

Media Journal

Číslo 1/2018 | 6. ročník

21. storočie v médiách? *Sociálne siete, konšpirácie a koniec histórie*

Alner | Chudinová | Szomolányi | Vavrová | Kasarda
Holetzová | Lincenyi | Puchala | Paukovic | Granato & Renó



Media Journal

Vedecký magazín o médiách a spoločnosti

Predsedníčka redakčnej rady:

Prof. PhDr. Iveta Radičová, PhD. Fakulta masmédií, Paneurópska vysoká škola, Bratislava, Slovensko

Redakčná rada:

Doc. Stanislav Benčíč, Fakulta masmédií Paneurópska vysoká škola, Bratislava

Prof. Petr Bílek, Univerzita Karlova, Praha, Česká republika

Ing. Roman Čech, PhD., Professor of Economics at Florida State College at Jacksonville, Florida, USA

Doc. Ludovít Hajduk, Fakulta masmédií, Paneurópska vysoká škola, Bratislava, Slovensko

Doc. Jan Halada, Fakulta sociálnych vied, Univerzita Karlova, Praha, Česká republika

Doc. Zora Hudíková, Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, Trnava

Doc. Eva Chudinová, Fakulta masmédií, Paneurópska vysoká škola, Bratislava, Slovensko

Doc. Martin Kasarda, Fakulta masmédií Paneurópska vysoká škola, Bratislava, Slovensko

Doc. Juraj Malíček, Univerzita Konštantína Filozofa, Nitra, Slovensko

PhDr. Pavol Múdry, International Press Institute

Ing. Tatiana Repková, independent media consultant, founder Media Managers Club Founder & Managing Editor

Prof. Jaroslav Světlík, Vysoká škola podnikání a práva, Česká republika

Prof. Andrej Tušer, Fakulta masmédií, Paneurópska vysoká škola, Bratislava, Slovensko

Media Journal

Vedecký magazín Media Journal nadväzuje na vydávanie časopisu Global Media Journal – Slovak Edition, ktorý vychádzal na Fakulte masmédií PEVŠ od roku 2013.

Zmena názvu je evolučnou zmenou, ktorá vyplýva z nevyhnutnosti vytvoriť svojbytné, samostatné médium reprezentujúce myslenie o médiách a spoločnosti na Slovensku a zároveň sa odlišiť od predátorských médií, ktoré sa občas vo svete vyskytnú.

Cieľom vedeckého časopisu Media Journal je skúmať svet komunikácie a úlohu médií v demokratickej spoločnosti, analyzovať najnovšie trendy v oblasti žurnalistiky, komercionalizácie a regulácie médií či technológií.

Vydavateľ: Paneurópska vysoká škola, n. o., Tomášikova 20, 821 02 Bratislava, IČO: 36 077 429

Vychádza dva krát ročne

Dátum vydania: 25. apríl 2018 | 1/2018 | 6. ročník

EV 4808/13

ISSN 1339-0767 (print)

ISSN 1339-5246 (online)

Tlač: Valeur, s.r.o., Dunajská Streda

Redakcia Media Journal

Doc. PhDr. Martin Kasarda, Dr. šéfredaktor

Anglické texty: Doc. PhDr. Stanislav Benčíč, PhD.

Recenzenti: doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD., doc. PhDr. Juraj Malíček, PhD.

Obsah

Editorial

Martin Kasarda: Na priedomí sociálnych sietí	5
--	---

Esej

Juraj Alner: Kam sa podel had z Raja?	6
---	---

Slovensko – významné udalosti po rokoch	11
---	----

Štúdie

Eva Chudinová: TV Bratislava ako významný regionálny komunikátor v reflexii času	15
--	----

Mariany Granato, Denis Porto Renó: The big data ethics and fake news: changes in the user's history	23
--	----

Martin Kasarda: Od počiatku do konca a zasa odznova	32
---	----

Ján Paukovic: História a vývoj formy a obsahu informačnej grafiky	40
---	----

Rozhovor

Vladimír Puchala: Lode sú najbezpečnejšie v prístavoch, ale preto sa nestavajú	54
--	----

Tragédie na Slovensku	60
-----------------------------	----

Odborné články

Anton Szomolányi: Forma vyjadrenia v audiovizuálnom diele, jej vplyv na komunikáciu a tvorbu emocionálneho vnemu na Slovensku	64
--	----

Yvonne Vavrová: Etika práce filmového a televízneho režiséra a jeho postavenie v súčasnom mediálnom biznise	73
--	----

Katarína Holetzová: Trendy vo vnímaní a šírení mediálneho obsahu	89
--	----

Marcel Linczéni: Analýza vybraných terminologických nejasností denníka v slovenských podmienkach	95
Zuzana Kurucová: Hrozba a výskyt negatívnych javov na internete u detí – digitálnych domorodcov	102
Udalosti, ktoré šokovali Slovensko	111
Recenzie	
Premýšľajme, kým budeme zdieľať – Vojtech Šídl: Pravda a lož na Facebooku	115
Porno, videohry a zbytoční muži – Philipe Zimbardo: Odpojený muž	117
Všeličo, čo ste nechceli vedieť o svojich predkoch – Yuvel Harari: Sapiens	121
Mutácie, ktoré menia civilizáciu – L. Ovčáčková a kol.: O kultúre	124

Na priedomí sociálnych sietí



„Otrokom je ten, kto nemôže nahlas vysloviť, čo si myslí,“ napísal pred 2500 rokmi Euripides. Sme v prostredí, v ktorom sú médiá ústami, akurát nie vždy vieme, kto nimi hovorí.

Ako budú naši potomkovia hodnotiť divokú dobu po vzniku internetu, prvé desaťročia, ktoré menili našu budúcnosť? Je to zvláštne uvažovať o tom, že žijeme v revolučnej dobe. Veď sme súčasťou akýchsi technologických zmien. Je to revolúcia?

Aj keď Kolumbus, Vespucci, Cortes, Magalhães či Pizzaro objavovali nový svet za Veľkou Mlákou, netušili ich súčasníci, že sa dramatickým spôsobom zmenšuje Zem, že sa začal proces globalizácie a spájania heterogénnych civilizácií do jedného celku. To, ako vnímame objavitelské a dobyvateľské výpravy 16. storočia my, neznamená, že ich tak videli súčasníci. História sa už nezmení, ale náš pohľad na ňu je každý deň iný. Niečo zabúdame, niečo objavujeme.

Nové, tentoraz virtuálne kontinenty a spoločenstvá, nás menia na malinkatú dedinku. Takú, kde sa pred kostolom rozprávajú dedinčanky o tom, kto sa kde s kým prespal, komu sa urodilo, komu umrela koza a čo je dobré dať na mokrú ranu. Jedno je, či je to aborigénsky umelec hrajúci na didgeridoo alebo manažér IT firmy zo sídlom v Silicon Valley, pokiaľ ste v komunite používateľov zneužívaných sociálnych sietí, ste vlastne na priedomí. A šuškáte, štebotáte, klebetíte o tom, čo sa deje.

Myslenie o médiách dneška je premýšľaním o revolúcii v čase jej konania. Nadšenie (a toho bolo a je okolo „nových médií“ veľa ako repného cukru v Európskej únii) prehlučí kritické hlasy. Nie kritizujúce, ale kritické v takom zmysle, v akom chápal kritiku Immanuel Kant. Teda kritiku ako spôsob premýšľania, vysvetľovania, kritického skúmania, overovania a – keďže bol osvietenec – osvetľovania problému.

Ako v každej revolúcii, aj v tejto digitálnej občas gilotína odtne hlavu aj vtedy, keď netreba. Vyslovujeme nahlas to, čo si myslíme. Aby sme neboli otroci.

Martin Kasarda

Kam sa podel had z Raja?

Juraj Alner

Konšpiračná teória alebo teória sprisahania je názor, že skupina ľudí vedome a tajne pôsobí v neprospech inej skupiny ľudí.

Stopy po dnešnom videní sveta nachádzame (my, Európania) v celých dejinách civilizácie. Vedú do všetkých galérií, knižníc, výrazne poznačili naše myslenie. Vo svojom súhrne tvoria kultúru, ktorou sa odlišujeme od iných kultúr. Aj keď sa často stretáme s interpretáciou falošnou, účelovou.

Znova a znova čítam najstaršie noviny, denník známy ako Biblia, pretože prináša spravodajstvo deň po dni od vzniku našej planéty, prináša komentáre, úsporne a bez zbytočných slov („videl, že svetlo je dobré...“), reportáže (napr. z rajskej záhrady)...

Ak nás dnes vyrušujú a znepokojujú rozličné konšpiračné teórie, jedna z prvých sa točí už od prvých stránok Biblie. Vzrušujúci a dramatický príbeh obyvateľov raja a nebezpečného hada, ktorý zmenil idylický život obyvateľov Edenu na peklo vyhnancov.

Moja konšpiračná verzia 1.

Ak Boh stvoril všetko, stvoril aj hada. Prečo asi? Dobre informovaný šíriteľ konšpiračnej teórie *vie*, že existoval supertajný plán, čosi ako *Dúverná zmlúva medzi mníchom a diablom*. Konšpirátori – slovenskí národovci by zašli ešte ďalej. Zo skutočnosti, že kniha Juraja Fándlyho vyšla v roku 1789, teda v roku veľkej francúzskej revolúcie, v roku, keď sa Washington stal prvým americkým prezidentom a vedci objavili chemický prvok urán, by asi odvodili, že vlastne biblický príbeh má svoje vyústenie na fare v Naháci. Či snáď nevedie podlý čin hada z raja priamym oblúkom k uránovej bombe, ktorá zničí svet?

Moja verzia 2.

Keď Boh na siedmy deň tvorby sveta odpočíval, spojila sa zradná Eva s hadom a spolu sa chceli zmocniť *poznania* (alebo akýchsi dovtedy zatajovaných informácií). Chawa (Eva) – v hebrejčine Život, bol iste krycí názov operácie, ktorá mala viesť k získaniu informácií dôležitých na prežitie po zániku Raja. Títo konšpirátori by poukázali najmä na to, že vzápätí Boh vyhnal z raja ľudí, ale hada tam nechal. A ten mohol pokojne organizovať ďalšie udalosti po celé tisícročia: počínajúc vraždy Ábela cez potopu sveta až po najväčšie vojny v histórii, ktorých svedkami sme boli v 20. storočí a ktoré pokračujú terorizmom, hrozbou pre celý svet (a čo tak považovať strom poznania za zašifrovaný prístup k rozvetveným teroristickým sieťam?).

Verzia 3. je populárna a rozšírená prinajmenšom dvetisíc rokov, môžeme ju aplikovať na nespočetne veľa situácií: had z raja môže pokojne symbolizovať kozmopolitné židovstvo, ktoré vládne svetom a manipuluje ním...

Našťastie sú tieto verzie len výplodom mojej fantázie. Sú absurdné? Isteže. Prinajmenšom tak ako tie, čo zaplavujú náš verejný život, naše domácnosti, naše mysle prostredníctvom papierových, ale veľkým tempom sa rozvíjajúcich elektronických médií. Pre mnohých *konzumentov* je to však prisun (pseudo)informácií, ktoré je ľahšie prijať než nad nimi uvažovať. Keď si uvedomujem, kto každý je naklonený prijímať nezmyselné hoaxy či priam nenávistné útoky a posielat ich ďalej, žasnem, že medzi nimi je neuveriteľné množstvo ľudí vzdelaných a kultivovaných.

Sme vôbec pripravení spracovať prisun (či skôr nával) informácií? O väčšine z nich by sme pred niekoľkými desaťročiami usúdili, že sa nás netýkajú a nezaoberali by sme sa nimi. Alebo že spadajú do sféry sci-fi. To dnes už neplatí. Atentát spáchaný v Austrálii alebo Španielsku je ďaleko. Ale zajtra môže prísť aj do nášho mesta, do nášho vlaku. Sila explózie sa už nemeria na TNT, ale na počet zasiahnutých civilov, vrátane detí.

Trójsky kôň

Informácie sa spočiatku stali pomocníkom, potom výnosným obchodným artiklom a napokon – ako mnohé iné výdobytky ľudstva – hrozbou a zbraňou účinnejšou než všetky predošlé. Sme svedkami neslýchaných (ne)diplomatických aktivít zaoberajúcich sa riešením otázky, či sa Donald Trump stal americkým prezidentom zásluhou ruskej spravodajskej služby, ktorá dômyselne vyšachovala Hilary Clintonovú. Novodobé vojny 21. storočia, to už nie sú boje armád v modrých uniformách proti armádám v červených uniformách. Môžu to byť aj bitky tínedžerov, ktorí sa *vlámu* do programov iných počítačov a pri miernom zdokonalení existujúcich systémov môžu vyradiť z prevádzky siete od elektrární po leteckú dopravu. Teda ochromiť život.

Studený mier v čase studenej vojny paradoxne chránil arzenál nukleárných rakiet vlastnených oboma supervelmocami. Dve explózie v Hirošime a Nagasaki boli dobrým argumentom, prečo nepoužiť aj ďalšie. Dnes taká rovnováha neexistuje. Či reálnou hrozbou namiesto rakiet sú počítačové programy, zatiaľ nevieme.

Trójsky kôň spreď tritisíc rokov nás učí obozretnosti: Je možné bez jediného výstrelu vniknúť do mesta chráneného pevnými hradbami. Dnešné trójske kone sú nekonečne účinnejšie: môžu vniknúť takmer všade. Pokojne im otvárame brány, lebo netušíme, že sú to práve ony. Rovnako ako sa to prihodilo Trójanom. Sú dnešné počítačové systémy danajským darom civilizácie? Isteže nie. Pokiaľ nepodceňujeme hrozby. Alebo pokiaľ nebudeme hrozby interpretovať nesprávne.

Do centra pozornosti v Európe sa dostala približne pred dvoma rokmi téma migrácie. Veľmi rýchlo rozpoltila verejnú mienku. Sú státisíce migrantov pre Európu hrozbou? My ich

odmietame a priori, bez toho, aby sme čo len jedného videli. Máme však pred očami videá, ktoré vyvolávajú obavy: príselci sú nebezpeční, predstavujú hrozbu, videli sme na vlastné oči, aké násilnosti páchajú. Neuvedomujeme si však, že *vlastné oči* často vidia výtvary manipulátorov. Hrozivé demonštrácie „minulý týždeň vo Viedni“, ktoré sa v skutočnosti konali pred piatimi rokmi v Káhire, vyjadrenia obáv známych a vierohodných ľudí, ktoré tieto osobnosti vôbec nepovedali, alebo povedali niečo iného... Záplava hoaxov.

Slovo roka

V roku 2015 sa *slovom roka* v Rakúsku stalo slovo *Willkommenskultur*. Vyjadrovalo nielen postoj „sme povinní privítať tých, čo utekajú pred hrozbami“, ale aj názor, že Európa (najmä Nemecko) potrebuje pracovné sily. V tom istom roku v Nemecku zvíťazilo všeobecnejšie slovo: *Flüchtlinge* (utečenci).

Súčasne sa šírili informácie o tom, ako mladí muži skáču z lodí na pevninu a prvé, čo žiadajú, je možnosť dobiť si mobily a tablety, o smetiskách, ktoré po sebe zanechávajú, neskôr o ich agresivite. Pre časť Európanov sa stali hrozbou, veľkú časť tých, ktorí sa cítili ohrození, tvorili ľudia, ktorí sa s migrantmi nikdy nestretli.

Slovo roka v Nemecku vyhlasovala pôvodne – od roku 1971 – Spoločnosť pre nemecký jazyk (Gesellschaft für deutsche Sprache) vo Wiesbadene na základe množstva citácií a závažnosti prameňov. Za jedno z najdôležitejších, ktoré zvíťazilo v roku 2016, považujem umelý výtvar *postfaktisch*. Vyjadruje, že stále viac sa do popredia dostávajú emócie namiesto faktov. A že časť obyvateľstva je ochotná zriecť sa nároku na pravdu, ignorovať skutočnosť a akceptovať zjavné lži.

Konfederácia

Vyhlasujú sa aj *najškaredšie slová* (to nie sú lexikálne vulgarizmy), ktoré majú vyjadrovať odmietanie nechceného. Napríklad Europhorie, teda nadšenie pre projekt zjednocujúcej sa Európy, zvíťazilo v roku 2008 – kde inde – áno, vo Švajčiarsku. V nasledujúcom roku najčastejším slovom, akceptovaným, nie *škaredým*, bolo Minaretverbot (referendum zakazujúce výstavbu minaretov).

Po Novembri 1989 v nespočetných diskusiách o budúcom štátoprávnom usporiadaní našich dvoch federálnych republík vychádzali víťazi volieb v roku 1992 z predpokladu, že federáciu máme, ale nefunguje. Nezohľadňoval sa argument, že ani nemohla fungovať, pretože v komunistickom systéme moci bol centralizmus zakotvený a priori. Nevládla v ňom Praha, ale Moskva. Jedným z možných modelov bola konfederácia *na švajčiarsky spôsob*. V praxi ne-

uskutočiteľný, nevyoral nijakú brázdú. Ešte absurdnejší bol model, ktorý prezentoval v kruhu novinárov Vladimír Mečiar po návrate z Mníchova: „Bavorsko je slobodný štát (*Freistaat*), to je pre nás budúcnosť. Aj mi tam povedali, že ja som slovenským Franzom Josefom Straussom.“

Rýchlo však pochopil, že *Freistaat* rovnako ako Švajčiarska konfederácia, či jej nemecká verzia *Schweizerische Eidgenossenschaft* (krkolomný preklad „prísazné spojenectvo“) sú historické názvy málo súvisiace so štátoprávnou realitou.

Na základe mnohých faktov môžeme pokojne konštatovať, že Švajčiarsko je štátom uzavretým do seba, uchovávajúcim si vysoký štandard života tak, že si ho nenechá narušiť vplyvmi zvonku. Je to pravda len sčasti. Na sklonku druhej svetovej vojny a niekoľko rokov po jej skončení prišlo do Švajčiarska *na zotavenie* vyše 150 tisíc detí z vojny postihnutých častí Európy. Viem to, lebo som bol jedným z nich. V roku 1956 prijalo Švajčiarsko 140 000 utečencov z Maďarska po sovietskej invázii. Bola to veľká celonárodná akcia pod heslom „*Schweizer Volk hilft Ungarns Flüchtlingen*“ – ľud Švajčiarska pomáha maďarským utečencom.

Možno na základe týchto skutočností konštatovať – otvárame náruč tým, čo prichádzajú z európskych krajín, ale kto nie je Európan, voči tomu sme veľmi, ale stále ešte nie dost, opatrní? Navyše sa každého prišelca pýtame, či je kresťan, či má vysokoškolské vzdelanie a je počítačovým expertom (prednosť majú Indovia, ktorí ale k nám nezablúdia ani náhodou).

Švajčiarsko má, tak ako každý štát, každý národ, viacero tvárí. Jednu z nich ukázalo v Sione, hlavnom meste kantónu Wallis, 19. júna 1999. V noci mal rozhodnúť Medzinárodný olympijský výbor, zasadal v juhokórejskom Soule, o konaní ZOH 2006. Jedným zo šiestich uchádzačov o ich usporiadanie bolo aj Slovensko, Sion však mal najviac šancí. Na hlavnom námestí boli desiatky stánkov s jedlom a pitím, hlučná hudba, vynikajúca nálada. Mal som príležitosť stretnúť sa tam so žoviálnym predsedom Švajčiarskeho olympijského výboru. Mesto prekypovalo nadšením. V jednej chvíli všetko utíchlo. Do Sionu sa dostala správa, že MOV prideliť konanie hier talianskemu Turínu. Sklamanie bolo neuveriteľné. O hodinu sa námestie premenilo na bojové pole. Posiate črepinami skla z fliaš, ktoré boli určené na oslavu. Pustil som sa krížom cez námestie, uprostred proti mne išiel švajčiarsky predseda. Keď som mu povedal „Nijaká tragédia, Slovensko to tiež nedostalo, možno nabudúce“, zatváril sa, až som sa zľakol, že ma hodí medzi rozbité fľaše. „To nie je to isté“, zavrčal.

Plevy a zrno

Pred veľkou vlnou migrácie žilo v Nemecku tri a pol milióna Turkov, z ktorých väčšina prišla krátko po skončení svetovej vojny. Nebola to nijaká *Willkommenskultur*, Turkov dovážali aj v časoch rastúcej nezamestnanosti. Tvrdili, že ich potrebujú na práce, ktoré by nijaký Nemec nerobil. Dňa 30. 6. 2017 napísal *DIE WELT*, že cudzincov bez nemeckého pasu žije v krajine vyše 10 miliónov.

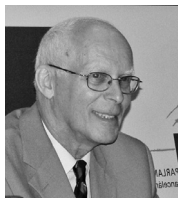
Kdesi medzi oboma skupinami – vítačmi a odmietačmi – je narastajúci počet tých, ktorí sa prikláňajú k názoru, že hrozbou je vlastne len pomerne malý počet skutočne nebezpečných. Lenže už toto konštatovanie z nich robí odmietačov.

Vždy tomu bolo tak, že v akejkolvek komunite sú aj ľudia nehodní. Ak sa vrátim k Biblii, nájdu sa aj tam – dokonca v podobnej situácii, aká je v Európe dnes. Numeri – štvrtá kniha Mojžišova – zaznamenáva útek celého židovského národa z Egypta. V kapitole 11,4 čítame o *primiešanom* ľude (slovenský preklad), ktorý sa jednoducho *zviezol* s utečencami. Spomenuli si na ryby, ktoré „zadarmo jedávali v Egypte“. Český ekumenický preklad z roku 1974 pritvrdil a píše: „Tu popadla žiadostivosť chátru prímiešou medzi nimi“ a na púšti volali: „Kto nám dá najesť mäsa?“ Luther vo svojej nemeckej verzii má *das Pöbelvolk*, čo môžeme preložiť ako *zberbu*.

Úlohou bezpečnostných inštitúcií je teda splniť povinnosť ohľadne schengenských (vonkajších) hraníc, nepustiť cez ne *primiešaný pól* (áno, aj toto slovo prevzala čeština zo starej nemčiny), ale aj *oddeliť plevy od zrna*, čo je napokon základnou povinnosťou ochrancov poriadku. A základnou povinnosťou všetkých inštitúcií od škôl po parlament je permanentná diskusia (nie je to to isté, ako *mlátenie prázdnej slamy*) o tom, čo sú plevy a čo je zrna.

Krásnym príkladom najznámejšieho českého bonmotistu hrdého na svoju lingvistickú ekvilibristiku je Miloš Zeman. V novembri 2017 začal svoje vystúpenie na stretnutí s novinármi v Moskve (nás neprekvapil, ale zaskočil domácich, hoc aj zvyknutých na svojráznych politikov): „Viete, že mám voči niektorým novinárom pocit, že dokážu oddeliť zrna od pliev a potom uverejniť plevy.“ Nemáme pričasto (o fakty podopretý) dojem, že takéto výroky treba skôr adresovať politikom než novinárom?

Máme. Ale nevadí: veď žijeme v postfaktickej dobe, keď síce pravda víťazí nad lžou, ale čo je pravda a čo lož určujú vášniví populistickí rečníci. Kam sa teda podel biblický had z raja? Úspešne šíri svoje aktivity: obchoduje s krásnymi jablkami, ktoré dokonca chutia. Kto si všimne, že pochádzajú z úplne inej záhrady, než je tá rajska?



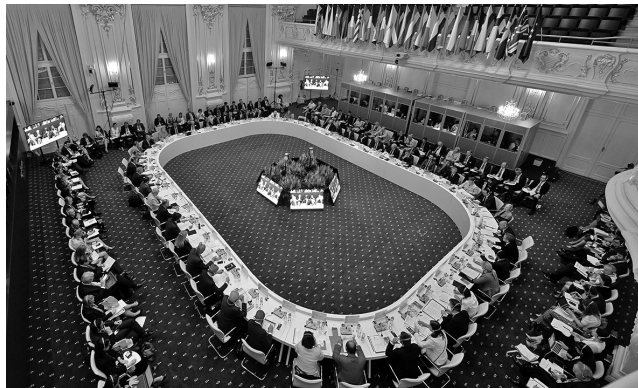
JURAJ ALNER je slovenský pedagóg, novinár a publicista aktívny najmä v oblasti európskej integrácie. V rokoch 1964 – 1969 pracoval v denníku Ľud. V novembri 1989 spolupracoval so študentmi vo VPN, bol šéfredaktorom Ľudu. Neskôr pôsobil ako komentátor, bol tiež generálnym tajomníkom Paneurópskej únie na Slovensku a prednášal na univerzitách v zahraničí a na Slovensku.

* Táto práca je súčasťou projektu PEVŠ – APVV-16-0588 s názvom *Sloboda prejavu v kontexte moderných technológií*.

Slovensko – Významné udalosti po rokoch

Fotografie z archívu TASR

- rok 1993** » Občania Slovenska oslavujú vznik samostatnej svojprávnej republiky
- rok 1994** » Obyvatelia Slovenska po prvý krát v histórii samostatnosti hlasujú v referende
- rok 1995** » Slovensko poctila svojou návštevou navštívila hlava katolíckej cirkvi Jeho svätosť Ján Pavol II.
- rok 1996** » Michal Martikán získal pre Slovensko prvú zlatú olympijskú medailu
- rok 1997** » Slovensko má dva nové národné parky – Poloniny a Muránsku planinu
- rok 1998** » publikum na Slovensku si vychutnalo umenie fenomenálneho L. Pavarottiho
- rok 1999** » Slovensko vyslalo do vesmíru svojho prvého kozmonauta Ivana Bellu
- rok 2000** » Odovzdanie symbolickej zlatej tehly Slovensku sa ukončil proces delenia majetku federácie
- rok 2001** » Po desaťročiach ma Slovensko ďalšie mostné spojenie so svojim maďarským susedom
- rok 2002** » Obrovská eufória – hokejové Slovensko víta doma svojich zlatých chlapcov
- rok 2003** » Slovensko otvorilo svoj najdlhší cestný tunel Branisko
- rok 2004** » Slovensko sa oficiálne stalo členským štátom Európskej únie
- rok 2005** » Slovensko hostí summit dvoch najmocnejších svetových lídrov
- rok 2006** » Na Slovensku oficiálne otvorili výrobný závod francúzskej automobilky
- rok 2007** » Slovensko po desaťročiach výstavby otvára novú budovu Slovenského národného divadla
- rok 2007** » Hraničné rampy sú minulosťou – Slovensko vstupuje do schengenského priestoru
- rok 2008** » Slovensko privítalo hlavu britského impéria Jej veličenstvo Alžbetu II.
- rok 2009** » Slovensko je súčasťou eurozóny oficiálne sa platí spoločnou európskou menou euro
- rok 2010** » Slovensko hostí po prvýkrát v histórii veliteľov spojeneckých armád NATO
- rok 2011** » Slovensko po prvýkrát organizuje svetový šampionát v ľadovom hokeji
- rok 2012** » Peter Sagan ako prvý Slovák priniesol na Slovensko zelený dres z Tour de France
- rok 2013** » Košice sa stali Európskym hlavným mestom kultúry pre rok 2013
- rok 2014** » Najväčší a najstarší folklórny festival na Slovensku oslavuje 60.narodeniny
- rok 2015** » Slovensko venovalo celý rok jednej z najdôležitejších osobností svojich dejín L. Štúrovi
- rok 2016** » Slovensko po prvýkrát ujíma predsedníctva v Rade Európskej únie
- rok 2017** » Slovák predsedá Valnému zhromaždeniu OSN



Slovensko ako predsedníčka krajina Rady Európskej únie. Zasadnutie ministrov vnútra 28 členských krajín Európskej únie, krajín EFTA a kandidátskych krajín 7. júla 2016 v Bratislave.

FOTO TASR – Vladimír Benko

17. september 2010 vo Vysokých Tatrách: predstavitelia najvyššieho vojenského orgánu Severoatlantickej aliancie – Vojenského výboru NATO.

FOTO TASR – Lukáš Furcoň



Oficiálna návšteva jej veličenstva Alžbety II. a jeho kráľovskej výsosti princa Philipa, vojvodu z Edinburghu v Slovenskej republike. Britská kráľovná Alžbeta II. po prilete na Letisko M. R. Štefánika v Bratislave 23. októbra 2008.

FOTO TASR – Štefan Puškás





V Bratislave sa konal 24. februára 2005 americko-ruský summit na najvyššej úrovni. Americký prezident George Bush a ruský prezident Vladimir Putin sa stretli aj s vtedajšou slovenskou politickou reprezentáciou.

FOTO TASR – Pavel Neubauer

Po prvýkrát v podmienkach existencie samostatnej republiky, pricestoval 30. júna 1995 na štvordňovú návštevu Slovenska pápež Ján Pavol II.

FOTO TASR © Vladimír Benko



11. máj 2002: zlatý hokejový tím Slovenska po víťazstve 4:3 nad Ruskom vo finále na MS v Göteborgu. Slovenskí hokejisti sa stali majstrami sveta.

FOTO TASR – Pavel Neubauer

Prvý slovenský kozmonaut Ivan Bella krátko po pristátí 28. februára 1999 v kazašskej stepi neďaleko mesta Arkalyk.

FOTO TASR – Vladimír Benko



Prvý zlatý olympijský medailista samostatného Slovenska Michal Martikán je už od 30. júla 1996 doma. Je prvým športovcom, ktorý túto poctu vybojoval už v drese samostatnej Slovenskej republiky.

FOTO TASR – Vladimír Benko

Luciano Pavarotti máva 16. mája 1998 po poslednom prídavku na koncerte v košickom amfiteátri. Sprevádzala ho Štátna filharmónia Košice pod taktovkou Jánosa Ácsa (vpravo) z Maďarska. Vľavo taliansky flautista Andrea Grimminelli.

FOTO TASR – Milan Kapusta



Pohľad na oslavy vzniku Slovenskej republiky na Námestí SNP v Bratislave 1. januára 1993.

FOTO TASR – archív

TV Bratislava ako významný regionálny komunikátor v reflexii času

Eva Chudinová | Fakulta sociálnych vied, Univerzita Karlova, Praha

ABSTRACT *TV Bratislava as an Important Regional Communicator in The Reflection of Time. The case study deals with the emergence and development of the regional TV Bratislava in the reflection of time. The study approaches the conditions of the establishment of TV Bratislava ten years ago, it contains a comparison with the current conditions. Regional and local broadcasters work in a non-support media space. There is neither financial nor sufficient moral support of official institutions. Despite this, TV Bratislava is an example of a successful television that produces a daily premiere program, and its ten-year existence is proof of the endurance of owners to maintain and develop regional television in the Slovak media space.*

KEYWORDS *Television, broadcaster, media space, production, regional media, local media.*

Elektronické masmédiá, ako integrálna súčasť kultúrneho systému spoločnosti, výrazne zasahujú svojím intenzívnym vplyvom do postojov a názorov širokého auditória spoločnosti, do individuálneho a verejného života. Nástup elektronických masmédií priniesol do pevného zoskupenia tradičných foriem kultúry prevratné zmeny, pristúpila sprostredkovaná kultúra životného štýlu a hodnôt, pričom tradičná kultúra a elektronické médiá vytvorili symbiózu, ktorej výsledkom je neustály proces reprodukcie kultúrno-spoločenských hodnôt. Sú to spoločenské inštitúcie, ktoré sa vo veľkej miere podieľajú na realizácii komunikácie vo verejnej sfére. Prispievajú tak k rozvoju a premenám kultúry, sprostredkovaných významov a hodnôt (Chudinová, In: Tušer, 2010). Masové médiá predstavujú „stále významnejšiu podobu spoločenského, politického a kultúrneho života súčasných spoločností a podmienku ekonomickej úspešnosti mnohých odvetví“, konštatujú Jiráček, Köpplová pri charakteristike médií a ich postavenia v spoločnosti (Jan Jiráček, Barbara Köpplová, 2007 s. 15). Podľa McQuaila masové médiá sú zdrojom moci, potenciálnym prostriedkom vplyvu, ovládania a presadzovania inovácií v spoločnosti, prostredím, kde sa na národnej i medzinárodnej úrovni odohráva

celý rad významných udalostí z oblasti verejného života, sú významným zdrojom výkladov sociálnej reality, ale aj primárnym kľúčom ku sláve a k postaveniu známych osobností a médiá sú podľa neho aj zdrojom usporiadaných a verejne oznamovaných sústav, ktoré empiricky a hodnotovo vymedzujú, čo je normálne (Chudinová, In: Tušer, 2010). O význame a vplyve masových médií nie je dôvod pochybovať, o to naliehavejšie je nutné študovať ich vplyv a to bez výnimky, teda bez rozlišovania, či ide o celoplošné médiá alebo regionálne, či lokálne.

Televízia ako elektronické masmédiu plní funkciu informatívno-poznávaciú, výchovno-vzdelávaciú, rekreačno-oddychovú, osvetovú, regulatívnu, direktívnu, hedonistickú ap. Publicistické a umelecké diela nielen šíri, sprostredkúva, ale predovšetkým podnecuje, organizuje a realizuje ich tvorbu vo forme špecifickej, audiovizuálnej interpretácie a osobitným spôsobom ich multiplikuje. Televízia je zároveň komplexne integrovanou kultúrna inštitúcia, prezentujúca sa predovšetkým syntézou publicistiky a dramatiky, šírením informácií vo forme faktov a fikcie. Estetizuje fakty a dokumentarizuje umenie. Plní úlohy v komplexe politického, občianskeho, kultúrneho a estetického pôsobenia. Vplýva na verejnú mienku, formuje spoločenské vedomie, ovplyvňuje sociálne konanie širokých mas, vedie divákov k rôznym spoločenským a iným aktivitám¹.

Regionálne televízie na Slovensku majú viac ako 20 ročnú tradíciu a za toto obdobie prenikli do povedomia diváckej obce jednotlivých regiónov ako doplnok celoplošných médií. Pre svoju finančnú poddimenzovanosť, ktorú sa nepodarilo zmeniť do dnešných dní, regionálne televízie na Slovensku vyznievajú len ako málo atraktívna súčasť slovenského mediálneho priestoru. Pritom o význame existencie regionálnych a lokálnych televízií v odbornej obci niet pochybností. Televízie plnia svoje priority, to znamená informujú svojho diváka o dani v jeho lokalite, v jeho regióne. Vysielaajú program vo verejnom záujme, hoci finančné zdroje čerpajú len z veľmi obmedzených zdrojov. Jednou z mála regionálnych a lokálnych televízií, ktorej sa podarilo prekročiť rámec šedivosti a podpriemernosti je Televízia Bratislava, ktorá vznikla pred viac ako desiatimi rokmi. Bolo by vcelku jednoduché odpovedať, prečo sa úspech podaril práve tejto televízii – pôsobí v hlavnom meste, kde je najviac finančných zdrojov, pevné zázemie reklamného trhu a bohaté komunálne pokladnice. Odpoveď však ani zďaleka nie je jednoduchá.

Vstup do mediálneho priestoru

Televízia Bratislava vstúpila na mediálny trh v roku 2007, keď 1. februára začala svoje skúšobné vysielaanie a pravidelne začala vysielať o dva týždne neskôr, 15. februára. Samému vysielaaniu predchádzali viaceré rokovania so spoločnosťou UPC, keď sa uvažovalo o spoloč-

1 <http://ii.fmph.uniba.sk/~filit/fvt/televizia.html>

nom projekte Viva štúdiá, ktoré pôsobilo ako produkčná spoločnosť na trhu od roku 1994 a spoločnosti UPC, ktorá prevádzkovala retransmisiu v Bratislave v káblových rozvodoch. Rokovania stroskotali na rozdielnom názore na program vysielania lokálnej bratislavskej televízie. Napokon sa majitelia Viva štúdiá, s. r. o rozhodli založiť novú spoločnosť City TV s. r. o, ktorá sa stala držiteľom licencie. „*Iniciatíva na zriadenie televízie vyšla od Magistrátu hl. mesta SR Bratislava v roku 2006, pretože v tom čase neexistovala televízia pre celú Bratislavu. Objednávka vznikla z potreby zabezpečiť pre svojich obyvateľov zdroj pravidelného prístupu k informáciám z mesta v audiovizuálnej forme. Pracovníci Magistrátu sa usilovali nájsť model televízneho vysielania tak, aby vysielanie bolo nezávislé a zároveň profesionálne. Magistrát neplánoval zriadiť vlastnú televíziu, ale mal záujem na odvysielaní programov, ktoré by informovali obyvateľstvo o činnosti samosprávy a zabezpečiť mu tak prístup k informáciám aj v účinnej audiovizuálnej forme*“ (Urlandová, 2018). Navyše zákon ani nedovoľuje, aby televíziu vlastnila obec. Boli tu aj predchádzajúce skúsenosti už existujúcich regionálnych a lokálnych televízií, ktoré boli celkom závislé od miestnych komunálnych inštitúcií. Spravidla boli označované ako starostovské kanály, plne závislé od dobrej, či menej dobrej vôle lokálnych a regionálnych politikov. Títo si zakladali vlastné televízie tým, že vstupovali do akciových spoločností, kde sa stávali spravidla väčšinovými akcionármi a plne kontrolovali svoje televízie. Takto de facto obchádzali zákon, ktorý umožňoval prevádzku nezávislých televízií, pretože zakladané spoločnosti boli obchodnými spoločnosťami a riadili sa inými zákonmi.

„*V roku 2006 existovalo iba niekoľko televíznych štúdií. Televízna výroba sa realizovala v profesionálnom formáte Betacam, ktorý bol finančne veľmi náročný. Po prieskume trhu si mesto vybralo televízne štúdio Viva Studio s. r. o., ktoré malo dostatok techniky, budovu aj pracovníkov. Štúdio patrilo k najskúsenejším spoločnostiam v bežnej televíznej výrobe, od roku 1993 poskytovalo svoje služby národným televíziám (VTV, STV, Markíza, Joj, TA3, Nova, Prima atď.). Viva štúdio malo aj skúsenosti aj s riadením lokálnej televízie v Petržalke a tak malo pripravený biznis plán, pre prípad priaznivých okolností na založenie regionálnej televízie*“ (Urlandová, 2018). Viva štúdio bolo spomedzi profesionálnych štúdií najlepšie pripravené zaujať miesto metropolitnej televízie. V tom čase totiž pri udelení licencie Rada skúmala aj pripravenosť takýto projekt realizovať. Vzniklo v roku 1993 a patrí medzi produkčné spoločnosti s najdlhšou tradíciou, ako jedno z prvých súkromných televíznych štúdií na Slovensku, je dodávateľom televíznej objednávkovej tvorby a záznamov z podujatí, je jeden z piatich najvýznamnejších subjektov vo filmovej a televíznej produkcii na Slovensku, popri DNA, Oreo, Attack film a JAM film².

2 Uvádza to Ministerstvo kultúry vo svojom dokumente Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku (strana 55) ako výsledok svojho prieskumu trhu 2016.

Dôležitým momentom bol program, na základe ktorého, ale aj na základe iných podmienok, získala TV Bratislava vysielaciu licenciu. „*Programová skladba TV Bratislava bude pri štarte obsahovať denné spravodajstvo, metropolitný magazín, besedy a dokumenty*“ (Augustín, 2007)³

Formáty televízie boli nastavené ako program vo verejnom záujme a televízia takto postavenú programovú štruktúru aj začala realizovať. Na rozdiel od mnohých iných lokálnych a regionálnych televízií vo svete, sa nesprávala ako komerčná televízia v pravom slova zmysle. Štúdia, ktorá bola publikovaná v Columbia Journalism Review, v ktorej skúmali 100 lokálnych televízií v 56 mestách, konštatuje, že o všetkých správ 30 % boli kriminálne správy, ďalších 36 % tvorili komerčné správy, 22 % boli športové správy a 2 % sa venovali iným témam (Grossman, 1997).

Realizácia projektu Televízie Bratislava

K úspechu Televízie Bratislava prispela najmä stratégia – sústrediť sa na obsah. „*Zakladatelia si uvedomili, že v budúcnosti pre televíziu nebude prestížou mať iba moderné technológie, ktoré tak zlacneli, že sa stali prístupné každému, ani bulvárne, pikantné informácie, či celebrity, ktorých je dostatok na internete, ale práve zacielenie a originálny obsah je pre TV regionálneho typu dôležitý. Ďalšou stratégiou, prirodzenou je budovanie dôveryhodnosti. V dobe šírenia hoaxov na internete a straty dôvery v médiá všeobecne je táto skutočnosť mimoriadne dôležitá*“ (Urlandová, 2018).

Pri posudzovaní pripravenosti spoločnosti začať televízne vysielanie sa zmenou zákona⁴ zmenili aj podmienky udeľovania licencií, pričom Rada pre vysielanie a retransmisiu už neskúma odbornú pripravenosť, financovanie a spôsoby šírenia.

„*Komunikácia s RVR je bezproblémová. RVR je jedna z mála inštitúcií, ktorá si význam regionálnej televízie uvedomuje, uvedomuje si aj zložité postavenie a ich stav, v prípade potreby s nimi konzultuje. Čo sa týka prípadných sankcií, ak rieši prípad na základe podnetu alebo na základe vlastného monitoringu, sankciu rieši napomenutím. Ako sa aj vyjadrila Lucia Michelčíková, hovorkyňa RVR pre TA3, sťažnosti a upozornenia na porušenie zákona sú u lokálnej a regionálnej TV zriedkavé*“ (Urlandová, 2018). Televízia Bratislava si pomerne rýchlo získala primeranú sledovanosť. V roku 2011 prieskum agentúry Dicio ukázal, že ju sleduje 35,5 % obyvateľov Bratislavy. V tom čase TV Bratislava vysielala iba v analógovom súbore UPC a vzhľadom na pokrytie možno konštatovať, že to bol úspech. Denná sledovanosť (daily reach) 11,5 %. Sledujú raz za 3 dni (širšie publikum) 24 %.

3 Augustín, R. 2007. Bratislavská metropolitná televízia štartuje 1. februára. Medialne. etrend.sk. Dostupné online: <https://medialne. etrend.sk/televizia/bratislavska-metropolitna-televizia-startuje-1-februara. html> – 11. 2. 2018

4 Zákon 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii

TV Bratislava každý deň skladá nový program – nevysiela v slučke. „Mesačne vyrobí 2500 minút jedinečného programu. Taký veľký objem nevyrába žiadna iná regionálna televízia na Slovensku. Najmä tento fakt prispel ku zvýšeniu sledovanosti, pretože program je aktualizovaný každý deň.“ (Urlandová, 2018).

Od roku 2012 postupne pribudli aj programy mestských častí Nové Mesto, Rača a Petržalka, niekoľko rokov malo svoj program aj Staré Mesto a BSK a televízia začala vyrábať program na objednávku aj pre Európsky parlament. K úspechu prispela najmä vyššie uvedená stratégia – sústrediť sa na obsah. Počas existencie TV Bratislava sa menil obsah. „Výrazne sa zlepšila kvalita manažovania výroby, pretože za rovnakú sumu vieme vyrobiť viac. Kvalita redaktorov a moderátorov je kolísavá, podľa toho aký talent sa podarilo získať. Na nové programové formáty nie je finančné zabezpečenie, ale v rámci programov každý rok inovujeme o nové rubriky alebo prístupy. Napríklad boli sme prví, ktorí vysielali reláciu *Blogeri – videoblogy*. Dnes také už nevysiela, na druhej strane ich má už skoro každé pôvodne tlačové médium na internete. Iný príklad sú *video – diskusie*, tiež je to ambíciou tlačových médií a niektoré ich realizujú (SME, HN ap.). Dá sa povedať, že regionálna televízia je aj inovátorom a priekopníkom. Má možnosť odskúšať nové formáty oproti národnej TV, ktorá si nemôže dovoliť zlyhanie, resp. nemá odvahu. Nám dokonca ani neprekáža, ak nás napodobňujú, chceme mať iba priestor v tom pokračovať bez strachu z umelej likvidácie“ (Urlandová, 2018).

Financovanie regionálnej televízie

Od začiatku pôsobenia Televízie Bratislava bolo zrejmé, že reklamní zadávatelia nebudú svojim klientom ponúkať lokálne a regionálne televízie. Adresár firiem uvádza obrat spoločnosti City TV, s. r. o. vo výške 300 339 EUR⁵. Na zabezpečenie prevádzky slúžia verejné zdroje zo samosprávy 70 %, súkromné z produkcie a postprodukcie 20–25 % výroba a odvysielanie reklamy 5–10 %. Najmä príjmy z reklamy sú veľmi nízke. Dôvody sú viaceré, je to nezaujím zo strany reklamných a mediálnych agentúr ponúkať klientom sektor regionálnej TV, nedostatok obchodných špecialistov na tento druh inzercie odborne sa tomu doteraz nikto nevenoval, chýba základný monitoring sektora regionálnych televízií, podceňovanie zo strany iných médií, neochota konkurenčných médií písať pozitívne o regionálnych televíziách, resp. je pre ne málo atraktívna, chýba podpora zo strany štátu, nielen finančná, ale dokonca aj morálna. „Regionálna TV je životne závislá od verejných príjmov. Tieto sú iba

5 <https://www.adresarfirmem.sk/35955511-city-tv-sro/>

so samosprávy a tak osud televízií je závislý od aktuálnych predstaviteľov komunálnej politiky. Príkladom je dosť. Dôsledkom je, že často zničia súkromnú investíciu. Napríklad ak nový primátor zakladá potom novú TV je to na škodu nielen bývalého majiteľa, ale aj obyvateľov. Najväčšia hodnota, ktorú televízia roky budovala – divácka sledovanosť sa zničí zo dňa na deň. Nová televízia si totiž musí divákov budovať odznova. Tým sa samozrejme stráca aj dôveryhodnosť“ (Urlandová, 2018).

Akýkoľvek pokus získať dostatok reklamných produktov pre lokálne a regionálne televízie doposiaľ nepreukázal, že takáto reklama bude schopná financovať regionálne a miestne televízne vysielanie. Je preto otázkou nadchádzajúceho času, aby oficiálne inštitúcie urobili všetko preto, aby podporili miestne a regionálne televízie a umožnili im, aby sa mohli uchádzať o podporu svojich projektov. Takáto možnosť stále nejestvuje. Vznik viacerých organizácií a združení, Lotos, RegionTVnet, je dôkazom toho, že situácia je naliehavá a v krátkom čase potrebuje riešenie. V prospech nezávislosti miestnych a regionálnych televíznych, médií, ktoré vysielajú program vo verejnom záujme (Chudinová, Bohunický, 2017).

Technické a personálne zázemie

Každý majiteľ televízie potreboval profesionálne technológie, ktoré boli veľmi drahé, napríklad Betacam kamera s príslušenstvom 60 000 €, strihové pracovisko Avid 150 000 €, videorekordér Betacam 20 000 € a pod. V prípade TV Bratislava takéto zariadenia už boli k dispozícii, televízia vlastnila 3 kamery Betacam, 3 strihové pracoviská Avid, profesionálne dabingové štúdio Protools, digitálny Betacam, mala vybudované štúdio so svetelným parkom atď. Zakladatelia TVBA prestali poskytovať služby národným komerčným televíziám a technológiu začali využívať na svoje účely. Medzičasom sa technológie a prístup k nim zmenili. Digitálne technológie prudko zlacneli. Všetky digitálne technológie sa začali považovať za profesionálne. Dnes už nie je problém pre niektoré média nakrúcať aj na fotoaparát alebo mobil, kvalita je však rozdielna. *„Kým digitálny strihový systém Avid stál 150 000 Eur, dnes možno strihový software zaobstarať zadarmo, stiahnuť ho načierano z internetu. Aj samotný Avid ako najprofesionálnejší strihový software na svete, musel prudko zlacnieť. Dnes sa už aj vysoko profesionálne technológie dajú zaobstarať lacnejšie. S lacnými technológiami prišli aj lacnejší ľudia. Všeobecne sa v TV branži profesionáloch hovorí o všeobecnom úpadku profesionality. Je to vidieť najmä v snahe tlačových médií, kde redaktor od pera sa stane zo dňa na deň kameramanom, strihačom a dokonca aj režisérom dohromady“ (Urlandová, 2018).*

V TVBA pracujú profesionáli s dlhoročnými skúsenosťami v celoplošných médiách alebo začiatočníci. Profesionáli z absolventov vychovávajú redaktorov a tí sú potom v krátkom čase

žiadaní pre celoplošné médiá⁶, regionálna TV bojuje každoročne o svoju existenciu, nemá možnosť ľudí stabilizovať a tiež nie je dost' atraktívna pre ambiciózných mladých ľudí. Záujem je však veľký, pretože uchádzači majú predstavu, že v lokálnej TV sú menšie nároky a trúfnu si to vyskúšať aj bez skúseností. Tých skúsených z národných médií láka možnosť realizovať sa v inej oblasti, iní chcú úprimne svoje vedomosti odovzdať, pre niekoho možno aj východisko z núdze, pretože národná komerčná TV nemá záujem o starších tvorcov. Tí sú vítaní, pretože poskytujú okrem odbornosti aj stabilitu. Starší redaktor, či moderátor môže byť pôvabný a spravidla vyzera veľmi dôveryhodne. „*Vítaní sú aj mladí, začiatočníci, absolventi, nie amatéri, hoci vieme že je to dočasné, kým sa nenaučia a neodídu preč. Najmenej vítaní, hoci sa tomu nedá vyhnúť, sú vypočítaví, ktorí sa chcú iba niečo naučiť aby sa mohli hlásiť do celoplošnej televízie. Teda tí, ktorí za možnosť TV kariéry, a to od začiatku neplánujú nič odovzdať. Tí napriek ohodnoteniu porovnateľnému s národnou TV, majú naivnú predstavu o tom, že platy vo „veľkej TV“ sú násobky tých čo majú teraz. Niektorí ak raz zistia, že ani v národnej TV to tak nie je, dopyt prevyšuje ponuku, či snívajú o kariére hovorcov a pod. Takýto je reálny personálny kolobeh“ (Urlandová, 2018).*

Záver

Podpora regionálnych televízií sa jednoznačne stráca. Kým pred dvadsiatimi a ešte aj pred desiatimi rokmi existovala aspoň v malej miere, hoci stále bola populúškou v audiovizuálnom priemysle, dnes sme svedkami úpadku regionálnych televízií. Cieľová skupina Televízie Bratislava zostáva stále rovnaká, je ňou bežný občan hlavného mesta, ktorý má záujem o verejné dianie. Televízia Bratislava chce byť spoločník a priateľ, ale aj trochu zabávač. Reklamné príjmy by umožnili vyrábať zábavnejšie formáty, a tým prilákať aj mladšieho diváka. Prípadová štúdia preto poukázala na podmienky založenia TV Bratislava pred desiatimi rokmi, obsahuje aj porovnanie so súčasnými podmienkami. Regionálne a miestne televízie pracujú v nepodporujúcom mediálnom priestore. Neexistuje finančná ani dostatočná morálna pod-

6 Mená tých, ktorí prišli z celoplošnej televízie do TVBA: prvý šéfredaktor Igor Cehlárik, prišiel z TA3, Eva Chudinová, dlhoročná rozhlasová redaktorka, hovorkyňa mesta a ministerstva, Jozef Hubel, známy novinár a moderátor, Jozef Havrilla, z TV Nova a STV, Alexandra Važanová, prišla z STV, Martin Thuma, prišiel z STV, Olga Valentová predtým Markíza, STV, Luba Pilzová, prišla z Úradu vlády od premiérky I. Radičovej, Mária Grebeňová, z RTVS, – Eva Koprena z RTVS, Eva Sládkova z RTVS. Na druhej strane – osoby, ktoré v TVBA začínali a za pomerne krátky čas odišli: Beatrice Szabová, po roku prešla do TV Markíza, potom hovorkyňa Ďurkovského, ministra ŽP až k pozícii Ficovej hovorkyne, Katka (Gazdíková) Kulová. Ešte ako študentka prešla z TVBA do Markízy, Lenka Buchláková, Tamara Heribanová, Henrieta Hajtová odišla do Markízy, dnes v kancelárii prezidenta, Natália Navarská, odišla po roku na miesto redaktorky RTVS, Monika Hucáková do RTVS, dnes je hovorkyňou, Alexandra Važanová, hovorkyňa Najvyšší súd, Silvia Šeptáková, hovorkyňa.

pora oficiálnych inštitúcií. Napriek tomu je TV Bratislava príkladom úspešnej televízie, ktorá denne produkuje premiérový program a jej desaťročná existencia je dôkazom vytrvalosti majiteľov udržať a rozvíjať regionálnu televíziu v slovenskom mediálnom priestore.

Zdroje

- Augustín, R. 2007. *Bratislavská metropolitná televízia štartuje 1. februára*. *Medialne.etrend.sk*. Dostupné online: <https://medialne.etrend.sk/televizia/bratislavska-metropolitna-televizia-startuje-1-februara.html> – 11. 2. 2018
- Grossmann, L. K. 1997. *Why Local TV News Is So Awful*. In: *Columbia Journalism Review*. Ney York. Vol. 36, ISS 4. 1997
- Chudinová, E., Bohunický, J. 2017. *Finance support of regional and local television*. In: *Creative and knowledge society*. ISSN 1338-4465; 1338-5283 (online) Vol. 7, no. 2 (2017), p. 30–43.
- Chudinová, E. 2010. *Televízna tvorba*. In: TUŠER, A. a kol. 2010. *Praktikum mediálnej tvorby*. Eurokódex, 2010, 368 s. ISBN 978-80-89447-16
- McQuail, D. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5
- Jiráček, J., Köpplová, B. *Médiá a společnost*. Stručný úvod do studia mediální komunikace. Praha: Portál, 2003. ISBN 807178697
- Urlandová, M. 2018. *Televízia Bratislava je príkladom boja regionálnej televízie o prežitie*. Osobný rozhovor s riaditeľkou TV Bratislava a konateľkou City TV, s. r. o pre GMJ, 2018.

Online zdroje

- Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku, 24. 4. 2014, (strana 55), výsledok svojho prieskumu trhu 2016. dostupné (online: <http://www.culture.gov.sk/aktuality-36.html?id=440>), 22. 2. 2018
- Televízia. FILIT. dostupné (online: <http://ii.fmph.uniba.sk/~filit/fvt/televizia.html>), 28. 2. 2018
- Zákon 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii. dostupné (online <http://www.rvr.sk/sk/spravy/index.php?aktualitaId=925>), 25. 2. 2018.



DOC. PHDR. EVA CHUDINOVÁ, PHD. Vyštudovala žurnalistiku na Filozofickej fakulte Univerzity Komenského (1982), od roku 1982 až do roku 2001 pracovala v Slovenskom rozhlase. Od roku 2003 do roku 2010 bola hovorkyňou Magistrátu hlavného mesta SR Bratislava, neskôr ako hovorkyňa Ministerstva kultúry SR, v roku 2012 ako riaditeľka marketingu Televízie Bratislava. V súčasnosti pôsobí ako interná pedagogička na Fakulte sociálnych vied Univerzity Karlovy v Prahe, na Katedre marketingovej komunikácie a PR.

The big data ethics and fake news: changes in the user's history

Mariany Granato – Denis Porto Renó | Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação, Bauru, Brasil

ABSTRACT *This article has the aim of discuss and exemplify the possibility of historical data's changes by means of user data's collection in virtual information technology environments. The discussion about big data ethics and its privatization, practiced by the companies as a way of prove their ethics capacity using some manual of procedures as well the creation of ethics committee. The lack of governability and the media ecology caused by the non-control by the government in big data can lead us to situations as the exemplified in this article, causing changes in the user's history, using, for example, fake news.*

KEYWORDS *Media ecology; ethics in media; history of the user; fake news; organizations and ethics; governability.*

Introduction

What is data? Where they are? We are used to be data providers. However, they were never so easily watched and mapped in real time. Our lives in virtual environments has expanded the data production in the binary environment, and digital companies has used these information in order to pay or charge for the services that they provide as “free”. As products, these are free, but in exchange we offer added value data that are used and sold by the companies in order to write the history of one person. The field of study about data ethics considering the mediatic ecosystem is urgent.

The new media ecology analysis the contemporary situations that allows the living of the citizens and media in a mediated space by the information and communication digital technology.

Under the perspective that we wouldn't depend on big communication means in order to communicate or gain information, this scenario should allow the high qualification of information exchange. This because this space allows the circulation in a free way by those occupying it.

However, we noticed that, although the possibility, that comes with web 2.0 where we can communicate without the gatekeepers from the traditional media and broadcasting, we just met in a big network led by big technology companies.

These, in turn, keep the largest share of the flux information shared by the cookies of all the citizens that use the platform. This paper has the aim of discussing concepts related to this environment under the perspective of the new media ecology, as consider the ethics aspects of sharing and selling of personal data by the big digital companies, disguised by the smog of better quality and usability to users.

We noticed that the appropriation of the ethics term by the companies has the aim of recover or keep the confidence of the user or client in their services, as a way of prove their capacity of been ethic and exercise the self control for that. But, in fact, the ethics principles should be part of the human being, over any situation and company values.

After the concept's review as media ecology, this paper describes Google's last actions about the control and sell of users data to companies and government. This attitude we can change the individual's history using the avatars, since they have to think what about the say or have the possibility of build fake profiles, just to don't be identified by governments and companies, in order to don't suffer statements.

The discussion about the ethics privatization is necessary insofar as this companies appropriate of the speech using the ethics or privacy regulations, making the citizens signs below of what they will sell to other companies in order to continue lead to the space commercialisation, materialized by the new data use of Google.

The paper shows two initial discussions referred to the data ethics, with a focus on the contemporary society. Obviously, it's not a sold out study, since studies about media ecology, by itself, are dynamics. However, the concepts presented in this text provide evidences to review and study this theme by the academia.

(Des)control and (non)governability

Governability is a concept borned from the ideas of Michel Foucault (1979), to whom the society is controlled by general rules, usually guide and placed by a mayor power – the Government. The concept is ancient and valid in a social and media moment appropriate in the cenário. However, this status of governability is directly related with the individual power, that defines who controls and who is under control.

The contemporary society, with citizens belonging to liquid modernity (BAUMAN, 2011), shows specific traits contrary of every kind of governability e control. Eventhough the tecnology allows a greater monitoring of actions, the observation from wich the territoriality and authorship are vulnerable, and, the governability and control became characteristic almost absent. Obviously that happens as of a controled adjustment by the users. If their are the same convencionals users from digital tecnologie, will be watched easily. From the opposite site, they could became in citizen of the world and be subject to the local controls where decide to live.

These questions reminds us to a reality arising from the media ecology, term originated from the conversation between the theorists Marshall McLuhan and Neil Postman (1967). In that ocasion, Marshall McLuhan without space to work in the canadian academy was invited to be parto f the Forddham University during 12 months as a researcher. In this period, McLuhan knew Neil Postman, investigator of the New York University, who he used to scientifically dialogue. These debates built evidences about Media Ecology.

Neil Postman set forth first study about media ecology of the University of New York medias, developing the theory after. For this purpose, he created the Post-Graduation programme of Media Ecology, and Marshall McLuhan was his partner in the project. The aim of the Project was in order to obtain the allowance to know the society and the media in their different moments of transformation. After all, Media Ecology means, to Postman, as the study about the relation and the use of the media by the society. According to the author:

The media ecology is the study os the human environments. Concerned about the capacity of recognise how the technology and the communication technical control shape, quantity, speed, distribution and direction of the information; and how these configurations or preferences of information affects the perceptions, values and people's attitudes (Postman, 1979, p. 186).

If we get these ideas of Neil Postman and Marshall McLhan for the current moment we can pinpoint of contemporary theorists, concerned about the relation between the society and media.

Highlight Dan Gillmor (2005), who defines the society as “individual media”. According to Gillmor, the (non)governability is already a reality.

The same way of Gillmor, the canadian George Siemens (2006) presente us the conectivism, concept that position the society as the responsible by the construction, flow and circulation of knowledge. According to Siemens, the knowledge is each one of us and is shared by everybody via your social network.

Finally, we can consider as media ecologist the Spanish Manuel Castells (2013), to whom the society builds “networks of indignation and hope”, facing in victorius way the governability rules, until now imposed to the citizenship. However, in media ecology, the control and governability cease to exist. As substitutes, exist (non)governability and decontrol, characteristics promoted and powered by the web 2. 0, philosophy of the current media ecosystem.

Although, as a result of this transformation we have an ethics concern stemming from the unmanageability and (non)governability. The ethics codes are results of the social conventions, some of them widespread, others located, related issues to individual culture. These located ethics codes could change according to the geography, while the general ones almost never get alterations. However, both of them can change during the time or following the social and cultural transformations. The media ecology also is one of the causes of the ethics aspects transformation or the relationship between society and mass communication.

The contemporary media ecology, full of unmanageability and (non)governability points out to a data maker society, and loyal means that owns this data. And as data's explore, that is one of the most important things in trading. However, is this exploration ethical? Although lawful we should debate if it is ethics. After all, who controls the lawful are the laws, whereas the ethics is directed by the social and geographic conventions, as pointed previously. However, most of all, we have the behavior, that can structure the social and the geographic, disregarding the lawful. It works as a contract, tacit agreement between the citizens and it's over the ethics and law. In a way, this is what is interesting for media ecology, each time more uncontrolled and (non) governability.

Google: the new God

In new media ecology we live with a new "God", a new controller. Even if exists unmanageability and (non) governability, using the Foucault's ideas (1979), our steps are governed and controlled by an immaterial entity: Google.

The digital north american company, holded by Alphabet Inc., is the bigger data's controller of the present. Your activity is focusing in controlling and data storage of the third parties – the citizens – as the commercialisation of data to the commercial or government organizations interested in monitoring, knowledge and control of the public. The aim of these groups is, in a manner of speaking, control the society.

The interesting is to see the society, that inside the new media ecology owns the capacity of break from the government and control ties, do not bother with that. In fact, the accord between Google and society is based in exchange. The citizens receive the services without paying, an email address with 17 Gb, a video repository, maps, text editors, online data sheets, all of this is offered to the contemporary society. In exchange the same citizens offer what they do and produce: data.

These data obtained through control and governability are used to Google do validations of fake news, build mediatic truths and control the society's future. In this scenario, countries are suffering retaliations, as Argentina suffers with Macri's government, increasingly control

of the public opinion. These controls don't appear in the media, and less in Google. In certain way Brazil suffers, since 2014, with media manipulations that built a economic crisis, ousted the president and encourage the Political Coup in 2016. Finally, Donald Trump, accused the company Google of contributed with the company of Hilary Clinton, through data control. However, this accusation wasn't guaranteed yet.

In light of this, can we consider Google as the revitalization of Foucault ideas in new media ecology? One of the most powerful companies of the world, dedicated to track the human mind through the algorithm specially produced, respect the data ethics? And the society is concerned about that? Or this ethic data is being reinvented by Google together the transformations of the new media ecology? These questions can be partly answered in this article, and temporary by this study loose validity in the next time, because we live in a moment of intense transformations.

In a moment that the payback of the society in order to have all the benefits of the website is composed by our secret data. After all, what we are can be reflected by what we do and think, and these is constantly watched, controlled and sold by Google to it's clients.

In addition, in February of 2018, Google rewed it's contract of data ethics and privacy sending to all of their consumers a reminder with some statements that you have to agree in order to continue be a Google's user. One of that: "when you search for a restaurant on Google Maps or watch a video on YouTube, for exemple, we processed your information about your activity, including the video that you watched, ID devices, IP addresses, cookies datas and localization. We also know about the information that you use in your applications or websites ir order to help Google Analytics and YouTube player."

They use the justification that they need to help their services to put useful and personalized content, as the result of the most relevant researches; improve the service's quality and develop new ones. In addition, they want to put advertisements based on your interest, including the researches that you already done. They also match the data from all their services in order to improve the usability.

So, behind all this statement they are selling our data and our experience or even our life history to companies put their announcement and sell things for the users. How this process could be ethic?

The ethics postmodern and its "privatization"

Etymologically the word ethics is original from the Greek *ethos*, and means costume with some relation with the word *mors*, from latim, moral, Marinho (2008). However, these two words ethics and moral have different meanings. The moral could be understood as the hole of

rules that guides the human behaviour and ethics as reflex over costumes, as well the application of them in any situation. The concept of ethic, from the area of philosophy, could assume different meanings depending of the point of the starting point for theoretical reflection.

In this article we will discuss from the concept focus on the postmodern ethics, Bauman (1997, p. 8): (...) postmodern approach to ethics consists first and foremost not in the abandonment of characteristically modern moral concepts, but in the rejection of typically modern ways of addressing their moral problems, responding to moral challenges with coercive normative regulation in political practice, and with the philosophical quest for absolutes, universals and foundations in theory.

The author doesn't defend the post modern term, however believes that the solid society was used to belong the modernity, previous time, where the man was in the center of everything, the measure was the reason e the social institutions were unshakable. But we live in the liquid society, and the differences between the two times and terms, but nowadays the people is used to undo our things faster specially that things that does not please, reflecting directly on the value that the society attributes to ethics in every instance.

Related to this thought, we can use Morin (2017), to explain the concept that the society experience the latent development of the individual autonomy, means to privatization of ethics by the organizations. Ethics, for Morin (2017) is an individualize, especially in post-modern times, where the technology assumes the central role in education, using videos oor text available in specific platforms or websites which the person can use by itself alone, without the person of the teacher, for example. Because of that, to Morin (2017) could be distancing between individual ethics and collective ethics.

This individualism can be antagonistic in two poles. "The weakling of community tutelage, at the same time, corresponds to ethical universalism and the development of egocentrism". To him we experienced the ethical fundamentals crises, feedbacked by two points as the weakling of the community notion and collective law, as in the private organizations, greater individualism, besides the overvaluation.

The increase of corruption and violence could contribute to these crises of ethical principles, going in the direction of the need of an emergence of a new ethic. The ethic, to exists, needs to be feed by culture, social environment e historical where it is, because it is interrering the individual that occurs the ethical decision, therefore individualize e supported by his own values.

To this ethics be nurtured needs roots, Morin (2017) states that there is no need to find a new concept to ethics, instead of it we should open news sources in order to do some restructuring the link between individual, specie and society.

In Brazilian organizations we have noticed that exists the expansion of departments specialized in business ethics: compliance. As a try to normalize a point that should be inside the person who is part of the organization.

We can notice, by historical survey, that exists the necessity of institutionalise ethics, must because of the cases of corruption Brazil is going into, specially from the public organizations. It seems to be a try to prove honesty e transparency of the organizations.

Burkhart (2009, apud Gonçalves, 2010), stand that the communicational model should leave from the prerequisites: true, honesty and legitimacy. Thus, the ethics has to be part of every kind of relationship, in a way of not need the inspection off another depart from the inside of the organization.

Social capital, public space and internet

The comprehension of communication in this scenario, considering the digital information and communication technology, happens in spaces mediated or not. As the individual person, public or privates companies can have their own channel in youtube, for example, and don't need to depend of television channel. Democratic societies have to ensure the transparency to the citizen, because it is a fundamental right, information to democracy, implemented in the public communication. Matos (2011, p. 45) defines as “process of communication put in a public sphere that involves State, government and society, as a space to debate and decision taking about the public life of the country”.

The digital communication platforms can contribute to this debate, as far as they enable the cocreation of contend by the interested ones, interaction by comments and answers, as well sharing of information to the network of contacts.

The public communication content, Matos (2011), should be normative, on a number of basis principles, as: public interested, right to information e search for the truth, as well the social responsibilities. The immediate environment by the digital technologies can provide the emergence of social capital. This concept to Coleman (1988) is defined by its function, the author brings the point of view linked by the social.

Recuero (2012, p. 611) classifies the connexion types into the social media as emerging and associative. The emerging one can be strong when the investment is related to the creation and maintenance of the profile (disclosure information and relate to a common identity, personal space) e social connexions, as the sharing of resources, which generates benefits for a network such as trust, proximity, clustering and animals; and seeing individuals as presence, legitimation, social support.

The emerging connexion has weak character, the same investments that associative one profile creation and maintenance, social connections and resource sharing); However, among the benefits to the network lies only trust and information, and for the individual generates legitimacy, visibility, information, authority and reputation.

Already the type of associative connection has only the character considered weak, with also the creation and maintenance of social connections and sharing of resources; generating benefits for the network as: information and filtering and, for the individual presence, visibility, popularity and information.

Conclusion

The data ethics is a urgent theme to be study. The society is no longer a safety space in privacy, especially in digital environments. However, the monitored condition is not exclusive of those who have avatars inside the digital environments, but of all the citizens that somehow became data itself. This, per se, is not a problem. The questioning should be about what they have done with our data.

In the new media ecology, the transformation of the society in a Big Data space is inevitable. It's impossible to fight against that. When you use the smartphone, the data are available of been read by any company. The same happens with web pages that asks login or no. The register is done and could be analyse by some institution to use commercially or statistical.

For this reason, the paper opens the doors to the discussion about data ethics, building pioneers references in a non-explored field of study. It is results could be used um further studies related with the theme. In this study, the Google company could be considered as the contemporary God, that knows our deeply secrets and is able to know our thought using statistical data combination that are recognized in their basis.

However, study just about data ethics is not enough. In front of this tracks and the unrestrained uses of the user's information, is fundamental to develop ethics principles that could collaborate with the development of regulatory politics and systems about the use of contemporary data. After all, the privacy, protected by different constitutions, no longer has its status of private dealing with this new media ecosystem, where the (non) governability becomes a rule. Social and media changes that the founding of Media Ecology never expect to happen. Is expected that, with the publication of this paper, new perspectives could be development.

References

- Bauman, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- Castells, M. *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era digital*. Madri: Alianza Editorial, 2013.
- Coleman, J. S. Social capital in the creationof human capital. *The American Journal of Sociology*, Vol. 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure (1988), p. S95–S120. Disponível em < <http://www.jstor.org/stable/2780243>> Acesso em 28 de jan de 2018.

- Foucault, M. . Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- Gillmor, D. Nós, os media. Lisboa: Presença, 2005.
- Gonçalves, Gisela. Introdução à teoria das relações públicas. Porto: Porto Editora, 2010.
- Matos, H. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). Comunicação pública, sociedade e cidadania. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.
- Morin, Edgar. O método 6: ética. Porto Alegre: Sulina, 2017.
- Postman, N. Teaching as a conserving activity. Nova Iorque: Delta, 1979.
- Recuero, Raquel. Revista Contemporânea Comunicação e Cultura. V. 10 – n. 03 – set-dez 2012 – p. 597 – 617, ISSN: 18099386
- Siemens, G. Knowing knowledge. Raleigh: Lulu Press, 2006.

MARIANY SCHIEVANO GRANATO PhD student of Media and Technology, Brazilian, São Paulo State University “Julio de Mesquita Filho”, Brazil and studying abroad as Erasmus researcher at Pan European University – Slovakia. Master in Communication and bachelor in Public Relations. Member of the scientific group GENEM – Group of studies about new media ecology and Public Relation Studies at Unesp. Teacher in Brazilian universities in the communication field.

DENIS RENÓ Journalist and photographer, Doctor in Social Communication from the Methodist University of São Paulo (Brazil), he has developed post-doctorate on Transmedia Journalism by the Complutense University of Madrid (Spain) and post-doctorate on Interactive Interfaces for mobile devices by the University of Aveiro (Portugal). Currently, he is researcher at University of Aveiro in the Project CeNTER – Redes e Comunidades para a Inovação Territorial” member of DigiMedia – Digital Media and Interaction Research Centre and Leader to GENEM – Group of Studies about New Media Ecology. In addition, he is professor at Program of Postgraduate in Media and Technology at São Paulo State University – Unesp (Brazil), honorary professor at the Complutense University of Madrid (Spain) and visiting professor at the National University of Rosario (Argentina) and the Technical University of Loja – UTPL (Ecuador).

Od počiatku do konca a zasa odznova

Martin Kasarda | Fakulta masmédií PEVŠ, Bratislava

ABSTRACT *Our perception of the past is not unambiguous. Nostalgia and retromania are an expression of the desire for the safety of the past. In culture, we return to a proven pattern, we do not look for new ones. Traditional media repeat and recycle cultural values that have already been verified.*

KEYWORDS *Media, history, perception of time, retro.*

Vnímanie histórie kultúrnych artefaktov ako kontinua, ktoré sa vyvíja, je vlastné nášmu presvedčeniu o smerovaní „ľudstva“, civilizácie odniekiaľ niekam. História vnímame ako entitu, ktorá sa udiala a zapísala do našej pamäte najmä externej formou literatúry, zápisov, kroník, artefaktov a uchovávaná v múzeách, archívoch. Z nej vznikajúce príbehy sa stávajú osobnou pamäťou každého z nás. Jazyková narácia nás navyše vedie k prerozprávaniu minulosti ako príbehu: veď jednotlivé diela vznikajú v toku času, nadväzujú na seba, mutujú sa umelecké prostriedky využité v tom či onom diele. Životy umelcov rozprávame ako príbehy, ktoré mali nejaké smerovanie.

Kontinuita príbehu je nám vstěpovaná ako jedna zo základných paradigiem tvorby histórie – a to zdôrazňujeme slovo tvorba, vytváranie. Pretože históriu si rekonštuujeme a vytvárame spájaním udalostí a čímsi, čo môžeme nazvať kauzalizácia udalostí na základe časovej postupnosti, prelínania miesta a predpokladanej vedomej i nevedomej vzájomnej inšpirácie. Je to zvláštne, keďže individualizácia a snaha odlišiť sa patrí k umeleckej tvorbe, skúmanie kultúrnej minulosti akoby hovorilo o tom, že jednotliví tvorcovia si navzájom prepožičiavali skúsenosti, objavy, postupy nielen tie technologické, ale aj inšpiratívne. Takýto pohľad na kultúru je vývojovou paradigmou.

Ak sa však pozrieme na vnímanie kultúrnej histórie prostredníctvom médií, prijímanie artefaktov minulosti spotrebiteľmi kultúry (filmu, hudby, divadla, literatúry) ale aj na opakujúce sa vlny retrománie a nostalgického marketingu, objaví sa pred nami aj odlišná schéma ako je vývojová paradigma. Zdá sa, akoby sa občas (a často) kultúra pohybovala v cyklickom

vnímaní opakovania, reprízy recepcie minulého v súčasnosti, alebo prerozprávavania rovnakých príbehov v novom jazyku, ale vlastne s rovnakými hodnotami. Ďalším momentom vnímania súčasného konzumenta kultúry je aj veľká miera rušenia časovej kontinuity s dôrazom na neustále navracanie sa do viac-menej nedávnej minulosti (ale aj presahujúcej generácie), keď sa opätovne priraduje kultúrnym artefaktom nielen status „trvalej hodnoty“, či „klasiky“, ale aj hodnotenie znovuobjavného, naozajstného, „neprefabrikovaného“ a „nerecyklovaného“.

Pri sledovaní opakujúcich sa formátov v kinách (nekonečné séria Star Wars, Pirátov z karibiku, Jamesa Bonda...), veľkej móde návratov do hudobnej histórie (opakujúce sa „návraty hviezd“, keď sledujete pánov v dôchodkovom veku hopsať po pódiumoch a vykrikovať I Can't Get No Satisfaction), znovu objavovania starších literárnych vzorov (návraty ku „kultovým“ autorom od Saint Exupéryho až po Bukowského), obľube výtvarníkov klasického výtvarného kánonu či repertoáre televízií, ktoré krmia divákov opakujúcimi sa formátmi a reprízami filmov, či pri čítaní časopisov, ktoré sa vracajú do minulosti hercov, príbehov umelcov a pod. môžeme formulovať otázky týkajúce sa nášho kultúrno-historického vývoja vnímania toho, čo je dobré, minulé.

Naše bádanie nebude jednoznačné a nebude dávať odpovede, skôr bude problematizovať vnímanie súčasnosti a hľadať interpretačne možné riešenia. V ďalšom texte sa budeme pohybovať na pomedzí estetiky, histórie, recepcie umeleckých diel, kulturológie či vnímania médií.

Vnímanie histórie

Z pohľadu filozofie histórie jestvujú dva základné prístupy k tomu, ako vnímať dejiny. Obidva prístupy sprevádzajú európske myslenie prakticky od počiatku formulovania textu. Mytologický svet starej antiky totiž poznal aj vývoj, ktorý smeruje od „úsvitu“ a pokračuje do neznáma, ale aj cyklické vnímanie času a opakujúcej sa skúsenosti. Cesta od Kronosa k Diovi, Prométheovi a ľudstvu, ktoré povstalo z hlíny a stalo sa rozumným je cestou, ktorá sprevádza antickú tradíciu a odráža našu predstavu o čomsi, čo sa vyvíja, smeruje vpred. Vo filozofickej tradícii ju najlepšie definoval G. W. F. Hegel, ktorý vo svojej *Filozofii dejín* prišiel s precízne formulovaným pohľadom postupného rozumného vývoja, ktorý smeruje k slobode a zodpovednosti.

Oproti *rozumnému* vývoju stojí archetypálny cyklický čas, o ktorom podrobne hovorí etnológ Mircea Eliade v štúdiu *Mýtus večného návratu*. Táto koncepcia vnímania je založená na opakujúcich sa životných cykloch, ktoré boli spojené s tradičnými archaickými spoločnosťami. Toto vnímanie je ahistorické z pohľadu „vývoja“, lebo žiaden vývoj nepredpokladá, ráta s opakovaním, v ktorom sme dočasne súčasťou, ale ako celok, spoločnosť, komunita prežívame opakovanie ako posvätný cyklus. Profánny individuálny čas je len variantom, ten vnímaný a sakrálny priestor je časom neustále sa revitalizujúceho univerza.

Naším cieľom nie je venovať sa podrobne dejinám vnímania dejín, podstatné však je, že Hegel a Eliade hovoria o dvoch zásadných možnostiach vnímania našej minulosti a našej budúcnosti, ktoré sa objavujú pravidelne aj v našich spoločnostiach. Z Heglovho pohľadu je minulosť niečo, čo sa stalo ako nevyhnutné a smeruje niekam k lepšiemu, rozumnému. Je to do istej miery utopické myslenie, ktoré predpokladá istý účel. A to nové, prichádzajúce, rozumné sa tu predstavuje ako čosi, čo by malo byť lepšie. Idea modernity je v tomto myslení prítomná ako idea pokroku, pozitívnej zmeny k lepšiemu.

V Eliadeho pohľade sa minulosť, prítomnosť a budúcnosť dostávajú do cyklu, v ktorom to, čo sme zažili, zažijeme znova. Ritualizovaná archaická spoločnosť očakáva opakovanie a posvätnosť svojej existencie odvádza od hodnôt, ktoré si chce zopakovať, lebo predstavujú známu, overenú, prežitú minulosť, ktorá sa opakuje. Tento cyklus, večný návrat, je odvodený nepochybne od prírodného opakovania, ale zároveň je utvrdzovaním v nemennosti základných hodnôt. Eliadeho pohľad na predmodernú spoločnosť však vypovedá o našej vnútornej túžbe po istote opakovania, tradície, istoty, je to čosi, čo spoločenstvo hľadá v náboženských obradoch, rituáloch aj dnes.

Heglovská predstava o dejinách, ktoré sa niekde začali a niekam vyvíjajú je esenciálnou predstavou modernity, ktorú podporuje veda – od kozmológie až po biológiu. Najväčšie postosvietenské vedecké systémy prichádzajú s rozsiahlymi systémami, kde sa hľadá prapočiatok pred miliardami rokov v podobe veľkého tresku a koniec kdesi v nedohľadne entropicky sa správjajúceho vesmíru. Podobne hľadáme začiatok vzniku života v praoceáne a hĺbke miliárd rokov a ohlasujeme zánik života v priebehu pol miliardy rokov, keď sa fyzikálne podmienky na zemi stanú „nezlučiteľné“ so životom ako ho poznáme dnes.

Podrobnejší prehľad o interpretácii nášho vnímania času ponúka štúdia *Prolamování limit času: Novověké proměny představy o stáří přírody* autorov T. Hermann, V. Hladký a L. Čermáková, ktorí v závere svojej práce upozorňujú: „*Hluboký a jedinečný čas je posléze již tak smozřejměm předpokladem našeho chápání evoluce, že je nám něčím zcela „přirozeným“.* Tvoří základ struktury našeho historického a biologického a priori, nedokážeme bez něho minulost zkoumat ani o vývoji teoreticky myslet. A to aniž si to výslovně uvedomujeme.“ (Hermann, T. Hladký, V., Čermáková, L. 2017, str. 83).

Napriek tomuto uvedomovaniu si však existuje okolo nás veľmi veľa cyklických štruktúr, ktoré akoby nás utvrdzovali v archetypálne ahistorickom vnímaní času. A rovnako, ako prirodzene vnímame lineárnu postupnosť času, vnímame úplne samozrejme cyklickosť dokonca aj v rámci mediálnych aktivít ako čosi prirodzené, očakávané a ubezpečujúce nás ako spoločnosť, že všetko je tak, ako má byť. Lineárny evolučný historizmus a ahistorický cyklický čas splývajú.

Okrem cyklickosti, ktorú vnímame prostredníctvom ritualizovaného správania sa celej spoločnosti je ďalším rozmerom našej snahy bojovať s časom aj záľuba v nostalgii a retro-

mániach rôzneho typu, čo je typický prvok spoločenskej neistoty, obáv z prichádzajúceho a snaha ukotvenia sa v tom, čo sa bezpečne nemení – teda v minulosti. To, že „staré známe“ je pre nás bezpečné, kým „nové, prichádzajúce“ vnímame ako nebezpečné, je však hnacím motorom civilizačného pokroku, prekonávania strachu.

Naše súkromné dejiny

Vnímanie vlastnej minulosti sa utvára prostredníctvom:

1. **súkromnej rodinnej sféry**, ktorú tvoria žijúci predkovia a predkovia, na ktorých sa spomína a sú súčasťou aktívnej pamäte (pekne o tom rozpráva príbeh animovaného filmu Coco z dielne Pixar/Disney);
2. **školskej histórie**, čo je zjednodušený pohľad na dejiny štátu/spoločenstva s ideologic-ko-politickou interpretáciou významných dejinných zvrátov a revolúcií;
3. **oficiálnej štátnej historickej doktríny** najviditeľnejšie reprezentovanej štátnymi sviatkami, odkazmi na minulé (štátotvorné) udalosti, pripomínania si oficiálnych osobností;
4. **vlastným skúsenostným komplexom**, teda súborom poznatkov, ktoré získavame vlastným autentickým spoznávaním, čítaním, spájaním sa v sociálnych skupinách, partnerskými preferenciami.

Jednotlivé okruhy nie sú od seba oddelené, ale prepájajú sa a my, ako jednotlivci, sme viac menej výsledkom prieniku jednotlivých vonkajších faktorov a nastavení, navyše táto skladačka sa v čase vyvíja. Sme ovplyvnitelní módou rovnako ako spoločenskými trendami, politickým nastavením či rodinnými vzťahmi. Dokonca – a najmä za totalitárnych režimov má túto skúsenosť množstvo ľudí, vieme históriu chápať aj viacúrovňovo – na deklaratívnej a oficializovanej úrovni a na neverejnej úrovni. Vnímanie histórie ovplyvňuje aj naša etnicita, keď tie isté historické udalosti vnímame (napríklad očami Slovenska, príslušnosti k Slovákom a očami Maďarska v prípade príslušnosti k maďarskej menšine u nás).

Naše individualizované vnímanie dejín sa stáva zároveň prirodzene nostalgizované práve prostredníctvom kultúrnych artefaktov, ktoré nám tvoria základňu príjemných zážitkov z detských čias. Počnúc prvými stopami, ktoré sa viažu k melódiám, nápevom „uspávaniek“, rozprávkam, ktoré nám rodičia či prarodičia rozprávali, cez prvé kontakty s medializovanou kultúrou (pesničkami z rozhlasu, u ľudí, ktorí sa narodili už v televíznom čase (teda po roku 1956 u nás) sú to spomienky neraz viazané na televízne produkty, u prvej generácie digitálnych domorodcov (narodených po roku 1980–1985) sú to nostalgizované spomienky na počítačové hry, konzoly typu nintendo, tamagoči a pod.

Časť kultúrno-historickej pamäte tvoria knihy – generácie fanúšikov Julesa Vernea, Karla Maya vystriedali fanúšikovia Hitchcockových Troch Pátračov, aby prišli milovníci Pána Prste-

ňov či Harryho Pottera – ktoré sa stávajú pre časť verejnosti identifikačným prvkom. Dôležitý prvok identifikátora tvorí hudba a film ako popkultúrne produkty, ktoré nás sprevádzajú práve v období utvárania si hodnotovo-morálnych i estetických princípov – teda v dospievaní.

Vývoj sa opakuje

Celý titul knihy J. R. R. Tolkiena znie *Hobit alebo cesta tam a späť* (v originálnom znení: v origináli *The Hobbit, or There and Back Again*). Príbeh sleduje dobrodružstvá hobbita Bilba Bublíka, ktorého na jeho ceste cez krajinu Stredozem sprevádza skupina trpaslíkov a čarodejník Gandalf. Cieľom ich cesty je oslobodenie trpasličieho kráľovstva v Osamelej hore a navrátenie veľkého pokladu ukradnutého drakom Smaugom. Na záver sa Bilbo vracia do rodnej vsieky.

Ritualizované rozprávkové/mytologicky príbehové správanie sa hovorí o tradičnej ceste hrdinu, ktorý musí splniť úlohy, aby sa vlastne dostal do toho istého bodu. Toto poznanie je generačné, príbeh dobrodružstva sa zopakuje v ďalšej hobitej generácii, kde je ústrednou postavou Frodo a cieľ jeho cesty je opäť vykonať hrdinský čin (zničiť tajomný Prsteň) a vrátiť sa späť.

Rovnako mýtický rozmer majú aj ďalšie rozprávania, s ktorými sa v ostatných desaťročiach stretávame: štruktúra rozprávani (knižných, filmových) o Jamesovi Bondovi, nekonečné a z popola vstávajúce ságy ako *Hviezdne vojny*, *Rýchlo a zbesilo*, *Piráti z Karibiku*, Disney/Pixar produkcia rozprávok a rozprávok 2 a rozprávok 3, obrovská obluba repetitívnych štruktúr typu reality show ako *Superstar*, *Talent*, *Farmár*, denných seriálov a ďalších televíznych sérií poukazuje na to, že naša fascinácia cyklickosťou je prítomná v našom prístupe ku kultúrnemu daniu a tvorbe.

Zdá sa, akoby jedným zo znakov kultúrneho priemyslu bola recyklácia úspešných motívov, pretože to morálne posolstvo je principiálne rovnaké a potrebujeme si ho generačne opakovať. Prečo to teda nerobíť formou opakovania príbehov, isto technologicky na vyššej úrovni, ale obsahovo stále v opakujúcej sa podobe.

Cyklickosť je posilňovaná aj opakovaním programových štruktúr najmasovejšieho z kultúrno-priemyselných statkov – televízie. Televízny program je vlastne štrukturácia istého časového úseku do ritualizovanej podoby viac menej pevného usporiadania času, ktorý vnímame ako stabilný. Pozerať televíziu je bezpečné, pretože 1. ju pozeráme zväčša doma a 2. ju pozeráme v ustálených vysielacích štruktúrach. Prostredníctvom televízneho vysielania sa vraciame do bezpečných zón aj opakovaním starých produktov, najvypuklejšie hádam v čase sviatkov (opakovanie vianočných rozprávok...). Je to priam Nietzscheovský Večný návrat, čiže snaha hľadať bezpečie v potrebe opakovania toho, čo bolo (Nietzsche, 2011).

Ahistorizmus hudobnej produkcie

Technológie nepochybne menia spotrebiteľské správanie aj v prípade konzumácie kultúrnych produktov. Keď ste chceli pred sto päťdesiatimi rokmi počúvať hudbu, mali ste prakticky dve možnosti: ísť na koncert, kde hudbu sprostredkúvali živí umelci, alebo si hudbu vytvoriť vo vlastnej réžii. Thomas Alva Edison v roku 1877 predstavil fonograf a o desať rokov neskôr Emile Berliner gramofón, prvé záznamové médiá schopné uchovať a reprodukovať zvuk. Tieto hračky ešte dlhé roky patrili skôr ku kuriozitám, než bežnému vybaveniu domácnosti.

Ak by ste sa ocitli pred sto rokmi, v roku 1916 v bežnom európskom meste, nepochybne by vás prekvapilo ticho, žiadne reprodukované hudby vo verejných priestoroch, žiaden dopravný servis v kaviarňach, pretože rádio ešte neexistovalo. Ak by ste začuli hudbu, mohli by ste hľadať živého muzikanta, výnimočne gramofón. Prvý záznam na magnetické pásky, magnetofón, predstavila spoločnosť AEG v roku 1935. Ešte viac ako 20 rokov sa používali vlastne len v profesionálnych štúdiách, k bežným spotrebiteľom sa magnetofóny dostali v polovici päťdesiatych rokov.

Postupný, ale vo výsledku dramatický zlom vnímania populárnej hudby prináša obdobie po druhej svetovej vojne v Spojených štátoch amerických ruka v ruke s technologickými zmenami, ktoré dnes síce pôsobia ako nepodstatné kuriozity, ale v čase svojho vzniku spôsobili revolučné zmeny. Ako uvádza rozsiahla encyklopédia *American Pop*, ktorá nesie podtitul *Popular Culture Decade by Decade* (Batchelor, 2009) a jej štyri zväzky mapujú po dekádach roky 1900–2000, v polovici päťdesiatych rokov sa rapidne zmenila tvár masovej kultúry a príčina sa volá rock and roll. Kým v roku 1950 sa predalo v USA 187 miliónov platní, o desať rokov neskôr to bolo 600 miliónov. Pre úplnosť, v roku 1949 začínajú nahrádzať 78 otáčkové platne prvé single s rýchlosťou 45 otáčok za minútu a LP platne s rýchlosťou 33 a 1/3 otáčok. V roku 1954 prichádza na svet tranzistor, o dva roky neskôr jeho verzia pre autá. V roku 1958 sa spúšťa stereo nahrávanie a vysielanie. V tom istom čase vrcholí sláva americkej big bandovej hudby, scény a strednopráúdovým rádiám dominujú Frank Sinatra, Bing Crosby a ďalší reprezentanti ľahkého džezu. A zároveň sa rodí v krížení bieleho country a amerického čierneho blues celkom nová hudba, ktorá ovládne generáciu babyboomu, detí narodených v rokoch tesne po druhej svetovej vojne: rock and roll. Hudba voľného času, ale aj vzdoru generácie, ktorá si nechce uťahovať opasky, ale užívať si život plnými dúškami.

Práve nové technologické zariadenia a módné vlny tranzistorov či platní spôsobili aj dramatickú zmenu v spôsobe konzumácie populárnej hudby. Ešte v prvých desaťročiach 20. storočia a v medzivojnovom období sa drvivá väčšina hudobnej produkcie počúvala len naživo, museli ste pritom nájsť muzikantov, ktorí ju hrajú alebo si ju hrať vlastnými silami. (Ross, A., 2012) Prvé gramofóny s dnes zábavným zvukom boli výsadou lepších vrstiev a aj v prvých rokoch rozhlasového vysielania sa hudobná produkcia neraz hrala naživo. Po druhej svetovej

vojne záznamové médiá už umožňovali hudbu konzumovať opakovane, bez nutnosti mať pri sebe muzikantov. Z hudby sa stal tovar, ktorý si mohol konzument ľahko kúpiť. A pri tom si zákazník nekupoval – čo je dôležitý fakt – umelca, nekupoval si ani hodnotný nosič (aj vinylová platňa aj CD či DVD majú minimálnu hodnotu), ale kupoval si a platil za estetický zážitok, emócie, ktoré v ňom hudba a zvuk vyvolávajú. Hudobný svet v päťdesiatych a šesťdesiatych rokoch a spustili veľkú zmenu spotrebiteľského správania. Reprodukovaná hudba ovládla svet, naučili sme sa počúvať zvuky bez prítomnosti ich pôvodných zdrojov. Éra hudobných nosičov vrcholila na sklonku 20. storočia, praktický digitálny formát CD vytvoril aj prvú silnú mieru retrománie, keď si ľudia žijúci v deväťdesiatych rokoch kupovali tzv. remastrované edície albumov z rokov päťdesiatych až sedemdesiatych.

Digitálna kultúrna zmena

V druhej polovici deväťdesiatych rokov sa objavili napalovačky CD a na prelome storočí zdieľanie súborov prostredníctvom internetu a nelegálnych, resp. na hranici legálnosti sa pohybujúcich digitálnych služieb (prvý bol Napster, ktorý umožňoval zdieľanie digitálnych dát v rokoch 1999–2001). A to zmenilo spotrebiteľské zvyklosti i ohotu míňať peniaze na tovar, ktorý bol a je sezónny a zároveň ľahko dostupný v digitálnej forme.

Najväčším problémom kultúrnych obsahov zadarmo je fakt, že za tvorivú činnosť autori a interpreti nedostanú zaplatené, ich práca, do ktorej investovali čas, a náklady na hudobné nástroje, počítače, technológie sú ukradnuté. Nízka miera vedomia, že intelektuálna a kreatívna činnosť má vysokú hodnotu (na Slovensku, ale nielen u nás, sa prejavuje sa aj v extrémne nízkych honorároch nielen za hudbu, spisovateľské či novinárske písanie, prácu grafikov atď.) spôsobuje, že kradnutie nemateriálnych obsahov sa nevníma ako zločin. Kým pri krádeži auta totiž vnímate a viete vyčíslieť jeho úžitkovú hodnotu, ukradnutie pesničky zdanlivo úžitkovú hodnotu nemá, kradnete si estetický zážitok, niečo nehmotné.

Problém má však kulturologicky zaujímavý aspekt: spotrebiteľia sa dostali ku kultúrnym obsahom, ktoré majú nevyčísliteľnú hodnotu a kultivujú prostredie. Konzument kultúry sa zmenil, môže si vyberať, vyhľadávať a správať sa podľa svojich preferencií a záujmov.

Odvrátená strana množstva obsahu je že táto ponuka obsahov vedie k inflácii a vyčerpaniu. Hudba je všade, ľahko dostupná, nekladie prekážky pre svoje získanie, prestala byť cenná. Prečo by sme mali za hudbu platiť, keď si ju môžeme pustiť z mobilu, z počítača?

Hudobná ponuka stratila navyše rozmer historického vývoja. Poslucháči sa „vracajú“ k hudbe svojej mladosti, popri pesničkách, ktoré vznikli „včera“ prinášajú tradičné hudobné rozhlasové kanály pesničky staré tridsať či päťdesiat rokov. Nejestvuje generačný hudobný pocit, pretože mladí ľudia dnes spokojne počúvajú Led Zeppelin či Deža Ursinyho, teda hudbu ich prarodičov. Evolučnosť sa akosi vytratila.

Návrat ako spása?

Vo svojej poslednej knihe *Retrotópia*, ktorá bola publikovaná až po jeho smrti v januári 2017, sa Zygmund Bauman venuje tendenciám, ktoré sú prejavom nostalgických túžob po idealizovanej či imaginárnej minulosti. Z tejto pozície analyzuje príčiny kríz súčasnej spoločnosti.

V kultúrnej oblasti sa táto záľuba v návratoch prejavuje silným prúdom obdivovania minulých kultúrnych výtvorov nielen na muzeálnej oblasti (princíp výtvarného umenia v galériách), ale aj v praktickom používaní kultúrnych artefaktov.

Naša individualizovane vnímaná historicita nemá heglovský projekčný model putovania od minulosti do budúcnosti, pretože to budúce je neisté, ak má byť nové. Cyklickosť a večný návrat je bezpečím, kruhom, v ktorom sa chceme uzatvárať a chrániť.

Horšie je, že retrománia nie sú len staré obaly horaliek či počúvanie Beatles, ale aj návrat do nostalgizovanej minulosti – v prípade Slovenska napríklad do čias socialistickej letargie či dokonca fašistického štátu. Naša cyklickosť a ahistorickosť nemusí byť len cestou späť do milej rozprávky, ale aj popretím princípov, ktoré sme si historicky overili ako neprijateľné.

Literatúra

- Batchelor, B. (ed.): *American Pop: Popular Culture Decade to decade 1900–2000*. Connecticut, London: Greenwood 2009, ISBN 13: 9780313364112
- Bauman, Zygmund: *Retrotópia*: Artforum, Bratislava 2017, ISBN 9788081501760
- Eliade, M.: *Mýtus o večném návratu*. Preložila E. Strebingerová. Praha: Oikoymenth 1993. ISBN 80-7298-037-8
- Hegel, G. W. F.: *Filozofia dejín*. Preložil T. Münz. Bratislava: Slovenské vydavateľstvo politickej literatúry 1957.
- Hermann, T., Hladký, V., Čermáková, L.: *Prolamování limit času: Novověké proměny představy o stáří přírody*. in: Ovčáčková, L. (ed.): *O původu kultury*, Praha, Academia, 2017. ISBN 978-80-200-2751-1
- Nietzsche, F.: *Tak pravil Zarathustra*, [přeložil Otokar Fischer]. – V MKP 1. vyd. – Praha: Městská knihovna v Praze, 2011
- Ross, Axel: *Zbývá jen hluk*. Praha: Argo, Dokořán 2012. ISBN 978-80-7363-397-4



DOC. PHDR. MARTIN KASARDA, DR. je slovenský spisovateľ, publicista a vysokoškolský pedagóg. Pôsobí na Fakulte masmédií PEVŠ, kde sa venuje dejinám a súčasnosti kultúry a problematike tvorivosti v médiách. Zároveň je šéfredaktor *Magazínu o knihách*.

* Táto práca je súčasťou projektu PEVŠ - APVV-16.0588 s názvom *SLoboda prejavu v kontexte moderných technológií*.

História a vývoj formy a obsahu informačnej grafiky

Mgr. Ján Paukovic | Paneurópska vysoká škola, Bratislava, Slovensko

ABSTRACT *In submission history and development of form and content in infographic, we explain the concept of infographic. We are making a cross-section through history of infographic usage, analysing contents of chosen infographics, including reasons for their creation and seeking connections and differences in content, form or expression elements between historical and contemporary infographics.*

KEY WORDS *Graphic, Information, Infographic.*

Infografika ako spôsob grafickej-vizuálnej reprezentácie informácií má naozaj bohatú históriu používania, no len ťažko by sa ju dalo zdokumentovať celú. O vizualizácii informácie vieme, že predchádzala existencii písma. A aj keď by podľa dnešnej interpretácie informačnej grafiky nespádali jaskynné malby do tejto kategórie, infografika je naozaj široký pojem, a preto považujeme aj tieto prvé vizuálne prejavy našich predkov za informačnú grafiku. Dôvody pre ktoré tieto malby vznikali môžu byť rôzne, spirituálne, umelecké, ale aj edukačné, a preto je vhodné ich spomenúť aspoň okrajovo, aj napriek tomu, že sa budeme venovať oveľa súčasnejšej tvorbe ľudí. Ako sme spomenuli dôvod na vznik jaskynných malieb mohol byť rôzny, a tak isto sa rôzni v dnešnej dobe aj dôvody na vznik infografiky. Hlavnou podstatou informačnej grafiky, ktorá vyplýva už z názvu, je informovať človeka – čitateľa – o niečom, či už sa jedná o jednoduchý pomer prvkov v koláčovom diagrame, komplexnejšie porovnanie vývoju ceny štvrť kilogramu pšenice oproti dennému platu lepšieho automechanika v šilingoch naprieč sedemnástym a osemnástym storočím (W. Playfair, obr. 6.), alebo dnes už ikonickú zjednodušenú reprezentáciu zastávok londýnskeho metra (H. Beck, obr. 15.). Keďže hlavným cieľom informačnej grafiky bolo vždy informovať, museli byť prvky zobrazené čitateľne a jednoducho aby čo najvernejšie odkomunikovali obsah svojmu čitateľovi. To ale neznamená, že infografika ostala nedotknutá vývojom spoločnosti a môžeme teda s určitosťou povedať, že hranice v infografike zobrazovaných konceptov sa presunuli ďaleko od prvých informačných grafič zobrazujúcich počet smrtí anglických vojakov, ktorým sa dalo

predísť (F. Nightingale, obr. 9.), až za hranice samotného grafického média – papiera, zobrazujúc pomocou dátovej vizualizácie skulptúru japonského zemetrasenia Tohoku (L. Jerram, obr. 16.). Vývoj technológie a ľudského rozmyšľania stál za vznikom informačných grafík a vizualizácií dát ktoré nemajú už len informačný charakter, ale aj zábavnú alebo umeleckú pridanú hodnotu.

Prierez históriou informačnej grafiky

Jaskynné malby

„Je dôležité ustanoviť, že informačný dizajn nie je nový vynález: existuje spolu s nami už veľmi dlhý čas, hoci v rôznych formách, pričom bol životne dôležitý pre civilizácie a v komunikácii medzi kultúrami a generáciami.“ (Coates, Ellison, 2014, 11.). V úvode sme spomenuli, že za prvé informačné grafiky môžeme považovať jaskynné malby datujúce sa do obdobia okolo tridsať tisíc rokov pred našim letopočtom. Tieto jaskynné malby môžeme nájsť napríklad v jaskyniach Lascaux a Chauvet vo Francúzsku alebo v jaskyni Altamira v Španielsku. Význam jaskynných malieb je často diskutovaný a doposiaľ nám nie je známe prečo ich tvorcovia – pravekí umelci – namaľovali, či už to bola snaha o spirituálnu komunikáciu, ktorá mala zabezpečiť hojnosť ulovených zvierat, edukácia mladších členov skupiny, alebo umelecké vyjadrenie jednotlivca, jedná sa o prvé vizuálne zobrazenie informácie o ktorom vieme.

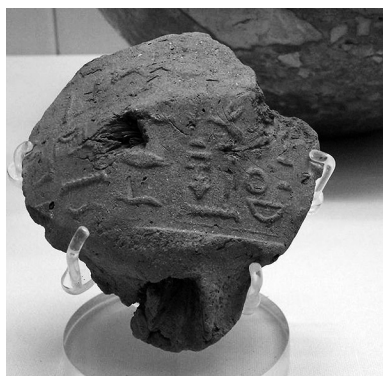


Obrázok 1. malby v jaskyni Lascaux zobrazujúce kone, býky a jelene, juhozápad Francúzska približne sedemnástisíc rokov staré. Zdroj: Coates K., Ellison A. 2014. *An introduction to information design*, str. 11.

Jaskynné maľby zobrazovali rôzne motívy a odkrývajú nám spôsob akým medzi sebou jednotlivci komunikovali, ich zvyky skúsenosti a spôsob akým žili. Považujeme ich preto za prvotnú formu vizuálnej komunikácie.

Rané formy písma

Tak ako sa vyvíjalo ľudstvo a spolu s ním aj civilizácia, tak prišli aj komplexnejšie problémy a potreba ich riešenia. Zaznamenávanie informácií je dôležitým znakom vyspelej civilizácie, či už sa jedná o edukačnú formu, značenie majetku alebo dokonca umenie a príbehy. Písmo bolo zároveň spôsob ako dostať presné informácie na diaľku – napríklad medzi panovníkmi, vojskom alebo spirituálnymi figúrami v spoločnosti. Okolo roku tritisíc sa stretávame s prvými zdokumentovanými písmami. Prvým bolo egyptské proto-hieroglyfické a sumérske klinové písmo.



Obrázok 2. najstaršia celá veta zaznamenaná v egyptskom jazyku, hrobka Seth-Peribsen a cca dvetisíc šesťsto deväťdesiat pred našim letopočtom. Zdroj: Allen, J. P. 2003. *The Ancient Egyptian Language*, Cambridge university press, str. 2.



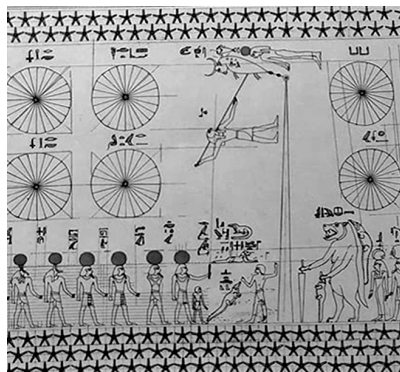
Obrázok 3. sumérska hlinená tabuľa pravdepodobne z južného Iraku, cca tritisíc pred našim letopočtom. Zdroj: Coates K., Ellison A. 2014. *An introduction to information design*, str. 12.

Aj keď sa na prvý pohľad môže zdať že rané písma nespádajú medzi mantinely informačnej grafiky, je nutné pochopiť že písma a jazyky reprezentujú komplexnú formu riadiacu sa presne danými pravidlami, pomocou ktorej dokážeme zachytávať a reprezentovať informácie. Z tohto pohľadu je teda jasné že aj písanie je určitá forma vizualizácie dát a informácií.

Kartografia

Kartografiou označujeme vedu ktorá sa zaoberá tvorbou a skúmaním máp. Premietanie poznanej skutočnosti a okolia na papier, papyrus alebo hlinenú tabuľu sa ukázalo počas historického vývoja ľudstva veľmi užitočné. Mapy pomáhali bádateľom držať si kurz na ceste za novými objavmi, zemnou, alebo obchodnými cestami. V prípadoch kedy sa ľudia dostali do nezmapovaného teritória im mohli slúžiť mapy hviezdne, z ktorých na základe polohy hviezd vedeli určiť kde sa nachádzajú, alebo aspoň smer ktorým sa plavia, či cestujú.

„Kartografia, veda, vlastnosť, či práca týkajúca sa tvorby máp, demonštrovala prvú formu informačného dizajnu tak, ako ju poznáme v dnešnej dobe. Starovekí Egypťania vytvárali mapy, ktoré komunikovali informácie o hviezdach. Hviezdna mapa (obr. 4) datujúca sa do roku cca tisícpäťsto pred našim letopočtom, bola nájdená v hrobke veľkého Senmuta [the great Senmut] blízko Luxoru. Táto mapa podľa všetkého ukazuje zoskupenie planét v konkrétnej pozícii na nočnej oblohe, čím referuje ku konkrétnemu bodu v minulosti.“ (Coates, Ellison, 2014, 13.).



Obrázok 4. prekreslenie hviezdnej mapy z hrobky veľkého Senmuta, Luxor
(zhotovil Charles Wilkinson)



Obrázok 5. babilonská hlinená tabuľa s vyrytou mapou, Ga-Sur. Zdroj: Coates K., Ellison A. 2014. *An introduction to information design*, str. 13

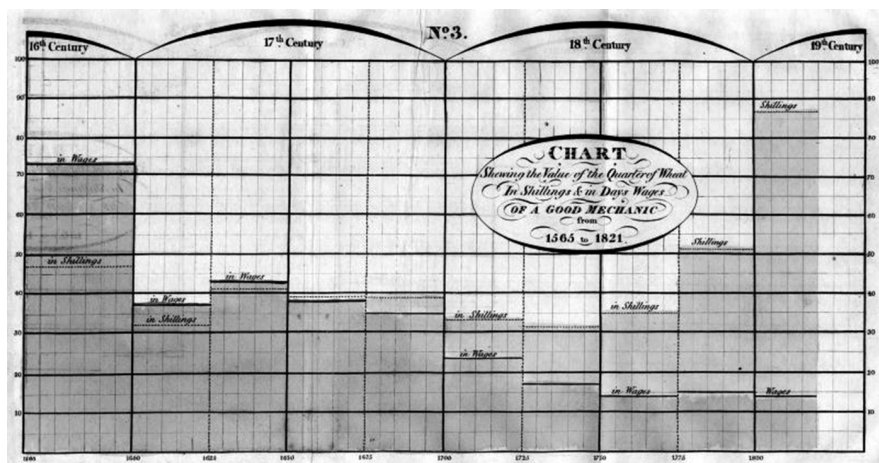
Mapy, či už hviezdne alebo mapy terénu a morí považujeme za prvé formy infografiky podobné tým, s ktorými sa stretávame dodnes. Aj v kartografii môžeme vidieť pokroky ako napríklad topografické zobrazovanie a detailnú presnosť pri zobrazovaní mapovaného územia.

Moderná vizualizácia dát

Presne tak, ako bol výsledkom prirodzeného vývoja človeka vznik jazyka, písma a máp, tak isto o stáročia neskôr podnietila potreba riešiť komplexné problémy doby vznik rôznych ďalších typov informačných grafík a dátových vizualizácií. V nasledujúcej časti venujeme pozornosť informačným grafikám, ktoré boli v čase ich publikovania priekopnícke, inovatívne a znamenali veľký míľnik pre vývoj infografiky. Zároveň spomenieme aj okolnosti alebo dôvody pre ktoré tieto informačné grafiky vznikli a autorov ktorí stoja za týmito výnimočnými počinnmi.

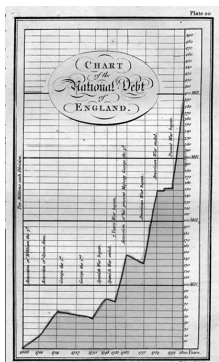
Grafy a diagramy – William Playfair, rok 1801

William Playfair bol škótsky vynálezca a inžinier žijúci koncom osemnásteho storočia. Venoval sa rôznym aktivitám od písania kníh a letákov až po snahu o vytvorenie automatizovanej valcovne [spracovanie kovov na úzke kusy plechu]. Najznámejší je však jeho celoživotný prínos pre vizualizáciu dát. V dobe datujúcej sa pred návrhom prvých Playfairových grafov a diagramov boli písané slovo a obraz dve odlišné formy prezentovania informácií pričom sa málokedy stretli spolu.

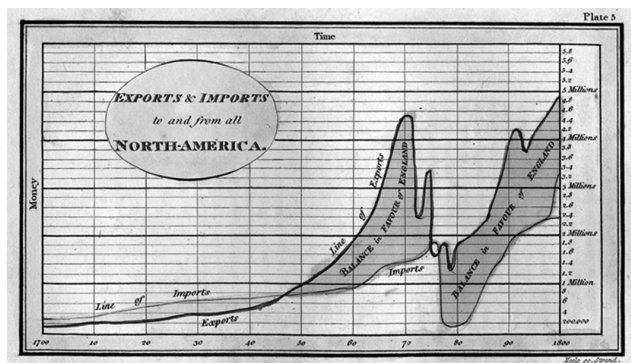


Obrázok 6. Graf porovnávajúci cenu štvrt kilogramu pšenice s denným platom dobrého automechanika, v šilingoch. Sedemnásť a osemnásť storočie. Publikované v *The political and commercial atlas*, William Playfair, 1801. Zdroj: dostupné na internete: <http://libweb5.princeton.edu/visual_materials/maps/websites/thematic-maps/quantitative/sociology-economics/sociology-economics.html>.

Napriek tomu, že v tej dobe jeho krajanovia nepokladali Playfaira za grafické inovácie za niččo prelomové, v zahraničí si získal podporu napríklad kráľa Ľudovíta XVI. Ktorý pokladal jeho diagramy za veľmi jednoducho pochopiteľné, alebo poďakovanie nemeckého naturalistu a geografa Alexandra von Humboldta v jeho písomnej práci „Political Essay on the Kingdom of New Spain“.



Obrázok 7.
Národný dlh Anglicka.



Obrázok 8. Export a import z a do Ameriky. Publikované v *The political and commercial atlas*, William Playfair, 1801. Zdroj: dostupné na internete: <http://libweb5.princeton.edu/visual_materials/maps/websites/thematic-maps/quantitative/sociology-economics/sociology-economics.html>.

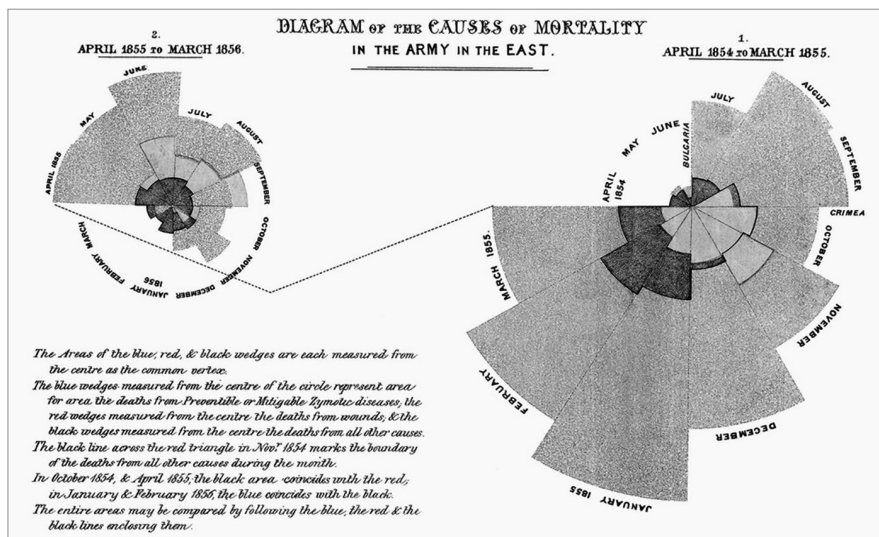
Inšpiráciu Playfair nachádzal v tvorbe intelektuálov ktorí mu predchádzali. Jedným z nich bol John Priestley a jeho chronologické záznamy. Vďaka výchove a vedeniu jeho matematicky vzdelaného brata mal William dobrý prehľad o dianí už od malička. Jeho brat John ho napríklad nútil každý deň zapisovať výšku teploty, čo neskôr vytvorilo priestor pre vznik čiarového grafu.

Počín Williama Playfaira môžeme pokladať za priekopnícky keďže nielen spojil písané slovo a grafické zobrazenie do novej formy vizualizácie dát, ale ovládol remeslo infografika natoľko, že z jeho inovácií čerpali mnohí jeho nasledovníci, a s nie veľkými úpravami používame niektoré jeho vizuálne prvky (ako koláčový alebo stĺpcový diagram) dodnes.

Florence Nightingale – diagram dôvodov úmrtia na východnom fronte, 1858

Florence Nightingale bola armádnou sestrou, priekopníčkou v modernom ošetrovatelstve, národnou hrdinkou Anglicka a v neposlednom rade inovátorkou štatistiky a grafickej prezentácie informácií. Okrem snahy o všeobecné zlepšenie hygienických podmienok v ne-

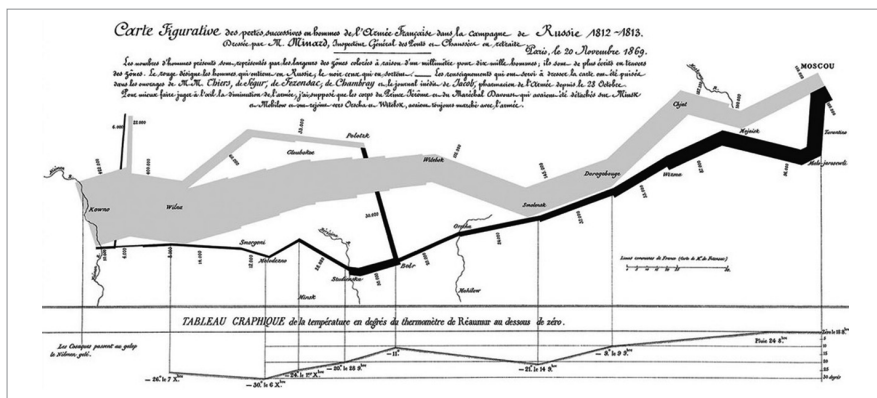
mocniciach a mestách sa snažila o zdvihnutie úrovne hygieny aj vo vojenských lazaretch. Ako vojnová sestra ošetrojúca zranenia vojakov bola svedkom mnohých smrtí ktorým sa dalo predísť niečím tak banálnym ako bola štandardná hygiena, ktorá však na vojnovom fronte chýbala. Florence hľadala jednoduchý spôsob ako vizuálne reprezentovať podiel smrtí ktoré boli následkom zranenia oproti smrtiam ktorým sa dalo predísť. Po prevedení štatistik z textovej do infografickej formy bolo obsah oveľa jednoduchšie pochopiť a na základe vytvorenej informačnej grafiky sa predišlo mnohým smrtiam. Infografika ktorú vytvorila Florence Nightingale sa nazýva podľa nej Nightingalovej ruža [Nightingales rose] alebo aj coxcomb diagram. Jedná sa o kruhový histogram s rozdelenými segmentami.



Obrázok 9. Nightingalovej ruža – kruhový histogram zobrazujúci úmrtia armády v Krymskej vojne ktorým sa dalo predísť. Zdroj: Sometimes Old and Always Awesome Graphics. Dostupné na: <http://www.nickstepro.com/infographics/>.

Charles Joseph Minard – Napoleonov pochod na Moskvu, rok 1869

Charles Joseph Minard bol francúzsky stavebný inžinier žijúci od konca osemnásteho do konca devätnásteho storočia. Medzi jeho prínosy pre spoločnosť patrila stavba mostov a vodných kanálov naprieč celou Európou. Okrem stavieb a návrhov vodných priehrad sa zaslúžil aj o inováciu informačnej grafiky. Jeho najslávnejšou infografikou je Napoleonov pochod na Moskvu, táto infografika sa radí medzi všeobecne najznámejšie a najuznávanejšie vôbec.

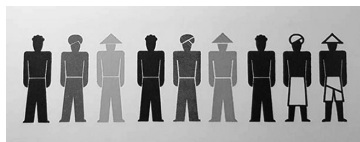


Obrázok 10. Minard, Napoleónov pochod na Moskvu. Zdroj: Corbett, J. 2001. Charles Joseph Minard, Mapping Napoleon's March, 1861. [online] dostupné na: <<https://escholarship.org/uc/item/4qj8h064>>

Minardova grafika vydaná v roku 1869 bola inovatívna vďaka zobrazeniu dovtedy nevidaného počtu informácií naraz, jednoducho a čitateľne. V grafike je zobrazený pochod Napoleona na Moskvu začiatkom devätnásteho storočia. Informácie ktoré sa dozvedáme vďaka Minardovej vizualizácii sú: veľkosť armády, prejdená vzdialenosť, poloha ku konkrétnemu dátumu, smer, nadmorská výška a teplota. Dovtedy sa nepodarilo zobraziť tak jednoduchým a čitateľným spôsobom tak veľkú škálu rôznych informácií. Zároveň je z infografiky viditeľné katastrofický dopad tohto vojenského ťaženia na francúzsku armádu.

Otto Neurath – ISOTYPE, Wiener Methode der Bildstatistik, roky 1925–1934

Začiatkom dvadsiateho storočia sa v sociálno-ekonomickom múzeu vo Viedni [Gesellschafts und Wirtschaftsmuseum] zrodila viedenská metóda obrázkovej štatistiky [Wiener Methode der Bildstatistik]. Za vznikom tohto nového spôsobu vizuálneho zobrazovania dát stál Otto Neurath, ktorý stanovil pravidlá používania symbolov a celkový koncept vizuálneho jazyka, a Gerd Arntz, ktorý bol grafikom tvoriacim jednotlivé symboly pre túto metódu (celkovo cez štyritisíc). Sám Neurath tvrdil že múzeum v ktorom pôsobil neplnilo funkciu akejsi truhlice ukrývajúcej starožitné a vzácne predmety, ale práve naopak sa snažilo pôsobiť inovatívne a edukatívne. Hľadanie nového, jednoduchého no pritom pútavého spôsobu zobrazovania dát stálo za vznikom viedenskej obrázkovej štatistiky. Tento spôsob bol neskôr v tridsiatom piatom kvôli emigrácii jeho tvorca premenovaný na isotype – international system of typographic pictorial education [medzinárodný systém typograficko obrazového vzdelávania].

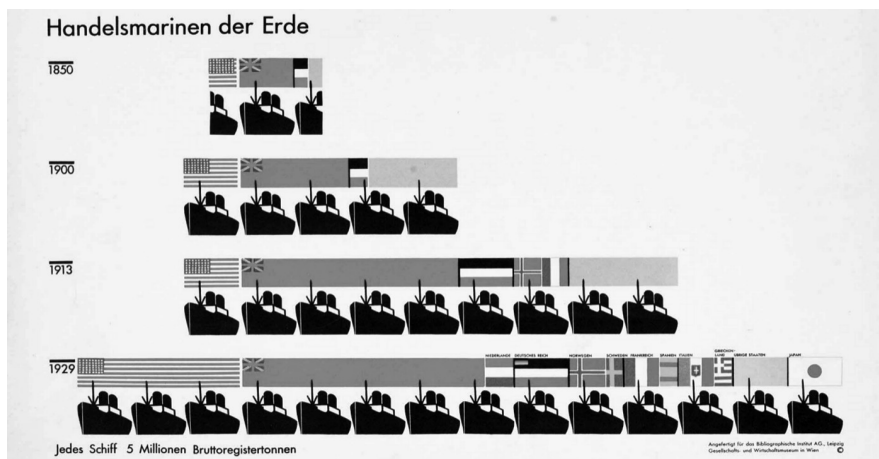


Obrázok 11. reprezentácia obsadenia rôznych etnických skupín.



Obrázok 12. (vpravo) ukážka rôznych znakov z isotype.
Zdroj: Coates K., Ellison A. 2014. *An introduction to information design*, str. 15.

Pomocou isotype spôsobu sa dali jednoducho zobrazovať súvislosti z okolitého sveta a práve kvôli stanoveným pravidlám ostávali vždy rovnako dobre čitateľné. Jedným z pravidiel zobrazovania bolo, že veľkosť informačného súboru nebola zobrazovaná v informačnej grafike pomerom veľkostí, ale repetíciou samotných prvkov. Na obrázku 13. môžeme vidieť infografiku zobrazujúcu pomery obchodných lodí reprezentujúce rôzne krajiny, pričom jedna loď na obrázku reprezentuje päť miliónov prevezeného brutto tovaru. Spôsob isotype bol inovatívny kvôli zavedeniu nového spôsobu zobrazovania veľkostí súborov v rámci štatistik.

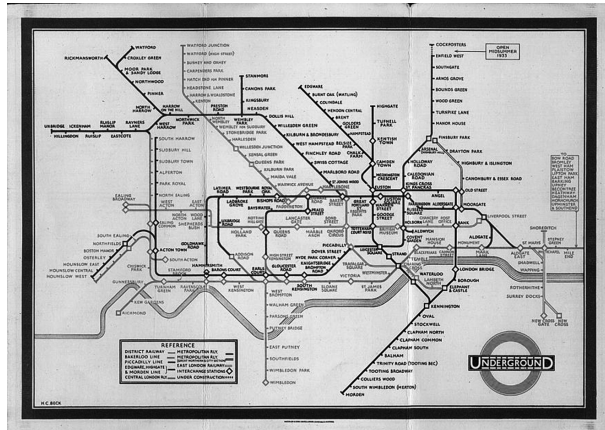


Obrázok 13. štatistika loďného obchodu od 1850 o 1929. Zdroj: *Isotype publications online*. Dostupné na: <https://medialabkatowice.eu/en/projects/isotype-sources/>

Harry Beck – London Underground, rok 1933

Harry Charles Beck bol anglickým technickým kreslíčom ktorý pracoval pre londýnske metro. Pritom sa vo voľnom čase venoval dnes známej topologickej mape metra, ktorá ho

preslávila. Pôvodne sa vedenie spoločnosti stávalo k návrhu veľmi skepticky, ale nakoniec vytlačili sadu letákov zobrazujúcich Beckov výtvor, ktoré si verejnosť hneď po uverejnení zamilovala. Beckov topologický systém zobrazovania dopravy sa používa dnes ako určitý štandard na mnoho miestach.



Obrázok 15. topologická mapa londýnskeho metra. Zdroj: COATES K., ELLISON A. 2014. *An introduction to information design*, str. 16.

Moderný informačný dizajn

V predošlej kapitole sme analyzovali obsah informačných grafík ktoré boli niečím inovatívne v dobe kedy vznikli. Od začiatku devätnásteho storočia až do polovice dvadsiateho vznikali množstvá zaujímavých spôsobov, ktoré sa snažili reprezentovať takmer nekonečnú rozmanitosť informácií. Z druhej polovice dvadsiateho storočia stojí za zmienku prínos Otl Aichera pre priestorovú orientáciu, ktorej myšlienky inovoval v práci pre letisko v Mníchove, alebo tvorba piktogramov pre letné olympijské hry v roku sedemdesiatdva. Tvorba vtedajších post-modernistických grafíkov sa však orientovala skôr na súboj s modernizmom a do iných sfér umenia, či dizajnu než bola infografika. To sa však zmenilo s príchodom dvadsiateho prvého storočia a obrovského technologického pokroku. V dnešnej dobe vznikajú obrovské množstvá rôznych podôb a vizualizácií informácií, pričom sa stáva, že jediným obmedzením pre tvorcov je ich vlastná kreativita. Napriek tomu, že hlavným dôvodom existencie vizualizácie dát je informovanie, pridali sa k nemu aj zábava, marketing a dokonca aj umelecká výpoveď.

Tohoku – skulptúra japonského zemetrasenia

Tohoku je socha umelca Luke Jerrama, ktorá pomocou technológie prototypingu a 3D tlačne verne zobrazuje seizmické otrasy zachytené počas deviatich minút spôsobenia zemetrasenia a tsunami v Japonsku roku 2011.



Obrázok 16. Skulptúra reprezentujúca seizmické otrasy pri zemetrasení v Japonsku. Zdroj: Shaoqinag W. *Infographics, designing and visualizing data*, str. 76.

Spoon vs Fork – interaktívna dáta vizualizácia v umeleckom prostredí

„Tento projekt bol vytvorený počas SWAB medzinárodného umeleckého veľtrhu v Barcelone. Keďže sa jednalo o umelecké prostredie, Domestic Data Streamers sa zamerali na predispozície týkajúce sa chápania umeleckých významov. Tento projekt zahŕňal interakciu s ľuďmi, ktorí boli opýtaní tú najzbytočnejšiu otázku, vidlička alebo lyžička?“ (Shaoquiang, 2014, str. 98.)



Obrázok 17. Vizualizácia dát na základe interakcie návštevníkov umeleckého priestoru. Zdroj: Shaoqinag W. *Infographics, designing and visualizing data*, str. 98–99.

Yes vs No – interaktívna dáta vizualizácia

Počas dvadsiatich štyroch hodín mali ľudia v Barcelone možnosť, vyjadriť svoj názor. Interaktívna vizualizácia zachytávala čas kedy ľudia spravili vstup do vizualizácie, vek a súhlas (biela farba) prípadne nesúhlas (červená farba) s konkrétnou otázkou.

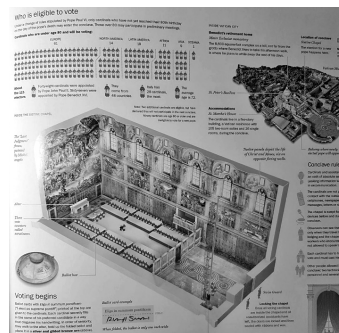


Obrázok 18. Vizualizácia dát na základe interakcie návštevníkov umeleckého priestoru. Zdroj: Shaoqinag W. *Infographics, designing and visualizing data*, str. 142.

Voľba pápeža – informačná grafika

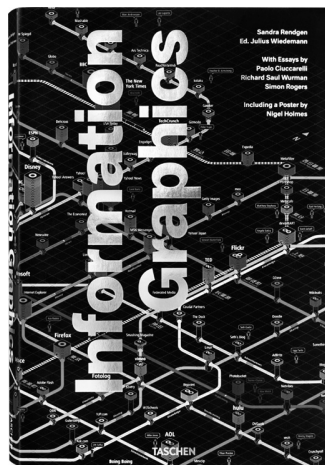
Informačná grafika zobrazujúca proces voľby pápeža. Zloženie komisie, kto, kedy a ako volí a kto má aký hlas. Táto grafika pôsobí štandardnejšie a má po obsahovej aj formálnej stránke spoločné viac s tradičnými infografikami než ostatné vizualizácie dát zobrazené na predošlých stranách kapitoly.

Obrázok 19. Priebeh voľby pápeža.
Zdroj: Silver N. *Best American Infographics*.
2014, str. 63.



Web trend map 4 – prebal knihy Information graphics

Web trend map 4 je tak populárna grafika, že sa stala prebalom knihy o informačných grafikách, čím vyšla zo svojho štandardného formátu a stala sa akýmsi symbolom. Obsahom grafiky bolo spárovanie tokijskeho metra s menami výnimočných firiem na internete ako sú google, youtube, facebook či yahoo. Páry zastávok metra a firiem vznikali na základe dôkladnej analýzy a nájdenia spoločných vlastností.



Obrázok 20. Web trend map 4.

Zdroj: Rendgen S. Information graphics. 2012 Taschen.

Záver

V štúdiu „História a vývoj formy a obsahu informačnej grafiky“ sme vybrali informačné grafiky ktoré mali v čase svojho vzniku veľký význam vďaka svojej inovatívnej a priekopníckemu prístupu, a ktoré stanovili nasledujúce trendy v zobrazovaní dát, pričom niektoré z týchto trendov pretrvávajú v rôznych formách až dodnes. Analyzovali sme vývoj vizualizácie informácií od prvých písiem cez kartografiu až po dnešné interaktívne dáta vizualizácie, pričom sme zistili že spolu s vývojom technológie prichádzajú nové možnosti ako informácie zobrazovať, ale aj to, aké informácie môžeme zobrazovať. Zároveň sme analýzou vybraných súčasných informačných grafik a vizualizácií prišli k záveru, že okrem hlavnej, informatívnej funkcie, nabrala informačná grafika aj funkciu umeleckú alebo obchodnú. Taktiež môžeme sledovaním dnešných technologických trendov dodať, že čím ďalej tým častejšie budeme svedkami prípadov, v ktorých dátová vizualizácia a informačná grafika vystúpi z mantinelov štandardných médií.

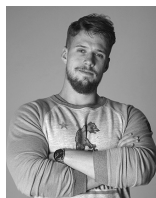
Bibliografia

Allen, J. P. 2003. The Ancient Egyptian Language. Cambridge University Press. 2003. ISBN: 978-1-107-66467-8.

- Coates, K., Ellison, A. 2014. An introduction to information design. Laurence King Publishing Ltd. 2014 ISBN: 978-1-78067-325-7
- Corbett, J. 2001. Charles Joseph Minard, Mapping Napoleon's March, 1861. CSISS Classics. 2001. Center for Spatially Integrated Science. [online] dostupné na: <<https://escholarship.org/uc/item/4qj8h064>>
- Rendgen, S. 2012. Information graphics. Taschen 2012. ISBN: 978-3-8365-2879-5
- Shaoquiang, W. 2014. Infographics – Designing and visualising data. Sandu Publishing. 2014. ISBN: 978-84-16504-92-3
- Silver, N. 2014. The best American Infographics. Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company. 2014. ISBN: 978-0-547-97451-4
- Spence I. 2005. No Humble Pie: The Origins and Usage of a Statistical Chart. Journal of Educational and Behavioral Statistics. Winter 2005, Vol. 30, No. 4, pp. 353–368. ISSN: 10769986

Internetové odkazy

- Obrázky 6, 7. a 8. W. Playfair – The political and commercial atlas, [online] dostupné na: <http://libweb5.princeton.edu/visual_materials/maps/websites/thematic-maps/quantitative/sociology-economics/sociology-economics.html>.
- Obrázok 9. Nightingale rose – coxcomb diagram [online] dostupné na: <<http://www.nickstepro.com/infographics/>>
- Obrázok 13. Isotype publications [online] dostupné na: <<https://medialabkatowice.eu/en/projects/isotype-sources/>>



MGR. JÁN PAUKOVIC je doktorandom Paneurópskej vysokej školy v odbore masmediálne štúdiá so zameraním na vizuálnu semiotiku. Počas akademického roka 2016/17 hosťoval na malajzijskej univerzite MMU na fakulte kreatívnych multimédií. V profesijnom živote sa ako grafický dizajnér a art direktor venuje tvorbe loga, vizuálnej komunikácii, printovým a digitálnym médiám.

Vladimír Puchala:

Lode sú najbezpečnejšie v prístavoch, ale preto sa nestavajú

PhDr. Vladimír Puchala, generálny riaditeľ TASR. Narodil sa 26. novembra 1967 v Krompachoch. Vyštudoval slovenčinu a angličtinu na Filozofickej fakulte Univerzity Pavla Jozefa Šafárika (UPJŠ) v Prešove. Absolvoval študijný pobyt na University of East Anglia v britskom meste Norwich a mediálny program na University of Tennessee v Spojených štátoch amerických (USA). Od roku 1998 bol riaditeľom regionálneho štúdia Slovenského rozhlasu v Košiciach a od roku 2003 programovým riaditeľom a štatutárom Slovenského rozhlasu v Bratislave. V roku 2007 sa stal riaditeľom stratégie a zástupcom generálneho riaditeľa TASR. Novým generálnym riaditeľom TASR sa stal 5. septembra 2017. Vladimír Puchala vydal tri knihy poézie (*Anjeli na špičke ihly*, *Volné ticho*, *Ihly v kope sena*). Je tiež autorom 300-dielneho rozhlasového seriálu *Regina*, spolu s Mariánom Čekovským detského rozhlasového muzikálu, scenárov televíznych dokumentov, literárnych a umeleckých rozhlasových pásiem, reportáží, esejí a literárnokritických textov. Príležitostne píše piesňové texty. K najznámejším patrí text *Hej sokoly* k slovenskému filmu *Čiara* (2017) a texty pre skupinu *Kandráčovci*.



Tlačová agentúra je ako verejnoprávna inštitúcia na svete od roku 2008. Jej predchodkyňa, štátna inštitúcia s rovnakým názvom, však na Slovensku existovala dávno predtým. Aké bolo jej poslanie a aké je dnes?

Žijeme v čase a v hodnotách. Čas plynie, hodnoty určujeme svojim konaním. Tlačová agentúra mala na Slovensku od roku 1918 rôzne názvy a podoby. Bola to STK, ČTK, ČSTK, TKSR... Aká doba, taký názov. Jej dnešné meno TASR sa používa v zásade od roku 1993. Úlohy mala za tých 100 rokov tiež rôzne akokoľvek sa nazývali spravodajstvom. Dlhý čas to bola len pobočka českej ČTK, ktorá nemala ani domáce kompletne spravodajstvo, nehovoriac o zahraničnom. V období vojny bola podriadená nemeckej propagande, správy nazvané ako úradné, museli médiá povinne preberať. V ďalšom období bola okrem informovania aj nástrojom socialistickej propagandy. Možno povedať, že vzťahy a spory Česka a Slovenska sa zrkadlovo odrážali aj na usporiadaní tejto inštitúcie a v jej vnútri. Cyklicky sa otvárali spory o obsadzovaní zahraničných spravodajcov, či zmluvy so zahraničnými agentúrami, budovanie archívov... Dnes má TASR v zákona napísané, že je službou verejnosti v oblasti spravodajstva. A ja tvrdím, že nikdy nebola kvalitnejšia, lepšia a nezávislejšia ako je teraz.

S dejinami TASR ako štátnej i verejnoprávnej inštitúcie sa nesie aj povest' oficiálnej mediálnej inštitúcie štátu. Aký vzťah je medzi štátom a agentúrou? Ako udržať vyváženosť, objektívnosť spravodajstva?

Ak chcete budovať silnú a nezávislú agentúru, musíte brať do úvahy tri princípy: nezávislosť manažmentu, finančnú nezávislosť a redakčnú nezávislosť. Do roku 2008 bola TASR príspevkovou organizáciou MK SR, generálneho riaditeľa menovala vláda. Dnes je TASR verejnoprávna, má vlastnú správnu radu, ktorá volí riaditeľa. Do obsahu spravodajstva nesmie nikto zvonku zasahovať. TASR dostáva od štátu príspevok na služby vo verejnom záujme, ktoré sú presne špecifikované v zákone (exportný servis v cudzích jazykoch, správy o EÚ, uchovávanie a sprístupňovanie informácií – budovanie archívov...). Väčšiu časť peňazí si zarába predajom svojich produktov. Riaditeľ a manažment si musí nahlas a rázne povedať: TASR píše o politike, ale politiku nerobí. Je logické, že každý, vrátane politikov, by chcel o sebe čítať len pozitívne správy. My však hovoríme fakty. Nekomentujeme. Občas sa ozvú aj politici, ale myslím, že je to rovnomerne rozložené, výhrady sa nájdu z koalície aj opozície. Netreba zabúdať, že TASR odoberajú prakticky všetky médiá na Slovensku. S pravicovou i ľavicovou tendenciou. Sme supermarket informácií bez ohľadu na ich komerčnú hodnotu. Musíme robiť kvalitnú, rýchlu, vyváženú konfekciu pre každého. Tu nie je priestor na ideológie, sme pod dennou kontrolou klientov. A dnes to nefunguje tak, že riaditeľ povie redaktorovi, ako má čo proti komu či za koho urobiť a ten to vykoná. Redaktori majú vlastnú identitu, skúsenosť, rozum, balans a profesionálnu česť.

Čo všetko sa v TASR zmenilo? Pýtam sa najmä na vzťah medzi „výrobou“ informácií pre médiá a súčasným stavom, keď vlastne TASR cez niektoré svoje produkty ako teraz.sk či tablet. tv vyrába vlastný mediálny obsah.

Agentúry musia ísť „out of the box“. Musia hľadať nové príležitosti a formáty. Vstúpili sme do sveta koncových médií, aby sme boli užitočnou službou verejnosti. Nárast návštevnosti teraz.sk nám potvrdil, že verejnosť má záujem o faktografické, nekomentované spravodajstvo. V rámci koncových médií si testujeme aj inovatívne produkty, napríklad dnes robíme v online televízii Tablet. tv azda najviac živých prenosov a chceme v krátkom čase túto službu ponúkať aj klientom.

TASR monitoruje aj informácie o Slovensku v zahraničných médiách. Ako sme vnímaní vo svete?

Mapujeme takzvané „slovaciká“, teda informácie o Slovensku v zahraničí. Ale netrúfnem si paušálne usudzovať, ako sme vnímaní. To závisí od témy, okolností, poznania kontextu. Iný je v zahraničí napríklad pohľad na Sagana a iný na Kotlebovcov. Často je to o tom, že najprv vás musia poznať, až tak dokážu hodnotiť. Niekedy robia druhé bez prvého. A za mnohé si môžeme sami. TASR je aktívna aj smerom do zahraničia. Vydávame exportný servis v angličtine, ktorý od nás odoberajú hlavne ambasády, ale i zahraničné agentúry ako Reuters, AFP či DPA. Vo februári sme po prvýkrát v histórii uviedli servis pre národnostnú menšinu – maďarský servis. Pred rokom sa nám podarilo dostať do Bratislavy mediálnych lídrov 32 najvýznamnejších európskych agentúr na konferenciu a General Assembly Európskej aliancie tlačových agentúr EANA. Odchádzali veľmi spokojní až očarení. Mestom i ľuďmi.

TASR ako spravodajská agentúra by mala byť čo najvyváženejšia a najobjektívnejšia. Vyskytli sa v histórii TASR situácie, ktoré by sa nemali opakovať?

Veľké svetové agentúry, s ktorými denne pracujeme, urobia občas chybu, často aj závažnú, ktorá sa potom rozletí po celom svete a ťažko sa to čistí. Ale to patrí k životu. Na odchyťovanie chýb máme rôzne úrovne kontroly, viacero očí a protokolov. Ale aj my sme už pochovali žijúceho človeka, aj my sme už naleteli na reklamný PR výmysel. Pracujeme v rýchlosti, s množstvom informácií a diferencovanými zdrojmi. Lode sú najbezpečnejšie v prístavoch, ale preto sa lode nestavajú.

Vy ste už za predchádzajúceho vedenia boli stratégom rozvoja agentúry? Čím je dnes agentúra, na čo ste hrdý a čo by ste chceli ešte v blízkej budúcnosti pridať?

Sme kredibilná agentúra, ktorej servisy odoberajú všetky médiá na Slovensku. To je náš denný barometer kvality. Sme inovatívna agentúra. Minulý rok sme získali **cenu Európskej aliancie tlačových agentúr** “EANA Award for Excellence in News Agency Quality 2017”. Riešil som ako stratég otázku, ako efektívne mapovať sociálne siete. Prišiel som s nápadom, ktorý naši skvelí technológovia dokázali premeniť na softvér a tak vznikol agregátor sociálnych sietí SomeCan. Išlo vôbec o prvé ocenenie slovenskej agentúry v prestížnej konkurencii 32 dominantných tlačových agentúr v Európe. Naposledy túto cenu získala nemecká agentúra DPA. Nedávno sme priniesli novinku BRIEF správy, čo sú prvé informácie o udalosti, uviedli sme servis v maďarskom jazyku, sprístupnili sme servisy pre všetky školy na Slovensku i pre všetky mestá a obce. Pripravili sme kompletný **materiál spolupráce s vysokými školami** a študentmi, vrátane možnosti štipendií, stáží a praxe „*Podiel TASR ako verejnoprávnej inštitúcie na formovaní kvalifikovaných žurnalistov pre súčasnú a budúcu prax*“. Máme rozpracovaných celý rad noviniek ako online predaj archívnych fotografií zdigitalizovaného archívu, kde je vyše 1,5 milióna objektov, posilňujeme regióny, keďže Slovensko sa nekončí poslednou zastávkou električky v Bratislave. Hľadáme skúseného redaktora na pozíciu spravodajcu na Ukrajine. Uviedli sme reláciu o literatúre s Robom Kotianom Kaviareň na Patrónke, pripravujeme živé rozhovory Pavla Demeša s diplomatmi s publikom, chceme uviesť televízny spravodajský kanál TASR. Ale všetko postupne. Lebo ako sa hovorí: chceš boha rozosmiať, povedz mu svoje plány.

Od nástupu blogov, sociálnych sietí, úniku informácií, internetizácie médií a veľkému nástupu infotainmentu ako princípu zábavného spravodajstva sa dramaticky zmenil aj postoj médií k spravodajstvu. Senzácie, emócie, odhalenia – svet médií dnes občas pôsobí ako špiónážny román. Aké miesto má agentúrne spravodajstvo v širšom kontexte dnes?

Doba prešla od jedinečného k masovému. Čo má rôzne výhody a rôzne riziká, s ktorými treba pracovať. Kedysi fotografoval fotograf, dnes to robí každý. Ale na svadbu si ľudia stále volajú fotografa, nie hiphopera so Samsungom S4. Dnes píše každý, ale v tom je aj progresívna grafománia, ktorá ešte nemusí byť žurnalistikou. Agentúry sú dnes dôležitejšie ako sa na prvý pohľad zdá. (Teda až do času, kým Facebook nekúpi Reuters a Google Associated Press a bude vymalované.) Nárast online médií žiada množstvo spravodajských obsahov, ktoré musí niekto dodávať 24/7. Rozmach hoaxov a somarín odlišuje zdroje. Agentúry ako tradičné a dobré značky, sú zárukou kvality a hodnovernosti. Pri agentúre sa nikdy nesmiete spýtať, odkiaľ to, dočerta, vzali. Zdroj musí byť jasný a overený. No a do tretice si myslím, že je dôležité, aby tu boli médiá, ktoré vytvárajú komplexný obraz o dianí a ponúkajú informácie bez ohľadu na ich komerčnú hodnotu. Všetky agentúry prešli zmenami. Musia čeliť googlekleptománii a googleincestnej žurnalistike. Musia robiť video, ktoré každý žiada, ale nie je to stále biznis model. Musia hľadať nové príležitosti. Ale napriek tomu sú to stále silní mediálni hráči v pozadí.

Vysoko profesionálne však pôsobia aj rôzne inštitúcie a procesy, ktoré nazývam ako predmediálna profesionálna zóna – teda hovorcovia, tlačové oddelenia, PR a marketingové inštitúcie, ktoré pripravujú správy pre médiá s jasným zameraním či komerčným cieľom. Ako vnímate v TASR komerčnú stránku spravodajstva? Informácie, ktoré sú na predaj, alebo sa predávajú formou plateného obsahu. Máte kontrolu nad pravdivosťou a dôveryhodnosťou správ, ktoré si u vás kupujú klienti?

Predmediálna zóna je síce svojím spôsobom užitočná, ale rovnako aj kazí žurnalistiku. Podsúva svoje predstavy. Musíte tomu ako novinár tvrdo odolávať a často aj byť v nemilosti, pretože vašou úlohou nie je opísať tlačovú správu, ale zaznamenať všetky relevantné názory a fakty tak, aby ste sa čo najviac priblížili k pravde. Večerné správy v televízore, a je jedno či súkromnom či verejnoprávnom, nemajú byť prehľadom PR umenia, ale informáciou. Používajme preto zdravý sedliacky rozum pri posudzovaní toho, čo sa na nás valí. TASR má na reklamné texty inštitút OTS (originálna textová správa), čo je správa s jasným označením, že nie je redakčnou a za jej obsah nesie zodpovednosť jej zadávateľ.

Ďalšími z problémových bodov sú prieniky rôznych konšpiračných informačných zdrojov či priamo informačná vojna prepájaná so špiónážnymi či propagandistickými službami. Aj TASR ešte za vedenia pána Rezníka sa dostala do kontaktu s ruskou agentúrou Sputnik, ktorá je prepojená s Kremľom. Ako zaručiť v takejto situácii objektivnosť spravodajstva?

Agentúrne správy musia byť ako počasie: cielene nie sú za nikoho ani proti nikomu. TASR pracuje s vyše 20 svetovými či nadnárodnými agentúrami. Od AP cez Reuters, nemeckú DPA, ruskú TASS, rakúsku APA, maďarskú MTI, kórejskú Yonhap či čínsku Xinhua. Monitorujeme weby, sociálne siete... Z rôznych zdrojov musíte kvalifikovaným posúdením vybrať to podstatné. Potrebujete na to hlavne skúsených, rozhladených, vzdelaných a jazykovo zdatných redaktorov a editorov. Musíte vedieť, čo je oficiálny zdroj, keď ten neexistuje alebo je poškodený, aký je to web, či médium, ktoré monitorujete, koľko je na trhu, aké správy dlhodobo prináša, kto stojí za ním, kde nájsť iné relevantné názory k danej téme apod. Správu spravídla kompilujeme z viacerých zdrojov a tie zdroje sú v správe jasne uvedené. Každá správa prechádza cez viacero očí. Kvalitný redaktor musí poznať súvislosti. Zdrojov je milión, vy si však musíte strážiť to, čo vydáte, to je hlavná zodpovednosť. Správa nie je sekaná v školskej jedálni, kde nie vždy tušíte, čo obsahuje. Zdroje musia byť čitateľné a jasné.

TASR je do veľkej miery aj kronikárom. Ako funguje archív TASR? Čo zaujímavé môže poskytnúť verejnosti?

TASR v zmysle zákona informácie uchováva a sprístupňuje. Pred dvoma rokmi sme zdigitalizovali archív TASR a dnes ponúkame vyše 1, 5 milióna objektov na webe vtedy.tasr.sk. Na webe vtedy.sk zas prinášame výber s aktualizáčnymi informáciami. Máme fotografie pádu lietadla M. R. Štefánika, ale i pádu lietadla na Zlatých pieskoch v 70-tych rokoch, fotky mamy herca Paula Newmana zo obce Ptičie na východnom Slovensku, fotku Dubčeka, ktorý skáče do vody, fotky z výstavby Bratislavy, jednoducho to všetko, čo spravodajská fotografia zaznamenáva, teda tok udalostí. Priebežne denne dopĺňame archív o všetko dôležité, pretože len z dnešného vzniká večné.

Slovensko za 25 rokov prešlo dramatickými zmenami, od odstrkovaného a nevypočítateľného štátika uprostred Európy k fungujúcej demokracii, ktorá – ak sa pozrieme aj na okolité krajiny V4 – je ekonomicky úspešnou krajinou, ktorá je orientovaná proeurópsky a demokraticky. Ako vnímate príbeh tejto krajiny z pohľadu spravodajstva?

Slovensko je príbeh krajiny, ktorá s eleganciou a úsmevom tancuje medzi kvapkami dažďa. Veľké krvavé zápasy dejín nás našťastie obchádzajú. Spravodajstvo je o tom, čo je, nie o tom, čo nie je. Zaznamenáva dejiny, ale neinterpretuje ich. Tie princípy, na ktorých stojí, sú dlhodobé nemenné: nestrannosť, rýchlosť, pravdivosť, objektívnosť, kvalitný rozpoznateľný zdroj... Tieto princípy môžu byť v istom období deformované, či už subjektívne redaktormi alebo tlakom moci. Isteže, i to sa dialo. Ale tvrdím, že nikdy sme nemali väčšiu slobodu a možnosť hovoriť svoj názor ako máme dnes. Jediný problém je v tom, že i hlúposť môže byť názor. Ale myslím si, že očarenie z anonymnej zloby, ktorú niektorým ľuďom garantujú sociálne siete, časom vyprchá. Alebo zmení svoju podobu. Treba sa tomu brániť rozumom a čítaním kníh. Lebo ak niekomu včera predali šmejdi hrnce, tak dnes mu predajú názor a zajtra ktovie, čo iné.

TASR nie je len spravodajstvo o politike, ale aj kultúre, športe, spoločnosti. Keby ste mali povedať, ktoré udalosti počas tých 25 rokov pre vás bolo zlomových, ale nie politických, čo by ste si vybrali?

Zlomové udalosti sú iné pre človeka, iné pre krajinu. Pre mňa sú zlomovými udalosťami narodenia mojich detí. Nečakanou udalosťou bol pre mňa napríklad úspech skladby Hej Sokoly, ku ktorej som, len tak, akoby náhodou, napísal za pár minút text a netušil som, čo za ošiaľ z toho bude. Pre niekoho je zlomom výhra v hokeji. To sú súkromné dejiny. Iné je však podstatné: pre krajinu je, podľa mňa, vždy zlomové, či sa vydá na východ či na západ. To je určujúce. Alebo či ju na východ či na západ vydajú. A či sa v krajine domôžete práva. Rozdiel medzi Rakúskom a Slovenskom nevidíte v supermarkete, ale v detailoch.

Ďakujem za rozhovor.

Martin Kasarda

Tragédie na Slovensku

Fotografie z archívu TASR

- rok 1995** » Tragédia v oceliarni – tragická havária v košickej VSŽ si vyžiadala 13 obetí
- rok 1998** » Pád vrtuľníka – pri prevoze dieťaťa havaroval záchranársky vrtuľník, zahynulo päť ľudí
- rok 1998** » Povodeň v Jarovniciach – rozvodnená riečka Svinka pripravila o život desiatky ľudí z miestnej osady
- rok 2003** » Smrť pútnikov – dopravná nehoda autobusu pri Úhornej si vyžiadala 12 ľudských životov
- rok 2003** » Osudné cvičenie – pri havárii vrtuľníka zahynuli počas cvičenia štyria vojaci
- rok 2004** » Víchrica bičuje Tatry – veterná smršť zanechala vo Vysokých Tatrách obrovské škody
- rok 2005** » Požiar lesa – v Tatranskej Polianke vyčíňal požiar na ploche 230 hektárov
- rok 2006** » Pád lietadla – zrútilo sa slovenské vojenské lietadlo pričom zahynulo 42 vojakov
- rok 2007** » Výbuch v továrni – pri explózii delaboračného skladu v Novákoch zahynulo osem ľudí
- rok 2008** » Ničivý živel – rozsiahle povodne zasiahli východné Slovensko o život prišli dvaja ľudia
- rok 2008** » Havária autobusu – nehoda slovenských turistov v Chorvátsku si vyžiadala 16 ľudských životov
- rok 2009** » Nešťastie v bani – v Handlovej zahynulo pri banskom nešťastí 20 ľudí
- rok 2009** » Tragická zrážka – nehoda autobusu s vlakom v Polomke si vyžiadala 12 životov
- rok 2009** » Nešťastie na Pohode – po páde konštrukcie na hudobnom festivale zomreli dvaja ľudia
- rok 2010** » Zosuvy pôdy – masívne zosuvy pôdy na východe krajiny ničia domovy ľudí
- rok 2011** » Smrť ikony – v Rusku havarovalo lietadlo s hokejistami, na palube bol Pavol Demitra
- rok 2012** » Požiar hradu – národnú kultúrnu pamiatku hrad Krásna Hôrka zachvátili plamene
- rok 2012** » Zrútenie mosta – tragédia pri výstavbe diaľničného mosta si vyžiadala štyri ľudské životy
- rok 2013** » Hora smrti – obeťami teroristického útoku sa stali slovenskí horolezci P. Šperka a A. Dobeš
- rok 2014** » Nehoda autobusu – pri tragickej havárii na diaľnici zahynuli štyri študentky gymnázia
- rok 2015** » Havária vrtuľníka – pri záchrannej akcii v Slovenskom raji zomreli štyria ľudia
- rok 2017** » Autonehoda – na ceste za prácou zahynuli slovenské opatrovatelky



Sedem ľudských životov vyhaslo ráno 14. októbra 2017 pri tragickej dopravnej nehode v katastri obce Nitrica v okrese Prievidza. V dodávke cestovali opatrovateľky z Rakúska na Slovensko.

FOTO TASR – KR PZ Trenčín



Na festivale Pohoda v Trenčíne sa 18. júla 2009 zrútila konštrukcia stanu, ktorá spadla na návštevníkov.

FOTO TASR – Radovan Stoklasa



Pri obci Kurimany, okr. Levoča, sa 2. novembra 2012 okolo 14.30 h. zrútil diaľničný most vo výstavbe.

FOTO TASR – Oliver Ondráš



Rozlúčka s tragicky zosnulým horolezcom v oblasti Nanga Parbat Petrom Šperkom v Hornom Smokovci vo Vysokých Tatrách 2. júla 2013.

Militanti v uniformách pakistanských bezpečnostných síl vtrhli večer 22. júna 2013 do základného tábora a zabili desiatich zahraničných horolezcov a ich sprievodcu.

Medzi mŕtvymi cudzincami boli aj dvaja Slováci – Peter Šperka a Anton Dobeš.

FOTO TASR – Oliver Ondráš



Na archívnej snímke zo 7. septembra 2008 chorvátski policajti skúmajú vrak slovenského autobusu, ktorý havaroval pri chorvátskom meste Gospiće na diaľnici medzi Záhrebom a Splitom po tom, ako čelne narazil do betónového stĺpa mosta.

FOTO TASR/AP



Na archívnej leteckej snímke z 3. marca 2007 pohľad na miesto výbuchu muničného skladu, ktorý vybuchol 2. marca 2007 po 16.30 h v priestoroch Vojenského opravárenského podniku Nováky.

FOTO TASR/MO SR – Peter Michnica



Na archívnej snímke z 20. novembra 2004 polámané stromy v Starom Smokovci vo Vysokých Tatrách, deň po ničivej víchrici, ktorá sa prehnala Slovenskom. Vľavo penzión SAD Prešov, ktorý bol pred kalamitou ukrytý medzi stromami.

FOTO TASR – Milan Kapusta



Na archívnej snímke z 20. januára 2006 trosky havarovaného vojenského lietadla AN-24 pri obci Hejce v Maďarsku, ktoré sa zrútilo 19. januára 2006.

FOTO TASR – František Iván

Na archívnej snímke z 10. októbra 2003 vrak havarovaného vrtuľníka Mi-17 tretej leteckej základne v Prešove demontujú príslušné vojenské zložky deň po havárii. Pri havárii vrtuľníka, ku ktorej došlo 9. októbra 2003 pri obci Pušovce, zahynuli štyria vojaci.

FOTO TASR – Milan Kapusta



Na archívnej snímke havária košického autobusu s pútnikmi, ku ktorej došlo 3. augusta 2003 nad obcou Ťhorná v okrese Gelnica. Nehoda si vyžiadala 11 mŕtvych a 20 zranených.

FOTO TASR – Milan Kapusta

Forma vyjadrenia v audiovizuálnom diele, jej vplyv na komunikáciu a tvorbu emocionálneho vnemu na Slovensku

Doc. Mgr. Anton Szomolányi, ARTD. | Paneurópska vysoká škola, Fakulta masmédií, Bratislava, Slovensko

ABSTRACT *Content and form are two artefacts of medial communicator. Content is an artefact which can be appreciated and evaluated by any recipient of medial communicator, in our case of television program or movie. He is very easily able to establish basic criterium of communication, whether he has taken it in and whether he is satisfied by it, or he did not understand it and therefore he refused it. On the other hand, the form of medial content (how and in what manner we recognize) is an artefact of communicator which is rarely appreciated by regular recipient and even more rarely he is able to define it. Recipients refusal, negative acquiescence or misunderstanding of communication often issues in defective . In our research we will analyse such fundamentals – basic defects of form in Slovak television and medial production.*

KEY WORDS *Form, image, sound, movie, composition, psychosensory, directing.*

Ako sa vyvíja forma vo filme a v televízii dnes? Je Slovensko a slovenská forma audiovizuálnych diel /ďalej len AV dielo/ v kontinuite s vývojom? Na to by sme chceli dať niekoľko odpovedí. Zväčša divák formu AV diela zvlášť nehodnotí. Hovorí len o tom, či je film dobrý alebo zlý. Oslovil ma príbeh, alebo nie. A to je to čo ho najviac zaujíma – príbeh, alebo obsah. Ďalšie atribúty, ktoré tvoria film – formálne prvky, už vieme vyhodnocovať omnoho menej. Je to aj logické. Veď základné vzdelanie sa venuje literatúre a nie filmovému jazyku. Deti, ktoré maturujú získali za obdobie svojho štúdia minimálne vedomosti o podstate filmu a už vôbec nič o filmovom jazyku – vyjadrovacích atribútoch špecifických pre audiovizuálne diela. V našom výskume sme sa pokúsili vyhľadať a zoradiť analytické prvky formy AV diela podľa tvorivých profesií, ktoré vstupujú do procesu vzniku audiovizuálneho diela. Tvorivé profesie a ich vzájomný súlad tvoria vzťahy vo vnútornom usporiadaní jednotlivých formálnych vyjadrovacích prvkov v kolektívnom diele, akým je film alebo televízny program.

Usporiadanosť formy a jej čitateľnosť dáva možnosť prežiť ilúziu audiovizuálneho záznamu ako kompaktného celku mimo vnem technickej podstaty diela.

Rozvoj audiovizuálnych umeleckých profesií na Slovensku je chaotický v dôsledku profesionálneho nasadenia vo všetkých možných žánroch. Dnes asi žiaden slovenský režisér nevie povedať, že je režisér hraného filmu, alebo je seriálový režisér a podobne. Vôbec réžia sa stala na Slovensku akousi entuziastickou záujmovou činnosťou. Tvorcovia vstupujú do projektov akoby bez dostatočnej prípravy, ale s obrovským entuziazmom, čo nemusí stačiť. Spoločný menovateľ nedostatkov v národnej audiovizuálnej tvorbe je presnosť a precíznosť akceptácie audiovizuálnej formy jednotlivými tvorivými zložkami. Len talent a vhodná konštelácia talentov v kolektívnom diele, akým audiovizuálne dielo je, rozhoduje vo vzájomných tvorivých vzťahoch, bez ohľadu na osobné väzby a ambície. Je dôležitá zladenosť jednotlivých profesií a ich tvorivých vstupov pre ono konkrétne AV dielo realizované v jednom kompaktnom mediálnom jazyku charakteristickým jeho čitateľnou formou a obsahom. Len tak môže vzniknúť kvalitné AV dielo.

Pokúsime sa hľadať príčiny v primárnom vzdelávaní tvorcov a ich prípravy do jednotlivých profesií, ktoré tvoria mediálne obsahy. Budeme hľadať súvislosti s minulosťou a väzby na tvorivý vývoj formy a formálnych prvkov vyjadrenia audiovizuálneho rozprávania. Problematika sa netýka len televíznej tvorby, ale je úzko previazaná aj s takzvanou filmovou tvorbou na Slovensku a samozrejme sa prenáša aj to takzvaných nových médií. Schopnosť konkurencie schopnosti v kreatívnom priemysle a komunikácie v priestore inom ako v úzom prepojení národnej tvorby na slovenského diváka, je závažným pre budúci rozvoj slovenskej filmovej a televíznej tvorby. Nestačí len lokálne uspokojenie, že na Slovensku sa nakrúca a nášmu divákovi to stačí.

Ako sa pozeráť na audiovizuálne dielo inak

V každom AV diele sa dajú hľadať výrazové formálne prostriedky. Aj dielo, v ktorom sa autor, alebo autori nad formálnymi prostriedkami nezamýšľali, môže mať výrazové prvky, ktoré autor vložil do príbehu na základe inštinktu alebo jeho tvorivej podstaty. Niekedy zaujímavú obrazovú formu môže získať dielo, ktoré bolo nakrútené len ako súhra náhodných výrazových prvkov, ktoré si divák podvedome definoval a uveril im v rámci celej koncepcii diela. V niektorých dielach formálne usporiadanie nehrá významnú rolu pre rozprávanie príbehu. To je asi väčšinová produkcia, ktorá využíva akýsi univerzálny kinematografický jazyk, ktorý je veľmi ľahko definovateľný a to hlavne tým, že formálna koncepcia nemá žiaden, alebo minimálny význam v rozprávaní príbehu. Je to len akési ploché popisovanie predkamerovej reality s veľmi univerzálnym technickým nastavením. Veľmi často takéto rozprávanie môžeme pozorovať v spravodajstve alebo publicistike. Aj v takýchto dielach sa dá definovať primárna profesná dostatočnosť, ktorá by mala akceptovať základné vyjadrovacie prvky bez dominantného výra-

zového usporiadania. Našou prirodzenou tendenciou je proti konvenciám protestovať, snažiť sa ich neuznávať, či porušovať ich. Filmový obraz je však na konvenciách založený a môže ich využívať veľmi kreatívne. Najzaujímavejší sú práve tvorcovia, ktorí konvencie porušujú tak, ako sa to deje povedzme v experimentálnom alebo tzv. nezávislom filme. Kreatívnym porušovaním konvencií sú zaujímaví aj pre kinematografiu chápanú ako celok, ktorej ukazujú nové možnosti a cesty. Niekedy sú to slepé uličky. Často však nie. Vtedy, keď sa porušenie konvencie ujme, stáva sa z neho nová konvencia a podnetná súčasť systému. A to by mohla byť i jedna z definícií umenia – narušanie starých, zbanalizovaných konvencií a vytváranie nových ciest [4].

Takže, ak sa znovu vrátíme k audiovizuálnemu záznamu ako k sústave obrazových a zvukových prvkov, divákovo pripodobnenie jeho vnemu reality k audiovizuálnemu priestoru sa odohráva hlavne v rozsahu jeho pamäťových obrazov, emocionálnych pamäťových odoziev spolu s novou informáciou, ktorú získava z videného a počutého diela. Vytvára novú realitu pomocou psychosenzorického vnemu.

Súhra tohto všetkého, tvorivé vcítenie sa do deja a jeho aktívne prežitie v racionálnej a emocionálnej rovine, nastáva vtedy, ak prvky výrazu alebo oslovenia diváka obrazom a zvukom nebolo narušené nesystémovou chybou. Spôsob rozprávania príbehu, ktorý autor vytvoril, funguje, a tým aj komunikácia a odovzdávanie informácií. Holé prirovnávanie k realite sa stratilo a bolo nahradené psychosenzorickým vnemom.

Konverzia reality do obrazu nastáva premenou odrazu svetla zo scény, prechodom cez objektív, svetlo dopadá na senzor, kde dochádza premene svetla na elektrické impulzy a tie pomocou analógovo digitálneho prevodníka na digitálne dáta, ktoré sú po spracovaní ukladané na dátový nosič, odkiaľ vieme tieto dáta rozkódovať a previesť na znovu na svetlo, vychádzajúce z elektronickej obrazovky alebo z premietacieho plátna, ako odrazené svetlo projektora, ktoré opätovne vchádza do oka diváka a je spracované práve **psychosenzorickým vnemom**. Tvorba tejto ilúzie je pritom čisto technická či technologická.

Spracovanie formy diela divákovi a jej dôveryhodnosť závisí hlavne na tvorivom potenciáli autora usporiadať všetky prvky komunikácie s divákovi, aj verbálne a aj neverbálne, tak, aby im divák „uveril“ a stotožnil sa s nimi.

AV dielo môžeme skúmať analýzou konštrukcie z naratívnej štruktúry až po elementy zvukovej stopy z literárnej predlohy. Môžeme však objavovať aj súčasti vizuálneho rytmu, statickej kompozície, dynamickej kompozície. Môžeme skúmať aranžovanie skupín záberov v danom priestore ako obraze vo vzťahu k celkovému filmovému dielu. AV dielo obsahuje rozdielne druhy svetla, z ktorých vzniká tvorba vizuálnej svetelnej konštrukcie, ako súčasti vizuálneho štýlu, ale hlavne tvorba vizuálnej predstavy pripodobnenia príbehu reálnemu priestoru s emocionálnou odozvou na čitateľnosť príbehu. Vyjadrenie farebného priestoru a prípadný vývoj tohto farebného priestoru v rámci formálneho systému výsledného diela, prípadne zladenosť zvuku s obrazovými atribútmi.

To, kde sa film odohráva, v akých priestoroch, nám dáva čitateľnosť priestorových vzťahov a orientáciu vo filmovom priestore, ako definíciu realizačného priestoru vo vzťahu k téme.

Ak sa pozrieme na samostatný záber, ako na najmenšiu jednotku AV diela definovanú časom od spustenia do zastavenia kamery, alebo dĺžkou v nástrihu a odstihu záberu, až potom môžeme povedať, že každý záber rozpráva príbeh, a to za určitých podmienok, ktoré tento záber definujú jeho postavením k celkovej stavbe diela ako sústavy záberov.

Záber ako samostatná jednotka nám potom môže dať niekoľko informácií, ktoré môžeme získať, ak si budeme klásť základné otázky:

Čo je najsvetlejšie miesto v kompozícii? Čo je najtmavšie miesto v kompozícii? Čo je signifikantný bod, alebo línia pre ostrosť? Ktorý bod v kompozícii by mal byť je dominantný? Ak sa pohľad presunie z partikulárneho bodu v kompozícii, čo bude nasledovať? Navádzacie línie ako napríklad popredie ramena postavy, línia horizontu v pozadí, linky medzi charaktermi a podobne. Niekedy sa pohľad len jednoducho preniesie v kompozícii z jedného kompozične organizovaného miesta do druhého. Koľko pohybov oko musí spraviť pred návratom do východiskového bodu? Čo presúva pohľad do každého nového miesta? Má pohľad postavy dostatočnú energiu na to, aby sa preniesol na protihráča, alebo kontaktnú postavu? Má záber dominantný podtext, ktorý hovorí že, „každý záber rozpráva príbeh“? Ako by ste klasifikovali kompozičný motív? Ako diagonálny, geometrický, symetria rozdelená od stredu nadol a podobne. Ak si spravíte transformáciu videného do verbálneho, pomôže to nájsť to, čo v skutočnosti v zábere je a načo slúži [3]?

Ktoré časti obrazu alebo záberu, majú významotvornú úlohu v partikulárnom obraze? Opakovanie, zbiehavosť, rozbiehavosť (konvergenzie alebo divergenzie), krivky, významné vertikály alebo horizontály, silné diagonály, textúra, abstraktné alebo nie naturalistické farby, svetlo a tieň, hĺbka a podobne. Možno stačí len odpovedať na jednoduchú otázku, prečo je tento záber v danej sekvencii?

Akú hĺbku má záber? Toto je večný problém pri tvorbe záberu, pretože dochádza ku konverzii trojdimenzionálneho reálneho priestoru do dvojdimenzionálnej plochy. Hĺbka obrazu je tvorená popredím, jadrom a pozadím kompozície – v ich vzájomných vzťahoch. Toto vyznáva princíp lineárny, svetlotonálny, alebo farebný. Pritom kombinácie všetkých troch nie sú vždy vhodné pre filmovú kompozíciu. Hĺbka väčšinou nie je v takom zábere, v ktorom nebola kreovaná.

Ako je v zábere vyjadrená individualita a nálada postavy? Často samozrejme cez mimický výraz alebo reč tela. Môže to byť ale aj cez porovnanie postavy k postave, prípadne postavy a pozadia alebo okolia postavy. Prostredie, a to obzvlášť v dokumente, môže byť významotvorné a takáto kompozícia môže navodiť podtext.

Ako je priestor organizovaný okolo postavy a to obzvlášť v detaile? Aktivita voľného priestoru v smere pohľadu s ohľadom na význam, alebo výraz tohto pohľadu. Pritom pasívny priestor je na odvrátenej strane pohľadu.

Kolko priestoru sme nechali okolo postavy? V detaile to má veľký význam. Či nechávame priestor nad hlavou, alebo režeme z vrchu hlavy a oči posúvame nad zlatý rez alebo tretinu. Či pod detailom rozumieme hlavu s ramenami, alebo od krku vyššie. Dramatizácia záberu stúpa, ak pohľad posúvame k hornému okraju záberu v detaile. Pri tomto je samozrejme dôležité uvažovať nad skupinou záberov.

To je len niekoľko atribútov, ktoré môžeme vyčítať zo samostatného záberu vo filme. Samozrejme, že nie všetky, ale formálne znaky, ktoré nachádzame v jednom zábere a prenášajú sa do iných záberov v určitom opakovaní dávajú práve významovú formu. Ak vyjadrovacie podstaty jedného samostatného záberu nenachádzajú kontinuitu v kontexte celého diela, stávajú sa pasívnymi, prípadne môžu tvoriť chaotickú čitateľnosť obsahu. **Kontext samostatného záberu**, a je úplne jedno akú hodnotu alebo postavenie má v príbehu, musí nachádzať odozvu v dynamickom usporiadaní radu záberov, ktoré divák vníma pri adekvátnom usporiadaní ako jeden, bez subjektívnej definície strihu. Jeden samostatný dokonalý záber s perfektným usporiadaním a kompozičným výrazom môže byť v kontinuite príbehu skôr na škodu a formálne môže rozbiť príbeh, ak nezapadá do sústavy záberov.

Obraz celého prostredia definovaný viacerými zábermi, je akoby jedna kompozícia. Mozaika, v ktorej sa pozorovateľ orientuje. Z toho môžeme vyvodit' dynamickú obrazovú kompozíciu, ako sústavu záberov, ktorá skladá jeden obraz prostredia, v ktorom sa príbeh odohráva. V obraze prostredia ako sústave záberov, v ktorých sa scéna odohráva potom nachádzamne:

Vizuálny rytmus – ak je dĺžka záberu determinovaná jeho obsahom, formou a očakávaním pozorovateľa v priamej súvislosti s predchádzajúcim záberom.

Systém umiestnenia postáv v individuálnych a skupinových záberoch, ako základné systematické a formálne umiestňovanie do kontextu obrazového štýlu filmu.

To tvorí **dynamickú kompozíciu** obrazovej sekvencie ak pracujeme s pohyblivými zábermi v rámci vnútorného pohybu a vonkajšieho pohybu. Tu je dobré vedieť, že ide o výsledný pohyb, ktorý je súčtom pohybov na scéne a kamerového pohybu. Vo výsledku môžeme získať formou vnútorného strihu v jednom zábere zmenami postavení obrazovú záberovú sekvenciu. Z toho potom môžeme odvodiť pojmy ako sú:

Vnútná choreografia ako choreografia záberu, ktorú charakterizuje vnútorný pohyb na scéne s ohľadom na záberovú skladbu. Ako a kam sa presúvajú prvky kompozície s ohľadom na väzby v dynamickej skladbe obrazu scény.

Vonkajšia choreografia ako pohyb kamery s ohľadom na vnútornú choreografiu postáv a scény vo vzájomných záberových vzťahoch.

Výsledná choreografia pohybov, ako súčet vnútorného a vonkajšieho záberového pohybu. Výsledný pohyb v dynamických záberových vzťahoch s ohľadom na čitateľnosť a komunikatívnosť scény.

Ak má dynamické usporiadanie svoj dôvod, systém tak tvorí súčasť formy. Ak je len samoučelné a chaotické, tak je tu snaha o tvorbu formálneho efektu, ktorý neprináša v príbehu nič podstatné, len pozorovateľa odpúta od podstaty. Dnes sa toto zneužívanie pohybu dá vidieť veľmi často. Prostriedky k pohybu sú dostupné, tak prečo ich nevyužiť.

Obrazové podstaty sú neoddeliteľné od prejavu postáv vo verbálnej a neverbálnej rovine. Tvorí to dôležitý formálny vyjadrovací prvok. Neverbálny prejav postáv s ohľadom na priestor, ktorý dostanú od režiséra. Ako dlho po odznení repliky je držaný alebo vedený pohľad účinkujúceho. Kedy herec "počúva" a kedy rozpráva. Gestikulárny prejav postáv, jeho kontrola s ohľadom na významy, ktoré tento prejav vytvára. Gesto ako formálny neverbálny vyjadrovací prostriedok, ktorý posúva príbeh, alebo ho potláča. Dôveryhodnosť alebo presvedčivosť hereckého prejavu a výrazu. Má priestor herecký prejav doznieť? Je dramtizácia postavy efektívna alebo pasívna? Predchádza nasadeniu dramtizácie hereckého prejavu príprava, alebo je len vo svojej pasivite dramtizácia únavná a prehnaná? Ako vyzerá herecký prejav v detailoch? Je verbálny výraz v kontinuite s mimickým prejavom prehnaný alebo dostatočný? Ako vyzerá pohyb postáv v celkoch v ich gestikulárnom prejave? Ako narába postava s dikciou hlasu? Aké je doznenie verbálneho prejavu? Aký je pohyb postavy vo svetle a akceptácia jej výrazu vo svetelnej konštrukcii?

S hereckým prejavom úzko súvisí maskovanie a líčenie charakterov vo významoch pleťových tónov. Štruktúra pleťových tónov postáv je dôležitý významotvorný prvok. Technický záznam kamery je nemilosrdný. Pleťové tóny sú referenčné a tým aj ľahko definovateľné pozorovateľom. Realistický záznam pleťových tónov môže vnášať chaos do vyjadrenia a zmätok do vnemu. Líčenie alebo formovanie pleťových tónov do charakteru formy daného diela môže dať impresívny výraz v tonalite celého filmu a pre diváka je tento tón pri vneme postavy veľmi dôležitý. Expresívne vyjadrenie v líčení postáv môže viesť k charakterizácii postáv, prípadne k ich vývoju.

Pri formálnom analyzovaní AV diela je neoddeliteľná **väzba obrazu a zvuku** ako dvoch paralelných zložiek, ktoré tvoria základ audiovizuálneho vyjadrenia. Do akej miery zvuk opisuje obraz, kde končí a začína zvuk vo vzťahu k obrazu. Aká je medzizáberová väzba zvukovej stopy v porovnaní s obrazovou stopou. Aký je zvukový priestor – verbálna, zvuková, alebo ruchová zložka v spojení s hudobným priestorom, prípadne hudobným zvukom. Aký výraz tvorí hudba? Aký je dominantný hudobný motív? Je hudba prázdny efekt, alebo tvorí významnú paralelnú zložku dramatického vyjadrenia, ktoré zapadá do formálnej konzistencie diela. Úroveň hudobného výrazu je v sústave vyjadrovacích formálnych prvkov, alebo vyčnieva a potláča ostatné vyjadrovacie prvky.

Priestor scény, jej výtvornosť, otvorenosť pre celky alebo uzavretosť pre detaily. Aká je dôveryhodnosť vo vzťahu k téme. Štylizácia a rozloženie hracieho priestoru. Logika usporiadania plôch a významov. Lokácie a lokalizácia príbehu s ohľadom na filmový priestor. Umožňuje hrací priestor rozvinúť formu záberovania a konštrukcie dynamickej kompozície,

alebo jej stiesnenosť obmedzovala tvorcov k tvorbe filmového priestoru. Definícia hracieho priestoru bola dôveryhodná, alebo odpúťavala svojim výrazom od príbehu a umožňovala záberovú chaotickosť. Štúdiové stavby tvorili presvedčivú atmosféru a náladu. Boli nepoznatelné, alebo dôveryhodné a umožnili tvorcom kvalitnú záberovú výstavbu. Ako sa podaril prepojiť exteriér a interiér v reáloch a ateliéroch? Aká bola nálada exteriéru vo farbách a tónoch? Aká bola štruktúra exteriérového priestoru so zaradením do celkového systému filmu.

Významnú rolu vo formálnom vyjadrení tvorí kostým. Jeho výraz je nenahraditeľný vo významotvorných prvkoch. Kostým tvorí znakovosť charakteru, jeho poznateľnosť a definovanie v obrazovej štruktúre. Má kostým pasívnu alebo aktívnu úlohu v sústave znakového vyjadrenia? Je farba ako významná časť expresívneho, alebo impresívneho vyjadrenia. Je farebná a jasová tonalita kostýmu v sústave ostatných formálnych vyjadrovacích prvkov? Alebo oblečenie tvorí pasívnu zložku bez zásahu do farebnej, alebo jasovej koncepcie filmu? Sú vstupy jednotlivých aktérov v štruktúre oblečenia usporiadané? Alebo nemajú vnútorný systém v konzistencii diela.

Špeciálne efekty tvoria dnes neoddeliteľnú súčasť formy AV diela. Ich základné rozdelenie môže byť viditeľné a neviditeľné. Neviditeľné špeciálne efekty tvoria často formálnu konzistenciu diela. Viditeľné špeciálne efekty môžu tvoriť nový filmový priestor a charakter, ktorý je doposiaľ nepoznaný a nenachádza u diváka reálnu skúsenosť o jeho existencii a tvorí jeho novú predstavu. Jeho uveriteľnosť tvorí poznanie niečoho nového, čo sme doposiaľ nemohli konfrontovať s reálnym svetom.

Farebné a **jasové korekcie** a **farebný grading** sú dnes veľmi populárne výrazy. Vo formálnom vyjadrení sa za každým výrazom skrýva niečo iné. V AV diele vieme definovať takmer vždy farebné a jasové korekcie, ktoré majú za úlohu vytvoriť základnú jasovú a kolorimetrickú konzistenciu diela. V nich ide o korigovanie technických a tvorivých nedostatkov z nakrúcania. Je najbežnejším nástrojom a týka sa všetkých žánrov AV diela. Pri farebnom gradingu ide o tvorbu jasovej a kolorimetrickej formy v plnom výtvarnom vyjadrení formy diela. Gradingom môžeme tvoriť, ako následným krokom po jasových a farebných korekciách, obrazový štýl. Unikátny farebný priestor, charakteristický pre daný príbeh. Desaturácia, prípadne tvorba farebnej a jasovej konzistencie v dynamických záberových vzťahoch je pri dnešných technických možnostiach jedným zo základných formálnych nástrojov.

Neoddeliteľnou súčasťou pohľadu na film je aj analýza produkčných a producentských pomerov. Je potreba vidieť aj aká je možnosť tvorcom rozohrať "symfonický orchester", alebo hrať len s "kvartetom". Schopnosť tvorcov vysporiadať sa s týmito často až tvorivo obmedzujúcimi podmienkami je jedným zo základných atribútov pre tvorbu formy. Ako producent dokázal rozložiť prostriedky a využiť ich pre zámer diela? Tvorba zámeru a významu diela v rámci jeho predpokladanej exploatacie je producentská koncepcia, ktorá vyústi do producentského manuálu, na základe ktorého producent zostavuje tvorivý štáb. Jeho úlohou je naplniť producentскую koncepciu, ktorej zámerom bezpochyby je vznik úspešného diela

vo všetkých ohľadoch, ako tvorivých, tak aj komerčných. Tieto dve stránky by nemali byť navzájom oddeľované, alebo separované. Ak je dielo len priemyselným počinom a vyplní len akúsi dieru na trhu, môže byť jeho formálne riešenie dokonalé a všetky tvorivé počiny byť v dokonalej rovnováhe, význam diela tvorí ekonomický počín v rámci kreatívneho priemyslu. Tvorcovia však aj v takýchto projektoch prinesú zaujímavé formálne riešenia a nové postupy, ktoré je potrebné rešpektovať.

Rozbor AV diela a pohľad na príbeh alebo dramatizáciu cez jednotlivé tvorivé zložky a pokus o ich analýzu znamená, že každá zložka pracuje s určitými vyjadrovacími prostriedkami, ktoré by mali zapadať do konceptu celkového diela a väčšinou tak, aby neboli vnímateľné separátne, ale ako kompaktný celok. Ak niektorá z tvorivých zložiek výrazne prevyšuje, malo by to mať svoj dôvod vo vzťahu k príbehu. Inak tvorca prezentoval sám seba a svoj umelecký výkon a nie film ako celok. Pochopenie a súhra jednotlivých tvorcov by mala spieť do výsledného tvaru diela a jeho primárneho zámeru, pre ktorý bolo toto dielo vytvorené.

Pri pohľade na dielo treba vziať do úvahy viacero aspektov. Formálne aspekty, alebo pohľad na formu, je len parciálna časť. Je potrebné uvažovať aj nad determinantami sociologickými, psychologickými, technickými, ekonomickými. Je potrebné vnímať aj samotné funkcie diela, ktoré môžu byť utilitárne, expresívne, umenie pre umenie, karieristický produkt a podobne. Je potrebné vnímať aj samotný systém hodnotenia a kritiky, ktorý môže byť esteticko – politický, psychoanalytický, esteticko-formalistický...

Vedieť analyzovať tieto zložky má význam pre posúdenie diela, jeho správne nastavenie pre divákov, alebo do priestoru prezentácie a to tak, aby bol čo najlepšie prijatý a hlavne porozumený v čo najväčšom rozsahu autorovej predstavy. Obracať sa na takúto analýzu ako na technický pohľad na dielo je mylné. Analyzovanie formy a formálnych prvkov, je hľadanie vzájomných súvislostí umeleckých profesií v kolektívnom diele a preto neobstojí pohľad akoby na techniku diela.

Záver

Tvorivo-profesné chyby v národnej kinematografii majú vplyv na nedostatočnosť formy. Sme svedkami toho, že kvalitné obsahy, ak majú nekvalitnú, alebo nevhodne zloženú formu, v ktorej je mnoho formálnych chýb, v dôsledku ktorých je ťažké uplatniť AV diela mimo národné vnímanie tvorby. Diela tak zostávajú v lokálnom, alebo národnom vnímaní, kde sa radia inými atribútmi. Pre globálne uplatnenie sa stávajú nekonkurencieschopnými aj s rešpektom k silným príbehom, prípadne kvalitnému obsahu. Divák, ktorý nie je naviazaný na teritoriálne, alebo národné vnímanie témy je omnoho viac citlivý na nedostatočnosti vo formálnom význame. Očakáva rozprávanie príbehu formou, ktorá je pre neho čitateľnou a uveriteľnou.

Kde hľadať príčiny? K tomu sme sa pokúsili zostaviť atribúty v hornej časti textu, ktoré sa týkajú kvality profesií, vstupujúce do tvorby v priamom kontexte na ich vzájomnú zladenosť. Tá je podmienená jedinému cieľu a to je kvalita výsledného diela.

Na Slovensku je absencia formálnej kritiky a analýzy umeleckých profesií v audiovizuálnej tvorbe. Kritika a občasná analýza sa utieka poväčšine k obsahu. A čo je horšie, kritika sa často sústreďuje len na PR články o audiovizuálnych obsahoch. Tradičné procesy vzniku filmu, ktoré sú známe z vyspelých filmárskych krajín, ako je development, predprodukcia, produkcia a postprodukcia sú v našich pomeroch len akési teoretické východiská. Režisér je ten, ktorý je akoby základom tvorby, producent a jeho nastavenie projektu je niekde na okraji a odsúdený na hľadanie peňažných zdrojov. Stanovenie primárnej a sekundárnej obchodnej politiky vo vzťahu k vzniku filmu ako takého je akoby komerčným artefaktom, ktorý znižuje umenie. Umelec a jeho postoj bez ohľadu na potrebné prostriedky pre celý proces filmu a tým myslíme nie len jeho vznik, ale aj jeho exploataciu a aktívnu archiváciu, je akoby modla a spoločenská zásterka dokonalosti záruky kvalitnej osobnej výpovede. Divák akoby mal vnímať za dielom osobnosť režiséra – autora a nie film. Prostredie slovenskej AV tvorby prešlo veľký kus cesty v kladnom slova zmyslu. Je funkčný systém financovania a skvalitnel priestor pre nakrúcanie. Teraz je to akoby na tvorcov a ich vyspelosti a talente, ktorý sa prejavuje aj kvalitnou formou a čistým formálnym jazykom so všetkými umelecko – tvorivými atribútmi, ktoré sú v modernej audiovizuálnej tvorbe nevyhnutnosťou.

Literatúra

- [1] Barrz Green., VLOG/L Based Production, Book/Scientific Panasonic Tech Brief AG-DVX200 company mat. pp 2–6, 2015.
- [2] Anton Szomolányi.: Kamera! – Běží... aneb nekoli moudrostí jak tvořit pohyblivý obraz. Pp 98–101, Citadela, 2016 Slovakia, ISBN 978-80-8182-050-2
- [3] Anton Wilson, Cinema Workshop, Fourth Edition, California, United States, A. S. C. Press, U. S. 1991, ISBN 10: 0935578080
- [4] Martin Ciel, Metódy a možnosti analýzy filmového obrazu, Slovensko, VŠMU, ISBN 978-80-89439-14-0

DOC. ANTON SZOMOLÁNYI, ARTD. Pracuje ako nezávislý kameraman a filmový tvorca v oblasti reklamnej tvorby, dokumentárnej tvorby a hranej tvorby. Venoval sa aj dizajnu TV programov. Je viac ako 18 rokov vysokoškolským pedagógom. Vyučuje kompozíciu filmového obrazu a jazyk filmu. Vydal viacero publikácií a učebníc venovaných filmovej kompozícii, svetlu a práci s kamerou.

Etika práce filmového a televízneho režiséra a jeho postavenie v súčasnom mediálnom biznise

PhDr. MgA. Yvonne Vavrová, PhD.

ABSTRACT *The topic of theoretical work is the professional ethics of the work of the Film and TV Director. The article examines the historical context of ethics with respect to journalistic ethics. It reveals the complexity of ethics in the realization of any audiovisual work. It compares the ethical codes of public media in Slovakia and in Czech Republic. It carefully analyzes the competencies and powers of media owners, Ethics Panels and Ethics Commissions set up in public media as advisory bodies to the CEO. The work defines the position of the director as the highest competent and responsible personality in keeping the ethical and moral principles governing our society.*

KEYWORDS *Ethics, professional ethics, director, narration, media, TV, cinema, ethical panel, ethical committee.*

Etika ako filozofická disciplína sa stala integrovanou súčasťou života človeka 21. storočia. Žiaci a študenti na základných a stredných školách majú aké také povedomie o etike ako o filozofickom odbore, ktorý by mal korigovať ich správanie a medziludské aj pracovné vzťahy. S príchodom masovokomunikačných médií sa etika odsunula na okraj a dominanciu prevzala arogancia, drzosť, agresivita, komercia, chamtivosť a zisk. Etické správanie sa nahradilo ambícióznosťou a dravosťou. Všetko je to tolerované vďaka tomu, že nízkooprahové programy pre mainstreamové publikum v televíziách, či už ide o komerčné či verejnoprávne médiá, priťahujú stále viac a viac divákov a tak astronomicky zvyšujú zisky týchto spoločností a mediálnych magnátov.

Problematike etického kódexu sa v minulosti venovala pozornosť najmä v oblasti medicíny. Dá sa povedať, že je snáď najdlhšie fungujúcim uzavretým systémom, ktorý koriguje správanie sa medicínskych pracovníkov. S príchodom 20. storočia bolo nutné zareagovať na narastajúci počet printových médií a upraviť správanie novinárov, a tak vznikol Etický kódex novinára, ktorý na Slovensku platí dodnes.

Etika práce resp. etický kódex audiovizuálneho režiséra však nebol dodnes sformulovaný. Verejnoprávne médiá akými sú v našom priestore slovenská RTVS a česká verejnoprávna ČT formulovali základné princípy práce redaktorov a zamestnancov týchto inštitúcií v dokumentoch, ktoré sa nazývajú Kódex a Smernica. Sú však skôr zamerané na všetkých programových pracovníkov televízie a absentuje tam špecifický zreteľ režisérскеj práce. Rovnako ako slovenská aj česká verejnoprávna televízia sa opierajú aj o existujúci Kódex novinára, ktoré sú súčasťou ich etických kódexov.

Často sa zvykne zamieňať práca režiséra s prácou redaktora v televízií. Režisér ako umelecká a vysoko individualistická osobnosť má iné špecifické úlohy, ktoré ho odlišujú od bežného redaktora. Režiséri na rozdiel od redaktorov a dramaturgov, ktorí majú podpísané trvalé pracovné zmluvy s televíziami, nie sú v tak úzkom zväzku s týmito inštitúciami a preto navonok nemusia tak podliehať tlaku externého prostredia a diktátu etického kódexu. Opak je pravdou. Režisér sa musí zodpovedať viacerým subjektom v rôznych rovinách: ekonomickej, umeleckej, ľudskej a samozrejme etickej.

Etika – základné pojmy

Etika je filozofická disciplína, ktorá sa zaoberá ľudským správaním. Má základ v antickom Grécku a datuje sa približne do 8. storočia pred n. l. Slovo *éthos* znamená charakter, názor, zvyk, postoj a spôsob konania, ale aj spôsob života zvierat a chovania, miesto, kde býva človek, všetko čo je obyčajom a mravom v rámci spoločného bytvania,

Ako praktická filozofická disciplína usmerňuje správanie sa ľudí v situáciách, kedy je možný minimálne dvojaký výber. Podľa odboru, ktorý skúma, sa etika člení na: medicínsku etiku, novinársku etiku, etiku manažéra, etiku sociálneho pracovníka a množstvo ďalších.

Etika definuje svoj vlastný Etický kódex. Sú to pravidlá správania sa v tej ktorej spoločensko-profesnej oblasti. Niektorí charakterizujú etiku ako vedu o morálke.

História etiky

Etika ako ju poznáme z európskeho priestoru sa vyvinula v antickom Grécku v 8. st. p. n. l. Aristokratické vedenie spoločnosti bolo nahradené demokratickým a bolo potrebné definovať základné princípy riadenia tejto spoločnosti podľa nových pravidiel. Obhajcovia museli dokázať, že rovnosť všetkých občanov je v súlade so základnými princípmi sveta. Tí, čo presadzovali etiku museli dokázať, že nie je potrebné diktátorstvo jednej jedinej posvätej autority (Boh, alebo monarcha). Morálka človeka nesmie byť definovaná len príkazmi jednej politickej alebo spoločenskej autority. V sporných otázkach zla a dobra nesmie byť nikto privilegovaný.

A pre tieto veľmi radikálne zmeny sa muselo prijať teoretické zdôvodnenie. To dalo podnet na vznik nových pravidiel spolunažívania, ktoré voláme etika, ktorá sa stala súčasťou filozofie. Keďže išlo o veľmi radikálnu zmenu spoločnosti a usporiadania, etika od svojho počiatku vyburcovala veľmi živé diskusie. Najväčší filozofovia tej doby sa k etike vyjadrovali v mnohých spisoch a traktátoch. Za všetkých spomenieme aspoň Demokrita, Tálesa, Sokrata, Platóna, Aristotela. V stredoveku sa obsahom etiky zaoberal Tomáš Akvinský, Augustínus Aurélius. V novších dejinách filozofie zasa Thomas Hobbes, Jean Jacques Rousseau a Immanuel Kant. Morálkou a mocou sa zaoberal Friedrich Nietzsche, existencializmom Soren Kierkegaard a Jean-Paul Sartre.⁷

Úvod do profesnej etiky

Profesná etika sa vyvíjala dlhé roky s rozvojom určitých disciplín akou je napríklad medicína alebo novinárska práca. Vznikala ako praktická disciplína, ktorá sa snaží definovať svoje vlastné etické kódexy. V súčasnosti sú verejnosti známe Etické kódexy novinára a Etický kódex lekára.

Menej známe sú:

Etický kódex mediátora

Etický kódex pôrodnej asistentky

Etický kódex učiteľa

Etický kódex záchranárov-hasičov

Etický kódex lekárniky

Etický kódex súdneho exekútora

Etický kódex psychológa

Etický kódex predajcu Nota-bene

Etický kódex dobrovoľníka

Definícia práce režiséra audiovizuálneho diela

Režisér audiovizuálneho diela je osobnosť, ktorá sa podieľa kreatívnou aj organizačnou aktivitou na vzniku audiovizuálneho diela. Režisér po anglicky director, po francúzsky metteur en scène (čiže v preklade ten, čo stavia veci na scénu), po rusky postanovčik (v preklade obdobný výklad čiže stavia niečo do priestoru), po taliansky direttore.

⁷ (cit. <http://informatika.ukf.sk/etika/>)

Režisér zodpovedá za obsahovú, umeleckú úroveň diela, zároveň je aj tým činiteľom, ktorý by nemal prekročiť rozpočet. Komunikuje rovnako s kreatívnymi a umeleckými osobnosťami, ako aj s organizačným štábom a pomocnými technickými zložkami.

Režisér musí teda ovládať všetky formy psychológie práce s účinkujúcimi, ale aj výkonnými zložkami. V prvom rade to musí byť integrovaná osobnosť s vyhraneným názorom na svet, bez závažných porúch osobnosti.

Režisér musí byť empatický a tiež rozhodný, vnímavý a zároveň dominantný, profesionálny a erudovaný. To všetko sú vlastnosti, ktoré stavajú pomyselné túto jedinečnú osobnosť na najvyšší stupeň pyramídy zodpovedností a funkcií celého výrobného štábu. Režisér je v konečnom dôsledku zodpovedný za dobrý alebo zlý výsledok diela, za reakcie a ohlasy, ktoré po odvysielaní alebo po odpremietaní diela vzniknú. Je taktiež zodpovedný za akékoľvek prípadné psychické narušenie intimity osôb, ktoré účinkovali v diele. Jedným slovom, musí si v sebe niesť obrovský morálny imperatív a riadiť sa etickými pravidlami prinajmenšom v oblasti žurnalistiky a im príbuzným odborom.

Kompetencie, podriadenosť a nadriadenosť režiséra audiovizuálneho diela.

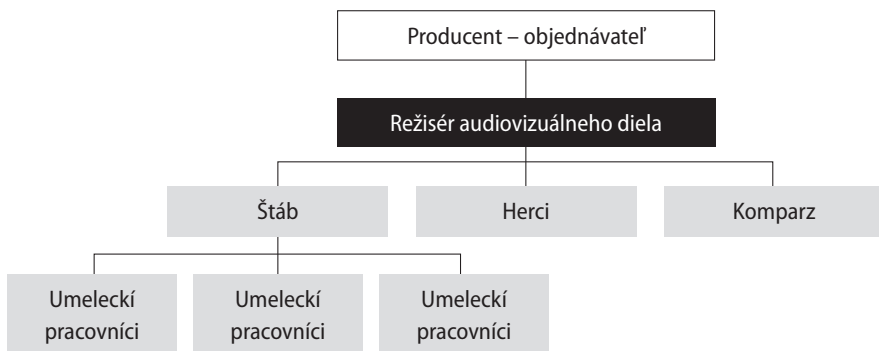


Schéma ukazuje štruktúru vzťahových väzieb, právomocí a kompetencií režiséra voči rôznym zložkám filmového štábu aj voči umeleckým pracovníkom.

Režisér aj keď je dominantnou časťou tvorivého procesu, musí sa zákonite eticky správať voči každej podriadenej a nadriadenej zložke.

Zodpovednosť režiséra voči subjektom

Schéma naznačuje, aký je vzťah režiséra voči trom subjektom: smerom k divákovi, smerom k producentovi a smerom voči sebe. To všetko je obrazne ponorené do diela ako takého, ktoré musí preukazovať etický postoj.



Etické princípy žurnalistu

Žurnalistika sa riadi mnohými morálnymi a etickými princípmi, ktoré sa dajú v niektorých bodoch aplikovať aj na prácu režiséra audiovizuálneho diela.

Samozrejme, len v určitých jasne stanovených limitoch, keďže režisér to nie je len režisér dokumentárneho, animovaného, alebo experimentálneho filmu, ale predovšetkým režisér celovečerného hraného filmu. Filmový priemysel sa neriadil záväznými kódexami a nariadeniami, ktoré by definovali etický kódex režiséra audiovizuálneho diela alebo celovečerného hraného filmu.

Slovenská televízia RTVS a Etický kódex

Slovenská televízia ako najstaršia a najdlhšie fungujúca verejnoprávna televízna inštitúcia na Slovensku sa riadi svojím Etickým kódexom, ktorý na rozdiel od Kódexu Českej televízie sa volá: Štatút programových pracovníkov a spolupracovníkov Rozhlasu a Televízie Slovenska, vydaný v súlade s paragrafom 4 ods. 2. zákona č. 532/2010 Z. z. o Rozhlase a televízií a o zmene a doplnení niektorých zákonov z apríla 2011.

Nové digitálne technológie a svet internetu prinútilo vedenie televízie spísať ďalší Kódex, ktorým sa upravujú aj iné aspekty práce redaktorov a režisérov v internetovom prostredí a v prostredí sociálnych sietí. Konkrétne ide o:

Etický kódex pracovníkov a spolupracovníkov Sekcie spravodajstva, športu a publicistiky pre správanie sa na sociálnych sieťach, vydaného Václavom Mikom, generálnym riaditeľom RTVS dňa 19. 8. 2014.

Redaktori a režiséri, ktorí v poslednom porevolučnom období prichádzajú často bez vysokoškolského vzdelania nemajú ani tušenia, čo je to Etický kódex novinára o Smernici ani nehovoriac. Prirodzená arogancia, drzosť a odvaha a snaha vyniknúť pred svojimi mladými

novináorskými rovesníkmi, ženie mladých tzv. „investigatívnych“ režiséroov až za hranicu slušnosti a profesionality. Prevažne komerčné médiá, ktoré už dávno rezignovali na mnohé princípy slušnosti a etiky nekontrolujú svojich podriadených tak, ako by si to prax žiadala. Pre komerčné médiá je zisk najvyššou metou, ktorej obetujú všetky princípy etiky a morálky.

Práve preto je dôležité, aby verejnosť, diváci, a najmä tvorcovia audiovizuálnych diel boli detailne oboznámení s etickými princípmi práce a systematicky neznižovali latku profesionality a morálneho správania.

Masmediálne fakulty by mali dať väčší dôraz práve na tento veľmi dôležitý aspekt práce tvorcu audiovizuálneho obsahu. Verejnosť by mala dôsledne vyžadovať od vedenia týchto televízií, aby sa držali svojich etických kódexov a smerníc, a žiadať na novinároch aby bežné prešľapy etiky netolerovali vo svojich článkoch.

Spravodajstvo versus umelecký film

V spravodajských a publicistických programoch sa veľmi často stáva, že redaktori sú často pranierovaní za chyby, ktoré vznikajú v procese tvorby. Horšie je na tom autor programu pre deti a mládež, alebo autor a režisér hraného alebo dokumentárneho filmu. Títo sa viac riadia svojím vlastným etickým a morálnym imperatívom. Nie je všeobecne známe, že by sa vyhodnocoval dopad umeleckého programu na dušu a intelekt diváka. V období pred rokom 1989 sa relácie a filmy vo verejnoprávnom médiu hodnotili podľa spokojnosti diváka, sledoval sa etický a morálny dopad na divácku verejnosť, než počet sledujúcich divákov formou peplemetru.

Vedenie všetkých televízií sleduje krivku share a podielu na trhovom koláči, ktoré je často v príkrom rozpore s etickými a morálnymi princípmi. Preto sa tak hojne darí neetickým a nemorálnym programom formátu: *Big Brother*, *Farma*, *Výmena manželiek*, *Nákupné maniačky*, *Vyvolení*, *O desať rokov mladší* a množstvu ďalších.

Veď pri podrobnej analýze spomínaných formátov by neobstál ani jeden bod schválenej smernice vlastného Etického kódexu.

Česká televízia a Kódex

Česká verejnoprávna televízia má svoj Etický kódex zverejnený na svojej webovej stránke a viac než ktorýkoľvek iný mediálny dom dopodrobna informuje a rozoberá povinnosti a záväzky, ktoré má voči režisérovi, autorovi diela a naopak.

V prípade preambule č. 4. 6 sa hovorí⁸: „Tvorcovia, ktorí pracujú pre Českú televíziu, musia zachovávať Kódex, aj keby neboli zamestnancami Českej televízie. Tvorcovia sú tiež povinní dodržiavať v odbore všeobecne uznávané samoregulačné profesijné a etické štandardy svojich profesií. V prípade vzniku konfliktu medzi zásadami, ktoré pre tvorcov vyplývajú zo samoregulačných profesijných noriem a niektorých ustanovení Kódexu alebo interného predpisu Českej televízie, je tvorca povinný na túto skutočnosť vopred upozorniť zodpovedného pracovníka, ktorý za Českú televíziu s tvorcom koná. Zamestnanec je v takom prípade povinný upozorniť svojho nadriadeného. Česká televízia je povinná spolu s tvorcom, prípadne profesijnou organizáciou (napríklad Komorou programových pracovníkov médií verejnej služby), ktorá ho s jeho súhlasom zastupuje, rokovať o tom, ako prekonať tieto rozpory. Pri riešení vzniknutých rozporov je potrebné v prvom rade overiť súlad sporných noriem s právnym poriadkom a základnými hodnotami, z ktorých vychádza Kódex. V záujme vyčerpaní všetkých prostriedkov na prekonanie rozporov využijú Česká televízia a tvorca, prípadne jeho zastupujúce organizácie možnosti dohodnúť sa na sprostredkovateľovi dohody z radov v odbore všeobecne uznávaných osobností, prípadne inštitúcií nezávislých na oboch stranách.“

Samozrejme, že dochádza k porušeniu etického kódexu z titulu autorskej slobody, alebo z titulu neznalosti tohto kódexu. Neznalosť zákona samozrejme autora neospravedlňuje.

Mnohí režiséri audiovizuálnych diel sú zastupovaní ochrannými odbornými a profesijnými organizáciami ako napr. Dilia, LITA a OOAS⁹ a mnohými ďalšími, ktoré takéto a podobné spory riešia.

Ochrana slobody prejavu

Samozrejým predpokladom zdravého fungovania demokracie a slobody prejavu je fungovanie verejnoprávnych televízií. To predpokladá, že nie sú narušené práva zobrazovaných ľudí, ani práva vlastných zamestnancov a externých spolupracovníkov, v našom prípade režisérov audiovizuálnych diel. Na prvý pohľad by sa mohlo zdať, že najlepšie chránení sú zamestnanci týchto inštitúcií, ktorí majú uzavretú trvalú pracovnú zmluvu. Ale aj na toto sa myslelo a konkrétne v preambule č. 4. 2 spomína Česká televízia režisérov audiovizuálnych diel v externom pracovnom pomere.

„Česká televízia vystúpi na ochranu slobody prejavu tvorcov bez ohľadu na skutočnosť, či s ňou práve spolupracujú, pretože protiprávne upieranie slobody prejavu jednému, môže v budúcnosti viesť k upieraniu rovnakého práva ďalším. Česká televízia bude primerane svojím možnostiam konať solidárne, ak sa tvorca bez svojho zavinenia ocitne v nebezpečenstve v súvislosti s plnením svojich profesionálnych povinností. V záujme pracovníkov, ktorí sa

8 (dostupné na <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-4-tvurce-zakladni-predpoklad-uspechu/>)

9 Dilia – LITA – OOAS

pre výkon svojej práce v Českej televízii dostanú bez svojho zavinenia do nebezpečenstva či ťažkej životnej situácie, Česká televízia vyvinie úsilie na zabezpečenie potrebnej bezpečnostnej a právnej pomoci a po nevyhnutne nutnú dobu núdze tiež materiálnej podpory.¹⁰

Výhrada svedomia

Audiovizuálny tvorca je integrovaná osobnosť, ktorá podobne ako všetci ostatní zamestnanci majú mať právo odmietnuť konkrétnu tému z titulu výhrady svedomia.

Výhrada svedomia vychádza z predpokladu, že jedinec je slobodnou bytosťou, ktorá sa môže dobrovoľne podriaďiť autorite, ale nesmie byť k nej donútená. Výhrada svedomia sa uplatňuje najmä vo vojenskej službe (odmietnutie služby so zbraňou), v medicíne (realizácia interrupcií a eutanázie a pod.) a v médiách (odmietnutie účasti na spracovaní určitej témy bez toho, že by bol za to autor sankcionovaný). Sloboda myslenia, svedomia a náboženského vyznania je zakotvená v Ústave Slovenskej republiky rovnako ako aj v Európskom dohovore o ochrane ľudských práv.

V Etickom kódexe verejnoprávnej Českej televízie sa výhrade svedomia audiovizuálneho režiséra myslelo v bode č. 4. 3.

„Česká televízia bude rešpektovať právo tvorca na integritu vlastného svedomia, a ak zamestnanec svojmu nadriadenému alebo externý spolupracovník osobe, ktorá s ním za Českú televíziu rokuje, vopred oznámi, že mu svedomie nedovoľuje pracovať na určitej téme, bude taký tvorca z práce na danej téme uvoľnený, bez toho, aby bol s výhradou ušlej odmeny za takto nevykonanú prácu sankcionovaný. Tvorca nemôže byť ani dodatočne nútený prejavíť sa v relácii spôsobom, ktorý odporuje jeho svedomiu, alebo ktorým by menil zámer a zmysel svojho diela. Ak sa dostane v takom prípade do sporu s nadriadeným pracovníkom, čím nastane možnosť konfliktu svedomia, potom je Česká televízia povinná konať spolu s tvorcom, prípadne s profesijnou organizáciou, ktorá ho s jeho súhlasom zastupuje a riešiť vzniknuté rozpory obdobným spôsobom, akým je upravený v čl. 4. 6.“

Skrytá kamera alebo mikrofón

Samostatnou kapitolou pri výkone práce režiséra je nakrúcanie tzv. skrytou kamerou. Stretol sa s ním každý tvorca, režisér investigatívnych dokumentárnych filmov. Investigatívna dokumentárna režisérka Zuzana Piussi obvykle skrytú kameru používala a používa, naposledy vo filmoch *Nemoc tretej moci*, *Od Fica do Fica*, ale aj *Český Alláh* a pod. Keďže svoje filmy nakrúca prevažne pre nezávislého producenta, nie je viazaná a chránená inštitúciou, ktorá môže sporné momenty nakrúcania skrytou kamerou a porušenie ochrany osobnosti aj obhájiť a tvorca ochrániť.

10 (dostupné na <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-4-tvurce-zakladni-predpoklad-uspechu/>)



Screenshot z filmu režisérky Zuzany Piussi *Český Alláh* (2017) (dostupné na: <http://d1film.com/index.php?id=cesky-allah>)

Pre takéto prípady verejnoprávna inštitúcia Česká televízia definuje, že povoľuje nakrúcať a nahrávať bez vedomia snímaných osôb iba v prípadoch relácií pre spravodajské a publicistické účely pri spracovaní témy, ktoré sa vážne dotýkajú verejného záujmu a ktoré nebolo možné získať pri vynaložení zvýšeného úsilia.

Podotýka však, že pri takomto použití skrytej kamery alebo skrytého mikrofóna je potrebné dodržanie obmedzenia k ochrane súkromia (napr. právo každého človeka urobiť predmetom slobodného rozhodnutia, či svoje súkromie sprístupní iným osobám. Rovnako ako je dôležitá aj ochrana respondenta pri telefonických rozhovoroch do okamihu, než sa respondent dozvie identitu redaktora a dôvod, prečo sa na neho obracia.)

Takisto sa počíta s tým, že režisér takej časti, nakrútenej skrytou kamerou, nesmie zneužiť iné časti tejto relácie, ktoré nie sú v priamom vzťahu k obsahu a k téme dokumentu. Česká televízia musí rovnako zabezpečiť, aby nedošlo k akémukoľvek zneužitiu alebo sprístupneniu v relácii nepoužitých častí materiálu. Za natáčanie skrytou kamerou alebo skrytým mikrofónom sa považuje aj situácia, keď síce snímaná osoba kameru alebo mikrofón vidia, ale dôvodne sa domnieva, že nie sú uvedené do prevádzky. O použití skrytej kamery musí rozhodnúť šéfredaktor príslušnej redakcie. Posledným a nie menej podstatným faktom pri vysielaní takýchto záberov je tá skutočnosť, že na použitie skrytej kamery alebo skrytého mikrofónu musí byť divák pri uvedení takto vytvorených záberov upozornený.



Screenshot z časozberného dokumentárneho filmu režisérky Heleny Třeščíkové Katka o narkomanke (dostupné na:https://kultura.zpravy.idnes.cz/ani-deset-avataru-nema-v-sobe-silu-jako-trestikove-katka-pjh-/filmvideo.aspx?c=A100220_153901_filmvideo_ob)

Etický panel

Česká veřejnoprávní televize sa v kódexe Českej televízie snaží definovať všetky problematické miesta práce svojich interných aj externých zamestnancov. Avšak ak ide o etiku a morálku, nie vždy sa dajú tieto veci explicitne vyjadriť. Pre tieto účely je pri Českej televízii zriadený Etický panel, ktorý je poradným orgánom riaditeľa Českej televízie. Ustanovený bol v roku 2004. Zmyslom Etickej rady ČT je prijímať stanoviská k eticky sporným reláciám a neeticky sa správajúcim vlastných zamestnancov a externých spolupracovníkov.

Etický panel zasadá 4x ročne a mimoriadne kedykoľvek v priebehu roka na základe vyzvania generálneho riaditeľa ČT na základe podnetov zaslaných na adresu Českej televízie. Etický panel je päťčlenný a členstvo je čestné.

Každé zasadnutie Etického panelu musí byť ukončené vydaním platného uznesenia. Uznesenie musí byť podľa vzoru lekárskeho komisií prijaté jednomyseľne. Generálny riaditeľ je oprávnený so súhlasom členov Etického panelu uznesenia panelu zverejniť na svojej webovskej stránke.

Najviac sťažností na porušenie etiky, etického správania sa je na redaktorov spravodajstva. Najčastejšie sa sťažujúcim bol v nedávnej minulosti politik Andrej Babiš, ktorý sa za posledné dva mesiace roku 2017 sťažoval dvakrát. V oboch prípadoch Etický panel podrobne posudzoval oprávnenosť sťažnosti a sťažnosť zamietol. S výsledkami informoval aj verejnosť vyvesením odpovede a stanoviska Etického panelu na svojej webovej stránke.¹¹

Ale nie sú to len sťažnosti týkajúce sa nespokojnosti politikov a verejne činných osôb zobrazených v spravodajských či publicistických programoch. V histórii činnosti Etického panelu nájdeme aj iné sťažnosti, ktoré sa týkajú rôznych relácií, dokonca aj rozprávok, diskusných relácií a dokumentárnych filmov. Napr. 22. februára 2016 dostal Etický panel podnet na prešetrenie sťažnosti, ktorá vychádzala z názoru, že tvorcovia programu *Pravdivý príbeh o Snehurke* mali v úmysle hanobiť väčšinovú beloškú populáciu Českej republiky. Členovia si dali predložiť všetky relevantné podklady, samotný film a stanovisko tlačovej tajomníčky a na záver skonštatovali, že „nenašli v dotyčnom programe také ani žiadne iné pochybenia etického rázu. Naopak konštatovali, že program naplňuje povinnosti Českej televízie vyplývajúcej z ustanovenia článkov 13.1 a 13.2 kódexu Českej televízie.“

Podnety a sťažnosti podané na prerokovanie na Etický panel sa týkali najmä týchto oblastí:

1. prejavy zaujatosti, neobjektívnosti a podprahovosti;
2. vedomá manipulácia;
3. zľahčovanie udalostí, ktoré traumatizujú spoločnosť;
4. narušenie nestrannosti;
5. porušenie ochrany reálnych svedkov kriminálnych činov;
6. podnecovanie nenávisť z dôvodu pohlavia, rasy, farby pleti, jazyka alebo príslušnosti k národnostnej alebo etnickej menšine (konkrétne program Karla Šípa Všechnopárty);
7. nevyváženosť;
8. neobjektívnosť;
9. použitie záberov chystanej vraždy páchanej extrémistickou skupinou;
10. predsudky a šírenie menšinových názorov;
11. fakticky chybné a nesprávne relácie;
12. nedôveryhodnosť spôsobená zámerne alebo neúmyselne;
13. utajené využitie skrytej kamery;
14. nepretržité ukazovanie záberov násilia a teroristických činov;
15. neoddelenie hodnotiacich komentárov od informácií spravodajského charakteru.

11 <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/eticky-panel/>

Vo veľkej väčšine Etický panel konštatoval, že nedošlo k porušeniu Kódexu českej televízie a členovia EP stáli na strane svojich redaktorov a režisérov. Našli sa však aj také programy, ktoré neboli stopercentne vyvážené a nestranné a vtedy autorom týchto relácií Etický panel odporučil, aby sa v budúcnosti zodpovednejšie držali Etického kódexu (prípád moderátora Karla Šípa v relácií Všechnopárty).



Dokumentárny film režisérky Yvonne Vavrovej 13. komnata Zdeny Studenkovej pre Českú televíziu, Etické prístupy k respondentovi. Foto: Lennie Maxx (dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1186000189-13-komnata/21756221080004-13-komnata-zdeny-studenkove/>)

Etika v médiách

Novinár, ktorý sa pohybuje v printovej alebo v televíznej sfére musí každodenne čeliť mnohým nástrahám, ktoré na neho číhajú z každej strany. Jednak ho ženie vlastná ambícia presadiť sa za každú cenu a tým pádom možno aj zámerne porušuje jasné etické pravidlá. Na druhej strane to môže byť aj tlak zo strany zadávateľov t. j. vlastníkov médií a producentov,

ktorí chcú získať z novinárskeho materiálu maximum a predbehnúť konkurenciu. Preto je taká dôležitá skutočnosť, že každý novinár a každý režisér by mal byť integrovanou a plnohodnotnou osobnosťou s rozvinutým kritickým myslením. Že to tak nie je potvrdzujú mnohé analýzy a následne aj súdne spory, ktoré vedú poškodení proti konkrétnym novinárom a majiteľom novín a časopisov.

Ako Remišová uvádza v knihe *Etika médií* (2010): „*Médiá sú od svojho vzniku spojené s etickými princípmi, ktoré tvoria jeho neodmysliteľnú súčasť. Sú to princípy: pravdivosť, česťnosť, zodpovednosť, ľudská dôstojnosť, ľudské práva. (...) Zároveň sme analyzovali morálne prečiny profesie žurnalistu – plagiátorstvo, svojvoľné skresľovanie, osočovanie, ohováranie, nactiutrhávanie, nepodložené tvrdenia a prijímanie úplatkov- podľa klasifikácie Medzinárodnej konfederácie novinárov v jej kódexe.*“

Hlavné etické otázky v médiách

Dá sa konštatovať, že posledné roky komerčné televízie zostrili svoj boj o diváka a veľkou mierou rezignovali na etiku mediálneho pracovníka.

Zvlášť silnou kategóriou je ponížovanie ľudskej dôstojnosti, nactiutrhávanie, ohováranie, šírenie nenávisťi. Programy a zakúpené formáty komerčných televízií ako *Farma*, *Aj múdry schybí*, *Big Brother*, *Superstar*, *Modré z neba*, *Milionár hľadá nevestu* a mnohé ďalšie znížili latku vkusu až na samotné dno.

Dôležitý verejný záujem

Pod dôležitým verejným záujmom sa rozumie taký záujem, ktorý prináša významný prospech všetkým alebo mnohým občanom.

Dôležitým verejným záujmom je najmä:

- a) zabránenie zneužívania verejnej moci;*
- b) riadne fungovanie politického systému a spoločenských inštitúcií;*
- c) ochrana života, zdravia, bezpečnosti a majetku občanov;*
- d) ochrana morálky a základných spoločenských hodnôt.*

Použitie mimoriadnych prostriedkov musí byť pri zverejnení textu alebo odvysielaní programu, pri ktorých príprave bolo použité, vysvetlené čitateľom, poslucháčom a divákom.

Postavenie audiovizuálneho režiséra v súkolí mediálneho biznisu

Žiaden mediálny pracovník nepracuje v izolácií. Je závislý na mnohých ľuďoch, na spolu pracovníkoch, na financiách a samozrejme na mediálnych domoch a producentoch, ktorí mu prácu zadávajú. Spoločenská zodpovednosť mediálnych podnikov je veľká. Režisér audiovizuálneho diela môže byť v pracovnom vzťahu s mediálnymi producentami v trvalom pracovnom vzťahu, alebo formou zmluvy o dielo a zmluvy o činnosti. V každom takomto

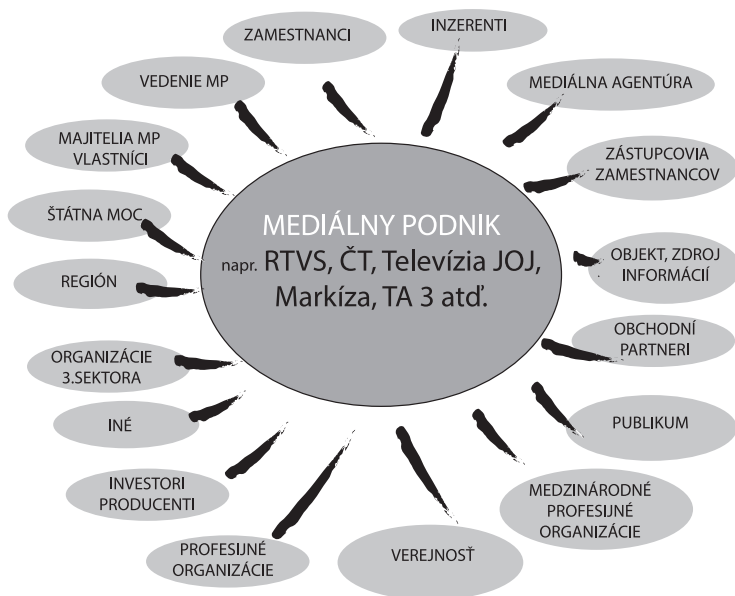
vzťahu existuje priama závislosť audiovizuálneho režiséra na zadávateľovi, ktorý je zároveň aj objednávateľom, posudzovateľom a schvaľovateľom.

To znamená, že sa musí podrobiť Etickému kódexu týchto zadávateľov a objednávateľov.

Režisér televízneho alebo digitálneho obsahu, okrem režisérov filmových diel vytvorených pre nezávislého producenta, sa musí podriadiť normám, smerniciam a kódexom, ktoré tieto mediálne domy majú.

V prípade verejnoprávnej RTVS sa audiovizuálni pracovníci riadia Etickým kódexom novinára a zároveň aj vnútornou smernicou, ktorá je platná najmä pre redaktorov a režisérov spravodajstva. Pri podpisovaní zmlúv o dielo, či už je to dokumentárny alebo hraný film, zmluvy obsahujú len parciálne úryvky z Etického kódexu novinára. Je teda na dramaturgovi RTVS, ktorý je v trvalom pracovnom pomere, aby informoval a poučil externého umelca o všetkých zložitosiach a nástrahách, ktoré striehnu na tzv. „voľnomyšlienárskeho“ tvorca, nezáviazaného trvalou pracovnou zmluvou. V inom prípade sa totiž môže stať, a aj sa stáva, že režisér prevažne investigatívneho dokumentárneho filmu naplno popustí uzdu svojej fantázií a v snahe odhaliť určitý stav spoločnosti opomenie Etický kódex, ktorým je každé médium povinnované voči verejnosti.

Aby sme názorne vysvetlili tieto súvislosti a vzťahové väzby, prikkladáme tabuľku vytvorenú na základe informácií získaných z knihy Anny Remišovej s názvom *Etika médií*.



Nie je výnimkou, keď verejnoprávna televízia musela čeliť rôznym žalobám kvôli porušeniu etického kódexu, porušeniu ľudských a osobnostných práv, žalobám za plagiatstvo, za nactiutrhánie atď., atď. Neboli to vždy len spravodajské príspevky, ale najmä dokumentárne filmy, ktoré si síce televízia neobjednala, ani nevyrábala ako koprodukcii alebo zákazku, ale zakúpila ako hotový film. Režisér audiovizuálneho diela z externého prostredia zodpovedá za všetky pochybenia, ale v prvom rade je zodpovednosť na producentovi, ktorý si dielo objednal alebo zakúpil a následne aj odvysielal.

Záver

Teoretická práca s názvom *Etika práce režiséra audiovizuálnych diel* a jeho postavenie v súčasnom mediálnom biznise odhalila nutnosť zaoberať sa jednotlivými aspektami etiky na poli audiovizie. Aj keď mnohé dokumenty ako *Etický kódex novinára*, *Kódex ČT* a *Smernica RTVS* riešia parciálne aspekty práce režiséra, sú v mnohom veľmi všeobecné a nereflektujú špecifiku práce umeleckého pracovníka. Všetky tri dokumenty sa skôr opierajú o prácu režiséra spravodajského alebo publicistického charakteru a vo veľmi malej miere dávajú odpovede režisérom umeleckých hraných filmov.

Podrobnou analýzou všetkých troch dokumentov sme dospeli k záveru, že najprepracovanejším a najpraktickejším je *Kódex Českej televízie*, ktorý je nielen k dispozícii každému laikovi a odborníkovi na webových stránkach ČT, ale tiež poskytuje zápisnice z riešení etických prešlapov svojich interných a externých režisérov. Slovenská televízia RTVS má veľmi neprehľadnú webovú stránku a pomenovanie *Etického kódexu* je nepochopiteľne nazvané ako *Smernica* a štruktúra, čo komplikuje orientáciu návštevníka stránky a záujemcu dozvedieť sa operatívne o určitých etických aspektoch práce režiséra.

Podrobne sme zmapovali stav riešenej problematiky a preštudovali kompatibilitu oboch etických kódexov slovenskej a českej verejnoprávnej inštitúcie. Konštatovali sme, že etické kódexy doposiaľ analyzovali a upravovali prácu spravodajského a publicistického režiséra. Tým pádom tu vzniká obrovský priestor na ďalšie skúmanie, ktoré by mohlo vyústiť v napísanie samostatného etického kódexu režiséra rovnako dokumentárnych ako aj hraných filmov.

Literatúra

- Barsan, R. Monahan. D. 2013. *Looking at movies*. New York: W. W. Norton Company, 2013. 616 s. ISBN 978-0-393-91302-6.
- Casetti, F. 2008. *Filmové teorie 1945-1990*. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 2008. 407 s. ISBN 978-80-7331-143-8.

- Gros, L. 1998. *Image Ethics*. New York: Oxford University Press. 381 s. ISBN0-19-505433-4
- Chomsky, N. 1998. *Perspektivy moci*. Praha: Nakladatelství Karolinum – nakladatelství Univerzity Karlovy, 1998. 323 s. ISBN807184-491-8
- Fox, J. 2003. *Chomsky a globalizace*. Praha: Triton, 2003. 96 s. ISBN 80-7254-367-9
- Huber, W. 2013. *Etika základní otázky života*. Mnichov: Verlag C. H. Beck, 2013. 250 s. ISBN 978-80-7429-642-0
- Hvížďala, K. 2003. *Moc a nemoc médií*. Praha: Nakladatelství Jaroslava Jiskrová, 2003. 267 s. ISBN80-8656970-5
- Chomsky, N., Foucalut, M., Elders, F. Člověk, *moc a. Praha: Intu, 2005. 110 s. ISBN 80-903355-3-5 spravedlnost*
- Kopal, P. a kol. 2009. *Film a dějiny 2 Adolf Hitler a ti druzí- filmové obrazy zla*. Praha: Casablanca Ústav pro studium totalitních režimů, 2009. 350 s. ISBN 978-80-87292-01-
- Kubíková, B., Cíglarová, J., Vavrová, Y. *Další rány osudu. Z 13. do 14. komnaty*. Praha: Česká televize, 2016. 202 s. ISBN 978-80-7404-182-2.
- Ramonet. I. 2003. *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta, a. s. 2003. 226 s. ISBN 80-204-1037-6



PHDR. MGA. YVONNE VAVROVÁ, PHD. Je absolventkou filmovej a televíznej fakulty AMU v Prahe, odbor hraná filmová a televízna réžia. Je režisérkou a scenáristkou viac ako 6 hraných celovečerných filmov a 80 autorských dokumentárnych filmov. Od roku 2010 pôsobí ako odborný asistent na *Fakulte masmédií na Paneurópskej vysokej škole PEVŠ*. V súčasnosti vo funkcii prodekanke. Zároveň prednáša aj na Univerzite of Applied Science v Nemecku.

Trendy vo vnímaní a šírení mediálneho obsahu

Mgr. Katarína Holetzová | Fakulta masmédií, Paneurópska vysoká škola, Bratislava, Slovensko

ABSTRACT *Personalized media, evaluating the relevance of information based on algorithms and changing the generation of journalistic content recipients bring new risks and challenges to the media.*

KEY WORDS *Digital media – generation Z – algorithmic identity – news.*

Ozbrojené zložky ešte neopustili budovu parížskeho klubu Bataclan a svet už zhrozene sledoval zábery, v ktorých ľudia v panike visia z okien a bezcieľne utekajú tmavou ulicou. Amatérske videá sa 13. novembra 2015 šírili v čase, keď o teroristickom útoku neexistovali oficiálne informácie. Náhodní okoloidúci na vytvorenie mediálneho obsahu nepotrebovali vzdelanie, špeciálnu techniku, ani štatút novinára či príslušnosť ku konkrétnemu médiu. Stačilo, že sa objavili v konkrétnom čase na konkrétnom mieste.

V období, kedy takýmto novinárom môže byť vďaka smartfónom, prístupu na internet a bezproblémovej distribúcii na sociálnych sieťach takmer každý, sa klasická definícia profesie môže zdať neaktuálna. Rozdiel medzi človekom, ktorý sprostredkováva neselektované informácie verejnosti a tým, ktorý vytvára žurnalistický obsah sa postupne stiera, čo so sebou prináša nielen neustále opakované riziká, ale aj nové výzvy.

Nedôvera k médiám rastie

S pozvoľnou výmenou generácie recipientov žurnalistického obsahu a s technickým pokrokom sa tzv. nové médiá stali hegénom získavania informácií akéhokoľvek druhu. Jednosmernú štruktúru komunikačného kanálu môžeme považovať za anachronizmus, jednotlivé informácie nielen prijíma, ale aj sám vytvára. Zmeny, ktoré to so sebou prirodzene prináša sú v roku 2018 už známym faktom. V spoločnosti sa stabilizujúce alternatívne webové

stránky, ktoré šíria zavádzajúce a klamlivé teórie bez hodnoverných zdrojov, dezorientácia publika v množstve protichodných informácií, platený aj neplatený *trolling*, rozhodovanie na základe referencií masy anonymných užívateľov, či postupná strata autority novinára.

Prelom v komunikácii prichádzajúci ruka v ruke s rýchlo sa striedajúcimi trendami zastihol nepripravené najmä generácie tzv. *generácia X* (narodení od 1960–1985) a *millennials* (narodení od 1980–1995). Nie je to však len o klasických médiách, ktorých blízky koniec neúspešne avizovali teoretici už pred rokmi. Nedôvera voči všetkým mediatypom rastie, podľa výskumu Reuters Institute a Univerzity v Oxforde z roku 2017 len v USA neverí médiám a ich spravodajstvu 38 % respondentov, čo je o 5 % viac ako rok predtým. Mení sa schéma novinárskej práce a jej forma, ktorá bola desaťročia zaužívaná. Obsah sa šíri relatívne novou distribúciou, sociálnymi sieťami, a to bez ohľadu na meno konkrétnej mediálnej značky. Už nie je potrebné vyhľadávať vybrané periodikum, rozhlasovú či TV stanicu, ale ani „klikat“ danú webovú stránku, ktorá si získala dôveru čitateľa. Adekvátne informácie si nás totiž vyhľadá sama. V skratke – recipient nemusí vedieť, v akom médiu daný článok vyšiel ani kto ho vytvoril. To úzko súvisí práve s možným chaosom a prirodzenou genézou nedôvery v médiá ako také.

Zmena žurnalistického konceptu

Jedným z dôvodov oslabenia médií je tiež preberanie obsahu od nežurnalistov, ktorí majú v rámci získavania informácií mnohokrát náskok. Sociálne siete totiž nie sú pre médiá len nástrojom na šírenie obsahu, ale tiež výrazným zdrojom informácií. Postupnosť ich získavania sa interakciou užívateľov zmenila. Ako píše McQuail (McQuail, 1999), v spravodajskej praxi sa využíval žurnalistický koncept, ktorý vznikol na báze skúmania štyroch veličín, ktoré tvoria udalosti, spravodajské kritériá, správa a záujem. Jeho postup charakterizujeme nasledovne:

udalosť – spravodajské kritériá – správa – záujem

Tento model naznačuje, že médiá si vyberajú objektívne správy a verejnosť má možnosť sa rozhodnúť o nasledovnom záujme. Skúmanie vzťahu medzi informáciami bežných užívateľov sociálnych sietí a žurnalistického obsahu však dokazuje, že v mnohých prípadoch sa poradie vybraných veličín obracia. V úvode je udalosť, ktorú sprevádza záujem (charakterizovaný napríklad zdieľaním na sociálnych sieťach) a až neskôr prichádzajú prípadné spravodajské kritériá a finálna správa ako reakcia na záujem, respektíve doplnená autorskými informáciami.

Príklad. V júni 2016 stará mama 9-mesačného chlapca Adamka zverejnila nahnevaný post na sociálnej sieti, v ktorom obvinila vychovávateľku súkromných jaslí v Trnave z toho, že jej vnuka fyzicky napadla. Príspevok mal v priebehu 24 hodín desiatky tisíc zdieľaní a tisíce nahnevaných komentárov. Stalo sa tak ešte predtým, ako sa chlapcova matka obrátila na orgány činné v trestnom konaní. Masa záujmu, ktorú príspevok strhol medzi potenciálnymi čitateľmi, prenikla aj do médií. Tie využili ako podklad spravodajského článku obsah zo sociálnych sietí a správu aktualizovali o vyjadrenia a iné zistenia. Médiá teda neboli prvým kontaktom s verejnosťou, ktorý by túto informáciu predostrel, neboli tými, ktorí sa rozhodujú, čo vyvolá u verejnosti záujem.

Postupnosť pri získavaní informácií môžeme v takýchto prípadoch z pohľadu médií považovať za nasledovnú:

udalosť – záujem – správa

Hrozivým faktom pri šírení informácií bez profesionálneho spravodajského zásahu však ostáva, že zdroje jednotlivcov na sociálnych sieťach nemusia byť overené a informácie teda nemusia byť pravdivé, hoci vyvolajú vo virtuálnom dave vášne. Podobne sa uvažovalo aj pri prípade zbitého chlapca Adamka v jasliach. Zvrat v kauze nastal, keď sa podľa ďalších publikovaných článkov orgán sociálno-právnej ochrany detí začal zaujímať práve o chlapcovu matku z dôvodu zanedbávania jeho výchovy a jej údajnej závislosti od drog. V máji 2017 sa však nakoniec potvrdilo podozrenie voči vychovávateľke v jasliach, voči ktorej je už podané trestné oznámenie.

Relevantnosť informácie určuje algoritmus

V kontexte vymenovaných aspektov môže pôsobiť nový prístup k tvorbe mediálneho obsahu a získavaniu informácií pesimisticky, najmä pre jeho dôsledky, akými je zmätok či nekritické šírenie neoverených správ. Pravdou je, že pri pretlaku množstva informácií sa recipient mnohokrát stráca v údajoch a ich relevantnosti. V tomto bode to už však nie je zásah žurnalistu, ktorý by ho práčne triedil, ale jeho úlohu vo veľkej miere zastupujú technológie.

Podľa dát z Reuters Institute 33 % percent mladých ľudí vo veku od 18–24 rokov získava informácie výhradne cez sociálne siete a 64 % respondentov cez online médiá a to vrátane sociálnych sietí. Všetky informácie, ktoré sa k takémuto užívateľovi dostávajú cez tieto distribučné siete sú selektované algoritmami, ktoré indexovo vyhodnocujú ich adekvátnosť a potenciálnu atraktivitu. Jednoducho povedané, cez sieť k nám preniknú len informácie, ktoré s nami súvisia a môžu nás zaujímať, čím sa vytráca balast, ktorý by sme v minulosti „prepli“, „preladili“, resp. „nekúpili“.

Na druhej strane, algoritmy spôsobujú, že sa náš pohľad na svet pokrívuje. Čítame články, ktoré chceme čítať, lebo nám ich podsúvajú ľudia, s ktorými nás spájajú rovnaké záujmy, priatelia, aktivity. Je teda väčšia pravdepodobnosť, že zdieľame napr. aj rovnaký názor na spoločenskú situáciu. Na rozdiel od klasickej štruktúry získavania informácií, kedy či už noviny alebo televízne a rozhlasové správy ponúkali široké spektrum tém, a taktiež v prípade nedávneho zrkadlenia printového obsahu na webovú stránku rovnakého mena, sa nám mediálny obsah prispôbuje.

Personalizované médiá

Takzvaná personalizácia nie je len doménou sociálnych sietí a ich šírenia spravodajských informácií. Stretávame sa s ňou pri televíznej a filmovej tvorbe (Netflix), pri hudbe (Spotify), knihách (Goodreads) a vôbec, pri väčšine aktivít, ktoré máme možnosť vykonávať v online priestore a súvisia s mediálnym obsahom. Zrazu máme možnosť špecifického výberu, ktorý sa nám sám núka. Vďaka technologickým možnostiam a zberu dát, vie systém rýchlo zistiť, aká hudba, film, či kniha by sa nám mohla na základe nášho vkusu páčiť.

„Zdá sa, že personalizované médiá rozpúšťajú masu, aby sa zamerali na individuálneho konzumenta, ktorý bol v nej dlho ukrývaný. V dobe personalizácie – keď sa jedným klikom naplní každá predstava o našej zábave alebo spotrebiteľskej túžbe, sme videní takí, akí skutočne sme: ako jednotlivci s odlišným vkusom a hodnotami.“ (Prey, 2017)

Podľa vedca z fakulty American Culture and Digital Studies na University of Michigan, Johna Cheneyho Lippolda dokonca hovoríme o „algoritmickej identite“, ktorá nás charakterizuje do hĺbky a definuje viac než napríklad pohlavie, vek, či rasa (Cheney Lippold, 2017).

Generácia Z a nové vnímanie mediálneho obsahu

Výraznejšie tento fenomén personalizovaných médií vníma práve aktuálne najmladšia generácia recipientov mediálneho obsahu, ktorú poznáme pod názvom „generácia Z“. Generácia Z je ohraničená rokmi narodenia od 1995 až po súčasnosť. Signifikantným pre túto generáciu je značný rozsah využívania internetových technológií, s ktorými začínajú už od veľmi útleho veku. Členovia Generácie Z sú stotožnení s technológiami a sú v interakcii so sociálnymi internetovými sieťami, ktoré predstavujú významný podiel ich spoločenského života. Sociálne siete sú prirodzeným spôsobom na získavanie informácií akéhokoľvek druhu a to na úkor využívania iných typov médií.

Podľa údajov z USA až 96 % zástupcov tejto generácie vlastní smartphone (Shopercentric, 2016). Takmer polovica je 10 hodín denne online (Goldman Sachs Global Investment Research, 2015). Typickým znakom je masívne užívanie modernejších sociálnych sietí Instagramu a Snapchatu (Fluent Research, 2016), zatiaľ čo „tradičný“ Facebook používajú zväčša na oficiálnu komunikáciu napríklad s rodinou či školou.

Zástupcovia generácie Z prijímajú nové modely selekcie informácií aj tvorby žurnalistickým obsahom úplne prirodzene. Dôležitým faktorom pri rozhodovaní o ich atraktivite je aktuálnosť a autenticita. Priemerný bod zaujatia, teda čas, ktorý je potrebný na to, aby sa dozvedeli z informácie všetko dôležité a posúdili, či sa jej budú ďalej venovať, je len 8 sekúnd (Forbes z SXSW 2016). To je o 4 sekundy menej ako majú *millennials*. Vyžadovať, aby si každé ráno sadli k novinám a prečítali ich od A–Z znie v tomto ponímaní takmer nemysliteľne. Je však potrebné si uvedomiť, že práve táto generácia začína nastavovať trendy aj v médiách, nielen z pohľadu recipienta, ale tiež i tvorcu jeho obsahu.

Trendom je aktuálnosť aj autenticita

Predpoklad, že personalizácia médií bude pokračovať a že sociálne siete preberú na seba úlohu hlavného distribútora aj spravodajských informácií, si môžeme potvrdiť napríklad vďaka aktuálnemu fenoménu „stories“ na Instagrame, ktorí aktívne využíva práve generácia Z. Ten funguje (podobne ako Snapchat) na báze krátkeho video obsahu, v ojedinelých prípadoch vo forme hutného textu, ktorý sa zobrazí odoberateľom konkrétneho kanálu a to len po dobu 24 hodín, neskôr zmizne. Rovnako ako v minulosti na Facebooku, aj tu ho vo veľkej miere tvoria príspevky typické pre mladé sociálne siete, zdieľanie bežných zážitkov z dňa, móda, jedlo, priatelia, vtipné situácie.

Dôležitým faktorom jeho popularity je práve extrémna aktuálnosť – akonáhle niekto ľubovoľný obsah pridá, zablíkajú upozornenie na hornej lište aplikácie pre všetkých odoberateľov. Každý tvorca/užívateľ je tak zároveň médiom, ktorý sa profiluje výberom obsahu a získava nových a nových odoberateľov.

Práve z masy všeobecných informácií sociálnych sietí sa kryštalizuje obsah, ktorý je jedinečný a zastupuje staré aj nové médiá, ako ich dnes poznáme a charakterizujeme. Nie je však potrebné, aby ho podporovali a vydávali vydavateľstvá či mediálne domy. Novodobí opinion lídri, ktorí udávajú hodnoty a určujú názory či vkus širšiemu spektru užívateľov, často nie sú profesionáli, ale práve o to dôveryhodnejšie pôsobia na svojich odoberateľov. Youtuberi, instagrameri a iní „influenceri“ sa stali autoritami, ktorí dokumentujú svoje okolie nielen pre zábavu a reklamu, ale aj pri tvorbe verejnej mienky. Nejde tu len o zmenu platformy, aká nastala pri nástupe online žurnalistiky, keď sme si rovnaký článok mohli prečítať na papieri

či na obrazovke. Zrazu sa stráca potreba prostredníka – oficiálneho média/značky, na to, aby sa ktokoľvek dozvedel, čo sa deje v jeho bezprostrednej blízkosti, ale aj kdekoľvek vo svete. A to všetko s potrebnou dávkou autenticity.

Zdroje

- Artur, R.: Generation Z In Forbes [online]. 16/3/2016. Dostupné na internete <<https://www.forbes.com/sites/rachelarthur/2016/03/16/generation-z/#10a0d45c2909>>.
- Boroujerdi, R. D.: What If I Told You In Goldman, Sachs & Co. Report [online]. 12/3/2016. Dostupné na internete <<http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/macroeconomic-insights-folder/what-if-i-told-you/report.pdf>>. robert.boroujerdi@gs.com
- Cheney Lippold, J.: We Are data. New York: NYU Press 2017. ISBN-13: 978-1479-857-57-3.
- Digital News Reports [online]. 13/1/2018. Dostupné na internete <<http://www.digitalnewsreport.org/>>
- Ďurovová, H.: Prípád dobitého a pohryzeného Adamka, IN Život [online]. 11/10/2016. Dostupné na internete <<http://www.zivot.sk/clanok/33868/pripad-dobiteho-a-pohryzeneho-adamka-vsetko-sa-otocilo-proti-mne-hovori-zufala-matka>>
- McQuail, D.: Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál 1999. 267–312 s. ISBN 80-7178-200-9.
- Prey, R.: Nothing personal [online]. 30/11/2017. Dostupné na internete <<http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0163443717745147#>>



MGR. KATARÍNA HOLETZOVÁ Autorka, publicistka, doktorandka na Fakulte masmédií Paneurópskej vysokej školy. Vo svojej vedeckej práci sa zameriava na súčasnú slovenskú žurnalistiku. Pracovala pre viacero slovenských a českých médií. Je autorkou dvoch beletristických kníh, ktoré vyšli na Slovensku aj v preklade v Českej republike.

Analýza vybraných terminologických nejasností denníka v slovenských podmienkach

doc. PaedDr. PhDr. Marcel Lincényi, PhD. | Celouniverzitné pracovisko Katedra politológie, Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne, Slovenská republika

ABSTRAKT *Autor sa v predkladanej teoretickej štúdií venuje aktuálnej téme terminologického vymedzeniu pojmu denník v slovenských podmienkach, keďže výskum a prax poukazuju na viaceré výskumné problémy tohto pojmu. Výskumným cieľom je identifikovať podobnosti a rozdiely medzi používanými pojmami denník a denná tlač v podmienkach Slovenskej republiky, pričom autor sa ďalej pokúša o terminologický výklad pojmu denná tlač, ktorý sa zatiaľ nenachádza v slovenských slovníkoch a encyklopédiách zameraných na problematiku žurnalistiky či masmediálnej komunikácie. Odbornej verejnosti taktiež navrhujeme diskutovať o používaní termínu denný spravodajský portál ako o spoločnom označení spravodajských a informačných portálov, ktoré z nášho pohľadu nie sú totožné s dennou tlačou.*

KLÚČOVÉ SLOVÁ *Periodická tlač, Slovenská republika, denník, terminológia, portál.*

Tlačené médiá sú známe ako kronikári každodenného života, zhromažďujú veľké množstvo informácií vo forme slov, obrazov a grafiky tlačených na ľahkom a lacnom papieri za účelom informovania a zabávania verejnosti. Odhaduje sa, že vo svete existuje asi 60 000 novín, pričom z toho je 8 000 denníkov. Príjmy novín pochádzajú z predaja a reklamy. Vzhľadom na tom, že príjmy sú spojené s cirkuláciou, komerčný potenciál novín je obmedzený veľkosťou a ekonomickou prosperitou svojich trhov. Noviny tvoria až 40 percent vydavateľského odvetvia, čo je najväčší segment. (Ghanem, S., I., 2008, str. 3 294)

Z tlačových médií je v súčasnosti vo verejnosti populárna predovšetkým periodická tlač na rozdiel od neperiodickej tlače. Podľa § 2 zákona č. 167 z 9. apríla 2008 o periodickej tlači a agentúrnom spravodajstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov (tlačový zákon) periodická tlač sú noviny, časopisy či iná tlač vydávaná pod rovnakým názvom, s rovnakým obsahovým zameraním a v jednotnej grafickej úprave, najmenej dvakrát v kalendárnom

roku. Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky aktuálne v zozname periodickej tlače registruje 1742 periodík.¹²

Výhoda denníkov napríklad v porovnaní s časopismi je tá, že majú prevažne univerzálny charakter, krátke výrobné lehoty, ktoré zabezpečujú ich vysokú aktuálnosť a náklady potvrdzujú ich masovosť. (Šefčák, L., Sand, J., 2006, str. 20)

Metodologické vymedzenie skúmania

V laickej ale aj odbornej diskusii sa v Slovenskej republike zvykol používať termín „denná tlač“ ako synonymum pre pojem denník. Problém však začal vznikáť vtedy, keď sa pod uvedenú terminológiu začali zaraďovať nielen tlačené denníky, ale aj internetové stránky denníkov či informačné a spravodajské portály. Z vyššie uvedeného sme sa v rámci riešenia **výskumného problému** pokúsili terminologicky vymedziť výklad pojmu denná tlač, ktorý sa zatiaľ nenachádza v slovenských slovníkoch a encyklopédiách zameraných na problematiku žurnalistiky či masmediálnej komunikácie.

V rámci **výskumnej oblasti** periodickej tlače sa budeme uvedenej problematike venovať z pohľadu dvoch výskumných tém:

- charakteristika dennej tlače na Slovensku;
- definícia elektronickej verzie denníka v Slovenskej republike.

Hlavným výskumným cieľom je identifikovať podobnosti a rozdiely medzi používanými pojmami denník a denná tlač v podmienkach Slovenskej republiky.

Sekundárnym výskumným cieľom je pokúsiť sa terminologicky definovať pojem „denná tlač“ v slovenských podmienkach.

Ďalším vedľajším cieľom je naznačiť možné riešenia terminologického vymedzenia elektronických verzií denníkov.

V rámci skúmania výskumnej oblasti sme stanovili dve hlavné **výskumné otázky** a dve špecifické výskumné otázky:

VO1: Je možné považovať používaný termín „denná tlač“ v Slovenskej republike za tožný s pojmom denník?

ŠVO1: Ako by bolo optimálne definovať praxou zaužívaný pojem „denná tlač“?

VO2: Je možné považovať elektronicke verzie denníkov za denníky?

ŠVO2: Ako by bolo optimálne definovať elektronicke verzie denníkov?

12 Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky. Zoznam periodickej tlače. [online]. 2017, [cit. 1. 11. 2017]. Dostupné na internete: <http://old.culture.gov.sk/pertlac/modul/tlac/zoznam?func=view;pn=19>

Historické aspekty vzniku denníka

Noviny (lat. novus – nový) sú z pohľadu historiografie žurnalistiky najstarším médiom a univerzálnym informačným charakterom na rozdiel od časopisov, ktoré sú špecializované. (Hocheľová, V., 2000, str. 123)

Noviny existujú v tej či onej forme od 100 rokov pred našim letopočtom a ich obsah je spojený s ich historickým vývojom. Rimania vydávali noviny Acta Diurna okolo 59 rokov pred našim letopočtom kvôli informovaniu obyvateľstva o štátnych záležitostiach. Do konca pätnásteho storočia boli v nemeckých mestách rozosielené listy správ. V roku 1556 benátska vláda zverejnila Notize scritte, za ktoré museli čitatelia platiť. Moderné noviny začali vychádzať v prvej polovici sedemnásteho storočia: Relation (Nemecko, 1605), Nieuwe Tijdingen (Belgicko, 1616), Gazette (Anglicko, 1665). (Ghanem, S., I., 2008, str. 3 295)

Prvé noviny v ostatných krajinách vychádzajú krátko potom: Francúzsko (1631), Taliansko (1643), Švédsko (1645), Španielsko (1641), Poľsko (1661) a Rusko (1703). V novom svete začali nahrádzať noviny staršie bulletin v devätnástom storočí, ako napríklad v Mexiku (1805), Brazílii (1808), Indii (1819), Japonsku (1870), Číne (1874) a Egypte (1867). (Conboy, M., 2008, str. 3 303–3 304)

Za prvý denník na svete sa považuje nemecký Einkommende Zeytungen z roku 1650. (kolektív autorov, 2006, str. 90). Prvým denníkom vo Veľkej Británii bol Daily Courant v roku 1702. Vydával ho Samuel Buckley, ktorý chcel každý deň vydávať nestranné správy. V roku 1750 v Londýne vychádzalo už 5 denníkov. (Watson, J., Hill, A., 2012, str. 202)

Analýza terminológie denníka v Slovenskej republike

Za denník sa podľa amerického slovníka médií a komunikácie Webster's (New World Dictionary of Media and Communication) považuje denná tlač, ktorá je publikovaná päť, šesť, alebo sedem dní v týždni. (Weiner, R., 1996, str. 164)

Na Slovensku sa za denník pokladajú noviny, ktoré vychádzajú štyri až šesťkrát do týždňa. „Denník je v žurnalistike označenie periodickej tlače, ktorá vychádza najmenej štyrikrát týždenne a obvykle najviac šesťkrát do týždňa (s výnimkou nedele) a obsahuje spravodajstvo aj publicistiku.“ (Hocheľová, V., 2000, str. 4) Ako uvádza J. Vojtek v hesle periodická tlač v Stručnom slovníku masmediálnej a marketingovej komunikácie, za denník na Slovensku sa považujú noviny, ktoré vychádzajú najmenej štyrikrát do týždňa (kolektív autorov, 2006, str. 90). Rovnaký názor má aj A. Tušer (2003, str. 25). V zmysle názoru odbornej verejnosti postupuje aj Ministerstvo kultúry SR, ktoré v rámci Zoznamu periodickej tlače rozlišuje medzi denníkmi a periodikami vychádzajúcimi 2 až 3-krát do týždňa.

Odišnú definíciu však môžeme nájsť v slovenskej encyklopédii Encyclopaedia Beliana: „*Denník sú noviny vychádzajúce každý deň (minimálne 5-krát do týždňa).*“ (Kolektív autorov, 2003, str. 295) Minimálne päťdňové vydávanie denníka sa uvádza aj pri hesle denník v Slovníku súčasného slovenského jazyka. (Balážová, L., Buzássyová, K. et. al., 2006, str. 598)

S ohľadom na jasnejšie vymedzenie definície denníka na Slovensku odporúčame zmeniť heslo v Encyklopédii Beliana, ako aj v Slovníku súčasného slovenského jazyka, respektíve ho upraviť v zmysle, že vo svete sa za denník považuje periodikum publikované minimálne 5-krát do týždňa, avšak na Slovensku je prax a názor väčšiny odbornej verejnosti taký, že za denník sa pokladá aj periodikum vychádzajúce 4-krát do týždňa.

Aby sme mohli jasnejšie vymedziť pojem denná tlač, najskôr rozoberieme samotné termíny tlač a denný. Historický slovník slovenského jazyka uvádza, že denný je vzťahujúci sa na deň, respektíve pripadajúci na jeden deň. (Blanár, V., 1991, str. 244) Podľa Slovníka súčasného slovenského jazyka termín denný znamená vyskytujúci sa alebo opakujúci sa každý deň. (Balážová, L., Buzássyová, K. et. al., 2006, str. 599) Pod tlačou podľa A. Tušera (2008, str. 194) môžeme rozumieť dva výklady: buď pracovný postup keď sa farba prenáša z tlačovej formy na papier, alebo súhrnný názov pre polygrafické výrobky, ktorých spoločným znakom je spracovanie tlačou. S ohľadom na vyššie uvedené pod dennou tlačou môžeme rozumieť tlačené noviny ohraničené dennou periodicitou minimálne štyrikrát do týždňa.

Pojem denná tlač je logická aj z podobných tvarov používaných v slovníkoch. Napríklad v Malej encyklopédii žurnalistiky (Jacz, L. et al., 1982) môžeme nájsť množstvo novotvarov pozostávajúcich z tlače: ofsetová tlač, snímacia tlač, telovýchovná tlač, tlač Komunistickej strany Československa, tlač Komunistickej strany Slovenska, tlač národnostných menšín, tlač nového typu, tlač pre elitu, tlač pre masy, tlač štátnych orgánov a organizácií, atď. V. Hochelová v Slovníku novinárskej teórie a praxe (2006) používa tieto tvary: humoristická tlač, neperiodická tlač, osvetová tlač, periodická tlač, podniková tlač, tlač bulvárna, tlač lokálna, tlač merkantilná, tlač periodická, tlač neperiodická, tlač ústredná, tlač z hĺbky, tlač z plochy, tlač z výšky, ústredná tlač, žltá žurnalistika. V Slovníku mediální komunikace (Reifová, I., 2004, str. 287) môžeme nájsť tvary: bulvárna tlač (čes. tisk bulvárni), masová tlač (čes. tisk masový). S. Brečka (2002, str. 31) použil pojem slovenská tlač.

Samotný pojem denná tlač môžeme nájsť pri vysvetlení slova denný v Slovníku súčasného slovenského jazyka (Balážová, L., Buzássyová, K. et. al., 2006, str. 599), ako aj v Elektronickom lexikóne slovenského jazyka.¹³ Termín denná tlač použil L. Šefčák (Šefčák, L., Sand, J., 2006, str. 20) v texte publikácie Masové médiá a ekonomika, ale aj S. Brečka a B. Ondrášik (2007, str. 121).

13 Denný. Elektronický lexikón slovenského jazyka. [online]. 2015, [cit. 1. 11. 2017]. Dostupné na internete: <http://www.slex.sk/index.asp>

Pri aplikácii pojmu denná tlač do praxe však nemôžeme súhlasiť s jeho použitím v súvislosti s označením denníkov v elektronickej verzii, respektíve rôznych spravodajských a informačných portáloch na internete a to z jednoduchého dôvodu, že jedným z aspektov dennej tlače je spracovanie tlačou, čo v prípade médií na internete nie je. (Lincényi, 2017)

Diskusia

V prvom rade chceme uviesť, že terminológia pre denníky v elektronickej verzii či rôzne spravodajské a informačné portály patrí do problematiky nových médií, čo nie je kľúčová téma tejto práce. Z tohto dôvodu si nekladíme za cieľ dosiahnuť jednoznačnosť výkladu pojmov a termínov v tejto oblasti. Pokúsime sa však naznačiť možné riešenia pre odborníkov, ktorí sa zaoberajú internetovými médiami. (Lincényi, 2017)

Medzi odborníkmi existujú rôzne názory na to, či sa internetová žurnalistika, ktorá je niekedy označovaná aj ako on-line žurnalistika, odlišuje od žurnalistiky v tradičných médiách. Na jednej strane platia pre internetovú žurnalistiku v zásade rovnaké pravidlá – predovšetkým vo veci jej obsahu – ako pre žurnalistiku v tlači, rozhlase a televízii. Na druhej strane nie je pochyb o tom, že špecifická forma, do ktorej sa žurnalistický produkt v digitálnom multimediálnom prostredí predvádza, ako aj spôsob jeho distribúcie, nemôže zostať bez vplyvu nielen na metódy práce, ktoré internetový žurnalista používa, ale aj na vnútorný obsah internetového spravodajstva. (Šmíd, M., 2005, str. 98)

Žurnalistika na internete prináša internetovú formu jestvujúcich periodík, spravodajstvo rozhlasových a televíznych staníc, periodicky obnovované webové stránky, na ktorých nachádzame žurnalistické materiály rôzneho druhu i kvality. Internetové periodiká, nazývané aj e-zines (angl. electronic magazines), majú rôznu periodicitu aj obsahové zameranie. (Hochelová, V., 2000, str. 232) J. Jiráček a B. Köpplová (2009, str. 40) za sieťové médiá považujú portály tradičných masových médií, rýdzo internetové spravodajské portály, respektíve vyhľadávače.

Podľa M. Šmída (2005, str. 99) sa internetové periodiká ako periodicky obnovované webové stránky informačného charakteru, či už ich pripravujú amatéri, alebo profesionáli, dajú rozdeliť do troch hlavných skupín:

- a) kópia existujúcich médií, keď ich verzie (texty, grafy, fotografie, ale aj zvukové a obrazové vysielanie) je iba upravené do digitálnej podoby a umiestnené na internet;
- b) internetové odnože už zavedených médií, ktoré nie sú totožné s pôvodnými tradičnými verziami, v porovnaní s nimi prinášajú nové obsahy a plne využívajú multimediálne možnosti internetovej on-line žurnalistiky;
- c) periodiká, ktoré sú vytvárané špeciálne a výhradne pre umiestnenie na internete.

S ohľadom na rôzne typy internetovej žurnalistiky by bolo najjednoduchšie ostať pri termíne internetové periodikum. Pre odlíšenie internetových stránok denníkov, ako aj denných informačných a spravodajských portálov od ostatných internetových periodík, by bolo možné používať spoločný termín denný spravodajský portál. Vymedzenie takejto terminológie si však určite vyžaduje širšiu diskusiu odborníkov, ktorej sa v budúcnosti istotne nevyhneme. (Lincényi, 2017)

Záver

Printové médiá patria k najstarším masovokomunikačným prostriedkom na svete. Predchodcovia dnešných moderných novín začali vychádzať v Európe v prvej polovici sedemnásteho storočia a v novom svete na počiatku devätnásteho storočia. Fenomén denník vzniká v druhej polovici sedemnásteho storočia, jeho „zlatá éra“ nastáva začiatkom osemnásteho storočia a kulminuje na počiatku 20. storočia pred vznikom rozhlasu a neskôr televízie. Denník na Slovensku má vyše storočnú históriu.

Napriek vysokej popularite audiovizuálnych médií v 20. storočí a mohutnému nárastu informačných a komunikačných technológií začiatkom 21. storočia, ktorý má za následok rozvoj sieťových médií, tlačové médiá na počiatku tretieho tisícročia majú stále svoje opodstatnenie a nezastupiteľnú úlohu v spoločnosti. Denníky sú v súčasnosti síce menšou časťou tlačových médií, ale zato nevyhnutným subsystémom periodickej tlače, keďže denne oslovia státisíce čitateľov a majú významný vplyv na formovanie verejnej mienky v spoločnosti, predovšetkým čo sa týka politických názorov a postojov.

V predkladanom príspevku sme charakterizovali a interpretovali terminológiu denníka vrátane jeho historických aspektov. Zároveň sme ponúkli terminologický výklad pojmu denná tlač, ktorý sa začal používať v praxi, a ktorý sa ani v súčasnosti ešte nenachádza v slovenských slovníkoch a encyklopédiách špecializovaných na problematiku vedeckej disciplíny masmediálnej komunikácie.

Navrhuje ďalej diskutovať o termíne „denný spravodajský portál“ ako o spoločnom označení pre spravodajské a informačné portály, ktoré v spoločnosti vznikli s rozvojom komunikačných a informačných technológií a s rastúcou popularitou digitálnych médií. Považujeme za veľmi prínosné, aby sa v odbornej praxi začal používať nový termín označujúci tlačové médiá v elektronickej podobe a aby sa tým zabránilo neopodstatnenému zamieňaniu týchto termínov.

Literatúra

- Balázsová, Lubica – Buzássyová, Klára, et. al. 2006. *Slovník súčasného slovenského jazyka*. Bratislava: vydavateľstvo VEDA, 2006, zväzok a–g, ISBN 80-224-0932-4.
- Blanár, Vincent. 1991. *Historický slovník slovenského jazyka*. Bratislava: Vydavateľstvo VEDA, zväzok 1. A–J, 1991, ISBN 80-224-0378-4.
- Brečka, Samuel – Ondrášik, Branislav. 2007. Mediálne systémy v Európe: Slovensko. In: *Otázky žurnalistiky*. ISSN 0322-7049, č. 1–2, 2007, str. 117–129.
- Ghanem, Salma, I. 2008. *Newspaper*. In: Donsbach, W. et. al. *The International Encyclopedia of Communication*. Malden, MA Oxford, Carlton: Blackwell Publishing, zväzok VII, 2008, ISBN 978-1-4051-3199-5.
- Hochelová, Vlasta. 2000. *Slovník novinárskej teórie a praxe*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2000, ISBN 80-8050-380-X.
- Jacz, Ludovít. 1982. *Malá encyklopédia žurnalistiky*. Bratislava: Obzor, 1982.
- Jiráček, Jan – Köpplová, Barbara. 2009. *Masová media*. Praha: Portál, ISBN 978-80-7367-466-3.
- Kolektív. 2003. *Encyclopaedia Beliana. Beliana: Slovenská všeobecná encyklopédia v dvanástich zväzkoch*. 3. zv. Č -Eg. – 1. vyd. – Bratislava: Encyklopedický ústav SAV, 2003. – 702 s. ISBN 80-224-0761-5.
- Lincényi, Marcel. 2017. *Charakteristika dennej tlače na Slovensku (1990-2014)*. – 1. vyd. – Trenčín: TnUAD, 2017. 210 s. ISBN 978-80-8075-775-5.
- Reifová, Irena, et al., 2004, *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-926-7.
- Šefčák, Luboš – Sand, Ján. 2006. *Masové médiá a ekonomika. Ekonomické teórie a žurnalistika*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2006. ISBN 80-225-2063-2.
- Šmíd, Milan. 2005. *Spravodajstvi internetové žurnalistiky*. In: Osvaldová, B. et al. *Zpravodajstvi v médiích*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2005, ISBN 80-246-0248-2.
- Tušer, Andrej. 2008. *Noviny a časopisy na Slovensku – charakteristika a druhy*. In: Matúš, J. *Návrh koncepcie výchovy k mediálnej gramotnosti na stredných školách v podmienkach Slovenskej republiky*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2008, ISBN 978-80-8105-051-0.
- Tušer, Andrej. 2003. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: Vydavateľstvo SOFA, 2003, ISBN 80-89033-26-1.
- Watson, James – HILL, Anne, 2012. *Dictionary of Media and Communications Studies*. London: Bloomsbury Academic, 8 vydanie, 2012, ISBN 978-1-84966-528-5.
- Weiner, Richard. 1996. *Webster's New World Dictionary of Media and Communication*. New York: A Simon & Schuster Macmillan Company, 1996, ISBN 0-02-860611-6.
- Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky. *Zoznam periodickej tlače*. [online]. 2017, [cit. 1. 11. 2017]. Dostupné na internete: <http://old.culture.gov.sk/pertlac/modul/tlac/zoznam?func=view;pn=19>
- Denný. *Elektronický lexikón slovenského jazyka*. [online]. 2015, [cit. 1. 11. 2017]. Dostupné na internete: <http://www.slex.sk/index.asp>



DOC. PAEDDR. PHDR. MARCEL LINCÉNYI, PHD. Pracuje ako docent na Celouniverzitnom pracovisku Katedry politológie Trenčianska Univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne.

Hrozba a výskyt negatívnych javov na internete u detí – digitálnych domorodcov

Zuzana Kurucová | Fakulta práva, Paneurópska vysoká škola, Bratislava

ABSTRACT *Threats and Occurrence of Negative Effects of the Internet on Children – Digital Natives. Digital technologies have become an integral part of life first and foremost for digital natives, today's children and young people. Digital natives require constant access to the Internet and latest technologies. The aim of the article is to examine the existing scientific studies on the threats and occurrences of negative effects of the Internet and on the use of information and communication technologies by digital natives. At present, parents and society should have an eminent interest in paying attention to children's activities as the results of this critical review point to a number of negative phenomena related to the Internet, social media and applications' usage by digital natives. These are in particular sleep disorders, other health problems and addiction to online games. Digital natives are increasingly exposed to sexting and sexual predators. Another negative effects of the use of new media is excessive trustworthiness, weak awareness of safety in the usage of technological devices, anonymity and impact on smoking, drinking or drug usage.*

KEYWORDS *Digital natives, threats, negative effects, information and communication technologies, Internet.*

Exponenciálny vývoj elektronického priemyslu, informačných a komunikačných technológií (IKT), sa stal bežnou súčasťou človeka žijúceho v digitálnej ére. Agarwal & Singhal (2017) vyjadrujú presvedčenie, že internet je v súčasnosti jeden z najlepších zdrojov pre učenie kohokoľvek a čohokoľvek. Ukazuje sa, že dlhotrvajúce trávenie voľnočasových aktivít dieťaťa na internete môže viesť k narušeniu jeho rastu. Výsledky poukazujú na to, že práve digitálni domorodci vo veku od 13 do 20 rokov sú vekovou skupinou, ktorá je rozvojom IKT najviac postihnutá (Agarwal & Singhal, 2017).

Gkioulos et al. (2017) sú toho názoru, že mladá generácia (deti a adolescenti) značne využívajú mobilné zariadenia, ako smartphone, tablet alebo notebook. Autori sa domnievajú,

že mnoho bezpečnostných rizík súvisiacich s mobilnými zariadeniami je spôsobených nesprávnymi spôsobmi ich využívania digitálnymi domorodcami – deťmi a mládežou vyrastajúcimi v digitálnej ére. Aktuálnosť a opodstatnenosť témy umocňuje exponenciálny nárast narušenia bezpečnosti prenosných zariadení. Poznanie bezpečnostného povedomia u digitálnych domorodcov má priamy súvis s negatívnym dopadom na bezpečnosť zariadenia. Z výsledkov prieskumu (Gkioulos et al., 2017), ktorí autori uskutočnili na medzinárodnom výberovom súbore digitálnych domorodcov, je zrejmé, že na bezpečnosť majú vplyv faktory ako sú región, vzdelanie a dostupnosť technologických zariadení.

Kaplan & Haenlein (2010) konštatujú, že súčasný koncept sociálnych médií dáva vrcholovým pracovníkom firiem možnosť identifikovať spôsoby, ako profitovať z rastúceho využívania aplikácií digitálnymi domorodcami. Autori klasifikujú sociálne médiá a potenciálny ekonomický kapitál upriamujú na webové stránky ako Wikipedia, YouTube, Facebook, Second Life a Viber. Na druhej strane upozorňujú na neustály a rýchlo sa meniaci záujem digitálnych domorodcov súvisiaci s využívaním mobilných aplikácií. Ďalší autori (Aoyama & Izushi, 2003) poukazujú na fakt, že sociálne médiá znižujú integračné princípy digitálnych domorodcov so svojim okolím. Sú toho názoru, že médiá znižujú osobný kontakt, t. j. negatívny efekt sociálnych médií tkvie v neosobnej interpersonálnej komunikácii. Negatívnym javom v tomto prípade je vo všeobecnosti absencia neverbálnej komunikácie.

Michaud & Free (2016) v príspevku vysvetľujú, že informačné a komunikačné technológie ovplyvňujú každodenný život digitálnych domorodcov. IKT prinášajú na jednej strane pozitívne vplyvy, ale na strane druhej negatívne javy. Medzi potenciálne negatívne javy účinku internetu, sociálnych médií a aplikácií sa zahrňujú najmä: poruchy spánku (Scott & Woods, 2016), zdravotné problémy súvisiace s bolesťami chrbtice, zraku a závislosť na online hrách. Digitálni domorodci sú v čoraz väčšej miere vystavení sextingu (odosielanie a prijímanie sexuálnych obrázkov, videí, textových správ alebo e-mailov prostredníctvom mobilných zariadení) a sexuálnym dravcom (ľudia, ktorí používajú internet a sociálne siete na zlákanie digitálnych domorodcov k sexuálnemu styku) (Hinduja & Patchin, 2008). Medzi ďalšie negatívne javy patrí prílišná dôvera digitálnych domorodcov spojená s anonymitou, prístup k alkoholu (Milward et al., 2017), prístup k fajčeniu (Schooler, Feighery & Flora, 1996; Everett, Schnuth & Tribble, 1998), prístup k drogám (Banyai et al., 2017) a kriminalita.

Brunborg, Andreas & Kvaavik (2017) na vzorke 851 žiakov stredných škôl v USA skúmali vplyv sociálnych médií na riziko epizodického ťažkého pitia alkoholu (frekvencia pitia alkoholického nápoja 4 až 6 krát v priebehu jedného dňa). Výsledky vyhodnocovali pomocou MacArthurovej škály objektívneho hodnotenia. Závety sú alarmujúce. Výsledky súčasnej štúdie naznačujú, že viac času stráveného na sociálnych médiách súvisí s väčšou pravdepodobnosťou epizodického ťažkého pitia u digitálnych domorodcov.

V nasledujúcich častiach článok poukazuje na výsledky prípadových štúdií zo zahraničia, čím sú reflektované hrozby, ktoré potenciálne ohrozujú prirodzený vývin digitálnych domorodcov.

Hrozby na internete u digitálnych domorodcov – počítačové hry, videohry

Haninger & Thompson (2004) uskutočnili výskum s 396 staršími žiakmi v USA. Každý žiak z výberového súboru hral aspoň po dobu 1 hodiny počítačovú hru (náhodne vybraných bolo 81 počítačových hier). Výskum bol zameraný na obsah videohier. Každý žiak po skončení hry kvalitatívne zhodnotil zvolenú počítačovú hru. Až 98 % hier zahŕňovalo úmyselné násilie v priemere 36 % z času hry, 90 % hier si vyžadovalo, aby hráč zranil postavy, 69 % hier zobrazovalo krv a 27 % hier zobrazovalo sexuálne témy.

Aslan, Coban, Karakus Yilmaz & Goktas (2017) skúmali spokojnosť herného zážitku digitálneho domorodca a jeho vplyv na preferencie. Natívne symboly (vizualizácia webstránky, užívateľské komentáre k videozáznamu hier, online fóra, otvorený dotazník) počítačových hier a videohier zohrávajú úlohu pri formálnom vnímaní hrania digitálneho domorodca. Súčasné reklamné metódy predaja počítačových hier a videohier sú čoraz agresívnejšie voči digitálnym domorodcom. Ich negatívnym javom je pozvoľný vznik závislosti na hraní počítačových hier. Pre japonský priemysel v oblasti videohier sú špecificky natívnymi symbolmi napr. karikatúra a animované postavy hlavných hrdinov (Aoyama & Izushi, 2003).

Brandtzaeg & Heim (2009) skúmali na vzorke 825 žiakov v Nórsku, či náklonnosť a frekvencia hrania počítačových hier je spojená so psychosociálnymi faktormi (sebaakceptácia, sociálne kompetencie, rodičovská kontrola). Náklonnosť digitálnych domorodcov k hraniu násilných počítačových hier je spojená s nízkym spoločenským prijatím medzi rovesníkmi. Náklonnosť digitálnych domorodcov k hraniu vzdelávacích počítačových hier je spojená s rodičovskou angažovanosťou. Tieto výsledky potvrdzuje i štúdia Bandura (2002).

Ďalšími negatívnymi javmi vyplývajúcimi z hrania násilných online hier sú vo väčšej miere zastúpené agresívne myšlienky, pocity hnevu, fyziologické vzrušenie, či agresívne správanie (Carnagey, Anderson, & Bushman, 2007). V tomto kontexte Anderson, et al. (2003) dopĺňajú, že agresívne formy správania sa digitálnych domorodcov sa nemusia prejavíť okamžite, ale aj v dlhodobjšom časovom horizonte. Negatívne prejavy sa prenášajú i do dospelosti v podobe agresivity v rodine, nezvládania stresových situácií, fyzických útokov na deti, či zneužívania manžela/ky (partnera/ky). Avšak medzi chlapcami a dievčatami sú štatisticky signifikantné rozdiely vo vnímaní násilných videohier (Deselms & Altman, 2003). Autori dospeli k záveru, že chlapci, ktorí hrali násilnú online hru, poskytli kriminalistom v dotazníkoch väčší počet zlahčujúcich odpovedí k trestom za násilné trestné činy. Naopak, dievčatá poskytli odpovede,

ktoré by pridali tvrdšie tresty, po tom, čo hrali násilnú online hru. Krátkodobé negatívne účinky u digitálnych domorodcov ostali po dobu 60 minút od skončenia online násilnej hry.

Bickham, Hswen & Rich (2015) sú toho názoru, že digitálne médiá (televízia, počítač, videohry, hudba, mobilné telefóny) vplývajú na rozvoj depresívnych stavov. Výberová vzorka predstavovala 126 digitálnych domorodcov z USA. Autori použili na hodnotenie odpovedí spätný index depresie („Back Depression Index“).

Hrozby na internete u digitálnych domorodcov – sexting

Anderson & Bushman (2001) poukazujú na fakt, že televízia, filmový priemysel, videohry, ale aj sexting zvyšujú frekvenciu myšlienok a pocitov súvisiacich s návykom fyziologického vzrušovania u digitálnych domorodcov (najmä chlapcov). Brown (2000) nabáda najmä rodinných príslušníkov, ako sú rodičia a starší súrodenci, aby komunikovali, vzdelávali a zvyšovali mediálnu gramotnosť digitálnych domorodcov. Tieto formy prevencie sú dôležitou súčasťou vývoja ich digitálnej gramotnosti (Gentile, Humphrey & Walsh, 2005).

Phippen, A., & Ashby, S. (2013) uskutočnili prieskum medzi žiakmi (14–16 r.) o ich postoji voči sextingu. Výberovú vzorku tvorilo 1000 žiakov z Veľkej Británie. Autori sú presvedčení, že vzdelávací systém vo Veľkej Británii dostatočne nepoukazuje a nerieši negatívne javy digitálneho správania sa žiakov. Shariff (2003) vyzdvihuje tiež potrebu legislatívnych opatrení súvisiacich s prevenciou voči sextingu v školskom i mimoškolskom prostredí Veľkej Británie. Olatunde & Balogun (2017) dodávajú, že je potrebné s ešte väčším dôrazom prijať patričné legislatívne opatrenia v krajinách Afrického kontinentu.

Collins et al. (2004) dospeli k záveru, že sociálne médiá (televízor, internet, digitálne médiá) majú veľký vplyv na predčasný sexuálny život digitálnych domorodcov. S predčasným sexuálnym životom digitálnych domorodcov súvisí i celý rad negatívnych javov a to sociálnych (neplánované tehotenstvo, finančné zabezpečenie), či zdravotných (stres, depresie, úzkosť, následky interrupcie a podobne). Autori aplikovali metódu multivariačnej regresnej analýzy na hodnotenie dotazníkového prieskumu u digitálnych domorodcov vo veku od 12 do 17 rokov.

Hrozby na internete u digitálnych domorodcov – televízia, násilné filmy

Obsah a dĺžka sledovania televízie má u chlapcov a dievčat v adolescentnom veku rozdielne dopady, čo preukázala štúdia na prieskumnej vzorke 570 digitálnych domorodcov. Negatívne javy spojené so sledovaním násilných filmov sa u chlapcov prejavujú hlavne zvýšeným až nezdravým sebedomím a zvýšenou agresivitou doma i v škole. U dievčat malo sledovanie

násilných filmov negatívne prejavy v podobe zhoršeného prospechu v škole. Okrem toho štúdia preukázala spojitosť dĺžky sledovania televízie s výskytom obezity u dievčat (Anderson, Huston, Schmitt, Linebarger & Wright, 2001).

K tejto problematike prispeli tiež Thompson & Yokota (2004), ktorí skúmali dostupné zdroje o výskyte násilia, sexu a zobrazovaní drog vo filmoch. Autori vyjadrujú jednoznačný negatívny následok obsahu filmu na konanie a zdravie digitálneho domorodca. Animované filmy s násilným obsahom získali vyššie priemerné hodnotenie ako ostatné hodnotené filmy. U 226 sledovaných filmov (18 %) digitálni domorodci uviedli, že hlavným motívom boli alkohol a drogy.

Dalton et al. (2003) uvádzajú, že vystavenie digitálnych domorodcov filmom, v ktorých sa fajčí, má na nich priamy dopad a predpokladá u nich sklon k začatiu fajčenia. Prieskum sa konal na vzorke 3547 žiakov vo veku 10–14 rokov.

Hrozby na internete u digitálnych domorodcov – bezpečnosť užívania technologických zariadení

Mylonas, Kastania & Gritzalis (2013) skúmali, či existuje bezpečnostné povedomie užívateľov smartphonov o sťahovaní aplikácií z oficiálnych stránok, ako sú Google Play, Apple Apps Store, atď. Výsledky poukazujú na prílišnú dôverčivosť digitálnych domorodcov. Z vyššie uvedených portálov sú aplikácie nimi sťahované bez použitia bezpečnostnej kontroly, či antivírusového programu. Hrozba zneužitia osobných dát tretími osobami je vysoká. Atkinson, Furnell & Phippen (2009) sú toho názoru, že je nutné zvyšovať bezpečnostné povedomie užívateľov, a to najmä v generácii digitálnych domorodcov.

Z komparácie bezpečnostného povedomia medzi dvoma generáciami digitálnych domorodcov vyplývajú závery, že staršia generácia sťahuje aplikácie do svojich mobilných telefónov bezpečnejšie (t. j. s použitím bezpečnostnej aplikácie) ako mladšia generácia digitálnych domorodcov. Ako významný faktor sa taktiež ukázalo finančné zabezpečenie rodiny. K vyššie uvedeným záverom dospeli Androulidakis & Kandus (2011) prieskumom na výberovej vzorke 7172 študentov z 10 krajín východnej a južnej Európy.

Štúdia uskutočnená na vzorke 330 digitálnych domorodcov (Kurkovsky & Syta, 2010) ukazuje, že len veľmi malý počet zo sledovaných respondentov reálne podniklo konkrétne kroky k ochrane svojich mobilných telefónov pred neoprávneným prístupom tretích osôb. Autori sa domnievajú, že digitálni domorodci používajú digitálne médiá len s nízkou digitálnou gramotnosťou v oblasti bezpečnosti svojich zariadení.

Felt, Finifter, Chin, Hanna & Wagner (2011) konštatujú, že škodlivý software a mobilný malware sú vážnou hrozbou sociálnych médií. Analýzou 46 škodlivých softwarov v priebehu rokov 2009–2011 pre iOS, Android a Symbian dospeli k záveru, že jedným so spoločných

znakov sú rootove exploity. Tie spôsobujú, že inteligentné telefóny zverejňujú informácie, ktoré sa výrazne ľahšie dajú zneužiť tretími osobami.

Hrozby na internete u digitálnych domorodcov – škola, Facebook

Už Frymier (1993) poukazuje na negatívne javy používania sociálnych sietí pri výuke adolescentov. Upozorňuje, že pokiaľ adolescent nemá dostatočne vyvinuté kritické myslenie, nedokáže komplexne a efektívne pochopiť učivo. Výhodou učiteľa je práve jeho verbálna i neverbálna komunikácia s adolescentom.

Sociálne siete zohrávajú významnú úlohu pri vzdelávaní digitálnych domorodcov. V súčasnosti sú sociálne siete kľúčovým kanálom pre získavanie vedomostí u študentov (Cadima, Ojeda & Monguet, 2012). Výsledky prieskumu vo využívaní Facebooku, ktorý sa realizoval na vzorke 1165 malajzijských študentov, poukazujú na ich zlepšený výkon v škole. Existuje pozitívna korelácia medzi používaním Facebooku a prospechom študenta (Ainin, Naqshbandi, Moghavvemi & Jaafar, 2015). Na druhej strane sú klinicky dokázané symptómy depresie z nadmerného používania Facebooku digitálnymi domorodcami (Moreno et al., 2012).

Jones, Blackey, Fitzgibbon & Chew (2010) sa na základe dotazníkového prieskumu realizovaného medzi digitálnymi domorodcami v prvých ročníkoch vysokoškolského štúdia domnievajú, že existuje kontrast vo vnímaní a skúsenostiach v učení (štúdiu) a spoločenským životom digitálneho domorodca vo využívaní digitálnych médií. Výsledky ukazujú, že študenti by mali nachádzať spôsoby a princípy kombinovať, ale mať aj schopnosť oddeliť tieto dva svety. Záverom vyjadrujú autori obavu o dostatočnú sústredenú a koncentráciu pri učení, pokiaľ boli digitálni domorodci v danej chvíli pripojení k sociálnym sieťam. Na kyberšikanu používaním sociálnych sietí v priestoroch školy poukazuje Shariff (2013).

Záver

Rozvoj sociálnych médií ponúka mnohým spoločnostiam zaujímavé finančné príležitosti, ktoré však na strane druhej majú vplyv na hrozby spojené s ich užívaním a zároveň poskytujú pre spoločnosť výzvu. Zvláštnu pozornosť treba venovať novým vzorcom správania sa najmä u digitálnych domorodcov (Rich, Bickham & Shrier, 2015). Základom nových vzorcov správania sú technické a socio-kultúrne vlastnosti virtuálneho prostredia, čas a spôsob trávenia času na internete. Vzniká tak priestor pre prevenčno-edukatívne programy a projekty zamerané na internetové aktivity a hrozby internetu, nových médií a technológií predovšetkým u dnešnej generácie detí (Hauptmann & Steger, 2013).

Walther, J. B. už v roku 1996 poukazoval na riziká spojené s rozmachom počítačovej komunikácie. Uvádza, že takáto komunikácia je neosobná a nie je vždy prospešná v medziludských vzťahoch, pretože dochádza k väčšej pravdepodobnosti nepochopenia z druhej strany.

Zavádzanie informačných a komunikačných technológií do rôznych sfér spoločenského života, napr. do zdravotníctva, je jednou z oblastí, ktorá je z pohľadu lekára, či pacienta zaujímavá, skrýva však v sebe celý sled rizík s tým spojených (Hausmann, Touloumtzis, White, Colbert, Gooding, 2017). Kim (2013) uvádza napríklad právne (ochrana osobných údajov), ekonomické, či politické riziká. Digitálni domorodci sú už v súčasnosti ich zástancami (Notboom & Qureshi, 2011).

Literatúra

- Ainin, S., Naqshbandi, M. M., Moghavvemi, S., & Jaafar, N. I. (2015). Facebook usage, socialization and academic performance. *Computers and Education*. Vol. 83, pp. 64-73. doi:10.1016/j.compedu.2014.12.018.
- Agarwal, C., & Singhal, A. (2017). Securing our digital natives: A study of commonly experience internet safety issues and a one-stop solution. Paper presented at the *ACM International Conference Proceeding Series, Part F128003*. Pp. 178-186. doi:10.1145/3047273.3047303.
- Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., ... Wartella, E. (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest, Supplement*. Vol. 4, no. 3. Retrieved from www.scopus.com
- Anderson, D. R., Huston, A. C., Schmitt, K. L., Linebarger, D. L., & Wright, J. C. (2001). Early childhood television viewing and adolescent behavior: The recontact study. *Monographs of the Society for Research in Child Development*. Vol. 66, no. 1, pp. 1-147. Retrieved from www.scopus.com
- Androulidakis, I., & Kandus, G. (2011). Mobile phone downloading among students: The status and its effect on security. Paper presented at the *Proceedings – 2011 10th International Conference on Mobile Business, ICMB 2011*, pp. 235-242. doi:10.1109/ICMB.2011.37.
- Aoyama, Y., & Izushi, H. (2003). Hardware gimmick or cultural innovation? Technological, cultural, and social foundations of the japanese video game industry. *Research Policy*. Vol. 32, no. 3, pp. 423-444. doi:10.1016/S0048-7333(02)00016-1.
- Aslan, A., Coban, M., Karakus Yilmaz, T., & Goktas, Y. (2017). The native symbols engaging turkish players to digital games in a playability perspective. *Simulation and Gaming*. Vol. 48, no. 4, pp. 480-497. doi:10.1177/1046878117704684.
- Atkinson, S., Furnell, S., & Phippen, A. (2009). Securing the next generation: Enhancing e-safety awareness among young people. *Computer Fraud and Security*. Vol. 7, pp. 13-19. doi:10.1016/S1361-3723(09)70088-0.
- Bandura A. (2002). Social cognitive theory of mass communication. In: Bryant J, Zillmann D, eds. *Media effects: Advances in theory and research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates; Vol. 3, no. 3, pp. 121-154. Retrieved from www.scopus.com
- Banyai, F. et al. (2017). Problematic Social Media Use: Results from a Large-Scale Nationally Representative Adolescent Sample. *Plos one*. Vol. 12, no. 1. doi: 10.1371/journal.pone.0169839.
- Bickham, D. S., Hswen, Y., & Rich, M. (2015). Media use and depression: exposure, household rules, and symptoms among young adolescents in the USA. *International journal of public health*. Vol. 60, no. 2, pp. 147-155. doi: 10.1007/s00038-014-0647-6.

- Brandtzæg, P. B., & Heim, J. (2009). Children's electronic gaming content preferences and psychosocial factors: Is there a connection? *Nordicom Review*. Vol. 30, no. 2, pp. 69-86. Retrieved from www.scopus.com
- Brown, J. D. (2000). Adolescents' sexual media diets. *Journal of Adolescent Health*. Vol. 27, no. 2 SUPPL., pp. 35-40. doi:10. 1016/S1054-139X(00)00141-5.
- Brunborg, G. S., Andreas, J. B., & Kvaavik, E. (2017). Social Media Use and Episodic Heavy Drinking Among Adolescents. *Psychological reports*. Vol. 120, no. 3, pp. 475-490. doi: 10. 1177/0033294117697090.
- Cadima, R., Ojeda, J., & Monguet, J. M. (2012). Social networks and performance in distributed learning communities. *Educational Technology and Society*. Vol. 15, no. 4, pp. 296-304. Retrieved from www.scopus.com
- Carnagey, N. L., Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2007). The effect of video game violence on physiological desensitization to real-life violence. *Journal of Experimental Social Psychology*. Vol. 43, no. 3, pp. 489-496. doi:10. 1016/j. jesp. 2006. 05. 003.
- Collins, R. L., Elliott, M. N., Berry, S. H., & et al. (2004). Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior. *Pediatrics*. Vol. 114, no. 3, pp. e280-289. doi:10. 1542/peds. 2003-1065-L.
- Dalton, M. A., Sargent, J. D., Beach, M. L. & et al. (2003). Effect of viewing smoking in movies on adolescent smoking initiation: A cohort study. *Lancet*. Vol. 362, no. 9380, pp. 281-285. doi: 10. 1016/S0140-6736(03)13970-0.
- Deselms, J. L., & Altman, J. D. (2003). Immediate and prolonged effects of videogame violence. *Journal of Applied Social Psychology*. Vol. 33, no. 8, pp. 1553-1563. Retrieved from www.scopus.com
- Everett, S. A., Schnuth, R. L., & Tribble, J. L. (1998). Tobacco and alcohol use in top-grossing *American films*. *Journal of community health*. Vol. 23, no. 4, pp. 317-324. doi: 10. 1023/A:1018727606500.
- Felt, A. P., Finifter, M., Chin, E., Hanna, S., & Wagner, D. (2011). A survey of mobile malware in the wild. Paper presented at the *Proceedings of the ACM Conference on Computer and Communications Security*. Vol. 3, no. 14. doi:10. 1145/2046614. 2046618.
- Frymier, A. B. (1993). The impact of teacher immediacy on students' motivation: Is it the same for all students? *Communication Quarterly*. Vol. 41, no. 4, pp. 454-464. doi:10. 1080/01463379309369905.
- Gentile, D. A., Humphrey, J., & Walsh, D. A. (2005). Media ratings for movies, music, video games, and television: A review of the research and recommendations for improvements. *Adolescent Medicine Clinics*. Vol. 16, no. 2 SPEC. ISS., pp. 427-446. doi:10. 1016/j. admecli. 2005. 02. 006.
- Gkioulos, V., Wangen, G., Katsikas, S. K., Kavallieratos, G., & Kotzanikolaou, P. (2017). Security awareness of the digital natives. *Information (Switzerland)*. Vol. 8, no. 2. doi:10. 3390/info8020042.
- Haninger, K., & Thompson, K. M. (2004). Content and ratings of teen-rated video games. *Journal of the American Medical Association*. Vol. 291, no. 7, pp. 856-865. doi:10. 1001/jama. 291. 7. 856.
- Hauptmann, S., & Steger, T. (2013). "A brave new (digital) world"? Effects of in-house social media on HRM. *Zeitschrift Fur Personalforschung*. Vol. 27, no. 1, pp. 26-46. doi:10. 1688/1862-0000_zfP_2013_01_Hauptmann.
- Hausmann, J. S., Touloumtzis, C., White, M. T., Colbert, J. A., & Gooding, H. C. (2017). Adolescent and Young Adult Use of Social Media for Health and Its Implications. *Journal of adolescent health*. Vol. 60, no. 6, pp. 714-719. doi: 10. 1016/j. jadohealth. 2016. 12. 025.
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2008). Personal information of adolescents on the Internet: A quantitative content analysis of MySpace. *Journal of adolescence*. Vol. 31, no. 1, pp. 125-146. doi: 10. 1016/j. adolescence. 2007. 05. 004.
- Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K., & Chew, E. (2010). Get out of MySpace! *Computers and Education*. Vol. 54, no. 3, pp. 776-782. doi:10. 1016/j. compedu. 2009. 07. 008.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*. Vol. 53, no. 1, pp. 59-68. doi:10. 1016/j. bushor. 2009. 09. 003.
- Kim, E-M. (2013). The New Citizenship of Digital Natives and the Influence of Network Media. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*. Vol. 57, no. 1, pp. 305-334. ISSN: 1229-7526.
- Kurkovsky, S., & Syta, E. (2010). Digital natives and mobile phones: A survey of practices and attitudes about

- privacy and security. Paper presented at the *International Symposium on Technology and Society, Proceedings*. Pp. 441-449. doi:10.1109/ISTAS.2010.5514610.
- Michaud, P. A., & Free, C. (2016). Alice in wonderland: Adolescents and digital technologies. *International handbook on adolescent health and development: The public health response*. Pp. 397-409. doi:10.1007/978-3-319-40743-2_20.
- Milward, J. & et al. (2017). Usability Testing of the BRANCH Smartphone App Designed to Reduce Harmful Drinking in Young Adults. *JMIR mhealth and uhealth*. Vol. 5, no. 8. doi: 10.2196/mhealth.7836.
- Moreno, M. A. & et al. (2012). A Pilot Evaluation of Associations Between Displayed Depression References on Facebook and Self-reported Depression Using a Clinical Scale. *Journal of behavioral health services & research*. Vol. 39, no. 3, pp. 295-304. doi: 10.1007/s11414-011-9258-7.
- Mylonas, A., Kastania, A., & Gritzalis, D. (2013). Delegate the smartphone user? security awareness in smartphone platforms. *Computers and Security*. Vol. 34, pp. 47-66. doi:10.1016/j.cose.2012.11.004.
- Noteboom, C., & Qureshi, S. (2011). Physician interaction with electronic health records: The influences on digital natives and digital immigrants. Paper presented at the *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. doi:10.1109/HICSS.2011.342.
- Olatunde, O., & Balogun, F. (2017). Sexting: Prevalence, Predictors, and Associated Sexual Risk Behaviors among Postsecondary School Young People in Ibadan, Nigeria. *Front Public Health*. Vol. 5, no. 96. doi: 10.3389/fpubh.2017.00096.
- Phippen, A., & Ashby, S. (2013). *Digital behaviors and people risk: Challenges for risk management*. ISBN 978-1-178190-898-3. doi:10.1108/S1877-6361(2013)0000011005.
- Rich, M., Bickham, D. S., & Shrier, L. A. (2015). Measuring Youth Media Exposure: A Multimodal Method for Investigating the Influence of Media on Digital Natives. *American behavioral scientist*. Vol. 59, no. 14, pp. 1736-1754. doi: 10.1177/0002764215596558.
- Scott, H., & Woods, H. (2016). Understanding adolescents' social media habits, fear of missing out and sleep quality. *Journal of sleep research*. *23rd Congress of the European-Sleep-Research-Society*. Vol. 25, no. SI, pp. 334-335. ISSN: 0962-1105.
- Shariff, S. (2013). Courting digital citizenship: Keeping schools out of court. *From cyber bullying to cyber safety: Issues and approaches in educational contexts*. Pp. 169-190. Retrieved from www.scopus.com
- Schooler, C., Feighery, E., & Flora, J. A. (1996). Eventh graders' self-reported exposure to cigarette marketing and its relationship to their smoking behavior. *American journal of public health*. Vol. 86, no. 9, pp. 1216-1221. doi: 10.2105/AJPH.86.9.1216.
- Thompson, K. M., & Yokota, F. (2004). Violence, sex and profanity in films: Correlation of movie ratings with content. *MedGenMed: Medscape General Medicine*. Vol. 6, no. 3. Retrieved from www.scopus.com
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*. Vol. 23, no. 1, pp. 3-43. doi:10.1177/009365096023001001.

PAEDDR. ZUZANA KURUCOVÁ, PHD. Aktívne sa venuje prednášaniam právnickej angličtiny vysokoškolským študentom na Fakulte práva Paneurópskej vysokej školy od roka 2007. Je autorkou viacerých odborných článkov a spoluautorkou 4 monografií. Svoje výskumné aktivity v posledných rokoch venuje problematike médií, kde sa zameriava, okrem nových metód výučby vysokoškolských študentov, najmä na vplyv internetu, nových médií a informačno-komunikačných technológií vo všeobecnosti na správanie sa a vývin súčasných detí a mládeže.

Udalosti, ktoré šokovali Slovensko

Fotografie z archívu TASR

- rok 1994** » Masakra na Vajnorskej – útočníci so samopalmi usmrtili šiestich Vietnamcov vrátane dieťaťa
- rok 1995** » Trauma justície – zavraždenie prezidentovho syna do zahraničia
- rok 1996** » Smrť svedka – bývalý policajt Róbert Remiáš zomrel pri výbuchu auta
- rok 1996** » Rozruch v parlamente – poslanec František Gaulieder bol zbavený poslaneckého mandátu
- rok 1997** » Vojna podsvetia – pri vyrovnávaní si účtov medzi skupinami podsvetia prišli o život údajní bossovia mafie
- rok 1998** » Boj o televíziu – v Záhorskej Bystrici prebieha boj o súkromnú televíziu Markíza
- rok 1999** » Vražda politika – bývalý minister a exriaditeľ SPP Ján Ducký bol zastrelený pred svojim bytom
- rok 1999** » Poprava v bare – v Dunajskej Strede postrelali desať údajných členov miestnej mafie
- rok 2001** » Krach banky – Devín banka , ktorá sa podieľala aj na deblokáciách ruského dlhu, skrachovala
- rok 2002** » Stratené úspory – pred pobočkami nebankových inštitúcií v Košiciach stoja davy zdesených klientov
- rok 2004** » Rabovačky – pre rabovanie obchodov osadníkmi na Zemplíne polícia požiadala o pomoc vojakov
- rok 2005** » Násilie v uliciach – po útoku extrémistov v Bratislave prišiel o život študent Daniel Tupý
- rok 2010** » Šokujúca vražda – prominentného právnika Ernesta Valka zavraždili v jeho dome
- rok 2010** » Šialený strelec – masaker v Devínskej Novej Vsi si vyžiadal osem ľudských životov a 15 zranených
- rok 2011** » Blamáž – zimnú deaflympiádu, ktorá sa mal konať na Slovensku, museli zrušiť
- rok 2011** » Štrajk – hromadné výpovede lekárov ochromili slovenské zdravotníctvo
- rok 2012** » Pochod Gorila – v uliciach slovenských miest sa konajú protikorupčné pochody



Účastníci protestu Gorila 3. februára 2012 na Námestí SNP.

FOTO TASR – Martin Baumann



Na archívnej snímke z 30. augusta 2010 jedna z obetí strelby v bratislavskej Devínskej Novej Vsi.

FOTO TASR – Miroslav Košírer

Na snímke z 12. novembra 2005 pamätné miesto vraždy mladého študenta Daniela Tupého, študenta Filozofickej fakulty UK, ktorého zavraždili pravdepodobne neonacisti pred týždňom na Tyršovom nábreží v Petržalke.

FOTO TASR – Štefan Puškáš



Na snímke z 27. augusta 2001 zaskočení klienti Devín banky pred žilinskou expozitúrou. Od pondelka 27. augusta 2001 až do odvolania boli pre klientov Devín banky a.s. uzatvorené všetky pobočky, expozitúry a obchodné miesta banky.

FOTO TASR – Pavol Ďurčo



Na snímke z 24. februára 2004 opätovný zásah policajných zložiek v rómskej osade v Trebišove po tom, čo Rómovia začali na nich hádzať kamene pri odchode po skončení rozsiahlej akcie, ktorá začala už 23. februára večer.

FOTO TASR – Svätopluk Písecký

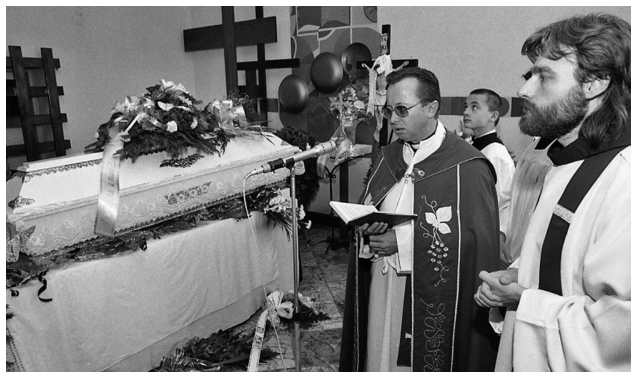


Na snímke z 30. marca 1999 pozostali sledujú kňaza počas pohrebu piatich z desiatich obetí masovej vraždy údajných členov dunajskostredského podsvetia v Dunajskej Stredě, ktorého sa zúčastnilo vyše dvetisíc ľudí.



Na snímke z 4. decembra 1996 v Bratislave poslanec NR SR František Gaulieder obklopený novinármi po hlasovaní mandátového a imunitného výboru NR SR.

FOTO TASR – Rudolf Bihary



Na snímke z 13. júla 1996 v bratislavskej Devínskej Novej Vsi správca farnosti z Lozorna Pavol Flajšík (druhý vľavo) a Ján Krstiteľ Baláz počas zádušnej omše za bývalého dôstojníka kriminálnej polície Róberta Remiáša, ktorý tragicky zahynul 29. apríla po výbuchu auta.

FOTO TASR – Pavol Funtál



Na archívnej snímke z 5. októbra 1995 tlačová konferencia Michala Kováča ml. (vľavo) v hoteli Astron vo Viedni.

FOTO TASR – Drahotín Šulla

Premýšľajme, kým budeme zdieľať

Vladimír Šnidl: *Pravda a lož na Facebooku* (Denník N, 2017)

Kto nie je dnes na najrozšírenejšej sociálnej sieti, akoby ani neexistoval. Facebook nás opantol a stal sa zdanlivo tou najdemokratickejšou platformou verejnej diskusie. Slovo „zdanlivo“ v predchádzajúcej vete sme nepoužili náhodne, ale zámerne. Vojtech Šnidl vo svojej praktickej príručke pre používateľov Facebooku ukazuje, ako ľahké je nechať sa nachytať, spadnúť do sietí konšpirácií, falošných správ, polopráv, lží.

Otázky bez ľahkých odpovedí

Prečo tisíce Slovákov zdieľajú články obškúrnych webov, ktoré si pred pár rokmi všimol len málokto? Ako vyzerajú manipulácie na sociálnych sieťach? A je pravda, že slovenské médiá klamú a píšú to, čo im diktujú vlastníci? Keby sme vedeli odpoveď, našli by sme zlatý poklad manipulácie s verejnou mienkou. Nepochybné svoju úlohu zohráva naša mytofilnosť, teda záľuba v príbehoch, čím bombastickejších, tým lepšie. Napriek počítačovej ére totiž stále najviac veríme klebetám typu „jedna pani povedala“. Naša milá doba postfaktická, ako sa nazýva, akoby stratila spravodajskú racionalitu.



Vojtech Šnidl sa rozhodol nevenovať sa zbytočne dejinám internetu či ešte dlhším dejinám konšpirácií. Preto sa najnutnejším východiskovým bodom venuje prakticky len na úvodných stranách, aby sa mohol ponoriť do konkrétnych udalostí, ktoré formovali v ostatných „facebookovských“ rokoch dianie na digitálnej dialnici.

Ako vyzerajú dezinformácie

Aj do skutočných médií sa môžu dostať vymyslené či zmanipulované informácie. Ale predsa len redakčný systém, opakovaná kontrola a overovanie faktov tvoria istý pracovný postup, vďaka ktorému sa do tradičného média dezinformácie nedostávajú tak ľahko.

Šnidl ale upozorňuje, že nie každé médium je seriózne a že existuje celá skupina médií, pre ktoré je normálne spracúvať svet po svojom. Prečo existujú dezinformačné médiá, to sa nedá jednoducho odpovedať. Principiálne každé médium je produkt, ktorý niečo ponúka a predáva a tak, ako nie všetky produkty v obchodoch sú stopercentné, nie sú stopercentné ani všetky médiá. A niektoré majú svoj cieľ práve v tom, že zámerne vytvárajú a šíria správy spochybňujúce pravidlá hry.

Dezinformácie šíria podľa Šnidla predovšetkým také médiá, ktorých ciele môžu súvisieť s politickou činnosťou, tajnými službami či propagandou Ruska: „Hlavným cieľom tunajších dezinformačných médií nie je informovať o tom, čo sa deje, a upozorňovať na problémy, ale robiť kampaň. Buď je to kampaň proti súčasnému systému, prozápadnému smerovaniu krajiny, alebo proti štandardnej medicíne či vo všeobecnosti proti tomu, čo sa píše v tradičných médiách.“ (str. 113)

Nie sme imúnni

Kniha ukazuje na reálnych slovenských (a medzinárodných) facebookovských udalos-

tiach to, ako vznikajú rôzne typy manipulácií. Niektoré fotomontáže, citáty, vymyslené statusy ste možno videli aj vy, ak používate sociálne siete. Mnohí z nás sa dostali do kontaktu s tvrdeniami okolo nezmyselnosti a nebezpečnosti očkovania, videli sme ako reálne fungujú absurdné tvrdenia a prekrúcania pravdy. A aj vzdelaní a rozhladení ľudia sú občas prevrpení, keď musia čeliť atakom, ktoré neraz pôsobia temer dôveryhodne.

Šnidl upozorňuje, že si u nás zatiaľ len hľadáme cesty, ako fenoménu dezinformácií čeliť. Nejestvuje účinná legislatívna ochrana, nejestvuje ani účinná školská príprava či vedomé pestovanie kritického myslenia. Dokonca aj v médiách tradičného typu sa občas môžu zjaviť pochybnosti. (Dovolím si malú odbočku, keďže som aktívne pracoval na téme potierania antivakcinátorského hnutia na Slovensku, istý čas aj v seriózných médiách z opatrnosti dávali antivakcinátorom priestor, ospravedlňujúc sa, že musia dať priestor aj druhej strane. Napriek výhradám, že ide o bludy a konšpirácie. Trvalo niekoľko rokov, kým sme seriózne médiá vychovali k tomu, aby prestali brať antivakcinátorov vážne.)

Čítajte, zdieľajte

Cieľom knihy je v prvom rade zoznámiť používateľov Facebooku so základnými pravidlami hry: teda upozorniť na podstatné a nebezpečné udalosti, ktoré sa môžu na sociálnych sieťach diať.

Šnídlova kniha však nie je len popisom, ukazuje, ako dezinformácie šíriace sa sociálnymi sieťami, ovplyvňujú aj myslenie mladých ľudí, ktorí sú ľahko manipulovateľní. Nárast preferencií extrémistických strán, či averzia k štátu a tradičnej politike je výsledkom aj činnosti sociálnych sietí a zdanlivej „slobody slova“, ktorá umožňuje aj slobodu hlúposti.

Martin Kasarda

Obsah knihy

1. Facebook – ako zmenil informačný svet?
2. Ako vyzerajú dezinformácie, konkrétne príklady
3. Konšpiračné teórie
4. Zdravotnícke nezmysly
5. Kto a prečo šíri dezinformácie
6. Dezinformačné médiá verzus tradičné médiá. Otázky a odpovede
7. V čom sociálne siete zohrali pozitívnu úlohu
8. Ako bojovať s dezinformáciami: niekoľko tipov na záver

Porno, videohry a zbytoční muži

Philip Zimbardo a Nikita D. Coulombová: Odpojený muž (Grada 2017)

Čo je dnes úlohou muža a ako sa má správať v spoločnosti, v ktorej môže mať pocit zbytočnosti? Ako má pristupovať k ženám, keď ho samotné prostredie upozorňuje, že jeho správanie je politicky nekorektné? Ako sa má učiť od mužských vzorov, keď v školstve dosahuje úroveň feminizácie 98 % a polovica detí sa v najrozvinutejších krajinách rodí slobodným matkám, alebo žije s matkou po rozvoďte?

Čo vlastne znamená mladý muž dnes? Akú má pracovnú vyhliadku v nestabilnom svete, ktorému vládnu počítačové technológie a služby? Ako má priemerný tlstý Američan, ktorý trávi denne aspoň štyri hodiny pred počítačom, hraním hier, pozeraním porna, splňať limity pre vstup do armády?



Psychológ Philip Zimbardo (autor Stanfordského väzenského experimentu) a jeho niekoľkoročná asistentka a spolupracovníčka Nikita Coulumbe, sociálna psychologička a odborníčka na sexuálne správanie sa rozhodli pozrieť sa na hrozivé zmeny, ktoré sa v ostatných tridsiatich rokoch podpísali na zmene správania sa celej generácie mužov v USA a postupne aj v rozvinutých krajinách Európy (pričom aj na Slovensku môžeme tieto trendy už vidieť).

Čo je vlastne muž?

Kniha *Odpojený muž* nesie podtitul *Ako technológie pripravujú mužov o mužstvo a čo s tým*. V úvodnej časti sa autori snažia definovať, čo sa vlastne deje s mužmi. Vinou ľahko prístupných rozkoší digitálneho sveta a aj vďaka výraznému a agresívnemu prieniku feminizmu, vynucovanej politickej korektnosti a pozitívnej diskriminácii v prospech žien sa totiž podľa autorov ukazuje, že nerovnoprávnosť sa na viacerých frontoch obrátila a tým, kto svoje pozície musí obhajovať je stále častejšie muž.

Typické mužské správanie, nie mačistic-ké, ale mužské, pri ktorom bol muž zodpovedný živiteľ rodiny s relatívne stabilným pracovným miestom, predvídateľným kariérom postupom, zaniká. Dnešní dospievajúci a mladí muži vstupujú v najrozvinutejších krajinách do sveta, v ktorom prestávajú existovať ťažké mužské povolania, lebo ich nahrádza automatizácia alebo presun do iných častí sveta. Spravovanie počítačo-

vej krajiny síce vyhovuje mužskej hravosti a technologickému zápalu, ale fyzicky to nie je ťažká práca. Muži tlstnú, hlúpnu (podiel vysokoškoláčiek je podstatne vyšší), nevedia sa vo svete uchytiť, zostávajú častejšie u rodičov a páchajú viac samovrážd ako ženy.

Autori vyťahujú množstvo štatistík a pripravte sa na to, že niektoré sú prekvapujúce a vyvracajú viaceré mýty. Napríklad aj ten, že ženy stále zarábajú v rozvinutých krajinách menej, ako muži. Pri odfiltrovaní vrcholového manažmentu a ich príjmov, kde ešte stále dominujú muži (ešte z generácie starších), sa totiž platové podmienky vyrovnali a v niektorých segmentoch muži zarábajú menej.

Muž však stratil pozíciu dominantného člena rodiny, prestal byť vodcom, „lovcom“, ktorý chodí za dobrodružstvom a je ekonomickou i fyzickou silou rodiny.

Škola? Rodina?

Nie je to len bezzubá diskusia o našom školskom systéme, ale vážna a dramatická kríza vzdelávacieho systému. Rovnako, ako u nás, aj v školách USA (Británie, Francúzska...) sa absolútne dominantným prvkom vzdelávania stali ženy. Navyše celý školský systém je postavený na vyučovaní množstva predmetov, ktoré sa mňajú s užitočnosťou, praktickosťou. Ako to vyjadril jeden z nedávnych výskumov, ktorý autori knihy spomínajú, žiakom chýba to, aby dostali „lekcie od života“. Teda chýba vzdelávanie, ktoré by dospievajúcich pripravilo na zložitú spleť

otázok občianskeho života, pracovných možností, ale aj rodinného a sexuálneho správania sa. Kým deti sa opatrne v škole dozvedajú o rozmnožovaní, vo svojich počítačoch hltajú v tínejdžerskom veku tvrdú pornografiu.

Kríza školstva si vyžaduje rozsiahlu reformu v dvoch zásadných veciach (a to platí aj pre Slovensko) – do škôl treba dostať podstatne viac učiteľov a významným spôsobom je potrebné zmeniť obsah vyučovania najmä na stredných školách tak, aby namiesto podrobného štúdia fyziky či matematiky dostali dospievajúci čosi ako ekonomickú výchovu, rodinnú a sexuálnu výchovu, politickú/občiansku výchovu a podstatne viac telesnej výchovy. To, že má ísť do škôl viac peňazí a štát by mal podstatne viac a účinnejšie chrániť učiteľov je už len čerešnička na torte.

Druhou príčinou straty mužskosti je významný rozpad tradičnej rodiny, ktorý prudko stúpa od sedemdesiatych rokov. Dnes viac než polovica detí v USA vyrastá v domácnosti bez otca, teda bez mužského vzoru. Môže za to práve trend ekonomicky silných žien, či sociálneho systému podpory práve slobodných matiek. Lenže pracujúca žena znamená prázdny dom. Druhým extrémom je významný nárast kontroly detí cez technologické zariadenia. Dospievajúci sú vystavení neustálej kontrole rodičov/rodiča, ktorí nad nimi krúžia ako „bezpečnostný vrtuľník“ a vlastne nemôžu dospieť a učiť sa na vlastných omyloch, chybách a skúsenostiach, pretože za sebou majú neustále vankúš.

Porno namiesto lásky

Významnú úlohu na strate mužského modelu správania sa autori knihy prikladajú extrémne ľahkej dostupnosti pornografie aj toho najhrubšieho zrna. Dospievajúci sa neučia láske na vlastných skúsenostiach, neprežívajú citové vzplanutia, neodhaľujú tajomstvo vzrušenia, dotyku, pohľadu. Jednoducho si vyhľadajú tvrdý sex na obrazovke. V reálnom živote neočakávajú vzťah, ale jednoduchý sex a čudujú sa, že je to iné, ako v porne. Štatistiky sú aj tu nápomocné, ale hrozivé. Aktuálne výskumy hovoria o tom, že prakticky každý -nástročný muž sa stretol s pornografiou. Väčšina chlapcov má skreslené predstavy o vzťahoch, chce sex ako „relaxačnú“, voľnočasovú aktivitu bez záväzkov. Zmenilo sa sexuálne správanie a preferencie, ktoré kedysi spadali na okraj, ako análny sex či SM praktiky sa vyskytujú aj u mladých ľudí, pričom vzťah k ženám nevníma mládež ako zložitú hru emócií, ale len ako telesné cvičenie.

Ďalším problémom je nárast erektilnej dysfunkcie spôsobenej práve sledovaním porna, pretože mozog, najdôležitejší pohlavný orgán, si veľmi rýchlo zvyká na rozkoš z porna, ale zároveň spôsobuje obrovskú frustráciu z vlastného tela, „malého penisu“ s krátkou výdržou a opakovanou frustráciou so zlyhania. Ak sa k tomu prirátá obezita (nadváhou trpí viac ako polovica dospievajúcich v USA), fastfoodová strava, nedostatok pohybu, chemické „zamorenie“ prostredia a klesajúca úroveň testosterónu či kvality spermií a ejakulátu, máme pred

sebou dospievajúcu generáciu na porne závislých mužov s významnými problémami v rozmnožovaní a neschopnosťou rodinného sexuálneho života.

Veď sa zahrajme

Chlpská súdržnosť sa dnes zmenila na únik do zóny bez problémov. Fandenie športu (nie športovanie), mužské partie (často podporované aj reklamným posolstvom, spomeňme reklamy na alkohol) znamená zónu, v ktorej si muži rozumejú. Témou rozhovorov mladých mužov (opäť prieskumy) sa však nestávajú systémy a hodnoty tohto sveta, ale nové digitálne hračky, nové adrenalinové zážitky, alkohol, šport, nové počítačové hry.

Dramatický svet predstavuje podľa autorov únik do virtuálneho sveta počítačových hier. Pre zaujímavosť, na štúdium bakalárskeho titulu potrebuje priemerný študent asi 7 tisíc hodín. Priemerný 20 ročný Američan strávi 30 tisíc hodín hraním počítačových hier. Známa je Maslowova pyramída ľudských potrieb, kde sú nad základnými potrebami (biologické potreby, pocit bezpečia a prístupnosti zdrojov) stavajú psychologické potreby (láska, rodina, vzťahy, úcta okolia, sebavedomie) a potreba naplnenia (sebarealizácia, tvorivosť, mravné zásady). Dnes psychologické potreby a potreby naplnenia pre mnohých tínedžerov napĺňa internet. Tu sa realizujú, tu získavajú úctu, prezentujú sa na sociálnych sieťach, vyu-

žívajú anonymitu. Ale v reálnom živote sú absolútne neschopní a svoju neschopnosť neriešia sebazdokonaľovaním, ale ďalším únikom do virtuálneho sveta, v ktorom môžu byť hrdinami s najväčšími zbraňami či dobyvateľmi virtuálnych panien.

Čo robiť?

Zimbardo a Coulombe sa na záver knihy snažia apelovať na nevyhnutné potrebné zmeny, aj keď ich riešenia sú skôr tézovité a tvoria len akýsi odrazový mostík k perspektívnemu uvažovaniu. Niektoré rady sú „nereálne“, lebo radíť miliardovému biznisu v pornopriemysle či počítačových hrách, aby sa správali rozumne, hraničí s naivitou.

Reálne kroky však môže, mala by a asi aj musí spraviť občianska spoločnosť a štát. Je nevyhnutné otvorene hovoriť o dramatickej zmene školského systému v prospech zmien vo vyučovaní tak, aby škola nebola odtrhnutá od života, ale deti pripravovala na skutočne potrebné informácie. Rovnako je dôležité nastaviť štátom takú rodinnú politiku, ktorá bude výrazne preferovať istý typ spoločenského správania (výrazné daňové úľavy pre pracujúcich rodičov sú užitočnejšie, ako symbolické dávky pre všetkých). A diskusiu o spoločenských hodnotách neviest na ideologických základoch, tabuizovaní a odmietaní či tmárskom náboženskom fanatizme.

Martin Kasarda

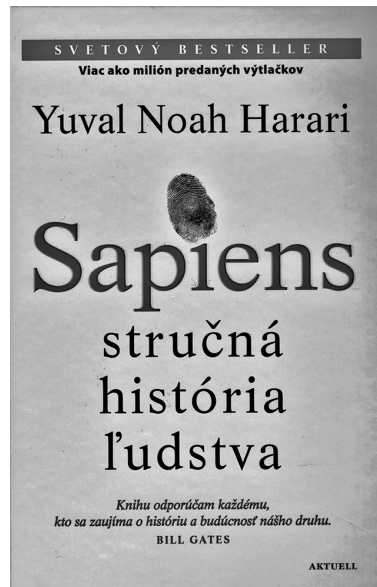
Všeličo, čo ste nechceli vedieť o svojich predkoch

Yuval Noah Harari: Sapiens – stručná história ľudstva (prel. Zuzana Jánska, Aktuell, 2018)

Dali by ste si na večeru nepriateľa? A slúžili by ste dobrovoľne pšenici ako otrok? A čo takto implantovať si do tela nejaké to technologické zariadenie, ktoré z vás spraví človeka s extrémnou pamäťou? Aj kanibalizmus aj kyborgovia sú súčasťou ľudskej histórie i budúcnosti. Aj to, že si nás pšenica zotročila.

Izraelský historik a esejista Yuval Noah Harari sa vo svojej knihe *Sapiens* s podtitulom *Stručná história ľudstva* sa púšťa do podnetnej polemiky s našou vlastnou predstavou o vznešenosti histórie ľudského rodu i narcizme našej súčasnosti a presvedčenia, že môžeme všetko. Môžeme. Len dokedy?

Ľudské bytosti (členovia nášho rodu *Homo*) sa od svojich ľudoopích predkov podľa najnovších poznatkov oddelili asi pred 2, 4 miliónmi rokov. *Homo sapiens*, teda náš vlastný rod -mimoriadne divoký a agresívny druh veľkých opíc – existuje približne 150 000 rokov. Yuval Noah Harari sa venuje práve tomuto druhu, ktorému sa podarilo iné konkurenčné druhy rodu *Homo* vytlačiť. Prečo? Ako? Čo sa stalo, že práve my sme sa od pojedania iných hominidov dopracovali práve k Silicon Valley, novému to náboženstvu sveta?



Tri revolúcie

Yuval Noah Harari sa pri svojej snahe o popis našej histórie snaží nájsť to, čo by sme mohli nazvať evolučnou výhodou. A podľa všetkého, ľudstvo je tam, kde je, podľa Harariho, preto, že našlo spôsob, ako rozprávať príbehy. Pretože sú to práve mýty, príbehy,

fikcie, fantázie, ktoré dokázali vytvoriť národy, štátne celky, spoločensvá.

Harari je pri svojej ceste do hĺbín ľudstva relatívne stručný, netrápi čitateľa podrobnosťami, ktoré sú zdokumentované v iných knihách. Archeologické nálezy berie ako východisko, pretože to, čo ho zaujíma, nie je podrobný opis našich prapredkov, ale skôr otázka, prečo práve my sme sa stali úspešnými, keď podľa všetkého ešte pred sto tisíc rokmi existovalo pravdepodobne šesť druhov hominidných opíc. A prečo práve *homo sapiens* dospel do dnešného štádia pornografie na internete.

História človeka má podľa Harariho za sebou tri dôležité revolučné medzníky. Prvou zmenou je kognitívna revolúcia, druhou poľnohospodárska a tou treťou je revolúcia vedecká. Tieto skoky nám v prvom slede umožnili prekonať svojich súperov, v druhom slede ustanoviť civilizačnú štruktúru a vytvoriť tradičný svet a tá tretia, ešte stále prebiehajúca nás – a tu je Harari aj varujúcim pesimistom – môže viesť nielen k žiarivým zajtrajškom, ale aj k nepredvídateľným zlomom, ktoré ešte nepredpokladáme a nevieme, čo spôsobia.

Mýtus sme my

Čo spôsobilo, že sme približne pred 70 až 30 tisíc rokmi začali hovoriť? Dôvod nie je celkom jasný, zvukovú komunikáciu na úrovni štruktúrovaných varovných signálov či oznámov o potrave známych celej skupine, ktorú si odovzdávajú členovia skupiny z generácie

na generáciu, poznáme aj u iných druhov. Slonov, veľrýb, opíc. Ale možno práve ten krok od signálov k potrebe zdieľať zložitejšie informácie – napríklad klebety – viedla k vytvoreniu zložitého komunikačného prostriedku – jazyka. A práve spoločne zdieľaný jazyk sa stal ideálnym spôsobom na uchovávanie informácií nielen o tom, kde je hrozba či potrava, ale aj o spoločenskej hierarchii, alebo, ako píše Harari, o tom, kto je čestný, kto podvádza, kto sa s kým vyspal.

Teória klebiet môže pôsobiť ako vtip, píše Harari, ale ak si všimneme podrobne dnešnú komunikáciu – mediálnu i súkromnú – temer celá sa odohráva na úrovni odhaľovania krívd, klebiet, zaujímavostí. Kto s kým, za koľko, kto je krajší, kto úspešnejší.

Lenže reč nespodila len klebety, ale aj silný znakový systém fiktívnych príbehov a mytologických rozprávání. Ako píše Harari „iba *homo sapiens* dokáže hovoriť o veciach, ktoré v skutočnosti neexistujú a uveriť tak aj úplne nemožnému. Opicu nikdy nepresvedčíte, aby vám dala banán, keď jej slúbite neobmedzený prísun banánov po smrti v opičom nebi.“

Práve mýty a fikcia náboženstiev umožnili vytvoriť veľké spoločensvá, civilizačné okruhy prekračujúce úzko príbuzenské skupiny a tlupy.

Fikcia, budúcnosť a pšenica

Vytváranie spoločensiev, ktoré sa stávali väčšie ako 150 členov, znamenalo zároveň potrebu lepšie organizovaného času pri

zberu potravy a love. Približne pred 15 tisíc rokmi začal *homo sapiens* druhú časť svojej revolučnej premeny – poľnohospodársku revolúciu. Cielená manipulácia so zvieratami a rastlinami mohla sprvoti prebiehať ako spolužitie s miernymi zvieratami, domestikácia kôz a oviec prebiehala asi pred 11 tisíc rokmi, rovnako ako zistenia, že niektoré rastliny si človek vo svojej blízkosti môže opakovane pestovať a keď sa o nich stará, sú o čosi krajšie. Hlavná vlna domestikovania prebiehala tak, že približne 3 a pol tisíc rokov pred našim letopočtom sa v úrodnom polmesiaci Blízkeho Východu, Mezopotámie a Iraku chovali kozy, kravy, ovce, kone a pestovali obilniny, ale aj olivy, vinič a mnohé ďalšie rastliny. V Amerike sa prakticky v paralelnom období domestikovali ďalšie rastliny ako kukurica, fazuľa či zemiaky. Dnes sú to celosvetovo rozšírené rastliny, dokonca tak úspešné, že to viedlo až k obráteniu otázky – sme to my, čo sme sa naučili pestovať pšenicu, alebo si rastliny opantali človeka a donútili ho slúžiť svojim záujmom?

Harari nazval poľnohospodársku revolúciu luxusnou pascou, omylom, do ktorého sme spadli – poľnohospodárske procesy spôsobili, že sa z lovcov – zberačov stali usadlíci, ktorí predvídali a predpokladali. A pestovali. Lebo im to prinášalo viac potravín, ale zároveň sa zvyšovala populácia, ktorá potrebovala viac potravín. Efektivita poľnohospodárstva znamenala zväčšovanie obhospodarovaných území, lepšiu organizáciu práce, predvídanie a plánovanie a to dookola a bez konca.

Harari dáva dokopy známe fakty, ale snaží sa ich spojiť s interpretáciami, ktoré podkopávajú náš mýtus o neomylnne prospešnom vývoji, ktorý by sa končil žiarivou prítomnosťou. Pokrok ľudstva vidí skôr ako súbor náhodných krátkodobých rozhodnutí, ktoré sa postupne – aj vďaka tlaku tradície, náboženských príbehov a vytvárania symbolických foriem ako je obchod prostredníctvom peňazí – stávali akoby samozrejme.

Poznanie je moc

Príbeh stvoril z ľudooopa poľnohospodára, príbeh zmenil poľnohospodára na človeka ovládajúceho ríše a zákony. A príbeh stvoril aj vedu. Spojenie vedeckej teórie, bádania a technológií nie je staré, korene môžeme hľadať v rodiacej sa modernej Európe, ktorej osvietené hlavy si uvedomili, že spojiť vedecké bádanie a hľadanie „zlata“ sa dá aj s praktickým využitím. Priemyselná revolúcia 18. a 19. storočia je výsledkom revolučného prepojenia vedy a technológie. Až do tej miery, že najlepší a najinovatívnejší vedci vyvíjali a vyvíjajú najúčinnejšie zbrane. Atómové bomby či dnes technológie umožňujúce sledovať a ovplyvňovať všetko a všade.

Dramatický príbeh spojenia vedy, technológie a moci prerástol do dnešného sveta, ktorý je postavený nie na uspokojovaní primárnych potrieb, ale na postupnom rozširovaní relatívne luxusného a pohodlného života časti sveta. Ale, pýta sa Harari, môže ekonomický koláč rásť donekonečna?

Korene a výhonky

Harari vďaka antropológii, biológii, kultúrnej histórii skúma našu minulosť, problematizuje naše zaužívané interpretácie, ale v závere svojej knihy premýšľa aj nad budúcnosťou. Tou budúcnosťou, od ktorej sme si už dávno vzali život na dlh. A teraz riešime, ako by sme mohli začať splácať úroky za všetko to, čo sa nám darí úspešne de-

vastovať. Dnes ale nevieme, čo nám prinesie genetické inžinierstvo, naša schopnosť manipulovať s budúcim človekom či extrémne sa zvyšujúca premávka na internete a v digitálnom prostredí.

Harari nie je pesimistický, len sa pýta, či vôbec tušíme (alebo chceme tušiť), kam smerujeme.

Martin Kasarda

Mutácie, ktoré menia civilizáciu

Lenka Ovčáčková a kol.: O pôvodu kultury (Academia, Praha 2017)

Priznajme si, hovoriť na Slovensku o blízkom vzťahu vývoja kultúry a evolúcii stále nie je práve najčastejší jav. Veď už keď sme uznali, že Adam a Eva pochádzajú z opice, nebudeme predsa hovoriť až tak nahlas o tom, že aj samotná „kultúra“ (zámerne dávame do úvodzoviek, pretože vlastne nevieme, čo sa za týmto slovom schováva), je svojim spôsobom mutagénny materiál. A ako taký sa tento materiál vyvíja, obsahuje množstvo virálnych koncepcií, fikcií a slepých vývojových uličiek, ktoré sa občas tvária ako neprekonateľná pravda.

Kolektív rešpektovaných českých antropológov, biológov, filozofov a historikov sa rozhodol zamyslieť sa nad tým, ako sa vlastne kultúry vyvíja, či funguje na zák-



lade evolučných princípov akceptovaných v prírodných vedách a čo sa vlastne stane, keď vedecký aparát Darwinovej teórie aplikujeme na poznanie v kultúrnom prostredí.

Okrem samotnej editorky Lenky Ovčáčkovej pracovali na knihe napríklad prof. Stanislav Komárek, prof. Jaroslav Flegr, doc. Anton Markoš či doc Zdeněk Kratochvíl, čo sú dnes rešpektované mená českej vedy a zároveň záruka toho, že čítanie to nebude veru jednoduché, ale zato podnetné a polemické.

Štyri strany kruhu

Pri precíznej „nemeckosti“ vedy v stredo-európskom priestore (tak odlišnej od esejistiky anglo-amerického typu) je len prirodzené, že temer polovicu publikácie tvoria texty, ktoré vytvárajú sieť citátov z diel inšpirátorov pohľadu na problematiku vývoja kultúry ako evolučného procesu. Samozrejme, všetko sa začalo v antike, ale pohľad na jednotlivé práce biológov, filozofov, antropológov môže predstavovať spleť močiarnu bažinu, z ktorej akoby nebolo úniku.

Prirodzene, pri odborných kulturologických textoch (knihy vyšla v prestížnom českom vydavateľstve Academia) treba rátať s tým, že stojíme na pleciach našich predchodcov, ktorí nás inšpirujú. Ale pri kolektívnych monografiách takéhoto typu hrozí, že sústredenie sa na jednotlivosti u každého z autorov môže kaziť celkový dojem a vyvolávať pocit, že sa v ping-pongu citátov a odkazov stávate obeťou hľadania štyroch strán kruhu poznania.

Toto je akademické upozornenie na koncepciu knihy, aby ste sa nebáli, keď budete narážať na prehanú citátomániu. Môže za to vyššie spomínané presvedčenie o potrebe replikovať. Napriek tejto snahe zastrieť myšlienky citátmi však kniha ponúka mnoho provokatívnych a zaujímavých podnetov. A tak sa nevzdávajte a po úvodných štúdiách venovaných histórii evolučného myslenia či archeológie sa môžete plne vrhnúť na ďalšie texty pátrajúce po spojení kulturologie a evolučnej teórie.

Kultúra ako produkt evolúcie

Dnes, pri hľadaní odpovedí, odkiaľ sa vzala kultúra, hľadá sa najmä odpoveď na otázku, kedy a prečo nastal ten moment, keď sa z opice stáva odrazu mysliači tvor vytvárajúci zložité znakové systémy, ktoré viedli k vzniku náboženstiev i internetu. A ktoré sú tie zmeny, ktoré určujúcim spôsobom modifikovali naše vnímanie reality, lebo – povedzme si úprimne – realitu vždy vidíme tak, ako nám ju zobrazuje kultúrny kontext, v ktorom sme sa narodili a v ktorom žijeme.

A netreba zabúdať, že ľudstvo nie je jedna homogénna skupina: „Jednotlivé ľudské populace se liší svým sociálním uspořádáním, reprodukčním a rodičovským chováním, společenskými institucemi, tradicemi a normami. (...) Ruku v ruce s rozmanitostí jazyků jde rozm. anitost kulturních produktů lidské zkušenosti a představitosti, zvyklosti, hodnot, přesvědčení a kulturních praktik,“ upozorňuje Pavel Duda vo svojej štúdií o ľudských kultúrach ako biologických druhoch.

Biologických druhoch?

Áno, to je princíp celej koncepcie myslenia o vývoji civilizácie. Sme biologický druh, isto zvláštny, lebo veľmi agresívny (ovládli sme svet a neváhame v mene bizarných ideí masovo zabíjať), rozťahnutý prakticky po celej zemeguli, ale správajúci sa presne podľa princípov evolúcie. Teda v rôznych oblastiach sa vytvárajú viac-menej autonómne spoločenstvá, ktoré sa – biologicky – vedia správať kompatibilne (vieme sa rozmnožovať aj s obyvateľmi Vietnamu, Aljašky či Aborigéncami), ale v mnohom sme tak výrazne odlišní, že by sme nevedeli spolu žiť bez toho, aby jeden z páru výrazne nezmenil/nepotlačil svoj kultúrny vzorec. Je to rovnaké, ako s vrabcami, skrížiť vrabca z Nového Zélandu a Slovenska môžeme, ale je veľmi pravdepodobné, že novozélandský vrabec by u nás neprežil zimu a predátorov, rovnako, ako ten slovenský na Novom Zélande.

Memetika, dcéra genetiky

Civilizácia (svojim spôsobom synonymum termínu kultúra) je do veľkej miery produktom rozmnožovania sa a šírenia mémov. Mémy zaviedol do diskusie o vývoji civilizácie Richard Dawkins ako analogické informačné jednotky k biologickým génom. Jaroslav Flegr vo svojej kapitole venovanej memetike vysvetľuje aj možný vznik a mutácie kultúrnych mémov i memetických komplexov (teda systémov ako napríklad náboženstvo). Venuje sa aj ich funkciám ako je napríklad skupinová

súdržnosť a vytváranie identifikačných prvkov, ktoré inak nepríbuzné „nahé opice“ vedia spájať do obrovských spoločenstiev, akými sú národy a štátne útvary čítajúce stovky miliónov obyvateľov. Podobne veľké sociálne skupiny nevytvára žiaden iný cicavec.

Na memetike je zaujímavá istá miera špekulatívnosti, pretože nositeľ informácie (na rozdiel od génu) nie je jasne materiálne identifikovateľný. Kde vlastne sídli a čím sa prenáša mém, teda informácia? Nervový proces nie je mém, len nervový proces. Už Richard Dawkins upozorňoval, že mnohé mémy sú nákazlivé ako vírus a pritom ich vieme pomenovať len ako abstrakciu a túto abstrakciu si vyvolať v pamäti. Veď si stačí spomenúť – Dawkinsov príklad – na prvé tóny Beethovenovej Osudovej. Čo sa nám v hlave rozzvučalo, aj keď okolo nehrá žiaden symfonický orchester?

Špekulatívna kultúra

Skúmanie toho, čo vlastne kultúra je, má jeden zásadný problém: nemôžeme kultúru pozorovať „zvonka“. Kultúru môžeme pomenúvať len v znakovom systéme, v jazyku, teda samotnom produkte kultúry. „Když mluvím o paměti a zkušenosti biologického společenstva mám na mysli právě „konstrukci“ jeho příběhu – mj. Interpretaci genetických „textů“ přiměřenou dané době,“ píše ďalší z autorov Anton Markoš. Príbehy našej evolúcie si rozprávame ako spoločenstvá opakované, sú to však naratívne konštrukty, ktoré často vytvárajú ilúziu kontinuity. Naratívna

logika takýchto príbehov je skrytá v jazyku a nemá svoj predobraz v skutočnosti, píše Jan Horský, pretože skutočnosť je omnoho zložitejšia, ako jej interpretácia.

Nie je to odmietnutie evolúcie, práve naopak, potvrdenie samotného faktu zložitosti evolúcie ako na biologickej úrovni (kde už tušíme v základných rysoch, ako prebieha), tak aj na úrovni vývoja civilizácie. Problém je, že aj keď sa ju stále snažíme pomenovať, vo vlastnej hlave často narážame na prekážky, ktoré vznikli nánosmi predchádzajúcich interpretácií (spoločenských, národných, náboženských).

Kde si sa vzala, kultúra?

Aj keď názov knihy znie lákavo hovoriac o pôvode kultúry ako o vyriešenom problé-

me, faktom je, že táto fascinujúca a provokujúca kniha je viac otázkou, než odpoveďou. Nedoziete ssa prostú odpoveď na otázku, kde sa to celé hmýrenie sa ľudského myslenia vlastne vzalo. Je to do istej miery veľký evolučný skok, ktorý nám umožnil nečakané množstvo výhod voči iným spoločnostiam, blízkym či vzdialenejším príbuzným.

Súbor štúdií, ktoré kniha prináša, je otvorený diskusii, je polemický a premýšľa nad tými najzákladnejšími otázkami, ktoré nás sprevádzajú od počiatku nášho sebauvedomovania si – odkiaľ sme prišli a kam smerujeme. A aký to má vlastne celé zmysel, ak nejaký má. Lebo zmysel tomu dáva kultúra, biológia zmysel nehľadá.

Martin Kasarda

CALL FOR PAPERS

Media Journal (MJ) je odborný vedecký magazín, ktorý vychádza dva krát ročne a venuje sa venuje štúdiu masmediálnej komunikácie, kultúry a spoločnosti.

MJ podporuje mediálnych odborníkov pri publikovaní vedeckých štúdií, kritických článkov, výsledkov výskumu, recenzií kníh a názorov súvisiacich s globálnou komunikáciou.

Budeme veľmi radi, ak prispějete do nového vydania.

Hlavné témy:

1. Právo na pravdu

- sloboda slova a mediálne prostredie
- čo je to pravda v médiách
- vlastníci médií a ovplyvňovanie obsahu
- ochrana súkromia osobnosti

2. Aktuálne otázky médií a spoločnosti

- postfaktická doba
- trendy, technológie
- zmeny na digitálnom, televíznom, rozhlasovom a printovom trhu

TERMÍN NA PREDKLADANIE MATERIÁLOV: **30 september 2018!**

Prosím, rešpektujte tento dátum, aby sme číslo stihli pripraviť včas!

Všetky príspevky (v angličtine alebo slovenčine), zasielajte, prosím, na e-mailovú alebo martin.kasarda@paneurouni.com.

CALL FOR PAPERS

The Media Journal (MJ) is a scientific journal that is published twice a year and is dedicated to the study of mass media, culture and society.

MJ supports media professionals in publishing scientific studies, critical articles, research findings, book reviews, and global communications.

We will be very happy if you contribute to a new edition.

Main topics:

1. Right to the truth

- freedom of speech and media environment
- what is the truth in the media
- media owners and influencing of content
- protection of privacy of the personality

2. Current Media and Society Issues

- post-truth period
- trends and technology
- changes in the digital, television, radio and print market

SUBSCRIPTION DATE: **30 September 2018!**

Please respect this date to get the number ready in time!

All submissions please e-mail or martin.kasarda@paneurouni.com.

Martin Kasarda