

Kam zmizeli novináři? [RX Diskuse]

<http://www.reflex.cz/Clanek17684.html>

Kniha francouzského profesora Ignacia Ramoneta TYRANIE MÉDIÍ (česky Mladá fronta, 2003) je tvrdou kritikou současného stavu mediálního světa a zároveň výzvou, aby se média nebála kritizovat sama sebe. Je to podle něj jediná cesta, jak se dostat z krize, již charakterizuje ztráta důvěryhodnosti, a především zmatení dříve tak samozřejmých pojmů, jako je pravdivost a informace. Časy, kdy novinář byl hrdina, jsou dávno pryč, tvrdí Ramonet. Teď jde o to, aby se tahle profese nestala synonymem hochštaplera a podvodníka.



Ignacio Ramonet připomíná, že ještě v sedmdesátých letech se novináři těšili velké, až nekritické důvěře veřejnosti. Přispěla k tomu samozřejmě aféra Watergate, odhalení nečistých praktik republikánů při přípravě kampaně prezidentského kandidáta Richarda Nixona. Následovalo období, kdy vznikaly desítky filmových i knižních příběhů, v nichž byli novináři představeni jako pozitivní hrdinové, bojující s korupcí, tajnými službami, politiky. Novináři byli symbolem zápasu o získání pravdivých informací, které mafie všeho druhu překrucují nebo zcela tají. Fungovala jasná vazba mezi pravdivostí, dobrem a kvalitou novináře. Ostatně i takoví hrdinové jako Superman či Spider-Man byli novináři. Ramonet navrhuje pro tento literární a filmový žánr název "demokratický realismus" jako ohlas na socialistický realismus východního bloku, v němž zaujímal místo nositele dobra dělník. Tento typ novináře však v posledních dvou desetiletích zmizel. Proč?

ZBYTEČNÝ HRDINA

Veřejnost přestala důvěřovat v jeho existenci a on sám se stal zbytečným. Základní příčinou je stále zřetelnější a jednoznačnější dominance elektronických médií,

zejména televize. Ta přináší do zpravodajství a publicistiky nové pojetí informace a její pravdivosti - za podstatnou informaci je považováno pouze to, co má bohatý obrazový rozměr. Abstraktní či obrazově chudé události pro televizi nejsou zajímavé. Televizní zpravodajství trpí obdobou barokního "horror vacui" neboli hrůzou z prázdného místa. V architektuře byla jeho následkem úporná snaha zaplnit stavby ornamenty a ozdobami všeho druhu. V televizi má tato hrůza podobu strachu z nudných "mluvících hlav", jež nedokáží diváka upoutat. Pouze silný obraz vzbuzující silné emoce je nosnou informací. A pouze to, co může divák vidět "na vlastní oči", je pravdivé.

Základem této "kopernikánské revoluce" v médiích je technologická možnost zobrazení událostí z jakéhokoliv místa na světě. Televizní obraz může být přenesen téměř v reálném čase do celosvětové vysílací sítě. Mezi událostí a jejím zobrazením nezbyvá čas na analytický odstup. Konkurence mezi médii nutí všechny zúčastněné k okamžité akci. Smyslem informování se ve stále větší míře stává nabídka přímého přenosu. A v něm pochopitelně přestává novinář hrát tradiční úlohu někoho, kdo zachytí skryté souvislosti události. Za prvé na to nemá čas, za druhé skryté souvislosti nejsou obrazově nosné. Novinář se stává moderátorem, stále méně záleží na tom, kolik toho o věci ví. Stává se jedním ze svědků, popisuje, co vidí, a právě to, co vidí, je divákům předkládáno jako skutečnost.

Nadvládě tohoto pojetí informace, které je nejtypičtější pro televizi, se podřizují i ostatní média. Tisk se snaží dohánět časovou ztrátu i menší bezprostřednost emocionálního působení. Hlavní televizní zprávy se pro něj stávají rámcem a měřítkem jeho vlastního zpravodajství. Nejenže se věnuje stejným tématům, ale usiluje i o co nejsdílnější, nejzábavnější formu - krátké texty, hodně fotografií. Je to velký paradox - svět prochází globalizací, masívními politickými proměnami, objevují se nové konflikty, struktury jsou stále nepřehlednější a složitější, ale média o tom referují za pomoci stále jednoduššího jazyka.

Hrdinný novinář zmizel - s trochou nadsázky totiž může u přenosového vozu stát kdokoli. Stačí, když umí pohotově komentovat to, co mu právě běží před očima. K tomu není zapotřebí ani pravdivost, ani opravdovost. Důležitějšími kritérii jsou včasnost a zábavnost.

ZBYTEČNÝ PROFESIONÁL

Mizí ovšem nejenom novinář-hrdina. Mizí i novinářprofesionál. Ten míval dvojí podobu. Buď to byl "sókratovský" typ novináře, tedy někdo, kdo píše, publikuje o množství témat, v nichž nemůže dosáhnout špičkového vzdělání a orientace. Mohl by být jakousi náhražkou filozofa v moderní, masové společnosti. Mohl by být někým, kdo se, vybaven filozofickým údivem a solidním všeobecným vzděláním, dokáže ptát takovým způsobem, že odhalí klišé, lži, zažitě nic nevypovídající stereotypy. Kdo dokáže představit lidi i události nad rámec běžně zažitého obrazu.

Druhá možnost je "akademický" typ, specialista s vynikajícím vzděláním v určité oblasti, zkušenostmi a informačními zdroji, jež mu umožňují analyzovat události, uvést je do souvislostí. A opět tak překročit nabídku pouhého přímého přenosu. Ani jeden z těchto typů není pro současná média ideální - sókratovský novinář je nudný, je typickou mluvící hlavou, akademik je pomalý, potřebuje ke sdělení příliš mnoho času.

DEMOKRATICKÁ CENZURA

Pravdivost médií navíc ovlivňuje i to, co ona sama reprodukuje a spoluvytvářejí - nepřehledný nadbytek informací a nutnost být co nejrychlejší. Na informační trh totiž vstupují kromě médií další aktéři politici, armáda, velké firmy. Všichni vybaveni svými tiskovými odděleními, svými mluvčími, svou nabídkou informací. Princip "demokratické cenzury" je právě opačný než princip cenzury totalitní, což ovšem neznamená, že není účinný. Demokratická cenzura vychází z nadbytku informací, a tedy z toho, že je možno zpracovat pouze jejich část. Novinář si ovšem raději vybere to, co může rychle a snadno použít, na složité vyhledávání nemá čas. Rád tedy použije předpřipravené informace tiskových mluvčích. Nadšeně přijme místo armádního pozorovatele, jemuž je zdánlivě umožněno bezprostředně nahlédnout do vedení válečných operací. Rád zreprodukuje zcela nebo zčásti smyšlené informace připravené nějakou zájmovou skupinou - co kdyby se ukázalo, že jsou pravdivé a konkurence se jich chopila? To riskovat nelze.

Ignacio Ramonet ve své knize uvádí konkrétní prokázané případy zcela smyšlených a do médií vpašovaných informací. Mezi nejslavnější patří informace o "masových hrobech" v Rumunsku, jež měla dokládat, že komunistický režim tady na konci osmdesátých let masakruje své odpůrce. Později se ukázalo, že záběry byly zinscenovány a mrtvoly byly vyhrabány z chudinského hřbitova. Nebo informace o tom, že iráčtí vojáci v průběhu války v Perském zálivu vtrhli do jedné kuvajtské

nemocnice, vyhodili kojence z inkubátorů a ti se mrtví váleli po zemi. Tuto událost popisovala "sestřička" z té nemocnice. Ukázalo se však, že je to dcera kuvajtského velvyslance v USA a že aféru naplánoval bývalý poradce prezidenta Reagana pro komunikaci a zaplatil emirát.

Ramonet navíc tvrdí, že falešné aféry mohou fungovat jako zástěna pro jiné "skutečné" události. Přesně v duchu slavného filmu Vrtěti psem. Tak například v době vrcholícího zájmu o rumunské "masové hroby" začala americká invaze do Panamy.

JSOU ČTENÁŘI TUPCI?

Obraz médií podávaný Ramonetem vypadá jako beznadějně začarovaný kruh - nadvláda zábavnosti ničí tradiční pojetí pravdivosti, informace se stává zároveň nástrojem moci i zbožím, o jejím životě rozhodují zájmy vlastníků velkých mediálních skupin, jež jsou navíc propojeny se zájmy inzerentů z ostatních ekonomických oblastí a se zájmy politickými. Je-li informace zboží, prodává se v televizi stejným způsobem jako zábava. Masový konzument je považován za hlupáka a primitiva, čímkoliv jen trochu náročnějším a statickým ho znudíme, a tedy věnujeme konkurenci.

Má Ramonet pravdu? Pravděpodobně ano. Jediná seriózní obrana je naprostá otevřenost médií, pokud jde o metody vlastní práce a způsoby získávání a zpracování informací. A možná donkichotská sázka na to, že určitě nikoliv všichni čtenáři a diváci jsou primitivové a že je tu stále dostatečně velký okruh lidí, co požadují hlubší pohled na svět, ve kterém žijí.

IGNACIO RAMONET (1943) je odborníkem na geopolitiku, mezinárodní strategie, historii kultury a média. Přednáší na několika francouzských univerzitách a je ředitelem měsíčníku Le Monde Diplomatique. Kniha Tyrannie médií vyšla v originále jako La tyrannie de la communication v roce 2001, český překlad vydalo loni nakladatelství Mladá fronta.

Diskuse:

Přestávají lidé podle vašeho názoru věřit novinářům?