

CIVILIA

Odborná revue pro didaktiku
společenských věd

Komunikační (r)evoluce?:

politika a média v proměnách času

Jakub CHARVÁT, Denisa CHARVÁTOVÁ

Školní časopisy a možnosti jejich využití
v mediální výchově

Jan JIRKŮ

Rituál a narativ

Marianna ABRAHAMYAN

TAUBMAN, William: Gorbačov. Život a doba

Pavel KRÁKORA

Univerzita Palackého v Olomouci
Olomouc 2024

Ročník 14 | Číslo 1

CIVILIA: odborná revue pro didaktiku společenských věd
Ročník 14, číslo 1

Mezinárodní redakční rada:

prof. PhDr. Zdeněk Beneš, CSc. (Univerzita Karlova v Praze),
prof. Dr. Bertina Degner (Pedagogische Hochschule Heidelberg)
doc. PhDr. Blažena Gracová, CSc. (Ostravská univerzita v Ostravě),
prof. PhDr. František Mezihorák, CSc., Dr.h.c. (emeritní profesor Univerzita
Palackého v Olomouci),
doc. PhDr. Karel Konečný, CSc. (Univerzita Palackého v Olomouci),
doc. PhDr. Denisa Labischová, Ph.D. (Ostravská univerzita v Ostravě),
doc. PhDr. et PaedDr. Marcel Lyncényi, PhD. (Trenčianska univerzita Ale-
xandra Dubčeka v Trenčíně, SVK),
prof. PhDr. Erik Mistrík, CSc. (Univerzita Komenského v Bratislavě, SVK),
prof. PhDr. Josef Oborný, Ph.D. (Univerzita Komenského v Bratislavě, SVK),
doc. Mgr. Tomáš Jarmara, Ph.D. (Ostravská univerzita v Ostravě),
doc. Mgr. Antonín Staněk, Ph.D. (Univerzita Palackého v Olomouci),
dr. hab. Małgorzata Świder (Uniwersytet Pedagogiczny Im. Komisji edukacji
narodowej w Krakowie, POL),
dr. hab. Aleksandra Trzcielińska-Polus (prof. Uniwersytetu Opolskiego,
POL),
prof. PaedDr., Mgr. Miroslav Vaněk, Ph.D. (Ústav pro soudobé dějiny AV
ČR, v.v.i.),
dr. habil. Péter Varnágy (Pécsi Tudományegyetem, HUN).

Odpovědný redaktor: Mgr. Pavel Krákora, Ph.D.

Technický redaktor: Martin Ďásek

Pro Univerzitu Palackého v Olomouci vydalo Nakladatelství EPOCH s.r.o.
Praha 2023

Vychází dvakrát ročně

Reg. č.: MK ČR E 19778

ISSN 1805-3963

Obsah

<i>Jakub CHARVÁT, Denisa CHARVÁTOVÁ: Komunikační (r)evoluce?: politika a média v proměnách času</i>	<i>4</i>
<i>Jan JIRKŮ: Školní časopisy a možnosti jejich využití v mediální výchově</i>	<i>32</i>
<i>Marianna ABRAHAMYAN: Rituál a narativ</i>	<i>40</i>
<i>Markéta JANOVSÁ: Nová média jako prostředek získávání informací mezi studenty středních škol.</i>	<i>65</i>
<i>Pavel KRÁKORA: Recenze</i>	<i>82</i>

**Komunikační (r)evoluce?:
politika a média v proměnách času¹**

Jakub CHARVÁT, Denisa CHARVÁTOVÁ

**The Communication (R)Evolution:
Politics and Media Across Time**

Abstract: Contemporary societies are going through a turbulent period. Recent technological developments have given rise to a new and qualitatively different system of (political) communication. Hence, the present review essay deals with the changing relationship between politics, media and society. In particular, it focuses on the introduction of recent new communication trends, such as the emergence of Web 2.0 and social networks, the rise of populist political communication, and the mediatization and personalization of politics, and an assessment of their social and political implications. The essay is conceived as a descriptive diachronic case study by framing the phenomenon under study in the broader context of the transformation(s) of (political) communication over the recent decades.

Key Words: Media; Social Media; Politics; Mediatization; Populism

Úvod

Ačkoli lze kořeny studia politické komunikace spatřovat již v klasických textech antických filosofů, jakými byli například Platón nebo Aristoteles, fakticky se začala politická komunikace těšit zvýšenému výzkumnému zájmu teprve v druhé polovině dvacátého století. Přispěla k tomu i skutečnost, že právě v této době procházel svět komunikace a komunikačních médií technologickým vývojem, který zásadním způsobem změnil základní vzorce jejich fungování. Navíc význam a vliv komunikačních médií jako společenských institucí a sociálních aktérů postupem času zásadním způsobem narůstal, až se média nakonec stala nejen hlavním zdrojem informací o politice (tzv. mediace politiky), ale současně i nedílnou a neoddělitelnou součástí politického procesu jako takového (tzv. mediatizace politiky), ba v procesu politické komunikace přebrala některé funkce původně náležející politickým stranám (Swanson a Mancini, 1996; Strömbäck, 2008). Někteří odborníci z oblasti komunikačních studií v této souvislosti konstatují, že politický proces ve svém důsledku postupně ztratil autonomii a stal se závislým na masových médiích, je jimi ovlivňován a do značné míry i utvářen (Asp, Esaiason, 1996; Mazzoleni, Schulz, 1999; Říchová, Jiráček, 2000; Bennett, Entman, 2001; Strömbäck, 2008). Mazzoleni (1995, s. 308) dokonce v této souvislosti hovoří o „koperníkovské revoluci“ v politické komunikaci, protože zatímco ještě donedávna se vše točilo kolem politických stran jako ústředních aktérů politické komunikace, nyní se vše podstatně odehrává kolem médií a v prostředí médií. V této perspektivě jsou to tedy média, co utváří a rámuje procesy a diskurs politické komunikace a politiky jako takové, a co současně ovlivňuje společnost, v níž se tato (mediovaná) komunikace odehrává.

Rozvoj komunikačních médií tak zásadním způsobem proměnil komunikaci politických elit. Jakkoli média a politika představují dva rozličné společenské systémy, jejichž logika fungování často působí protichůdně, postupem času se oba tyto světy více či méně prostupují, aby společně nakonec vytvořily poměrně složitý komplex

interakcí. Politická reprezentace se tak musela, ve snaze posílit své šance na úspěch ve volbách, opakovaně výše nastíněnému technologickému pokroku a proměňujícímu se politicko-mediálnímu prostředí, přizpůsobovat a přisvojovat si nové komunikační nástroje i techniky. Je současně zřejmé, že postupnou, přitom zásadní transformací prochází svět médií a (politické) komunikace i v několika posledních letech, a to pod vlivem masového rozšiřování internetu a digitálních komunikačních technologií, zejména pak webu 2.0 a sociálních sítí, které vnáší do komunikačního procesu nové prvky, jako například digitální kódování dat, interaktivitu a hypertextualitu, a zároveň nové vzorce mediálního chování. Současně se komunikace nově odehrává v podmínkách virtuálního simulovaného prostředí internetové sítě (Lister a kol., 2009, s. 13; viz také van Dijk, 2020). To vše dalo vzniknout novému a kvalitativně odlišnému systému (politické) komunikace.

Problematika osvojování si a užívání nových médií v komunikaci mezi politickými aktéry a společností tak pochopitelně podnítila neutichající vlnu zájmu odborné i laické veřejnosti. Protože jsme ale přesvědčeni, že plnohodnotné uchopení a pochopení současného stavu není efektivně možné bez porozumění historickému kontextu vývoje (politické) komunikace, věnuje se předkládaná přehledová stať nejen představení a zhodnocení nedávných nových komunikačních trendů, ale současně je zasazuje do širšího kontextu proměn (politické) komunikace v několika posledních desetiletích, když je koncipována do podoby deskriptivní diachronní případové studie. Svým způsobem tak volně navazuje na dříve publikovanou studii o proměnách vztahu médií k politice (viz Krákora a kol., 2014, s. 110–140). Zároveň jsme přesvědčeni, že přes výše naznačené kvalitativní proměny mediální komunikace, jimž bude ostatně věnována pozornost ještě v dalších částech předkládané stati, zůstává nadále nosným pro zkoumání procesu komunikace a jeho proměn Lasswellův přenosový model komunikace, který vychází z přesvědčení, že veškerá mediální komunikace se odehrává jako komunikace interpersonální, a který proto zkoumá, „kdo, říká co, komu, jakým kanálem a s jakým účinkem“ (Lasswell, 1927). Je to

tedy právě tento procesuální model, který se stal výchozím výzkumným rámcem předkládané případové studie.

1 Milníky vývoje „tradičních“ komunikačních médií

Již samotné objevení se komunikačních médií znamenalo převratnou změnu z hlediska procesu publicity (zviditelňování). Zatímco před nástupem komunikačních médií zůstávaly aktivity (politických) elit v podstatě neviditelné, protože v této době byla jakákoli osobnost či událost viditelná pro širší veřejnost pouze tehdy, pokud došlo ke sdílení jednotného prostoru a času, a veškerá (politická) komunikace se tak odehrávala v úzkém, uzavřeném okruhu osob přítomných u panovnického dvora², s rozvojem komunikačních médií již nadále nebyla prezentace událostí a osobností širší veřejnosti podmíněna bezprostředním kontaktem, nýbrž začala probíhat zprostředkovaně (mediovaně). Dnes se již nacházíme v době, kdy široká veřejnost v podstatě není v bezprostředním kontaktu s politickou reprezentací a komunikace „tváří v tvář“ neexistuje, případně se vyskytuje pouze ojediněle, a lze si tak jen stěží představit jakoukoli významnější politickou aktivitu, v jejímž rámci by média nehrála roli významného prostředníka nebo činitele.

Na straně jedné tak nástup komunikačních médií přinesl možnost, a později i nutnost, pro politiky prezentovat své aktivity před veřejností, a to ve zprostředkované podobě prostřednictvím médií tak, jak média postupně rozšiřovala dostupnost zpravodajských sdělení veřejnosti, na straně druhé však začala narůstat asymetrie v postavení účastníků komunikačního procesu spolu s tím, jak komunikace postupně stále více ztrácela svůj dialogický charakter. Nově se setkáváme s jednosměrným šířením informací směrem z centra k příjemcům, v němž mají adresáti sdělení jen nepřímé a velmi omezené možnosti zpětné vazby, případně reakce od publika zcela chybí. Současně jsou ale o tuto zpětnou vazbu ochuzeni i šířitelé sdělení, protože mají jen malou kontrolu nad tím, jak čtenáři, posluchači či diváci s těmito informacemi nakládají, respektive

jak a v kontextu jakých okolností je chápou, interpretují, popřípadě vysvětlují (Thompson, 2004, s. 99–129).

To se mj. snažil vysvětlit Hall (1980), který vychází z teze, že hlavním cílem komunikace je přijetí a pochopení sdělení, resp. že komunikační akt je určitou formou přenosu sdělení a organizace významu v něm, ve které se ale setkáváme s nerovností účastníků komunikace a využívá k vysvětlení uvedeného procesu interpretace modelu kódování a dekódování. Na jedné straně tak Hall přiznává médiím moc ovlivňovat publikum tím, že do sdělení vkládají význam, na straně druhé připisuje moc recipientům v možnosti na tyto vepsané významy reagovat tak, jak byly do sdělení umístěny, částečně je přijmout a adaptovat na své prostředí či je dokonce odmítnout.

Prvním významným objevem v tomto smyslu se tak stal vynález knihtisku v roce 1450³, který umožnil šířit informace formou tištěného slova (více např. Thompson, 2004, s. 48 an.). Příslušné události se tak již nebylo nutné účastnit, aby se o ní veřejnost dozvěděla, stačilo se o ní dočíst. Toto šíření informací nicméně předpokládalo schopnost číst, která dlouhou dobu nebyla samozřejmostí. Zjevným nedostatkem tištěných zpravodajských obsahů ovšem byla nemožnost popisované události vidět a slyšet (Ball-Rokeach a DeFleur, 1996). Nanejvýše mohla být zprostředkována prostřednictvím ilustračních fotografií, které doprovázely tištěnou zprávu. Tento nedostatek nedokázalo odstranit ani rozhlasové vysílání, které sice dokáže věrně přenášet zvuk, případně jej doplnit slovním komentářem popisujícím referovanou událost, stále však neumožňuje dané události zobrazit (Kovarík, 2016).

K dalšímu převratnému technologickému pokroku tak došlo až v poválečném období, které je charakteristické expanzí komunikačních médií. Tento rozmach byl ovšem umožněn, ba podmíněn rozvojem nových mediálních forem a technologií. Jednoznačně nejvýznamnějším fenoménem v tomto smyslu byl přitom nástup televizního vysílání (Blumler, Kavanagh, 1999; Hallin, Mancini, 2004, s. 33). A to nejen díky možnosti šířit zprávy a informace v jediném stejném okamžiku napříč velkou částí populace, jako tomu bylo

i v případě rozhlasu, ale především pro svou schopnost propojit obraz se zvukem. Nadále se ale jedná o zprostředkovaný zážitek, kdy publikum vidí pouze předkládané obrazy, které mu televizní štáby zprostředkují (Kovarík, 2016). Stejně tak je přenos informací ve své podstatě jednosměrný, diváci mohou vidět události a osobnosti a slyšet jejich proslovy, sledované osobnosti již ovšem postrádají zpětnou vazbu, protože jejich publikum pro ně zůstává neviditelné za monitory obrazovek (Thompson, 2004, s. 106–107).⁴

Dalším významným faktorem, který přispěl k transformaci mediálního prostředí, byl proces komercializace. V jeho důsledku se stala i komunikační média podnikatelským sektorem a začala stále více podléhat tržním vztahům a konkurenčním tlakům (více např. Curran, 2000). V případě tištěných médií znamenala komercializace odtržení tisku od jeho původních kořenů, když byl původně stranický tisk postupně nahrazen sílícím masovým komerčním tiskem, který usiloval o politickou neutralitu a oslovení co nejpočetnějšího publika. Pozdější komercializace evropského televizního vysílání umožnila posílit společenský a politický dopad televizního vysílání (Curran a Seaton, 2003). Ten byl do té doby významně omezován převládajícím systémem veřejné služby, regulovaným normami a hodnotami hluboce a pevně zakořeněnými v různých národních a kulturních paradigmatech (Hallin a Mancini, 2004, s. 38–39).

Komercializace médií ale současně způsobila, že média nejen přijala tržní logiku, nakonec se ale také sama stala produktem trhu. Souběh deregulace a komercializace médií s pokračujícím technologickým pokrokem se totiž výraznou měrou zasloužil o vytvoření mnohačetného, značně diferenciovaného a vysoce konkurenčního mediálního prostředí, přičemž právě intenzivní soupeření přispělo k setření hranic mezi informační a zábavní funkcí komunikačních médií. Informační funkce médií se začala překrývat s funkcí zábavní, ba začala ustupovat do pozadí na úkor zábavy. Média svou nabídku, tj. mediální obsahy, postupně přizpůsobila poptávce konzumentů, tj. čtenářů, posluchačů a diváků, jejichž nároky a požadavky na kvalitu a úplnost informací postupně klesaly.

Namísto faktických zpráv, tzv. *hard news*, které jsou již pro širokou veřejnost spíše nezáživné, narůstala poptávka publika po senzacích, skandálech a dramatizaci a zábavné formě zpracování zpravodajství v podobě tzv. *soft news*. Seriózní novinářská práce tak byla ve svém důsledku nahrazena fenomény *infotainment* (Brants, 1998; Delli Carpini, Williams, 2001; Lilleker, 2006, s. 99–102) a *politainment* (Dörner, 2001; Nieland, 2008)⁵, a zpravodajství, včetně toho politického, získalo podobu spektaklu a „honby“ novinářů za senzacemi a skandály, protože lze v dnešním světě médií často již jen stěží rozlišit mezi informacemi a zábavou (Jukes, 2013, s. 4).

2 Vztah politiky, médií a společnosti v proměnách času

Komunikační média přitom nadále sehrávají významnou roli v dnešních demokratických společnostech. Ke svým publikům šíří informace, na jejichž základě si pak občané utvářejí, dotvářejí či „pouze“ utvrzují svá mínění o politice a politické reprezentaci a na jejichž základě se pak mnohdy i voliči rozhodují v okamžiku voleb, případně voličské rozhodování alespoň do určité míry ovlivňují.

Vztah médií a politiky se nicméně v průběhu času významně proměňoval. V západních společnostech můžeme sledovat vývoj od éry určité podřízenosti médií politické reprezentaci v meziválečném období, přes období vzájemného respektu a rovnocenného postavení v šedesátých a sedmdesátých letech dvacátého století, až po poměrně konfliktní období poslední čtvrtiny dvacátého století a počátku jedenadvacátého století, které je charakteristické soupeřením, opovržením a nárůstem nevraživosti ve vztahu mezi novináři a politickou reprezentací (viz např. Sabato, 1991; Blumler, Kavanagh, 1999; Barnett, 2002). Obdobný vývoj lze zaznamenat i v České republice, jakkoli tento byl nejprve opožděný o zkušenost více než čtyřicetiletého období vedoucí úlohy komunistické strany ve státu a společnosti a jejího dědictví, a posléze naopak poměrně překotný v důsledku snahy o urychlené dosažení západoevropských „standardů“ (více např. Křeček, 2013, s. 71–72; Krákora a kol.,

2014, s. 137–138; Bednařík, Jirák, Köpplová, 2019, s. 389–422; Jirák, 2021, s. 98–102).

Podobně i samotné vnímání vlivu a účinků médií na společnost se v průběhu let proměňovalo. McQuail (1999) definoval v tomto smyslu čtyři etapy předpokládané síly účinků médií na společnost. První etapa odpovídá období zhruba první čtvrtině dvacátého století, kdy vzniká koncept masové společnosti a masové kultury a kdy ve vztahu k účinku médií převládala představa o velmi mocných médiích, proti kterým je publikum v podstatě bezmocné. Setkáváme se zde například s teorií magické střely (Ball-Rokeach a DeFleur, 1996), která pracuje s předpokladem, že na sdělení reagují všichni příjemci identicky, tudíž lze hovořit o stejnorodosti účinku.

Druhá etapa je datována zhruba od třicátých do šedesátých let minulého století a pracuje s přesvědčením o omezených účincích médií. Společnost již, dle této představy, nesestává z pasivních jedinců, ale publika jsou aktivní a ve vzájemné interakci. K tomuto pohledu přispěl rozšiřující se empirický výzkum. Mezi významné studie daného období patří například studie *People's Choice* od Lazarsfelda, Berelsona a Gaudetové (1944), která se zabývá rozhodováním voličů v prezidentských volbách ve Spojených státech amerických ve čtyřicátých letech dvacátého století. Tato studie poukazuje mimo jiné na to, že z hlediska voličského rozhodování jsou mezilidské vztahy důležitější než sdělení nabízená masovými médii. Nadto autoři formulují model dvoustupňové komunikace, který vychází z předpokladu, že sdělení z médií se nejprve dostává k názorovým vůdcům (*opinion leaders*), kteří je následně úspěšně předávají dalším členům společnosti. Nelze opomenout ani jinou teorii příznačnou pro dané období, a sice teorii užití a uspokojení (Blumler a Katz eds., 1974). Ta podmiňuje využívání médií publiky účelem uspokojení pocíťovaných potřeb, dle kterých nakládají s mediálními materiály.

Třetí etapa odpovídá myšlení sedmdesátých letech dvacátého století, kdy se autoři vrací k myšlence spíše mocných médií, nově však již nikoli ve vztahu k jednotlivci, nýbrž s dopady na celou společnost, a to v perspektivě dlouhodobého a nepřímého vlivu médií.

Setkáváme se zde tak s teorií vzorců, teorií sociálního učení (Bandura, 1977), teorií sociální konstrukce reality (Berger a Luckmann, 1966), teorií o nastolování agendy (McCombs a Shaw, 1972) či spirálou mlčení (Noelle-Neumann, 1974).

Čtvrtá etapa pak nastává na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let dvacátého století, kdy autoři hovoří o tzv. dohodnutém vlivu médií. Média jsou tak na jedné straně vnímána jako skutečně mocná, publiku je však zároveň přiznávána schopnost rezistence. Sem by spadala například již zmiňovaná Hallova (1980) teorie kódování a dekódování, kdy zaznamenáváme moc médií i moc publika v neustálém „dohadování“ se mezi nimi.

Ačkoli tedy existují různé vzájemně si konkurující, popř. se doplňující teorie o vlivu médií na politiku a společnost, jednou z obecně nejznámějších funkcí, která je médiím připisována, je schopnost nastolovat agendu (*agenda setting*). McCombs, Shaw (1972) tak pojmenovali jev, který měli možnost sledovat ve svém výzkumu postojů nerozhodnutých voličů během předvolební prezidentské kampaně v roce 1968. McCombsův a Shawův výzkum prokázal téměř dokonalou korelaci mezi pěti nejsledovanějšími tématy, která se objevovala v médiích, a pěti nejvíce zdůrazňovanými tématy uváděnými nerozhodnutými voliči, jakožto i podobný vývoj v důrazu na tato jednotlivá témata. Autoři tak popsali vzájemný vztah médií, politiky a veřejnosti ve vztahu k veřejnému a politickému diskurzu, přičemž základní myšlenkou tohoto přístupu je, že relativní pozornost, jakou věnuje jednotlivým položkám zpravodajství, ovlivňuje význam, jaký bude daným událostem přikládat i veřejnost. Prostřednictvím výběru témat a určování pořadí jejich důležitosti mají totiž média podle tohoto pojetí schopnost (nezáměrně i záměrně) ovlivnit, co veřejnost vnímá jako nejdůležitější aktuální záležitosti (srov. Dearing a Rogers, 1996). McCombs a Shaw tím potvrdili existenci obecnějšího jevu, který byl již dlouhou dobu zkoumán v kontextu předvolebních kampaní, a sice že média jsou schopna předurčovat, o čem bude veřejnost přemýšlet, resp. jaká témata bude považovat za důležitá, aniž by ovšem byla s to lidem vnutit, co si mají myslet (zejm. viz Cohen, 1963; srov. Lippmann, 1922).

3 Mediatizace politiky

Výše popsaná proměna vztahu médií a politiky byla tedy do jisté míry zapříčiněna tím, že se média začala během druhé poloviny dvacátého století stále více osamostatňovat od politické sféry. Díky tomu mohla začít vytvářet autonomní komunikační struktury a mnohem více sledovat své vlastní zájmy (spíše než zájmy politické reprezentace). Politické elity naproti tomu chtěly, tak jako tomu ostatně bylo kdykoli v minulosti, aby o nich bylo smýšleno v pozitivním duchu a aby do budoucna získaly podporu veřejnosti. Usilovaly proto o (znovu)získání kontroly nad svou prezentací v médiích, a to například najímáním odborníků z oblasti *public relations*, komunikace apod. Současně se politická reprezentace snažila adaptovat na nové podmínky.

Jedním z důsledků tohoto vývoje může být proces, který odborníci na komunikační studia nazývají jako mediatizaci politiky (viz např. Mazzoleni a Schulz, 1999; Strömbäck, 2008). Proces mediatizace politiky přitom spadá do televizní éry politické komunikace (Lilleker, 2006, s. 120), protože to byl právě rozvoj televizního vysílání, který přinesl významnou kvalitativní proměnu charakteru politické komunikace. Blumler a Kavanagh (1999) hovoří v této souvislosti dokonce o novém věku politické komunikace. Jedním z klíčových okamžiků této transformace přitom bylo, že nástupem televize jako jednoho z hlavních kanálů politické komunikace přestávají být komunikační média pouhým nástrojem (jakousi pomyslnou „hláskou troubou“ politických stran), nýbrž se stávají aktérem, jenž se výraznou měrou aktivně podílí na podobě politické komunikace a organizaci jejího průběhu.

Mediatizace politiky předpokládá dominanci médií nad politikou, když se politické instituce při svých činnostech čím dál tím více přizpůsobují mediální logice, a tato tak postupně získává převahu nad tradiční logikou politickou. Současně se média stávají integrální součástí politického procesu. Meyer (2001) dokonce v této souvislosti hovoří o procesu kolonizace veřejné sféry komunikačními médii (viz také Street, 2005), kdy jsou to média, a nikoli vlády,

kdo stanovuje politickou agendu a její směřování, a zavádí pro takové společenské uspořádání pojem mediokracie.

Mediatizace politiky přitom představuje postupný vývojový proces, který má několik dílčích fází. V první fázi dochází k tzv. mediaci politiky, kdy se komunikační média stávají hlavním kanálem, jehož prostřednictvím je přenášén politický proces (namísto vlastní zkušenosti a interpersonální komunikace), respektive klíčovým zprostředkovatelem mezi politickou reprezentací na straně jedné a společností na straně druhé. Jedinci jsou závislí na médiích jako nejdůležitějším zdroji informací o politickém a společenském životě, přičemž znázornění „reality“ prostřednictvím médií má často zásadní vliv na vnímání reality a jejich jednání. Současně jsou média hlavním zdrojem informací i pro politické elity, například ohledně veřejného mínění a obecných trendů ve společnosti, a současně nejdůležitějším nástrojem, jak veřejnost oslovit.

Postupem času se ale navíc média stávají čím dál tím více nezávislé na politických institucích. Média začínají určovat, co považovat za vhodné zprávy odpovídající jejich vlastnímu formátu, normám či publiku. Tato proměna je spjata s procesy novinářské profesionalizace, pragmatického přístupu k politice a rostoucí komercializace médií. V důsledku sílící nezávislosti médií na politice následně dochází k tomu, že jsou mediální obsahy stále více řízeny mediální logikou na úkor logiky politické. Mediální (a zejména pak televizní) logika přitom upřednostňuje osobnosti, jednoduchost a konfrontaci před idejemi, komplexitou a kompromisy, které jsou naopak charakteristické pro logiku politickou. Političtí aktéři se přizpůsobují mediální logice, zatím ale stále vnímají média jako vnějšího aktéra politického procesu. Ovšem teprve v okamžiku, kdy političtí aktéři umožnili kolonizaci politiky médii, tj. internalizovali mediální logiku a převládající zpravodajské hodnoty, přešla politika do poslední fáze procesu mediatizace politiky. V této fázi se média stala jedním z významných konstitutivních rysů politiky a v procesu politické komunikace přebrala funkce dříve náležející politickým stranám, jejichž komunikační aktivity jsou pod vlivem této proměny doprovázeny fenomény profesiona-

lizace politické komunikace a permanentních kampaní (Ström-
bäck, 2008).

4 Nástup sociálních sítí jako komunikační revoluce?

Poslední dvě desetiletí jsou bytostně spjata s masivním rozšiřováním internetu a digitálních komunikačních technologií, které se staly dnes již téměř neoddělitelnou součástí každodenního života společnosti. Nástup webu 2.0 a sociálních médií přitom přinesl další zásadní proměnu podoby a základních vzorců interpersonální komunikace, včetně komunikace politické. Někteří autoři tak upozorňují, že nástup internetu jako běžného komunikačního kanálu lze považovat za „transformační moment v mediálních technologiích s důsledky pro politickou praxi“ (Mirer, Bode, 2015, s. 454), resp. za tzv. online revoluci (Johnson, 2011), která zahájila novou éru politické komunikace, tzv. digitální věk, v němž se rychle posouváme od kampaní zaměřených na kandidáty ke kampaním zaměřeným na občany (Gronbeck, 2009, s. 229).

Web 2.0 tak poskytl politickým aktérům nové, systematické a efektivní možnosti, jak se prezentovat a jak koordinovat své aktivity. Nejenže umožnil zvýšit personalizaci přístupu k voličům, současně nabídl způsob, jak kontaktovat elektorát přímo, když mimo jiné vytvořil nové komunikační kanály, které posilují interaktivitu a rychlé rozšíření sdělení a názorů i mimo dosah mainstreamových médií (Aldrich a kol., 2016; Chadwick, Stromer-Galley, 2016; Grusell, Nord, 2016). Poster (2005) dokonce v této souvislosti hovoří o novém (druhém) mediálním věku (*the second media age*).

Co se dílčích proměn týká, v prvé řadě oslabuje výše diskutovaná asymetrie komunikačního procesu ve prospěch médií, když nově posiluje význam konzumentů médií, tzn. čtenářů, posluchačů či diváků, z hlediska obsahu a charakteru zpravodajství. Zatímco před nástupem digitálních technologií jsou to především média, kdo nastoluje agendu a zpracovává (zarámovává do kontextu) jednotlivá témata, a tedy kdo určuje, jaká témata jsou důležitá, jakkoli se snaží

ve svém výběru zohledňovat očekávané zájmy svého publika, v nových podmínkách je to již do značné míry samotné publikum, kdo má vliv na tvorbu mediální agendy, protože určuje, které zprávy jsou důležité. Význam jednotlivých zpráv je totiž odvozován od počtu kliknutí na zprávu nebo počtu jejích sdílení. Sociální sítě navíc současně poskytují prostor pro větší propojení (konektivitu) svých uživatelů, v důsledku čehož již fakticky není žádný z aktérů komunikačního procesu schopen kontrolovat tok informací, jejich pozornosti a společenských dopadů. Ruku v ruce s tím začali novináři ztrácet pozice názorových vůdců ve společnosti (Freedman, 2012), současně můžeme zaznamenat trend oslabování důvěry v tradiční mediální výstupy (Schmuck a Hameleers, 2020, s. 1533).

Přesto ale nelze v této souvislosti jednoduše uvažovat o jakési obrácené logice procesu nastolování mediální agendy (*reversed agenda setting*). Na tok informací na sociálních sítích totiž nemají vliv jen samotní autoři příspěvků a jejich sledující, ale rovněž existující algoritmy, které rozhodují o obsahu, který uživatel uvidí. Ačkoli jsou tyto algoritmy z hlediska uživatele „ukryty“ kdesi na pozadí, z hlediska fungování sociálních médií stojí v centru celého procesu. Sociální sítě totiž fakticky nejsou svobodnou a otevřenou platformou, jak je mnohdy představují jejich provozovatelé, ale mnohem spíše komerčním produktem, který uživatelům ukazuje přednostně to, co si na základě jejich dosavadní aktivity na těchto sítích myslí, že chtějí vidět, a uzavírají nás tak do tzv. sociálních bublin (Pariser, 2011).

Dalším z výrazných trendů, k nimž dochází pod vlivem nástupu sociálních médií, je další rozrušování hranic mezi veřejnou a soukromou sférou. Ačkoli jsme mohli již v éře „tradičních médií“ sledovat trend postupného stírání hranic mezi veřejným a soukromým, s nástupem sociálních médií tento trend získal na dynamice a obě sféry se do značné míry proluly. Sociální sítě na jedné straně podporují propojování jednotlivců a malých skupin mezi sebou, současně v těchto skupinách probíhá komunikace způsobem, na jaký jsme byli dříve zvyklí ze setkání s několika blízkými přáteli. V těchto skupinách na sociálních sítích, dnes již běžně označova-

ných jako sociální bubliny, pak dochází k veřejnému sdílení soukromí; probíhá zde klábosení, vtipkování, předvádění se, špičkování a trumfování, ale i pomlouvání a urážení, jejich členové mezi sebou sdílí příjemné i nepříjemné zážitky slovem i prostřednictvím fotografií. Kyberprostor tak rozšiřuje reálný veřejný prostor a stává se novým místem sdružování komunit a různých zájmů (Pariser, 2011). Van Dijck (2013) hovoří v této souvislosti o takzvané kultuře konektivity.

Současně sociální sítě umocňují emoce, které takovouto komunikaci provází, když umožňují sdílet vybrané příběhy, respektive je pro sebe i ostatní hodnotit (prostřednictvím dichotomie „líbí“ nebo „nelíbí“). Logika tohoto hodnocení se pak mnohdy aplikuje nejen na dílčí příspěvky, ale i na celé skupiny na sociálních sítích a jejich členy (více Fišerová, 2016). To vše vychází z toho, jak dnes jako společnost „konzumujeme“ média, když vyhledáváme jen ty zdroje informací a názory, s nimiž souzníme. Doslova tak lze v souvislosti s touto fragmentací hovořit o nové podobě výše zmiňované spirály mlčení, tedy o tzv. *echo chambers*⁶ (Pariser, 2011).

Významnou devizou komunikačních digitálních technologií měl být snazší přístup k informacím, tato ambice se ovšem, zdá se, nenaplnila. Namísto toho můžeme sledovat poměrně nepřehledné prostředí jakéhosi informačního smogu (Shenk, 1997), v němž se seriózní zprávy a hodnotné informace překrývají s manipulativním obsahem, dezinformacemi či *fake news*, tzn. lživými a nepravdivými zprávami záměrně šířenými tradičními či internetovými médii a sociální sítěmi. Méně zdatný uživatel se tak sice téměř vždy dostane k hledané informaci, zdaleka ne vždy je ale schopen pravdivost takové informace ověřit.⁷ Často pak dochází i k tomu, že se manipulace a dezinformace prostřednictvím sociálních médií dále šíří, často i nezáměrně, například z nevědomosti (více např. Gregor, Vejvodová a Zvol si info, 2018; Nutil, 2018).⁸ Ve svém důsledku se tak pomyslné nůžky mezi informačně bohatými a informačně chudými spíše rozevírají, než aby se rozdíly zmenšovaly.

5 Sociální sítě a politická komunikace

Již výše jsme konstatovali, že nástup sociálních sítí dal vzniknout i novému a kvalitativně odlišnému systému politické komunikace. Politická komunikace na sociálních sítích přitom podtrhuje vše výše řečené ve vztahu ke komunikaci na sociálních médiích. Je přitom ale možné připomenout, že ještě v druhé polovině devadesátých let dvacátého století řada autorů vzývala nástup digitálních komunikačních technologií s mnoha optimistickými očekáváními. Předpokládali například, že jako prostředek skutečné participace na chodu společnosti by mohly přispět k demokratizaci politické komunikace a přeneseně i politického procesu jako takového, respektive se stát nástrojem realizace významných prvků přímé demokracie v podmínkách (post-)moderních společností (Jiráček, 2021, s. 95; viz také Jakubowicz, 2013, s. 243 an.). Někteří autoři dokonce začali zavádět pojmy jako kyberdemokracie, elektronická demokracie či e-demokracie. Hlavními zdroji tohoto optimismu byly zejména nové prvky v komunikaci, které nejnovější technologie umožňovaly, především pak bezprostřednost (možnost téměř okamžitého zapojení do diskuse bez zprostředkovatele), inkluзивitu (možnost zapojení téměř každého jedince bez ohledu na místo jeho aktuálního výskytu) a interaktivitu komunikace (možnost zapojení všech participantů do veřejné diskuse, případně i hlasování a rozhodování o správě věcí veřejných).

S nástupem sociálních sítí po roce 2000, které se v posledním desetiletí staly nedílnou součástí politické komunikace, se ovšem začal původní optimismus ve vztahu k přínosu digitálních komunikačních technologií pro politický proces postupně vytrácet. Namísto vytváření jakýchsi virtuálních občanských fór, na nichž bude možné vést vážně míněnou a argumentačně vyspělou a bohatou politickou debatu, aniž by se museli občané sejít na jediném fyzickém místě, se společnost fragmentovala do dílčích „sociálních bublin“, jejichž členové sdílí podobné prožitky a blízké hodnotové postoje, současně ale mezi sebe nevpuští lidi zvenčí této bubliny, natož pak aby s nimi o svých postojích diskutovali. Prostor pro vy-

jednávání a hledání kompromisů, které jsou podstatou demokratické politiky, se tak nutně nebezpečně zužuje. Namísto toho se tyto „sociální bubliny“ uzavírají před okolním světem a uvnitř této bubliny se navzájem utvrzují ve správnosti svých postojů (Jiráček, 2021, s. 96; viz také Jakubowicz, 2013, s. 249 an.; van Dijk, 2020).⁹ Tím ovšem mnohdy ztrácejí kontakt s realitou každodenního života¹⁰, když dochází k tzv. konfirmačnímu zkreslení, i se zbytkem společnosti. Subjekty jsou tak fragmentovány, protože pozornost je vzhledem k obrovskému množství informací roztržena a soustředěnost rozptýlena. Doslova lze hovořit o informačním smogu. Nadto přichází, spolu se stále se zvyšující anonymizací, rovněž ztráta odpovědnosti (Curran, Fenton a Freedman, 2016).

Sociální sítě tedy logikou svého fungování přispívají k jitření emocí napříč společnostmi a k její fragmentaci, respektive zvýrazňují již existující vnitřní štěpení společnosti (Charvátová, Charvát a Niklesová, 2022, s. 84). Současně si je třeba uvědomit, že sociální sítě poskytly politikům, kteří usilovně pracují na své publicitě a pozitivní image, nové, systematické a efektivní možnosti, jak se prezentovat, ale přitom nepodléhat logice „tradičních“ médií, a jak koordinovat své aktivity. Sociální sítě jednak umožnily personalizovat přístup k voličům, současně nabídly způsob, jak oslovovat voliče přímo, bez vnějších zásahů a zprostředkovatelů (typicky v podobě tradičních médií). Vznikly tak nové kanály politické komunikace, které posilují interaktivitu a rychlé šíření sdělení a názorů i mimo dosah mainstreamových médií (Moffitt, 2018).

6 Populismus jako komunikační strategie a personalizace politiky

To má ale nikoli nevýznamné politické důsledky. Sociální sítě se totiž díky podstatě svého fungování staly ideální komunikační platformou pro populistické politiky a politické strany (Postill, 2018, s. 755; Moffitt, 2018; Lipiński, Stępińska, 2019, s. 78), a otevřely tak cestu k novým vlnám populismu (Ernst a kol. 2019, s. 5).

Komunikační strategie totiž představuje klíčovou součást úspěchu populistických politických stran (Aalberg a de Vreese, 2017, s. 3), přičemž zásadní roli zde sehrávají právě digitální média. Populisté preferují prezentaci sebe samých jako jediných skutečných zástupců ctnostného lidu a bojovníků proti odcizeným společenským elitám, kam patří i kriticky uvažující novináři, a to na úkor tradičních demokratických hodnot, jakými jsou například dialog, diskuse či kompromis. Populističtí aktéři tak využívají populistického komunikačního diskurzu k podpoře antiestablishmentové agendy, mj. i konstruktu nepřátelských elit (Charvátová, Charvát, Niklesová, 2022), v němž převažuje kritika vládnoucích elit a politických hnutí, ekonomických elit, mezinárodních organizací, intelektuálních autorit a obecně elit a jejich diskreditace, a to včetně masmédií, tzv. zavedené žurnalistiky, či dalších institucí, které optikou populistů přispívají k destabilizaci systému (Norris, Inglehart, 2019, s. 66).

Tato volební, či možná ještě přesněji politicko-komunikační strategie jim přitom umožňuje poutat pozornost veřejnosti a dosahovat nikoli nevýznamných volebních úspěchů. A zde se setkáváme s dalším významným trendem a fenoménem dnešní doby, personalizací politiky (viz např. Kriesi, 1998; Karvonen, 2010; Bennett, 2012). Lze přitom tvrdit, že stejně jako u populismu sehrávají jednu z významných rolí v tomto procesu média. Van Zoonen (2005, s. 59) přitom jako významné (mediální) zdroje personalizace politiky identifikovala textovou a obrazovou přesycenost mediálních obsahů, převládající kulturní rámec a *infotainment*. Mediální prostředí je podle van Zoonen přesyceno texty a obrazy, pročez právě personalizace představuje efektivní způsob, jak si zajistit pozornost příjemců a jak zhustit informace o politickém dění, které příjemci potřebují pro své rozhodování se o politice. Zájem o jednotlivce, jeho výkony a psychologické motivy proto lépe odpovídá logice zábavy a jejích žánrů než procesy, mocenské struktury či abstraktní společenský vývoj, což je současně důvodem pro to, že politici musí střídavě naplňovat požadavky zábavy a politické logiky, aby si (i do budoucna) zachovali jak vztah ke každodennímu životu a podporu ze strany voličů, tak své pozice na politickém kolbišti. Dalšími významný-

mi zdroji (mediální) personalizace politiky jsou individualizace (Beck, 2007), eroze tradičních společenských konfliktních linií (Kriesi, 2012) a mediatizace politiky (Caprara, Zimbardo, 2004).

Již výše jsme naznačili, že nástup a rozvoj televize přiměl politické aktéry adaptovat management zviditelňování na nové podmínky, přičemž budování mediálního obrazu, resp. sebe prezentace, se nevyhnutelně staly obecným rysem moderní politiky (Thompson, 2004, s. 110–113; Krákora a kol., 2014). Nové komunikační prostředky pak přinesly nové možnosti zviditelňování a prohloubily proces personalizace. Cílem mediálního obrazu politických aktérů je snaha přilákat a mobilizovat voliče. Osobnost samotného politického aktéra se tak mnohdy stává dominantním aspektem a zastihuje i politické cíle jednotlivých politických subjektů (Schulz, Reifová a kol., 2004). Například hnutí SPD spadá mezi strany nové, pro které je (stejně jako u hnutí ANO 2011) typickým rysem absence fungující stranické organizace a výrazný důraz na přítomnost silné a populární osobnosti (Linek a Voženílková, 2017, s. 148–149). Setkáváme se tak s prezentací stranických témat, ideologie i cílů skrze lídry stran (Karvonen, 2010). Populistickým lídrem je ten, kdo dokáže aktivizovat celou řadu protichůdných pocitů, zájmů a otázek formulovaných ve společnosti a buduje diskurz za pomoci narativu, který odpovídá nespokojenosti občanů a setkává se s ohlasem veřejnosti (Viviani, 2017, s. 297).

Do popředí se dostává tendence politických aktérů budovat si vlastní mediální obraz, a řídit tak management zviditelňování a utváření mediálních obsahů. Ustupuje zde stranická role, neboť sdělení čím dál více přicházejí do veřejného prostoru skrze jednotlivé politické aktéry a méně skrze politická uskupení. I volební kampaně jsou pak vedeny za pomoci zaměření se na jednotlivé politické aktéry, potažmo lídry, včetně jejich nepolitických (soukromých) rysů (Rahat a Kenig, 2018, s. 120). Zásadním se tak pro politické aktéry stává přijetí a osvojení si pravidel mediálního spektaklu, jenž se stal součástí každodenního procesu vládnutí (Niklesová, 2021), a tzv. permanentních kampaní (Norris, 2000, s. 140; Bradová a Šaradín, 2007, s. 37).

V souvislosti s dopady mediální personalizace se setkáváme i s tzv. celebritizací politiky, resp. celebritizací politické komunikace (West a Orman, 2003; Corner a Pels eds., 2003; Marsh, Hart, Tindall, 2010). Tento jev můžeme chápat jako jakési prolnutí a vzájemné ovlivňování světa profesionálních politických aktérů s charakterem mediální celebrity (Niklesová, 2021), a to hned na dvou úrovních. Jednak se profesionální političtí aktéři stávají „celebritami“ svou snahou artikulovat své zájmy a mediální zviditelnění za pomoci kulturně-zábavních mediálních formátů (Křeček, 2013, s. 108) a obecně svou snahou stylizovat se do mediálního obrazu celebrity, jednak v opačném směru, kdy se osobnosti ze světa populární kultury snaží vstoupit (a vstupují) do světa politiky (Niklesová, 2021). Tito političtí aktéři následně staví do popředí mediální a marketingovou logiku, kdy jak sami sebe, tak programy svých politických subjektů předkládají publikům jako produkt, jenž je třeba prodat. Celý tento proces provází tendence osvojení si mediálního spektaklu a ovládnutí mediálního prostoru, to vše mj. prostřednictvím osvědčené komunikační strategie, zábavy a odkrýváním senzací.

Závěr

Před nástupem nových médií byli političtí aktéři odkázáni na zpravodajskou a publicistickou produkci, pakliže chtěli prezentovat své názory ve veřejném prostoru. Nástup sociálních médií ovšem otevřel prostor nový. Takový, kde mohou zaznívat, v duchu principu svobody slova, vyjádření v podstatě kohokoliv (Jiráček, 2021, s. 87), a to bez jakékoliv další intervence. Využití sociálních sítí se stalo jedním z významných komunikačních nástrojů k oslovení potenciálních voličů, kdy političtí aktéři mají zcela pod kontrolou obsah svých sdělení. Navíc populistická politická komunikace plně využila charakter a potenciál sociálních sítí. Populistické ideje jsou zde vyjadřovány tak, aby vyvolaly zamýšlený účinek na publikum (Reinemann a kol., 2017, s. 13). Všudypřítomná emocionalita napomohla odložení racionality, a naopak podpořila vznik kvazisociál-

ních skupin, resp. sociálních bublin, pro které je charakteristický identický postoj členů a odmítání opačných či nekonformních názorů (více Fišerová, 2016; Jiráček, 2021). V politické komunikaci tak dochází k naturizaci určitých významů skrze jejich systematické opakování v rámci informačních bublin. Tyto významy pak přenášejí do mediálního a obecně veřejného prostoru personalizovaný lídři politických stran a hnutí.

Poznámky:

- ¹ Předkládaný text je dílčím výstupem z projektu „Civitas – občan a populismus“ financovaného ze Studentského grantového systému Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem v roce 2022 a realizovaného na FF UJEP.
- ² Nespornou výhodou osobní přítomnosti je, že umožňuje interakci ve své podstatě dialogickou. Přítomní jedinci mohli na chod událostí reagovat, ať už promluvou či pokřikem nebo jiným zvukovým projevem (například pískotem, bučením, potleskem, dupáním apod.), této možnosti ovšem nemuseli využít a mohli zůstat pasivními diváky.
- ³ Protože se Gutenberg obával, že se vynález neuchytí, prvním tiskem byla zdobená Bible vydaná v letech 1454 až 1455.
- ⁴ Nikoli výjimečně se přitom setkáváme se snahou mediálních organizací tento vzorec alespoň částečně nabourat a vtáhnout diváky do děje, nebo přinejmenším vytvořit dojem, že tomu tak je. Čeští čtenáři si například vzpomenou na populární pořad soukromé televizní stanice TV NOVA *Volejte řediteli*, který umožňoval příjemcům nabývat pocitu možnosti zpětné vazby k obsahu televizního vysílání (pořad se vysílal v letech 1994 až 2003, tzn. v době, kdy funkci generálního ředitele zastával hlavní aktér tohoto pořadu Vladimír Železný; po jeho odchodu z TV NOVA byl pořad nahrazen relací *Volejte NOVU*).
- ⁵ Termín *infotainment* vznikl spojením pojmů *information* (informace či zpráva) a *entertainment* (zábava), termín *politainment* se pak vztahuje k obdobnému fenoménu rámování zpráv v kontextu politického zpravodajství.

- ⁶ Někteří autoři (např. Sunstein, 2009) pracují s pojmem kyberbalkanizace, kterým popisují jev, kdy v mediálním prostředí sledujeme jen to, co chceme, a opovrhujeme ostatními pohledy na skutečnost, v důsledku čehož mimo jiné ztrácíme cit pro dialog.
- ⁷ S ovlivňováním ze strany důvěryhodných a nedůvěryhodných zdrojů se pojí i tzv. spáčský efekt (*sleeper effect*). Jedná se o princip, kdy lidský mozek vnímá informaci a zdroj jako dva samostatné oddělené subjekty. Lépe si pak v čase vybaví samotnou informaci nežli zdroj sdělení. Po určitém čase slábne spojení mezi zdrojem a informací a může se stát, že si již nepamatujeme, zda informace pocházela z důvěryhodného zdroje či nikoliv. Vliv na postoj a lidské chování se tak dostavuje po delší době, zpomaleně, stejně jako by reagoval ospalý člověk (více např. Kumkale a Albarracín, 2004).
- ⁸ Obecně je možné rozlišit mezi dezinformacemi, misinformacemi a malinformacemi, které se liší z hlediska své podstaty. Zatímco *dezinformace* představují úmyslně klamavé, či dokonce lživé informace s cílem ovlivnit recipienty těchto sdělení, přičemž se ale snaží vyvolat dojem, že jsou pravdivými zprávami, *misinformace* je nepravdivá či zavádějící zpráva, která není šířena úmyslně a s cílem ovlivnit recipienty, ale v přesvědčení šířitele, že se jedná o pravdivou zprávu. Konečně *malinformace* je naopak pravdivou zprávou, která je nicméně šířena s ambicí někoho poškodit.
- ⁹ Tomu ale přispívají rovněž tzv. informační bubliny, jenž výrazně usnadňují vznik a udržování sociálních bublin. Už samotné vyhledávání na internetu je zkreslené osobností jednotlivých uživatelů a dochází tak k personalizaci vyhledávání na základě předchozích hledání uživatele.
- ¹⁰ Příjemci médií ztrácí kontakt s přirozeným světem a neustále se odpojují do jiných kontextů.

Literatura:

- AALBERG, T., VREESE de, C. H. Introduction: Comprehending Populist Political Communication. In AALBERG, T. a kol. *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge, 2017, s. 3–11.
- ALDRICH, J. a kol. Getting out the vote in the social media era: Are digital tools changing the extent, nature and impact of party contacting in elections? *Party Politics*, 2016, roč. 22, č. 2, s. 165–178.
- ASP, K., ESAIASON, P. The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization. In SWANSON, D. L., MANCINI, P. (eds.) *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Praeger, 1996, s. 73–90.
- BALL-ROKEACH, S., DEFLEUR, M. L. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996.
- BANDURA, A. *Social learning theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1977.
- BARNETT, S. Will a Crisis in Journalism Provoke a Crisis in Democracy? *Political Quarterly*, 2002, roč. 73, č. 4, s. 400–408.
- BECK, U. *Vynalézání politiky: k teorii reflexivní modernizace*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007.
- BEDNAŘÍK, J., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti, 2., upravené a doplněné vydání*. Praha: Grada, 2019.
- BENNETT, W. L. The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 2012, roč. 644, č. 1, s. 20–39.
- BENNETT, W. L., ENTMAN, R. M. Mediated Politics: An Introduction. In BENNETT, W. L., ENTMAN, R. M. (eds.) *Mediated Politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, s. 1–29.
- BERGER, P. L., LUCKMANN, T. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, Garden City: Anchor Books, 1966.

- BLUMLER, J. G., KATZ, E. (eds.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- BLUMLER, J. G., KAVANAGH, D. The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 1999, roč. 16, č. 3, s. 209–230.
- BRADOVÁ, E., ŠARADÍN, P. Permanentní kampaň a proces vládnutí: politika v éře konzultantů. In ŠARADÍN, P. (ed.) *Politické kampaně, volby a politický marketing*. Olomouc: Periplum, 2007, s. 31–52.
- BRANTS, K. Who's Afraid of Infotainment? *European Journal of Communication*, 1998, roč. 13, č. 3, s. 315–335.
- CAPRARA, G. V., ZIMBARDO, P. G. Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preference. *American Psychologist*, 2004, roč. 59, č. 7, s. 581–594.
- COHEN, B. C. *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press, 1963.
- CORNER, J., PELS, D. *Media and the Restyling of Politics*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2003.
- CURRAN, J. Nový pohled na masová média a komunikaci. In JIRÁK, J., ŘÍCHOVÁ, B. (eds.) *Politická komunikace a média*, Praha: Karolinum, 2000, s. 116–164.
- CURRAN, J., FENTON, N., FREEDMAN, D. *Misunderstanding the Internet. 2nd Edition*. London: Routledge, 2016.
- CURRAN, J., SEATON, J. *Power Without Responsibility: The Press, Broadcasting, and New Media in Britain*. London: Routledge, 2003.
- DEARING, J. W., ROGERS, E. M. *Agenda-Setting*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 1996.
- DELLI CARPINI, M. X., WILLIAMS, B. A. Let Us Infotain You: Politics in the New Media Environment. In BENNETT, W. L., ENTMAN, R. M. (eds.) *Mediated Politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, s. 160–181.
- DÖRNER, A. *Politainment: Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2001.
- ERNST, N. a kol. Populists Prefer Social Media Over Talk Shows: An Analysis of Populist Messages and Stylistic Elements Across Six Countries. *Social Media + Society*, 2019, roč. 5, č. 1, s. 1–14.

- FIŠEROVÁ, M. Neomediální smrt postmoderny: rozepře naruby. In ŠKODOVÁ, M., ŠKRÁBOVÁ, M. a kol. *Mediální smrt konsenzu*. Praha: Togga a MUP Press, 2016, s. 125–162.
- FREEDMAN, J. *Web 2.0 and the Death of Blackbuster Economy*.
- GREGOR, M., VEJVODOVÁ, P., ZVOL SI INFO. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* Brno: CPress, 2018.
- GRONBECK, B. E. The Web, Campaign 07–08, and Engaged Citizens: Political, Social, and Moral Consequences. In DENTON, Robert E. Jr. (ed.) *The 2008 Presidential Campaign*, Lanham: Lexington Books, 2009, s. 228–243.
- GRUSELL, M., NORD, L. Setting the Trend or Changing the Game? Professionalization and Digitalization of Election Campaigns in Sweden. *Journal of Political Marketing*, 2016, roč. 19, č. 2, s. 258–278.
- HALL, S. W. Encoding/Decoding. In HALL, S. W. a kol. (eds.) *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*. London: Hutchinson, 1980, s. 63–87.
- HALLIN, D. C., MANCINI, P. Americanization, Globalization, and Secularization: Understanding the Convergence of Media Systems and Political Communication. In ESSER, F., PFETSCH, B. (eds.) *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press, s. 25–44.
- HERMAN, E. S., CHOMSKY, N. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Press, 1988.
- CHADWICK, A., STROMER-GALLEY, J. Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns: Party Decline or Party Renewal? *The International Journal of Press/Politics*, 2016, roč. 21, č. 3, s. 283–293.
- CHARVÁTOVÁ, D., CHARVÁT, J., NIKLESOVÁ, E. Populismus jako komunikační strategie: případová studie SPD a Tomia Okamury. In BUDZYŃSKA-DACA, A., RUSIN DYBALSKA, R. (eds.) *Dyskursy polityczne w Polsce i Czechach po roku 1989: gatunki, strategie komunikacyjne, wizerunki medialne / Politické diskurzy v Polsku a Česku po roce 1989: žánry, komunikační strategie, mediální obrazy*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2022, s. 83–96.

- JAKUBOWICZ, K. *Nová ekologie médií: Konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2013.
- JIRÁK, J. Demokracie, mediální demokracie, nebo mediokracie? In OUTRATA, F. a kol. *Demokracie – jak dál? Rizika a výzvy pro Česko a svět*. Praha: Vyšehrad, 2021, s. 87–102.
- JOHNSON, D. W. *Campaigning in the TwentyFirst Century: A Whole New Ballgame?* New York: Routledge, 2011.
- JUKES, S. A Perfect Storm: Journalism facing unprecedented challenges. In FOWLER-WATT, K., STUART, A. (eds.) *Journalism: New Challenges*. Bournemouth: Bournemouth University, 2013, s. 1–18.
- KARVONEN, L. *The Personalization of Politics: A Study of Parliamentary Democracies*. London: ECPR Press, 2010.
- KOVARIK, B. *Revolutions in Communication: Media History From Gutenberg to the Digital Age*. New York, London: Bloomsbury Academic, 2016.
- KRÁKORA, P. a kol. *Významné události soudobých českých dějin a jejich reflexe v médiích*. Praha: Nakladatelství Epoque, 2014.
- KRIESI, H. Personalization of national election campaigns. *Party Politics*, 2012, roč. 18, č. 6, s. 825–844.
- KRIESI, H. The Transformation of Cleavage Politics: The 1997 Stein Rokkan Lecture. *European Journal of Political Research*, 1998, roč. 33, č. 2, s. 165–185.
- KŘEČEK, J. *Politická komunikace: od Res Publica po Public Relations*. Praha: Grada, 2013.
- KUMKALE, G. T., ALBARRACÍN, D. The Sleeper Effect in Persuasion: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin*, 2004, roč. 130, č. 1, s. 143–172.
- LASSWELL, H. D. *Propaganda Technique in the World War*. New York: Alfred A. Knopf, 1927.
- LAZARSFELD, P. F., BERELSON, B., GAUDET, H. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, New York: Columbia University Press, 1944.
- LILLEKER, D. G. *Key Concepts in Political Communication*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2006.

- LINEK, L., VOŽENÍLKOVÁ, M. Strany na ústupu, lídři na vzestupu? Personalizace volebního chování v České republice. *Sociologický časopis*, 2017, roč. 53, č. 2, s. 147–180.
- LIPÍŇSKI, A., STĘPIŇSKA, A. Polish Right-Wing Populisms in the Era of Social Media. *Problems of Post-Communism*, 2019, roč. 66, č. 1, s. 71–82.
- LIPPMANN, W. *Public Opinion*. New York: Macmillan, 1922.
- LISTER, M. a kol. *New Media: a critical introduction. Second edition*. Abingdon: Routledge, 2009.
- MARSH, D., HART, P., TINDALL, K. Celebrity Politics: The Politics of the Late Modernity? *Political Studies Review*, 2010, roč. 8, č. 3, s. 322–340.
- MAZZOLENI, G., SCHULZ, W. Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy. *Political Communication*, 1999, roč. 16, č. 3, s. 247–261.
- MCCOMBS, M. E., SHAW, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 1972, roč. 36, č. 2, s. 176–187.
- MCQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009.
- MEYER, T. *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*. Cambridge: Polity, 2002.
- MIRER, M. L., BODE, L. Tweeting in defeat: How candidates concede and claim victory in 140 characters. *New Media & Society*, 2015, roč. 17, č. 3, s. 453–469.
- MOFFITT, B. Populism 2.0: Social media and the false allure of 'unmediated' representation. In FITZI, G. a kol. *Populism and the Crisis of Democracy*. London: Routledge, 2018, s. 30–46.
- NIELAND, J.-U. *Politainment*. In DONSBACH, W. (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. London: Blackwell, 2008, s. 3659–3661.
- NIKLESOVÁ, E. Politická celebrita – projevy a podoby. In KRAVIAROVÁ, M., PEKNUŠIAKOVÁ, E. (eds.) *Média a text 7 (II. část)*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2021, s. 6–13.
- NOELLE-NEUMANN, E. The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 1974, roč. 24, č. 2, s. 43–51.
- NORRIS, P. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

- NORRIS, P., INGLEHART, R. *Cultural Backlash: Trump, Brexit and Authoritarian Populism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.
- NUTIL, P. *Média, lži a příliš rychlý mozek: Průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada, 2018.
- PARISER, E. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: The Penguin Press, 2011.
- POSTER, M. *The Second Media Age*. Cambridge: Polity, 1995.
- POSTILL, J. Populism and Social Media: A Global Perspective. *Media, Culture & Society*, 2018, roč. 40, č. 5, s. 754–765.
- RAHAT, G., KENIG, O. *From Party Politics to Personalized Politics? Party Change and Political Personalization in Democracies*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- REINEMANN, C. a kol. Populist Political Communication: Toward a Model of Its Causes, Forms, and Effects. In AALBERG, T. a kol. (eds.) *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge, 2017, s. 12–28.
- ŘÍCHOVÁ, B., JIRÁK, J. *Politická komunikace a média*. In JIRÁK, J., ŘÍCHOVÁ, B. (eds.) *Politická komunikace a média*, Praha: Karolinum, 2000, s. 5–20.
- SABATO, L. J. *Feeding Frenzy: How Attack Journalism Has Transformed American Politics*. New York: Free Press, 1991.
- SHENK, D. *Data Smog: Surviving the Information Glut*. New York: HarperCollins Publisher, 1997.
- SCHMUCK, D., HAMELEERS, M. It's us against them: a comparative experiment on the effects of populist messages communicated via social media. *Information, Communication & Society*, 2017, roč. 20, č. 9, s. 1425–1444.
- SCHULZ, W. a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2004, s. 9–27.
- STREET, J. Politics Lost, Politics Transformed, Politics Colonized? Theories of the Impact of Mass Media. *Political Science Review*, 2005, roč. 3, č. 1, s. 17–33.
- STRÖMBÄCK, J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2008, roč. 13, č. 3, s. 228–246.

- SUNSTEIN, C. R. *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press, 2007.
- SWANSON, D. L., MANCINI, P. Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction. In SWANSON, D. L., MANCINI, P. (eds.) *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, Westport: Praeger, 1996, s. 1–26.
- THOMPSON, J. B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004.
- VAN DIJCK, J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013
- VAN DIJK, J. *The Network Society. 4th Edition*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage, 2020.
- VAN ZOONEN, L. *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2005.
- VIVIANI, L. A Political Sociology of Populism and Leadership. *Società Mutamento Politica*, 2017, roč. 8, č. 15, s. 279–303.
- WEST, D. M., ORMAN, J. M. *Celebrity Politics*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 2003.

Kontakt na autory příspěvku:

Mgr. Jakub Charvát, Ph.D.

Filozofická fakulta, Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem

Katedra politologie

Pasteurova 13

400 96 Ústí nad Labem

e-mail: jakub.charvat@ujep.cz

Mgr. Denisa Charvátová

Filozofická fakulta, Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem

Katedra filozofie a humanitních studií

Pasteurova 13

400 96 Ústí nad Labem

e-mail: denisa.charvatova@ujep.cz

**Školní časopisy
a možnosti jejich využití v mediální výchově¹**

Jan JIRKŮ

**School Magazines
and Possibilities of Their Usage in Media Training**

Abstract: This text deals with the issue of school magazines and their usage in media training, emphasizing functions that these specific micro-media can fulfill in the educational process at primary and secondary schools in the context of functions that belong to journalism in society in general (according to McQuail's viewpoint). It also accents their possible classification in terms of media typology and integration into the media (eco)system. It deals with the effects of interactivity in the fields of production and perception of school magazines as well.

Key words: Functionalist Theory of Journalism; Media Education; Media Training; Medium; Micro-medium; School Magazines

Úvod

Zdaleka nejen v České republice lze nalézt příklady základních či středních škol, na jejichž půdě vznikají specifická média, jež je souhrnně možno označit jako školní časopisy, třebaže nemají žádný

standardizovaný ani jednotný mediální formát a odlišnosti mezi nimi mohou být i diametrální. Jednu společnou charakteristickou vlastnost nicméně vykazují, navíc takovou, která je z historického pohledu na vývoj médií ve společnosti přinejmenším pozoruhodná. Fungovala totiž už v době, než se publikování jakéhokoli mediálního obsahu, ať už textového, obrazového, auditivního, audiovizuálního či různě kombinujícího mediální formáty, tedy multimediatálního, stalo všeobecně velmi snadnou záležitostí, na principu kombinace rolí podavatelů a příjemců v komunikačních procesech. Předběhla tak dobu, kdy se celospolečensky z příjemců zcela běžně mohou stávat zároveň podavatelé, přičemž ti, kteří vstupují do komunikačních procesů coby příjemci a podavatelé současně, se označují jako uživatelé (Lister et al., 2009, s. 9–10 a Pavlik, 2008, s. 56), účastníci (Jenkins, 2008, s. 3) nebo produseři, což je počestěná varianta termínu z angličtiny vzniklého spojením slov producers a users (Bruns, 2008, s. 2 a Siegert, 2013, s. 31–32), jelikož žáci, žákyně, studenti a studentky se stávali jak příjemci obsahu školních časopisů, tak jejich tvůrci ještě dříve, než se tento trend díky tomu, jak postoupil vývoj médií, stal všeobecným. Na druhou stranu je nezbytné připustit, pokud by se o škole uvažovalo jako o společenské síti vzájemných vztahů a komunikace (Castells, 2021, s. 500–501), že prostorová limitovanost takové sítě vždy odbourávala fyzickou vzdálenost mezi komunikujícími, tudíž nemusela být překonávána za použití patřičných technologií, což i v minulosti přispívalo k bezprostředním interakcím a technologicky nepodmíněné možnosti kombinovat rozdílné role komunikujících v komunikačních procesech.

Primární limitovanost společenské sítě, v níž školní časopis operuje, z něj činí nástroj podporující či doplňující školní vzdělávací procesy, pomůcku využitelnou napříč různými školními předměty s nezastupitelným významem pro mediální výchovu, a to nejen pro její edukativní rozměr (jako součást segmentu nazývaného v angličtině media education), kdy se předmětem zájmu stává již hotový školní časopis, ale zejména pro její tvůrčí rozměr (jako součást segmentu nazývaného v angličtině media training), kdy se do popředí

dostává samotný (a do značné míry rutinizovaný) proces přípravy časopisu. Míra využitelnosti ve výuce nicméně podléhá míře tvůrčí aktivity vzdělávajících se osob na straně jedné a míře ochoty zapojovat školní časopisy do vzdělávacích procesů i samotné podpory od vyučujících na straně druhé. Rozmanité tedy nejsou pouze formáty školních časopisů samotných, ale rovněž způsoby, jak a zda vůbec se prosazují ve výuce.

1 Klasifikace školních časopisů z hlediska typologie médií

Jako zcela základní a nevyhnutelný odrazový můstek pro podrobnější klasifikaci se nabízí posouzení, jestli školní časopisy vůbec jsou, nebo nejsou médii. Termín médium se uplatňuje interdisciplinárně a nabývá významu prostředníka nebo zprostředkovatele (Jiráková a Köpplová, 2009, s. 36 a Reifová et al., 2004, s. 139–140). S ohledem na to, že školní časopisy nesou a nabízejí svůj obsah, tak nepochybně zprostředkovateli, tedy médii, jsou. Pokud se navíc zapojují do výuky, stávají se z nich dokonce prostředníci vzdělávání, vstupují do komunikačních procesů o poznání a poznávání.

Konkrétní příslušnost k některým ze základních typů médií prošla v jejich případě vývojem od podoby tištěné, popřípadě vlastnoručně tvořené (a třeba různě kopírované), do současné varianty, kterou nelze označit jinak než jako hybridní, jelikož běžně dochází k uplatňování kombinovaného využívání principů i logik takzvaně novějších a starších typů médií (Chadwick, 2013, s. 4). Záleží na tom, jakou strategii si v tomto ohledu školní časopis nastaví, zda bude distribuován pouze v papírové verzi uvnitř školy (školní společenské sítě), v digitalizované podobě na uzavřeném intranetu, nebo zda limity jedné školní sítě překročí a dostane se do dalších sítí, a to třeba až do sítě internetové díky své publikaci v online prostředí nebo překlopením do něj. Výsledné produkty samozřejmě mohou být v současné době i multimediální, kombinující různé mediální formáty v rámci jednoho celku (Deuze 2003, s. 212). Dle Miloše Hrocha (2022, s. 15) by bylo možno zvažovat jejich zařazení

do kategorie mikromédií, jelikož se v závislosti na zvoleném způsobu distribuce mohou potýkat „s omezeným dosahem“ a jsou to média „tvořená mimo radar mainstreamu (ibid.),“ konkrétně pak mezi ziny, reprezentanty mikromediálního segmentu „unikajícího přesným definicím (ibid.).“ Jak autor upřesňuje, „jednou to mohou být dva listy sepnuté sponkou, jindy výpravné publikace tvořené s až řemeslnou precizností a citem pro detail (ibid.).“

Třebaže se školní časopisy běžně označují jako časopisy (a jde o označení vžitě, u nějž jistě není nezbytné striktně vyžadovat terminologickou přesnost), i z pohledu tiskového zákona by bylo vhodnější nazývat je ziny. Obvykle totiž nesplňují všechna kritéria kladená tímto zákonem na časopisy. Kupříkladu nenaplnují přesnou charakteristiku dle § 3, že jsou „vydávány pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce,“ ale běžně též nebývají dle § 7 registrovány na Ministerstvu kultury (Zák. č. 46/2000 Sb.).

2 Funkce školních časopisů

Denis McQuail (2016, s. 54–55) vyjmenoval pětici funkcí, které přísluší médiím (v jeho pojetí primárně tisku, od nějž je přebírají všechny další typy médií). Rozlišil funkci integrovat a přispívat k soudržnosti společnosti, funkci udržovat společenský pořádek, funkci sledovat odehrávající se události a varovat společnost před riziky a hrozcími nebezpečími, funkci formovat a vyjadřovat veřejné mínění a funkci stimulovat změny i inovace. Je-li každou školu možno vnímat jako část společnosti, skupinu osob, popřípadě dílčí síť, která je dle Manuela Castlells (2021, s. 500–501) součástí společnosti sítěmi tvořené, tedy společnosti síťové, pak školní časopisy mohou tyto funkce zastávat a plnit je v rámci sítě, v níž fungují, záleží však na tom, do jaké míry si jejich vydavatelé takové funkce uvědomují a do jaké míry po nich bude ze strany příjemců poptávka.

Z pozice funkcionalistické teorie lze úlohy, jejichž plnění společnost od médií očekává, pojmenovat jako funkce informační,

korelační, udržování kontinuity, zábavní a získávací (McQuail, 2007, s. 103). Mají-li školní časopisy být pomůckou v procesu vzdělávání, pak u nich zvláštního významu v porovnání s ostatními funkcemi nabývá funkce korelační, do níž spadají komunikační procesy: „vysvětlování, vykládání a komentování významů událostí a informací, poskytování podpory ustaveným autoritám a normám, socializace, koordinace izolovaných činností, vytváření konsenzu, nastolování posloupnosti priorit a signalizace relativního statusu (ibid.),“ což jsou nedílné součásti vzdělávání žáků a žákyň na základních školách či studentů a studentek na středních školách. Projevují se především v kontinuálních procesech jejich socializace, jež je ve výčtu přímo obsažena, a enkulturace.

3 Podavatelé, příjemci, uživatelé

Obstarávání jednotlivých funkcí, které jsou školním časopisům coby médiím či mikromédiím vlastní, a jejich konkrétní skladba se v případě každého školního časopisu odvíjí od nastavení jednotlivých rolí v příslušných komunikačních procesech. Za vydáváním každého školního časopisu někdo stojí. Igor Vobič (2011, s. 948) poukazuje na to, že některé redakce jsou založeny na demokratických principech práce a její kontroly, zatímco jiné na principech autoritativních. Při aplikaci tohoto poznatku na školní časopisy lze předpokládat, že s rostoucími intervencemi vyučujících či vedení škol do procesu jejich vydávání bude klesat míra demokratického fungování jejich redakcí, ačkoliv to neznamena, že žáci a žákyně či studenti a studentky si i sami mezi sebou mohou interně nastavit striktní hierarchii a vést svou redakci třeba autoritativně. S ohledem na to, že školní časopisy nejsou ze své podstaty produkty profesionální žurnalistiky, lze na dělbu rolí při jejich tvorbě nahlížet jako na praktické cvičení simulující reálné situace vznikající v mediální sféře.

S rostoucí měrou uplatňování principů interaktivity roste rozmělněnost hranic mezi podavatelem a příjemcem. Čím větší okruh

osob, které se ve škole, kde se školní časopis (nebo dokonce časopisy) vydává (či vydávají), má možnost zasahovat do formátu i obsahu periodika, tím více se přibližují komunikační funkce, jež plní podavatelé a příjemci. Tato přímá úměrnost vztahující se k interakcím podavatelů s příjemci je ale limitována tím, jak široký je dosah mikromediálního produktu. Čím větší dosah vydavatelé zajistí (například využitím internetové sítě jako publikační platformy), tím větší je okruh příjemců v původním slova smyslu, jelikož možnost, aby se mimoškolní recipienti stávali ekvivalentními podavateli nabývajících stejného postavení v komunikačním procesu, jaké je vlastní těm zevnitř školy, je do značné míry spíše hypotetická. To však neznamená, že by příjemci nemohli poskytovat svou zpětnou vazbu, což je taktéž interaktivní komunikační prvek.

Závěr

Školní časopisy lze považovat za nástroje či pomůcky, jež je možno využívat v procesech výuky a vzdělávání. Z obsahového hlediska mohou významně přesahovat rámec mediální výchovy, přinášet texty související třeba i se všemi vyučovacími předměty, ale též pomáhat formovat školní kolektiv i vztahy v něm a přispívat k jeho soudržnosti a utváření interní kultury. Sehrávají tudíž podstatnou roli v procesech socializace a enkulturace. Pro mediální výchovu samotnou jsou pomocníkem, jenž je využitelný nejen pro podporu jejího edukativního rozměru (nazývaného v angličtině media education), kdy se předmětem zájmu stává již hotový školní časopis, analýza i interpretace jeho obsahu a formování zpětné vazby k němu nebo kupříkladu i k jeho jazykové, stylistické a grafické úrovni, ale zejména jako příspěvek k jejímu tvůrčímu rozměru (nazývanému v angličtině media training), kdy poskytují unikátní šanci, jak si nacvičit fungování redakce, seznámit se s rutinními prvky vydavatelského procesu, a to ve fázích sběru, úpravy i distribuce informací, ale též jak si vyzkoušet mediální tvorbu samotnou, v ideálním případě s ohledem na její žánrová specifika.

Poznámky:

¹ Tento výstup vznikl v rámci programu Cooperatio, vědní oblasti MCOM.

Literatura:

- BRUNS, A. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodisage*. New York: Peter Lang, 2008.
- CASTELLS, M. *The Rise of the Network Society*. Second edition. With a new preface. Chichester: Wiley-Blackwell, 2010.
- DEUZE, M. The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media & Society*, 2003, Vol. 5, Nr. 2, pp. 203–230.
- HROCH, M. *Vystřihni – nalep: Jak post-digitální tisk a ziny vzkřísily papírová média*. Praha: Akropolis, 2022.
- CHADWICK, A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press, 2013.
- JENKINS, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2008.
- JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.
- LISTER, M. et al. *New Media: a critical introduction*. Second Edition. New York: Routledge, 2009.
- McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. Z anglického originálu přeložili Jan Jiráček a Marcel Kabát. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007.
- McQUAIL, D. *Žurnalistika a společnost*. Z anglického originálu Journalism and Society vydaného nakladatelstvím Sage přeložili Alice N. Tejkalová a Roman Hájek. Praha: Karolinum, 2016.
- PAVLIK, J. V. *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press, 2008.
- REIFOVÁ, I. et al. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.
- SIEGERT, G. From “the end of advertising as we know it” to “beyond content”? Changes in advertising and the impact on journalistic media. In NIENSTEDT, H. W., RUSS-MOHL, S., WILCZEK, B. (eds.) *Journalism and Media Convergence*. Berlin: Walter de Gruyter, 2013, pp. 29–40.

VOBIČ, I. Online multimedia news in print media: A lack of vision in Slovenia. *Journalism*, 2011, Vol. 12, Nr. 8, pp. 946–962.

Zákon č. 46/2000 Sb.: Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon).

Kontakt na autora příspěvku:

PhDr. Jan Jirků, Ph.D.

Univerzita Karlova

Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Smetanovo nábřeží 6

110 01 Praha 1

e-mail: jan.jirku@fsv.cuni.cz

Rituál a narativ¹

Marianna ABRAHAMYAN

Ritual and Narrative

Abstract: This article provides the insight into the study of ritual and narrative over the time and theoretically discusses the interconnectedness of the terms with a focus on their similarities and differences and the resulting potential for their collaborative research. The text attempts to demonstrate how narrative can be used within the ritual of president's speech for the occasion of approaching the end of the year. It shows that the speech does not contribute only to the evaluation of past events of the year but also to the construction of a rite of passage which may lead the statesman to enter the new social environment with a change of his social status.

Key Words: Ritual; Narrative; Speech; President

Úvod

Cílem této studie je zaměřit se na dva z prvního pohledu rozdílné fenomény – narativ a rituál – které jeden pro druhého představují poměrně blahodárny nástroj otevírající bránu novým možnostem porozumění. Autoři Nünning, Rupp a Ahn (2013) poukazují na

prospěšnost spojení těchto dvou fenoménů z hlediska jejich společného uplatnění ve výzkumu, což dokládají ve své kolektivní publikaci *Ritual and Narrative: Theoretical Explorations and Historical Case Studies*, z níž bude tato práce v mnohém čerpat, jelikož doposud nebyla vydána podobná publikace zabývající se daným tématem z tak podrobné teoretické perspektivy. V odborných monografiích a sbornících byla detailní souvislost těchto dvou fenoménů až na letmé zmínky opomíjena – narace a narativita se nestaly téměř nikdy předmětem systematických nebo teoretických úvah tématu rituálních studií, přičemž i naratologie se rituálním vyprávěním doposud téměř nezabývala (Nünning, Nünning, 2013, s. 52).

Ačkoli v dostupné literatuře chybí soustavné studium aspektů spojujících rituál a narativ, jisté náznaky pro ustavení vazeb mezi nimi lze nalézt u četných autorů, všímajících si potenciálního přínosu, který může spojení těchto dvou fenoménů přinést. Pro přehled dále zmiňuji některé z nich. Rituálními aspekty v literatuře se zabývá bielefeldská škola rituality (v čele s Wolfgangem Braungartem), která vychází z předpokladu, že porozumění rituálu je spojeno s explicitním estetickým vyjádřením („formou“), která je vlastní i literatuře, přičemž výjimečnost propletení těchto dvou fenoménů vnímá v tom, že spisovatel i čtenář se účastní symbolického společenství, ačkoli čtenář zůstává nezávislým jedincem (Sepsi, 2022, s. 6). Spojením rituálu a narativu se taktéž zabývá D. P. Wright, který skrze analýzu starověkých ugaritských textů konstatuje, že rituální události nepředstavují v příběhu pouze dějovou složku, ale do značné míry určují jeho samotný význam (různé obřady zprostředkovávají většinu toho, co víme o vztazích mezi postavami) (Wright, 2001, s. 227). Podobně tvrdí L. M. Feldman, že oddělit narativní a rituální prvky ve starověkých textech znamená zničit vnitřní strukturu a logiku příběhu (Feldman, 2020, s. 5). Na jiný okruh spojení rituálu a narativu poukazuje Bal, který zdůrazňuje interdisciplinární vzájemnost naratologie a antropologie, pomáhající řešit otázku zakotvení literatury v realitě, kdy antropologie prostřednictvím klíčových témat, jako právě rituál, poskytuje základní informace, které pomáhají k uskutečnění tohoto zakotvení (Bal, 1990, s. 731).

Thomas Pavel analyzoval vazbu mezi narativem a rituálem v souvislosti se zjištěními Victora Turnera, podle něhož řešení vnějších konfliktů na sociálním poli obvykle obsahuje rituální prvek, kdy se dějová struktura těchto konfliktů skládá jak z formulování dané krize, tak pokusu o její řešení (Pavel, 1990, s. 67). Dle Pavla strukturalistické naratologii chybí modely pro rozvinutí plně relevantní teorie zápletky¹, která by v sobě pojímala nejen popis struktury, ale i principy jejího fungování. Navrhuje tak zavést do praxe vztahování formálních literárních struktur ke kulturní struktuře, která umožní využívat širokou škálu antropologických pojmů se spojitostí k sociálnímu konfliktu a rituálu (s. 68). Jako další sféru, v níž dochází k souhře rituálu a narativu lze zmínit politickou komunikaci a Sommerovu případovou studii (Sommer, 2013, s. 77–99), ve které analyzuje narativ prezidenta Obamy při nominaci na kandidáta do amerických prezidentských voleb, v nichž vystupuje jako protagonista kulturní zápletky – amerického snu. Hammer (2013) upozorňuje na to, jak důležitou roli hrají narativní prvky v projevech při bohoslužbách určených padlým vojákům Bundeswehru. Narativ konstituuje rámce, dle kterých mají být jednotlivé události spojené se smrtí vojáků vnímány (užití slov jako „obětování“ životů namísto výběru termínů, které by upozornily na zbytečnost promarněných životů). Dle její analýzy se v průběhu času i nepatrné změny v projevech promítly i do celkové podoby rituálu. Basso a Senft (2009, s. 1) zastávají názor, že rituální komunikace není ničím jiným než procesem sémiózy a podléhá tak hodnocení účastníků na základě upevněných mocenských vztahů a norem ustálených prostřednictvím jazykových ideologií.

Záměrem této práce bude najít uplatnění pro společný výzkum narativu a rituálu skrze analýzu konexí, které je mezi sebou pojí. V první části textu se pokusím rozebrat pojetí termínů rituál a narativ s ohledem na proměny chápání a definic, které jsou k nim vázány. Dále následuje sekce zabývající se důvody, proč tyto termíny zkoumat společně, v čem tkví jejich podobnost a jaké jsou možnosti uplatnění jejich společného studia ve výzkumu. Ve třetí části dojde k aplikaci teoretických poznatků na výzkum funkce rituálu

v kombinaci s použitím narativu v prostředí politické komunikace. Konkrétně půjde o to analyzovat poslední vánoční projev českého prezidenta Miloše Zemana. Jak bude dále ukázáno, tento projev sloužil nejen jako rituál k nastupujícímu novému roku², ale také jako přechodový rituál státníka, probíhající v *předprahové (preliminární)* fázi a vedoucí k „odlučování od předchozího světa“ (Van Gennep, 1996, s. 27). Tedy rituál, v němž se prezident připravuje na svůj odchod z funkce hlavy státu, kdy ho v průběhu nového roku čeká změna statusu ve společnosti. Prostřednictvím analýzy narativu v rámci Zemanova novoročního projevu dojde k objasnění, v čem spočívá rituální funkce tohoto vystoupení z hlediska přípravy na odloučení z profánní sféry.³

1 Pojetí rituálu a narativu

Ačkoli se studium rituálu ustavilo na konci 19. stol. a představuje tak poměrně nedávný intelektuální počín, jeho teoretická dráha se vyvíjela stále komplexnější cestou: od počátků byl předmětem jeho zkoumání původ náboženství, dále rozšiřoval svůj zájem vlivem procesů teoretických směrů od funkcionalismu a strukturalismu ke kulturně a lingvisticky zaměřeným přístupům využívajícím sémiotiku a praktickou teorii (Brown, 2003, s. 3). V posledních desetiletích došlo k výrazným změnám jak v akademickém pojetí rituální teorie, tak v každodenní rituální praxi: začala se ustavovat tvorba nových rituálů a reinterpretace již existujících, za nimiž stojí zvyšující se sekularizace západních společností a rostoucí komercializace rituálních příležitostí, které v nás mohou vyvolávat pocit, že rituály ztratily část svých hodnot a svůj význam (Magliocco, 2014, s. 1). Tato zdánlivá „zbytečnost“ rituálů je však mnoha autory odsuzována. Nünning & Rupp (2013, s. 1) tvrdí, že v současném světě se staré i nové rituály zdají být aktuálnější než kdykoli předtím a rozvíjejí širokou škálu forem a případů tzv. „rituálního designu“⁴ (a to i ve virtuálním světě internetu). V dnešní době totiž rituály, stejně jako všechny ostatní aspekty lidského života, procházejí digi-

talizací (Grimes, 2011, s. 9–10). Dle Kreinath et al. (2006, s. 14–15) se rituály staly módním tématem se zrodem mnoha nových forem rituální praxe (např. rituály u příležitosti rozvodu, ukončení kariéry), zatímco dříve jimi bylo opovrhováno pro spojování s formou patologického chování a předmoderní mentality. Rituály však nejsou izolovaným jevem, jelikož se odehrávají v určitém kulturním kontextu (Langer et al., 2006, s. 2). Dnes jsou obecně považovány za mistrovský klíč k pochopení kultur, včetně té naší (Kreinath et al., 2006, s. 15).

Pokud jde o definici rituálu⁵, Snoek (2006, s. 12) uvádí, že v akademických pracích by měli vědci pracovat s tímto pojmem dle účelu a kontextu, v nichž má být použit a odrazuje tak od myšlenky, že existuje univerzální definice⁶, která by pojem *rituál* vystihovala: „Počet navrhovaných definic je nekonečný a zdá se, že definice navržené jedním se nelíbí nikomu dalšímu“ (s. 3). Jakákoli jedna teorie by tedy stěží stačila k tomu, aby vysvětlila komplexnost tohoto fenoménu (Kreinath et al., 2006, s. xxi). Dle Nünning & Rupp (2013) ani nelze rituály identifikovat podle společného souboru základních charakteristik a redukovat je na ně. Rituály představují relativně otevřenou a flexibilní třídu jevů, kterou drží pohromadě tzv. wittgensteinovské „rodinné podobnosti“⁷ a nejsou tedy vnímány jako „monotetické“, ale „polytetické“: polytetické charakteristiky nejsou přítomny u všech členů polytetické třídy, ale všechny se vyskytují u většiny z nich (s. 4).

Jednotlivé teorie rituálu se zaměřují na odlišné stránky jejich fungování s odlišnými pojetími jevů, k nimž je rituál vázán. Tambiah (1979, s. 119) se distancuje od striktně náboženského pojetí rituálu a definuje ho jako: „kulturně zkonstruovaný systém symbolické komunikace, který je tvořen strukturovanými a uspořádanými sledy slov a činů, často vyjadřovanými více prostředky, jejichž obsah a uspořádání se vyznačují různým stupněm formálnosti (konvenčnílnosti), stereotypů (strnulosti), kondenzace (syntézy) a redundance (opakování).“ (cit. dle Bowie (2008), s. 151). Bell (1992) akcentuje důraz na mocenská uspořádání, která jsou skrze rituály ustavována a pojímá je jako „strategii pro vytváření jistých typů

mocenských vztahů účinných v rámci určitých sociálních organizací“ (Bell, 1992, s. 197) a také jako „soubor činností, které určitým způsobem konstruuji jisté typy významů a hodnot.“ (1997, s. 82). Dle Clifforda Geertze (2005, s. 86) kultura národa není ničím jiným než souborem textů, který pro sebe a o sobě čtou jednotlivci dané kultury: „rituály vytvářejí příběh, který si lidé vyprávějí sami sobě.“ (s. 82). Don Handelman (1998) zase upřednostňuje pojem „veřejná událost“ před pojmem „rituál“ (xi), neboť tento typ událostí v sobě obsahuje prvky obřadu, má opakující se ráz a předpokládá určitý typ formalizace a ritualizace chování (s, xi, 4–5). Jelikož tato práce bude analyzovat funkci rituálu v prostředí politické komunikace, lze jej na tomto místě definovat jako „předpis (písemný či jiný) pro určitý obřad“ (Snoek, 2006, s. 14). Snoek navrhuje použít tuto definici za předpokladu, že rituální chování je v rámci rituálu spojeno s představením (vystoupením) aktéra/aktérů a se zarámováním situace (ohrazením od běžného chování), přičemž *obřadem* zde míní sled jednoho či více výkonů nejmenších rituálních jednotek (např. výměna prstenů na svatbě) (s. 13). Termín rituál Snoek používá pro dva koncepty – předpis (psaný či nepsaný) a role, kterou hrají aktéři rituálu (s. 9).

Zde se dostáváme k otázce pojetí narativu. Vyprávění je jednou z nejdůležitějších forem lidské komunikace, která nám umožňuje vzájemnou výměnu hodnot, pocitů a informací. Lze jej dokonce považovat za klíčový prvek v konstrukci lidské společnosti (Shenhav, 2005, s. 315) a společně s rituální činností tak patří mezi základní strategie člověka (Hammer, 2013, s. 245).

Zájem o narativ ze strany vědců z různých oborů vedl k rozvoji mnoha metodologických přístupů k jeho studiu a stejně jako i u rituálu mnoha různých definic. Andrew (1973) jmenuje tři hlavní přístupy k pochopení narativu: genetický, strukturální a funkční. Genetická analýza narativu usiluje porozumět vyprávění tím, že zkoumá jeho původ a různé formy, které v dějinách přijalo. Od počátku 19. stol. se ustálil tento typ analýzy jako zcela běžný, avšak na jeho přelomu začali strukturalisté (vycházející z děl Saussura, jako třeba Jakobson, Lévi-Strauss, ruští formalisté a další) zdůrazňovat

jeho omezení, zejména při studiu jazyka, kdy se pozornost přesunula ze zájmu o specifické kulturní rozdíly mezi jazyky na otázku podobnosti mezi nimi a ke studiu univerzálních zákonitostí a základních podmínek jazykové kompetence. Na limity strukturální metodologie začal poukazovat Ricouer, který nabádal ke zkoumání funkce jazykových systémů a navrhoval ustavení funkcionalismu, který by působil proti uzavřenosti strukturální analýzy, což mělo narušit sebevědomí strukturalismu 60. let (Andrew, 1973, s. 45, 59).

Poměrně novou záležitostí se jeví studium narativu jako samostatného předmětu analýzy (Hammer, 2013, s. 245). Výzvou pro teorii narativu nebo naratologii v moderní době se jeví vytvořit definici, která by byla nezávislá na konkrétním médiu (např. literatuře), a tak by zůstala otevřená různorodému výzkumu v této oblasti (Hammer, 2013, s. 246). Většina definic narativu totiž limituje svoji pozornost na psané či mluvené jazykové formace (Maslowski, Šubrt, 2014, s. 217). Klasické části narativu zahrnují vyprávěče, který popisuje nebo naznačuje prostředí, postavy, začátek děje, řadu pokračujících událostí, které vrcholí konfliktem a poté jeho řešením (Cohen, 1998, s. 89). Altman (2008) kritizuje dosavadní definice, které vychází z tradičního chápání narativu a jsou poznamenány snahou o úzké vymezení, proto navrhuje pojetí, v níž lze každý narativní text chápat jako řadu „navazujících jednotek“ přecházejících z jednoho útvaru do druhého a uspořádaných určitým způsobem. Touto definicí zajišťuje, že je narativ otevřen všem typům vyprávění konstruovaných různými prostředky, nejen těmi slovními (Altman, 2008, s. 1–2, 21–26).

Narativ je třeba vnímat jako diskurzivní mód (Bal, 1990, s. 730), který leží v jádru našeho sociálního a institucionálního světa (Thornborrow, Coates 2005, s. 7). Disponuje určitými tématy a často je konstruován s jistým záměrem (Cohen, 1998, s. 89) – pro pobavení; ospravedlnění a vysvětlení; poučení a stanovení společenských norem (Thornborrow, Coates, 2005, s. 7). Obecně lze říci, že vyprávění je dnes široce považováno za způsob utváření světa, za prostředek porozumění a sdílení prožitých zkušeností, jakož i za prostředek předávání, uchovávání, sdílení a zapamatování informací, který

významně přispívá k utváření individuální a kolektivní identity (Sommer, 2013, s. 85). Účely prisuzované vyprávění tak připomínají sociální a kulturní funkce, které jsou obecně prisuzovány rituálům (Sommer, 2013, s. 85). Paul Wake (2006, s. 14) definuje vyprávění jako způsob, kterým konstruujeme pojmy z oblasti historie, politiky, rasy, náboženství, identity a času. Klíčové v této práci je, že vyprávěním příběhů utváříme sdělení týkající se naší identity – říkáme, kdo jsme, či nejsme, přičemž jako příběhy chápeme i své vlastní životy (Whitebrook, 2001, s. 9).

2 Vztah rituál-narativ

Stejně jako narativy i rituály dávají našemu životu strukturu a smysl pro svoji schopnost působit na emoce a vytvářet světy, které přitahují účastníky a čtenáře už tisíce let. (Nünning, Rupp, 2013, s. 1). Rituály vyprávějí příběh – mají postavy, dějové linie, vyvrcholení a rozuzlení, nesou s sebou předvídatelný vývoj, zapojují své účastníky do dění – a proto není ani divu, že jsou nedílnou součástí zápletek mnoha velkých příběhů (Brook, 2018, s. 3). Stejně tak narativní struktury a vyprávění příběhů hrají v rituálech a rituální praxi důležitou roli. Zejména pokud jde o každodenní příběhy, má vyprávění často explicitně rituální charakter, který spočívá, mimo jiné, ve vyjádření a legitimizaci určitého souboru přesvědčení a pohledů na svět (Nünning, Rupp, 2013, s. 2, 11). K tomu dochází tím, že se rituály opírají o různé precedenty sdílené společenské praxe, a tak svým fungováním určují, jaké statky, hodnoty a osoby jsou hodny uznání. Tím nejenže vyjadřují závazek, jak by věci měly vypadat, ale také uvádí v rámci daného společenství nové a odlišné vztahy a rozdělení prostředků, čímž je jim prisuzována schopnost utvrdit i změnit zavedenou společenskou praxi (Farneth, 2023 s. 33).

Rituály jsou provozovány skrze tzv. rituální chování, jehož vykonavatelé jsou (přinejmenším zčásti) i jejich vlastním publikem, které projevuje zvláštní způsob chování, odlišující se od toho běžného a obecně se vyznačující tím, že může zahrnovat všechny lidské

činnosti, včetně řečových aktů (Snoek, 2006, s. 13). Rituály tak mohou fungovat nejen jako silné mechanismy pro konstrukci sebe i druhých (Kreinath et al., 2006, s. 15), ale i jako performativy (J. L. Austin) – akce, způsobující změny v sociálním světě (Farneth, 2023, s. 40). I v tomto ohledu k nim lze připodobnit narativy, které takéž uplatňují performativní sílu, jejíž účinnost se promítá na konstituování reality, identity a smyslu světa (Nünning, 2010, s. 191). Eakin (2011) v knize *How We Create Identity in Narrative* tvrdí, že narativnění pouhou literární formou, ale součást naší životní zkušenosti, naší identity (s. 2–3), a tudíž působí nejen v procesech zapamatování, třídění informací a utváření hodnot, ale i v mechanismu tvorby autobiografického já (Nünning, 2010, s. 192), čímž představují mocný nástroj při vytváření (nejen) politické identifikace (Hammer, 2013, s. 247).

Rituály i narativy disponují schopností utvářet společenství a oba představují způsoby, jak se vyrovnat s nahodilostí osudu, ačkoli tak činí odlišnými způsoby: rituál tím, že se snaží tuto nahodilost ze života odstranit, vyprávění tím, že ji proměňuje v děj (Ryan, 2013, s. 31–32).

U narativu je potřeba věnovat pozornost technice tvorby příběhů a zaměřit se na několik prvků, které jeho produkce zahrnuje: vykonavatele sdělení, příjemce sdělení a sdělení samotné, jež v sobě pojímá jak příběh, tak diskurz (tedy jak událost obecně, tak způsob, jakým je reprezentována) (Hammer, 2013, s. 247). Naproti tomu, v rituálu se události nevyprávějí, ale předvádějí, s výjimkou případů, kdy je součástí rituálu recitace mýtu (Ryan, 2013, s. 32). Musíme tedy vzít v potaz perspektivy, z nichž jsou narativ a rituál pojímány. Rituály, stejně jako vyprávění, je třeba umět „přečíst“, a tudíž představují zkoušku pro interpretační schopnosti (Ryan, 2013, s. 32). Dle Nünning & Nünning (2013) v rituálech existují pohledy účastníků, které se mohou lišit od perspektiv pozorovatelů, zatímco u narativů lze rozlišit kromě úrovně postav a úrovně vypravěčů, kteří o postavách hovoří i abstraktní rovinu perspektivy⁸, jež se vyznačuje zprostředkováním událostí skrze jazyk, obraz či zvuky, jejichž prostřednictvím je příběh pojímán jako celek (s. 55–56). Rozdíl mezi

příběhem a diskurzem je pak dán perspektivou, kterou narativ zaujímá k událostem, jež reprezentuje. (Hammer, 2013, s. 247).

Dle Nünning & Rupp (2013) je ke konceptualizaci vztahu mezi rituálem a narativem vhodné shrnout jistý soubor charakteristik, o nichž lze v této souvislosti uvažovat (s. 4). Autoři tvrdí, že kromě toho, že je rituál – podobně jako vyprávění – kulturně konstruovaný a historicky proměnlivý fenomén, lze na základě jeho vlastností (jako strukturovanost, uspořádanost, sekvenčnost, formalizace, řízení se pravidly) uvažovat o existenci zásadních východisek pro srovnání s hlavními rysy narativu, kterými jsou situovanost vyprávění, aspekty zápletky, narativní sebereflexivita a žánr (Nünning, Rupp, 2013, s. 4-6).

Zatímco rituály jsou symbolické akce s vysokým stupněm fyzické performativity, vyprávění (alespoň ta psaná) jsou tvořena převážně kognitivními a emotivními komponenty. (Nünning, Nünning, 2013, s. 58–59). Ryan (2013, s. 34–36) zmiňuje jejich vzájemnou podobnost v sémantické struktuře: stejně jako vyprávění rozděluje svět na různé symbolické oblasti skrze koncepční kategorie (např. odlišení bohaté/chudé společnosti apod.), i rituál se opírá o rozdělení v prostoru (posvátná místa/profánní místa, veřejné/soukromé prostory), čase (hodiny modliteb, výroční události) a společnosti (změna role jedince ve společnosti skrze překročení stádií přechodu) (viz. Van Gennep). Co se týče sekvenčnosti, v rituálu by jakýkoli zásah do pořadí činností vedl ke ztrátě jeho účinnosti, zatímco v narativu je možné manipulovat s chronologickým pořadím na úrovni diskurzu, nikoli příběhu (Ryan, 2013, s. 33).

Dle Ryan je přitažlivost vyprávění založena na nepředvídatelnosti, zatímco rituál má představovat způsob, jak překvapení ze života vymýtit (Ryan, 2013, s. 34). Vyznačuje se totiž sklonem k opakování, afirmativnosti a konstruktivnosti, ačkoli narace obecně a literární žánry zvláště mohou být ve větší míře inovativní a fungovat jako kulturně-kritický či revizionistický diskurz (Nünning, Nünning, 2013, s. 59). To však neznamená, že by byly rituály rigidní záležitosti. Langer et al. hovoří o konceptu „přenosu rituálu“, pro něhož je charakteristická změna kontextu, v jehož rámci je rituál

vykonáván (patří do něho např. způsob provedení rituálu – skrze živé vystoupení, prostřednictvím filmu, televize nebo internetu) a změna vnitřních záležitostí rituálu (např. způsob jeho provedení, struktura, estetika). K těmto změnám dle autora může docházet důsledkem migrace, globalizace, vzniku informační společnosti či nadnárodních společenství (Langer et al., 2006, s. 1–2).

Zatímco vyprávění může učinit rituál součástí svého obsahu, v inverzním metonymickém vztahu je to vyprávění, které tvoří obsah rituálu (Ryan, 2013, s. 39). Je tedy možné hovořit jak o narativitě rituálů, tak o ritualitě (alespoň určitých) narativů, přičemž kategorie, které odkazují k narativní organizaci (jako např. struktura perspektivy), lze produktivně aplikovat na analýzu rituálů, stejně jako kategorie náležící struktuře rituálu aplikovat na analýzu narativů. (Nünning & Nünning, 2013, s. 54, 58). Ačkoli existují podstatné rozdíly mezi různými typy rituálů a narativů, přesto je výhodné pokusit se od těchto rozdílů upustit a přesvědčit se o potenciálu, který jejich společné studium může nabídnout (Nünning a Nünning, 2013, s. 53).

3 Ustavení rituálu prezidentských novoročních/vánočních projevů v české/československé tradici a vymezení jádra výzkumu

První novoroční projev prezidenta republiky byl pronesen z úst T. G. Masaryka, který se vrátil koncem prosince 1918 z USA do nově vzniklého Československa a 1. 1. 1919 pronesl projev, jehož obsah měl sloužit v první řadě členům vlády a poslancům (Doubek, 2011). Jeho další vystoupení vázaná k prvnímu dni nového roku však vykonával skrze poskytování rozhovorů novinám a až v roce 1933 přišel s prvním vánočním projevem ve Filmovém týdeníku (Skalický, 2013). K ustavení tradice vánočních proslovů došlo až s londýnskými vánočními projevy Edvarda Beneše, které nabraly na důležitosti v dobách krize spjatých s Mnichovskou dohodou z roku 1938, a s nástupem nového typu média – rozhlasu, který umožnil

hovořit nejen směrem k politickým činitelům, ale i k národu (Doubek, 2011). S posledním vánočním projevem vystoupil prezident Beneš roku 1947, poté následovalo ustavení rituálu novoročních prezidentských projevů, který započal Klement Gottwald v roce 1949, kdy se z ideologických důvodů proslov přesunul z původně vánočního pozadí na novoroční (Doubek, 2011). Od této doby se konaly všechny prezidentské proslovy s termínem na Nový rok, dokud se Miloš Zeman nevrátil v roce 2013 k termínu dřívějšímu, konkrétně datu 26. prosince, kdy své vánoční poselství adresoval ze zámku v Lánech po deset dalších let.

Co se týče otázky zprostředkování prezidentských novoročních projevů v souvislosti s rozvíjejícími se mediálními technologiemi, je vhodné zmínit jejich přesunutí na televizní obrazovky, kde jako první vystoupil Antonín Novotný v roce 1958. Nicméně, tehdy se ještě nejednalo o živé vysílání, neboť k tomu došlo až v roce 2004 s výstupem prezidenta Václava Klause (Doubek, 2011). Ještě nedávno by se pojmy „rituál“ a „médiá“ považovaly za označení oddělených kulturních oblastí – jedné posvátné (spjaté s náboženskou činností) a druhé světské (pojímající nástroje a procesy přenosu informací). Situace se však změnila, neboť nyní médiá často ustavují rituály a přítomnost kamer oznamuje, že se jedná o důležitou událost. Dnes jsou oba pojmy, rituál i médiá, chápány zcela odlišně, avšak souvislosti mezi nimi jsou v odborných pracích připomínány stále častěji (Grimes, 2006, s. 3–4).

Dle J. Tomeše z Masarykova ústavu Akademie Věd jsou „Štědrovečerní poselství a novoroční projevy prezidentů republiky mnohdy zajímavými a výmluvnými dokumenty o době a režimech, v nichž byly pronášeny, i o osobnostech a naturelech mužů, kteří je pronášeli.“ (Dvořák, 2010). Politika rituálu spočívá v tom, že se jeho provedení v každém případě odehrává způsobem, který dbá na normy, jichž se dovolává, na společenství, která se jimi vytvářejí a na rozdělování moci a svobody (Farneth, 2023, s. 15). Prezidenti mají schopnost nasměrovat pozornost svých posluchačů k informacím, které považují za důležité. Musí se umět aktivně zapojit do procesu analýzy určité situace, která jim umožní poskytnout publiku dostupné

alternativy v jejím řešení, určit, co by mohlo být mezi těmito možnostmi nejlepší a zkonstruovat nějaké sdělení, které by pomohlo publiku se s touto verzí ztotožnit (O'Brien, 2018, s. 13–14). Narativ tedy disponuje rétorickou dimenzí, což značí nejen to, že vyprávění používá rétoriku nebo má rétorický rozměr, ale že i když je příběh vyprávěn, je také akcí: vypráví se někým při nějaké příležitosti a za nějakým účelem (Phelan, 1996, s. 7–8).

Není pochyb, že rituál novoročních projevů prezidentů byl a je jednotlivými hlavami státu užíván k rozprostranění myšlenek a ideologií sloužících státníkům k jejich politickým účelům a směřování. Na první pohled však nemusí být zjevné, že prostřednictvím narativu v rámci daného rituálu prezident může konstruovat další rituál, tentokrát spjatý s lineárním pojetím času,⁹ a tedy ještě jedním účelem s ním spojeným. Jak bude vysvětleno dále v textu, konkrétně jde o to, že performativní síla narativu konstituuje v analyzovaném projevu (posledním vystoupení prezidenta před jeho jistým odchodem z úřadu, a s tím spojenou změnou jeho statusu) identitu prezidenta skrze rituál vykonávaný v preliminární fázi přechodu – z funkce hlavy státu směrem k odloučení z ní.

Stausberg cituje Dastura Kotwala, podle něhož preliminární fáze rituálu představuje proces spočívající ve formě „očisty“, která slouží k oddělení jednotlivého kandidáta od jeho společnosti (Stausberg, 2004, s. 95). Koncepce přechodových rituálů je dílem autora Van Gennepa, který analyzuje roli rituálů založených na přechodu od jedné sféry (magicko náboženské či sociální situace) do jiné, kdy k završení tohoto procesu je potřeba projít třemi etapami – fází odloučení (rituály preliminární/předprahové), vstupem do stadia pomezí (rituály prahové/liminární) a navrácení se do společnosti v nové roli (rituály poprahové/postliminární) (Van Gennep, 1996, s. 19, 25, 27). Tyto fáze však nemusí být vždy stejně propracované, mohou se vzájemně prolínat, trvat různě dlouhou dobu, a dokonce se může schéma i rozšiřovat (Van Gennep, 1996, s. 19). Změna stavu není jediným důvodem k provedení procesu přechodu, neboť rituály s tím spojené vždy mají i svůj vlastní cíl (např. svatební obřad nemá vést jen ke změně společenského sta-

tusu, ale i k cíli narození potomka) (Van Gennep, 1996, s. 20). „Abychom pochopili rituály týkající se prahu, musíme si v každém případě uvědomit, že práh je jen jednou částí dveří a že se většina těchto rituálů musí chápat v přímém a materiálním smyslu rituálů týkajících se vstupování, čekání na přijetí nebo na vycházení, tzn. rituálů přechodových.“ (Van Gennep, 1996, s. 31).

Jednu z kategorií přechodových rituálů tvoří pomezní rituály, kam spadají rituály spjaté s těhotenstvím, zásnubami, či iniciací (rituál usmiřovací) (Van Gennep, 1996, s. 19, 20). „Obecně se rozumí iniciací souhrn rituálu a ústních naučení, po kterých následuje zásadní změna náboženského a sociálního statusu osoby, která iniciaci podstupuje. Pokud tento fakt vyjádříme filozoficky, tak iniciace je rovna ontologické změně existenciálního režimu.“ (Eliade, 2004., s. 4). Iniciačním rituálem je v této práci vnímán i rituál vánočního projevu prezidenta Zemana, jehož vystoupení se odehrává v preliminární fázi přechodu od jednoho společenského statusu k jinému.

V další části práce dojde k analýze zmíněného vánočního projevu prezidenta Zemana, aby došlo k ukázce způsobu provedení přechodového rituálu a k předvedení naplňování cíle rituálu prostřednictvím narativu.

4 Analýza vánočního projevu Miloše Zemana

Zde se zaměřím na ty části narativu prezidentského proslovu¹¹, které ilustrují příklad iniciačního přechodového rituálu charakteristického pro „odlučování od předchozího prostředí“, na základě čehož ho lze nazvat také jako „očistný“ (Van Gennep, 1996, s. 27). Očista je zde vnímána snahou dokázat Zemanovy zásluhy ve věci služby republice a snahou přesvědčit publikum o jeho pracovních schopnostech a o správnosti politického směřování, o které se během svého politického působení zasazoval. Vzhledem k tomu, že prezidentovi končí funkční období až v březnu, stále ještě zastává svůj úřad a jeho sociální status zůstává do té doby nezměněn, proto

je vykonání tohoto rituálu pouze předstupněm k úplnému odloučení od funkce.

Zeman již od samého začátku proslovu vyjadřuje, že pro něj tato chvíle představuje emotivní záležitost, což souvisí s tím, že se blíží konec jeho funkčního období a že ho čeká vstup do společnosti v nové roli: „... setkáváme se již po desáté u vánočního poselství prezidenta republiky. A protože je to po desáté, je to také naposledy.“... „Možná to bude trochu delší, prosím abyste mi to promiňli. Koneckonců je to naposledy.“ Kromě opakování stejného slova na konci věty („je to naposledy“), což značí použití stylistické figury epifory a má vést k udržení pozornosti a zájmu publika (Minářová, 2011, s. 129), působí slovní spojení „je to naposledy“ a jeho opakování poněkud lítostivým dojmem a je dokladem citového prožívání prezidenta.

Prezident dále zmiňuje, že jeho projev bude složen ze dvou částí – „V té první bych se jako obvykle chtěl věnovat aktuálním událostem uplynulého roku, ale v té druhé bych chtěl shrnout třicet dva let v politickém životě, protože to pokládám za svoji samozřejmou povinnost, abych vám složil účty.“ Zde si můžeme všimnout náznaků provedení dvou forem rituálů – prvního vázaného na zhodnocení uplynulého roku (cyklický čas) – a druhého spojeného s končící jednou etapou jeho života, kterou je funkce českého prezidenta (lineární čas). Užití frazému – ustáleného slovního spojení „složit účty“ taktéž značí snahu před publikem obhájit, že ve své politické službě dostal svým povinností. Tuto snahu lze považovat za nástroj k započetí „očistného“ rituálu.

V části, v níž prezident sděluje hlavní události, které se v průběhu roku udály, je možné vypozařovat různé strategie, které mají sloužit ke vzhlížení k osobě prezidenta. První je snaha působit vzdělaně, a tedy i kompetentně pro vykonávání činnosti prezidenta. Používá vysvětlování používaných termínů, čímž poučuje neznalé publikum: „... problém, o kterém bych chtěl mluvit, je inflace, česky zdražování... Inflace má několik faktorů...“

Další strategií je odvolání se na uznávané autority z řad odborníků, konkrétně na profesora Švejnara (specialista na ekonomické

otázky): „Inflace má několik faktorů. Jedním z nich, jak upozornil profesor Švejnar, je i zvyšování úrokových sazeb centrální bankou...“ Prezident pokračuje poučováním: „... protože úroky jsou náklad a náklad se promítá do ceny...“

Poslední strategií je úsilí o uznání zásluh za své činy: „... jmenoval jsem jak guvernéra, tak členy bankovní rady z řad odborníků, kteří byli oponenty zvyšování úrokových sazeb. Tyto sazby totiž prohlubují hypoteční krizi a snižují dostupnost úvěrů.“ Opět si můžeme všimnout odvolávání se na odborníky a snaze poučovat publikum.

Dále se prezident dostává k rekapitulaci svého působení v politice. Na začátku podtrhuje svoji odvalu vzepřít se autoritám v případech, kdy se jeho názory nesházejí s jejich: „Za doby normalizace jsem byl spíše objektem než subjektem politiky. Za svoje názory jsem byl několikrát vyhozen z práce...“ Pokračuje vyzdvížením vlastních zásluh na změně režimu: „... Poprvé kvůli nesouhlasu se sovětskou okupací a naposledy v září 1989 kvůli kritickému článku v Technickém magazínu, který měl velký ohlas, rozmnožoval se, a tak snad trochu rovněž přispěl k listopadové revoluci.“

Zeman dále popisuje, jakými funkcemi prošel první roky po rozpadu sovětské vlasti – byl poslancem federálního shromáždění, předsedou jejího rozpočtového výboru a předsedou sociální demokracie v roce 1993.“ Tato strana měla tehdy sedm procent voličské podpory. Během pěti let tvrdé práce se nám podařilo zvýšit tuto podporu na třicet dva procent.“ Neopomíná zmínit, že za jeho funkce předsedy sociální demokracie se u této strany důsledkem kladné vlastnosti – pracovitosti – navýšila popularita, což ho po volbách posunulo na post předsedy Poslanecké sněmovny v roce 1996 a dále na pozici předsedy vlády v roce 1998. Prezident pokračuje dalším vyzdvížením kladných vlastností své pracovní morálky: „Splnil jsem svůj slib, že sociální demokracie vstoupí do vládní budovy hlavním vchodem, nikoliv vchodem pro služebnictvo.“ Touto metaforou vyjadřuje své zásluhy na pokroku strany.

Prezident pokračuje výčtem reforem a dostižení vlády v době svého funkčního období: jednalo se o vznik krajské samosprávy,

profesionalizaci armády, privatizaci bank, vstupu do NATO, a stavbu Temelínské jaderné elektrárny. Vyzdvihuje správnost a důležitost reformy pro pokrok v zemi: „Byli jsme jednou z mála zemí v Evropě, která krajskou samosprávu neměla a kde se všechno centralizovaně řídilo z Prahy.“... „Desetitisíce mladých mužů nemuselo absolvovat povinnou vojenskou službu a...technologicky náročná armáda byla obsluhována profesionálními vojáky.“... „Státní banky...stály před bankrotem. Nyní je bankovní sektor zdravý...“ Dále Zeman zmiňuje své zásluhy na snižování deficitu státního rozpočtu a opět kladně prezentuje svoje pracovní schopnosti a morálku (dostání svým závazkům): „Vláda byla tolerována nejsilnější opoziční stranou za podmínky, že bude průběžně snižován deficit státního rozpočtu. Tato podmínka byla splněna. Na konci mé vlády činil tento deficit bez ztrát konsolidační agentury deset miliard korun.“

Dalším zlomem v kariéře Zemana byl rok 2003, kdy kandidoval na prezidenta republiky. Nicméně jeho neúspěch nepřisuzuje vlastnímu přičinění, nýbrž nevůli jiných: „V důsledku postojů některých vedoucích představitelů sociální demokracie jsem nebyl zvolen.“ Hned nato dodává, že po deseti letech na Vysočině se opět rozhodl kandidovat a tentokrát úspěšně, za což je občanům vděčný.

Následuje výčtem hlavních politických cílů, které jako prezident následoval: „Jako prezident jsem se v první řadě snažil hájit české národní zájmy.“ Tím chce říct, že svoji funkci zastával nesobecky, neboť pracoval právě pro lid. Vysvětlováním užitých pojmů opět poučuje publikum, čímž má působit působile a erudovaně: „Musíme si definovat, co to národní zájem je. Česká republika je malý až střední stát, kde osmdesát procent hrubého domácího produktu je tvořeno exportem. Naším národním zájmem...je tedy podporovat export, prosazovat ekonomickou diplomacii a mít korektní vztahy s „pokud možno všemi významnými zeměmi světa“. Dále se snaží opět připomenout své zásluhy: „Podnikl jsem celou řadu zahraničních cest za doprovodu podnikatelských delegací. Kromě toho jsem se snažil, aby si česká republika uchovala svoji suverenitu

a nepodlehla jakémukoliv vnějšímu tlaku.“ Vyjadřuje tak svoji neoblomnost a loajalitu české zemi.

Ke konci svého projevu chce ukázat, že jeho vliv a zásluhy nesa-
hají jen do sféry naší republiky, ale jsou oceňovány i cizími státy:
„I když jsem dostal řadu zahraničních vyznamenání, s pokorou
a úctou jsem z rukou izraelského prezidenta nedávno přijal nejvyšší
izraelské vyznamenání, Řád cti, který jsem údajně dostal jako první
zahraniční politik.“ Výrazem „údajně“ se snaží zmírnit sebechválu
a projevit skromnost. Nicméně lze použití tohoto slova chápat jako
floskuli s patrnou snahou o korektnost: jedná se o něčí skutečné,
nikoli údajné stanovisko (viz. Just, 2009).

Předtím než prezident přejde k zakončení „očistného“ rituálu,
připravuje se k realitě, která ho čeká, jakmile se změní jeho spo-
lečenský status. Sděluje, že jakmile v březnu opustí úřad prezidenta,
jistě ho čekají pozitivní věci, ale neskrývá, že bude pociťovat i stesk
po své funkci: „Milí přátelé, po 8. březnu odejdu do starobního
důchodu. Budu číst zajímavé knihy, a tak trochu budu i vzpomí-
nat.“ Nicméně, dává najevo, že v dobrém bude vzpomínat na práci
s těmi, kteří společně s ním nesobecky pracovali v zájmu země
a lidu, zatímco na špatné vztahy hodlá zapomenout: „Jako každý
politik jsem se občas setkával přímo nebo zprostředkovaně i se
závistivými a zakomplexovanými nulami ať už mezi politickými
komentátory, mezi neúspěšnými politiky i jinde. Na tyto nuly zapo-
menu první den svého starobního důchodu, a naopak budu vděčně
a s úctou vzpomínat na všechny ty, s nimiž jsem měl tu čest praco-
vat pro republiku.“

Rituál je zakončen slovy: „Moji milí, je čas se rozloučit. A jak
jinak než slovy básníka: ‚A kdybychom se víckrát neviděli, bylo to
krásné a bylo toho dost.‘ Sbohem a šáteček“. Zeman zde použil úry-
vek z básně Vítězslava Nezvala – „Sbohem a šáteček“, v níž autor
projevuje žal nad tím, že všechno má svůj konec. Touto větou mů-
žeme vnímat připravenost prezidenta ke změně jeho statusu ve spo-
lečnosti, a tedy i završení jedné fáze iniciačního rituálu.

Závěr

Tato práce měla snahu ukázat, že rituál a narativ jsou dva fenomény, které je výhodné zkoumat společně, neboť jejich vzájemná provázanost poskytuje podmínky pro výzkum s nimi spojených oblastí z takové perspektivy, která umožňuje dojít k novým zjištěním. Vzhledem k tomu, že rituál i narativ jsou neustále proměňující se fenomény, které neztratily svoji důležitost ani v současném světě, lze považovat za důležité rozvíjet možnosti jejich zkoumání.

Kromě toho, že práce poskytuje vhled do studia rituálu a narativu v průběhu času, přináší i teoretický rozbor provázanosti termínů rituál a narativ, se zaměřením na jejich podobnosti a odlišnosti a z toho plynoucí možné potenciality společného výzkumu. Tento text je pokusem o doložení, jak může být v rámci rituálu, kterým je blížící se konec roku a s ním spojený proslov prezidenta, použit narativ, který má přispět nejen ke zhodnocení uplynulých událostí, ale také ke konstrukci dalšího rituálu – konkrétně přechodového, vztahujícímu se k obřadu, v němž prezident prostřednictvím rituálu „očisty“ směřuje ke změně společenského statusu a k vypořádání se s touto novou společenskou situací, která ho očekává.

Bylo ukázáno, jak došlo k zavedení tradice novoročních/vánočních projevů prezidentů a jejich význam pro společnost. Nakonec byla provedena samotná analýza narativu posledního vánočního projevu prezidenta republiky Miloše Zemana, díky níž došlo k již zmíněnému zjištění, že prezident se skrze své vystoupení snaží vypořádat se ztrátou své funkce. Jelikož ho čeká odchod z úřadu, usiluje o to vstoupit do nového prostředí s čistým štítem. Vykonává tak rituál „očisty“, která spočívá v tom, že ve svém proslovu dokazuje své zásluhy ve věcech služby republice a národu během celého svého politického působení. Jeho cílem bylo také ukázat, že jako prezident a politik byl zcela kompetentní osobou pro činnosti jemu svěřené. K tomu používá různé strategie, jako je snaha působit erudovaně, prokazovat pracovní morálku a demonstrovat schopnost dostát svým závazkům, které mají sloužit k vyvolání pocitu vzhlížení k osobě prezidenta publikem.

Konec jeho funkčního období souvisí nejen se steskem, ale i se vstupem do nového prostředí, které je pro něj něčím neznámým. Proslov měl prezidentovi sloužit jako vykonání přechodového rituálu, které ho zbaví strachu z tohoto neznámého, což stvrzuje ke konci svého projevu tím, že nyní je k této změně připraven.

Poznámky:

- ¹ Článek vznikl v rámci projektu Interního grantového systému MUP s interním číslem E52-79 a názvem „Jazykové prostředky vyjadřování rituálu“ financovaného z podpory MŠMT na specifický vysokoškolský výzkum v letech 2020–2021.
- ² Zápletku Pavel vnímá po vzoru Petera Brookse jako narativ touhy (spojuje Freudův instinkt smrti a Lacanovo pojetí touhy, kdy každý děj je spojen s nevyhnutelným koncem a neodolatelným nutkáním vyprávět o tom) (Pavel, 1990, s. 65).
- ³ Podle Van Gennepa patří k přechodovým rituálům i *rituály vztahující se ke kosmickým přechodům* (střídání úplňků, ročních období, roků ...) (Van Gennep, 1996, s. 13).
- ⁴ Myšleno po vzoru Van Gennepa dvojakostí pojmu posvátna, které je označením pro vzájemné situace (Van Genep, 1996, s. 20). V našem případě jde o přechod z profánní sféry (funkce úřadu prezidenta) do posvátné sféry, která je charakterizována novým prostředím s proměněným sociálním statutem účastníka (opuštění úřadu prezidenta).
- ⁵ Rituální design se zabývá vytvářením alternativních verzí existujících rituálů (Nünning & Rupp (2013, s. 84). K bližší specifikaci pojmu rituálního designu viz. Ahn (2011).
- ⁶ Termín rituál pochází z lat. *ritus*, což bylo původně označení pro zvyk i obřad (Sokol, 2010, s. 329). K podrobné analýze přístupů k rituální teorii a akademickému diskurzu rituálu viz. Kreinath et al. (2006).
- ⁷ Snoek (2006) tvrdí, že při bližším zkoumání této problematiky se mu zdá velmi nepravděpodobné, že by – snad až na jednu či dvě výjimky – existovala nějaká vlastnost, která by se skutečně vyskytovala u všech forem pojetí rituálu (s. 3).

- ⁸ Wittgenstein uvádí na příkladu rodinných vztahů, že jednotliví členové rodiny mohou disponovat podobnými charakteristickými rysy (barvou očí, chůzí, temperamentem apod.), ačkoli nemusí sdílet žádný takový, který by byl společný všem (Wittgenstein, 1953, § 66).
- ⁹ Tato abstraktní rovina je přítomná pouze u narativů, zatímco u rituálů chybí (Nünning&Nünning, 2013, s. 56).
- ¹⁰ Rituály, které označují různé etapy lidského života, vycházejí z lineárního pojetí času, jelikož tyto etapy jsou nevratné (prezident se loučí se svojí funkcí navždy). Tradice, do níž patří novoroční/vánoční projevy prezidentů, je rituálem vycházejícím z cyklického pojetí času, založeným na přírodních jevech, a tak souvisejícím s pravidelným střídáním stejných událostí (v našem případě střídání roků) (Ryan, 2013, s. 35–36).
- ¹¹ Proslov je dostupný online zde: <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/vanocni-poselstvi-prez>.

Literatura:

- AHN, G. Ritual Design – an Introduction. In: Michaels, A. *Ritual Dynamics*, 2011, Vol. 4, pp. 601–605.
- ALTMAN, R. *A Theory of Narrative*. New York: Columbia University Press, 2008.
- ANDREW, J. D. The Structuralist Study of Narrative: Its History, Use, and Limits. *The Bulletin of the Midwest Modern Language Association*, 1973, Vol. 6, Nr. 1, pp. 45–61.
- BAL, M., The Point of Narratology. *Poetics Today*, 1990 Vol 11, Nr. 4, Narratology Revisited II, pp. 727–753. Duke University Press.
- BASSO, E. B., SENFT, G. Introduction. In: SENFT, G., BASSO, E. B. *Ritual Communication*. Oxford: Berg, 2009.
- BELL, C. M. *Ritual Theory, Ritual Practice*. New York: Oxford University Press, 1992.
- BELL, C. M. *Ritual: Perspectives and Dimensions*. New York: Oxford University Press, 1997.

- BOWIE, F. *Antropologie náboženství*. Praha. Portál., 2008.
- BROOK, A. *Tragic Rites: Narrative and Ritual in Sophoclean Drama*. Wisconsin: The University of Wisconsin Press, 2018.
- BROWN, G. Theorizing Ritual as Performance: Explorations of Ritual Indeterminacy. *Journal of ritual studies*, 2003, Vol. 17, Nr. 1, pp. 3–18.
- COHEN, J. R.. *Communication Criticism: Developing Your Critical Powers*. Thousand Oaks: Sage, 1998.
- DOUBEK, V. Historie: Tradice prezidentských novoročních projevů. *Neviditelnýpes.lidovky.cz*, https://neviditelnýpes.lidovky.cz/politika/historie-tradice-prezidentskych-novorocnich-projevu.A110105_114254_p_politika_wag [30.01.2023].
- DVOŘÁK, L. Tradici prezidentských projevů k Vánocům a Novému roku založil TGM. *Český rozhlas*, <https://cesky.radio.cz/tradici-prezidentskych-projevu-k-vanocum-a-novemu-roku-zalozil-tgm-8577874> [30.01.2023].
- EAKIN, P. J. *Living Autobiographically: How We Create Identity in Narrative*. New York: Cornell University Press, 2008.
- ELIADE, M. *Iniciace, rituály, tajné společnosti: mystická zrození*. Brno: Computer Press, 2004.
- FARNETH, M. *The Politics of Ritual*. Oxford: Princeton University Press, 2023.
- FELDMAN, L. M. *The Story of Sacrifice: Ritual and Narrative in the Priestly Source*. FAT 141. Tübingen: Mohr Siebeck, 2020.
- GEERTZ, C. Deep Play: Notes on the Balinese Cockfight. *Daedalus*, 2005, Vol. 134, Nr. 4, pp. 56–86.
- GRIMES, R. L. *Rite out of Place: Ritual, Media, and the Arts*. Oxford University Press, 2006.
- GRIMES, R. L. Ritual, Media and Conflict: An Introduction. In: GRIMES, R. L., HÜSKEN, U., SIMON U., VENBRUX, E. *Ritual, Media and Conflict*. New York: Oxford University Press, 2011.
- HAMMER, S. How to Commemorate a Fallen Soldier: Ritual and Narrative in Bundeswehr. In NÜNNING, V., RUPP, J., AHN, G. (eds.) *Ritual and Narrative: Theoretical Explorations and Historical Case Studies*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2013.

- HANDELMAN, D. *Models and Mirrors: Towards an Anthropology of Public Events*. New York: Berghahn Books, 1998.
- JUST, V. *Velký slovník floskulí*. Voznice: Leda, 2009.
- KREINATH, J., SNOEK, J., STAUSBERG, M. *Theorizing Rituals: Issues, Topics, Approaches, Concepts*. Leiden: Brill, 2006.
- LANGER, R., LÜDDECKEN, D., RADDE, K., SNOEK, J. Transfer of Ritual. *Journal of Ritual Studies*, 2006, Vol. 20, Nr. 1, pp. 1–10.
- MAGLIOCCO, S. Ritual Creativity, Emotions and the Body. *Journal of Ritual Studies*, 2014, Vol. 28, Nr. 2, pp. 1–8.
- MASLOWSKI, N., ŠUBRT, J. *Kolektivní paměť. K teoretickým otázkám*. Praha: Karolinum, 2014.
- MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011.
- NÜNNING, A. Making Events – Making Stories – Making Worlds: Ways of Worldmaking from a Narratological Point of View. In NÜNNING, V., NÜNNING A., NEUMANN, B. (eds.) *Cultural Ways of Worldmaking: Media and Narratives*. Berlin: Walter de Gruyter, 2010.
- NÜNNING, V., NÜNNING A., NEUMANN, B. (eds.) *Cultural Ways of Worldmaking: Media and Narratives*. Berlin: Walter de Gruyter, 2010.
- NÜNNING, V., RUPP, J., AHN, G. (eds.) *Ritual and Narrative: Theoretical Explorations and Historical Case Studies*. Bielefeld: transcript Verlag, 2013.
- O'BRIEN, S. B. *Why Presidential Speech Locations Matter: Analyzing Speechmaking from Truman to Obama*. Palgrave Macmillan, 2018.
- PAVEL, T. Narratives of Ritual and Desire. In ASHLEY, K. M. (ed.) *Victor Turner and the Construction of Cultural Criticism: Between Literature and Anthropology*. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
- PHELAN, J. *Narrative as Rhetoric: Technique, Audiences, Ethics, Ideology*. Columbus: Ohio State University Press, 1996.
- RYAN, M. L. Ritual Studies and Narratology: What Can They Do For Each Other. In NÜNNING, V., RUPP, J., AHN, G. (eds.) *Ritual and Narrative: Theoretical Explorations and Historical Case Studies*. Bielefeld: transcript Verlag, 2013.
- SEPSI, E. *Poetic Images, Presence, and the Theater of Kenotic Rituals*. New York: Routledge, 2022.

- SHENHAV, S. R. Concise Narratives: a Structural Analysis of Political Discourse. In *Discourse Studies*, 2005, Vol. 7, Nr. 3, pp. 315–335.
- SKALICKÝ, J. Zeman se vrací k tradici vánočních proslovů, první přednesl Masaryk v roce 1933. *iRozhlas.cz*, https://www.irozhlas.cz/veda-technologie_historie/zeman-se-vraci-k-tradici-vanocnich-proslovu-prvni-prednesl-masaryk-v-roce-1933_201312260846_amanourova [30.01.2023].
- SNOEK, J. Defining ‘Rituals’. In KREINATH, J., SNOEK, J., STAUSBERG, M. *Theorizing Rituals: Issues, Topics, Approaches, Concepts*. Leiden: Brill, 2006.
- SOKOL, J. *Malá filosofie člověka a Slovník filosofických pojmů*. 6. rozš. vyd. Praha: Vyšehrad, 2010.
- SOMMER, R. Obama’s American Narrative. In NÜNNING, V., RUPP, J., AHN, G. (eds.) *Ritual and Narrative: Theoretical Explorations and Historical Case Studies*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2013.
- STAUSBERG, M. *Zoroastrian Rituals in Context*. Leiden: Brill, 2004.
- TAMBIAH, S. J. A Performative Approach to Ritual. In *Proceedings of the British Academy*, 1979, Vol. 65, pp. 113–169.
- THORNBORROW, J., COATES, J. The Sociolinguistics of narrative: Identity, performance, culture. In THORNBORROW, J., COATES, J. *The Sociolinguistics of Narrative*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co., 2005.
- Van GENNEP, A. *Přechodové rituály: Systematické studium rituálů*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1996.
- WAKE, P. Narrative and Narratology. In MALPAS, S., WAKE, P. (eds.) *The Routledge Companion to Critical Theory*, pp. 14–27. London: Routledge, 1996.
- WHITEBROOK, M. *Identity, Narrative and Politics*. London: Routledge, 2011.
- WITTGENSTEIN, L. *The Philosophical Investigations*. Oxford: Blackwell, 1953.
- WRIGHT, D. P. *Ritual in Narrative: The Dynamics of Feasting, Mourning, and Retaliation Rites in the Ugaritic Tale of Aqhat*. Indiana: Eisenbrauns, 2001.

ZEMAN, M. Vánoční poselství prezidenta republiky Miloše Zemana. *Hrad.cz*, <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/vanocni-poselstvi-prezidenta-republiky-milose-zemana-16783#from-list> [08.02.2023]

Kontakt na autorku příspěvku:

Mgr. Mariana Abrahamyan

Metropolitní univerzita Praha, o.p.s.

Budova MUP na Jarově

Učňovská 100/1

190 00 Praha 9

e-mail: 6marianna.abrahamyan@gmail.com

**Nová média jako prostředek získávání informací
mezi studenty středních škol**

Markéta JANOVSÁ

**New media as a means of obtaining information
among secondary school students**

Abstract: This contribution is focused on what role new media play in acquiring information among students in the second year of grammar schools and non-grammar school types of high schools. A part is devoted to how media literacy is viewed by different authors and how it is related to media education. The consumption of news by young people is also a topic, for example what is media literacy, or whether young people are able to distinguish between information and misinformation. The information and research contained in the post are part of my diploma thesis, which I defended this June at the Faculty of Social Sciences of Charles University.

Key Words: New media; Traditional media; Information; Secondary school students; Social networking sites; Disinformation; Media literacy; Media education.

Úvod

Článek je zaměřen na to, jakou roli hrají nová média při získávání informací mezi studenty středních škol. Výzkum byl realizován v rámci praktické části mé diplomové práce na téma „Nová média jako prostředek získávání informací mezi studenty středních škol“, kterou jsem letos v červnu obhájila na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak ve skutečnosti vypadá konzumace zpráv mezi středoškoláky, zda čerpají informace jen prostřednictvím nových médií, nebo se někteří z nich obrací i na tradiční média.

Pro výzkum v rámci dotazníkového šetření jsem vybrala vždy jednu třídu druhého ročníku na gymnáziu a jednu třídu stejného ročníku na jiné střední škole negymnazijního typu. V dotazníkovém šetření byly tedy pokaždé porovnávány dvě střední školy celkem ze sedmi krajských měst, které jsem si sama určila.

1 Mediální (ne)gramotnost a mediální výchova

Mediální gramotnost můžeme formulovat mnoha způsoby. „Mediální gramotnost se nejčastěji definuje jako schopnost dostat se k mediálním informacím a umění je analyzovat, vyhodnocovat a vytvářet.“ (Gregor, Vejvodová, 2018, s. 121) Za mediálně gramotného člověka můžeme považovat toho, který umí pracovat se zdroji informací a dokáže obsah mediálního sdělení pochopit. V důsledku toho je i schopný identifikovat manipulativní stránky takovýchto zpráv (*ibid.*, s. 121). Základem mediální gramotnosti je podle autorů Gregora a Vejvodové (*ibid.*) pochopit cíl, s jakým někdo obsah vytvořil. S touto gramotností souvisí i schopnost kriticky myslet a umět si klást otázky, které nám pomohou pochopit mediální realitu.

James W. Potter definuje mediální gramotnost ve své knize *Media literacy* například jako „perspektivu, kterou aktivně využíváme, když jsme vystavováni médiím, abychom interpretovali

význam zpráv, se kterými se setkáváme“ (Potter, 2001, s. 4). V knize *Základy mediální výchovy* se můžeme dočíst, jak na mediální gramotnost pohlíží Marek Mičienka a Jan Jiráček. Tu definují jako „novou svébytnou kompetenci, osvojovanou schopnost žít s médii“ (Mičienka a Jiráček, 2007, s. 9). Autoři zároveň uvádí, že mediální gramotnost tvoří:

- „poznatky na jedné straně potřebné pro získání kritického odstupu od médií, na druhé straně umožňující maximální využití potenciálu médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy, aktivního naplnění volného času apod.
- dovednosti dovolující a usnadňující tento kritický odstup i maximální kontrolu vlastního využívání médií“ (*ibid.*, s. 9).

Mičienka a Jiráček v knize zmiňují, že v souvislosti s mediální gramotností je také důležitá znalost pravidelností a uspořádání základních mediálních produktů (*ibid.*). I když se zmíněné definice mediální gramotnosti mohou v mnohém odlišovat, můžeme si mediální gramotnost představit jako dovednost, která má lidem usnadnit život ve světě, kde média denně hrají důležitou roli.

Přestože vypadá příjem informací na sociálních sítích a internetu jednoduše a intuitivně, skrývá spoustu problémů, se kterými jsme se dříve nesetkávali. S důrazem na rychlost šíření zpráv se zvýšila například i chybovost médií. V důsledku toho důvěra v ně upadá (Gregor, Vejvodová, 2018, s. 121). V mediálním prostředí se tedy setkáváme s profesionálními novináři, ale i s osobami, které jsou za novináře považovány, protože přidávají příspěvky na svůj blog. Problémem, na který upozorňují Gregor a Vejvodová (*ibid.*), je, že neumíme rozlišovat mezi těmito póly, protože jsme mediálně negramotní.

1.1 Mediální výchova

„Ideálním prostředím, kde se zásadám mediálního chování naučit, je přirozeně škola.“ (Gregor a Vejvodová, 2018, s. 122) Autoři ale zmiňují, že se ve školách většinou učí podle učebnic, které jsou už

zastaralé a berou jen minimálně v potaz důležitost mediální gramotnosti a proměnu mediálního světa, ke které v uplynulých letech došlo. I když je mediální výchova na školách povinná jako průřezové téma, ve skutečnosti se tato oblast často přehlíží a je nedostatečně vyučována (*ibid.*).

Součástí formálního vzdělávání je mediální výchova v České republice už od roku 2005 (Šimková, 2022, s. 37). „Mediální výchova se v Rámcových vzdělávacích programech objevuje jako jedno ze šesti průřezových témat.“ (*ibid.*, s. 37) V rámci kombinace výuky a tematické integrace do jiných oblastí vzdělávání, se mediální výchova stala součástí RVP, které jsou určeny pro základní školy a gymnázia (Mičienka a Jiráček, 2007, s. 11). Karolína Šimková (2022, s. 37) upozorňuje, že Rámcové vzdělávací programy jsou pro každou školu závazné.

Žáci a studenti si mohou ve škole důležité poznatky o médiích a jejich fungování ve společnosti osvojit dvěma postupy, které RVP nabízí: „kritickou interpretací reálně existujících médií (receptivní postup), nebo vlastní mediální produkcí, například ve školním časopise či rozhlasu (produktivní postup)“ (Mičienka a Jiráček, 2007, s. 12). Oba zmíněné postupy lze vzájemně kombinovat a propojovat. Hlavní a nejdůležitější cíle mediální výchovy je tak možné naplnit receptivním i produktivním přístupem (*ibid.*, s. 12). Žák v obou případech získá informace o mediální produkci, nové poznatky o vnitřním fungování médií a o tom, jaká jsou pravidla takového fungování. Receptivním i produktivním přístupem se poučí o vlivech médií, které mají dopad na život společnosti nebo jednotlivce.

1.2 Vztah mezi mediální gramotností a mediální výchovou

Mediální gramotnost si můžeme jednoduše představit jako určitou dovednost. Mediální výchova by v takovém případě měla napomoci k osvojení právě této dovednosti. Buckingham (2003, s. 4) uvádí, že „mediální výchova je proces vyučování a učení se o médiích; mediální gramotnost je výstup (znalosti a dovednosti, které žáci získají)“. Autoři Mičienka a Jiráček (2007, s. 11) ve své knize zmiňují,

že „získávání mediální gramotnosti je dnes institucionalizováno do podoby mediální výchovy, jež se realizuje buď jako samostatný předmět, nebo jako součást předmětů jiných (mateřského jazyka, výchovy k občanství, dějepisu apod.), popřípadě jako kombinace obou přístupů“. Můžeme říct, že když dovednost mediální gramotnosti může být získávána v různých rovinách odlišnými způsoby, mediální výchova jako předmět je jen jedním ze způsobů, který může společnosti napomoci v osvojování (Šebestová, 2022, s. 19).

2 Konzumace zpráv u mladých lidí

Podle Marka Šebeše (2020, s. 5) pozorujeme klesající zájem o konzumaci zpravodajství mezi dospívajícími a mladými lidmi. Jedná se tedy o tu část společnosti, která je nejaktivnější v přijímání aktuálních informací a nejzkušenější v užívání mediálních technologií, které jsou nové. „Společně s nižší informovaností a nižším zájmem mladých lidí o dění kolem sebe se pak logicky objevuje otázka, jaké důsledky může mít tento postoj mladé generace pro kvalitu demokratického života v soudobých společnostech.“ (*ibid.*, s. 5).

Mediální komunikace prochází digitální transformací. Ta probíhá různě rychle v odlišných skupinách generace (Kramp, 2017). Jak uvádí citovaný autor, dnes se zvyky a návyky starší generace mění jen pozvolně. Tito lidé vyrůstali v době, pro kterou bylo charakteristické pravidelné čtení novin, sledování televizních zpravodajských relací nebo poslouchání rozhlasu či rádia. Právě oni považují sledování zpráv za pravidelnou a záměrnou činnost, kterou vykonávají v určitý čas během dne (*ibid.*). Dospívající a mladí lidé naproti tomu tvoří své mediální chování s pomocí mobilních a digitálních technologií. „Pokud chtějí být informováni o tom, co se kolem nich děje, požadují informace okamžitě a v takové podobě, aby je mohli rychle zkonzumovat a poté se věnovat jiné činnosti.“ (Šebeš, 2020, s. 9) Šebeš (*ibid.*) také upozorňuje, že mladí lidé neužívají zprávy plánovaně. Spíše se podle něj jedná o důsledek pobytu v mediálním prostředí, ve kterém jsou zprávy všudypřítomné.

Nezáměrná a náhodná konzumace zpravodajství je proto čím dál rozšířenějším jevem.

2.1 Sociální sítě jako hlavní zpravodajská platforma

Studii zaměřenou na konzumaci zpravodajství mladými uživateli sociálních sítí provedl mediální teoretik Boczkowski (2018). Právě on společně s dalšími kolegy zjistil, že mladí lidé vybírají v rozličných situacích různé uživatelské praktiky a při setrvávání na sociálních sítích pak volně přechází od cíleného k náhodnému konzumování zpráv a naopak (*ibid.*). Dnešní doba je charakteristická informační nasyceností, někdy až přesyceností. V takovémto mediálním prostředí se informace k mladým jedincům dostávají z velkého množství zdrojů. Zprávy pak nejčastěji konzumují skrz mobilní zařízení ze sociálních sítí nebo z online platforem (Mitchell a kol., 2016). Tyto zdroje jsou mezi mladými lidmi populární, protože přinášejí zprávy s velkou rychlostí. K takovýmto informacím se mohou mladí dostat kdekoliv a kdykoliv. Další výhodou je personalizace sociálních sítí a online zpravodajství. V takovém případě se obsah, který je nabízen uživatelům, zobrazuje podle jejich preferencí a potřeb, které zároveň odrážejí jejich životní styly, které jsou individualizované (Šebeš, 2020, s. 910).

2.1.1 Personalizace obsahů

Podle autora Marka Šebeše (*ibid.*) má personalizace v souvislosti s online zpravodajstvím dva základní rysy. Kombinování záměrnosti a nezáměrnosti je prvním z nich. „Na jedné straně mohou mladí lidé uplatňovat vyšší míru osobní kontroly nad výběrem zpráv, na straně druhé se stávají objektem kontroly ze strany technologických platforem.“ (*ibid.*, s. 10) Zpravodajský obsah pak takovéto platformy jedincům předvybírají. V dřívějších dobách tuto pozici zastávaly novinářské organizace v podobě takzvaných gatekeeperů. Ve světě mladých lidí „reprezentují gatekeepery rozmanité soubory algoritmů, které jsou pro průměrného uživatele mnohdy nevysvětlitelné a neviditelné“ (Madden a kol., 2017, s. 9). Druhým rysem je obousměrnost personalizace zpráv. Informace, které příjemce vy-

hledává a přijímá, odpovídají jeho osobním preferencím. Zároveň jeho chování na sociálních sítích vystihuje i navenek jeho osobnost. Uživatelské zpravodajské praktiky jsou tak pro mladé význačným prvkem při formování a udržování vlastní identity (Marchi, 2012).

2.1.2 Sociální funkce zpráv

U mladých lidí pramení potřeba být informován a touha vědět, co se ve společnosti a světě děje, částečně ze sociálních důvodů. Skrze interakční prostředí digitálních médií a konkrétně i sociální sítě se mohou mladí podílet na procesu zvaném „spojovací žurnalistika“ (Clark a Marchi, 2017, s. 14). Podle nich se jedná o žurnalistiku, která se skrze vzájemné sdílení, přetváření a vytváření zpráv zaslужuje o ustavování kolektivních a individuálních identit.

Sociální funkce zpráv ale přesahuje i samotné online prostředí. Zpravodajství se častěji stává impulsem pro obyčejnou komunikaci, kterou mladí vedou se svými vrstevníky. Významnou úlohu hraje i rodinné a sociální okolí mladých. Například rodiče nebo prarodiče jsou často zdrojem informací o aktuálním dění ve světě (Marchi, 2012). Podle něj právě příbuzní vysvětlují dospívajícím, jak a proč jsou jednotlivé zprávy a události relevantní.

Některé výzkumy ukazují, že dospívající a mladí lidé považují za důležité věnovat pozornost dění ve společnosti. „Navzdory tomu, že si uvědomují důležitost zpravodajství a jeho sledování, se však k tradičním zpravodajským médiím staví rezervovaně. Důvody tohoto postoje jsou značně rozmanité.“ (Šebek 2020, s. 11) Mladí lidé někdy označují tradiční zpravodajství za nezajímavé a nudné (Costera Meijer, 2007; Marchi, 2012), zaujaté (Madden a kol., 2017), nebo nadmíru orientované na negativní zprávy (Kramp, Weichert, 2018). Mladí přisuzují vinu především nadměrné orientaci na politické zpravodajství a opomíjení témat, která se právě jejich generace týká (Šebeš, 2020, s. 12).

2.2 Mediální zdatnost

Soubor schopností a dovedností ovládat technologie, které jsou potřeba pro zajištění online komunikace, můžeme nazvat techno-

logickou zdatností (Jirků, 2021, s. 93). Mantinely této zdatnosti „přesahují od mediální výchovy či mediálního vzdělávání k dalším vyučovacím předmětům, například informatice“ (*ibid.*, s. 93). V tomto případě podle Jirků (*ibid.*) nemůžeme konkrétně stanovit, kde v souvislosti se softwarem a hardwarem končí dovednost je umět řídit jako technologie a začíná dovednost je ovládat se záměrem realizace mediované komunikace.

Na technologickou dimenzi mediální zdatnosti navazuje základní orientace v mediálním prostoru. Tedy například to, která média ve skutečnosti existují, jaké jsou rozdíly mezi jednotlivými typy médií nebo co jsou to masmédia (*ibid.*). O komunikačních médiích můžeme uvažovat v rozsahu technologických a společenských zařízení či technologických a společenských procesů, nebo jejich kombinací (Altheide a Snow, 1979, s. 11).

2.3 Schopnost rozlišování mezi informací a dezinformací

Informace, které publikum prostřednictvím médií přijímá, mohou vypovídat o skutečných událostech – tedy realitě (Reifová et al., 2004, s. 211) nebo o zkreslené či deformované skutečnosti – pseudorealitě (DeFleur, 2016, s. 117). Dezinformace je pojem, který se vžil pro informace, které úmyslně pojednávají o skutečnosti, která je deformovaná. Ke vzniku a následnému šíření dezinformací slouží témata, na která společenství nahlíží nejednotně (Jirků, 2021, s. 94). „Čím více je počet zastánců jednoho názoru shodný s počtem zastánců druhého názoru, tím větší intenzitu dezinformací k tématu lze očekávat.“ (*ibid.*, s. 94)

Mediální vzdělávání a mediální výchova mohou poskytnout požadované znalosti k orientaci v mediálních obsazích. Díky nim jsou mladí lidé schopni identifikovat mezi informacemi dezinformace (*ibid.*). Jak zmiňuje ve své publikaci Jirků (*ibid.*, s. 95) „neopomenutelnou strategii distribuce dezinformací přitom představuje jejich sofistikované doslova vnucování se příjemcům, ať už přes sociální média nebo, přes řetězové e-maily“. Tyto naléhavé a neodbytné e-maily by u příjemců měly vyvolat určitá podezření. K takovému obsahu se mnohdy připojují i manipulativní a nespisovné jazykové

prostředky nebo zvláštní formátování, které je často založené na zdůrazňování a zvýrazňování (*ibid.*).

2.4 Problémové užívání médií v souvislosti s mediální výchovou

S komunikací v kyberprostoru je spjato také velké množství rizik. V dnešní době čím dál častěji zprostředkovávají vzájemnou interakci komunikační technologie. Jedná se ale o substituci neúplnou, protože „fyzickou přítomnost dvou a více osob v témže čase a na témže místě nahradit neumějí“ (Jirků, 2021, s. 95). Podle citovaného autora se ze zmíněné přítomnosti fyzické stále častěji stává jen přítomnost virtuální.

Problémové užívání médií je například jako kyberšikana spojené se zvyšujícím se podílem komunikace, která plyne kyberprostorem, a se sestupným trendem sociálních kontaktů, které jsou fyzické (*ibid.*, s. 96). „Přehnaná míra používání médií totiž může vést až k jejich problémovému užívání.“ (*ibid.*) Podle citovaného autora (*ibid.*) si můžeme všimnout, že nahrazení sociálních kontaktů médii u osob, které špatně odolávají závislostem, může přerůst až v závislost na médiích. Musíme si proto začít uvědomovat, kdy nám média přinášejí potěšení a vykonávají informační službu, a kdy už nám naopak škodí. „K tomu může napomáhat právě mediální výchova a mediální vzdělávání, a to přinejmenším diskusemi a úvahami o tom, kolik času je optimální věnovat mediovaným a kolik nemediovaným aktivitám.“ (*ibid.*, s. 96) Musíme si ale zároveň uvědomit, že existují i činnosti, které nelze i přes snahu neoddělitelnosti médií od reality uskutečňovat skrze tyto zprostředkovatele (Bolter a Grusin, 2000, s. 55–56).

3 Shrnutí výsledků provedeného výzkumu mezi studenty středních škol

Pro dotazníkové šetření v rámci výzkumu byli vybráni studenti druhých ročníků středních škol. Výzkum probíhal v sedmi krajích – v Praze, v Jihočeském kraji, v Karlovarském kraji, v Královéhradec-

kém kraji, v Pardubickém kraji, v Moravskoslezském kraji a v Jiho-moravském kraji. Dotazníkového šetření se účastnili studenti z gymnázií a středních škol negymnazijního typu v Praze, Českých Budějovicích, Karlových Varech, Hradci Králové, Pardubicích, Ostravě a Brně. Mezi středními školami negymnazijního typu byly zastoupené například střední zdravotnické školy, střední průmyslové stavební školy, střední školy strojírenské a elektrotechnické, střední školy polytechnické, nebo střední školy technické a dopravní. V souvislosti s probíhajícím zimním obdobím a zvýšenou nemocností žáků se nakonec podařilo nashromáždit dotazníky od 314 respondentů. Celkový výzkumný vzorek tedy měl 314 respondentů, z toho bylo 187 mužů a 127 žen. Převahu mužů si můžeme vysvětlit tím, že se na některých odborných středních školách v celé třídě vyskytovalo málo žen. Jednalo se o chlapeckou třídu, což bylo dáno i samotným oborem studia.

Dotazník, který studenti během výzkumu vyplňovali, obsahoval celkem deset otázek. Osm otázek bylo uzavřených, tudíž studenti středních škol zaškrtovali pouze jednu odpověď. Dvě otázky zůstaly v dotazníku otevřené, aby se středoškoláci k dané problematice vyjádřili vlastními slovy.

První část dotazníkového šetření měla za cíl ověřit, odkud studenti středních škol nejčastěji čerpají informace, a zda se ještě při získávání informací obrací i na tradiční média, jako je tisk, televize nebo rozhlas. Z vyhodnocených dotazníků vyplynulo, že 71 % středoškoláků využívá jako primární zdroj sociální sítě. Na tuto otázku takto odpovědělo 222 respondentů z celkem 314. Na komunikační sítě se nejvíce obrací studenti střední školy v Pardubicích (94 % respondentů). Naopak nejméně ze sociálních sítí čerpají informace gymnazisté z Prahy (54 % respondentů) a z Českých Budějovic (50 % odpovědí). Pro šest ze sedmi krajů platí, že na středních školách negymnazijního typu studenti častěji čerpají informace ze sociálních sítí než jejich vrstevníci na gymnáziích. Výjimku tvoří Ostrava, kde se na komunikační sítě častokrát obrací právě studenti gymnázií.

Zhruba čtvrtina respondentů (26 %) čerpá informace z tradičních médií alespoň jednou týdně. Na všech gymnáziích a střed-

ních školách, vyjma odborné školy v Karlových Varech, se najdou studenti, kteří denně přijímají informace právě z klasických médií. U všech středních škol a gymnázií, které se zúčastnily dotazníkového šetření, si můžeme zároveň všimnout, že někteří respondenti vůbec nečerpají informace z tohoto typu médií. Celkem se jedná o 15 % studentů, kteří se dotazníkovému šetření podrobili.

Podíváme-li se na to, který typ tradičních médií studenti upřednostňují, zcela vede televize. Téměř tři čtvrtiny respondentů odpověděly, že nejčastěji čerpají informace právě z televizního vysílání. Přesněji se jednalo o 72 % respondentů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření. Nejvíce tuto možnost označovali studenti na gymnázium v Karlových Varech (85 % respondentů). Naopak nejméně se takto vyjádřili respondenti z gymnázia v Českých Budějovicích (65 % respondentů). Celkem 2 % respondentů odpověděla, že čerpají informace z tištěných médií. Jednalo se o studenty gymnázia v Královéhradeckém kraji, v Jihočeském kraji, v Pardubickém kraji a střední školy v Praze. Jde o určitou zajímavost, na které můžeme vidět, že se tisk z povědomí veřejnosti a mladých lidí ještě zcela nevytratil.

Studenti druhých ročníků středních škol a gymnázií nejčastěji využívají při získávání aktuálních informací sociální síť Instagram. Celkem takto odpovědělo 45 % z nich. Nejvíce respondentů používá tento druh komunikační sítě na gymnázium v Karlových Varech (70 %). Naopak nejméně studentů tuto možnost označilo na gymnázium v Pardubicích, kde se jednalo pouze o 25 % dotázaných. Pouze 8 % respondentů označilo možnost TikTok. Sociální síť Facebook už u nynějších studentů středních škol a gymnázií takovou oblibu nemá. Pouze 1 % respondentů uvedlo, že ji využívá při získávání aktuálních informací. Z výsledku výzkumu je patrné, že se studenti více přiklánějí k internetovým zpravodajským serverům (16 % respondentů), než že by využívali zpravodajské aplikace (2 % dotázaných). Na celkem čtyřech středních školách se vyskytla i odpověď, že studenti informace z nových médií vůbec nečerpají. Šlo o střední školu v Brně, o gymnázium v Hradci Králové a o střední školu a gymnázium v Ostravě. Celkem ze sociálních sítí nezískává informace 1 % dotázaných studentů.

Druhá část dotazníku měla za cíl zjistit, kde a zda vůbec si studenti ověřují informace, nebo jestli vědí, jaká existují pro jejich ověřování pravidla. Nejprve bylo zkoumáno, jaký je vůbec přístup středoškoláků k médiím. 98 % respondentů odpovědělo, že si informace nejprve přečtou či vyslechnou, ale názor si na ně udělají sami, případně si je dál ověří. Jedno procento studentů odpovědělo, že média odsuzuje, protože říkají nesmysly, pomlouvají nebo šíří dezinformace. Studenti druhých ročníků si nejčastěji ověřují pouze zprávy, které jsou pro ně nějakým způsobem zásadní a důležité. Tuto možnost vybralo 90 % respondentů. Nejvíce studentů (100 %) na tuto otázku odpovědělo na střední škole v Českých Budějovicích. Nejméně byla tato odpověď naopak zastoupena na gymnáziu v Hradci Králové (74 % dotázaných). Celkem 7 % ze všech respondentů si zprávy nikdy neověřuje. Největší procentuální zastoupení mělo v této odpovědi gymnázium z Prahy (15 % studentů).

Nejzmiňovanějšími zdroji, na kterých si středoškolští studenti ověřují zprávy, byly internet a Google prohlížeč. Respondenti také častokrát uváděli, že v situacích, při kterých nevědí, zda je daná informace pravdivá, nebo není, se obrací na své rodiče nebo kamarády, aby jim s ověřením pomohli. Potvrdilo se tak Marchiho (2012) tvrzení, kde sám zmiňuje, že právě sami příbuzní vysvětlují dospívajícím, jak a proč jsou dané události relevantní. U dotazovaných je vidět i určitá tendence obracet se při tomto procesu na média veřejné služby. Z dotazníkového šetření vyšlo najevo, že 83 % studentů ví, jak si má informace správně ověřovat (minimálně ze dvou na sobě navzájem nezávislých zdrojů). Nejlépe ze všech zkoumaných škol odpověděli gymnazisté z Brna (97 % dotazovaných označilo správnou responzi). Naopak nejhůř skončila střední škola negymnazijního typu v Českých Budějovicích, kde otázku správně zodpovědělo pouze 54 % tamějších studentů. Z celkového počtu 314 respondentů 53 studentů neví, jak si má správně informace ověřovat. Jedná se o 17 % ze všech dotázaných.

Na pěti ze sedmi zkoumaných gymnáziích jsou na tom studenti opravdu lépe, co se týče vědomostí o správném ověřování aktualit. Jedná se o gymnázia v Brně, Hradci Králové, Českých Budě-

jovicích, Ostravě a Pardubicích. Všechny gymnazijní střední školy v těchto městech vykazují vyšší míru správných odpovědí ve srovnání s odbornými středními školami, které se nacházejí ve stejném městě. Naopak gymnazisté v Karlových Varech a Praze dopadli hůř než jejich vrstevníci na středních odborných školách. Pravý důvod, proč tomu tak je, ve skutečnosti neznáme. Jelikož jsem ale pražské gymnázium, které se zúčastnilo dotazníkového šetření, sama navštěvovala, trůfám si odhadnout, že neznalost správného ověřování informací je dána nedostatečnou mediální gramotností a s ní spojenou mediální výchovou, která se na gymnáziu stále nevyučuje.

Celkem 65 % respondentů (203 dotázaných) střední škola (gymnázium či odborně zaměřená střední škola) nepřipravuje na to, jak mají studenti pracovat s informacemi. Nejhorší situace je na střední odborné škole v Hradci Králové, kde na otázku tímto způsobem odpovědělo 93 % respondentů z druhých ročníků. Ve srovnání s Hradcem Králové je naopak nejlepší situace v sousedícím Pardubickém kraji. Na gymnázium v Pardubicích 71 % studentů odpovědělo, že se je škola snaží v této oblasti vzdělávat. U této otázky ale nemůžeme jednoduše konstatovat, že by gymnázia nebo naopak odborné střední školy byly na tom lépe či hůř. Odpovědi „ano“ a „ne“ jsou totiž často hodně podobné. V rámci této otázky bylo od studentů ještě zjišťováno, zda je škola připravuje na práci s informacemi v rámci nějakého konkrétního předmětu, nebo to studenti spíše vnímají jako iniciativu učitele. Respondenti nejčastěji odpovídali, že se tak děje v rámci nějakého povinného předmětu — například českého jazyka a občanské výchovy na gymnáziích, nebo předmětu informační a komunikační technologie na středních odborných školách. Zde se potvrdila tvrzení Mičienky a Jiráka (2007, s. 11), kteří říkají, že mediální výchova je nejčastěji součástí jiných předmětů, jako je dějepis, výchova k občanství nebo výuka mateřského jazyka. Pouze studenti pražské střední školy uvedli, že se médiím budou více věnovat ve třetím ročníku, kde je čeká povinný předmět mediální výchova.

Studenti druhých ročníků nejčastěji zmiňovali, že za nejdůvěryhodnější zdroj informací považují veřejnoprávní média. Často vy-

skytovaná odpověď byla také ta, že dotazovaní nemají žádný zdroj informací, který by oni osobně považovali za důvěryhodný. Vedle médií veřejné služby se respondenti častokrát obrací i na internetové zpravodajské servery, které považují za důvěryhodné. U gymnazistů stojí za zmínění, že se častěji oproti vrstevníkům z negymnazijních typů středních škol obrací i na věrohodná zahraniční média. U některých respondentů bylo zjištěno, že neumí zacházet s pojmy „veřejnoprávní“ a „soukromý/á“. Právě v této situaci jsem si sama uvědomila, jak je mediální výchova důležitá a že by se některým školám opravdu vyplatilo investovat do výuky a studenty v oblasti médií vzdělávat či dovzdělat.

Závěr

Cílem výzkumu, který byl realizován v rámci mé diplomové práce, bylo zjistit, jak ve skutečnosti vypadá konzumace zpráv mezi studenty druhých ročníků středních odborných škol a gymnázií. Zjistila jsem, že většina studentů využívá při získávání nových informací sociální sítě, respektive platformu Instagram. Respondenti z druhých ročníků středních škol se při konzumaci zpráv ale zároveň obrací i na tradiční média. V takovýchto případech nejčastěji využívají televizi, jen minimálně se obrací na média tištěná. Dotazovaní studenti nejčastěji přistupují k médiím s tím, že si zprávy z nich vyslechnou, ale názor si na daná témata udělají převážně sami, případně si informace dále ověří. I když většina škol své studenty na práci s informacemi nepřipravuje, respondenti vědí, jak si je mají správně ověřovat. Pokud se gymnazisté nebo středoškoláci v průběhu studia dozvídají něco o mediální gramotnosti, je to nejčastěji během povinných předmětů (např. českého jazyka, občanské výchovy či informačních a komunikačních technologií), nikoli během samostatného předmětu – mediální výchovy. Za nejdůvěryhodnější zdroj informací studenti nynějších druhých ročníků středních odborných škol a gymnázií považují veřejnoprávní média. Mezi gymnazisty a studenty negymnazijních typů středních škol nejsou v přijímání informací zásadní rozdíly.

Literatura:

- ALTHEIDE, D. L., SNOW, R. P. *Media Logic*. London: Sage, 1979.
- BOCZKOWSKI, P., MITCHELSTEIN, E., MATASSI, M. „News Comes across When I'm in a Moment of Leisure': Understanding the Practices of Incidental News Consumption on Social Media.“ *New Media & Society*, 2018, Vol. 20, Nr. 10, p. 3523–3539.
- BOLTER, J. D. a R. GRUSIN. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press, 2000.
- BUCKINGHAM, D. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. 1st pub. Cambridge: Polity Press, 2003.
- CLARK, L., MARCHI, R. *Young People and the Future of News: Social Media and the Rise of Connective Journalism*. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2017.
- COSTERA MEIJER, Irene. *The Paradox of Popularity: How Young People Experience the News*. Journalism studies (London, England), 2007, Vol. 8, Nr. 1, p. 96–116.
- DeFLEUR, M. L. *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects*. New York: Routledge, 2016.
- GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. Brno: CPress, 2018.
- JIRKŮ, Jan. Aktuální témata mediální výchovy a mediálního vzdělávání. *Civilia – Odborná revue pro didaktiku společenských věd*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2021, roč. 12, č. 1, s 91–98.
- KRAMP, L. „We Need to Keep Moving': Strategies of News Media to Attract Young Audiences in Germany.“ In TOSONI, S., CARPENTIER, N., MURRU, M., KILBORN, R., KRAMP, L., KUNELIUS, R., MC-NICHOLAS, A., OLSSON, T., PRUULMANN- VENGERSFELDT, P. (eds.) *Present Scenarios of Media Production and Engagement*. Bremen: Edition Lumière, 2017, pp. 107–122.
- KRAMP, L., WEICHERT, S. „Millennials, die unbekannten Wesen: Wie journalistische Medien und Nachrichtenangebote junge Menschen im digitalen Zeitalter erreichen – und was sie von ihnen lernen.“ In OTTO, K., KÖHLER, A. (eds.) *Crossmedialität im Journalismus und*

- in der Unternehmenskommunikation*. Wies – baden: Springer, 2018, p. 269–290. ISBN 3-658-21744-8.
- MADDEN, M., LENHART, A., FONTAINE, C. *How Youth Navigate the News Landscape* [online]. Knight Foundation, 2017 [cit. 2023-02-13]. Dostupné z: <https://knightfoundation.org/reports/how-youth-navigate-the-news-landscape/>
- MARCHI, Regina. *With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic “Objectivity”*. The Journal of communication inquiry, 2012, Vol. 36, Nr. 3, p. 246–262.
- MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007.
- MITCHELL, A., GOTTFRIED, J., BARTHEL, M., SHEARER, E. *The Modern News Consumer: News Attitudes and Practices in the Digital Era* [online]. Pew Research Center, 2016 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/07/07/the-modern-news-consumer/>
- POTTER, J. W. *Media literacy*. London: Sage Publications, 2001.
- REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.
- ŠEBESTOVÁ, N. *Mediální gramotnosti na 2. stupni ZŠ*. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií, 2022 Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/174463>.
- ŠEBEŠ, M. Odpojení a propojení: mladí lidé, konzumace zpráv a občanská angažovanost. *Civilia – Odborná revue pro didaktiku společenských věd*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, roč. 11, č. 2, s. 4–23.
- ŠIMKOVÁ, K. „Je jich dostatek, ale různé kvality.“ Učitelé mediální výchovy o výukových materiálech. *Civilia – Odborná revue pro didaktiku společenských věd*, 2022, roč. 13, č. 2, s. 35–48.

Kontakt na autorku příspěvku:

Mgr. Markéta Janovská

Univerzita Karlova

Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Smetanovo nábřeží 6

110 01 Praha 1

e-mail: jankovska.maky@seznam.cz

RECENZE

TAUBMAN, William

Gorbačov. Život a doba. Praha: Academia, 2022.

KRÁKORA, Pavel

Dne 30. srpna 2022 zemřel ve věku nedožitých 92 let Michal Sergejevič Gorbačov, který se stal symbolem a jedním z hlavních aktérů konce studené války a bipolárního rozdělení světa po konci druhé světové války. Byl osobností jedněmi respektovanou, a dokonce i obdivovanou – nejhmatatelnějším projevem této skutečnosti je např. tzv. „Gorbymánie“ v západním světě druhé poloviny 80. let minulého století – na straně druhé se dočkal příkrých odsudků zejména v domácím prostředí, kdy mu byla kladena za vinu demontáž sovětského impéria spojená s následným vnitřním chaosem, ekonomickým propadem a ústupem z pozice supervelmoci, kterou Sovětský svaz po roce 1945 na světové scéně zaujímal.

M. S. Gorbačovovi byla v minulosti (a v budoucnosti bezesporu bude) věnována celá řada textů, statí, úvah, existují samozřejmě i jeho zevrubné biografie. Nicméně teprve historik W. Taubman svou systematickou a více než deset let trvající heuristickou činností umožnil komplexně rekonstruovat životní osudy tohoto světově významného politika druhé poloviny 20. století. Své schopnosti v tomto „žánru“ již ostatně W. Taubman prokázal biografií jiného sovětského vůdce, a to N. S. Chruščova, nicméně životopisem M. S. Gorbačova posunul pomyslnou laťku ještě výše.

Monografie zachycuje životní osudy tohoto posledního představitel SSSR od dětství, které strávil v rodné jihoruské vsi Privolnoje po rok 2016. Páteční část textu představují pasáže věnované období let 1978–1991, kdy po odchodu z postu prvního tajemníka ve Stavropolu působil nejprve jako řadový člen politbyra a od března 1985 jako „gensek“ – generální tajemník – KSSS. Autor umně zachytil všechny nuance Gorbačovova reformního snažení, jeho téměř nekonečné úsilí lavírovat mezi konzervativci a liberály, v celé šíři postihl pozvolný nástup a rozmach perestrojky a glasnosti, které však zároveň otevřely stavidla do té doby v rámci ruského i sovětského impéria nekompromisně tlumeného nacionalismu a separatismu (Kavkaz, Pobaltí, Ukrajina i rozpory uvnitř samotné RSFSR). Zvláštní pozornost je pak věnována zahraniční politice, kterou Gorbačov po svém nástupu směřoval k uvolnění napětí mezi SSSR a USA (a Západem obecně), detailně jsou analyzovány jednotlivé „odzbrojovací“ summity mezi ním a prezidentem R. Reaganem (od roku 1989 G. Bushem), které de facto vedly ke konci studené války. Stejně tak jsou detailně postiženy dopady způsobené opuštěním tzv. brežněvovy doktríny ve vztahu ke středovýchodní Evropě (včetně tehdejšího Československa), což v konečném důsledku vedlo k pádu Berlínské zdi v listopadu 1989.

Od roku 1990 začalo demokratizační (vznik voleného parlamentu, úplné zrušení cenzury a další) a obecně reformní úsilí M. S. Gorbačova narážet na své limity, zejména v hospodářské oblasti. V této době SSSR požadoval a potřeboval finanční subvence Západu, kterých se však nedostávalo, na což poukazovala M. Thatcherová: „Musíme Michailovi pomoci ... jen o pár let nazpátek bychom s Ronem udělali cokoli, abychom získali, čeho jsme tu dnes svědky. Pokud Západ Gorbačovovi nepomůže, dějiny nám to neodpustí ... Nacismus stál svět desítky milionů životů – sovětsí občané komunismus odstranili sami a téměř bez krveprolití. Nepomocť by jim byla nesmírná chyba.“ Samozřejmě otázkou byla efektivita podobné pomoci ve chvíli kdy i Gorbačov váhal se zavedením byť omezených tržních prvků, přesto zmíněna slova vyjadřují mnohé i pro budoucí vývoj...

S postupujícími reformami a snahou o decentralizaci korespondoval prudký nárůst již zmíněného vyhroceného nacionalismu a separatismu a stále zřetelněji vyvstávala reálná hrozba rozpadu Sovětského svazu. M. S. Gorbačov, který byl obecně proti užití síly a preferoval vyjednávání směřující ke kompromisu, plošné nasazení armády odmítal i s vědomím, že tímto by situace ještě více eskalovala. Řešením nakonec měla být transformace SSSR do nové podoby federace (unie) prostřednictvím svazové smlouvy, která měla být podepsána (avšak ne všemi svazovými republikami SSSR) 20. srpna 1991. K tomu však již nedošlo a 19. srpna 1991 se pokusili „konzervativci“ v čele s viceprezidentem G. Janajevem a šéfem KGB V. Krjučkovem o puč, který však ztroskotal, nicméně zároveň znamenal definitivní počátek ztráty Gorbačovovy moci završené jeho rezignací 25. prosince 1991, kdy také oficiálně zaniká v té chvíli již zcela nefunkční SSSR. Na scénu vstupuje Gorbačovův politický oponent (a svým způsobem i lidský protipól) B. Jelcin, který v roli prezidenta Ruské federace „provedl“ zemi v 90. letech „ekonomickou transformací“ s devastujícími účinky (extrémní růst chudoby, organizovaného zločinu, oligarchie, korupce)... Na samém sklonku roku 1999 byl „vystřídán“ V. Putinem, který sice Rusko alespoň částečně ekonomicky konsolidoval, zajistil fungování státního sektoru, na straně druhé pozvolna budoval autoritářský systém, vůči kterému se M. S. Gorbačov začal stále zřetelněji vymezovat a na sklonku života již projevoval směrem k V. Putinovi otevřený nesouhlas, a to včetně iracionální invaze ruských sil na Ukrajinu, ke které došlo nedlouho před jeho úmrtím...

Publikace tak v jistém smyslu dokresluje i aktuální dění v „post-sovětském“ prostoru a do určité míry dává odpovědi na mnohé otázky na straně jedné, na straně druhé nutí k zamyšlení nad dalším směřováním nynějšího Ruska...

Jak bylo naznačeno v úvodu, autor zasluhuje zvláštní uznání za nashromáždění obrovského množství materiálů a jejich následné studium. Výsledkem je skutečně impozantní dílo, ve kterém se snaží vylíčit Gorbačovovy životní osudy a významné milníky jeho politické kariéry. V této souvislosti se velice těžce se hledají jakákoli

negativa, a pokud bychom nahlíželi na text tímto prizmatem, lze snad poukázat až přílišnou „detailnost“ některých pasáží, která může odvádět pozornost od hlavní „dějové“ linie. Jedná se snad o jedinou „výtku“, nadto víceméně subjektivního charakteru, kterou lze ve vztahu k této zdařilé publikaci – biografii – zmínit.

Kontakt na autora recenze:

Mgr. Pavel Krákora, Ph.D.

Katedra společenských věd

Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Žižkovo náměstí 5

771 40 Olomouc

e-mail: pavel.krakora@upol.cz

Poznámky

Poznámky

Poznámky