavel Mervart, 2010. 110 s. ISBN 978-80-87378-21-2.
YOUTUBE.COM: <https://www.youtube.com/watch?v=dB4mCjPU80c>. [cit. 2020-01-28].
YOUTUBE.COM: <https://www.youtube.com/watch?v=leKB9PSbkBU>. [cit. 2019-01-19].
YOUTUBE.COM: <https://www.youtube.com/watch?v=2qZSLdvlVTM>. [cit. 2019-01-22].

Poďakovanie
Tento text vznikol na Filozofickom ústave SAV v Bratislave ako súčasť riešenia projektu Agentúry na podporu výskumu a vývoja na základe zmluvy č. APVV-15-0682 „Filozofická antropológia a súčasná civilizačná situácia."

Mgr. Romana Javorčeková, PhD.
Filozofický ústav SAV
Klemensova 19
813 64 Bratislava
E-mail: javorcekova.romana@gmail.com

Novinárska etika a obraz komunity transrodových ľudí v slovenských printových médiách

Peter Kubinyi

Abstrakt:
V príspevku sa venujeme zobrazovaniu komunity transrodových ľudí v slovenských printových médiách v časovom horizonte 1990 – 2020. Vychádzame pritom predovšetkým z našich troch autorských novinárskych prejavov publikovaných v denníku Práca pod názvom Ženy doktora Perovića (1991) a novinárskych prejavov uverejnených v týždenníku Plus 7 dní: V cudzej koži (1997) a Žena v mužskom tele (2005). V príspevku si kladieme otázku, či by sme dnes pri písaní týchto novinárskych prejavov so zreteľom na spoločenské povedomie o tejto tematike a novinársku etiku postupovali inak ako v zmienených rokoch.

Kľúčové slová: transrodoví ľudia, novinárska etika, denník Práca, Plus 7 dní

Abstract:
Journalistic Ethics and Reflection of the Transgender Community in the Slovak Print Media. The paper deals with the reflection of the transgender community in the Slovak print media between 1990 and 2020. The main source material comes from three author's articles: "Ženy doktora Perovića" (1991) published by the Práca daily, "V cudzej koži" (1997) and "Žena v mužskom tele" (2005) published by Plus 7 dní. The author raises the fundamental question of whether we would proceed differently today in writing these articles regarding the current social awareness about this topic as well as nowadays journalistic ethics.

Keywords: transgender people, journalistic ethics, Práca daily, Plus 7 dní

Úvod

Problematike transrodových ľudí sme sa prvýkrát venovali v roku 1991, keď sme pre denník *Práca* pripravili reportáž z vtedajšej Juhoslávie, kde sa doktor Sava Perović venoval zmenám pohlavia u ľudí, ktorí sa s ním nedokázali stotožniť. Konštatovali sme, že v Juhoslávii, pokiaľ ide o takéto chirurgické zákroky, pokročili najďalej, čo do počtu operovaných za jeden a pol roka predbehli Spojené štáty aj Nemecko, a to doslova v rekordnom čase, pretože prvú takúto operáciu robil doktor Perović len na jar 1989. Teda v čase, keď v Československu bol ešte socializmus a nebolo žiaduce, aby sa novinári takejto téme vôbec venovali. Náš druhý novinársky prejav na túto tému je datovaný rokom 1997, keď sme sa s doktorom Perovićom stretli druhýkrát a mohli sme konštatovať, že za desať rokov zmenil pohlavie už vyše sto ľuďom. Tretí a vlastne posledný materiál s touto problematikou sme uverejnili v týždenníku *Plus 7 dní* v roku

2005. Týkal sa problémov konkrétneho dvadsaťpäťročného človeka, ktorý v tom čase o zmenu pohlavia žiadal.

Vo všetkých troch prípadoch sme sa usilovali riadiť nielen podľa novinárskej etiky, ale pri rozhovoroch s interviewovanými sme sa snažili zachovať pravidlá základnej ľudskej slušnosti, ktorá, podľa nášho názoru, je základom, z ktorého vychádzajú všetky etické normy. Celkom prirodzene sme však vychádzali aj z vtedy platnej legislatívy, a to nielen na Slovensku, ale aj v Juhoslávii, ktorou sme podopierali fakty vychádzajúce z rozhovorov.

Prešlo takmer tridsať rokov, legislatíva sa zmenila, zmenilo sa aj nazeranie majoritnej spoločnosti na problémy komunity transrodových ľudí, novinárska etika dostala svoje pevne stanovené pravidlá v Etickom kódexe novinára z 26. januára 2011, a my si v tomto príspevku kladieme otázku, či by sme pri písaní novinárskych prejavov s touto problematikou dnes postupovali inak než pred 29 rokmi, pred 23 rokmi, či pred 15 rokmi. Ak áno, v čom by bol náš pohľad iný a čomu by sme sa dnes pri tvorbe takéhoto novinárskeho prejavu vyhli? Vychádzali sme pritom aj z osobnej komunikácie so Zarou Kromkovou, ktorá päť rokov pôsobí ako poradkyňa v Občianskom združení TransFúzia a tiež ako lektorka na predchádzanie homofóbie a transfóbie v komunitnom a poradenskom centre PRIZMA v Košiciach, s ktorou sme sa pokúsili o zhodnotenie novinárskych prejavov v médiách.

Ľudská slušnosť a novinárska etika

„Téma etiky, vrátane tej novinárskej, sa niekedy uvádza Desatorom božích prikázaní, ktoré už v roku 1 500 pred n. l. pomenovalo zásady kladného vzťahu k blížnemu. Pod ‚blížnym' sa tu pritom rozumela rodina, národ, priatelia, ale aj všetci ľudia bez rozdielu,"[1] uvádza novinovedkyňa Svetlana Hlavčáková vo svojej štúdii *Etika sa novinára týka*. Píše aj o ďalších dávnych zákonoch a kódexoch, ktoré zahŕňali skúsenosť, zvykové právo a morálku staročí a dodáva, že niektoré z nich ako by aj dnes hovorili k novinárom. *„Boli to prvé kódexy – súhrny morálnych aj spoločenských noriem apelujúce na ľudské cnosti ako pravdovravnosť a česť (neklam, nekradni, krivo neobviňuj), statočnosť a zodpovednosť (nekrivdi slabému, dodrž slova svojho), na takt a empatiu (nesprávaj sa k iným zraňujúco)* [...] *Rešpektovala sa v nich však aj individualita, osobnosť človeka. V medziľudských vzťahoch dominovala slušnosť prejavujúca sa v úcte človeka k človeku vrátane sebaúcty a kladný vzťah k ľuďom. Ten predstavuje ohľaduplnosť voči iným, toleranciu k správaniu sa a k názorom druhých a napokon takt, teda jemnocit či vnímavosť k citeniu, potrebám a prejavom ľudí"*.[2]

Inými slovami, apeluje na to, aby novinári nekrivdili a neubližovali slabším, nesprávali sa k nim zraňujúco, boli k nim ohľaduplní a rešpektovali ich individualitu, osobnosť človeka. Kdesi tu by sme mohli hľadať aj pôvod state v *Etickom kódexe no-*

[1] HLAVČÁKOVÁ, Svetlana: Etika sa novinára týka. In HORVÁTH, Miloš (Ed.): *Kríza komunikácie v médiách*. Bratislava : Stimul 2011, s. 12.

[2] HLAVČÁKOVÁ, Svetlana: Etika sa novinára týka. In HOTVÁTH, Miloš (Ed.): *Kríza komunikácie v médiách*. Bratislava : Stimul 2011, s. 12.

vinára, ktorý prijal Slovenský syndikát novinárov v roku 2011, kde sa v paragrafe II. uvádza: *„Pre prácu novinára sú prvoradé hodnoty osobnej slobody, spravodlivosti a slušnosti. Vo svojej práci sa snaží o presadenie týchto hodnôt v spoločnosti,"*[3] a v paragrafe IV: *„Novinár nepodnecuje nenávisť, ani diskrimináciu založenú na rase, svetonázore, náboženskom vyznaní, etnickom pôvode, veku, sociálnom postavení, pohlaví či sexuálnej orientácii. O príslušnosti ľudí k menšine informuje iba v prípade, že táto informácia je v kontexte daného príspevku relevantná."*[4]

Otázke etiky a morálky sa vo svojej štúdii nazvanej *Online človek v postpravdivom univerze sociálnych médií*[5] venuje aj Anna Sámelová, v ktorej sa zaoberá etikou a morálkou v médiách. Tvrdí, že sa v médiách často stretávame so situáciou, keď je nemorálne konanie etickým a neetické zasa morálnym.[6] Podľa nej je axiologickým špecifikom mediálnej pravdy západných krajín to, že vychádza z aplikácie skôr etických než morálnych noriem. *„Profesionáli novinárskych remesiel* [...] *musia byť podľa rôznych zákonov, kódexov a profesijných princípov ‚etickí'. Znamená to, že majú konať to, čo je ‚správne'. Nemusia však konať to, čo je ‚dobré' – to je otázkou morálky. Tento rozpor názorne vystihuje rozdiel medzi mravmi v bulvárnych a serióznych médiách. Mravy jedných a druhých sú zvyčajne iné, pretože morálka jedných a druhých sa odlišuje. Ich etika však vôbec nemusí byť (a zvyčajne ani nie je) odlišná, a už vôbec nie rozporná. Byť ‚etický' totiž znamená byť konformný s etickým kódexom. Ten určuje zásady novinárskej profesionality na základe platných zákonov a v súlade s nimi. Zároveň ale zohľadňuje fakt už spomínanej masovosti médií, čiže ich nekonkrétnej adresnosti v úsilí osloviť čo najširšie publikum. Jednotlivé ustanovenia novinárskych etických kódexov, ako aj mediálnej legislatívy teda vychádzajú z faktu, že médiá pôsobia na trhu, kde sa najefektívnejšie uplatnia také texty, zvuky a obrazy, ktoré pritiahnu čo najširší okruh zákazníkov; a naopak, odpudia čo najužší."*[7]

Z uvedeného vyplýva, že napriek tomu, že hoci si etiku a morálku neraz stotožňujeme, ovplyvňujú ju aj faktory, ako je napríklad zameranie periodika či pre akú skupinu čitateľskej verejnosti je určené. Môže sa však „ľudská slušnosť" podriadiť periodiku, do ktorého je novinársky prejav určený? Môžeme potom ešte vôbec hovoriť o „ľudskej slušnosti"?

---

[3] SLOVENSKÝ SYNDIKÁT NOVINÁROV: *Etický kódex novinára*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.ssn.sk/eticky-kodex-novinara/>. [cit. 2020-02-15].

[4] SLOVENSKY SYNDIKAT NOVINAROV: Etický kódex novinára. [online]. Dostupne na internete:
<http://www.ssn.sk/eticky-kodex-novinara/>. [cit. 2020-02-15].

[5] SÁMELOVÁ, Anna: Online človek v postpravdivom univerze sociálnych médií. In *Media journal*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 5-19.

[6] Pozri aj kapitolu Etické kódexy a „etickosť média" In SÁMELOVÁ, Anna: *Normatívna regulácia verejnoprávnych médií: Mravy, cenzúra a editovanie v Rozhlase a televízii Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2016, s. 25-33.

[7] SÁMELOVÁ, Anna: Online človek v postpravdivom univerze sociálnych médií. In *Media journal*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 10.

Novinársky prejav *Ženy doktora Perovića* z roku 1991

Denník *Práca* bol po Nežnej revolúcii v roku 1989 najčítanejším denníkom na Slovensku a jeho náklad dosahoval na dnešné pomery už nepredstaviteľných približne 300-tisíc výtlačkov. Periodikum, kde sme pracovali desať rokov, malo aj počas socializmu „voľnejšiu štruktúru" ako napríklad denník *Pravda*, orgán Komunistickej strany Slovenska, ktorého novinárske prejavy vyznievali oproti tým z denníka *Práca* oveľa oficióznejšie. Po zmene politickej klímy vo vtedajšom Československu teda celkom logicky dala *Práca* zelenú „čítavejším článkom", nechceme tým povedať bulvárnejším, čím nadviazala aj na charakter predrevolučného obsahu média. Práve preto mala redakcia záujem aj o uverejnenie novinárskeho prejavu o operáciách doktora Perovića v Belehrade. Pokladala ho za „otvorenie novej témy", ktorá dovtedy na Slovensku pertraktovaná nebola a pojem „transsexuál" bol pre väčšinu čitateľov neznámy.

Z toho sme vychádzali aj pri príprave tohto materiálu. Vysvetliť pojmy a na výpovediach skupiny pacientov doktora Perovića načrtnúť, o čo ide. Dovtedy juhoslovanský lekár menil pohlavie len mužom, preto sme novinársky prejav nazvali *Ženy doktora Perovića*.[8] Už v podtitulku uvádzame, že Juhoslovania pokročili pri operáciách meniacich pohlavie najďalej, že *„sú lepší než Američania, Nemci, ktorých predbehli za poldruha roka, hoci iba na jar roku 1989 z operačného stola doktora Perovića vstala prvá žena, ktorá si naň líhala ako muž"*.[9] Vychádzajúc zo slov lekára vysvetľujeme čitateľom, že ide o jedinú psychiatrickú diagnózu, na základe ktorej sa robí chirurgický zákrok. *„Operácia trvá šesť a viac hodín. Pacientovi hrozí mnoho rizík, najväčšie nebezpečenstvo pramení z krvácania. Veď sa pracuje na veľmi citlivých miestach. Odstraňujú mužské pohlavné orgány, otvárajú mechúr, skalpel neobíde ani rektum. Potom sa k operačnému stolu dostanú plastici. Treba vyformovať veľké i malé pysky, vagínu, simulujú dokonca aj krčok maternice... Hrajú sa s prírodou, ktorej robia naprotiveň. Menia to, čo dala. Podriaďujú sa mozgu človeka, ktorý sa nedokázal stotožniť so svojím vlastným pohlavím!"* Zároveň uvádzame fakt, že doktor Perović je urológ, genetik i chirurg a citujeme jeho vlastné slová: *„Nebol by som sa do toho púšťal, keby sa ich pacienti tak nedožadovali."*[10]

V obsahu novinárskeho prejavu sú však základnými stavebnými kameňmi výpovede ľudí, ktorí zákrok podstúpili. Šlo napospol o mužov, ktorí sa po zákroku aj fyzicky stali ženami: *„Bola som ešte malé dieťa, keď som si uvedomila, že hoci mám tamtú vec, som dievčatko. Od desiateho roku som sa začala maľovať. Chcela som si obliekať sukničky ako všetky moje kamarátky. Brána pekla sa pre mňa otvorila. Nepochopenie rodičov. Ťažko tomu porozumieť, keď nežijete u nás, na Balkáne. Pre Srba je prvorodený syn darom nebies. Znamená viac ako tri dcéry. Ako ma teda mali doma pochopiť, keď som vravela: som žena, cítim ako žena, chcem byť žena?! Dospievanie bolo ešte ťažšie. Žila som, akoby ma rozťali šabľou napoly. Potom prišiel prvý vzťah. S homosexuálom. Čoskoro sa to skončilo. Ani on ma nechápal. Chcel muža, chlapa. A ja som vlastne bola*

[8] KUBÍNYI, Peter: Ženy doktora Perovića. In *Práca*, 5. januára 1991.
[9] KUBÍNYI, Peter: Ženy doktora Perovića. In *Práca*, 5. januára 1991.
[10] Pozri: KUBÍNYI, Peter: Ženy doktora Perovića. In *Práca*, 5. januára 1991.

žena. Keby nie operácia, asi spácham samovraždu."[11] Týmito slovami charakterizovala svoje problémy jedna z interviewovaných. Druhá svoju výpoveď sústredila najmä na svoj status vojaka v Juhoslovanskej národnej armáde: „*Bola som vojak – vyhlasuje o sebe Mileva, ktorá sa pred poldruha rokom volala Milan. Ženské gestá jej výzoru naozaj sedia. Má tridsaťpäť rokov, zdravý rozum, bystré oči. Brčkavé čierne vlasy jej padajú na čierny svetrík, spod ktorého vytŕča golier pestrofarebnej blúzky. Dnes má Mileva čižmy a plisovanú sukňu. – Bola som v armáde. Rok. Dvanásť mesiacov, keď sa na mňa vešali homosexuáli, plieskali ma po zadku. Vysmievali sa mi, hádzali na mňa balóny naplnené vodou. Trpela som ako kôň. Bože môj, vari som ja mala byť homosexuál? Veď to je proti prírode! Ako môže muž milovať muža? Nikto nemal ani potuchy, že ja som ŽENA! Ako som sa len za seba hanbila. S tým hrozným mieškom, údom, ktorý vždy dal o sebe vedieť, keď som sa pozerala na krásneho muža... Bála som sa seba samej, tej cudzej bytosti, ktorej som hovorila – ja. Povinne som chodila do vojenskej sprchárne... Dnes som žena, nikto nemôže pochybovať.*" [12]

Súčasťou tohto novinárskeho prejavu bola aj konfrontácia názorov žurnalistu a interviewovaných, ktorú sme uverejnili v tejto podobe: „*Priznávam, bol som netaktný. Neprekvapilo ich to, asi si na podobné otázky zvykli. Prečo radšej nežili ako homosexuáli? Pohrdlivý úsmev, potom rázne buchnutie päsťou do stola. – Dobre, takže by som sa mala stotožniť s vlastným telom. A teraz si skúste predstaviť vy, že päť rokov žijete v koži slona. Bude z vás slon? Nebude. Pýtam sa ďalej – kedy ste zistili, že sa cítite byť ženou. – A kedy vy, že ste muž? Prečo ste sa hanbili pred vojakmi, keď ste sama vlastnili telo muža? – Lebo som bola žena! Pýtam sa, čo si myslia o živote žien? Majú sa lepšie či horšie ako ‚silnejšie pohlavie'? Začínajú vyratúvať, v čom všetkom sú dámy ukrivdené... Akoby som počúval príslušníčky hnutia za emancipáciu žien. Dočerta, tak prečo ste tak túžili práve po tomto pohlaví, keď sa my, muži, máme tak dobre? – Lebo som bola, som, aj budem žena. Mŕtvy bod. Napokon, ako by ste sa tvárili vy, keby som vás začal presviedčať, že ste pravý opak toho, čo ste?! Rozumeli by sme si vôbec? Príroda bola horšia ako zločinec. Dala im chlpaté telo, veľké nohy, svaly, penis, bradu a k tomu cítenie i gestá nežnej ženy, ktorá nikdy neuverí, že ňou nie je. Jestvuje iná pomoc než radikálny rez?*"[13]

Podľa slov Zary Kromkovej, komunitnej pracovníčky komunitného a poradenského centra pre LGBTI+, terminológia i legislatíva, z ktorej sme pri písaní tohto článku pred 29 rokmi vychádzali, sa zmenila: „*Už nehovoríme o transsexualite, ale o transrodovosti a od roku 2019 podľa Svetovej zdravotníckej organizácie sa transrodovosť nepokladá za duševnú poruchu.*"[14] Dodáva, že je logické, že aj otázky novinárov vychádzajú z doby, v ktorej novinársky prejav pripravujú. Ako sme už uviedli, tento materiál vznikol krátko po Nežnej revolúcii a téma bola pre čitateľov (ale i novinárov) nová. Práve preto sme pokladali za prvoradé, aby sme veľmi zrozumiteľne čitateľskej verejnosti vysvetlili, o akej – podľa vtedajšej legislatívy – duševnej poruche hovoríme.

[11] Pozri: KUBÍNYI, Peter: Ženy doktora Perovića. In *Práca*, 5. januára 1991.
[12] Pozri: KUBÍNYI, Peter: Ženy doktora Perovića. In *Práca*, 5. januára 1991.
[13] Pozri: KUBÍNYI, Peter: Ženy doktora Perovića. In *Práca*, 5. januára 1991.
[14] KROMKOVÁ, Zara: E-mailová komunikácia autora so Zarou Kromkovou, 3. februára 2020.

Že transsexualita nijako nesúvisí napríklad s homosexualitou, či – ako sa vtedy hovorilo – s hermafroditizmom. Práve preto sme kládli otázky, či by pre interviewované „nebolo jednoduchšie žiť v homosexuálnom vzťahu" než sa podrobiť zložitej operácii súvisiacej so zmenou pohlavia. A práve preto sme sa sústredili na vnútorné chápanie vlastného ja týchto ľudí a na problémy, ktoré v súvislosti s tým vo svojom okolí zažívali. Z dnešného pohľadu azda niektoré pasáže vyznievajú až drasticky, ale na vlastnú obranu zdôrazňujeme, že sme prichádzali s novou, dovtedy širokej verejnosti neznámou tému.

„Dôležité je nikomu neublížiť, nesmerovať rozhovor na témy, ktoré sú dotyčnému človeku nepríjemné. Napríklad – fyzično. Novinári sa transrodových ľudí pýtajú na ich pohlavie s pocitom, že môžu: ‚A vy ste preoperovaná?' alebo ‚A ako vám to urobili?' Akoby téma nebola o živote a problémoch týchto ľudí, ale o ich genitáliách,"[15] to je názor Zary Kromkovej. Tejto téme sme sa v rozhovoroch s interviewovanými vyhli, odbornú problematiku vysvetľoval lekár, doktor Sava Perović. Naopak, zámerne sme sa pri písaní materiálu vyhli informáciám, ktoré by hovorili v neprospech týchto žien. Jedna z nich sa po chirurgickom zákroku venovala prostitúcii, čo nám potvrdili aj zvyšné interviewované, ale tento fakt podľa nášho názoru nesúvisel s danou problematikou. Nebol o ich správaní sa, ale o podstate problému vtedy nazývaného transsexualita.

Novinársky prejav *V cudzej koži*, 1997

O tom, prečo sme sa rozhodli znova stretnúť s doktorom Perovićom, hovorí už podtitulok novinárskeho prejavu nazvaného *V cudzej koži*[16]: *„Dr. Sava Perović v belehradskom Avicena centre zmenil za posledných desať rokov pohlavie vyše sto transsexuálom"*. Na rozdiel od prvého novinárskeho prejavu, sme už mohli predpokladať, že čitateľská verejnosť je o tejto problematike aspoň čiastočne informovaná. Iné však bolo periodikum, kde bol novinársky prejav uverejnený – týždenník *Plus 7 dní*, kde sme tiež pracovali viac než desať rokov a vychádzajúc z dlhoročnej praxe môžeme konštatovať, že redakcia od autorov vyžadovala iné materiály než denník *Práca*. Dôraz sa kládol na ich čítavosť, na to, aby vzbudili záujem čitateľa. Takže na rozdiel od prvého novinárskeho prejavu, ktorý sme v tomto príspevku analyzovali, môžeme dosť jednoznačne určiť rozdiely medzi nimi.

„Ste veľmi, ale skutočne veľmi škaredý muž – povedal lekár pacientovi. – Vyzeráte veľmi zle, dodal so zúfalstvom v hlase. Presne vedel, čo tento pacient od neho chce. Zvažoval, či sa má aj v jeho prípade riadiť Hippokratovou prísahou, alebo radšej dať prednosť zdravému rozumu. A zdravý rozum sa zdráhal vyhovieť jeho želaniu. Veď neublíži mu ešte viac tým, že mu urobí po vôli? Ak je dakto veľmi škaredý muž, dá sa to prežiť v relatívne dobrej psychickej pohode. Ale... – Som žena, povedal veľmi škaredý muž. Trval na tom, aby mu Dr. Sava Perović zmenil pohlavie. Aby z neho urobil – ženu,"[17] píše sa v úvode novinárskeho prejavu. I keď sú tieto slová pravdivým záznamom slov

[15] KROMKOVÁ, Zara: E-mailová komunikácia autora so Zarou Kromkovou, 3. februára 2020.
[16] KUBÍNYI, Peter: V cudzej koži. In *Plus 7 dní*, 1997, č. 5, 28. januára.
[17] KUBÍNYI, Peter: V cudzej koži. In *Plus 7 dní*, 1997, č. 5, 28. januára.

lekára, ich využitie v začiatku novinárskeho prejavu nie je náhodné: upútať pozor čitateľa za každú cenu. Takisto, ako nie je náhodné radenie výpovedí interviewovaných. Prvá dostala slovo žena uvádzaná v začiatku novinárskeho prejavu: „*Pani Marija bola predsa len prisilným sústom pre každého, kto si neželá, aby ranili jeho estetické cítenie... Namiesto hodvábnej nočnej košele, ktorú si vždy túžila obliecť, ju navliekli do maskáčov. Namiesto kabelky z krokodílej kože, ktorá by jej dodávala sebaistotu, jej na rameno zavesili samopal. Láska? Vzala do rúk ruku, ktorá ju neváhala pohladiť po zadku, hoci ho zahaľovala vojenská rovnošata. Nie raz, nie dva. Čoskoro Marija pochopila, že armáda jej dáva šancu, akú ešte v živote nemala. Jediná žena medzi tisíckami vojakov. Tá žena si navyše nenechala odtrhnúť rukáv. Čo na tom, že bola muž? Keď sa dvaja majú radi, na pohlaví vraj nezáleží. Ťažko sa jej to však vysvetľovalo na raporte u veliteľa útvaru... Neviňme ho. Ako vtedy mohol tušiť, že vďaka operácii si raz Marija tú vysnívanú hodvábnu košeľu predsa len oblečie? Videl pred sebou len chlapa, ktorý sa mu po nociach veselil s inými chlapmi, a to spôsobom, ktorý znižoval morálku a bojaschopnosť jednotky.*“[18] Ani v tomto prípade podľa nášho názoru nešlo o porušenie novinárskej etiky tak, ako ju chápeme v súčasnosti. Stať veľmi verne vychádzala z toho, čo interviewovaná žena hovorila o svojom živote. Bol to jej spôsob vyjadrovania a jej životný príbeh: „*Teraz, po operácii, mi je oveľa lepšie. Konečne som skutočne to, čo som vždy bola. Žena. Rozumiete, žena! Ženská ako hrom! Mám všetko, čo má každá normálna ženská mať. Neviem sa toho nabažiť. Za tie dva mesiace, čo ma chirurgovia zbavili toho nešťastného prívesku a plastici vyformovali vagínu, som sa milovala so sedemnástimi mužmi. Budem sa milovať s ďalšími a ďalšími! Musím si predsa vynahradiť tých dvadsaťpäť rokov, čo som prežila v koži kohosi iného. Nie, zatiaľ sa ani nevydám. Nedokázala by som byť manželovi verná.*“[19]

„*Som muž, povedala žena,*“[20] týmito slovami v ďalšej stati novinárskeho prejavu predstavujeme ďalšieho interviewovaného, Nenada. A rovnako ako pri predchádzajúcej interviewovanej, aj v tomto prípade sme pozornosť sústredili na jeho výpoveď, ktorá sa týkala jeho sexuálneho života: „*Dievčatá sa mi vyhýbali, chlapci ma brali ako svojho. Ženskú figúru sa však nedalo skrývať donekonečna. Vravel som im – ja som chlap a oni – daj opáčiť! Zdalo sa mi to čudné. Prečo ma chcú oblápať, prečo ich vzrušuje, keď sa na mňa pozerajú? Nakoniec som zostal celkom sám. Muži ma pozývali na rande, ženy pomáhať piecť na svadbu. Svet naruby.*“[21] Novinársky prejav zaznamenal veľký záujem čitateľov, dalo by sa teda povedať, že „splnil svoj cieľ“. Vychádzajúc však z dnešného chápania problematiky je otázne, či zobrazil skutočnú realitu života transrodových ľudí.

Aj podľa názoru Zary Kromkovej veľa závisí od toho, ktoré médium o problematike informuje, a to platí dodnes. „*Napríklad Nový Čas stále o tejto téme informuje doslova katastrofálne, vychádza zo zastaralých rodových stereotypov. Za najškodlivejšiu vec však*

[18] Pozri: KUBÍNYI, Peter: V cudzej koži. In *Plus 7 dní*, 1997, č. 5, 28. januára.
[19] Pozri: KUBÍNYI, Peter: V cudzej koži. In *Plus 7 dní*, 1997, č. 5, 28. januára.
[20] KUBÍNYI, Peter: V cudzej koži. In *Plus 7 dní*, 1997, č. 5, 28. januára.
[21] Pozri: KUBÍNYI, Peter: V cudzej koži. In *Plus 7 dní*, 1997, č. 5, 28. januára.

pokladám exotizáciu tejto témy. Lebo to nie je téma, ale ľudské osudy. Už titulok článku ich môže zraniť a u majoritnej populácie vyvolať nevraživosť. Ako príklad správne zvoleného titulku by som uviedla titulok ‚Transrodoví ľudia medzi nami',[22] konštatovala a dodala, že spracovanie témy závisí aj od autorky alebo autora. *„Poskytla som rozhovor v nemenovanom týždenníku a požiadali ma, či by som im neukázala svoj občiansky preukaz, či v ňom mám naozaj napísané pohlavie – žena. Text mi poslali na autorizáciu, fotografie nie, a keď článok uverejnili, bola pri ňom fotografia celého môjho občianskeho preukazu aj so všetkými údajmi. Ešte viac ma zaskočila reakcia redakcie, ktorá mi ponúkla, že ako kompenzáciu mi uhradí poplatky za vydanie nového občianskeho preukazu. Vôbec nechápali, že zneužili môj životný príbeh."*[23]

Novinársky prejav *Žena v mužskom tele*, 2005

Aj pri písaní novinárskeho prejavu *Žena v mužskom tele*[24] sme na úvod zvolili „už odskúšaný variant slovnej hračky": som žena, povedal muž. Interviewovaným bol dvadsaťpäťročný Košičan Peter, ktorý sa pripravoval na operáciu, pri ktorej mu mali zmeniť pohlavie. *„Plavé vlasy mu splývali takmer po pás, oči mal zvýraznené čiernou kontúrkou, ústa narúžované, nalakované nechty. Len hlas, ktorý tú vetu vyslovil, akoby prichádzal z inej dimenzie. Nemohol patriť žene. Skrátka, k tej nežnej kráske nesedel a človek sa mu musel prizrieť lepšie. Bol to muž, a predsa to nebol muž. Jeho pohyby prezrádzali ženu, ale žena to nebola... Koľkokrát si v autobuse vypočul vetu: Pozri, je to šrac alebo čaja? Koľkokrát ho vysmiali, vyhnali. Napríklad z baru, kde sa rozhodol navštíviť toaletu nie podľa svojho tela, ale podľa mozgu. Vošiel do dámskej. Zakázali mu, aby sa v bare ešte niekedy objavil a dodali, že ostatní zákazníci odmietajú piť z pohára, z ktorého pil. Nikdy nebol na plavárni. Nevie, cez ktorú šatňu by sa mal dostať k vode. Mužskú či ženskú? Žije v mužskom tele, teda cez mužskú. Ale s mozgom ženy, a ten mu velí, aby šiel cez ženskú."*[25]

V čase, keď sme pripravovali tento novinársky prejav, bolo už povedomie čitateľskej verejnosti o transsexualite oveľa lepšie než v roku 1991 či v roku 1997. Novinárskych prejavov, ktoré sa tejto téme venovali, bolo podstatne viac. A ak ju niektoré médiá iba objavovali, potom túto fázu spracovania témy sme my už mali za sebou. Aj náš pohľad na jej spracovanie bol iný. V novinárskom prejave sa oveľa viac než v tých predchádzajúcich venujeme problémom, s ktorými sa interviewovaný musel vysporiadať: *„Bodaj by si zdochol, ty buzerant! – vykrikujú po mne. Netrúfam si ani obrátiť sa, aby ma nezabili. Akoby to bola moja voľba, že si túžim obliekať ženské šaty. Matka na to prišla, keď som mal asi pätnásť rokov. Raz našla silonky za gaučom, potom objavila sukňu v mojej posteli, až si ma nakoniec podala a ja som sa priznal. Bola šokovaná a hoci mi podala pomocnú ruku, dodnes sa s tým úplne nezmierila. Stále sa so mnou zhovára ako s chlapcom a ja ju prosím, aby ma pred ľuďmi oslovovala Peťa. Keď mi totiž*

[22] KROMKOVÁ, Zara: In E-mailová komunikácia autora so Zarou Kromkovou, 3. februára 2020.
[23] KROMKOVÁ, Zara: E-mailová komunikácia autora so Zarou Kromkovou, 3. februára 2020.
[24] KUBÍNYI, Peter: Žena v mužskom tele. In *Plus 7 dní*, 2005, č. 42, 7. októbra.
[25] Pozri: KUBÍNYI, Peter: Žena v mužskom tele. In *Plus 7 dní*, 2005, č. 42, 7. októbra.

povie Peter a ja mám ženské šaty, spoločnosť zamrie. Otec sa s tým nezmieril nikdy. Pred ním sa radšej nemaľujem, nechcem ho provokovať..."[26]

Zo súčasného pohľadu pokladáme za chybu, že súčasťou tohto novinárskeho prejavu boli aj reminiscencie na predchádzajúce novinárske prejavy vychádzajúce z rozhovorov s klientmi doktora Perovića v bývalej Juhoslávii. Ex post úryvky z nich, i keď uverejnené pod samostatným medzitulkom, pokladáme za mätúce a v mnohom nezodpovedajúce času, keď sa opäť objavili v tlači. Časový odstup osem rokov znamenal aj pri tejto problematike jej zmenené chápanie. Nehovoriac o tom, že iná bola situácia v povojnovej Juhoslávii a na Balkáne vo všeobecnosti a iná na Slovensku v čase publikovania textu.

Čím viac informácií, tým väčší chaos

V tejto štúdii sme zámerne využili iba vlastné autorské novinárske prejavy, pretože poznáme pozadie ich tvorby. Nechceli sme zovšeobecňovať, zamerali sme sa na konkrétne príklady a kládli sme si otázku, či sme zo súčasného pohľadu v danom čase dodržali novinársku etiku, ako aj základné pravidlá ľudskej slušnosti.

Ak bol prvý materiál z roku 1991, pokiaľ ide o tému, na Slovensku novinkou, a teda čiastočne aj senzáciou, pretože táto téma dovtedy pertraktovaná nebola, druhý materiál, podľa nášho názoru, má v sebe aj prvky bulvárnosti. Problematika už širokej verejnosti známa bola a ak mal novinársky prejav, pokiaľ ide o jeho obsah, zaujať, čo bol aj zámer redakcie, museli sme sa prispôsobiť a podať tému v tomto duchu. Dá sa predpokladať, že by voči nemu mohla komunita transrodových ľudí dnes zaujať kritické stanovisko, čo vyplýva aj z názoru Zary Kromkovej, ktorá na otázku, ako by mali novinári o tejto problematike písať, konštatovala: *„Univerzálnu odpoveď nemám, lebo neexistuje. V každom prípade by mali apelovať na poskytovateľov zdravotníckej starostlivosti, ktorí sa tejto problematike venujú, aby pravdivo informovali verejnosť, pretože sa často stáva, že ešte aj informácie z týchto zdrojov nebývajú korektné. A ako by mali informovať? Rešpektovať tú rôznorodosť, nezužovať pohľad na celú problematiku, neriadiť sa stereotypmi. V článkoch sa často objavujú vety ako – ‚narodila sa ako muž a je z nej sexi žena', ale to nie je pravda. Vychádzajúc zo stereotypov nám je len pripisované pohlavie a nikto sa nerodí s rodným listom v ruke.*"[27]

Tretí, a náš doposiaľ posledný autorský materiál o tejto problematike, za bulvárny nepokladáme ani s odstupom času. Verne zaznamenával rozhovor s osobou, ktorá do tejto komunity patrí a poukazoval na problémy, ako majoritná spoločnosť týchto ľudí vníma a aké úskalia musia v živote prekonávať pre nepochopenie podstaty problému.

Pravdepodobne by malo platiť pravidlo, že novinár by o tej istej problematike nemal písať viackrát, aj keď sa to v praxi asi uplatniť nedá. Ak ste sa pri písaní prvého materiálu v roku 1991 riadili vtedy platnou legislatívou a vtedajším spoločenským pohľadom na komunitu transrodových ľudí a podvedome ste si vytvorili istý stereotyp náhľadu na nich, je pravdepodobné, že tomuto stereotypu podľahnete aj pri písaní

[26] Pozri: KUBÍNYI, Peter: Žena v mužskom tele. In *Plus 7 dní*, 2005, č. 42, 7. októbra.

[27] KROMKOVÁ, Zara: E-mailová komunikácia autora so Zarou Kromkovou, 3. februára 2020.

ďalšieho materiálu o šesť rokov neskôr. Najmä, ak je druhý novinársky prejav pokračovaním toho prvého, len sa medzičasom novinár zamestnal v periodiku iného typu. Otázkou však je aj to, či vôbec môže novinár naplniť očakávania komunít a či si dokáže danú problematiku naštudovať tak, aby mal o nej dostatočný prehľad. Ak v roku 1991 platilo, že transsexualita je duševná porucha a zároveň jediná psychiatrická diagnóza, na základe ktorej sa robí chirurgický výkon, teda zmena pohlavia, od roku 2019 sa podľa Svetovej zdravotníckej organizácie transrodovosť nepokladá za duševnú poruchu. A už nehovoríme ani o transsexualite, ale o transrodovosti. A tu sa dostávame k ďalšiemu problému.

Na Košických sexuologických dňoch v roku 2018 vystúpil ako hosť psychológ Petr Weiss z Českej republiky a venoval sa otázke sexuálnej identity. V tejto súvislosti sa zameral na gender. „*V súčasnosti máme opísaných 325 rôznych gendrových identít, ale chýbajú medzi nimi dve základné – muž a žena,*“[28] uviedol. O čo vlastne ide? Predovšetkým o právo na pohlavné sebaurčenie. „*Skupina rodičov v Spojených štátoch sa rozhodla vychovávať svoje deti gendrovo neutrálne. Nenazývali ich on ani ona, ale ony – vychádzajúc z anglických slov they a babies. Čakajú, kým sa dieťa samo rozhodne, či je muž, alebo žena. Inými slovami, nikto im do rúk nedá ani autíčko, ani bábiku, aby ich vo voľbe neovplyvnil. V niektorých štátoch sa presadilo, že pohlavná identita bude voliteľná. Ak sa rozhodnete, že ste muž, ste muž. Alebo niečo iné z 325 možností...*“[29] Celkom logicky každá takáto informácia vyvoláva v čitateľskej verejnosti mnoho otázok a čím je tematika zložitejšia, tým je pre čitateľskú verejnosť nepochopiteľnejšia. Ak sme v novinárskom prejave z roku 1991 vysvetľovali, čo znamená jeden pojem – transsexualita, v súčasnosti by sme museli vychádzať z oveľa širších súvislostí a presýtiť novinársky prejav mnohými ďalšími informáciami, ktoré by v konečnom dôsledku viedli pravdepodobne k jeho nepochopeniu. Zjednodušene povedané, čím viac informácií, tým väčší chaos. Zara Kromková na otázku, či gendrové identity súvisia aj s transrodovosťou, odpovedala: „*Sexuálna orientácia a sexuálna identita sú dve rôzne na sebe nezávislé veci. Rodová identita hovorí o nás, kto sme a sexuálna orientácia, kto nás priťahuje. Zužovať celú problematiku len na to, že gendrových identít je 325, je nezmysel. Ak položíte desiatim mužom otázku, čo ich robí mužom, dostanete desať rôznych odpovedí.*“[30]

Ak vieme, že v mnohých médiách sa žurnalisti nevenujú iba jednej či viacerým vybraným problematikám, ale pokrývajú vlastne všetky oblasti podľa potrieb redakcie, môžeme predpokladať, že si danú problematiku dokážu naštudovať tak, aby chápali podstatu problému? Problému, ktorý – aj keď to nemáme doložené štatistickými číslami a vychádzame len z tvrdenia Zary Kromkovej, ktorá zase vychádza z počtov ľudí, ktorí sa na ich občianske združenie obrátili s problémami týkajúcimi sa transrodových ľudí, sa týka pomerne malej skupiny obyvateľstva. „*Na občianske združenie TransFúzia sa za posledných desať rokov obrátilo približne sedemsto ľudí. Za dva roky,*

[28] Pozri: KUBÍNYI, Peter: Slabšie pohlavie? In *Plus 7 dní*, 2018, č. 41, 11. októbra.
[29] Pozri: KUBÍNYI, Peter: Slabšie pohlavie? In *Plus 7 dní*, 2018, č. 41, 11. októbra.
[30] KROMKOVÁ, Zara: E-mailová komunikácia autora so Zarou Kromkovou, 3. februára 2020.

čo pracujem v komunitnom a poradenskom centre PRIZMA a v Pride Košice, približne sto ľudí. To však nie sú štatistiky, ale len počty tých, ktorí sa na nás obrátili so žiadosťou o pomoc."[31] Tým, samozrejme, nechceme bagatelizovať problémy transrodových ľudí ani ich právo, aby o nich médiá informovali pravdivo. Chceme len poukázať na fakt, že tlak na pravdivé a všestranné informovanie o jednotlivých komunitách v spoločnosti môže mať presne opačný účinok než by sme si želali.

Ako príklad nám môže poslúžiť novinársky prejav uverejnený v kontroverznom *konzervatívnom denníku Hlavné správy* pod titulkom *Nemecký politik ukázal svetu ako vyhrať v diskusii so sexuálnymi a genderovými extrémistami*.[32] Ako uvádza podtitulok novinárskeho prejavu, ideológiu gender nemožno poraziť len filozoficko-vedeckými argumentmi, ale „*Ďalšou zbraňou, a možno ešte účinnejšou, je irónia.*"[33] Materiál sa zaoberá tým, ako nemecký poslanec Steffen Königer zo strany Alternative für Deutschland „*veľmi vtipným spôsobom zosmiešnil gender ideológov, ktorí v krajine už narobili dosť škôd a nenásilne poukázal na absurdnosť ich požiadaviek, keď pozdravil predsedu parlamentu a iných poslancov (dámy a pánov) a následne do pozdravu zahrnul všetky možné deklinácie na základe rôznych typov ‚rodu' človeka. Tieto ‚identity' vymenúval trpezlivo jednu po druhej, a tak len jeho úvodný pozdrav trval dve minúty. Celkovo vymenoval 60 typov predpokladaných sexuálnych identít, vrátane tradičných homosexuálov, lesieb, transsexuálov, až prešiel na pansexuálov, pangender, hermafroditov, bi-gender, a-gender, tretie pohlavia, atď.*"[34]

Je logické, že názory v spoločnosti bývajú rôzne, avšak úlohou novinára určite nie je akúkoľvek komunitu zosmiešňovať. A presne tomu sme sa v našich autorských novinárskych prejavoch, či už to hodnotíme z vtedajšieho alebo súčasného uhla pohľadu, chceli vyhnúť. Naopak, najmä autentickými výpoveďami príslušníkov týchto komunít sme sa usilovali majoritnú spoločnosť priviesť k poznaniu ich problémov, a tým aj k ich vzájomnému pochopeniu.

[31] KROMKOVÁ, Zara: E-mailová komunikácia autora so Zarou Kromkovou, 3. februára 2020.

[32] HLAVNÉ SPRÁVY: *Nemecký politik ukázal svetu ako vyhrať v diskusii so sexuálnymi a genderovými extrémistami.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.hlavnespravy.sk/nemecky-politik-ukazal-svetu-ako-vyhrat-v-diskusii-so-sexualnymi-a-genderovymi-extremistami/797872>. [cit. 2020-02-15].

[33] HLAVNÉ SPRÁVY: *Nemecký politik ukázal svetu ako vyhrať v diskusii so sexuálnymi a genderovými extrémistami.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.hlavnespravy.sk/nemecky-politik-ukazal-svetu-ako-vyhrat-v-diskusii-so-sexualnymi-a-genderovymi-extremistami/797872>. [cit. 2020-02-15].

[34] HLAVNÉ SPRÁVY: *Nemecký politik ukázal svetu ako vyhrať v diskusii so sexuálnymi a genderovými extrémistami.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.hlavnespravy.sk/nemecky-politik-ukazal-svetu-ako-vyhrat-v-diskusii-so-sexualnymi-a-genderovymi-extremistami/797872>. [cit. 2020-02-15].

Literatúra a pramene

HLAVČÁKOVÁ, Svetlana: Etika sa novinára týka. In HORVÁTH, Miloš (Ed.): *Kríza komunikácie v médiách*. Bratislava : Stimul, 2011, s. 12-36s. ISBN 978-80-8127-022-2. Dostupné aj na internete: <https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry_pracoviska/kzur/Publikacie_pdf/Kriza_komunikacie_v_mediach_.pdf>. [cit. 2020-02-15].
HLAVNÉ SPRÁVY: *Nemecký politik ukázal svetu ako vyhrať v diskusii so sexuálnymi a genderovými extrémistami.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.hlavnespravy.sk/nemecky-politik-ukazal-svetu-ako-vyhrat-v-diskusii-so-sexualnymi-a-genderovymi-extremistami/797872>. [cit. 2020-02-15].
KUBÍNYI, Peter: Slabšie pohlavie? In *Plus 7 dní*, 2018, č. 41, 11. októbra.
KUBÍNYI, Peter: V cudzej koži. In *Plus 7 dní*, 1997, č. 5, 28. januára.
KUBÍNYI, Peter: Žena v mužskom tele. In *Plus 7 dní*, 2005, č. 42, 7. októbra.
KUBÍNYI, Peter: Ženy doktora Perovića. In *Práca*, 5. januára 1991.
KUBÍNYI, Peter – KROMKOVÁ, Zara: *E-mailová komunikácia autora so Zarou Kromkovou*, 3. februára 2020.
SÁMELOVÁ, Anna: *Normatívna regulácia verejnoprávnych médií: Mravy, cenzúra a editovanie v Rozhlase a televízii Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2016. 150 s. ISBN 978-80-223-4227-8.
SÁMELOVÁ, Anna: Online človek v postpravdivom univerze sociálnych médií. In *Media journal*, 2018, roč. 6, č. 2, s. 5-19. ISSN 2585-9919. Dostupné aj na internete: <https://www.paneurouni.com/wp-content/uploads/2017/03/mediajourna_2_2018_print2.pdf>. [cit. 2020-02-15].
SLOVENSKÝ SYNDIKÁT NOVINÁROV: *Etický kódex novinára*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.ssn.sk/eticky-kodex-novinara/>. [cit. 2020-02-15].

Mgr. Peter Kubinyi, PhD.
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: peter.kubinyi@uniba.sk

Rehoľné komunity na Slovensku a ich mediálne aktivity. S dôrazom na žánrovú skladbu časopisu Zasvätený život

Terézia Rončáková – Miroslava Čačková

Abstrakt:
Príspevok stručne predstavuje mužské aj ženské rehole pôsobiace na Slovensku. Pozornosť upriamuje na ich mediálne pôsobenie – na funkcie a ciele katolíckych mediálnych aktivít realizovaných prostredníctvom reholí a na konkrétne aktivity od vydávania časopisov a kníh cez audiovizuálne výstupy po pravidelné mediálne školenia. V druhej časti približuje polročník *Zasvätený život* zastrešený spoločne všetkými rehoľami, a to najmä zo žánrového hľadiska (v porovnaní so sekulárnymi a cirkevnými časopismi).

Kľúčové slová: zasvätení, rehole, médiá, cirkevné dokumenty, žurnalistické žánre, Zasvätený život

Abstract:
Religious Communities in Slovakia and their Media Activities. With an Emphasis on the Genre Composition of the Magazine Zasvätený Život. The paper briefly introduces both male and female religious orders working in Slovakia. Attention is paid to their media impact – the functions and goals of Catholic media activities carried out through religious activities and to specific activities ranging from magazine, book publishing and audiovisual products to regular media training. In the second part, the semi-annual *Zasvätený Život (Consecrated Life)* covered by all the religious orders is discussed, especially from the genre point of view (compared to secular and church magazines).

Keywords: consecrated persons, religious orders, media, church documents, journalistic genres, *Consecrated Life*

V súvislosti s témou *Fenoménu 2020: Komunita v mediálnom priestore* azda nebude nezaujímavé pozrieť sa na mediálne správanie, zvyky, očakávania, ciele jednej z najpočetnejších a najkompaktnejších komunít na Slovensku – komunity zasvätených osôb. Termín „zasvätený" je strešným pomenovaním pre mužov a ženy žijúcich v rôznych formách života doslova „zasväteného" Bohu, a to formou oficiálnych sľubov[1]. Laicky hovoríme o reholiach a rehoľníkoch, ale pojem zasvätení je presnejší, lebo okrem rehoľných kňazov (vysvätených), rehoľných bratov (nevysvätených) a rehoľných sestier zahŕňa aj mníchov, mníšky, pustovníkov, členov a členky sekulárnych inštitútov a spoločenstiev apoštolského života.[2]

[1] Spravidla ide o trojicu sľubov: chudoby (nič nevlastniť), čistoty (nežiť s partnerom) a poslušnosti (podliehať predstavenému). V niektorých spoločenstvách však majú aj špecifický štvrtý sľub, prípadne aplikujú mierne modifikované sľuby.

[2] Podrobne pozri v: FRIGO, Gilberto: *Katechizmus zasväteného života*. Košice : Zachej, 2015.

Na Slovensku v súčasnosti pôsobí 28 mužských a 45 ženských reholí, ktoré majú 156 mužských a 290 ženských komunít a v nich 864 mužov a 1 996 žien.[3] Spolu je teda na Slovensku 446 komunít zasvätených osôb s 2 860 členmi. Ich spoločné otázky rieši a vzájomnú komunikáciu uľahčuje Konferencia vyšších rehoľných predstavených na Slovensku (KVRPS), zriadená Apoštolskou stolicou.

Samotná KVRPS aj jednotlivé spoločenstvá sú rôznym spôsobom aktívne v mediálnom priestore. Svoju aktivitu odvodzujú od oficiálnej mediálnej línie Katolíckej cirkvi zakotvenej v cirkevných dokumentoch venovaných médiám. Témy médií sa dotklo od roku 1832 do roku 1957 šesť pápežských encyklík. Za zlomový možno považovať dekrét Druhého vatikánskeho koncilu venovaný médiám z roku 1963. Koncil zriadil osobitnú komisiu (neskôr radu) pre spoločenské komunikačné prostriedky a tá vydala dve pastoračné inštrukcie a niekoľko ďalších dokumentov. Médiám sa venuje aj Kódex kánonického práva a Katechizmus Katolíckej cirkvi.[4]

Názov	Rok vydania	Vydavateľ	Typ dokumentu
Mirari vos	1832	Gregor XVI.	encyklika
Nostis et nobiscum	1849	Pius IX.	encyklika
Etsi nos	1882	Lev XIII.	encyklika
Divini illius magistri	1929	Pius XI.	encyklika
Vigilanti cura	1932	Pius XI.	encyklika
Ideálny film	1955	Pius XII.	exhortácia
Miranda prorsus	1957	Pius XII.	encyklika
Inter mirifica	1963	Pavol VI.	dekrét Druhého vatikánskeho koncilu
Communio et progressio	1971	Komisia pre spoločenské komunikačné prostriedky	pastoračná inštrukcia
Pornografia a násilie v médiách a pastorácia	1989	Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	dokument
Kritériá ekumenickej a medzináboženskej spolupráce v komunikačnom prostredí	1989	Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	dokument
Aetatis novae	1992	Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	pastoračná inštrukcia
Etika v reklame	1997	Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	dokument
Etika v komunikácii	2000	Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	dokument
Cirkev a internet	2002	Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	dokument
Etika na internete	2002	Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	dokument
Etika v reklame	2003	Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	dokument
Il rapido sviluppo	2005	Ján Pavol II.	apoštolský list
Posolstvá k Svetovým dňom médií	1967 – doteraz	Pavol VI., Ján Pavol II., Benedikt XVI., František	pápežské posolstvo

Tab. 1: Cirkevné dokumenty vyjadrujúce sa (aj) k médiám

[3] Údaje sú k 31. decembru 2018.

[4] Podrobne a prehľadne o cirkevných dokumentoch na tému médií pozri v: OLEKŠÁK, Peter: *Cirkev a médiá*. Ružomberok : Katolícka univerzita v Ružomberku, Filozofická fakulta, 2008.

Pápežské encykliky z 19. storočia[5], ktoré reflektovali masové médiá, si všímali najmä nebezpečenstvo liberalizmu a náboženského indiferentizmu v médiách, odsudzovali nepriateľskú proticirkevnú tlač a rozlišovali „škodlivú" a „dobrú" tlač, pričom prvú kritizovali a druhú vyzývali podporovať. V 20. storočí sa pozornosť Katolíckej cirkvi upriamila najprv na film a neskôr aj na rozhlas a televíziu. Pius XI. vo dvoch encyklikách[6] varoval pred nebezpečenstvom zneužitia kinematografie a Pius XII. vyzýval[7] na dodržiavanie morálnych zásad vo filme, v rozhlase aj v televízii.

Obrat k pozitívnejšiemu nazeraniu cirkvi na médiá priniesol Druhý vatikánsky koncil (1962 – 1965). Médiám venoval osobitný dekrét *Inter Mirifica* (1963), ktorý vychádza z úžasu nad novými vynálezmi v oblasti tlače, filmu, rozhlasu a televízie. Cirkev vyjadruje túžbu a potrebu ohlasovať evanjelium aj týmito prostriedkami. Vyjadruje sa k informáciám, ktoré by mali byť slobodne dostupné, ale zároveň pravdivé, aj k umeniu, ktoré nemožno prijímať nekriticky, pretože prvenstvo ostáva morálke. Apeluje na veriacich, aby prenikali médiá humánnym a kresťanským duchom; na mediálnych konzumentov, najmä mladých, aby si zachovali voči médiám zrelý a kritický postoj; aj na občiansku vrchnosť, aby ochraňovala slobodu informácií a mravnosť občanov. Koncil dal v tomto dekréte biskupom úlohu zakladať a rozvíjať vlastné katolícke médiá a vychovávať katolíckych mediálnych odborníkov. Zriadil Komisiu pre spoločenské komunikačné prostriedky (1964), ktorá mala vypracovať pastoračnú inštrukciu o médiách.

Z dielne tejto komisie[8] vyšli viaceré dokumenty, zväčša venované etickým aspektom mediálnych štruktúr a mediálneho sveta, reklamy, internetu. Pápežská rada upozorňovala na nebezpečenstvá pornografie a násilia v médiách, na vznikanie „digital divide" medzi bohatými a chudobnými aj na prispievanie médií ku konzumnému životnému štýlu a k zmenám hodnotového nastavenia spoločnosti, ktorá preferuje „mať" pred „byť". Spomedzi dokumentov Pápežskej rady pre spoločenské komunikačné prostriedky sú však najvýznamnejšími dve pastoračné inštrukcie. Prvá s názvom *Communio et progressio* (1971) rozvinula optimistický koncilový pohľad na médiá a predstavila ich ako zdroje významného vplyvu na celé ľudské spoločenstvo s potenciálom viesť k bratskému spolunažívaniu a rozvoju. Médiám kládla na srdce dôstojnosť človeka a službu pravde, ale nezatracovala ani ich zábavnú a oddychovú

[5] Konkrétne tri encykliky: *Mirari vos* (1832, Gregor XVI.), *Nostis et nobiscum* (1849, Pius IX.) a *Etsi nos* (1882, Lev XIII.).

[6] *Divini illius Magistri* (1929) a *Vigilanti Cura* (1932).

[7] V encyklike *Miranda prorsus* (1957).

[8] Pre úplnosť treba poznamenať, že nešlo o úplne nový orgán v štruktúrach Svätej stolice: už v roku 1948 bola zriadená Pápežská komisia pre náučný a náboženský film, ktorá bola neskôr povýšená na pápežskú radu (1952) a jej pôsobnosť bola rozšírená aj na rozhlas a televíziu (1954). Táto sa v r. 1964 transformovala na spomenutú komisiu a v roku 1989 bola povýšená na Pápežskú radu pre spoločenské komunikačné prostriedky. Naposledy ju v rámci reformy Rímskej kúrie pápež František zmenil na Sekretariát pre komunikáciu (2015) a neskôr na Dikastérium pre komunikáciu (2018), pričom do tejto novej inštitúcie zahrnul ďalších osem vatikánskych mediálnych ustanovizní: Vatikánske televízne centrum, Vatikánske vydavateľstvo, L´Osservatore Romano, Vatikánsky rozhlas, Tlačový úrad Svätej stolice, Fotografický servis, Vatikánsku internetovú službu a Vatikánsku tlačiareň.

funkciu. Postoj tejto pastoračnej inštrukcie k médiám bol zhovievavý: ony predovšetkým odrážajú už existujúcu morálku spoločnosti a zodpovednosť za verejnú mienku nenesú samy, ale majú ju aj jednotliví občania a spoločenské autority. Zdôrazňovala sa potreba vychovávať mediálnych tvorcov (napr. zakladaním katedier žurnalistiky na katolíckych univerzitách) a povinnosť vychovávateľov, najmä rodičov, formovať kritické myslenie detí. Druhá pastoračná inštrukcia s názvom *Aetatis novae* (1992) tiež apelovala na vstupovanie veriacich do mediálneho priestoru, ktorý majú využiť na dialóg so svetom a na ponúkanie alternatívy *mainstreamu*, lebo hlavný prúd nemusí byť zákonite aj dobrý. Biskupov inštrukcia povzbudzovala, aby médiám venovali pozornosť, vypracovali pre ne osobitný pastoračný program a zakladali vlastné katolícke médiá, pričom je potrebné chrániť a rozvíjať aj tzv. „ľudové masmédiá".

Od roku 1923 majú novinári a médiá svojho vlastného patróna, za ktorého cirkev určila sv. Františka Saleského. Pôsobil v 16. storočí poznačenom reformáciou, keď v Ženeve, kde bol biskupom, kalvíni nedovoľovali ľuďom zúčastňovať sa na bohoslužbách, preto zo svojho exilu na zámku Annecy písal ľudové letáky a tie šíril po meste. Napísal aj 6 000 listov zameraných na duchovné rady, z ktorých zostavil jedno z najvýznamnejších a dodnes najčítanejších duchovných diel *Filotea*. Na sviatok sv. Františka Saleského, 24. januára, pápež každoročne vydáva posolstvo k Svetovému dňu médií, ktorý sa slávi od roku 1967 na Siedmu veľkonočnú nedeľu.[9] Médiám venuje pozornosť aj Kódex kánonického práva a Katechizmus Katolíckej cirkvi. Starý kódex z roku 1917 zakazoval veriacim publikovať v časopisoch nepriateľských voči cirkvi a morálke a obsahoval nariadenia o cenzúre tlače a filmov. Nový kódex z roku 1983 spomína médiá až v 11 kánonoch[10], pričom sa ráta najmä s využívaním médií na evanjelizáciu a na katechetickú výuku. Kánon 831 upravuje publikovanie veriacich a klerikov v sekulárnych médiách. Veriaci nemajú prispievať do takých médií, ktoré „zvyčajne otvorene napádajú katolícke náboženstvo alebo dobré mravy", ak na to nie je dobrý a rozumný dôvod. Kňazi a rehoľníci tam môžu publikovať iba s povolením svojho nadriadeného. Mediálne vystupovanie kňazov a rehoľníkov k otázkam katolíckeho učenia alebo mravov majú biskupské konferencie upraviť osobitnými normami. Katechizmus Katolíckej cirkvi zhŕňa (v článkoch 2493 – 2499) doterajšie podstatné postoje cirkvi voči médiám: právo spoločnosti na informácie, povinnosť médií byť v službe spoločného dobra, ich zodpovednosť za verejnú mienku, úlohu príjemcov aktívne pestovať vlastné kritické myslenie. Zároveň katechizmus odsúdil totalitnú mediálnu manipuláciu.

Povzbudenia cirkvi do vlastnej mediálnej aktivity majú na Slovensku ovocie aj v 18 rehoľných časopisoch.[11] Okrem toho rehole prevádzkujú osem vlastných knižných vydavateľstiev a jednotliví rehoľníci vyrábajú moderné audiovizuálne produkty.

[9] Spravidla koncom mája/začiatkom júna.

[10] Porovnaj: OLEKŠÁK, Peter: *Cirkev a médiá.* Ružomberok : Katolícka univerzita v Ružomberku, Filozofická fakulta, 2008, s. 53-58.

[11] Podrobne pozri v: POLÁČIKOVÁ, Dominika: Periodiká a médiá mužských a ženských reholí na Slovensku. In *Zasvätený život,* 2019, roč. 10, č. 2, s. 29-31.

Názov	Periodicita	Vydavateľ	Obsah
Hlasy z domova a z misií	mesačník	Spoločnosť Božieho slova (SVD – verbisti)	Pre verejnosť o misiách vo svete.
Mladý misionár	3 x ročne	Spoločnosť Božieho slova (SVD – verbisti)	Časopis seminaristov SVD.
Don Bosco dnes	dvojmesačník	Saleziáni Dona Bosca (SDB)	Pre priateľov a dobrodincov SDB.
Estote Benedicti	3 x ročne	Rád sv. Benedikta (OSB – benediktíni)	Pre priateľov a dobrodincov OSB.
Slovo medzi nami	mesačník	Kongregácia Najsvätejšieho Vykupiteľa (CSsR – redemptoristi)	Rímskokatolícky; čiastočne prekladový evanjelizačný časopis z USA.
Misionár	mesačník	Kongregácia Najsvätejšieho Vykupiteľa (CSsR – redemptoristi)	Gréckokatolícky; pre priateľov a dobrodincov CSsR.
Hospitalita	štvrťročník	Hospitálska rehoľa sv. Jána z Boha (OH – milosrdní bratia)	Pre priateľov a dobrodincov OH.
Listy z Karmelu	2 x ročne	Rád bosých bratov Preblahoslavenej Panny Márie z hory Karmel (OCD – bosí karmelitáni)	Karmelitánska spiritualita.
Minoritský list	štvrťročník	Rád menších bratov konventuálov (OFMConv – minoriti)	Pre priateľov a dobrodincov OFMConv.
Ruženec	mesačník	Rehoľa bratov kazateľov (OP – dominikáni)	Formačno-informačný časopis ružencových bratstiev na Slovensku.
Posol Božského Srdca Ježišovho	mesačník	Spoločnosť Ježišova (SJ – jezuiti)	Druhý najrozšírenejší a najstarší katolícky časopis na Slovensku (po Katolických novinách).
Viera a život	dvojmesačník	Spoločnosť Ježišova (SJ – jezuiti)	Nábožensko-spoločenský časopis pre náročnejších čitateľov (založený v r. 1972 v Kanade ako *Echo duchovného prúdenia*).
Apoštol Božieho milosrdenstva	štvrťročník	Spoločnosť katolíckeho apoštolátu (SAC – pallotíni)	Šírenie úcty k Božiemu milosrdenstvu.
Echo z Afriky a iných kontinentov	2 x ročne	Spoločnosť katolíckeho apoštolátu (SAC – pallotíni)	Pre misijných dobrodincov.
Blahovestník	mesačník	Rád sv. Bazila Veľkého (OSBM – baziliáni)	Pre priateľov baziliánov. Gréckokatolícky časopis v cirkevnoslovanskom jazyku.
Studia Cappucinorum Boziniensia	ročenka	Rád menších bratov kapucínov (OFMCap – kapucíni)	Recenzované vedecké periodikum pre františkánske štúdiá, humanitné a historické vedy.
Starec Bezo	dvojmesačník	Rád sv. Benedikta (OSB – benediktínky, klauzúrna komunita Kláštora Najsvätejšej Bohorodičky v Horných Orešanoch)	Mníška spiritualita a modlitba.
Rodina Nepoškvrnenej	5 x ročne	Kongregácia Milosrdných sestier sv. Vincenta (SMVS – satmárky)	Pre členov združenia Rodina Nepoškvrnenej.
Zasvätený život	2 x ročne	Konferencia vyšších rehoľných predstavených na Slovensku	Pre rehoľníkov, najmä o spiritualite.

Tab. 2: Rehoľné časopisy na Slovensku

Ako je zrejmé, prakticky všetky časopisy vydávajú mužské rehole. *Starec Bezo* je málo známy časopis rozosielaný iba mailom v digitálnej podobe, čiže verejne nedostupný, hoci sestry práve v tomto čase uvažujú nad zverejnením doterajších 41 čísel na svojom webe. *Rodinu Nepoškvrnenej* vydáva rovnomenné združenie, ktoré satmárky zastrešujú, avšak jeho početné členstvo tvoria najmä chorí, postihnutí, starí, opustení, väzni a tí, ktorí im chcú slúžiť, vrátane viacerých kňazov. Najznámejšími a najrozšírenejšími časopismi sú *Posol Božského Srdca Ježišovho* (skrátene *Posol*) a *Slovo medzi nami*. Oba majú náklad viac ako 10-tisíc kusov mesačne.[12] *Posol* bol založený v roku 1897 a *Slovo medzi nami* v roku 1999. Prekladový obsah čoraz viac dopĺňa vlastnými materiálmi.

[12] *Posol* dosiahol svoj rekord 50-tisíc kusov v roku 1998 a odvtedy mierne klesá, pričom pred násilným zrušením v roku 1949 mal náklad 65-tisíc kusov. Jeho vydávanie obnovili jezuiti v Kanade v roku 1974. V Galte, v provincii Ontario, vychádzal najmä pre slovenských ekonomických vysťahovalcov v náklade 2 200 kusov. Od roku 1990 vychádza znova na Slovensku.

Názov	Rehoľa	Sídlo	Poznámka
Dobrá kniha	Jezuiti	Trnava	Založené v r. 1970 v Kanade, po revolúcii presťahované k nám. Vydáva aj odborné publikácie Teologickej fakulty Trnavskej univerzity.
Don Bosco	Saleziáni	Bratislava	Vzniklo v r. 1994. Vo vlastnom štúdiu sa venuje aj dabingu a vydávaniu filmov na DVD.
Slovo medzi nami – redemptoristi	Redemptoristi – rímkat.	Bratislava	Vzniklo v r. 1999.
Misionár	Redemptoristi – grkat.	Michalovce	Vzniklo v r. 1995.
Dominikáni	Dominikáni	Košice	Vzniklo v r. 2008.
Minor	Minoriti	Bratislava	Vzniklo v r. 2006, vydáva aj diela na audiovizuálnych nosičoch.
Serafín	Františkáni	Bratislava	Existovalo už pred r. 1950, po revolúcii obnovené.
SVD	Verbisti	Nitra	Kalendáre a knihy od 1923. Prvá redakcia sídlila v Rakúsku. Knihy vydávajú od 30. rokov. Činnosť vydavateľstva obnovili v r. 1990.

Tab. 3: Rehoľné vydavateľstvá na Slovensku

Vydavateľstvá sa musia usilovať o svoju prosperitu, avšak ich prvoradým cieľom nie je komerčný úspech. Dobrá kniha a Serafín prevádzkovali po r. 1990 aj vlastné tlačiarne, v súvislosti s krízou vydavateľskej činnosti ich však museli zrušiť. Dnes patria medzi najaktívnejšie a najproduktívnejšie vydavateľstvá Dobrá kniha, Redemptoristi a Don Bosco. Všetky tri experimentujú aj na poli vydávania audiokníh. Ako konštatuje riaditeľ vydavateľstva Dobrá kniha František Sočufka, „s ekonomickou krízou prišla aj spoločenská duchovná kríza. Tá mala za následok, že viaceré katolícke vydavateľstvá takmer zanikli alebo sú v akejsi agónii." Súčasnú situáciu vidí ako výzvu pre rehoľné vydavateľstvo „vnímať sekulárnu spoločnosť ako znamenie čias, ktoré nám dáva príležitosť obnoviť našu prítomnosť v srdci ľudských dejín".[13]

Na poli audiovizuálnych aktivít slovenských rehoľníkov vyniká najmä misijná sestra Iva Kúšiková, SSpS, ktorá sa venuje dokumentárnej filmovej tvorbe. Pracuje ako dokumentaristka KVRPS, je nositeľkou Ceny Jedného sveta za najlepší slovenský dokumentárny film (2013), Ceny Ústavu pamäti národa (2015) [14] a Ceny Fra Angelica (2016). Známa je séria jej 45 krátkych dokumentov s názvom *Na 5 minút s vami.* Jednotlivé diely priblížili formou mini-video-portrétov v Roku zasväteného života (2014 – 2016) divákovi „základné princípy zasvätenia a spôsob rehoľného života či poslania"[15]. V seriáli *Svedkovia viery* zdokumentovala 84 svedectiev rehoľných sestier, ktoré prežili likvidáciu kláštorov v roku 1950 a dlhé roky vo vyhnanstve. Je autorkou viacerých dokumentárnych filmov, napr. *Pilátova amnestia, Súď ma a skúšaj, Prešiel som hranicu* (o Titusovi Zemanovi), *Zdenka* (o Zdenke Schelingovej), *Pascha* (o arcibiskupovi Cyrilovi Vasiľovi a novodobých dejinách slovenskej gréckokatolíckej cirkvi).

[13] SOČUFKA, František: Dobrá kniha: „ponad" polstoročie jezuitského apoštolského diela. In *Viera a život,* 2020, roč. 30, č. 1, s. 12.

[14] Život a tvorbu I. Kúšikovej podrobne približuje laudácio prednesené pri príležitosti udelenia tejto ceny: SUMILASOVÁ, Magdaléna: Slávnostné laudatio pri udeľovaní ceny za prínos pre zachovanie pamäti národa sr. Ive Kúšikovej.[online]. In *Zasvätený život,* 16. novembra 2015. Dostupné na internete: <https://zasvatenyzivot.sk/sr-iva-kusikova-ssps-sa-stala-laureatkou-ceny-ustavu-pamati-naroda-2015/>. [cit. 2020-02-20].

[15] Povedala Iva Kúšiková pre bakalársku prácu Dominiky Poláčikovej (POLÁČIKOVÁ, Dominika: *Médiá mužských a ženských reholí na Slovensku* [bakalárska práca]. Ružomberok : Katolícka univerzita v Ružomberku, 2019).

Medzi ďalšie mediálne aktivity slovenských rehoľníkov patria blogy, vlogy, videá, audioknihy, webstránky, podcasty, relácie pripravované v spolupráci s TV Lux. Známy je napr. benediktín Michal Mária Kukuča z kláštora v Sampore, ktorý vloguje na Youtube ako *Mních s kamerou*. Benediktín Jozef Brodňanský zasa v spolupráci s výtvarníkom Jaroslavom Halmom pripravuje pre TV Lux reláciu *Slovo v obraze.* Venujú sa témam zo Svätého písma, ktoré umelec stvárni v podobe obrazu a rehoľník na jeho základe formuluje netradičnú meditáciu. S TV Lux veľmi úzko spolupracovali saleziáni, ktorí v nej mali od jej vzniku v r. 2008 dvojpätinový podiel (zvyšok vlastnila spoločnosť Lux Communication a Konferencia biskupov Slovenska) a pripravovali relácie *Štúdio AHA!* pre mladých a *FILMiX* o filmových novinkách a zaujímavostiach zo sveta filmu. V roku 2011 sa však po vnútorných rozporoch saleziáni s televíziou rozišli.

Metodológia

Tému mediálnych cieľov a aktivít rehoľnej komunity na Slovensku doplníme prípadovou štúdiou zameranou na konkrétny čiastkový problém. Preskúmali sme žánrovú skladbu časopisu *Zasvätený život* a porovnali sme ju so žánrovou skladbou všeobecných spoločensko-politických časopisov na Slovensku[16], ako aj so žánrovou skladbou cirkevných časopisov na Slovensku[17]. Žánrovú klasifikáciu sme prevzali od T. Rončákovej[18], ktorá predstavila žánrovú koncepciu odrážajúcu aktuálny stav súčasnej časopiseckej tlače, pričom svoje návrhy nových modelov a definícií zasadila do kontextu etablovaných tradičných slovenských žánrových teórií[19]

Veľkoformátové žánre	Maloformátové žánre	Lifestylové žánre	Tradičné žánre
hard longform text	týždenníková správa	Fenomén	úvodník
soft longform text	aktualita	klebety[20]	ohlasy čitateľov
analýza	zápisník	dobré rady	recenzia
investigatíva	svedectvo	Poradňa	rozhovor
populárno-náučný text		Upútavky	reportáž
príbeh			fotoreportáž
portrét			esej

Tab. 4: Rozdelenie žánrov prevzaté od T. Rončákovej

[16] RONČÁKOVÁ, Terézia – MÔCOVÁ, Lenka: *New journalistic genres in social weeklies: a statistical probe*. Rukopis v recenznom posudzovaní, 2020.

[17] RONČÁKOVÁ, Terézia – LETTRICH, Miroslav – PSÁROVÁ, Miroslava: Jednorožec medzi médiami: cirkevné časopisy sa svojimi špecifikami vymykajú z bežného žurnalistického sveta. Žánrové porovnanie sekulárnych a cirkevných týždenníkov. In *Studia theologica,* rukopis prijatý na publikovanie, 2020.

[18] RONČÁKOVÁ, Terézia: *Súčasné žurnalistické žánre.* Verbum : Ružomberok, 2016.

[19] TUŠER, Andrej – FOLLRICHOVÁ, Mária.: *Teória a prax novinárskych žánrov I*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2001; VEĽAS, Štefan: *Teória a prax novinárskych žánrov II*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2000; FOLLRICHOVÁ, Mária – HACEK, Ján – KUBÍNYI, Peter: *Novinárske žánre pre zrakovo znevýhodnených študentov – teória a prax.* Bratislava : Stimul, 2015.

Svoj výskum sme zasadili do rámca kvantitatívno-kvalitatívnej obsahovej analýzy[20], pričom sme sa pri vyhodnocovaní jednotlivých textov a ich priraďovaní ku konkrétnym žánrom sústredili na žánrotvorné kritériá. Na účely tohto výskumu sme si osvojili päticu žánrotvorných kritérií, ktoré sa s určitými terminologickými odtienkami opakujú u mnohých teoretikov. D. Slančová ich pomenúva výrazmi funkcia, téma, forma, kompozícia, jazyk[21]. Metodologicky sme sa tak prepojili s citovaným výskumom T. Rončákovej, na ktorý nadväzujeme.

Časopis *Zasvätený život* vydáva Konferencia vyšších rehoľných predstavených na Slovensku (KVRPS), vychádza dvakrát ročne a je určený predovšetkým do vnútra jednotlivých komunít zasvätených mužov a žien, avšak zároveň deklaruje dostupnosť akýmkoľvek záujemcom, ktorí si ho objednajú.[22] Do výskumnej vzorky sme zaradili posledné čísla časopisu, a to tak, aby sme dosiahli celkový počet článkov porovnateľný so vzorkami časopisov v predchádzajúcich výskumoch, s ktorými sme svoje výsledky chceli komparovať. Preskúmali sme teda osem čísel od č. 1/2016 po č. 2/2019, spolu 193 novinárskych materiálov. Každý sme zaradili do žánrovej kategórie a zároveň sme v každom texte zaznamenávali prítomnosť autorského postoja, prítomnosť prvej slovesnej osoby a prítomnosť skrytej reklamy.[23] Nadviazali sme tak na štruktúru predchádzajúcich výskumov – v záujme lepšieho porovnania výstupov.

	sekulárne časopisy	cirkevné časopisy	*Zasvätený život*
novinárske materiály	66,49 %	71,81 %	75,88 %
nenovinárske materiály	18,41 %	17,63 %	23,00 %
reklama	15,10 %	10,56 %	1,13 %

Tab. 5: Podiel novinárskych a nenovinárskych materiálov na ploche čísla podľa stranového rozsahu

Časopis *Zasvätený život* prakticky nemá reklamu, jedinú predstavuje pravidelná propagácia kníh vydavateľstva Lúč, ktoré časopis tlačí[24], ide teda pravdepodobne o istú formu bartrového vyrovnania. Tá časť plochy, ktorá v iných druhoch časopisov patrí

[20] GUNTER, Barrie: *Media research methods.* London, Thousand Oaks, New Delhi : SAGE, 2000, s. 83-88; HORNIG PRIEST, Susanna: *Doing media research. An introduction.* London, Thousand Oaks, New Delhi : SAGE, 1996, s. 114.

[21] SLANČOVÁ, Dana: *Praktická štylistika* (2. vyd.). Prešov : Slovacontact, 1996, s. 116-117.

[22] Napr. na stránke *zasvatenyzivot.sk*, na ktorej je zároveň zverejnený celý archív časopisu od jeho vzniku v roku 2010. Pravidelne sa na nej publikujú príspevky v rôznych rubrikách, vychádzajúce priebežne a nezávisle od periodicity vychádzania tlačenej verzie časopisu.

[23] Prítomnosť názoru patrí medzi dôležité žánrové ukazovatele: v niektorých žánroch je žiaduca, a tam signalizuje autorské sebavedomie a schopnosť zaujať vlastný postoj, v niektorých žánroch je nežiaduca, a tam, naopak, signalizuje amatérsky prístup. Prítomnosť prvej slovesnej osoby súvisí s mierou subjektívnosti. Vo všeobecnosti ide v žurnalistických textoch o nežiaduci prvok prípustný len výnimočne na podporenie funkcie konkrétneho komunikátu (napr. na posilnenie autentickosti, emotívnosti, presvedčivosti), v súčasnosti však badáme jeho nadužívanie, a preto je zaujímavé sledovať jeho výskyt. Problematika skrytej reklamy sa vynorila počas výskumu všeobecných spoločensko-politických týždenníkov, v ktorých sa tento neetický prístup k žurnalistickému spracúvaniu materiálov ukázal ako nečakane frekventovaný, a preto sme nepriznanú reklamu zaradili medzi sledované premenné.

[24] Vo svojej spriaznenej tlačiarni Devín Printing House, ako sa uvádza v tiráži.

reklame, sa v *Zasvätenom živote* rozdelila medzi novinárske a nenovinárske materiály, takže v oboch kategóriách dosiahol vyššie percentá ako iné časopisy. Takmer štvrtinu obsahu *Zasväteného života* tvoria nenovinárske materiály, medzi ktoré patrili temer výlučne odborné texty teologického a právnického charakteru (prednášky, úryvky z kníh, cirkevné dokumenty, analýzy kánonického práva týkajúceho sa rehoľných inštitútov, texty charakteru odborných štúdií z oblasti biblistiky, spirituality, psychológie). Ojedinele sa vyskytla aj modlitba či báseň (po jednom výskyte v celej vzorke), prípadne pápežove homílie a iné verejné prejavy. Nenovinárske materiály teda v *Zasvätenom živote* takmer napospol pochádzali z oblasti náučného štýlu, čiastočne z rečníckeho štýlu, minimálne z umeleckého štýlu. Znamená to, že od nenovinárskych materiálov v sekulárnych aj cirkevných časopisoch sa zásadne líšili, pretože tam do tejto kategórie patrili najmä krížovky, horoskopy, televízne programy, rubriky pre deti a pod., čiže oddychové, zábavné materiály.

Žánrová skladba

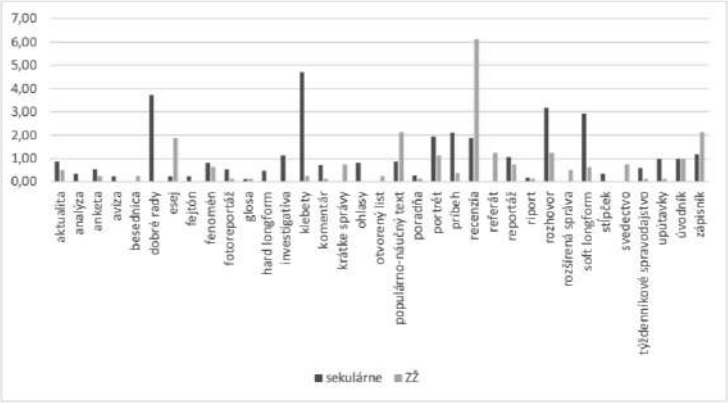
Nominálne hodnoty stavajú v žánrovej skladbe *Zasväteného života* na prvé miesto jednoznačne recenzie, nie je to však celkom spravodlivé, lebo ako recenzie publikoval tento časopis skôr stručné anotácie prevzaté od vydavateľov, často po dve v stĺpci. Nebývali podpísané, namiesto podpisu sa vždy uvádzal názov vydavateľstva, zároveň však neboli ani označenou inzerciou, publikovali sa v rubrike Nové knihy neskôr premenovanej na Odporúčame. Spomedzi 49 recenzií zaznamenaných vo vzorke len štyri boli iného charakteru: rozsiahle autorské recenzie aktuálnych filmov.

Odhliadnuc od recenzií sa ako najčastejšie žánre v *Zasvätenom živote* ukázali populárno-náučné texty, eseje a zápisníky. Zápisníky sú maloformátové veľmi subjektívne žánre beletrizovaného typu a časopis ich publikoval v stabilnej rubrike, zvyčajne po dva v čísle. Tvorili ich osvedčené autorky Hermana Matláková a Eva Rušínová. Texty prvej dosahovali vysokú kvalitu osobných zážitkov a úvah skúsenej, zrelej autorky; texty druhej boli myšlienkovo a štylisticky pomerne nesúrodé, autorka stavala na výraznú expresívnosť, hovorovosť, slangovosť, uvoľnenosť a jej myšlienkovú niť (a pointu) bolo niekedy ťažké sledovať.

Populárno-náučné texty sa pohybovali na pomedzí ešte publicistického a už náučného štýlu. Okrem historických či spirituálnych textov medzi ne patrili príspevky zo stálej rubriky venovanej botanike (konkrétnym liečivým bylinám, kvetom, olejom...). Tieto texty boli často kontaminované úvahovými prvkami a poučujúcim náučným prístupom. Aj eseje často niesli znaky príhovorového, adresného prístupu, objavovali sa v nich rečnícke prvky (oslovenia, otázky, rady, výzvy), prípadne zahŕňali aj prvky aktuálnej informácie (na úvodnej správe o výročí a pod. postavili úvahu s náučnými prvkami).

Typický pre *Zasvätený život* bol pomerne vysoký výskyt spravodajských žánrov (referáty, krátke správy, rozšírené správy), ktoré patria medzi denníkové žánre a v časopisoch sa prakticky nevyskytujú – na rozdiel od vyslovene časopiseckého tzv. týždenníkového spravodajstva, ktoré má zhrňujúci a glosátorský charakter. Príspevok

tohto druhu sme však v našej vzorke zaevidovali len raz. Naopak, klasické spravodajstvo s dôrazom na informáciu a s absenciou názoru plnilo v špecifickej komunite adresátov časopisu významnú úlohu a suplovalo nedostatok iných informačných zdrojov a tokov.[25]



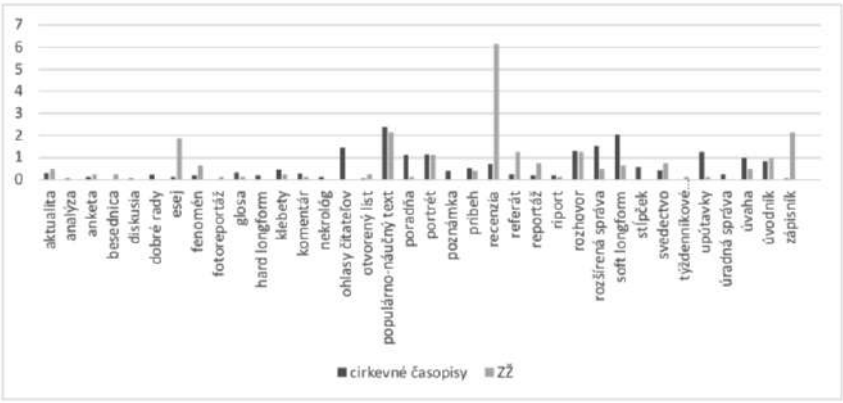
Graf 1: Porovnanie žánrovej skladby *Zasväteného života* a sekulárnych všeobecných spoločensko-politických časopisov

Pri porovnaní so sekulárnymi všeobecnými spoločensko-politickými časopismi[26] je zrejmý výrazný rozdiel – ide očividne o zásadne odlišné typy časopisov s odlišnými funkciami, publikami, komunikačnými cieľmi. V *Zasvätenom živote* absentovali typické časopisecké soft longformy aj klasické lifestylové žánre (dobré rady, klebety). Medzi klebety sme tu zaradili len dva texty charakteru celebritných klebiet, keď sa noví predsedovia ženskej a mužskej konferencie rehoľných predstavených prezentovali v lifestylovom odľahčenom štýle. Vďaka špecifickému charakteru *Zasväteného života* absentovali, pochopiteľne, aj zásadné spoločensko-politické materiály spracované formou investigatívy, hard longformu, komentára. Rehoľný časopis však zaostával za sekulárnymi aj v žánroch vhodných na tlmočenie duchovných posolstiev, ako sú rozhovory, príbehy, portréty, prípadne reportáže. Tie predstavujú základné nástroje žurnalistického remesla a umožňujú autorom naplno uplatniť štylistické zručnosti. Sú teda istou známkou žurnalistickej kvality a ich absencia svedčí skôr o nižšej miere „žurnalistickosti" v prospech iných komunikačných sfér a jazykových štýlov (náučného, rečníckeho, náboženského). Pre *Zasvätený život* bola zároveň príznačná neprí-

[25] Hoci *Zasvätený život* vzhľadom na svoju polročnú periodicitu publikuje bežné správy o zmenách vo vedení reholí a pod. priebežne na svojom webe, stále mu ponecháva pomerne významný priestor aj v tlačenom vydaní.

[26] Do vzorky všeobecných spoločensko-politických časopisov boli zahrnuté všetky aktuálne vychádzajúce na Slovensku: *Plus 7 dní, Život, .týždeň, Slovenka.* Výskum sa konal na vzorke 658 novinárskych materiálov, teda priemerne 165 na jeden titul (porovnaj: RONČÁKOVÁ, Terézia – MÔCOVÁ, Lenka: *New journalistic genres in social weeklies: a statistical probe*. Rukopis v recenznom posudzovaní, 2020).

tomnosť žánru čitateľských ohlasov, ktorá svedčí o neprítomnosti potreby tohto druhu kontaktu s čitateľmi a komunikácie s nimi.



Graf 2: Porovnanie žánrovej skladby *Zasväteného života* a cirkevných časopisov

Vo vzťahu k cirkevným časopisom[27] vykazuje *Zasvätený život* vyšší stupeň žánrovej zhody, čo je zrejmé napr. pri populárno-náučných textoch, portrétoch, rozhovoroch, príbehoch. I tu vystupujú do popredia recenzie a eseje publikované v *Zasvätenom živote* v nezvyklých počtoch (čo už bolo ozrejmené vyššie). Vyzdvihnúť treba využitie zápisníkov a svedectiev ako maloformátových, výrazne subjektívnych foriem s potenciálom príťažlivou a zrozumiteľnou formou odovzdať duchovné posolstvo. Žáner zápisníka pestuje *Zasvätený život* cieľavedome; žáner svedectva sme zaznamenali len nárazovo, keď sa v súvislosti s témou rehoľného povolania publikovali krátke osobné svedectvá piatich zasvätených.

Celkovo bolo pre žánrovú skladbu *Zasväteného života* typické náročné hľadanie žánrovej dominanty, najmä pre častú medzištýlovú hybridizáciu. Novinárske materiály informačného, populárno-náučného alebo úvahového charakteru boli často poznačené snahou o osobnejší kontakt s príjemcami (adresnosť, príhovorovosť, rečnícke prvky), tendenciou poučovať a odovzdávať rady, prípadne presahmi do odbornej teologickej oblasti (spiritualita, pastorácia). Ak by sme teda chceli hovoriť o prienikoch publicistického štýlu s inými štýlmi, ako prvé by sa núkali náučný a rečnícky štýl. Sledovanie komunikačnej funkcie, komunikačného typu a vrstvy výrazových prostried-

[27] Do výskumnej vzorky cirkevných časopisov boli zahrnuté oba najvýznamnejšie celoslovenské týždenníky dvoch najväčších kresťanských cirkví na Slovensku: *Katolícke noviny* a *Evanjelický posol spod Tatier.* Výskum sa konal na vzorke 584 novinárskych materiálov. Neproporčne veľkú časť z nich však tvorilo spravodajstvo. Po odrátaní spravodajských materiálov ostalo 362 materiálov, teda priemerne 181 na jeden titul (porovnaj: RONČÁKOVÁ, Terézia – LETTRICH, Miroslav – PSÁROVÁ, Miroslava: Jednorožec medzi médiami: cirkevné časopisy sa svojimi špecifikami vymykajú z bežného žurnalistického sveta. Žánrové porovnanie sekulárnych a cirkevných týždenníkov. In *Studia theologica,* rukopis prijatý na publikovanie, 2020).

kov nás však vedie aj k potrebe odvolať sa na špecifický a samostatný náboženský štýl, ktorého existenciu podrobne a kompetentne obhájil J. Mlacek[28]. Primárnemu náboženskému štýlu podriadil sekundárny liturgický a kazateľský štýl. V ich rámci rozlíšil ešte terciárne štýly – v liturgickom modlitbový a paraliturgický (ľudová zbožnosť) a v kazateľskom katechetický. Práve modlitbové, kazateľské a katechetické prvky zanechali výraznú stopu aj na textoch publikovaných v *Zasvätenom živote*.

Prítomnosť názoru

Prítomnosť autorského postoja v skúmaných textoch sme zaznamenávali binárne: 1 (prítomný), 0 (neprítomný). Rovnako sme zaznamenávali prítomnosť prvej slovesnej osoby aj prítomnosť skrytej reklamy.

Priemerný koeficient prítomnosti názoru v *Zasvätenom živote* bol 0,90, v sekulárnych časopisoch 0,95 a v cirkevných časopisoch 0,56. V cirkevných časopisoch aj v *Zasvätenom živote* sme pre objektívnosť vylúčili z výpočtu spravodajské materiály (krátke správy, rozšírené správy, referáty). V cirkevných časopisoch bol názor oslabený najmä vo fenoménoch, reportážach, recenziách, príbehoch a portrétoch. V *Zasvätenom živote* bol oslabený len v portrétoch a v populárno-náučných textoch, čo obom žánrom slúži ku cti, pretože portrétom, ale najmä populárno-náučným textom svedčí nestranný nadhľad a istá miera náučného, vedeckého prístupu. V ostatných textoch autori publikujúci v *Zasvätenom živote* sebavedomo prezentovali vlastný postoj, čo svedčí (aj) o autorskej zrelosti – na rozdiel od niektorých autorov cirkevných médií, produkujúcich vágne, povrchné texty.

Prítomnosť prvej slovesnej osoby

Priemerný koeficient prítomnosti prvej slovesnej osoby (najmä v singulári, ale aj v pluráli) dosiahol v *Zasvätenom živote* hodnotu 0,37. V sekulárnych časopisoch bol 0,28 a v cirkevných časopisoch 0,54. Pričom v rámci sekulárnych časopisov sme zaznamenali disproporciu medzi elitným *.týždňom* (s koeficientom 0,41) a zvyškom vzorky (s priemerným koeficientom 0,23). Je teda zrejmé, že *Zasvätený život* sa výskytom prvej osoby blíži *.týždňu* a cirkevným časopisom. V cirkevných časopisoch sme však prvú osobu registrovali v žánroch, ktorým neprislúcha, ako sú komentáre, populárno-náučné texty, portréty, soft longformy, dokonca aj recenzie. Naopak, v *.týždni* sa prvá osoba využívala v analýzach, esejach, reportážach, kde slúžila na posilnenie autentickosti a autorskej autority. V *Zasvätenom živote* išlo o zmes oboch prístupov – výskyt prvej osoby bol vysoký v reportážach a esejach, ale aj v populárno-náučných textoch a v soft longformoch. Môžeme teda konštatovať, že tu badať aj potrebné autorské sebavedomie, aj istú mieru amatérskeho, prípadne nenovinárskeho (rečníckeho) prístupu.

[28] MLACEK, Jozef: *Štylistické otázky náboženskej komunikácie (Úvahy o jej vymedzovaní a štylistickej členitosti)*. Verbum : Ružomberok, 2012.

Prítomnosť skrytej reklamy

Priemerný koeficient nepriznanej reklamy v *Zasvätenom živote* dosiahol hodnotu 0,24. V sekulárnych časopisoch bol 0,13 a v cirkevných 0,04. Pričom v rámci sekulárnych časopisov výrazne vytŕčala v tomto ohľade *Slovenka* s koeficientom 0,31. V tomto časopise sme konštatovali neetické zneužívanie novinárskych materiálov na skrytú reklamu. Na tento účel slúžil najmä rozhovory, príbehy, dobré rady, soft longformy a fotoreportáže. V *Zasvätenom živote* sme registrovali jediný soft longform s reklamným zameraním (propagovala sa charita, konkrétne medovníkové srdiečka sestier vincentiek v rámci ich každoročnej zbierky na misie). Všetky ostatné pozitívne nálezy sa týkali spomenutých recenzií/anotácií s odkazom na konkrétne vydavateľstvo a s textom očividne prevzatým z oficiálnych materiálov vydavateľstva. Nemožno teda hovoriť o vyslovene neetickom počínaní, najmä s ohľadom na fakt, že ani propagáciou charity, ani propagáciou kníh sa časopis neobohatil, ale na zbierku aj na knihy upozorňoval takpovediac v záujme „dobrej veci".

Záver

Časopis *Zasvätený život* svedčí o snahe odpovedať na výzvy obsiahnuté v cirkevných dokumentoch využívať mediálne nástroje na komunikačné ciele cirkvi a narábať s týmito nástrojmi profesionálne, na vysokej kvalitatívnej úrovni. Svedčí o tom aj formálna stránka časopisu: veľkorysý grafický dizajn v štýle obrázkového časopisu, hoci na matnom papieri v čiernobielej úprave. Text nie je prehustený, naopak, je zalomený veľmi „vzdušne" a veľké plochy i celé strany sú venované obrazovým a iným vizuálnym prvkom s minimom textu, takže neraz pomerne stručné materiály dosiahnu viacstranový rozsah. Celkový rozsah časopisu bol v našej vzorke od 40 do 72 strán (vrátane príloh, ktoré boli vkladané doprostred časopisu a číslované osobitne), čiže priemerne 55,5 strany na číslo. Na jedno číslo pripadalo priemerne 24 novinárskych textov a 4,5 nenovinárskych textov.

Ako sme ukázali vyššie, pre žánrovú skladbu *Zasväteného života* je typická kontaminácia novinárskych materiálov prvkami náučného, rečníckeho a náboženského štýlu. Bol to dôsledok jednak prirodzeného tematického zamerania textov (na oblasť teológie, najmä spirituality) a jednak štylistických návykov jednotlivých autorov, ktorí v sebe nezapreli tendenciu kázať (prihovárať sa publiku) a poučovať (vyučovať). Výkladový a úvahový makrokompozičný prístup tak v mnohých prípadoch potlačil iné prístupy, ktoré ostali len naznačené (rozprávací, opisný, informačný). Pozorovali sme to najmä v textoch so žánrovou dominantou eseje, kde sa často uplatnil vzorec: informačný alebo zážitkový (čiže spravodajský alebo reportážny) úvod a naň naviazaná košatá úvaha s rozborom a poučením. Aj preto sa vo výslednej žánrovej skladbe presadili (do značnej miery hybridizované) eseje na úkor pôvodných, rýdzo žurnalistických žánrov, ako reportáže, analýzy, fejtóny.

Podobne možno konštatovať nevyužitý potenciál žánrov vhodných na prenášanie duchovného posolstva, a to prostredníctvom osobného zážitku, svedectva, emócie.

Okrem reportáží sa to týka najmä príbehov a svedectiev, ktorých sme vo vzorke zaznamenali veľmi málo. Tie publikované však svedčili o autorskom potenciáli, ktorého výdatnejšie využitie môžeme na tomto mieste sformulovať ako odporúčanie pre redakciu *Zasväteného života*.

Pretlak náučného obsahu a prístupu rehoľného časopisu určeného najmä do vnútra komunity však netreba interpretovať ako negatívum alebo znak neprofesionality. Je to skôr dôsledok funkcie periodika a komunikačného cieľa jeho vydavateľov. Je zrejmé, že takýto časopis sa vo svojej pragmatickej zložke výrazne líši od sekulárnych časopisov i od náboženských časopisov určených širokej verejnosti. Kým ony sa usilujú – ako to učia základné masmediálne teórie – informovať o spoločenskom dianí, zaujímať k nemu postoj, zabávať a sprostredkúvať oddych, pričom všetky tieto funkcie sú zároveň v službe komerčného zisku, interný komunitný časopis náboženského charakteru chce najmä formovať, duchovne povzbudzovať, inšpirovať na uvažovanie, modlitbu, zahĺbenie sa... Samozrejme, ak sa má dosiahnuť tento účinok, je potrebná aj príťažlivá a zrozumiteľná forma. Žurnalistika také formy ponúka a redakcie časopisov typu *Zasväteného života* stoja pred úlohou nachádzať čo najlepšiu rovnováhu medzi osvedčenými formami a hlbokomyseľnými obsahmi.

Literatúra a pramene

FOLLRICHOVÁ, Mária – HACEK, Ján – KUBÍNYI, Peter: *Novinárske žánre pre zrakovo znevýhodnených študentov – teória a prax.* Bratislava : Stimul, 2015. 136 s. ISBN 978-80-8127-146-5.

FRIGO, Gilberto: *Katechizmus zasväteného života*. Zachej : Košice, 2015. 104 s. ISBN 978-80-9718-811-5.

GUNTER, Barrie: *Media Research Methods.* London, Thousand Oaks, New Delhi : SAGE, 2000. 314 s. ISBN 0-7619-5658-1.

HORNIG PRIEST, Susanna: *Doing Media Research. An Introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi : SAGE, 1996. 272 s. ISBN 0-8039-7293-8.

MLACEK, Jozef: *Štylistické otázky náboženskej komunikácie (Úvahy o jej vymedzovaní a štylistickej členitosti)*. Verbum : Ružomberok, 2012. 178 s. ISBN 978-80-8084-929-0.

OLEKŠÁK, Peter: *Cirkev a médiá.* Katolícka univerzita v Ružomberku, Filozofická fakulta : Ružomberok, 2008. 184 s. ISBN 978-80-8084-290-1.

POLÁČIKOVÁ, Dominika: *Médiá mužských a ženských reholí na Slovensku* [bakalárska práca]. Katolícka univerzita v Ružomberku : Ružomberok, 2019. [s. ISBN].

POLÁČIKOVÁ, Dominika: Periodiká a médiá mužských a ženských reholí na Slovensku. In *Zasvätený život,* 2019, roč. 10, č. 2, s. 29-31. ISSN 1338-1032.

RONČÁKOVÁ, Terézia: *Súčasné žurnalistické žánre.* Verbum : Ružomberok, 2016. 290 s. ISBN 978-80-561-0358-6.

RONČÁKOVÁ, Terézia – LETTRICH, Miroslav – PSÁROVÁ, Miroslava: Jednorožec medzi médiami: cirkevné časopisy sa svojimi špecifikami vymykajú z bežného žurnalistického sveta. Žánrové porovnanie sekulárnych a cirkevných týždenníkov. In *Studia theologica,* rukopis prijatý na publikovanie, 2020. ISSN 1212-8570, eISSN 2570-9798.

RONČÁKOVÁ, Terézia – MÔCOVÁ, Lenka: *New journalistic genres in social weeklies: a statistical probe*. Rukopis v recenznom posudzovaní, 2020.
SLANČOVÁ, Dana: *Praktická štylistika.* 2. vyd. Prešov : Slovacontact, 1996. 180 s. ISBN 80-901-4179-x.
SOČUFKA, František: Dobrá kniha: „ponad" polstoročie jezuitského apoštolského diela. In *Viera a život,* 2020, roč. 30, č. 1, s. 3-2. ISSN 1335-6771.
SUMILASOVÁ, Magdaléna: Slávnostné laudatio pri udeľovaní ceny za prínos pre zachovanie pamäti národa sr. Ive Kúšikovej. [online]. In *Zasvätený život,* 16. novembra 2015. Dostupné na internete: <https://zasvatenyzivot.sk/sr-iva-kusikova-ssps-sa-stala-laureatkou-ceny-ustavu-pamati-naroda-2015/>. [cit. 2020-02-20].
TUŠER, Andrej – FOLLRICHOVÁ, Mária: *Teória a prax novinárskych žánrov I*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2001. 106 s. ISBN 80-223-1555-9.
VEĽAS, Štefan: *Teória a prax novinárskych žánrov II*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2000. 66 s. ISBN 80-223-1493-5.

Doc. Terézia Rončáková, PhD.
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Katolícka univerzita v Ružomberku
E-mail: terezia.roncakova@ku.sk

Mgr. Miroslava Čačková
Konferencia vyšších rehoľných predstavených na Slovensku
E-mail: frantiska@skolskesestry.sk

Rusíni a Ukrajinci v slovenskom mediálnom priestore

Mária Follrichová

Abstrakt:
Na Slovensku žijú príslušníci 13 oficiálne uznaných národnostných menšín: bulharskej, českej, chorvátskej, maďarskej, moravskej, nemeckej, poľskej, rómskej, rusínskej, ruskej, srbskej, ukrajinskej a židovskej. Vzájomne prepletenú históriu majú dve z nich – rusínska národnostná menšina a ukrajinská národnostná menšina. Obe sa hlásia k rovnakým koreňom, no majú rozdielny pohľad na svoj vývoj a súčasnosť. Aj ich postavenie ako vydavateľov národnostnej periodickej tlače je rozdielne. Rovnaký prístup k medializácii oboch národnostných menšín má Rozhlas a televízia Slovensko. Ústredná slovenská tlač sa im venuje sporadicky, zatiaľ čo regionálna tlač im venuje väčšiu pozornosť.

Kľúčové slová: Slovensko, rusínska národnostná menšina, ukrajinská národnostná menšina, história, médiá

Abstract:
Ruthenians and Ukrainians in the Slovak Media Space. There are 13 national minorities living in Slovakia: Bulgarian, Czech, Croatian, Hungarian, Moravian, German, Polish, Roma, Serbian, Ruthenian, Russian, Ukrainian, and Jewish. Two of them—the Ruthenian national minority and the Ukrainian national minority—have intertwined history. Both of them endorse the same starting points, but have a different view of their development and the present. Their position as publishers of the national periodical is also different. Radio and Television of Slovakia has the same approach to media coverage of both national minorities. The central Slovak press is devoted to them sporadically, while the regional press pays more attention to them.

Keywords: Slovakia, Ruthenian national minority, Ukrainian national minority, history, media

Na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave venujeme systematickú pozornosť žurnalistike národnostných menšín na Slovensku (do roku 1993 v Československu) a slovenských národnostných menšín a diaspór vo svete. Študenti majú záujem o výberový kurz Národnostná a krajanská žurnalistika.

Tejto problematike sa venujeme od roku 1973. Písali sme o nej vo svojich kvalifikačných prácach, jedenástich vedeckých štúdiách, v hesle Malej encyklopédie žurnalistiky, odborných prácach o vyučovaní žurnalistiky národnostných menšín a o národnostnej a krajanskej žurnalistike.

Naši absolventi od roku 1960 obhájili 50 diplomových prác o národnostnej žurnalistike na Slovensku a od roku 1967 – 38 diplomových prác o krajanskej žurnalistike. Viacerí absolventi našej katedry pracujú v redakciách národnostnej i krajanskej periodickej tlače, rozhlasu a televízie. Veľkú pozornosť vo vedecko-výskumnej práci venujeme národnostnej otázke rusínskej a ukrajinskej národnostnej menšiny a ich žurnalistike.

Rusíni alebo Ukrajinci

Niektorí historici a teoretici považujú rusínsku a ukrajinskú národnostnú menšinu na Slovensku za jednu národnostnú menšinu a používajú pre ňu názov Rusíni-Ukrajinci alebo len Ukrajinci, iní hovoria o dvoch samostatných národnostných menšinách – rusínskej a ukrajinskej národnostnej menšine.

Na označenie slovanského obyvateľstva, obývajúceho územie niekdajšej Podkarpatskej Rusi, sa oddávna používal termín Rusíni (lat. Ruténi, Ruthéni). Po vyhlásení štátneho celku s názvom Rusko v roku 1721 cárom Petrom I. sa jeho obyvatelia identifikovali etnonymom Rusi, Moskviti, Moskali. Územie niekdajšej Kyjevskej Rusi, ktorého súčasťou bolo aj územie bývalej Podkarpatskej Rusi, bolo pripojené k Moskovskej Rusi v roku 1654 a úradne vyhlásené za Maloruskú guberniu alebo Malú Rus a jeho obyvatelia za Malorusov.

Cárska vláda považovala Malorusov za súčasť *„veľkého ruského národa“* a potlačovala akékoľvek ich národné sebauvedomovanie. Keďže adjektívum od pomenovaní Rus a Rusín bolo rovnaké, teda *ruský* (na území dnešného Ruska *ruskij*, na území dnešnej Ukrajiny *rosijskyj*), v druhej polovici 19. storočia sa na území dnešnej Ukrajiny pre rozlíšenie týchto dvoch etník udomácnilo etnonymum Ukrajinec.[1] Toto označenie postupne prevzali aj Rusíni Haliče, najprv ako podvojné pomenovanie Rusíni-Ukrajinci, neskôr na prelome 19. a 20. storočia už iba Ukrajinci.

Na územiach s východoslovanským obyvateľstvom patriacich k Uhorsku aj naďalej dominovalo pomenovanie Rusíni (Ruthéni), ktoré po pripojení tohto územia k Československu v roku 1919 prevzala aj československá administratíva. V medzivojnovom období sa tu popri veľkoruskom a rusínskom smere silne prejavovala aj ukrajinská orientácia. Jej pôsobenie spolu s medzinárodno-politickou situáciou vyústilo v roku 1939 do vyhlásenia samostatného štátu s názvom Karpatská Ukrajina.

Po druhej svetovej vojne bolo územie bývalej Podkarpatskej Rusi 1. januára 1946 pripojené k Ukrajine a jej obyvatelia boli vyhlásení za Ukrajincov. Ukrajina dodnes neuznáva rusínsku národnostnú menšinu a jej príslušníkov považuje za jednu z etnografických skupín ukrajinského národa. Výnimkou je Zakarpatská oblastná administratíva, ktorá v roku 2010 uznala Rusínov ako národnosť.

V dôsledku nepriaznivých socio-ekonomických i politických podmienok nezískalo obyvateľstvo pod Karpatmi a na priľahlom území Slovenska základné atribúty novo-

[1] MUŠINKA, Mikuláš: Súčasní nositelia, interpreti a bádatelia ľudových tradícií Rusínov-Ukrajincov Slovenska: Vzájomné vzťahy a konflikty príslušníkov dvoch národnostných orientácií spoločného etnika. In ŠUTAJ, Štefan (Ed.): *Národ a národnosti na Slovensku v transformujúcej sa spoločnosti – vzťahy a konflikty.* Prešov : Universum, 2005, s. 203.

dobého národa. To podmieňovalo vnútorné spory o interpretáciu národnej orientácie a živilo rôzne politické ambície. Dodnes sa obe časti menšiny oprávnene cítia totalitou ukrivdené a poškodené. Dôkazom toho je skutočnosť, že v rokoch 1950 – 1991 klesol počet osôb hlásiacich sa k Rusínom alebo Ukrajincom na Slovensku absolútne o 34 % a relatívne, pri prirodzenom prírastku, o 51 %.[2]

Predstavitelia ukrajinskej orientácie iniciovali vznik hnutia Za zachovanie jednoty národa. Od roku 1991 sa snažili presadiť, aby v sčítacích hárkoch boli Rusíni a Ukrajinci vedení spolu ako jedna národnosť. Predstavitelia rusínskej menšiny vystúpili s protikampaňou. Argumentovali tým, že rusínsko-ukrajinská národnostná menšina neexistuje. Vláda SR sa priklonila k ich názoru s tým, že národnostná príslušnosť je slobodným rozhodnutím občana.

Z histórie Rusínov na Slovensku

Prítomnosť Rusínov na terajšom severovýchodnom území Slovenska je zdokumentovaná v písomných pamiatkach zo 14. storočia. Niektoré zdroje datujú ich príchod dokonca do 6. – 7. storočia. Pôvod Rusínov a ich príchod zrejme ostane v rovine hypotéz. Prevažuje však názor, že Rusíni prišli na toto územie v rámci kolonizácie po tatárskom vpáde v roku 1241 hlavne z Haliče a Bukoviny a živili sa roľníctvom.

Svoj jazyk, kultúru, zvyky a pravoslávne náboženstvo si udržali vďaka izolovanosti regiónu, stálemu príchodu prisťahovalcov z Haliče, ale najmä vďaka valašskej kolonizácii v 14. – 17. storočí, ktorá ich posunula viac na západ. Druhé nevoľníctvo od začiatku 16. storočia odstránilo všetky výsady rusínskych kolonistov i slovenských a rusínskych roľníkov. Nemali šľachtu, ani meštiactvo. Žili v ťažkých sociálnych podmienkach, čo ich zbližovalo. Vzájomnej difúzii pomohol aj vznik užhorodskej únie v polovici 17. storočia – 24. apríla 1646, keď pravoslávne cirkvi Podkarpatskej Rusi deklarovali svoje rozhodnutie prijať patriarchát rímskeho pápeža, čím vznikli východné katolícke cirkvi (rusínska katolícka cirkev a ukrajinská gréckokatolícka cirkev). Konfesionálna príslušnosť bola pre toto obyvateľstvo veľmi dôležitá, no formovanie národného povedomia v tomto období nebolo témou ich života.

Významný bol aj vznik samostatnej a plnoprávnej Mukačevskej gréckokatolíckej eparchie (biskupstva – pozn. aut.), ktorú 19. septembra 1771 erigoval pápež Klement XIV. Koncom 18. storočia sa Mukačevská eparchia na severovýchode Uhorska rozprestierala na území 13 žúp a mala viac ako 800 farností.[3] Jej kňazi podnecovali literárne a kultúrne aktivity duchovnej i svetskej inteligencie. Vďaka vytvoreniu Prešovskej eparchie v roku 1818 (vyčlenením z mukačevskej eparchie) Prešov sa stal centrom kultúrnych a národných snáh Rusínov celého Uhorska. Prešovská eparchia mala 194 farností a 152 000 veriacich.[4]

[2] ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY*: Sčítanie ľudu, domov a bytov 2001: Základné údaje.* Bratislava : Štatistický úrad Slovenskej republiky, 2001, tab. 3. [online]. Dostupné na internete: <www.statistics.sk/webdata/slov/scitanie/nanj.htm>. [cit. 2020-03-12].

[3] GÁBOR, Stanislav: *Z dejín Mukačevskej eparchie*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.zoe.sk/?citaren&id=92>. [cit. 2020-03-12].

[4] GÁBOR, Stanislav: *Prešovská eparchia v kontexte dejín*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.zoe.sk/?citaren&id=93>. [cit. 2020-03-12].

Udalosti buržoáznej revolúcie v rokoch 1848 – 1849 Rusínov zaskočili. V druhej polovici 19. storočia sa bránili hrozbe maďarizácie veľkoruskou orientáciou. To dočasne vyriešilo jazykovú orientáciu a pozdvihlo národné povedomie. Alternatívou bolo stotožnenie sa Rusínov s ukrajinským národom, no jeho prekážkou boli slabé a nepravidelné kultúrne a politické styky s centrálnou Ukrajinou, rozdielna náboženská príslušnosť. Preto sa proukrajinské tendencie začali objavovať až začiatkom 20. storočia.

Maďarský nacionalizmus zabrzdil národnouvedomovací proces a ani vznik Československej republiky nevyriešil tieto problémy. „Ruská" menšina bola uznaná a získala všetky menšinové práva, no jej inteligencia sa rozdelila na tri smery podľa koncepcie národnej identifikácie. Boj medzi ruským (veľkoruským, karpatoruským, „rusofilským"), ukrajinským (maloruským, „národoveckým") a rusínskym (tutešňackým) smerom prebiehal za indiferentnej účasti obyvateľstva.

Podľa sčítania ľudu v roku 1930 sa na území Slovenska k ruskej národnosti hlásilo 91 078 osôb. Počet obcí, kde sa viac ako 10 percent obyvateľov prihlásilo k ruskej národnosti, bol 263. Toto bolo posledné sčítanie ľudu, kde sa národnosť zisťovala nepriamo na základe priloženého návodu, že sa národnosť spravidla zapíše podľa materinského jazyka.[5]

Aj krátkotrvajúce obdobie Slovenského štátu malo vplyv na vývoj národnostnej otázky. Klérofašistický režim síce akceptoval Rusínov ako národnostnú menšinu, no podozrieval ich z hungarizmu, boľševizmu a latentného schizmatizmu a nedôveroval im. To sa premietlo do obmedzovania národnostného života a národnostného školstva.

Národnostná otázka po roku 1945

Po druhej svetovej vojne Československá republika sa v prvom rade snažila usporiadať vzťahy českého a slovenského národa, ale aj ostatných národností. V otázke Podkarpatskej Rusi rozhodol zjazd predstaviteľov národných výborov 26. novembra 1944 prijatím mukačevského manifestu, ktorým Podkarpatskú Rus už ako Zakarpatskú Ukrajinu pripojil k Ukrajinskej sovietskej socialistickej republike a zriadili Národnú radu Zakarpatskej Ukrajiny. Zanedlho – 29. júna 1945 v Moskve ČSR a ZSSR podpísali medzištátnu zmluvu o odstúpení Zakarpatskej Ukrajiny Sovietskemu zväzu, ktorá nadobudla účinnosť 1. januára 1946.

Už 1. marca 1945 sa na zjazde delegátov ukrajinských obcí a okresov sformovala Ukrajinská národná rada Prjaševščiny (UNRP). Jej činnosť bola vnútorne protirečivá. Po zastavení jej tlačového orgánu *Prjaševščina* (Prešovsko, 1945 – 1951) aj formálne zastavila svoju činnosť v decembri 1952. Dňa 24. mája 1951 sa rozhodlo o založení

[5] OLEXA, M. [k. m. neuvedené] – HORECKÝ, Marián – KOVÁČOVÁ, Yvonna: *Štátna správa. Sčítanie obyvateľov, domov a bytov. Najrozsiahlejšie štatistické zisťovanie s mimoriadnym významom*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.civil.gov.sk/archiv/casopis/2001/0714hopr.htm>. [cit. 2020-03-12].

Kultúrneho spolku ukrajinských pracujúcich (KSUP), od roku 1971 pod názvom Kultúrny zväz ukrajinských pracujúcich (KZUP), ktorý začal pracovať 29. – 30. mája 1954.

Národnostná politika bola ovplyvnená výsledkom druhej svetovej vojny i prevratom vo februári 1948. V roku 1950 bola zlikvidovaná gréckokatolícka cirkev, opora rusínskej orientácie (tzv. akcia P – pravoslavizácia). Od roku 1951 prebiehala ukrajinizácia tlače a kultúrnych inštitúcií a v roku 1952 sa rozhodlo o zavedení ukrajinského jazyka do národnostných škôl (tzv. akcia U – ukrajinizácia). Tieto opatrenia sa realizovali administratívne a direktívne. Značná časť obyvateľstva pravoslávne náboženstvo neprijala, priklonila sa k rímskokatolíckej cirkvi a k slovenskej národnosti.

Dňa 27. októbra 1968 bol po určitých úpravách spolu s ústavným zákonom o československej federácii prijatý *Ústavný zákon č. 144 zo dňa 27. októbra 1968 o postavení národností v Československej socialistickej republike*. Bola obnovená gréckokatolícka cirkev a pojem Rusín sa začal používať ako synonymum slova Ukrajinec. Národnostná otázka v období normalizácie však musela ustúpiť téze o zbližovaní národov a národností a vytváraní československého ľudu.

Národnostná otázka po roku 1989

Do roku 1989 boli v ČSSR štyri oficiálne uznané národnostné menšiny: maďarská, nemecká, poľská a ukrajinská. Od roku 1990 bolo postupne oficiálne uznaných ďalších deväť národnostných menšín: bulharská, česká, chorvátska, moravská, rómska, rusínska, ruská, srbská a židovská národnostná menšina. Rusínska národnosť sa zisťovala pri sčítaní ľudu v roku 1991 (Rusíni – 17 197; 0,32 %), Ukrajinci – 13 281; 0,26 %). Ako národnostná menšina Rusíni boli oficiálne uznaní v roku 1991. Pri sčítaní ľudu v roku 2001 sa k rusínskej národnosti prihlásilo 24 201 osôb (0,4 %) a k ukrajinskej národnosti 10 814 osôb (0,2 %). Okrem toho 54 907 občanov uviedlo ako svoj materinský jazyk rusínsky a 7 879 občanov sa prihlásilo k ukrajinskému jazyku.[6] Pri sčítaní obyvateľov, bytov a domov v roku 2011 sa k rusínskej národnosti prihlásilo 33 482 občanov (0,6 %) a k ukrajinskej národnosti sa prihlásilo 7 430 (0,1 %). Nárast počtu Rusínov oproti roku 1991 bol o 96 %.

Menšinovú rusínsku a ukrajinskú kultúru v Slovenskej republike realizujú a podporujú:

- občianske združenia, ktoré rozvíjajú národnostnú kultúru; rusínska národnostná menšina má Rusínsku obrodu, Rusínsky kultúrno-osvetový spolok A. Duchnoviča (obe v Prešove) a Združenie inteligencie Rusínov Slovenska (Bratislava) a ukrajinská národnostná menšina Zväz Rusínov-Ukrajincov Slovenskej republiky (Prešov), Plast – Zväz skautov ukrajinsko-rusínskej mládeže Slovenska (Košice), Zväz mládeže Karpát (Prešov);
- národnostná periodická a neperiodická tlač;

[6] ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY: *Sčítanie ľudu, domov a bytov 2001: Základné údaje,* Bratislava : Štatistický úrad Slovenskej republiky, 2001, tab. 3. [online]. Dostupné na internete: <www.statistics.sk/webdata/slov/scitanie/nanj.htm>. [cit. 2020-03-12].

• štátne divadlá s programovou skladbou v jazyku národnostných menšín: pre rusínsku a ukrajinskú menšinu Divadlo A. Duchnoviča v Prešove, ktorého repertoár bol od roku 1994 výhradne v rusínskom jazyku, po roku 2008 veľmi sporadicky a na nátlak aj v ukrajinskom jazyku, aj keď to vyplýva z jeho štatútu;

• Múzeum ukrajinskej kultúry vo Svidníku a Múzeum rusínskej kultúry v Prešove; obe múzeá sú súčasťou Slovenského národného múzea;

• poloprofesionálny folklórny súbor Rusínov – Poddukliansky umelecký ľudový súbor (PUĽS, predtým Poddukliansky ukrajinský ľudový súbor) pôsobiaci pri Divadle A. Duchnoviča v Prešove;

• regionálne osvetové strediská, krajské a okresné knižnice;

• vysielanie programu v jazyku národnostných menšín vo verejnoprávnych médiách (Rozhlas a televízia Slovenska).

Z histórie médií Rusínov a Ukrajincov

Prvé rusínske noviny vznikli v revolučných rokoch 1848/49: *Zarja Halycka* (Hviezda haličská, 1848 – 1957, Ľvov) a *Visnyk Rusinov* (Vestník Rusínov, 1849 – 1865, Viedeň). Počas rakúsko-uhorského vyrovnania (1867) vychádzal *Učyteľ* a do vzniku ČSR ďalších 7 novín a časopisov. Na terajšom území Slovenska ako prvé vychádzali cirkevné noviny *Naše otečestvo* (Naša vlasť, 1916 – 1919, Prešov).

V rokoch 1918 – 1938 na území východného Slovenska a Zakarpatskej Ukrajiny pôsobilo takmer 30 rôznorodých politických strán a vyše 50 novín a časopisov, vydávaných česky, maďarsky, rusínsky, rusky i ukrajinsky s rôznym politickým zafarbením. Významné postavenie mali orgány politických strán: dvojtýždenník *Selo* (Dedina, Mukačevo 1921), orgán Roľníckej republikánsko-podkarpatskej strany, dvojtýždenník *Narodnaja gazeta* (Ľudové noviny, Prešov 1924 – 1935), orgán Ruskej národnej strany Slovenska, príloha gazdovských novín *Russkij zemledelec* (Ruský roľník, Košice 1928 – 1938), orgán Zväzu ruských roľníkov Republikánskej strany (1935 sa úplne osamostatnila). Vychádzalo tiež štvoro osvetových novín: týždenník *Rus* (Prešov, 1921 – 1924), týždenník *Russkoje slovo* (Prešov, 1924 – 1938), dvojtýždenník *Slovo naroda* (Slovo ľudu, Prešov 1931 – 1932) a týždenník *Golos russkogo naroda* (Hlas ruského ľudu, Prešov 1920). Kultúra mala jediný časopis *Iskusstvo Slovjan* (Umenie Slovanov, Bratislava 1923 – 1924). Ďalších osem časopisov sa venovalo jednotlivým sociálnym skupinám (roľníkom, učiteľom, mládeži).

Najsvetlejšou stránkou žurnalistiky východného Slovenska a najmä Zakarpatskej Ukrajiny za buržoáznej Československej republiky bolo vydávanie Karpatskej Pravdy (Užhorod 30. 4. 1920 – 1938, roku 1944 obnovená ako Zakarpatská Pravda). Spočiatku bola orgánom Medzinárodnej socialistickej strany Podkarpatskej Rusi, po vzniku KSČ sa v roku 1921 stala orgánom jej Zakarpatského krajového výboru a v roku 1944 orgánom Oblastného výboru Komunistickej strany Sovietskeho zväzu. Jej redaktorom v období buržoáznej republiky bol Ivan Mondok. V rokoch 1928 – 1929 vychádzala v Užhorode *Robotnyčo-seľanska Pravda* (Robotnícko-roľnícka Pravda). Tlačovým orgánom Červených odborov bol *Karpatskij proletar* (Užhorod, neskôr Mukačevo 1935

– 1938). V rokoch 1929 – 1938 vychádzal *Golos žytťa* (Hlas života) – literárny týždenník.

Na východnom Slovensku vychádzali ešte dva cirkevné časopisy: mesačník *Cerkov i škola* (Cirkev a škola, Prešov 1918 – 1924), oficiálny orgán prešovského gréckokatolíckeho biskupstva a mesačník *Pravoslavnaja Karpatskaja Rus* (Ladomirova, 1928 – 1945, od roku 1935 *Pravoslavnaja Rus*), ktorá jediná vychádzala aj po roku 1938. Okrem nevydarených pokusov o študentský časopis spolku ruských študentov Dobrjanskij v Bratislave (*Bjuleteň* 1939-1940, *Studenčeskij žurnal* 1942, Jar 1943) všetky mali politicko-náboženský charakter. Gréckokatolíckeho charakteru bol politický, kultúrny a náboženský týždenník, resp. dvojtýždenník *Novoje vremja* (Nový čas, 14. 12. 1940 – 28. 7. 1944), ktorý vychádzal v Medzilaborciach. Mal samostatnú prílohu pre mládež *Junošestvo* (Mladosť; 1940 – 1944).

Iného zamerania bola pravoslávna tlač. Vydávali ju emigranti – mnísi v pravoslávnom kláštore v Ladomirovej, v údajne *„jedinej ruskej cirkevnej tlačiarni na svete"* s medzinárodnými ambíciami. Bol to dvojtýždenník *Pravoslavnaja Rus* (1928 – 1944) s podtitulom orgán pravoslávneho hnutia zahraničnej Rusi, ktorý mal ostro protisovietske zameranie a bol údajne rozširovaný aj v Nemecku, Taliansku, Bulharsku, Švajčiarsku, Juhoslávii, v okupovaných častiach Sovietskeho zväzu a inde. Mal mesačnú prílohu pre deti emigrantov *Detstvo vo Christe* (1936 – 1941). Pokus o medzinárodný teologický časopis *Pravoslavnyj puť* (1939 – 1940) netrval dlho, podobne ako pokus o špeciálnu prílohu Pravoslavnej Rusi pre okupované sovietske územie s názvom *Zarubežnaja Rus – rodnoj osvoboždennoj Rusi* (1942).

Po sporadických národnostných reláciách, ktoré vysielalo rozhlasové štúdio v Košiciach (založené v roku 1927) na začiatku 30. rokov 20. storočia, vznikla 1. decembra 1934 redakcia, ktorá zabezpečovala prípravu pravidelných relácií pre obyvateľstvo východného Slovenska v rusínčine, ruštine a ukrajinčine. Redakcia sa orientovala na ľudovú umeleckú tvorivosť, literárne čítanie a od roku 1937 rozšírila paletu rôznorodosti relácií a denne vysielala 30 – 55 minút. Na sklonku roku 1938 sa redakcia presťahovala do Prahy, kde v marci 1939 po okupácii Čiech hitlerovským Nemeckom zanikla.

Médiá po roku 1945

V roku oslobodenia Československej republiky vznikli priaznivé podmienky pre vybudovanie určitej štruktúry masmédií pre obyvateľov ukrajinskej národnosti v Československu. V rokoch 1945 – 1951 postupne vzniklo 8 novín a časopisov a svoje vysielanie obnovilo Ukrajinské štúdio Československého rozhlasu. Ako prvý tlačový orgán na oslobodenom území vyšiel týždenník *Prjaševščina* (marec 1945 – august 1951), orgán UNRP, ktorý vychádzal prvý rok dvakrát týždenne, potom ako týždenník spočiatku len v ruštine. No už v apríli 1945 sa objavili príspevky v ukrajinskom jazyku. Rusko-ukrajinská sekcia Demokratickej strany vydávala v ruštine politický dvojtýždenník *Demokratičeskij golos* (Demokratický hlas, december 1945 – február 1948).

V uvedenom období vychádzali na území Československa tri tlačové orgány pre deti a mládež: literárny mesačník *Kosťor* (Vatra, apríl 1945 – február 1947) – orgán

Spoločenstva karpatoruských študentov Obrodenie v Prahe; politický týždenník *Karpatskaja zvezda* (Karpatská hviezda, jún 1946 – júl 1947), orgán pokrokovej mládeže Prjaševščiny v Prahe, pričom v roku 1947 vychádzal pod hlavičkou *Zvezda-Zvizda* (Hviezda) v ruskom a ukrajinskom jazyku a detský časopis *Kolokoľčik-Dzvinočok* (Zvonček, september 1947 – jún 1950), mesačník Zväzu mládeže Karpát v Prešove, taktiež v ruskom a ukrajinskom jazyku.

Z náboženskej tlače boli vydávané tri tituly: dvojtýždenník *Blagovestnik* (Blahozvestovateľ, január 1946 – máj 1949), orgán Gréckokatolíckeho ordinariátu v Prešove, mesačník *Svet pravoslavija* (Svetlo pravoslávia, január 1947 – január 1951), oficiálny orgán Pravoslávnej cirkvi na Slovensku a neskôr v Československu. Okrem nich vychádzal v rokoch 1950 – 1951 dvojmesačník *Vestnik pravoslavnovo exarchata moskovskoj patriarchii v Čechoslovakiji* (Vestník pravoslávneho exarchátu moskovskej patriarchie v Československu) v Prahe.

Ukrajinské národnostné rozhlasové vysielanie sa začalo až 3. novembra 1945, pretože technické zariadenie rozhlasu bolo takmer zničené. Spočiatku redakcia pracovala v miestnostiach bratislavskej pošty a vysielala na vlnách košickej rozhlasovej stanice. Najprv denne 10 minút spravodajstva a päťkrát týždenne 30-minútové relácie.[7] V rokoch 1946 – 1951 vysielala priemerne 180 hodín ročne. Koncom roku 1948 sa presťahovala do Prešova.

Médiá po roku 1951

Významným medzníkom vo vytvorení štruktúry masmédií pre ukrajinskú národnostnú menšinu bol rok 1951. Dňa 11. augusta 1951 v Prešove vyšlo prvé číslo týždenníka *Nove žytťa* (Nový život), orgánu KV KSS v Prešove (dva roky vychádzal dvakrát týždenne). Od začiatku roku 1959 sa *Nove žytťa* stalo orgánom ÚV KZUP. Orgánom ÚV KZUP bol už od septembra 1951 mesačník *Družno vpered* (Spoločne vpred), vychádzajúci v Prešove. Koncom marca 1953 začal Krúžok ukrajinských spisovateľov pri Zväze československých spisovateľov vydávať v Prešove štvrťročník – almanach *Dukľa*.

Potreby všetkých vekových skupín detí sa snažil suplovať dvojtýždenník *Pionerska hazeta* (Pionierske noviny), ktorý vznikol ako orgán SÚV SSM v Brne 15. septembra 1951. Rok vychádzal v Bratislave. Po 15 rokoch redakcia prešla do Košíc, kde vyšlo prvé číslo 13. septembra 1966 a 16. septembra 1968 sa zmenil názov tohto časopisu pre pionierov na *Veselku* (Dúha).

V rokoch 1951 – 1964 vychádzali tri tituly okresných roľníckych novín: týždenníky *Labirski visti* (neskôr ako Labirska hazeta (Laborecké noviny)) v Medzilaborciach, *Piddukľanskyj chliborob* (Poddukliansky roľník), neskôr Piddukľanska hazeta (Poddukliansk noviny) vo Svidníku a *Pidvyhorlatska hazeta* (Podvihorlatské noviny) v Humennom.

Po roku 1951 vychádzali dva náboženské tlačové orgány. Po zániku mesačníka Svet

[7] RUDLOVČÁK, Andrej: Tri desaťročia v pochode. In *Hovorí Prešov. 30 rokov Ukrajinského rozhlasového štúdia v Československu*. Prešov : ÚV KZUP, 1967, s. 34.

pravoslavija v roku 1952 novým orgánom pravoslávnej cirkvi sa v roku 1955 stal mesačník *Zapovit sv. Kyryla i Mefodija* (Odkaz sv. Cyrila a Metoda), vychádzajúci v Prešove. Po obnovení gréckokatolíckej cirkvi v roku 1968 bol obnovený aj jej tlačový orgán – mesačník *Blagovestnik*, ktorý vychádzal aj v rokoch 1946 – 1949.

V rokoch 1956 – 1959 vydávalo osvetové ústredie v Bratislave cyklostilovaný mesačník *Na dopomohu lektoram* (Na pomoc lektorom) v náklade 300 kusov. V rokoch 1953 – 1981 vychádzal štvrťročník *Repertoarnyj zbirnyk* (Repertoárny zborník), ktorý vydával ÚV KZUP v Prešove.

Aj v tomto období pokračovalo vysielanie Ukrajinského štúdia Československého rozhlasu v Prešove.

Vývoj po Novembri 1989

Obdobie spoločensko-politických, ekonomicko-sociálnych a kultúrnych procesov po Novembri 1989 malo hlboký vplyv aj na ukrajinskú národnostnú menšinu, na formovanie rusínskej a ukrajinskej národnostnej menšiny v Československu aj ich periodickej tlače, rozhlasového i televízneho vysielania pre nich. Komplexné informácie o období rokov 1989 – 2009 v živote Rusínov-Ukrajincov priniesol týždenník *Nove žytťa* v roku 2010 v cykle príspevkov Pavla Bogdana.[8] Informácie o rusínskej národnostnej menšine od roku 1989 sú dostupné na webovej stránke *www.rusynacademy.sk*[9] a v dvoch publikáciách Anny Pliškovej.[10] Prelomovým rokom 1989 – 1991 sa venovala aj autorka tejto štúdie.[11] Preto uvedieme len krátky exkurz do rokov 1989 – 1990, keď sa rozhodovalo o ďalšom smerovaní v národnom uvedomovaní obyvateľstva severovýchodných okresov Slovenskej republiky.

Dňa 27. novembra 1989 vznikla v Prešove v rámci Kultúrneho zväzu ukrajinských pracujúcich v Československu Iniciatívna skupina Rusínov-Ukrajincov ČSSR za prestavbu. Iniciatívnu skupinu v Prešove nasledovali ďalšie iniciatívne skupiny Rusínov-Ukrajincov v Medzilaborciach, Bardejove a Košiciach. Dňa 1. decembra 1989 sa iniciatíva prihlásila k Občianskemu fóru. Dňa 4. decembra 1989 vznikol Koordinačný výbor Iniciatívnej skupiny Rusínov-Ukrajincov ČSSR za demokratickú prestavbu.

Predsedníctvo ÚV KZUP zvolalo mimoriadne zasadnutie Pléna ÚV KZUP na 6. decembra 1989. Plénum rozhodlo, že mimoriadny zjazd KZUP sa uskutoční 19. a 20.

[8] BOGDAN, Pavol: Rusíni-Ukrajinci Slovenska (1989 – 2009). In *Nove žytťa*, 2010, roč. 60, č. 5, s. 3-4 až roč. 60, č. 31-32, s. 3-4.

[9] AKADÉMIA RUSÍNSKEJ KULTÚRY V SLOVENSKEJ REPUBLIKE. [online]. Dostupné na internete: <www.rusynacademy.sk>. [cit. 2020-03-12].

[10] Pozri: PLIŠKOVÁ, Anna: *Rusínsky jazyk na Slovensku. Náčrt vývoja a súčasné problémy*. Prešov : Metodicko-pedagogické centrum, 2007. Dostupné aj na internete: <http://www.unipo.sk/public/media/11525/Rusinsky_jazyk_na_Slovensku.pdf> ; PLIŠKOVÁ, Anna: *Rusínska kultúra a školstvo po roku 1989 (Zborník vedeckých a vedecko-populárnych príspevkov I.)*. Prešov : Prešovská univerzita, 2008. Dostupné aj na internete: <http://www.unipo.sk/public/media/11529/Rusinska-kultura-a-skolstvo.pdf>.

[11] FOLLRICHOVÁ, Mária: Rusínska a ukrajinská otázka a žurnalistika v Československu (1989 – 1991). In *Otázky žurnalistiky*, 2007, roč. 50, č. 3-4, s. 28-34.

januára 1990. Dňa 20. januára 1990 sa v Prešove zišlo viac ako 450 delegátov mimoriadneho zjazdu KZUP, ktorý sa na základe rozhodnutia delegátov zmenil na zjazd Rusínov-Ukrajincov Československa. Delegáti zvolili Radu Rusínov-Ukrajincov Československa, ktorej súčasťou sa stal Zväz Rusínov-Ukrajincov Československa (ZRUČR) so 75-členným plénom a 13-členným predsedníctvom. Delegáti schválili Programové vyhlásenie zjazdu Rusínov-Ukrajincov Československa a Memorandum Rusínov-Ukrajincov Československa. Delegáti venovali veľa priestoru diskusii o samotnom názve národnostnej menšiny – mnohí presadzovali názvy Rusín a Ukrajinec, a väčšina – Rusín-Ukrajinec. Tento rozpor ovplyvnil celý ďalší vývoj národnostného života po roku 1990.

V Bratislave dňa 27. novembra 1989 vznikla Ukrajinská sekcia Verejnosti proti násiliu, ktorá si kládla za cieľ koordinovať prácu všetkých nezávislých iniciatív na Slovensku, ktoré sa zaoberajú ukrajinskými národnostnými problémami, alebo pracujú na území ukrajinského etnika. Taktiež sa snažila spolupracovať s Ukrajinskou sekciou Občianskeho fóra v Prahe. Za garanta urýchleného riešenia národnostných problémov považovala skorý vznik federálneho Ministerstva pre národnosti. Sekcia sa aktivizovala pri vytváraní kultúrno-spoločenských organizácií a inštitúcií.[12]

Koordinačný výbor Iniciatívnej skupiny za obrodenie Rusínov v Medzilaborciach vzápätí po zjazde ZRUČS v liste redakcii týždenníka *Nove žytťa* zverejnil požiadavky, ktoré chceli jeho zástupcovia predniesť na zjazde KZUP dňa 20. januára 1990. Okrem iného žiadali ústavne zakotviť národnosť Rusín, uverejňovať príspevky v rusínčine, vyučovať rusínčinu na prvom stupni základných škôl.[13] (Rusínsky jazyk bol kodifikovaný až 27. januára 1995 v Bratislave.) Dňa 27. januára 1990 sa uskutočnilo stretnutie Koordinačného výboru iniciatívnej skupiny za obrodenie Rusínov v Medzilaborciach so zástupcami Rady Rusínov-Ukrajincov Československa, na ktorom sa dohodol postup riešenia jednotlivých požiadaviek. *Nove žytťa* vzápätí začalo uverejňovať stranu v rusínskych nárečiach – *Holos rusyniv* (Hlas Rusínov), ktorá sa postupne stabilizovala na dvoch vnútorných stranách *Noveho žytťa*. Ďalšie stretnutie sa uskutočnilo 12. februára 1990. Diskutovalo sa na ňom najmä o názve príslušníkov národnostnej menšiny.

Dňa 12. februára 1990 bola v Prešove založená kultúrno-osvetová organizácia Tarasova Ukrajina, ktorá si kládla za úlohu združiť v prvom rade Ukrajincov, ktorí prišli alebo pochádzajú z Ukrajiny. Koordinačný výbor Iniciatívnej skupiny za obrodenie Rusínov v Medzilaborciach na ďalšom zasadnutí dňa 16. februára 1990 poukázal na to, že vznik organizácie Tarasova Ukrajina je ďalším argumentom pre to, aby sa zväz nazýval Zväz Rusínov a Ukrajincov Česko-Slovenska.

Zásadný novinársky prejav v mene Koordinačného výboru Iniciatívnej skupiny za obrodenie Rusínov v Medzilaborciach Ľudy dobry...! (Ľudia dobrí...!), uverejnený na

[12] NOVE ŽYTŤA: *Ukrajinska sekcija Hromadskosti proty nasyľstva* (Ukrajinská sekcia Verejnosti proti násiliu). In *Nove žytťa*, 1990, roč. 40, č. 1, s. 2.
[13] NOVE ŽYTŤA: Vymohy rusyniv Labirščyny (Požiadavky Rusínov Laborščiny). In *Nove žytťa*, 1990, roč. 40, č. 5, s. 1 ; 7.

celej novinovej strane *Holosu rusyniv* (Hlasu Rusínov) v týždenníku *Nove žytťa* bol predzvesťou zmien vo vzťahu medzi Koordinačným výborom Iniciatívnej skupiny za obrodenie Rusínov a Zväzom Rusínov-Ukrajincov Československa.[14] Napokon 25. marca 1990 v Medzilaborciach vznikla kultúrna organizácia Rusínska obroda. Jej prvým krokom bolo vydanie nultého čísla kultúrno-kresťanského týždenníka *Rusyn* (Rusín). Dňa 3. júla 1990 zväz zvolal Koordinačnú radu ZRUČS – dobrovoľný zbor predstaviteľov ukrajinských inštitúcií, ktorý okrem iného vyjadrili potrebu vytvoriť vlastnú politickú stranu – Ľudovo-demokratickú stranu Rusínov-Ukrajincov Česko-Slovenska. To sa však nenaplnilo.

ZRUČS vynaložil veľa úsilia na zachovanie národnostnej tlače. Keď z finančných dôvodov v novembri 1990 zanikol dvojtýždenník pre ukrajinských žiakov *Veselka* (Dúha), ujal sa jeho ďalšieho vydávania s mesačnou periodicitou. Ostatné periodiká sa udržali vďaka zvýšeniu ceny jedného výtlačku.

Slovenská televízia po 15 rokoch sľubov začala 15. januára 1991 vysielať polhodinovú reláciu pre Maďarov a Rusínov-Ukrajincov žijúcich na Slovensku – Magazín národností. Relácia koncepciou a povrchnosťou i jazykovou stránkou nesplnila očakávania.[15] Ukrajinské štúdio Slovenského rozhlasu v Prešove na základe požiadaviek poslucháčov rozšírilo svoje vysielanie po drôtovom rozhlase a 40 % vysielacieho času realizovalo v rusínskych nárečiach. Veľký dôraz kládlo na publicistiku. Úspešné boli najmä besedy za okrúhlym stolom.

Dňa 20. decembra 1990 vznikla Spoločnosť A. Duchnoviča, ktorá vyzvala Rusínov, Ukrajincov a Rusov Československa, aby do nej vstupovali a zakladali základné organizácie.[16] Neskôr sa transformovala na Rusínsky kultúrno-osvetový spolok A. Duchnoviča v Prešove.

Rusíni a Ukrajinci sa v prevažnej miere hlásia k dvom vierovyznaniam – ku gréckokatolíckemu a pravoslávnemu. V pravoslávnom dvojtýždenníku *Zapovit sv. Kyryla i Mefodija* (Odkaz sv. Cyrila a Metoda) a gréckokatolíckom mesačníku *Blahovisnik* (Blahozvestovateľ), ako aj v ostatných tituloch periodickej tlače Rusínov a Rusínov-Ukrajincov Československa prebiehali diskusie o majetku oboch cirkví. Po anulovaní Užhorodskej únie v roku 1950, pravoslavizácii a opätovnom povolení gréckokatolíckej cirkvi v roku 1968 nedošlo k majetkovému vysporiadaniu týchto dvoch cirkví. Preto v závere roku 1990 splnomocnenec Vlády SR individuálne riešil majetkové spory v jednotlivých obciach. Vláda SR na svojom rokovaní 15. 12. 2000 napokon schválila vyrovnanie medzi gréckokatolíckou a pravoslávnou cirkvou.

Niektorí odborníci považujú niektorých čelných predstaviteľov Rusínov za prívržencov politického rusinizmu a podozrievajú ich zo snahy o vytvorenie nového štátneho útvaru – Rusínie – na území Poľska, Ukrajiny, Slovenska, Maďarska, Srbska. Výkonný tajomník Svetovej rady Rusínov na to reagoval vyhlásením: „*Dištancujeme*

[14] TUROK, Vasil: Ľudy dobry...! (Ľudia dobrí...!). In *Nove žytťa*, 1990, roč. 40, č. 8, s. 4.

[15] NOVE ŽYTŤA: Perša peredača nas rozčaruvala (Prvá relácia nás sklamala). In *Nove žytťa*, 1991, roč. 41, č. 4, s. 1.

[16] NOVE ŽYTŤA: Stvoreno Obščestvo A. V. Duchnoviča (Vznikla Spoločnosť A. V. Duchnoviča). In *Nove žytťa*, 1991, roč. 41, č. 1, s. 2.

sa od snáh na vytvorenie autonómie alebo štátu. Nie je to reálne v dnešnom svete. Snažíme sa skôr o rýchlejší vstup Ukrajiny do Európskej únie, aby padli bariéry ako hranice.“[17]

Printové médiá po roku 1989

Zväz Rusínov-Ukrajincov Československa ako nástupnícka organizácia KZUP sa stal vydavateľom jeho periodickej tlače: občiansko-politického týždenníka *Nove žytťa* (Nový život, 1951), občiansko-politického ilustrovaného mesačníka *Družno vpered* (Družne vpred, zanikol v roku 1996) s 8-stranovou pedagogickou prílohou *Škola i žytťa* (Škola a život, zanikla v roku 1998) a literárno-umelecký a publicistický dvojmesačník *Dukľa* (1953). Aj keď Iniciatívna skupina Rusínov-Ukrajincov Československa a iní navrhovali zmeniť názvy jednotlivých titulov periodickej tlače, čitatelia *Noveho žytťa* v novinovej ankete uprednostnili pôvodný názov týždenníka a zdôraznili aktuálnosť názvov mesačníka a dvojmesačníka. Ďalej Iniciatívna skupina navrhovala vytvoriť mládežnícke noviny, no naďalej vychádzal len mesačník pre deti *Veselka* (Dúha, 1968).

Až v roku 1990 sa začala formovať rusínska tlač. Vychádzal kultúrno-spoločenský mesačník *Narodny novynky* (Ľudové noviny, 1991, do roku 2010 týždenník) so štvrťročnou literárnou prílohou *Pozdravľiňa Rusyniv* (Pozdrav Rusínov) a štvrťročnou prílohou pre deti a mládež *Rusalka*; kultúrno-kresťanský mesačník *Rusyn* (1990) a informačný dvojtýždenník *Info Rusyn* (2004 – 2013). Z finančných prostriedkov Ministerstva kultúry SR boli podporované všetky tri rusínske periodiká: *Narodny novynky*, *Rusyn* a *Info Rusyn* (dnes už nevychádzajú, vychádza len *e-rusynFORUM*[18] (v slovenskom jazyku a len elektronicky) a všetky tri ukrajinské periodiká: *Nove žytťa*, *Dukľa* a *Veselka*. Periodická tlač rusínskej a ukrajinskej národnostnej menšiny na Slovensku (tak ako väčšina ostatných národnostných periodík na Slovensku) musí napriek podpore štátu prekonávať finančné ťažkosti. Preto v redakciách týchto periodík pracuje zväčša jeden redaktor, redakcie so súhlasom dopisovateľov nevyplácajú honoráre a vyzývajú čitateľov na finančné dary.

Na Slovensku vychádzajú pre Rusínov a Ukrajincov aj dve náboženské periodiká: eparchiálny religiózny dvojtýždenník Gréckokatolíckej cirkvi na Slovensku *Blagovestnik* (Blahozvestovateľ, 1946 – 1949, 1968 – dodnes, Krásny Brod) a mesačník Pravoslávnej cirkvi na Slovensku *Zapovit sv. Kyryla i Mefodija* (Odkaz sv. Cyrila a Metoda, 1958, Prešov).

Rozhlasové a televízne vysielanie po roku 1989

Slovenský rozhlas zabezpečuje národnostné rozhlasové vysielanie pre Rusínov a Ukra-

[17] FILO, Jakub: *Slovenskí Rusíni: Práva menšín áno, autonómia nie*. [online]. Dostupné na internete: <http://rusini.wordpress.com/2011/01/27/slovenski-rusini-prava-mensin-ano-autonomia-nie/>. [cit. 2020-03-12].

[18] RUSYNFORUM. [online]. Dostupné na internete: <https://www.rusyn.sk/e-rusynforum/>. [cit. 2020-04-13].

jincov v rámci Národnostno-etnického vysielania, ktoré zabezpečuje Hlavná redakcia národno-etnického vysielania Slovenského rozhlasu v Košiciach (v roku 1991 bola pretransformovaná z Ukrajinského štúdia Československého rozhlasu, do roku 2003 pôsobila v Prešove). Vysiela samostatné programy aj pre rusínsku a ukrajinskú národnostnú menšinu (okrem toho aj pre českú, nemeckú, poľskú a rómsku národnostnú menšinu). Programy pre maďarskú národnostnú menšinu pripravuje Hlavná redakcia maďarského vysielania Slovenského rozhlasu v Bratislave.

Slovenský rozhlas vysiela denne, striedavo v rusínskom a ukrajinskom jazyku (v pracovných dňoch od 18.15 do 18.40 hod.). Cez víkend striedavo vysiela Hudobné blahoželania, Zvony nad krajinou, My, Rusíni a iné relácie. Len týždenník *Nove žytťa* uverejňuje v jednom vcelku program rusínskeho i ukrajinského vysielania. Vysielanie v ukrajinskom jazyku sa z 80 % realizuje v rusínskom jazyku. Rečou rozhlasového vysielania pre Ukrajincov totiž ani v minulosti nebola literárna ukrajinčina, ale jazyk poslucháča, tzv. rusínska ukrajinčina, obohatená o dialekty. Občianske združenie Rusyn Media zabezpečuje vysielanie *Rádia Rusyn FM* zo štúdia na Hálovej ulici v Bratislave.

Slovenská televízia vysiela pre rusínsku i ukrajinskú národnostnú menšinu (ako aj pre bulharskú, českú, maďarskú, nemeckú, poľskú a rómsku). Pre Rusínov vysiela Rusínsky magazín a pre Ukrajincov – Ukrajinský magazín. Vysielanie je nepravidelné, preto ho týždenník *Nove žytťa* nepublikuje.

Reflexia života a podujatí Rusínov a Ukrajincov je skromná. Slovenská ústredná denná i týždenná periodická tlač sporadicky píše o týchto dvoch národnostných menšinách. Regionálne médiá im venujú väčšiu pozornosť. Na slovenských serveroch sú aj stránky organizácií alebo inštitúcií, ktoré sa priamo alebo sekundárne dotýkajú života Rusínov a Ukrajincov na Slovensku: Gréckokatolíci na Slovensku: *www.http://grkat.nfo.sk*, Gréckokatolícka cirkev na Slovensku: *http://grkatpo.sk*, Pravoslávna cirkev na Slovensku: *http://www.orthodox.sk*.

Záver

V roku 2004 a 2017 realizoval Spoločensko-vedný ústav SAV v Košiciach prieskum vzťahov Rusínov a Ukrajincov. Mária Ďurkovská a Michal Kentoš v štúdii Interetnické vzťahy Rusínov a Ukrajincov v internetovom časopise *Človek a spoločnosť* v rokoch 2004 – 2017[19] interpretujú a komparujú výsledky dvoch prieskumov v oblasti vzťahov Rusínov a Ukrajincov – štruktúrovaných rozhovorov so 480 respondentmi v roku 2004 a 482 respondentmi v roku 2017: 160 Rusínov, 160 Ukrajincov a 162 Slovákov žijúcich na zmiešanom území. Rusínski respondenti hodnotili vzťahy vo vnútri svojej minority, vzťahy Slovákov k nim, ako aj vzťahy s Ukrajincami pozitívne. Smerom do budúcnosti mali negatívnejšie očakávania vo vzťahu k vlastnej komunite ako aj

[19] ĎURKOVSKÁ, Mária – KENTOŠ, Michal: Interetnické vzťahy Rusínov a Ukrajincov v rokoch 2004 – 2017. In *Človek a spoločnosť, internetový časopis pre pôvodné teoretické a výskumné štúdie v oblasti spoločenských vied.* Bratislava : SAV, 2017, s. 167-178. Dostupné aj na internete: <https://doi.org/10.31577/cas.2019.00.548>.

k Ukrajincom. Tieto očakávania sa nepotvrdili. Hodnotenia ukrajinských respondentov vykazovali podobné tendencie. *„Vzťahy medzi Rusínmi a Ukrajincami, ako aj vzťahy s majoritou nikdy nemali vyhranene antagonistický charakter.“*[20] Ich problémy sú prevažne sociálno-ekonomického charakteru. Predstavitelia Rusínov a Ukrajincov sa však dostávajú do konfliktov napríklad pri rozdeľovaní finančných prostriedkov z Fondu pre podporu kultúry národnostných menšín, pred sčítaním obyvateľov, domov a bytov, pri skúmaní histórie obyvateľov severo-východného Slovenska.

Literatúra a pramene

AKADÉMIA RUSÍNSKEJ KULTÚRY V SLOVENSKEJ REPUBLIKE. [online]. Dostupné na internete: <www.rusynacademy.sk>. [cit. 2020-03-12].
BOGDAN, Pavol: Rusíni-Ukrajinci Slovenska (1989 – 2009). In *Nove žytťa*, 2010, roč. 60, č. 5, s. 3-4 – *Nove žytťa*, 2010, roč. 60, č. 31-32, s. 3-4.
ĎURKOVSKÁ, Mária – KENTOŠ, Michal: Interetnické vzťahy Rusínov a Ukrajincov v rokoch 2004 – 2017. In *Človek a spoločnosť, internetový časopis pre pôvodné teoretické a výskumné štúdie v oblasti spoločenských vied.* Bratislava : SAV, 2017, s. 167-178. ISSN 1335-3608. Dostupné aj na internete: <https://doi.org/10.31577/cas.2019.00.548>.
FILO, Jakub: *Slovenskí Rusíni : Práva menšín áno, autonómia nie*. [online]. Dostupné na internete: <http://rusini.wordpress.com/2011/01/27/slovenski-rusini-prava-mensin-ano-autonomia-nie/>. [cit. 2020-03-12].
FOLLRICHOVÁ, Mária: Národnostná a krajanská žurnalistika. In *Otázky žurnalistiky*, 2001, roč. 44, č. 3-4, s. 349-351. ISSN 0322-7049.
FOLLRICHOVÁ, Mária: Rusínska a ukrajinská otázka a žurnalistika v Československu (1989 – 1991). In *Otázky žurnalistiky*, 2007, roč. 50, č. 3-4, s. 28-34. ISSN 0322-7049.
GÁBOR, Stanislav: *Prešovská eparchia v kontexte dejín*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.zoe.sk/?citaren&id=93>. [cit. 2020-03-12].
GÁBOR, Stanislav: *Z dejín Mukačevskej eparchie*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.zoe.sk/?citaren&id=92>. [cit. 2020-03-12].
MUŠINKA, Mikuláš: Súčasní nositelia, interpreti a bádatelia ľudových tradícií Rusínov-Ukrajincov Slovenska: Vzájomné vzťahy a konflikty príslušníkov dvoch národnostných orientácií spoločného etnika. In ŠUTAJ, Štefan (ed.): *Národ a národnosti na Slovensku v transformujúcej sa spoločnosti – vzťahy a konflikty.* Prešov : Universum, 2005. 306 s. ISBN 80-89046-28-2.
NOVE ŽYTŤA: Perša peredača nas rozčaruvala (Prvá relácia nás sklamala). In *Nove žytťa*, roč. 41, č. 4, 21.1.1991, s. 1.
NOVE ŽYTŤA: Stvoreno Obščestvo A. V. Duchnoviča (Vznikla Spoločnosť A. V. Duchnoviča). In *Nove žytťa*, 1991, roč. 41, č. 1, s. 2.

[20] ĎURKOVSKÁ, Mária – KENTOŠ, Michal: Interetnické vzťahy Rusínov a Ukrajincov v rokoch 2004 – 2017. In *Človek a spoločnosť, internetový časopis pre pôvodné teoretické a výskumné štúdie v oblasti spoločenských vied.* Bratislava : SAV, 2017, s.175. Dostupné aj na internete: <https://doi.org/10.31577/cas.2019.00.548>.

NOVE ŽYTŤA: *Ukrajinska sekcija Hromadskosti proty nasyľstva* (Ukrajinská sekcia Verejnosti proti násiliu). In *Nove žytťa*, 1990, roč. 40, č. 1, s. 2.
NOVE ŽYTŤA: Vymohy rusyniv Labirščyny (Požiadavky Rusínov Laborska). In *Nove žytťa*, 1990, roč. 40, č. 5, s. 1 ; 7.
OLEXA, M. [k. m. neuvedené] – HORECKÝ, Marián – KOVÁČOVÁ, Yvonna: *Štátna správa. Sčítanie obyvateľov, domov a bytov. Najrozsiahlejšie štatistické zisťovanie s mimoriadnym významom*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.civil.gov.sk/archiv/casopis/2001/0714hopr.htm>. [cit. 2020-03-12].
PLIŠKOVÁ, Anna: *Rusínska kultúra a školstvo po roku 1989 (Zborník vedeckých a vedecko-populárnych príspevkov I.)*. Prešov : Prešovská univerzita, 2008. 264 s. ISBN 978-80-8068-867-7. Dostupné aj na internete: <https://www.unipo.sk/public/media/26865/Rusinska-kultura-a-skolstvo.pdf>.
PLIŠKOVÁ, Anna: *Rusínsky jazyk na Slovensku. Náčrt vývoja a súčasné problémy*. Prešov : Metodicko-pedagogické centrum, 2007. 116 s. ISBN 978-80-8045-502-6. Dostupné aj na internete: <http://www.unipo.sk/public/media/11525/Rusinsky_jazyk_na_Slovensku.pdf>.
RUDLOVČÁK, Andrej: Tri desaťročia v pochode. In *Hovorí Prešov. 30 rokov Ukrajinského rozhlasového štúdia v Československu*. Prešov : ÚV KZUP 1967, s. 34. [s. ISBN].
RUSYNFORUM. [online]. Dostupné na internete: <https://www.rusyn.sk/e-rusyn-forum/>. [cit. 2020-04-13].
ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY: *Sčítanie ľudu, domov a bytov 2001: Základné údaje.* Bratislava : Štatistický úrad Slovenskej republiky, 2001. [online]. Dostupné na internete: <*www.statistics.sk/webdata/slov/scitanie/nanj.htm*>. [cit. 2020-03-12].
TUROK, Vasil: Ľudy dobry...! (Ľudia dobrí...!). In *Nove žytťa*, 1990, roč. 40, č. 8, s. 4.

Príloha 1 – periodiká rusínskej národnostnej menšiny v Slovenskej republike

НАРОДНЫ НОВИНКЫ

КУЛТУРНО-СПОЛОЧЕНЬСКЫЙ МІСЯЧНИК РУСИНІВ СР

р. XXI • ч. 5 • 16. мая 2011 http://www.rusynacademy.sk

Русины, не забудьте на своє корїня!

К 21. маю 2011 на Словеньску буде списованя людей, квартелїв і домів, яке є про нас Русинів барз важне, бо од того, кілько Русинів ся офіціално приласить к русиньскій народности, залежить окрем іншого фінанчна підпора штату на розвой русиньской културы.

ODKAZ

svjaščenomučenika, blaženoho jepiskopa

Vasiľa HOPKA

Vasiľ Hopko

„Inteligecija i prostyj narod, poľnohospodari i robitnyky, svjaščenyky, učiteli, všytky sobi podajme pomičnu ruku, žeby pozdvihnuti naš narod, samoperše moralno i religijno a tym sja položyť fundament pro zdravu kulturu."

„Isus Christos plakav nad svojim narodom. To značiť, že ho ľubiv. To je priklad, že i my mame ľubiti svij narod a ne znesti ho zo svita."

Molitva za Rusiňskyj narod

Hospodi Bože naš, čolovikoľubivyj Vladyko, posmot svojim milostivym okom na svij Rusiňskyj narod i vysluchaj našy molitvy, kotry Ti z dovirov prinosime, bo Ty sam poviv: Vir'te, že všytko, što v molitvi budete prosiťi – distanete i spovnit sja vam". A zato i my, choc' i nedostojny, v nadiji na Tvoju milosť, prosime:

Obdaruj svojim dobrom svij narod i vypovnij joho dobry želaňa. Išči ku Tobi, Hospodi Bože naš, molime sja, žeby do serdec' ver'chnosti vmistiv Ty dobryj zadum o našim narodi i tak jomu darovav povne narodne i religijne rozvivaňa.

Hospodi! Naj bude tota naša pros'ba ku Tvoji slavňij velikodostojnosti ľuba, jak prijemne aromatične kadilo.

Svojim virnym Rusinam i všytkym ľuďam daruj ťilesne i duchovne zdravja, dovhyj vik i vytrvaňa u všytkych čestnotach. (Deň Rusinov, Prešov 4.6.2010)

Dumajte na svij rod i pri spisovaňu žyteľstva – 21. maja 2011! A pište:

6. Štátna príslušnosť: SR ☒

20. Národnosť: rusínska ☒

21. Materinský jazyk: rusínsky ☒

RUSÎNY,

DAJME O SOBI ZNATI!!!

21. maja 2011!

Попсутый товар бы ся не мав продавати!

В тых днях перед списованём людей пан Микола Мушинка дістрібує на сільскых уряды реґіону, де жиють у великій мірі Русины, публікацію *„Národnostná menšina pred zánikom?"*, авторами котрой суть Микола Мушинка і його сын Александер Мушинка. Выдавателями суть: Сполочность про бадання і розвой менорітных ґруп – Мінорітас, Асоціація україністів Словеньска, Пряшівска універзіта і Центер антропологічных бадань у Пряшові.

Публікація окрем *Вступного слова* обсягує і *Штатістічный переглядь русиньско-українскых сел на Словеньску (1773) – 1881 – 2001*. Обсяг, главно *Вступных слов*, є цалком дезінформачный, неправдивый, а што є головне – є заміряный на однароднёваня Русинів, што є в розпорі з Уставов Словеньской републікы, ст. 12. Найвеце ня удивлять, же проєкт є реалізованый із фінанчнов підпоров Уряду влады СР, а то іде о публікацію з протирусиньскым обсягом, у якій є много неправд, кламстев і мылить представителів сільскых урядів, священиків, штудентів, културно-освітніх робітників і ширшый круг чітателів! На адресу даной публікації уводжу лем дакотры протиарґументы:

1. На Словеньску не екзістує ани едно село русиньско-українське.

2. Не є на Словеньску ани єден жытель, котрый бы собі записав народность русиньско-українську.

3. Є незмыслом, жебы в роцї 1773, респ. за послїднїх 227 років дахто з Русинів у особнім контактї вжывав язык україньскый.

4. Неправдиво уводжать автор, же в урядных штатістіках є уведжена народность *Русин-Українець*. Такого терміна не было ани при послїднїм списованю людей в роцї 2001.

5. К тотым высмівом є тверджіня автора, же назва Русин є старше названя Українця. Таке тверджіня было за силной мушеной недемократічной сталіньской українізації Русинів на Словеньску на основі рішіня ЦВ КПЧ. Тяжко увірити, кідь Уряд влады СР фінанчно підпорує выданя такой публікації, же хоче правилно вырішыти проблем народностной політікы, конкретно реалізації прав Русинів на Словеньску – в контекстї прияттой Уставы СР.

6. Выгражне письмо збойницькой дружыны Федора Пташатого з року 1493 місту Бардеёв не є написане в жывім русиньскім языку, але в змішанинї діалектів веце народностей, представителї котрых были членами дружыны.

7. На с. 28 автор уводить, же Руськый дім у Пряшові быв главным центром *Русинів-Українців*. *(Позн. ред.: на купліня того дому ся поскладовали Русины зо Словеньска і з Америкы, служыв потребам Русинів, лем од 50-ых років 20. сторочя быв неправом понад 30 років єдным із центрів не Русинів-Українців, бо о тій народности нихто тогды не чув, але „українськых трудящих".)* Шпекулатівно створена народность Русин-Українець была аж 20. януара 1990 в Пряшові, а то проти волї Русинів. К такій выдуманій народности ся дотеперь на Словеньску нихто офіціално не приголосив, докінця ани її авторы! Тота назва народности є выплодом фантазії тых прихыленців українськой орьєнтації, котры Русинів українізовали по 2. світовій войнї, а єдным із них быв і їстав праві Микола Мушинка.

8. Котрій народности декретом влада Чеськословеньска по 2. світовій войнї приобіцяла северовыходному Словеньску шырокую автономію? Подля пана Мушинкы народности Русины-Українці.

9. Одсудити треба позітівне оцінёваня автором дїятельства „Україньской повстаньской армії", як і дїятельство бандеровців!

(Продовжіня на 2. стор.)

15. семінарь карпаторусиністікы

19. апріля 2011 в СНМ – Музею русиньской културы в Пряшові зорґанізовав Інштітут русиньского языка і културы Пряшівской універзіты (ІРЯК ПУ) в Пряшові 15. Научный семінарь карпаторусиністікы. З лекцийов на тему *Традиції русиньского школства на Словеньску: 75 років од взнику Ґрекокатолицькой руськой ґімназії в Пряшові* выступив председа Русиньского културно-освітнёго общества А. Духновіча в Пряшові Мґр. Гавриіл Бескид, бывшый середнёшкольскый учітель російского языка і історії.

Як традічно, акцію отворила і участників привітала директорка ІРЯК ПУ доц. ПгДр. Анна Плїшкова, ПгД.. Дотримуючі штруктуру семінарів карпаторусиністікы, у вступі прочітала характерістіку реферуючого гостя, о котрім повіла: *„Мґр. Гавриіл Бескид ся народив 28. септембра 1929 року в Кошицях в родині Евгенія Бескида і Марты, родженой Холошнёвой. Дітство пережыв у русиньскім селї Леднава (окр. Стара Любовня), де його отец быв ґрекокатолицькым священиком 35 років. Там выходив основну школу. Скінчів Штатну руську ґімназію в Пряшові і Высоку школу педаґоґічну в Братїславі. Учів у Леднаві, Малім Липнику, на Середнїй педаґоґічній школі Клемента Ґоттвалда, на Двадцятрічній середнїй школі, на електротехнічній і стройницькій школі в Пряшові, скады і одышов до пензії в роцї 1991. По нёжній революції ся актівно припоїв к русиньскому руху, наперед у зявах з навернутём Руського дому, далє як пропаґатор бескидіады і карпатьской русиньской літературы ґенціям.*

(Продовжіня на 2. стор.)

Narodny novinky, kultúrno-spoločenský mesačník Rusínov SR, 2011, roč. 21, č. 5, s. 1.

Rusyn, kultúrno-kresťanský časopis, 2011, roč. 21, č. 2, s. 1.

Info РУСИН

č. 7-8 | ročník VII. | apríl 2011

ІНФОРМАЧНЫЙ ДВОТЫЖДЕННИК РУСИНІВ СЛОВЕНЬСКА
INFORMAČNÝ DVOJTÝŽDENNÍK RUSÍNOV SLOVENSKA

Cena 0,40 €

ODPORÚČAME, INFORMUJEME 5
Першый концентрачный лаґер быв про Русинів

PRE DOBRÚ NÁLADU 8-9
Злата бочка 2011

| fakty | kultúra | história |
aktuálne informácie o Rusínoch a nielen pre Rusínov

| факты | култура | історія |
актуалны інформації о Русинах а не лем про Русинів

ZAMERANÉ NA RUSÍNKY 15
МІСС ДЕНС 2011

Je pre mňa samozrejmosťou napísať si pri sčítaní obyvateľstva rusínsku národnosť...

Takto s hrdosťou hovorí populárny moderátor, známy divadelný a filmový herec Michal Hudák, s ktorým sme exkluzívne, len pre Info Rusín, pripravili rozhovor. Pre lepšiu zrozumiteľnosť, hlavne pre tých, ktorí neovládajú azbuku, publikujeme rozhovor v slovenskom jazyku, aj keď hneď v úvode dodávame, že Michal Hudák hovorí plynule po rusínsky a dokonca nám prezradil, že keď je sám so sebou, tak po rusínsky aj uvažuje.

Silvia Lysinová, foto autorky a z archívu televízie JOJ

Michal Hudák sa narodil 27. júna 1969 v Prešove a je mladším bratom už nebohého herca rusínskeho Divadla Alexandra Duchnoviča Sergeja Hudáka. V čase dospievania sám hrával na doskách tohto divadla. Po maturite sa rozhodol pre štúdium herectva na Vysokej škole múzických umení v Bratislave, na ktorú v roku 1987 úspešne absolvoval prijímacie pohovory. Študovať herectvo ale napokon odišiel na Divadelný inštitút Karpenka Kareva v ukrajinskom Kyjeve, kde vyštudoval aj jeho brat Sergej. Po štvorročnom štúdiu sa vrátil ako divadelný a filmový herec a získal angažmán v Divadle Alexandra Duchnoviča v Prešove. Určitý čas pôsobil aj v prešovskom rádiu Flash. Do povedomia širšej

► s. 2

ФЕДОР ВІЦО – ІЛЬКО СОВА З БАЙОСОВА

ГЛОСА

о. Іґор Ланчак, ґрекокатолицькый парох у Волиці, член ОСЙК

„Кідь не познам язык, не договорю ся в чуджій державі... О такім стані розуму гваріме як о незналости. Кідь чуджій язык в чуджій державі знам, але не уживам його, тоды гваріме о глупости." Так гварить чеськый псіхіатер, педаґоґ і теолоґ Макс Кашпару в єдній зо своїх книжок. Ку тым словам можеме сміло доповнити: Кідь познам свою історію, свій язык, свою народность, културу, реліґію, а з хоцьякых прічін ку ним не голошу ся, тоды можеме гварити о грубій ігнорації своєй ідентічности. Не давно я чітав в єдній інтернетовій дискузії вопрос: „Чом вы, Русины, одразу так інтензівно гварите о своїй народности?" Моя одповідь є проста і однозначна. Жебы і мої ровесникы не были неусвідомлены, не забыли на тото, хто їх предкы і не ганьбили ся признати, к якому славному народу належать. Бо, жаль, правда є така, же все є много тых, котры суть непоучены во вопросі ідентічности. Блаженый Павел Петер Ґойдіч в єднім зо своїх обіжників перед списованьом людей вызывав своїх вірників, жебы ся правдиво приголосили ся к своїй реліґії і к своїй народности. Так зробме і мы, Русины, в майбутнім списованю людей, а нашій будучій ґенерації то буде істо лем на радость, гордость і на хосен.

Дорогы нашы чітателі!

Світло, котре пришло медзі нас в подобі найвекшых хрістіяньскых свят Великодных свят – освітлює душы і сердця нас вшыткых інтензівніше головні теперь в часі тых свят як і з приходом довгоочекованой Яри. Вшытко наоколо є краше і миліше. Істо, кождый мать скусеность з тым, як барз потребує тото Великодне світло, а то нелем через свята, але і про наш далшый особный, родинный і сполоченьскый живот. Не даймe ся стягнути до комерчного колоточу, абы своїма старостями мы не охудобнили ся о внутрішнїй прожыток такого теплого і душы мілого світла. А як уж є давнов традіційов на свята собі желаме лем тото найліпше, а при желанях оставаме і мы, з вірov в ліпшы часы... Про нас, Русинів, будуть тоты свята о велико ліпшы і крашы і в тім, кідь не будеме забывати на наше глубоке русиньске корїня і на автентічны великодны традіції, котры мы перевзяли од своїх предків, бо суть доправды нелем ґорджаны і неповторны! Бо кідь дахто зрікать ся своїх корінів, ґенезы, традіцій, мінулости

► с. 2

InfoRUSYN, informačný dvojtýždenník Rusínov Slovenska, 2011, roč. 8, č. 7-8, s. 1.

Príloha 2 – Periodiká ukrajinskej národnostnej menšiny v Slovenskej republike

7-8
(2253-2254)
26. 2. 2010
Cena 0,40 €
www.nasi-slovjani.sk

НОВЕ ЖИТТЯ

ТИЖДЕННИК ЗВÁЗУ RUSÍNOV-UKRAJINCOV SR • ТИЖНЕВИК СОЮЗУ РУСИНІВ-УКРАЇНЦІВ СР

Посол Словаччини в Україні відвідав Пряшів

У п'ятницю, 12 лютого цього року, голова Пряшівського самоврядного краю (ПСК) Петро Жудел прийняв надзвичайного і повноважного посла Словацької Республіки в Україні Павла Гашпіка. Під час зустрічі були обговорені актуальні питання розвитку словацько-українських відносин.

Центральною темою в ході зустрічі були питання стягування і підтримки розвитку національних меншин і аспекти розвитку взаємних двосторонніх відносин і транскордонної співпраці Пряшівського самоврядного краю, його партнером – Закарпатською областю України.

В першу чергу, йшлося особливо про підтримку на двосторонньому рівні співпраці Пряшівського самоврядного краю і його партнером – Закарпатською областю України.

В рамках взаємних стягувань, які обговорювались в ході зустрічі, було також приділено увагу підтримці освіти національних меншин. Зокрема, йшлося про можливість поширення навчання словацької мови в школах з словацькою мовою навчання в Ужгороді та українською мовою в Пряшеві.

Були обговорені і питання співпраці, спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку української культури і словацько-української взаємодії в області культури. Було оцінено також нинішнику ситуацію в області освіти України, посол оцінив ситуацію учителів-русинів-українців СР. На підставі зустрічі було констатовано, що існує можливість для розширення співпраці між Пряшівським самоврядним краєм і Закарпатською областю України.

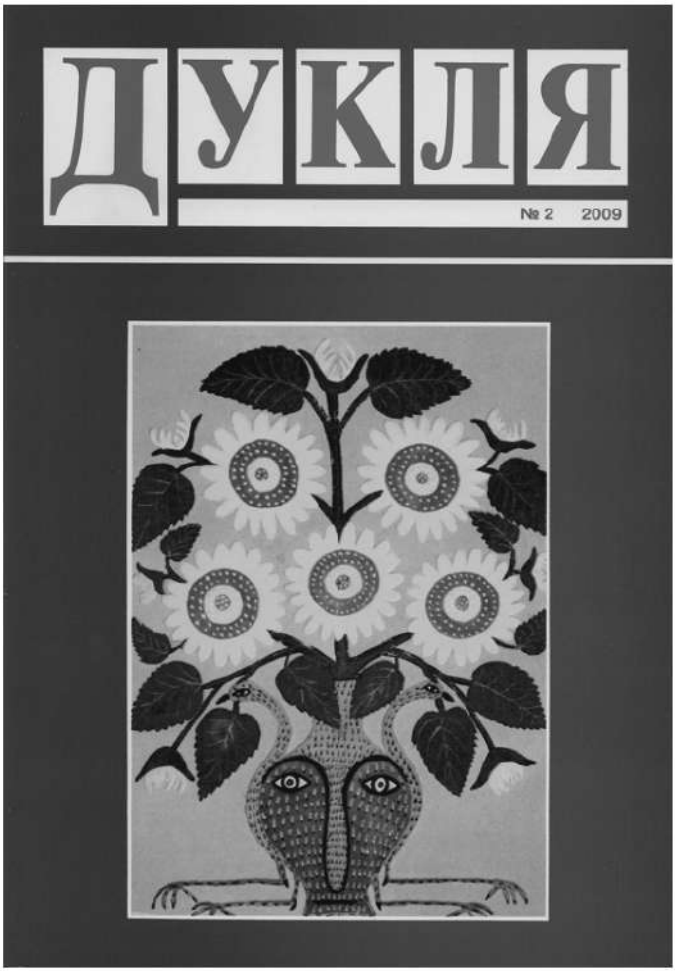
Посол Словаччини в Україні відвідав також Ужгородський національний університет, де зустрівся з ректором університету Василем Туряницею, з деканом філологічного факультету Іваном Ковалем, з деканом історичного факультету Василем Мадяром, з деканом економічного факультету Іваном Пилипцем, з деканом факультету природничих наук Іваном Ковачиком, з деканом факультету математики та інформатики Іваном Сенічем, з деканом факультету мистецтв Іваном Ковачиком, з деканом факультету фізичного виховання та спорту Іваном Ковачиком, з деканом факультету соціальних наук Іваном Ковачиком, з деканом факультету політології та соціології Іваном Ковачиком, з деканом факультету права Іваном Ковачиком, з деканом факультету економіки та управління Іваном Ковачиком, з деканом факультету інформатики та інформаційних технологій Іваном Ковачиком, з деканом факультету журналістики Іваном Ковачиком, з деканом факультету філології та журналістики Іваном Ковачиком, з деканом факультету філології та журналістики Іваном Ковачиком.

УКРАЇНСЬКЕ СЛОВО З МОСКВИ

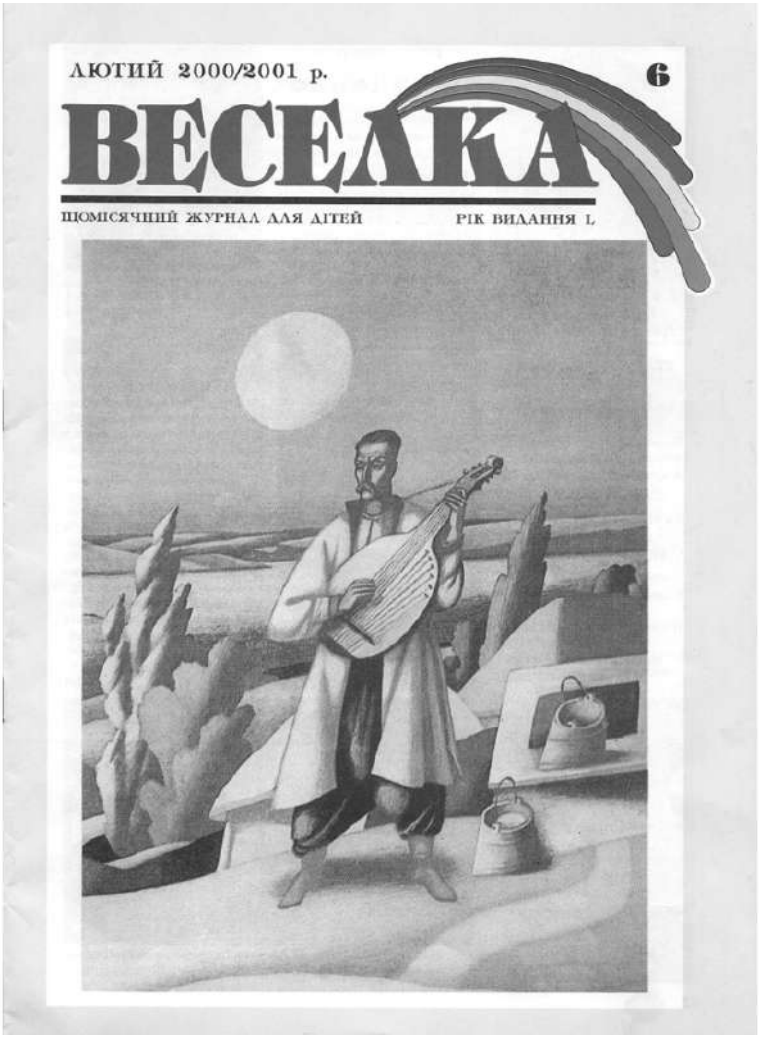
«Струни серця» – в Удолі

Проект, який порадує всіх

До уваги випускників середніх шкіл



Dukľa, literárno-umelecký a publicistický časopis, 2009, roč. 57, č. 2, s. 1.



Veselka, mesačník pre deti, 2000/2001, roč. 50, č. 6, s. 1.

Doc. PhDr. Mária Follrichová, PhD.
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
E-mail: maria.follrichova@uniba.sk

Zahraničnopolitická komunita v mediálnom priestore s podtitulom Záujmy a priority Slovenskej republiky v oblasti zahraničnej, európskej či bezpečnostnej politiky a ich miesto v slovenskom mediálnom priestore

Magda Pospíšilová

Abstrakt:
Kedy naposledy ste počúvali zasvätenú diskusiu alebo čítali erudovaný komentár o záujmoch a prioritách slovenskej zahraničnej, európskej či bezpečnostnej politiky? Ak sa aj na prvý pohľad zdalo, že konečne sme sa aj na Slovensku dočkali erudovaného diskurzu na dané témy, zakrátko sa „zvrhla" diskusia na polopravdy či z kontextu vytrhnuté fakty o Istanbulskom dohovore, konferencii OSN o migračnom pakte v Marakeši, alebo vyvesení dúhovej zástavy na jednom zo slovenských veľvyslanectiev atď. Potrebujeme aj u nás na Slovensku hovoriť otvorene, realisticky aj kriticky o týchto otázkach, keďže dianie vo svete nebolo dávno tak turbulentné, ako je v posledných dvoch-troch rokoch a parlamentná diskusia o otázkach zahraničnej politiky na Slovensku nebola nikdy tak názorovo polarizovaná, ako je v súčasnosti.
Aká je teda úroveň, pripravenosť a erudovanosť redaktorov, komentátorov, moderátorov, či celej mediálnej komunity, ktorá sa venuje zahranično-politickým témam? Aký priestor ponúka štúdium žurnalistiky na Slovensku na získanie poznatkov z európskej, zahraničnej, či bezpečnostnej politiky? Ako sú na tom zahraničné redakcie v slovenských médiách a verejnoprávnom Rozhlase a televízii Slovenska (RTVS)? A v neposlednom rade, aká je doterajšia mediálna prax Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR, čo môže ministerstvo a diplomati urobiť pre budovanie konsenzu v zahraničnej politike v čase, keď sa rozpadá? Aká by vôbec mala byť spoluzodpovednosť mediálnej komunity pri napĺňaní/obhajobe/vysvetľovaní štátnych a zahraničnopolitických záujmov SR? Je, resp. prečo je „zahraničná politika štátu" pre slovenskú mediálnu komunitu – tak málo zaujímavá?

Kľúčové slová: zahraničnopolitická komunita, zahraničná politika, vzdelávanie novinárov, zahraničnopolitický konsenzus

Abstract:
Foreign-Political Community in the Media Space. When was the last time you had a chance to listen to a dedicated discussion or read an erudite commentary on the interests and priorities of Slovak or European foreign and security policy? At first glance, it seemed that we were finally able to get an erudite discourse on the topic in Slovakia, the discussion, however, quickly turned to half-truths or out of context facts on the Istanbul Convention, the UN Conference on the Migration Pact in Marrakech, or the Rainbow flag pledges at one of the Slovak Embassies etc. We need to speak openly, realistically and

critically about these issues in Slovakia, as the world has never been as turbulent as in the last two-three years, and the parliamentary debate on foreign policy issues in Slovakia has never been as polarized as nowadays. So what is the level, readiness and knowledge of the editors, commentators, moderators, or the whole media community on foreign policy issues? How much space do journalism studies in Slovakia offer to gain knowledge of European, foreign or security policy? What state of the foreign policy editorial departments is in the Slovak media and the public broadcaster Radio and Television of Slovakia (RTVS)? What is the current media practice of the Ministry of Foreign and European Affairs of the Slovak Republic, what can the Ministry and diplomats do to build consensus in foreign policy at a time when it is falling apart? What should be the co-responsibility of the media community in fulfilling/defending/explaining the needs of the state and foreign policy interests of the Slovak Republic? Is or why is the "foreign policy of the state" for the Slovak media community so little interesting?

Keywords: foreign policy community, foreign policy, education of journalists, foreign policy consensus

Kedy naposledy ste sledovali/počúvali zasvätenú diskusiu alebo čítali v printových médiách komentár na témy z podtitulku tohto textu? Ak sa aj na prvý pohľad už-už zdalo, že konečne sme sa aj na Slovensku dočkali erudovaného diskurzu, o malú chvíľu sa „zvrhla" diskusia na vyvesenie dúhovej zástavy na jednom zo slovenských veľvyslanectiev, polopravdy či z kontextu vytrhnuté fakty o Istanbulskom dohovore, konferencii OSN o migračnom pakte v Marakeši atď. Aby som nebola zle pochopená, nebránim sa diskusii odborníkov parlamentných politických strán k daným dokumentom, práve naopak. Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky (MZVaEZ SR), Slovenská spoločnosť pre zahraničnú politiku (SFPA), Zastúpenie Európskej komisie na Slovensku a iné inštitúcie, ktoré majú v hlavnej náplni zahraničnú a európsku politiku apelujú na to, že potrebujeme aj na Slovensku hovoriť o jej jednotlivých aspektoch otvorene, realisticky aj kriticky. Avšak práve debata o Marakešskej dohode poodkryla na Slovensku aj to, ako málo vedia mnohí – dokonca aj vrcholní predstavitelia krajiny či novinári, venujúci sa tejto problematike – o komplexných zahraničnopolitických a svetových témach. Pritom v posledných rokoch dochádza k zásadným zmenám medzinárodnej a bezpečnostnej štruktúry vo svete, nepriaznivé trendy skôr silnejú, namiesto toho, aby ustupovali atď.

To sa deje – až paradoxne a nelogicky – práve v čase, keď je náš svet previazanejší než kedykoľvek pred tým. Pred nami stoja vážne globálne výzvy, ktoré sú čoraz komplexnejšie. Terorizmus, klimatické zmeny, migrácia, kybernetické hrozby a dezinformačné kampane, o pandémii ochorenia COVID-19 vo svete, ktorá nás všetkých našla nepripravených, už ani nehovoriac. Nikto – žiadna veľmoc, žiadny kontinent – na ne nedokáže reagovať sám. Ich riešenie si vyžaduje spoluprácu a spoločný postup. To je základná lekcia histórie 20. storočia, ale aj prvých dvadsiatich rokov tohto storočia. Kým bývalý minister zahraničných vecí a európskych záležitostí (ZVaEZ) Miroslav Lajčák na

XVIII. ročníku *Hodnotiacej konferencie zahraničnej a európskej politiky* (11. 4. 2018) mohol ešte konštatovať: „*[...] odklon od multilateralizmu a tendencie k uzatváraniu sa – unilateralizmu, dnes musíme doplniť, že múry stále rastú. Ak sme minulý rok konštatovali devalváciu hodnoty serióznych informácií a pravdy, dnes musíme doplniť, že dezinformácie predstavujú stále väčšiu výzvu pre našu bezpečnosť. Ak sme minulý rok hovorili o náraste popularity extrémistických politických prúdov naprieč Európou, dnes musíme doplniť, že ich hlas rezonuje čím ďalej viac. No a čo je absolútne zásadné – kým minulý rok sme hovorili o neistote a nepredvídateľnosti v medzinárodných vzťahoch, dnes vidíme, že svetové usporiadanie zjavne prechádza transformáciou.*“[1] To sa písal doma i vo svete rok 2018.

V januári 2020 ten istý, končiaci minister M. Lajčák v úvodnom vystúpení na konferencii *Zahraničná a európska politika SR 2016 – 2020* (13. 2. 2020) na margo dekády, v ktorej šéfoval rezortu MZVaEZ SR, už vyhlásil: „*[...] kdesi v tých osudných mesiacoch na prelome rokov 2008/2009 (pár mesiacov po páde Lehman Brothers, pozn. autorky) sa spustila* ***dekáda,*** *ktorá priniesla* ***koniec teórie o konci histórie.***

Pre Európu to bola ***dekáda kríz****...*

... pre Áziu ***dekáda rastu****...*

... pre Blízky východ ***dekáda konfliktov****...*

...a pre celú planétu ***dekáda technologickej transformácie*** *a 4.* ***priemyselnej revolúcie****.*

Tieto procesy vyvolali ***otrasy,*** *ktoré bolo cítiť vo všetkých kútoch sveta a ich výsledkom je to, čo bezpochyby môžeme označiť za* ***transformáciu globálneho poriadku****.*

Nachádzame sa ***uprostred*** *plynúceho deja.*

Preto je ťažké ***zadefinovať*** *jeho parametre.*

Nevieme *ako a kedy sa skončí...* ***Nevieme****, akú ľudskú a materiálnu cenu si vyžiada.*

Vieme *však, že sa to* ***deje.***

Že sme ***uprostred tektonických posunov geopolitiky a geoekonomiky.***

A ***cítime****, že je nesmierne náročné sa v týchto pohyboch zorientovať.*

O to viac, že sa na nás ***valí*** *informačné a zároveň* ***dez****informačné* ***tsunami****.*

To všetko postupne ***zmýva rozdiely*** *medzi* ***zahraničnou a domácou politikou****.*

Zahraničnopolitické turbulencie nachádzajú odraz vo vnútropolitických pnutiach.“[2]

A do tretice, resp. *last but not least* – ešte jeden citát ministra ZVaEZ SR z vystúpenia na 45. schôdzi Národnej rady SR 14. 5. 2019: „*[...] parlamentná diskusia o otázkach zahraničnej politiky nebola nikdy tak názorovo polarizovaná ako v súčasnosti. Cítime, že zahraničná politika sa stáva výraznou súčasťou vnútornej politiky, čo by bolo pozitívne, nebyť čoraz častejšieho spochybňovania našej orientácie, ku ktorej sme sa prihlásili a o ktorú sme sa snažili prakticky od vzniku našej republiky. [...] To má za následok spochybňovanie aj slovenských štátnych inštitúcií a s tým spojené zahraničnopolitické priority a bezpečnostné ukotvenie Slovenskej republiky v euroatlantických štruktúrach. [...] Pritom však prieskumy verejnej mienky potvrdzujú, že väčšina občanov podporuje členstvo SR v EÚ a NATO. Vý-*

[1] LAJČÁK, Miroslav: *Úvodné vystúpenie: XVIII. ročník Hodnotiacej konferencie zahraničnej a európskej politiky SR*, 11. 4. 2018. [online]. Dostupné na internete: <http://www.sfpa.sk>. [2020-02-20].

[2] LAJČÁK, Miroslav: *Úvodné vystúpenie na konferencii Zahraničná a európska politika SR 2016 – 2020*, 13. 2. 2020. [online]. Dostupné na internete: <https://www.youtube.com/watch?v=D6WQdK4zZbY>. [cit. 2020-02-20].

hody poznáme všetci a sú objektívne a nespochybniteľné. Najdôležitejšie sú bezpečnosť a prosperita, a to nám obe zoskupenia poskytujú v neporovnateľne väčšej miere než akákoľvek iná alternatíva."[3]

Pritom, či lepšie povedané napriek tomu, že na Slovensku dlhé roky prevládal široko akceptovaný zahraničnopolitický konsenzus o našom strategickom ukotvení v európsko-transatlantickom priestore, ktorý nám veľmi pomohol. Ten je však, žiaľ, v posledných dvoch-troch rokoch zámerne využívaný na vnútropolitické účely, čo nemožno nazvať inak, ako zahrávanie sa s kredibilitou a bezpečnosťou Slovenska. Diplomati zvyknú v takýchto prípadoch lakonicky konštatovať, že „najťažšou súčasťou zahraničnej politiky je politika vnútorná". Avšak to je už len „úsmev cez slzy". Realitou je, že sa šíria dezinformácie či polopravdy a verejnosti chýbajú komplexné informácie. Kto ich má prinášať? Aké miesto v tomto priestore by mali zapĺňať médiá, aký priestor by mal zapĺňať FENOMÉN s názvom „mediálna komunita"?

Paradoxom je, že zatiaľ čo na jednej strane má Slovensko vynikajúcich diplomatov na významných pozíciách v medzinárodných organizáciách, pôsobiacich veľmi aktívne na medzinárodnej scéne, ktorých nám napr. aj česká diplomacia závidí – za všetkých spomeniem aspoň JUDr. Petra Tomku, CSc., ktorý nám so svojím tímom vyhral Gabčíkovo pred 25 rokmi na Medzinárodnom súdnom dvore v Haagu – na druhej strane doma pomaly nevieme vymenovať jedného renomovaného zahraničnopolitického komentátora/redaktora. Svetlou výnimkou je Gregor Martin Papuček, dlhé roky pôsobiaci ako zahraničný spravodajca *RTVS* v Budapešti, Mirek Tóda (*Denník N*), či zo starších Július Lörincz (dnes už dôchodca z denníka *Pravda*). Ani prsty jednej ruky nezaplníte ich menami... Mnohé „akože zahraničnopolitické" komentáre aj v „renomovaných" denníkoch či týždenníkoch sú „len" preberaním agentúrnych informácií a nanajvýš doplnením jednej, dvoch viet vyjadrujúcich skôr osobný politický názor.

Svetlou výnimkou bol pre mňa prednedávnom (6. 2. 2020) uverejnený komentár „starého zahraničnopolitického harcovníka", bývalého komentátora *Pravdy* Leopolda Moravčíka *Kongres USA plný Matoviča*[4], o ktorom spolu s už spomínaným J. Lörinczom bez rozpakov možno povedať, že nepodľahli ideologickej ani politickej ťarche a patria k intelektuálnej novinárskej špičke.

Mňa však trápi – a tu sa dostávam k meritu veci – úroveň, pripravenosť a erudovanosť drvivej väčšiny (česť výnimkám) redaktorov, komentátorov, moderátorov, ktorí sa zahraničnopolitickej žurnalistike na Slovensku v súčasnosti venujú. Problém vidím – a potvrdila to aj diskusia na interdisciplinárnej konferencii Katedry žurnalistiky Filozofickej

[3] LAJČÁK, Miroslav: *Výročná správa o členstve Slovenskej republiky v Európskej únii – hodnotenie a aktuálne priority vyplývajúce z Pracovného programu Európskej komisie.* [45. schôdza NR SR, 14. 5. 2019 (tlač 1344)]. [online]. Dostupné na internete: <https://www.nrsr.sk/web/Page.aspx?sid=schodze/informacia_denne_rokovanie_recnik&DIRowID=17508&ZakZborID=13&CisObdobia=7&CisSchodze=45&PersonKey=LajcMiro&CPT=1344&Datum=2019-5-14%200:0:0>. [cit. 2020-02-20].

[4] MORAVČÍK, Leopold: Kongres USA plný Matoviča. [online]. In *www.noveslovo.sk. 06. február 2020.* Dostupné na internete: <https://www.noveslovo.sk/c/Kongres_USA_plny_Matovica>. [cit. 2020-02-20].

fakulty Univerzity Komenského v Bratislave *Fenomén 2020: Komunita v mediálnom priestore* – v troch rovinách:

1.) Bakalárske štúdium žurnalistiky v súčasnosti vôbec neponúka študentom priestor na získanie poznatkov z európskej, zahraničnej, či bezpečnostnej politiky. Oveľa lepšie to nie je ani na magisterskom stupni štúdia žurnalistiky, kde je zahraničná politika SR (ale aj EÚ atď.) akousi okrajovou záležitosťou študijných plánov (1 max. 2 semestre, t. j. 10 – 20 vyučovacích hodín). Tie sú v prevažnej miere naďalej zamerané na históriu žurnalistiky, resp. v prípade verejných masmediálnych fakúlt čiastočne na hospodárstvo, kultúrne a ekonomické vzťahy, marketing a reklamu. Zahraničná politika, nehovoriac už o posilňovaní povedomia a spoluzodpovednosti budúcich zahraničnopolitických komentátorov a následne aj širokej verejnosti pri napĺňaní/obhajobe/vysvetľovaní štátnych a zahraničnopolitických záujmov Slovenskej republiky, takmer úplne absentuje. Rozhovory s vyučujúcimi na katedrách žurnalistiky ukázali, že k zmene študijných plánov v tejto oblasti môže dôjsť až v perspektíve niekoľkých rokov.

2.) Svoj, vôbec nie menší, podiel „viny" na danom stave nesú majitelia a vrcholové manažmenty médií – tak printových, ako aj elektronických či digitálnych, ktoré, ako je všeobecne známe, sú v drvivej väčšine súkromné. Avšak uspokojivá situácia nie je v tomto smere ani vo verejnoprávnom *Rozhlase a televízii Slovenska* (*RTVS*), kde po parlamentnopolitických rozhodnutiach a voľbe generálneho riaditeľa v pravidelných vlnách dochádza k výmene nielen na postoch vrcholových manažérov, ale aj k vlne odchodu skúsených redaktorov a moderátorov. Zahraničnopolitické redakcie či oddelenia takmer všetkých slovenských médií sa personálne zdecimovali, posty zahraničnopolitických komentátorov a spravodajcov boli v dôsledku nekompetentných rozhodnutí či finančných možností redakcií viac či menej celkom zrušené alebo minimalizované. Dokonca i v takej pravidelnej rubrike akou je napr. *Čítanie zo zahraničnej tlače* v *Rádiu Slovensko*, sa musí/môže zahraničná redakcia *RTVS* opierať len o dve svetové agentúry (*Reuters*, *AP*) a jeden svetový denník (*The Guardian),* ktorého články nie sú zatiaľ exkluzívnym obsahom len pre predplatiteľov. Kde sú tie časy, keď vo verejnoprávnom rozhlase bolo bežne možné vypočuť si komentár *z New York Times, Independent, Politico,* či *Financial Times*! Najmä v dnešných časoch hybridných vojen a *fake news* by práve verejnoprávne médiá mali byť lídrami aj v zahraničnopolitickom spravodajstve a publicistike. Po príklad netreba chodiť ďaleko. Stačí spomenúť *Českú televíziu* a jej napr. 4-členný tím zahraničnopolitických redaktorov a spravodajcov, ktorý zo summitu Trump – Putin v Helsinkách (16. júla 2018, Fínsko) predviedol priam „spravodajský koncert *par excellence*". Verejnoprávna *Česká televízia* nás však o vysokej kvalite zahraničnopolitických tém presvedča každý deň.

Pre mňa úplne nepochopiteľné však je, že aj v renomovaných periodikách úplne zanikol post zahraničnopolitického komentátora, a tak dnes píšu zahraničnopolitické komentáre na vážne zahraničnopolitické i európske témy, ktoré sa bezprostredne dotýkajú zahraničnopolitických a štátnych záujmov krajiny, komentátori venujúci sa vnútropolitickým témam. Nechcem sa nikoho dotknúť, resp. česť výnimkám, ale to je podobné, ako keby kardiologické problémy liečil ortopéd. Ale aby som nebola len kritická. Pozitívnym príkladom alebo jednou z možností riešenia negatívneho stavu v tomto smere je

rubrika *Odkaz MMŠ* v *Denníku N*, v ktorej bezpochyby taká novinárska osobnosť akou je Martin M. Šimečka (prozaik a publicista, bývalý šéfredaktor *Domino-fóra*, denníka *SME*, neskôr českého časopisu *Respekt*, z ktorého v jeseni 2016 prešiel do *Denníka N*) každý pracovný deň vyberá zaujímavý text zo svetových médií a vysvetľuje, čo je na ňom fascinujúce. Dosah na širšiu verejnosť je však otázny, pretože aj tieto články sú exkluzívne vyhradené pre predplatiteľov denníka.

3.) Ako nedostatočná sa ukazuje aj doterajšia mediálna prax MZVaEZ SR, ktorá sa riadi už niekoľko rokov zásadou, že v mediálnom priestore môžu vystupovať len najvyšší predstavitelia rezortu, čo síce má, resp. malo svoje čiastočné opodstatnenie, nie však až do takej miery, keď ani v diskusných reláciách k vysoko odborným zahraničnopolitickým témam nevystupujú skúsení diplomati, ktorí roky strávili v tom ktorom regióne svet, či experti a analytici, ktorých má MZVaEZ SR dostatok. Nádejne možno hodnotiť fakt, že už aj na pôde samotného ministerstva sa začína hovoriť o potrebe väčšej otvorenosti rezortu diplomacie v mediálnom priestore a o otázke – Čo môžu diplomati a MZVaEZ SR urobiť pre budovanie konsenzu v zahraničnej politike v čase, keď sa rozpadá? Pretože zahraničnopolitická publicistika sa rovnako ako iné formy diskurzu, musí prispôsobiť rýchlej digitálnej dobe, kde môže ktokoľvek a kedykoľvek odvysielať absolútne čokoľvek.

Všetky tieto tri spomenuté/identifikované okruhy sa negatívne prejavujú pri výkone novinárskej praxe najmä v kontexte aktuálneho nárastu dezinformácií a tzv. *fake news* či *hoaxov* v oblasti zahraničnej politiky. Je viac ako kedykoľvek predtým potrebné zamerať sa na kvalitu budúcich novinárov, inak hrozí, že počet tých z nich, ktorí nebudú schopní rozlíšiť nepravdivé informácie od reality, bude narastať. Z dlhodobého hľadiska to môže predstavovať závažné bezpečnostné riziko aj pre Slovensko.

Malou „pomocou" pre študentov i učiteľov žurnalistiky bol v roku 2019 projekt SFPA s grantovou podporou MZVaEZ SR realizovaný na Katedrách žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave a Filozofickej fakulte Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre formou 12 seminárov/prednášok (6 na každej fakulte) renomovaných expertov a predstaviteľov MZVaEZ SR, spojených s diskusiou so študentmi. Doplnkovým cieľom projektu je učebnica *Výzvy a problémy zahraničnej politiky SR,* ktorá slúži nielen študentom žurnalistiky, ale aj iných odborov.[5]

Hlavným cieľom projektu bolo zvýšiť informovanosť a vytvoriť priestor pre študentov žurnalistiky na kritické a konštruktívne uvažovanie o európskej, zahraničnej a bezpečnostnej politike SR. Aby boli v budúcnosti lepšie pripravení na výkon svojej profesie a prispievali tak k zvýšeniu kvality mediálnych výstupov a mediálnej diskusie o zahraničnej politike Slovenska.

Na obidvoch katedrách som sa opakovane pýtala študentov magisterského štúdia, ktorí v priebehu cca 1 roka budú ovplyvňovať názory verejnosti na Slovensku, kto z nich sa chce/bude venovať zahraničnej politike. V Bratislave sa prihlásila jedna študentka, v Nitre nikto. A pritom zahraničnopolitické témy sú jednými z najzaujímavejších.

[5] Pozri: KOVÁČ, Patrik (Ed.): *Výzvy a problémy zahraničnej politiky SR. Učebnica*. Bratislava: SFPA, 2019. [online]. Dostupné na internete: <http://www.sfpa.sk/wp-content/uploads/2020/01/Učebnica_výzvy-zahraničnej-politiky_final_2.pdf>. [cit. 2020-02-20].

Ako povedala Magda Vášáryová, čestná predsedníčka Správnej rady a zakladateľka SFPA pri 25. výročí jej založenia (2. 10. 2018): „*Zahraničná politika štátu je ako majstrovsky napísaná detektívka. Veľa krokov je pred pozorovateľmi skrytých, kamuflovaných, mnohé si vyžadujú utajenie. Nič v procese jej tvorby nie je samozrejmé a medzinárodný systém, systém pravidiel, dohovorov a kompromisov, je neuveriteľne krehký. Zahraničná politika môže kedykoľvek skolabovať, a bohužiaľ, chýba jej Maigret s jasnou pozíciou a vedomie, že na konci príbehu musí vždy vyhrať.*“[6]

Literatúra a pramene

KOVÁČ, Patrik (Ed.): *Výzvy a problémy zahraničnej politiky SR. Učebnica*. Bratislava: SFPA, 2019. 68 s. ISBN 978-80-89356-89-0. [online]. Dostupné na internete: <http://www.sfpa.sk/wp-content/uploads/2020/01/Učebnica_výzvy-zahraničnej-politiky_final_2.pdf>. [cit. 2020-02-20].
LAJČÁK, Miroslav: *Úvodné vystúpenie: XVIII. ročník Hodnotiacej konferencie zahraničnej a európskej politiky SR*, 11. 4. 2018. [online]. Dostupné na internete: <http://www.sfpa.sk>. [cit. 2020-02-20].
LAJČÁK, Miroslav: *Úvodné vystúpenie na konferencii Zahraničná a európska politika SR 2016 – 2020*, 13. 2. 2020. [online]. Dostupné na internete: <https://www.youtube.com/watch?v=D6WQdK4zZbY>. [cit. 2020-02-20].
LAJČÁK, Miroslav: *Výročná správa o členstve Slovenskej republiky v Európskej únii – hodnotenie a aktuálne priority vyplývajúce z Pracovného programu Európskej komisie.* [45. schôdza NR SR, 14. 5. 2019 (tlač 1344)]. [online]. Dostupné na internete: <https://www.nrsr.sk/web/Page.aspx?sid=schodze/informacia_denne_rokovanie_recnik&DIRowID=17508&ZakZborID=13&CisObdobia=7&CisSchodze=45&PersonKey=LajcMiro&CPT=1344&Datum=2019-5-14%200:0:0>. [cit. 2020-02-20].
MORAVČÍK, Leopold: Kongres USA plný Matoviča. [online]. In *www.noveslovo.sk. 06. február 2020*. Dostupné na internete: <https://www.noveslovo.sk/c/Kongres_USA_plny_Matovica>. [cit. 2020-02-20].
VÁŠÁRYOVÁ, Magda: *Mojich 25 rokov s SFPA*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.sfpa.sk/m-vasaryova-mojich-25-rokov-s-sfpa/> . [cit. 2020-02-20].

PhDr. Magda Pospíšilová
freelancer, bývalá redaktorka, moderátorka, parlamentná a vládna spravodajkyňa Slovenského rozhlasu, v r. 1997 – 2018 ako diplomatka MZVaEZ SR pôsobila na SM SR pri OSN v New Yorku, na ZÚ SR v Turecku, Dánsku, Bielorusku a v skupine *EU Ambassadors at large* pre Východné partnerstvo.
E-mail: magdapospisilova@yahoo.com

[6] VÁŠÁRYOVÁ, Magda: *Mojich 25 rokov s SFPA*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.sfpa.sk/m-vasaryova-mojich-25-rokov-s-sfpa/> . [cit. 2020-02-20].

Rozvoj praktických zručností študentov masmediálnych štúdií

Pavel Bielik – Simona Mičová

Abstrakt:
Článok odráža praktické skúsenosti študentov Fakulty masmediálnej komunikácie v Trnave, ktoré získali počas svojej praxe na Medzinárodnom Filmovom Festivale Karlovy Vary (KVIFF). Tento príspevok sa venuje definícii tvrdých a mäkkých zručností, ktoré sú i naďalej nevyhnutnosťou pri výkone žurnalistickej profesie. Príspevok zároveň ponúka základné postupy potrebné pre tvorbu mediálnych výstupov, ktoré sú určené pre publikovanie v printových a onlinových médiách a sumarizuje teoretické východiská v oblasti tlačenej a onlinovej žurnalistiky.

Kľúčové slová: KVIFF, mäkké zručnosti, tvrdé zručnosti, mediálna prax, žurnalistika.

Abstract:
Development of Practical Skills of Students of Mass Media Studies. The paper reflects the practical experience of students of the Faculty of Mass Media Communication in Trnava gained during their internship at the Karlovy Vary International Film Festival (KVIFF). This paper deals with the definition of hard and soft skills, which remain as a necessity in the journalistic profession. The paper also offers basic procedures necessary for the creation of media outputs, which are intended for publication in print and online media, and summarizes the theoretical background in the field of printed and online journalism.

Keywords: KVIFF, soft skills, hard skills, media practice, journalism

Úvod

Medzinárodný filmový festival v Karlových Varoch (KVIFF) je najväčší filmový festival v Českej republike a najprestížnejší filmový festival v strednej a východnej Európe. Tento rok už s 55-ročnou históriou (prvý ročník sa uskutočnil v roku 1946)[1] je ako jeden z najstarších vôbec zaradený do prestížnej kategórie A. Dôvod je prostý – KVIFF systematicky a hrdo premieta dôležité filmy, ktoré často hovoria o násilí, nespravodlivosti, korupcii či potláčaní ľudských práv.

Pozýva a podporuje nielen veľké hviezdy, ale predovšetkým filmárov z krajín, kde sa pre represívne režimy nemôžu slobodne vyjadrovať a nakrúcať svoje diela, čím si získal rešpekt a uznanie vo filmovej komunite po celom svete. Významom a dôležitosťou sa tak radí do jednej skupiny s filmovými festivalmi v Benátkach, Berlíne,

[1] TADY VARY VE VAŠEM KINĚ: O festivalu / Historie. [online]. In *Kviff.com*. Dostupné na internete: <https://www.kviff.com/cs/historie/1946>. [cit. 2020-04-07].

Cannes, Moskve, Montreale, San Sebastiáne, Šanghaji alebo Tokiu. Každý rok sa na festivale predstaví viac ako 200 filmov a pravidelne tu premietajú slávni a významní režiséri, scenáristi, producenti. Festival je určený rovnako laickej i odbornej verejnosti – stovkám novinárov z celého sveta.

„*Akreditovaná novinárka na tomto prestížnom filmovom festivale nie je len riadok v životopise. Mne to dalo omnoho viac. Nie je tajomstvom, že svet médií je hlavne o kontaktoch. Preto je dôležité si ich vytvárať pri každej príležitosti. Práve vďaka tomu pracujem ako redaktorka spravodajstva RTVS – Rádio Slovensko,*"[2] spomína jedna zo študentiek festivalu. Už piaty rok sú jeho súčasťou aj študenti Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. V Karlových Varoch sa stretávajú za účelom letnej odbornej stáže, kde počas celého trvania festivalu pripravujú mediálne výstupy pre vybrané slovenské médiá. Regionálne i celoplošné.

Patria sem najväčšie slovenské televízne a rozhlasové stanice, onlinové portály a v roku 2019 medzi ne pribudla aj Tlačová agentúra Slovenskej republiky, ktorá poskytuje hlavne spravodajské služby. Práve týmto spôsobom študenti získajú potrebnú prax, ktorá pomáha v rozvoji nielen ich osobnostných, ale aj praktických zručností. Vysoké školy orientované na mediálne štúdiá a žurnalistiku sa vo veľkej miere podieľajú na osobnostnom a profesionálnom formovaní nielen súčasnej, ale aj budúcej generácie mladých mediálnych pracovníkov, ktorí sa stávajú súčasťou mediálnej komunity na Slovensku.

Nové technologické výdobytky a celkové možnosti súčasnej epochy nám síce nespočetne veľa úloh zjednodušujú a zrýchľujú, zároveň si však vyžadujú, aby bola väčšina novinárov tzv. multiskilled journalists – tzn. vyžaduje od nich absolútnu pohotovosť, ovládanie najnovších softvérových a hardverových nástrojov, rýchlu absorbciu všetkých nových vývojových trendov, vlastníctvo týchto neraz finančne nákladných technológií, prácu pod enormným tlakom a množstvo ďalších stránok, ktoré si bežný laik pravdepodobne ani neuvedomuje.[3] Hovoríme tak o veciach, ktoré sa stávajú bežnou súčasťou mediálnej praxe a ktoré si musia osvojiť aj mladí mediálni adepti na novinársku profesiu, nakoľko sú tieto aspekty jednou z podmienok úspechu na Medzinárnom filmovom festivale Karlove Vary.

Zo študentov sa razom stávajú kolegovia – novinári a rovnocenní partneri, ktorí zápalisto lovia informácie, oslovujú zaujímavé osobnosti a sú viditeľní na celom festivalovom dianí. Po skončení stáže sa mnohým otvorárajú dvere k sľubnej kariére v médiách, agentúrach, alebo na akademickej pôde. Karlovarských stážistov dnes stretnete v slovenských televíziách, rádiách, v denníkoch či časopisoch. A viacerí z nich zakotvili aj v akademickej obci.[4]

[2] MIČOVÁ, Simona – BÔTOŠOVÁ, Ľubica – PRONER, Ján (Zost.): *Ako na mediálne výstupy*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019, s. 79.

[3] KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, Anna – ŠVECOVÁ, Magda (Zost.): Komunikácia novinárov na sociálnych sieťach: vlastná iniciatíva alebo povinnosť? In BUČKOVÁ, Zuzana – KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, Anna – RUSŇÁKOVÁ, Lenka (Eds.): *Megatrendy a médiá 2019: Digital Universe* : Fakulta masmedialnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 139-161.

[4] MIČOVÁ, Simona – BÔTOŠOVÁ, Ľubica – PRONER, Ján (Zost.): *Ako na mediálne výstupy*.

Úskalia novinárskej praxe

Proces profesionalizácie novinárskeho povolania popri rozvíjaní praktických novinárskych zručností môže i nemusí zahŕňať aj akademické štúdium žurnalistiky. Podľa *Slovníka vybraných pojmov z mediálnych štúdií „možno konštatovať, že žurnalistika sa na akademickej pôde stretávala s väčšou či menšou mierou nedôvery už od počiatkov univerzitného vzdelávania novinárov, t. j. od momentu, keď sa (na základe finančného daru amerického novinára a vydavateľa Josepha Pulitzera v roku 1921) uskutočnili prvé prednášky a kurzy žurnalistiky na Columbia University v New Yorku.*"[5] V súvislosti s rýchlo sa meniacimi spoločenskými podmienkami a technologickými zmenami navyše rezonuje aj diskusia o samotnej povahe novinárskeho povolania, či je vôbec možné žurnalistickú profesiu chápať ako profesionálnu aktivitu s pevne stanovenými pravidlami.

V uplynulých rokoch sa dokonca vytvorila veľká časť inovatívnej onlinovej žurnalistiky. Jej dôležitosť vyzdvihujú aj viaceré medzinárodné asociácie, ktoré udeľujú ocenenia za inovatívny obsah, celosvetový dosah, nastoľovanie trendov v oblasti digitálnych technológií. Patria sem napríklad ocenenia *Webby Awards* (udeľuje Medzinárodná akadémia digitálnych umení a vied v 10 kategóriách), *Digital Edge* (digitálne inovácie) či *Eppy* (najlepšie internetové stránky).[6] Onlinové noviny dnes kombinujú viacero typov obsahov a sú ľahko prístupné a prehľadávané. Používatelia môžu taktiež komunikovať s niektorými onlinovými novinami prostredníctvom funkcie komentárov. Onlinové noviny spolu so sociálnymi sieťami sú jednou z príčin, prečo sa tradičné noviny transformujú do digitálnej podoby.[7] Prostredie nových médií je preplnené veľkým množstvom informácií a ich počet, respektíve počet informačných zdrojov, neustále rastie. Internet a s ním teda aj nové médiá zasahujú do životov ľudí a podnecujú pretváranie modelu komunikácie,[8] preto musí akademická obec na jednotlivé zmeny a výzvy reagovať. Využiť ako proces výučby pri budúcich novinároch nielen teoretické poznatky a praktické cvičenia, ale ponúknuť im možnosť stať sa na určité obdobie rovnocennými medálnymi partnermi v šoubiznise, kde si v krátkom čase a pod tlakom osvojujú návyky profesionálnej

Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019, s. 3.

[5] PRAVDOVÁ, Hana – RADOŠINSKÁ, Jana – VIŠŇOVSKÝ, Ján (Zost): *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií: Kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii.* Trnava : Fakulta masmedialnej komunikácie UCM v Trnave, 2016, s. 13.

[6] MIČOVÁ, Simona: Novinári v prostredí onlinovej žurnalistiky. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, Sabína – GREGUŠ, Ľuboš – PRONER, Ján (Eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 75-82.

[7] BENKOVÁ, Zuzana: Nové médiá – teoretické východiská, zmeny v komunikácii v prostredí nových médií a ich dôsledky na používateľa. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, Sabína – GREGUŠ, Ľuboš – PRONER, Ján (Eds.): *Quo vadis massmedia & marketing.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 12-21.

[8] BENKOVÁ, Zuzana: Nové médiá – teoretické východiská, zmeny v komunikácii v prostredí nových médií a ich dôsledky na používateľa. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, Sabína – GREGUŠ, Ľuboš – PRONER, Ján (Eds.): *Quo vadis massmedia & marketing.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 12-21.

žurnalistiky, získavajú dôležité kontakty a spoznávajú prostredie, v ktorom sa učia fungovať, keďže šoubiznis podľa *Slovníka vybraných pojmov z mediálnych štúdií „smeruje k maximalizácii komerčného potenciálu produktov, upútaniu pozornosti čo najväčšieho počtu žiaducich recipientov a snahe o redukovanie existujúcich výrobných nákladov. Ideologická rovina týchto procesov je založená na komerčných imperatívoch spojených s napĺňaním potrieb a preferencií prijímateľov.“*[9]

Obrázok č.1: Úspešná stážistka z Karlovarského festivalu dnes pracuje v RTVS
Zdroj: Archív Petry Pupalovej

Mäkké & tvrdé zručnosti – prečo sú dôležité?

Práca novinára je náročná a kladie dôraz na zodpovednosť. Novinári (aj tí budúci), ktorí pripravujú mediálny obsah do vysielania, sa svedomito pripravujú, no ľudský faktor môže zlyhať. Pravidelným opakovaním novinárskych zručností a osvojovaním si činností s tým súvisiacich sa novinár zlepšuje, preto môže prinášať poslucháčom lepšie a kvalitnejšie interpretované informácie.[10] Vlastníci médií a redaktori hľadajú nové spôsoby, ako zatraktívniť prinášaný obsah, ako ušetriť náklady na ľudskú prácu a tvorbu obsahu ako takého, ako zrýchliť publikovanie správ a samozrejme, ako si získať a udržať pozornosť recipienta v takom atraktívnom prostredí, akým je internet.[11]

Pracovné nasadenie a nároky na novinársku prácu sú vysoké, čo podľa odborníkov môže viesť k syndrómu vyhorenia (angl. *burnout syndrome*) a nižšej produktivite

[9] PRAVDOVÁ, Hana – RADOŠINSKÁ, Jana – VIŠŇOVSKÝ, Ján (Zost.).: *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií: Kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016, s. 198.

[10] MIČOVÁ, Simona – BÔTOŠOVÁ, Ľubica – PRONER, Ján (Zost.): *Ako na mediálne výstupy*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019, s. 50.

[11] VIŠŇOVSKÝ, Ján – KUBÍKOVÁ, Karin: Čo si myslia o inováciách v žurnalistike slovenskí novinári? In ČÁBYOVÁ, Ľudmila – BEZÁKOVÁ, Zuzana – MENDELOVÁ, Dáša (Eds.): *Marketing Identity 2019: Offline Is the New Online – aktuálne výzvy onlinovej a offlinovej komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 193-204.

práce.[12] Výnimočnosť novinárskej stáže na svetovom filmovom festivale preto spočíva v tom, že študenti sem nechodia iba pasívne sledovať svet veľkých hviezd, ale pracovať ako riadne akreditovaní novinári. Každý pre konkrétnu redakciu, s konkrétnym poslaním, s presne určenými uzávierkami a tlakom na produkciu a zručnosti, ktoré si musia osvojiť vo veľmi krátkom čase.

Pokiaľ ide o pracovné schopnosti či kompetencie, môžeme ich rozdeliť do dvoch skupín. Mäkké a tvrdé zručnosti sa od seba navzájom líšia, ale zároveň sú mimoriadne dôležité pre úspech v práci. V rámci článku a výskumu, ktorý sme uskutočnili, sme chceli zistiť, aké zručnosti študenti získali práve počas praxe na Medzinárodnom filmovom festivale v Karlových Varoch.

Mäkké zručnosti (z angl. slova *soft skills*) sú ľudské zručnosti v oblasti správania sa. Známe sú aj ako interpersonálne zručnosti. Človek sa s nimi už narodí. Niekedy o nich hovoríme ako o vrodenom talente, inokedy ich v priebehu života musíte rozvíjať. Ide o schopnosti ľudí komunikovať, spoločne pracovať v tíme, riešiť konflikty, organizovať, rozhodovať sa a podobne.[13] Ich úroveň ovplyvňuje našu emočnú inteligenciu (EQ). Sú neoddeliteľnou súčasťou požiadaviek firiem na pracovné miesto, teda požiadaviek na odbornú spôsobilosť (kompetentnosť) vykonávať určitú profesiu. Medzi mäkké zručnosti najčastejšie radíme:

schopnosť viesť tím alebo pracovať v tíme,
organizačné schopnosti,
vyjednávanie a riešenie konfliktov,
schopnosť nadväzovať a udržiavať kontakty,
strategické či koncepčné myslenie,
kreatívne myslenie,
predvídavosť,
odolnosť voči stresu,
asertivitu,
tímovú spoluprácu,
schopnosť sebareflexie,
empatiu,
samostatnosť.

Keď sa pozrieme na rozdiely, tvrdé zručnosti (z angl. slova *hard skills*) sú schopnosti a odborné znalosti, ktoré treba na vykonávanie, resp. plnenie špecifickej úlohy. Nenarodíme sa s nimi, jednoducho sa ich len musíme naučiť. Napríklad, ak ste programátor, vašou hlavnou tvrdou zručnosťou bude programovanie. Ak ste kameraman, ovládanie fotoaparátu, uzávierky či clony sa budú radiť medzi vaše tvrdé,

[12] VIŠŇOVSKÝ, Ján – KUBÍKOVÁ, Karin: Čo si myslia o inováciách v žurnalistike slovenskí novinári? In ČÁBYOVÁ, Ľudmila – BEZÁKOVÁ, Zuzana – MENDELOVÁ, Dáša (Eds.): *Marketing Identity 2019: Offline Is the New Online – aktuálne výzvy onlinovej a offlinovej komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 193-204.

[13] KERR, Matthew: *Hard Skills vs Soft Skills: The Difference (& Why You Should Care).* [online]. Dostupné na internete: <https://resumegenius.com/blog/resume-help/hard-skills-vs-soft-skills>. [cit. 2019-09-25].

technické zručnosti. V prípade, že ste novinár alebo redaktor, ide napríklad o správne použitie výrazových prostriedkov, schopnosť štylizovať slová do textu a znalosť gramatiky. Tvrdé zručnosti sú teda takmer vždy spojené s konkrétnym typom práce. Tvrdé zručnosti sa získavajú štúdiom, prácou, školením alebo predchádzajúcimi pracovnými skúsenosťami a líšia sa vzhľadom na typ, resp. druh profesie, ktorú vykonávame.[14] Najmä z tohto dôvodu sú určujúce pri výkone danej profesie. To znamená, že udávajú mieru kvalifikovanosti. Patria sem:

jazykové zručnosti,
počítačové zručnosti,
práca s technikou,
ovládanie softvérov a programov.

Výsledky prieskumu

V časti „Výsledky prieskumu" prinášame zistenia, ktorých interpretácia je založená na základe dotazníkového dopytovania sa realizovaného na vzorke 54 študentov, ktorí absolvovali stáž na KVIFF. Dotazník s názvom Stupeň efektívnosti praxe študentov na KVIFF bol celkovo zložený zo siedmich otázok. Podľa témy, ktorej sa tento príspevok venuje, sme sa zamerali iba na odpovede na nasledujúce dve otázky:

Ktoré nadobudnuté zručnosti na KVIFF ste neskôr využili v praxi (podrobne opíšte)?

Ako podľa vás fungovala spolupráca v tíme?

Otázka 1: Ako už bolo uvedené, na správne fungovanie novinárskej práce je potrebné mať tvrdé aj mäkké zručnosti. Na základe odpovedí respondentov sme zistili, že stáž u študentov podnietila viac rozvoj mäkkých zručností. Študenti v dotazníkoch najfrekventovanejšie menovali rozvoj nasledujúcich mäkkých zručností:

lepšie zvládanie práce pod tlakom,
flexibilita,
vyššia priebojnosť,
uznanie pracovných limitov tímovej práce,
zlepšenie kritického myslenia,
zlepšenie schopnosti interpretovať nápady,
lepšie komunikačné schopnosti,
organizácia času a práce,
dravosť a vytrvalosť.

Otázka 2: Nasledujúce výsledky ukazujú, ako účastníci vnímali spôsob prerozdelenia práce a následnú realizáciu. Väčšina respondentov – 47,1 % (16 ľudí) uviedla, že v závislosti od situácie pracovali ako jednotlivci, aj v menších zmiešaných tímoch. Zmiešané tímy sa obvykle skladali z fotografa, kameramana a redaktora. Podľa 32,4 % (11 ľudí) spolupráca mala tendenciu prebiehať len v menších zmiešaných tímoch. 8,8 % respondentov uviedlo, že všetci respondenti pracovali v jednom veľkom tíme.

[14] DOYLE, Alison: *The Hard Skills Employers Seek.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.thebalancecareers.com/what-are-hard-skills-2060829>. [cit. 2019-05-24].

Prostredníctvom dotazníka sme získali informácie od účastníkov, ktoré sú cenné pre budúce generácie účastníkov. Po ukončení vysokoškolského štúdia sme získali informácie o médiách, s ktorými sme spolupracovali, a o súčasnej pozícii na trhu práce. V médiách je zamestnaných 25 ľudí z 54 študentov, vrátane médií ako *Rádio Expres*, *Rádio Vlna*, *Trnavský rozhlas*, *Slovenské národné rádio*, *Rádio Regina* (6 študentov). 6 ľudí pracuje v oblasti online. Pracujú pre portály ako *Topky*, *Pluska*, *Denník N*. 4 účastníci pracujú v televízii, konkrétne *Joj*, *RTVS*, *Ta3*. Kreatívnu oblasť tvorí 9 ľudí, najmä video, grafika, fotografie, výroba, blogy. Podrobné informácie sú uvedené v tabuľke 1. Počas piatich rokov praxe v Karlových Varoch sme vydali 44 televíznych správ, 14 rozhlasových príspevkov, 84 online mediálnych výstupov, 34 článkov pre školské médiá a spolu to bolo 176 mediálnych výstupov. Atraktívnosť stáže potvrdzuje aj skutočnosť, že sa na nej zúčastnilo deväť študentov viackrát.

Tabuľka č. 1:

Produkcia/ rok	TV/reportáže /rozhovory	Rádio	Print/online	Školské médiá	Spolu
2015	4	0	16	8	28
2016	10	0	13	9	32
2017	10	8	11	4	33
2018	12	0	10	6	28
2019	8	6	34	7	55
Spolu	44	14	84	34	176

Zdroj: Vlastné spracovanie založené na výsledkoch prieskumu.

Literatúra a pramene

BENKOVÁ, Zuzana: Nové médiá – teoretické východiská, zmeny v komunikácii v prostredí nových médií a ich dôsledky na používateľa. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, Sabína – GREGUŠ, Ľuboš – PRONER, Ján (Eds.): *Quo vadis massmedia & marketing.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 12-21.

DOYLE, Alison: *The Hard Skills Employers Seek.* [online]. Dostupné na internete: <https://www.thebalancecareers.com/what-are-hard-skills-2060829>. [cit. 2019-05-24].

KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, Anna – ŠVECOVÁ, Magda (Zost.): Komunikácia novinárov na sociálnych sieťach: vlastná iniciatíva alebo povinnosť? In BUČKOVÁ, Zuzana – KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, Anna – RUSŇÁKOVÁ, Lenka, (Eds.): *Megatrendy a médiá 2019: Digital Universe* : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 139-161.

KERR, Matthew: *Hard Skills vs Soft Skills: The Difference (& Why You Should Care).* [online]. Dostupné na internete: <https://resumegenius.com/blog/resume-help/hard-skills-vs-soft-skills>. [cit. 2019-09-25].
MIČOVÁ, Simona: Novinári v prostredí onlinovej žurnalistiky. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, Sabína – GREGUŠ, Ľuboš – PRONER, Ján, (Eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 75-82.
MIČOVÁ, Simona – BÔTOŠOVÁ, Ľubica – PRONER, Ján (Zost.): *Ako na mediálne výstupy*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019. 86 s. ISBN 978-80-572-0034-5.
PRAVDOVÁ, Hana – RADOŠINSKÁ, Jana – VIŠŇOVSKÝ, Ján (Zost): *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií: Kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016. 250 s. ISBN 978-80-8105-874-5.
TADY VARY VE VAŠEM KINĚ: O festivalu / Historie. [online]. In *Kviff.com.* Dostupné na internete: <https://www.kviff.com/cs/historie/1946>. [cit. 2020-04-07].
VIŠŇOVSKÝ, Ján – KUBÍKOVÁ, Karin: Čo si myslia o inováciách v žurnalistike slovenskí novinári? In ČÁBYOVÁ, Ľudmila – BEZÁKOVÁ, Zuzana – MENDELOVÁ, Dáša (Eds.): *Marketing Identity 2019: Offline Is the New Online – aktuálne výzvy onlinovej a offlinovej komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 193-204. ISBN 978-80-8105-874-5.

Mgr. Pavel Bielik
Katedra masmediálnej komunikácie
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
E-mail: bielik.pali@gmail.com

Mgr. Simona Mičová
Katedra masmediálnej komunikácie
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
E-mail: simona.micova@fmk.sk

Anna Sámelová – Mária Stanková – Ján Hacek (Eds.)

FENOMÉN 2020: Komunita v mediálnom priestore

Vydala Univerzita Komenského v Bratislave vo Vydavateľstve UK
Technický redaktor, návrh obálky: Ján Hacek

Rozsah 240 strán, 18,81 AH, prvé vydanie, 2020
Vytlačilo Polygrafické stredisko UK v Bratislave
ISBN 978-80-223-4974-1