

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Petr Kočí

POSTAVENÍ TÉMATIKY
SOUČASNÝCH POVĚSTÍ, FÁM A LEGEND
V MEDIÁLNÍCH STUDIÍCH

Magisterská práce

Praha 2009

Autor práce: **Petr Kočí**

Vedoucí práce: **PhDr. Irena Reifová, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: červen 2009

Hodnocení:

BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM

KOČÍ, Petr. *Postavení tematiky současných pověstí, fám a legend v mediálních studiích*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2009. 128 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

ANOTACE

Diplomová práce *POSTAVENÍ TÉMATIKY SOUČASNÝCH POVĚSTÍ, FÁM A LEGEND V MEDIÁLNÍCH STUDIÍCH* pojednává o současném folkloru zveřejňovaném v českých médiích. Na příkladech se snaží objasnit, proč a jakým způsobem se fiktivní příběhy dostávají zejména do zpravodajství. Zjištění porovnává s vybranými klasickými a soudobými teoriemi komunikace. Hledá styčné body mediálních studií a folkloristiky. Součástí práce je podrobná případová studie, která se zabývá hojně medializovanou fámou o uprchlé pumě na Osoblažsku z března 2009

ANNOTATION

Diploma thesis *POSITION OF CONTEMPORARY LEGENDS, RUMORS AND BELIEF TALES IN MEDIA STUDIES* deals with contemporary folklore reflected in Czech media. It seeks to clarify, using specific examples, why and how do these fictitious stories find their way into news. It compares its findings with selected classical and contemporary communication theories. It explores common methods and interests of folkloristics and media studie. It contains a detailed case study of a widely publicized rumor from March 2009 about a cougar running wild in Osoblaha region.

KLÍČOVÁ SLOVA

média, folklor, pověst, fáma, puma

KEYWORDS

media, folklore, legend, rumor, cougar

PROHLÁŠENÍ

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce bez anotací a příloh má celkem **217 918** znaků s mezerami, tj. **121** normostran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 22. května 2009

Petr Kočí

PODĚKOVÁNÍ

Za vstřícnost a cenné rady, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout, děkuji školitelce Ireně Reifové, vedoucímu národopisného oddělení Národního muzea Petru Janečkovi a profesorce slovanských jazyků na Univerzitě v Richmondu Yvonne Howell. Za vlídné přijetí a spolupráci při výzkumu děkuji redaktorům krajské redakce Mladé fronty Dnes v Ostravě.

OBSAH

1	Úvod. Předmět a účel práce.....	9
1.1	Metoda.....	12
1.1.1	Praktická část.....	12
1.1.2	Případová studie.....	13
1.2	Vymezení základních pojmů a žánrů.....	19
1.2.1	Etnologie a etnografie	19
1.2.2	Narativita.....	20
1.2.3	Folklor.....	20
1.2.4	Pověst.....	21
1.2.5	Fáma	22
1.2.6	Hoax.....	22
1.2.7	Anekdota.....	23
1.2.8	Pohádka.....	23
1.2.9	Legenda.....	23
1.2.10	Mýtus.....	23
2	Historie výzkumu současných pověstí a fám s přesahem k mediálním studím.....	25
2.1	Předchůdci: Tichá pošta v laboratoři (1902) a Psychoanalýza (1910).....	26
2.2	Fámy a ideologie v novinách (1945).....	27
2.3	Přenosový model fámy (1947).....	28
2.4	Fáma v Orléans (1969).....	29
2.5	Fámy a pověsti v masové komunikaci (1976).....	30
2.6	Současné pověsti v tištěných a elektronických médiích (1981).....	31
2.7	Etnografický přístup k medializovanému folkloru (1994).....	33
2.8	Folklor ve věku počítačově zprostředkované komunikace (2005)	34
3	Případová studie: Puma na Osoblažsku	37

3.1	Šíření fámy.....	39
3.1.1	Druhá vlna zveřejňování.....	43
3.2	Pracovní hypotézy.....	45
3.3	Vybrané předchozí případy pozorování „pumy“ v českých médiích.....	47
3.4	Fámy o kočkovitých šelmách v zahraničí	49
3.5	Zúčastněné pozorování v jedné z redakcí, které fámu zveřejnily.....	52
3.5.1	Hlavní aktéři.....	53
3.5.2	Okolnosti zveřejnění zprávy o pumě	56
3.5.3	Vypozorované charakteristiky provozu redakce, které mohou přispět ke zveřejnění fámy či pověsti	58
4	Pověsti a fámy v médiích - příklady.....	62
4.1	Současný folklor ve zpravodajství.....	62
4.1.1	Současná pověst: Kuřáci marihuany a policisté.....	63
4.1.2	Fáma: Halucinogenní žáby	65
4.1.3	E-mailová fáma ve světě: Palestinci oslavují 11. září.....	66
4.1.4	E-mailová fáma v ČR: Jehly nakažené virem HIV	68
4.1.5	Pověst ze zahraničního tisku: Íránská žena porodila žábu.....	70
4.1.6	Uvádění na pravou míru: Krádeže orgánů v Českých Budějovicích	72
4.1.7	Shrnutí	73
4.2	Fámy a pověsti jako nástroj reklamy a propagandy	74
4.3	Folkloristické motivy v populární kultuře	78
5	Zveřejňování folkloru optikou mediálních studií	81
5.1	Matematický model komunikace	81
5.2	Užití a uspokojení.....	82
5.3	Folklor industriálního věku	83
5.4	Rituálový model komunikace podle Jamese W. Careye	84
5.4.1	Srovnání technologického vlivu telegrafu a internetu	86
5.5	Zprávy jako mytologie	88

5.6	Virální versus „spreadable“ média	89
5.7	Mediatizace	91
6	Závěr	94
6.1	Zhodnocení a další možné směry výzkumu.....	96
6.2	Praktické rady	98
	Summary.....	100
	Použitá literatura	101
	Další zdroje informací	103
	Seznam grafů, schémat a tabulek	104
	Grafy	104
	Tabulky.....	104
	Schémata.....	104
	Seznam příloh.....	104
	Elektronické přílohy (na CD-ROM).....	104
	Přílohy	109
	Příloha č. 1: Zúčastněné pozorování a rozhovory v krajské redakci MfD Ostrava (chronologicky seřazená deskriptivní data)	109
	Příloha č. 2: Plánek redakce MfD Ostrava	128

1 ÚVOD. PŘEDMĚT A ÚČEL PRÁCE

Zprávy v novinách, v rozhlasu, v televizi i na internetu v nás každý den zjevnými i skrytými prostředky vyvolávají přesvědčení, že informují o událostech, jež se skutečně staly a jsou pro nás důležité. Odhlédneme-li pro začátek od úvah, zda skutečnost objektivně existuje, nebo vzniká až interpretací „v oku pozorovatele“, můžeme konstatovat, že zpravodajství přináší také množství informací o událostech, jež se s vysokou pravděpodobností nikdy nestaly, nebo se přinejmenším nestaly na tolika místech a tolika lidem, jak by z jejich četnosti vyplývalo. Přesto jsou označovány za skutečné, a v jistém smyslu se tak skutečnými (sociálními fakty) stávají.

Jedná se často o logicky strukturované příběhy (*pověsti*) či o stručné, neověřené či neověřitelné - většinou poplašné - informace bez syžetu (*fámy*). Souhrnně můžeme takové příběhy, pojednávající zhusta o počátku věcí a pravidel chování ve společnosti, vypovídající o kolektivně sdílených úzkostech a stereotypch, označit za *současný folklor*. Tato práce chce zjistit, zda jsou některé z poznatků a metod moderní folkloristiky přenositelné do mediálních studií a jak by mohly být užitečné pro jejich další rozvoj.

Média v pozdně moderních společnostech významně přispívají k přežití a rozšiřování žánru lidové pověsti (Shibutani 1966, Rosnow a Fine 1976, Brunvand 1981, Dégh 1994, Bennett a Smith 1996, Janeček 2006), který již mnozí badatelé na počátku 20. století považovali za mrtvý. „[...] důležitou odlišností dnešních pověstí [od těch klasických] je skutečnost, že se rozšiřují také prostřednictvím masových médií,“ píše Brunvand (1981, s. 5). Zároveň se však mohou podílet i na jejich vysvětlování a demytizaci (Brunvand 2000, s. 6).

Případů medializace současných pověstí v posledních letech přibývá, a to celosvětově i v českém prostředí. Někteří teoretikové argumentují, že je to způsobeno rozvojem komunikace prostřednictvím počítačových sítí (Fernback 2003, Kibby 2005).

Folklor se díky internetu globalizuje. Ani zavedeným zpravodajským médiím se ve změněných podmínkách nedaří ověřovat, filtrovat, třídit a posuzovat relevanci podobných informací. V březnu 2009 provedl student sociologie Shane Fitzgerald z Univerzity v Dublinu výmluvný experiment.¹ Na internetovou encyklopedii Wikipedia, kterou může upravovat kdokoli, umístil vymyšlený citát právě zesnulého francouzského skladatele Maurice Jarre. Smyšlená informace se

¹ CARBERY, Genevieve. *Student's Wikipedia hoax quote used worldwide in newspaper obituaries* [online]. 2009, May 6 [cit. 2009-05-09]. Dostupný z WWW: <http://www.irishtimes.com/newspaper/ireland/2009/0506/1224245992919.html>.

pak (bez uvedení zdroje) objevila v britských (Guardian, Independent, BBC), indických i australských médiích.

Několik dalších příkladů: V červnu 2001 informovala televize Nova diváky v hlavním zpravodajském pořadu, že kdosi úmyslně líčí injekční jehly infikované virem HIV a hepatitidy do sedadel autobusů². V listopadu 2004 Mladá fronta Dnes napsala o zákaznických obchodního domu IKEA vyděšených fámou o únosech dětí z dětských koutků³. V srpnu 2005 se brněnský deník Rovnost na titulní straně zmínil, že arabští prodavači rychlého občerstvení přimíchávají do omáček sperma⁴. Všechny tyto informace se ještě před tím, než se objevily v mainstreamových médiích, šířily po internetu a zároveň cestou tradičního folkloru, tedy od úst k ústům. Ve všech případech, a pravděpodobně i v mnoha dalších, jejichž objevení je jedním z úkolů této práce, se prokazatelně jedná o současné pověsti a fámy zdokumentované folkloristickým výzkumem.

O vztah současného folkloru a médií jsem se začal zajímat jako novinář v prosinci 2006. Tehdy jsem narazil na popularizační práci etnologa Petra Janečka z Národního muzea *Černá sanitka a jiné děsivé příběhy*. Jako první začal moderní české pověsti sbírat, podrobovat je soustavnému vědeckému výzkumu a zařazovat je do mezinárodních a historických souvislostí. Jeden ze závěrů, k nimž došel, zní: „K životnosti a šíření současných pověstí přispívá nejen jejich, pro folklor typický, ústní přenos, ale i moderní média (...), která současné pověsti – často nevědomky – pomáhají přenášet a dodávají jim tak prvek věrohodnosti“ (Janeček 2006, s. 322).

Když jsem v lednu 2007 na toto téma publikoval článek ve zpravodajském časopisu⁵, netušil jsem, že také Janečkova práce tak rychle a výrazně vstoupí do zdejší populární kultury. Během dvou let vyšly další dva díly *Černé sanitky* a na jejich základě vznikl nejprve rozhlasový a později i televizní seriál. Podobně široký zájem vzbudily v uplynulých desetiletích sbírky současného folkloru amerického (Jan Harold Brunvand), německého (Rolf Wilhelm Brednich⁶), britského (Gillian Bennetová), švédského (Bengt af Klintberg) či polského (Dionizjusz Czubala). Komerční úspěch popularizačních knih je jedním z motorů výzkumu současného folkloru. I má vlastní argumentace v roli reportéra při prosazování tématu na redakční poradě spočívala ve dvou bodech: jsou to poutavé historky, každý si je rád přečte. A za druhé, zkoumá je vědec z Národního muzea, ten textu v očích čtenářů dodá vážnost. Jak ještě uvidíme, automatické

² *Nastražené použité injekční stříkačky*. TV Nova. Televizní noviny, 3. 6. 2001, první zpráva.

³ *Krádeže dětí v prodejně IKEA? Fáma, tvrdí policie*. Mladá fronta Dnes, 20. 11. 2004, s. 5.

⁴ *Menu: špína a starý olej*. Rovnost – Brněnský deník, 24. 8. 2005, s. 1.

⁵ *Vrah z hypermarketu a další nové pověsti české*. Týden, 22. 1. 2007, s. 26.

⁶ Jeho práce předčila v první polovině devadesátých let v prodeji i klasické *Pohádky bratří Grimmů*.

přisuzování autority akademickým a jiným institucionálním zdrojům hraje v procesu medializace pověstí podstatnou roli⁷.

Proč by se měla mediální studia zajímat o současný folklor? Nabízí možnost na konkrétních příkladech demonstrovat jejich koncepty a teorie a lépe pochopit zákonitosti, jež ovlivňují chod mediálních institucí a určují obsah a formu zpravodajských i zábavních obsahů. V páté kapitole se pokusím medializovaný folklor popsat nejprve s využitím přenosového paradigmatu, potom se na něj podívám optikou rituálového modelu komunikace, jak jej známe z úvah Jamese W. Careye, připomenou úvahy o vztahu mytologie a zpráv, názory na roli folkloru v moderní společnosti z pera Marshalla McLuhana a v závěru se pokusím na medializovaný folklor aplikovat koncept mediatizace Winfrieda Schulze.

Mediální studia nemají pevné hranice. Leží na průsečíku a integrují v sobě postupy a poznatky z různých oborů: sociologie, psychologie, lingvistiky, historie, filosofie, abychom jmenovali několik nejdůležitějších. Zároveň v nich, stejně jako v jiných sociálních vědách, platí, že jejich rozvoj není lineární, nýbrž cirkulární – „nové diskursy nenahrazují staré, nýbrž jsou jimi ovlivňovány, zahrnují je do sebe, případně jsou ve vzájemném rozporu“ (Pietilä 2005, s. 10).

„Jsou-li média hlavním zdrojem informací a zábavy, je studium toho, jaké informace a jakou zábavu nabízejí a jak to dělají, významnou výpověď o společnosti“ píše Burton a Jiráček (2003, s. 27). Folklor sice není hlavním zdrojem informací a zábavy, přesto není zdrojem nepodstatným. Analogicky můžeme říci, že i jeho studium nabízí o společnosti významnou výpověď: Jakou společenskou funkci současné pověsti plní? Jaké hodnoty, morální soudy či varování nesou? Jak jsou v nich tato sdělení zakódována a jak je příjemci čtou? Z hlediska mediálních studií i praktické každodenní žurnalistiky je lepší pochopení principů vzniku, mechanismů šíření, pronikání do médií a společenských účinků současného folkloru podstatná, a přitom dosud opomíjená problematika. Souvisí úzce s - v dominantním mediálním paradigmatu zdůrazňovanou - funkcí médií spočívající v hledání pravdy, odlišování důležitého od nepodstatného, ověřování informací a informování (také ve smyslu utváření) veřejného mínění.

Tato práce má dvě roviny. Cílem teoretické části je prozkoumat styčné plochy mediálních studií s folkloristikou a zjistit, jak se tyto interdisciplinární obory mohou navzájem obohatit. Praktická část práce je založena na kvalitativním výzkumu a obsahové analýze a má odpovědět na otázky jakým způsobem, proč a s jakými důsledky se současný folklor stává obsahem českých tištěných, internetových i elektronických médií.

⁷ viz kapitoly 2.8, 3.5.3 a 4.1.7

V závěru shrnu získané poznatky a nastíním možné směry dalšího výzkumu. Pokusím se také zformulovat tipy pro novináře, kteří chtějí navzdory všem pochybnostem a omezením hledat pravdu a udržet si důvěru čtenářů, jak těmto příběhům, které jsou „příliš dobré na to, aby se opravdu staly“, nenaletět.

1.1 METODA

Metodou teoretické části práce je rešerše, komparace, utřídění a kritická analýza bibliografických zdrojů a článků publikovaných na dané téma v odborných periodikách obou srovnávaných oborů. Zatímco odborné publikace o současném folkloru se začaly v českém jazyce objevovat až v posledních letech, v zahraničí, zejména ve Spojených státech, v Británii, v Německu a ve Francii, trvá vědecký zájem o pověsti a fámy již od 40. let minulého století.

Literatura zaměřená na současný folklor je v českých knihovnách obtížně dostupná. Proto jsem v zimním semestru 2007 využil studijního pobytu na Univerzitě v Richmondu a čerpal jsem informace z fondů tamní Boatwright Memorial Library. Využil jsem také meziknihovní výpůjční služby a přístupu do elektronických archivů JSTOR, AnthroSource, Article1st, ComAbstracts, Communication & Media Complete, Emerald Full Text Online, Central and Eastern European Online Library a dalších. Dalšími významnými zdroji odborné literatury byly Národní knihovna ČR, knihovna FSV UK, knihovna FF UK, Městská knihovna v Praze a soukromé knihovny etnologa Petra Janečka a autora práce.

Při studiu folkloristických pramenů jsem se zaměřil na momenty ve výzkumu a oborové práce s přesahem k mediálním studiím. Ty jsem zpracoval do dvou rámců: do přehledu pojmů a termínů přebíraných z folkloristiky (kapitola 1.2) a do chronologického přehledu významných folkloristických prací dotýkajících se mediální problematiky (kapitola 2).

1.1.1 PRAKTICKÁ ČÁST

Současný folklor v médiích je možné zkoumat širokou škálou metod. Kdybychom se rozhodli pro čistě kvantitativní přístup, mohli bychom kupříkladu porovnávat četnost výskytu folkloristických motivů s dalšími proměnnými a zkoumat, která média jsou ke zveřejňování folkloristických motivů náchylnější. Nebo ověřit hypotézu, že k jejich zveřejňování dochází častěji v letních měsících v „okurkové sezóně“.

Kvantitativní metoda tu však naráží na podstatný problém: folkloristické motivy jsou natolik pestré a variabilní, že bez vyspělé počítačové analýzy textu či spolupráce většího výzkumného týmu můžeme jen stěží stanovit reprezentativní vzorek. Zdánlivá exaktnost výsledků by pak stála na vratkém základu. „Každá vážně míněná studie pravidelností v lidském chování zavede

výzkumníka vzápětí do džungle proměnných. Pokusy o jejich přesné změření a experimenty jsou předčasné, dokud nevyklestíme alespoň část tohoto podrostu“ (Shibutani 1966, s. 6).

Dalším možným přístupem je obsahová analýza. Bylo by kupříkladu možné po vzoru Lenore Weitzmanové (Giddens 2001, s. 115), která totéž učinila s knížkami pro děti předškolního věku, analyzovat rozdělení mužských a ženských rolí v motivech současných pověstí. To by nás však příliš nepřiblížilo odpovědi na otázky, které si tato práce klade: jak a proč se současný folklor stává mediálním obsahem a jak může toto poznání obohatit mediální studia.

Proto jsem se rozhodl pro cestu kvalitativní obsahové analýzy s využitím prvků etnografie. V uplynulých dvou letech jsem sledoval českou mediální produkci, a z ní pak pomocí rešerší v elektronických archivech vybral typické příklady zveřejněných fám a pověstí (viz kapitoly 3 a 4). Popsal jsem způsob a okolnosti zveřejnění, pokusil jsem se zmapovat jejich původ, cestu do médií a další šíření. Vypracoval jsem schémata vybraných komunikačních událostí a pokusil se v nich objevit pravidelnosti.

Metodou teoretického vzorkování jsem vybral šest konkrétních příkladů, a na jejich základě pak formuloval otázky a hypotézy pro další zpřesňování a případné vyvrácení. „Výzkumník vědomě vybírá další příklady ke studiu podle jejich potenciálu k dalšímu poznání (...)“ (Taylor a Bogdan 1984, s. 18).

Vzorek není dostatečně rozsáhlý pro aplikování analytické indukce. Přestože jsem na žádné nenarazil, nemohu s určitostí vyloučit existenci negativních případů, jež by mé závěry zpochybnil. Při jejich vyvozování jsem se proto držel principů generování zakotvené teorie. Při nich se výzkumník nesnaží své hypotézy prokázat, ale hledá pro ně hodnověrnou podporu (Tamtéž, s. 126). Závěry však není možné generalizovat.

Osobním důvodem k volbě kvalitativní metody byl fakt, že kvantitativní postup jsem již s úspěchem využil v bakalářské práci⁸ ke srovnání dlouhodobých trendů sledovanosti televizních diskusních pořadů, účasti ve volbách a v průzkumech veřejného mínění deklarovaného zájmu občanů o politiku.

1.1.2 PŘÍPADOVÁ STUDIE

V případové studii jsem podrobně rozpracoval nedávnou fámou o výskytu pumy na Osoblažsku a Krnovsku. Jedná se o motiv typický, často se opakující v médiích v České republice i v zahraničí. Zpracoval jsem chronologický přehled příspěvků o pumě v českých médiích, rekonstruoval jsem

⁸ ... a co na to občan? Politické diskusní pořady v celoplošných televizích 1990 – 2003. Praha: FSV UK, 2004.

zdroje, z nichž jejich autoři vycházeli, nastínil jsem historii, původ a význam fámy o pumě a zasadil ji do mezinárodního kontextu.

Pro lepší pochopení motivace novinářů ke zveřejnění fámy, mechanismů vzniku a udržování zpravodajských hodnot, které uplatňují při výběru zpráv, způsobu, jakým se při tom vyrovnávají s porušováním idealizovaných představ o roli novináře a institucionálních i dalších tlaků, jež na ně při výkonu povolání působí, jsem vedl rozhovory s aktéry a provedl zúčastněné pozorování v regionální ostravské redakci Mladé fronty Dnes (MfD). Inspiroval jsem se postupy známými z antropologie médií (Rothenbuhler a Coman (eds.) 2005). Redakci MfD jsem si vybral, protože informaci o pumě nejen zveřejnila jako mnohá další média, ale také se k ní vyjádřila v redakčním komentáři. Dalším důvodem byla snaha přiblížit se co nejvíce roli pozorovatele coby cizince: Ostrava je od mé rodné Prahy daleko, nikdy jsem tam nebyl, nikoho tam neznám a region má svébytnou kulturu.

Pozorování redaktorů při práci se ukázalo jako vhodná doplňující metoda k rozhovorům. Při nich se totiž ukázalo, že novináři mají tendenci hrát naučené role a opakovat idealizované představy o povaze, pravidlech a účelu své práce. Pozorování ukázalo problémy, na něž v praxi narážejí a způsoby, jimiž vytvářejí kompromisy mezi těmito představami a realitou, jak se s těmito rozdíly vyrovnávají a jak jim dávají smysl.

Protože výskyt fám ve zpravodajství nelze spolehlivě předpovědět, nepodařilo se zorganizovat synchronní pozorování přímo při této události. Jako hlavní objekty zájmu však byli vytipováni redaktorka a mediální manažer, kteří se na zveřejnění fámy v nedávné minulosti přímo podíleli. Nebylo možné pozorovat editora, který zprávu zařadil do novin, protože se po zahájení výzkumu ukázalo, že týden po zveřejnění fámy redakci opustil. Pozorování se proto zaměřilo na jeho kolegy, jejichž pracovní postupy jsou analogické. Předpokládám, že provoz deníkové zpravodajské redakce je do té míry pravidelný a ustálený, že výsledky pozorování je možné vztáhnout i na den zveřejnění fámy. Všichni zúčastnění ji navíc měli ještě v čerstvé paměti.

Od prvotního nápadu, sběru informací až po její finální podobu jsem pozoroval proces vzniku zprávy podobného, varovného, avšak obtížně ověřitelného druhu – o obavách obyvatel regionu z prasečí chřipky. Ukázalo se, že výroba zpráv je do té míry standardizovaná, že poznatky je možné využít i k lepšímu pochopení fámy o pumě.

Získání přístupu nebylo složité. V úterý 21. dubna 2009 jsem zatelefonoval na číslo redakce a požádal jsem vedoucího redakce PŽ, zda by bylo možné na jeho pracovišti provést výzkum. Představil jsem se jako student FSV UK připravující diplomovou práci a požádal jej o povolení

dva dny pozorovat chod redakce. V souladu s pravidly zúčastněného pozorování jsem zpočátku nevysvětloval, co přesně je cílem výzkumu. PŽ po chvíli váhání souhlasil s rozhovorem, pozorování však zprvu nechtěl dovolit z obav před konkurencí a z úniku citlivých informací. Ubezpečil jsem ho, že se jedná o akademický výzkum. Po krátkém přemlouvání svolil, že se zeptá svého nadřízeného, zástupce šéfredaktora MfD zodpovědného za regionální přílohy. Asi po dvou hodinách přišel e-mail: „Probral jsem to se svým šéfem a nemá nic proti. Jestli Váš zájem trvá, ozvěte se“ [1]⁹.

Pozorování spojené s nestandardizovanými rozhovory s aktéry zveřejnění fámy o pumě (vedoucí redakce, editoři, kolegové) se uskutečnilo ve dnech 27. a 28. dubna 2009. Delší pozorování nebylo možné z finančních a organizačních důvodů. Je to zřejmě největší nedostatek zvolené metody. Snažil jsem se jej vyvážit zformulováním předběžných hypotéz po prvním dnu pozorování a užším zaměřením výzkumu v průběhu druhého dne. Na rozdíl od klasického sociologického pozorování nebylo totiž mým cílem komplexně popsat zákonitosti sledovaného prostředí, ale odpovědět na okruh otázek a potvrdit či vyvrátit pracovní hypotézy uvedené v kapitole 3.2. Zároveň jsem ale hledal i odpovědi zcela nové a nečekané, a v první pozorovací den jsem proto zaměřil svou pozornost na co nejširší spektrum jevů.

Podařilo se získat pouze omezený přístup k vnitřním redakčním dokumentům. Zápisy z porad ani písemné hodnocení předchozích vydání redakce již nepořizuje. (PŽ: „Bylo to dobré, ale stálo to strašnou spoustu času. Nejde jen o jedno vydání, snažíme se vytvořit obecná pravidla“ [24].) Žádné čtenářské dopisy s reakcemi na zprávu o pumě nepřišly. Pracovní poznámky redaktorky IL, která fámu zveřejnila, se v počítačovém systému, který je obvykle archivuje tři měsíce, nedochovaly, protože ten den byla neděle a redaktorka pracovala z domova, přestože se to nesmí [84]. Podařilo se nicméně získat jiné relevantní dokumenty (viz soupis analyzovaného materiálu na následující straně).

Podařilo se také získat důvěru a prolomit ostych pozorovaných novinářů (během prvního dne mně všichni až na jednu výjimku nabídli tykání). Zúčastnění souhlasili se zveřejněním svých iniciál, funkcí a fotografií v této práci. K vysvětlení nepřírozené situace přítomnosti pozorovatele na pracovišti dobře posloužilo přirovnání ke známému filmu *Vrat' se do hrobu*. Na rozdíl od jeho hrdiny byl však v tomto případě výzkumník v roli úplného pozorovatele, nikoli úplného participanta.

⁹ V hranatých závorkách budu nadále uvádět odkazy na textové segmenty dat získaných při rozhovorech a zúčastněném pozorování v krajské redakci MfD Ostrava. Jsou přetištěna chronologicky v příloze číslo 1 a v elektronické příloze číslo 1 jsou pak seřazena podle výsledků kódování.

Abych neovlivňoval chování pozorovaných soustavným zapisováním poznámek, vytvořil jsem si pozorovací stanoviště u dlouhého jednacího stolu, kde se konají porady. Jeho umístění bylo k tomuto účelu vhodné, protože se nachází mezi newsroomem a kanceláří vedoucího redakce, je zčásti skryt za dlouhou nízkou skříní, ale přitom poskytuje výhled na větší část redakce v popředí se stanovištěm editorů, fotoreportérů a zástupce vedoucího JB.¹⁰ Dílčí pozorování jsem pak prováděl bez zápisníku a jejich výsledky zaznamenával bezprostředně poté. U delších rozhovorů a porad jsem seděl s ostatními za stolem a dělal si poznámky průběžně. Pokud s tím respondenti souhlasili, používal jsem diktafon.

Redaktoři mě ochotně nechali sledovat celý proces výroby novin od prvních ranních plánů, sběru informací po telefonu a na internetu, přes vznik a zpřesňování layoutů, zlomu až po vymýšlení titulků, poslední korektury a odeslání regionální přílohy do tiskárny. Zúčastnil jsem se porad redakce i vedení, byl jsem svědkem konferenčního hovoru s pražskou centrálou, byl jsem s redaktory na obědě a po práci na pivu, rozmlouval s nimi u pracovních stolů, ve výtahu i v kuárně (ta se ukázala jako zdroj cenných informací, které mi pomohly pochopit osobní historie a hierarchii autorit v redakci). Řídil jsem se radou sociologa Jacka D. Douglase: „Výzkumník nehledá pravdu a morálku, ale porozumění“ (citováno podle Disman 2005, s. 294).

Na konci výzkumu jsem po delším rozhovoru vedoucímu redakce (a později i některým redaktorům) sdělil přesný účel pozorování. V prvním okamžiku PŽ zvážněl, zdálo se mi, že přemýšlí, jestli z toho může mít problémy u nadřízených. Když jsem se ho zeptal přímo, odpověděl, že žádné takové obavy nemá. Po několika minutách pokračoval v hovoru s úsměvem a tak jsme se i rozloučili [189, 194, 195, 196, 199].

Během čistých šestadvaceti hodin sběru dat se mi podařilo získat a významně prohloubit porozumění prostředí regionální redakce, důvodů a okolností, za nichž fámu o pumě zveřejnila a shromáždit dostatečné množství deskriptivních dat i dokumentů, jež jsem zpracoval v další fázi výzkumu. Konkrétně se jedná o:

- **terénní zápisník:** 42 stran formátu A4 se záznamem výroků, chování, popisů prostředí, osobních postřehů a pocitů výzkumníka, vynořujících se teorií a otázek; jeho součástí je i orientační plán redakce, rozsazení redaktorů na poradách či uspořádání místnosti, v níž samostatně pracuje redaktorka IL – viz elektronická příloha č. 3
- **audionahrávky:** 2 hodiny a 39 minut záznamu rozhovorů s vedoucím redakce PŽ a s redaktorkou IL, pozorování redaktorky IL při sběru informací (telefonické hovory se

¹⁰ viz příloha č. 2: Plánek redakce MfD Ostrava

zdroji) a její debaty s editorem – vybrané výstižné ukázky jsou v elektronických přílohách č. 4 – 13

- **fotografie:** 26 fotografií redaktorů při práci, jejich pracovního prostředí, nástěnek a výtisků novin s fámou o pumě – viz elektronické přílohy č. 14 - 39
- **dokumenty:** pracovní poznámky redaktorky IL k článku o prasečí chřipce a výsledný článek, redakční směrnice „Desatero horkých novin“, tisková zpráva hasičů Moravskoslezského kraje ze soboty 21. března 2009 o výskytu pumy, článek MfD o pumě, rozpis služeb, seznamy kontaktů, výtisky novin ze sledovaných dnů a ze dne zveřejnění fámy o pumě

Přepisem získaného materiálu jsem získal 147 810 znaků deskriptivních dat rozdělených do 217 textových segmentů¹¹. Při jejich kódování jsem využil specializovaný software Coding Analysis Toolkit dostupný zdarma na webu Programu kvalitativní analýzy dat Univerzity v Pittsburghu¹². Při kódování jsem použil následující pojmy (řazeno abecedně):

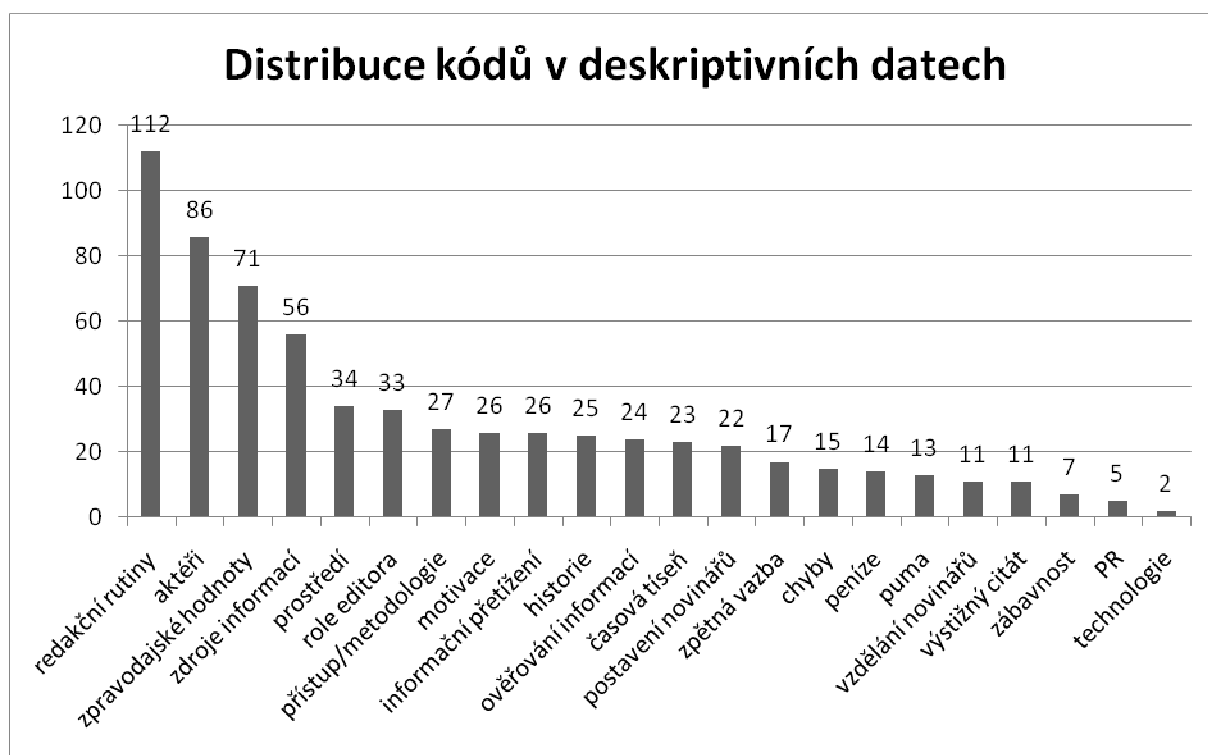
- **aktéři** – data vypovídající o hlavních aktérech zveřejnění fámy o pumě a dalších členech redakce
- **časová tíseň** – jaký vliv má nedostatek času na výslednou podobu mediálních obsahů a na novináře
- **chyby** – věcné a formální, jichž se redaktori a editori v textech dopouštějí, a proč
- **historie** – osobní historie aktérů, historie krajské redakce MfD
- **informační přetížení** – přetlak informací a jak se s ním novináři vyrovnávají
- **motivace** – co je vede k výkonu novinářského povolání
- **ověřování informací** – jak se ověřuje správnost a přesnost publikovaných informací
- **peníze** – finanční podmínky a omezení
- **postavení novinářů** – jak vnímají novináři své společenské postavení a jak se mění
- **PR** – vztahy s profesionálními komunikátory ve firmách a institucích
- **prostředí** – popisy a výpovědi o redakci, atmosféře v ní a jejím vlivu na výkon novinářského povolání
- **přístup/metodologie** – metodologické poznámky, limity přístupu, vliv pozorování na pozorované
- **puma** – konkrétní poznatky o tom, jak a proč došlo ke zveřejnění fámy o pumě
- **redakční rutiny** – porady, hodnocení a další opakující se rituály a pracovní postupy
- **role editora** – vliv editora na výslednou podobu textů

¹¹ viz příloha č. 1 a elektronická příloha č. 1

¹² <http://cat.ucsur.pitt.edu/>

- **technologie** – vliv technologií na styl práce a výslednou podobu novin
- **výstižný citát** – výroky vystihující vysledované principy
- **vzdělání novinářů** – vliv vzdělání na výkon novinářského povolání
- **zábavnost** – důležité kritérium pro výběr a prezentaci zpráv
- **zdroje informací** – jaké zdroje informací redaktoři využívají, v jakých situacích a proč
- **zpětná vazba** – dopisy čtenářů, pokyny z Prahy, sebereflexe vlastní práce a další podněty působící jako zpětná vazba
- **zpravodajské hodnoty** – kritéria, na jejichž základě se rozhoduje o výběru zpráv a způsobu jejich prezentace

Každý segment musel být označen nejméně jedním, ale i několika kódy. Distribuci kódů ve shromážděných datech ukazuje graf.



Graf 1: Distribuce kódů v deskriptivních datech

Vzhledem k rozsahu a vypovídací hodnotě případové studie, jež byla původně zamýšlena jako jedna z příloh, jsem se rozhodl ji začlenit do hlavního textu. Vypustil jsem původně plánované podkapitoly o interpretaci a sociálních funkcích současného folkloru. Pohledy mediálních studií a folkloristiky se v těchto oblastech neliší, oběma tématům se průběžně věnuji v celé stati, zejména v kapitolách 1.2.31.2, 2, 3 a 4 i závěru (kapitola 6). Vyjma těchto změn struktura práce odpovídá schváleným tezím.

1.2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ A ŽÁNŘŮ

Autoři (nejen) populárních textů o současném folkloru sklouzávají obvykle k laxnímu používání termínů popisujících jevy, o něž se nyní zajímáme. Často zaměňují současnou pověst a fámu, případně necitlivě importují terminologii z jiných jazyků. Česká folkloristika má přitom relativně ustálenou terminologii vycházející mimo jiné z dodnes uznávaných prací bratří Grimmů. Pokusím se nyní o stručné definice základních pojmů. Vycházím z pohledu folkloristického s přihlédnutím k možným kolizím - ale i souznění - s terminologií mediálních studií.

1.2.1 ETNOLOGIE A ETNOGRAFIE

Etnologie je vědecká disciplína, která se zabývá studiem kultury členů skupiny (ethnos). Od konce 18. století se v českém prostředí zaměřovala na „svět našich předků“, tedy na sběr a studium venkovské ústní slovesnosti, ale i na hmotnou kulturu – kroje, stavby, řemesla a také na lidové obyčeje. Moderní etnologie od poloviny dvacátého století - v českém prostředí až v posledních letech - přesunuje těžiště zájmu k běžné každodenní kultuře soudobého městského člověka v industriální a postindustriální společnosti. Zajímá se například o proměny vánočních a velikonočních zvyků, anekdoty, nápisy na zdech, historky, které kolují mezi mládeží. „Zkoumáme věci, které většina ostatních disciplín považuje za nepodstatné a okrajové, ale my etnologové si myslíme, že jsou naopak velmi důležité, protože jsou integrální součástí každého z nás.“¹³

Etnografie (národopis) je způsob sběru dat využívaný zpočátku v antropologii a v etnologii, později také v sociologii a v mediálních, zejména kulturních studiích (antropologie médií, etnografie publika). Mezi základní etnografické postupy patří zúčastněné a nezúčastněné pozorování, hloubkové rozhovory či sběr osobních historií, postupy využívané také v kvalitativním výzkumu médií.

V 19. století se etnografie začala používat v britské antropologii k popisu jednání, zvyků a vzorců každodenního chování nezápadních společností, vnímaných tehdy převažující optikou kulturního absolutismu jako zaostalé až primitivní, směřující neodvratně po jediné správné cestě kulturního vývoje, tedy k západní civilizaci (Reifová a kol. 2004, s. 57). Ve dvacátém století začala západní věda otáčet etnografii svým směrem a chápat ji také jako způsob poznání vlastní společnosti.

Například etnometodologie, vznikající v 60. letech kolem osobnosti Harolda Garfinkela, se stala na čas vlivným - ačkoli ne hlavním - proudem sociologické teorie. Na rozdíl od dominantního funkcionalistického přístupu nepovažovala sociální fakta za objektivně existující, zvnějšku

¹³ Rozhovor s etnologem a folkloristou Petrem Janečkem. Český rozhlas, 5. 3. 2009. Dostupný z WWW: http://www.rozhlas.cz/radionaprani/archiv/_audio/00877394.mp3

uplatňovanou danost, nýbrž za „neustále se obnovující výsledek aktivit každodenního života“, a studovala „proces, v němž lidé uplatňují všeobecně přijímaná pravidla chování, jimiž interpretují vzájemné interakce a dávají jím smysl“ (Wallace a Wolf 2006, s. 270-271).

1.2.2 NARATIVITA

Latinské sloveso *narrare* se překládá jako *vyprávět, líčit, podávat zprávu* či *učinit známým*.

Burton a Jiráček (2003) označují narativitu - bez ohledu na to, zda se jedná o fikci či o nefiktivní obsah - za základní technologii výrobního procesu tvorby a posilování hodnot, který probíhá v médiích. „Pro naraci jsou příznačné tyto rysy: a) přítomnost zápletky (fabule); b) syžet (děj), v němž se zápletky realizuje; c) přítomnost vypravěče“ (Reifová a kol. 2004). Po naprostou většinu existence lidstva se narativita uplatňovala a formovala především v ústně šířených příbězích. Mají-li jasnou dějovou linku, jsou badatelé nazýváni narativním folklorem.

1.2.3 FOLKLOR

Podle jedné z nejobecnějších definic tvoří folklor „jednotky tradiční znalosti, které povstávají v opakujících se výkonech“¹⁴. Termín folklor můžeme doslova přeložit jako lidovou tradici, učení, moudrost - či vyprávění. „Lid“ však v novodobé folkloristice není chápán jako idealizovaná skupina obyvatel venkova, která mimoděk uchovává ve svých tradicích národní hodnoty, ale jako kolaborativní výsledek neustále probíhajícího negociace významů mezi sociálními třídami a subkulturami, které sdílejí kulturní tradici, ale zároveň jsou ovlivňovány na spotřebitele zaměřeným kulturním průmyslem, jak jej definovali Max Horkheimer či Theodor Adorno (Dégh 1994, s. 53). Svůj vlastní folklor si většinou neuvědomujeme, podobně jako gramatiku rodného jazyka (Brunvand 1981, s. 1)¹⁵. Za orální folklor jsou označovány všechny komunikační události, které jsou zapamatovatelné, opakovatelné a využívány v opakujících se společenských situacích, tedy například pozdravy, přísloví, přezdívky, pranostiky či vtipy.

Tato práce se zaměřuje na rozsáhlejší jazykové projevy narativního folkloru (lidové slovesnosti). Jedná se o košaté příběhy, ale i stručnější informace, které se v tradičních společnostech šířily ústně (orální transmisí), v moderních také prostřednictvím médií. Aby mohly být označeny za narativní folklor, musí taková vyprávění zároveň splňovat i další tři podmínky:

- jsou fiktivní
- vykazují variace (vyskytují se v různých podobách na různých místech)
- jejich autor či autoři jsou anonymní

¹⁴ ABRAHANS, Roger D. *The Complex Relations of Simple Forms*. In BEN-AMOS, Dan. *Folklore Genres*. Austin: University of Texas Press, 1976. s. 193-214. Citováno podle Kibby 2005, s. 773.

¹⁵ srov. s výrokem Marshalla McLuhana: Jedinou věcí, kterou si ryba neuvědomuje, je voda, ve které plave, tedy médium, které ji udržuje při životě.

Narativní folklor plní rozmanité kulturní a společenské funkce, jako například šíření sdílených hodnot a varování (například o pravděpodobných důsledcích různých akcí), udržování soudržnosti skupin (reflektují a posilují jejich identitu a sebepojetí) a slouží také jako přetlakový ventil snižující sociální napětí (často kritizuje, zesměšňuje nebo jinak podřívá autoritu sociálních institucí a ustavený společenský řád). Stejně jako média má též funkci zábavnou, rozptylující.

Folkloristika se dnes v České republice jako samostatný obor nevyučuje, je podoborem a předmětem zájmu etnologie. Nejvýznamnější badatelé na poli současného folkloru jsou sdruženi v *Mezinárodní společnosti pro výzkum současných pověstí* (International Society for Contemporary Legend Research, ISCLR), vydávají odborný časopis *Současná pověst* (Contemporary Legend) a pořádají každoroční odborné konference. Texty o současném folkloru publikují také v literárních (například francouzský *Fabula*), ale i sociologických či médiologických časopisech (například *New Media and Society*).

Existují různé přístupy k definování folklorních žánrů. Je možné je klasifikovat tematicky, podle obsahu (legendy jsou o světcích, bajky o zvířatech a rostlinách), pomocí morfologické analýzy (jak činí například Vladimír Propp ve své Morfologii pohádky), archetypálně (podle typických znaků, například že v legendě jde vždy o morální dilema) či využít funkcionalistický přístup, který se soustředí na společenské a kulturní funkce žánrů. Pokusím se nyní nejrozšířenější žánry definovat. Vycházím při tom z funkcionalistického přístupu a z názvosloví současné české folkloristiky¹⁶:

1.2.4 POVĚST

Realistické vyprávění zakotvené v čase a místě, považované danou společností za pravdivé. Jeho hrdiny bývají obyčejní lidé pohybující se v běžném, každodenním prostředí. Folkloristé dělí pověsti následovně:

- **místní** – spjaté s konkrétní lokalitou
- **démonologické** – vystupují v nich nadpřirozené bytosti
- **etiologické** – vysvětlující původ věcí
- **současné** – rozšířené v moderní společnosti, blízké nám; v obecné mluvě a v médiích se pro ně i v češtině ujal název *urban legends* (*městské pověsti*, do češtiny nepřesně překládáno jako *městské legendy*), který začal používat americký folklorista Richard M. Dorson (1976, s. 122). Předtím se používalo komplikovanější označení *urban belief tale/legend*, aby se pověsti, které

¹⁶ na základě osobních konzultací s folkloristou Petrem Janečkem

folkloristé zprvu zachycovali ve velkoměstech, odlišily od tradičních, převážně venkovských. Nějakou dobu se užívalo také označení *moderní pověsti*. Další folkloristický výzkum však ukázal, že mnohé z pověstí, o nichž byla řeč, jsou staré stovky let a vyskytují se na venkově stejně často jako ve městech. V 80. letech minulého století se proto folkloristé shodli na termínu *contemporary legends*, tedy *současné pověsti*; podle Brunvanda (1981, s. 16) se od pohádek liší tím, že jsou uvěřitelné, a od mýtů tím, že se odehrávají v současnosti či nedávné minulosti a vystupují v nich skuteční a konkrétní lidé

1.2.5 FÁMA

Z latinského *fami* (hovořím, povídám, mluvím) a od římského božstva pomluv i přímlyv Fama (jeho řecké ekvivalenty byly Ossa a Feme). Většinou fiktivní informace na aktuální téma považovaná příjemci za pravdivou. Stejně jako pověsti se vyskytuje ve všech známých typech společností. Charakterizuje ji stručnost, rychlé šíření, relativně krátké trvání a absence konkrétního aktéra. Proto není možné fámy na rozdíl od pověstí dost dobře zachytit a spočítat. „Fáma představuje často jakési vývojové stadium současné pověsti, buďto jejího předchůdce (jakousi protopověst, ze které se pověst v ústním podání může teprve vyvinout), nebo naopak relikť kdysi populární pověsti“ (Janeček 2006, s. 334). Brunvand (1981, s. 191) charakterizuje fámu jako „krátkou anonymní neověřenou zprávu o předpokládané události, která se šíří od úst k ústům a masovými médii“. Shibutani (1966, s. 17) ji má za „komunikaci, pomocí níž se lidé ocitnuvši se společně v nejisté situaci pokoušejí zkonstruovat její smysluplnou interpretaci spojením svých intelektuálních sil“.

Z funkcionalistického hlediska je funkcí fámy vedle předání (obvykle fiktivní) informace také náhrada nebo doplnění oficiálních informací poskytovaných médii. Frekvence fám je podle Shibutaniho přímo úměrná společenskému napětí a nepřímo úměrná důvěře v oficiální zdroje informací. Fámy proto vzkvétají hlavně v krizových situacích (války, neštěstí, přírodní katastrofy), kdy kromě své informační funkce poskytují i kolektivní sociálně-psychologickou úlevu od stresu. V klidnějších obdobích se daří zejména fámám spojeným se soukromým životem veřejně známých osob (*gossip* – klepy).

1.2.6 HOAX

Ve starší anglickojazyčné literatuře je používán jako synonymum fámy, případně medializované fámy. Oxfordský slovník jej definuje jako „žertovný či zákeřný klam“, kolaborativní slovník Wiktionary jako „cokoli, co má záměrně klamat“. V češtině se používá jako označení moderní, většinou elektronické (internetové) formy fámy. Výstižnější český ekvivalent se zatím neuchytil,

nejblíže mu je asi *řetězový e-mail*. Jedná se většinou o varovnou zprávu či o sugestivní výzvu k zapojení do komunikačního řetězce. Obdobné řetězové dopisy, například se sdělením typu „pokud tento text nepošleš svým známým, potká tě neštěstí“, se šířily už v době před rozšířením internetu, v počítačově zprostředkované komunikaci však získávají novou kvalitu¹⁷.

1.2.7 ANEKDOTA

Fiktivní žertovný příběh ústící do komické pointy. Na rozdíl od fámy se odehrává v nereálném, fiktivním světě. Jeden z nejmladších folklorních žánrů, jehož masové rozšíření je obvykle kladeno do souvislosti s procesem modernizace a industrializace v 19. století. Dnes nejrozšířenější žánr domácí orální kultury, hojně využívaný také při tvorbě zábavních mediálních obsahů (např. časopisy *Dikobraz*, *Trnky Brnky* či televizní pořad *Zlatá mříž*).

1.2.8 POHÁDKA

Fantastické vyprávění odehrávající se ve fiktivním světě, považované danou společností za smyšlené. Pohádky charakterizují jejich ustálené úvodní a závěrečné formule (Za devatero horami a devatero řekami, Zazvonil zvonec a pohádky byl konec). Jejich hrdiny bývají lidé nebo antropomorfizovaná zvířata. Hlavní funkce pohádek je zábavná, případně výchovná.

1.2.9 LEGENDA

Posvátný příběh o křesťanském světci nebo zázraku pevně zakotvený v čase a místě, svou strukturou blízký pověsti a svou tematikou mýtu. V českém prostředí bývá často zaměňována s pověstí v důsledku nepřesného překladu z angličtiny, kde slovo *legend* znamená pověst.

1.2.10 MÝTUS

Ve folkloristice symbolické, obvykle sakrální vyprávění odehrávající se před vznikem světa nebo během jeho tvoření. (Mythos v řečtině znamená „slovo“.) Hlavními hrdiny bývají bohové nebo bohům podobné bytosti. Mýtus je vždy považován za pravdivý příběh a je úzce spjat s náboženstvím a rituálem. Funkcí mýtů v původním významu je verbalizované shrnutí základních sociálních norem, vysvětlení existenciálních otázek a základních hodnot.

Podle francouzského antropologa Claude Lévi-Strausse je mýtus analogický hlubinné struktuře jazyka. Mýty jsou odvěké, univerzální motivy nabývající pouze v různých kulturách různých podob. Nejsou tvořeny lidmi, ale naopak „tvoří“ člověka, protože existují dávno před jeho narozením a protože z nich čerpá odpovědi ještě před tím, než si položí příslušné otázky. V mediálních studiích je užíváno spíše pojetí filosofa Rolanda Barthesa, který hovoří o mytologii,

¹⁷ viz kapitola 2.8

tedy o systému mýtů, které produkuje kapitalistická společnost, aby obhájila sebe samu (Reifová a kol. 2004, s. 157).

2 HISTORIE VÝZKUMU SOUČASNÝCH POVĚSTÍ A FÁM S PŘESAHEM K MEDIÁLNÍM STUDÍM

O tradiční folklor se humanitní a společenské vědy zajímají od počátku 19. století. První pokusy jej zaznamenávat se objevily již v 18. století, kdy začalo v důsledku zvyšující se gramotnosti ustupovat tradiční lidové vypravěčství (Janeček 2006). Ve stejném období se zrodila folkloristika, vědecká disciplína zabývající se systematickým sběrem a analýzou folkloru.

Od raných prací jejich zakladatelů, bratří Grimmů, dominovali ve folkloristice němečtí vědci, například Reinhold Köhler, Will-Erich Peukert, Friedrich Ranke, Kurt Ranke či Leopold Schmidt (Bennett a Smith 1996). Pro *pověsti* se v mezinárodním vědeckém diskursu vžil německý termín *Sage* (doslova „rčení“), zatímco anglický ekvivalent *legend* (vycházející z latinského *legere* – číst) nedával ve spojení s ústně šířenými narativními jednotkami smysl. V českých zemích byl stejně jako v jiných zemích zrod folkloristiky spjat s národním hnutím.

Příliš úzká původní definice folkloru přivedla většinu badatelů na počátku 20. století k závěru, že „je mrtvým rysem našeho moderního světa“ (americká kulturní antropoložka Ruth Benedictová). S tímto názorem polemizují v eseji *Folklor jako zvláštní forma tvorby* (1929) strukturalisté Piotr Bogatyrev a Roman Jakobson: „Kolektivní tvorba není cizí ani kultuře prodchnuté individualismem. Stačí jen vzpomenout na anekdoty rozšířené v dnešních vzdělaneckých kruzích, na legendární klepy a pověsti, na pověry a vytváření mýtů, na společenské zvyklosti a na módu.“¹⁸

Ve 30. letech se v Německu rozvinul výzkum tzv. *Zeitungssagen* (novinových pověstí), jejichž původ byl odborníky hledán mezi novinovými senzacemi. Další práce věnující se současným pověstem se objevily ve 40. letech, například psychoanalyticky laděný esej řecké princezny Marie Bonapartové z roku 1941 *Mýtus o mrtvole v automobilu* (Janeček 2006, s. 328). Druhá světová válka vnesla nový impuls do výzkumu fám založeného na přenosovém modelu komunikace – podporovaly jej vlády, které chtěly pochopit jejich princip a využít jej ve válečné propagandě.

Po druhé světové válce se těžiště výzkumu současného folkloru přesunulo do anglicky hovořících zemí. Jedním z těch, kdo tehdy výrazně upozornil na existenci a společenský význam

¹⁸ citováno podle (Janeček 2006, s. 327.)

současného folkloru, byl zakladatel moderní americké folkloristiky Richard M. Dorson, mimo jiné autor dnes i v češtině rozšířeného termínu *urban legends*.

Při pohledu na historii výzkumu ústně tradovaného folkloru narazíme na podobnosti s mediálními studii: v rané fázi byl výzkum úzce provázán s psychologíí a sociologií. V období těsně po druhé světové válce můžeme pozorovat silný mezioborový vliv představy o přenosu informací jakožto o mechanickém procesu. Od 60. let pak můžeme podobně jako v mediálních studiích pozorovat příklon k chápání komunikace jako mnohem komplikovanějšího společenského a kulturního procesu (rituálový model, kulturní obrat v mediálních studiích). Studium fám je důležité nejen samo o sobě, ale také proto, co se z něj dozvídáme o sociální změně, píše Shibutani (1966). Od devadesátých let se pak folkloristika intenzivně zabývá vlivem nových síťových médií na měnící se podobu, funkce a způsoby šíření folkloru.

V 70. a 80. letech zažívá moderní folkloristika renesanci jako obor na pomezí humanitních a sociálních věd s mnohem širším záběrem, zabývající se podstatnými rysy soudobé společnosti, a ne jen starodávnými venkovskými obyčejí. Nezaměřuje se jen na odhalování a sběr současných pověstí, ale zajímá ji především *proč* jsou tyto příběhy tak rozšířené a *co vypovídají* o naší kultuře (Brunvand 1981).

V následujícím výběru jsem chronologicky seřadil některé známé folkloristické práce se zřetelným průnikem s předmětem zájmu a metodami mediálních studií.

2.1 PŘEDCHŮDCI: TICHÁ POŠTA V LABORATOŘI (1902) A PSYCHOANALÝZA (1910)

Zřejmě první experimentální studii zkreslení při řetězové transmisi informací provedl německý psycholog William Stern. Publikoval ji pod názvem *Zur Psychologie der Aussage* v roce 1902¹⁹.

Jeho metoda připomíná hru na tichou poštu v laboratorních podmínkách. Stern se pokusil izolovat a popsat opakující se vzorce při nedokonalém příjmu a zkreslené reprodukci informace. Prvního člověka v komunikačním řetězci požádal, aby popsal určitý obraz, případně mu předal předem připravenou zprávu. Ten jí pak předal dalšímu v řadě, ten třetímu, a tak dále. Při každém předání výzkumník podrobně zaznamenával, co kdo přidal, a co naopak vypustil. Stern se pokoušel z těchto proměnných generalizovat. Výzkum fám pak na několik let utichl.

O vysvětlení fenoménu fámy se na počátku 20. století pokoušela také psychoanalýza. Podle ní se ten, kdo vypráví fámě (či pověsti), zbavuje zodpovědnosti za své konání, protože jen posílá dál to, co sám někde slyšel. Fáma je, podobně jako vtíp či sen, další cestou k uvolnění nahromaděného napětí. Carl Gustav Jung v roce 1910 analyzoval případ fámy v dívčí škole, která tvrdila, že

¹⁹ citováno podle (Shibutani 1966)

studentka má poměr s učitelem. Jung vystopoval její původ: Jedna z dívek měla takový sen a svěřila se třem spolužačkám. Později Jung dával fámy do souvislosti se svou teorií kolektivního nevědomí.

Psychoanalytický přístup ke zkoumání médií a také k výkladu současného folkloru je dodnes živý. Český mediální teoretik ovlivněný psychoanalýzou Jan Stern píše²⁰: „Nevědomí zaručuje atraktivitu určitých témat. Sexualita, agrese, morbidnost, spiknutí - tyhle aspekty zaručí, že zpráva zaujme. To je myslím jasné každému, ostatně z toho žije bulvár i všechna ostatní média.“ Podle něj některé informace, příběhy či slova mají nad lidmi určitou moc, dokáží je donutit, aby je šířili. „Současné pověsti jsou typickým reprezentantem této vlády znaku nad člověkem. (...) Člověk se vydělil z přírody řečí, svou sémiotickou povahou, a znak se tak stal jeho 'druhou přírodou'. Zdánlivě člověku slouží, ale ve skutečnosti na něm vykonává jakýsi vlastní projekt.“ Psychoanalyticky se podle něj dá vysvětlit i to, proč se mnohé ze současných pověstí odehrávají v prostoru hypermarketu: „Hypermarkety jsou svého druhu metaforou nevědomí jako takového, která dnes vystřídala metaforu v našich končinách nejtradičnější: hluboký les. (...) Jenže v nevědomí sídlí i temné síly. Mytologie je pojmenovávala s gustem. Marketing je naopak zamlčuje a pokouší se je přesvítit svými zářivkami. A tak se derou na povrch v podobě současných pověstí. Všichni cítíme, že v té gigantické jeskyni hypermarketu se někde ukrývá jakési temné tajemství. A tak vznikají historky o mizejících dětech, o žiletkách v potravinách nebo o tom, že McDonald vaří z krysího masa.“ Skryté významy nalézá i v nejčastějších záporných postavách současných pověstí: „Velkým tématem industriálního velkoměsta je odcizení a osamělost, jak víme od filosofů - tento fakt symbolizuje osamělý maniak plížící se na předměstí. Industriální civilizace je ‚rafinovaně iracionální‘, takoví jsou i vraždící šílenci z městských pověstí. Infikovanost jehly symbolizuje chorobnost, kterou v moderně cítíme - z toho těžil třeba Goebbels, když tuto chorobnost velkoměsta dokázal spojit v propagandě s Židy. Sám akt ‚nastražení pastí‘ symbolizuje strukturální nejistotu kapitalismu, jak to nazývá Hervieu-Légerová. Záludnost feťákova aktu spočívá v anonymitě nepřítele, v jeho neviditelnosti a nepochopitelnosti - ale tím přeci zase hovoříme jen o světě, ve kterém žijeme. Je nevypočitatelný. Příliš složitý. Je to nepřítel bez tváře.“

2.2 FÁMY A IDEOLOGIE V NOVINÁCH (1945)

Záhy po skončení druhé světové války zkoumala francouzská socioložka Elizabeth H. Zerner, zda a jak politická orientace novin ovlivňuje povahu fám a neověřených informací, které tisknou²¹.

²⁰ e-mailová korespondence, leden 2007

²¹ ZERNER, E. H. *Rumors in Paris newspapers*. Public Opinion Quarterly. 1946 (10). s. 382-91. Citováno podle Rosnow a Fine 1976, s. 104.

Zaměřila se na fámu, že Stalin je smrtelně nemocný a v Rusku se chystá převrat. Vybrala třicet publikací – ne všechny svou příslušnost k politickému směru či hnutí otevřeně deklarovaly, přesto bylo jejich zaměření dostatečně známé, aby je mohla seřadit na škále komunistické-antikomunistické. V obsahové analýze se projevila závislost množství a povahy otiskovaných fám na politické orientaci listu. Antikomunistické noviny poskytovaly neověřeným informacím o Stalinově nemoci či smrti podstatně větší prostor a řadily je v hierarchii zpráv výše, zatímco komunistické noviny je buď ignorovaly, nebo přímo popíraly.

2.3 PŘENOSOVÝ MODEL FÁMY (1947)

Práce amerických psychologů Gordona W. Allporta a Leo J. Postmana z roku 1947 shrnuje procesy zkreslení informace při jejím řetězovém předávání do tří konceptů:

- **„zarovnávání“ (leveling)** popisuje tendenci takových vyprávění se postupně zkracovat, zjednodušovat a stát se tak snadněji pochopitelnými a zapamatovatelnými
- **„zaostřování“ (sharpening)** je sklon k selektivnímu vnímání, zamlčování některých aspektů a předávání informace se stále menším počtem detailů
- **„splývání“ (asimilace)** označuje tendenci řetězově předávaných informací stávat se koherentnějšími a odpovídajícími více předpoklům a zájmům podavatele/příjemce

Své poznatky Allport a Postman shrnují: „Výsledkem je nevyhnutelně poněkud zkreslený obraz, a když si jej čtenář znovu vybavuje, má tendenci jej vyostřit ještě více ve směru původního zkreslení.“²²

Jedná se o pregnantní shrnutí poznatků předchozích studií. Opakovanými testy se prokázalo, že sériový přenos informací může jen ve výjimečných případech fungovat přesně. Naráží na omezení lidské paměti: většina lidí nedokáže opakovat slovo od slova víc než pár jednoduchých vět, které právě slyšeli. „Porozumění závisí na referenčním rámci příjemce“ (Shibutani 1966).

Allport a Postman uznávají některé výhrady svých kritiků: testované osoby mají instrukce snažit se o co největší přesnost, nemají možnost pokládat dodatečné otázky, ve zprávách nejsou nijak emocionálně angažováni. Přesto trvají na tom, že jejich výsledky jsou relevantní. Shibutani kritiku jednoduchého přenosového modelu sériového předávání informace rozvíjí: „Snad proto, že fáma je podstatné jméno a ne sloveso, je tímto (Allportovým a Postmanovým) výzkumem vnímána jako samostatně existující věc. Něco, co si mohou lidé mezi sebou snadno předávat – asi jako cihlu. (...) V těchto experimentech se s fámou operativně nakládalo jako s fixní kombinací

²² ALLPORT, G. W., POSTMAN, L. J. *The basic psychology of rumor*. New York Academy of Sciences Transactions 8 (1945), s. 61-81. Citováno podle Rosnow a Fine 1976, s. 101.

slov, která se mění jen prostým sčítáním či odčítáním, jako by ze slov bylo možné stavět jako z dílků stavebnice. Jako by se tím naznačovalo, že daná kombinace slov může být zachována, jen když s ní lidé budou zacházet dost opatrně. Budeme-li fámu takto definovat jako pouhé zkreslení informace, pak by téměř vše, co lidé říkají, bylo fámou, protože doslovné opakování je velmi sporadické“ (Shibutani 1966, s. 8). Stejně tak jednotliví lidé vystupující v podobných výzkumech jsou pojednání jako oddělení, samostatně jednající, na sobě nezávislí jedinci. Fáma je však spíše sociální fenomén.

2.4 FÁMA V ORLÉANS (1969)

Zřejmě nejdůkladnější a dnes již klasickou studií o původu, vzniku, šíření, zákonitostech a sociálním významu jedné konkrétní fámy je práce francouzského týmu vedeného filosofem Edgarem Morinem (1971). V době výzkumu na konci šedesátých let působil Morin v pařížském Centru pro studium masové komunikace, masmédiím se však v této práci věnuje spíše okrajově. Popisuje případ z května a června 1969, kdy francouzské město Orléans zachvátila fáma, že ve zkušebních kabinkách nejprve jednoho, pak dvou, a nakonec šesti židovských obchodů s módním oblečením zločinci injekcemi či chloroformem uspávají mladé zákaznice, které se pak stávají předmětem obchodu s bílým masem. Tým šesti sociologů dorazil na místo zhruba měsíc po objevení fámy, kdy už její hlavní vlna opadla, a metodou pozorování, osobních deníků, rozhovorů a analýzy dostupných dokumentů pátral po jejím původu, způsobech šíření a širokých souvislostech. Výzkumníci zjistili, že se informace poprvé objevila v dívčích třídách středních škol, kde si ji studentky vyprávěly jako zaručeně pravdivou, a z této sociodemografické skupiny se pak šířila dál celým městem. Podle Morina se jednalo o fámou „čistou a absolutní“, protože v Orléans nezmizela žádná žena a ani se nestalo nic, co by mohlo dát k šíření takové informace záminku. „Šířila se zcela exkluzivně od úst k ústům. Nepodporoval ji tisk, žádné plakáty, letáky, dokonce se neobjevily ani žádné nápisy na zdech“ (Morin 1971, s. 17).

Její předobrazy Morin vystopoval „v nižších patrech masové kultury; ve světě brakové literatury a senzacechtivého žurnalistu“ (tamtéž). Pouhý týden před tím, než se fáma objevila v Orléans, vyšel v časopisu *Noir et Blanc* navlas stejný příběh prezentovaný jako „nedávný“ a „skutečný“. Podle Kapferera (1990, s. 28) je převzat z erotické novely *L'Esclavage Sexuel* (Sexuální otroctví).

Seriózní tisk v tomto případě zafungoval jako sérum (Morin užívá k popisu události množství biologických metafor jako inkubační doba, nákaza, metastáze atd.). Již první dva články v *Nouvelle République* a *Republique du Centre* nesly titulky *Nechutná pomluva* a *Nactiutrhačná kampaň*. Ačkoli tyto články završily šíření fámy tím, že o ní informovaly každého, kdo ji snad ještě neznal, tisk jimi výrazně přispěl k zastavení jejího dalšího vývoje. To, co byla do té doby

tajná, pokoutní informace z podsvětí, se zveřejněním v tisku stalo předmětem zájmu obce, politiků a policie (Morin 1971, s. 35). Zpráva popírající zvěst o únosech se pak z těchto dvou deníků šířila dál regionálním i celostátním tiskem. Podle Morina se tak ve spolupráci úředních autorit s tiskem zrodil „anti-mýtus“, který vyhrál souboj s původním mýtem. Ten se jej sice snažil inkorporovat (objevily se zprávy - „anti-anti-mýtus“ - o tom, že novináři a policisté jsou podplaceni obchodníky s bílým masem), avšak neuspěl. Morin chápe mýtus v intencích Lévi-Strausse²³ a přirovnává jej k organismu: „Jako živá entita si tvořil bílé krvinky (schopné ničit škodlivé bakterie), množil se, bojoval o přežití. Nakonec se rozpadl na menší části (které žily dál vlastním životem) a odumřel“ (Morin 1971, s. 43).

2.5 FÁMY A POVĚSTI V MASOVÉ KOMUNIKACI (1976)

Sociální psychologové Ralph Rosnow a Gary Alan Fine ve svém pojednání o fámách a jiných původně ústně šířených narativech v masmédiích aplikují teorii gatekeepingu podle Kurta Lewina a další soudobé teorie masové komunikace, jako například koncept subjektivních a objektivních nepřesností ve zprávách Lawrence a Greye. Objektivní nepřesnosti jsou v něm definovány jako odchylky od doložitelných faktů či „pravdy“, subjektivní jako chybná reprezentace významu, (ne)úplnosti či zdůrazňování (Rosnow a Fine 1976, s. 101). Nebezpečí subjektivních nepřesností roste s nedostatečnou komunikací novináře se zdrojem. Lawrence a Grey navrhuje tři pravidla, aby riziko subjektivních nepřesností minimalizovali: 1. Novináři by se měli svých zdrojů explicitně ptát, za jak významnou danou událost či její aspekt oni sami považují, 2. Novináři by měli mít dostatek času na to, aby se seznámili s pozadím a širšími souvislostmi události, 3. Reportéři a editoři by měli spolupracovat při dalším ověřování přesnosti výsledného textu.

Rosnow a Fine docházejí mimo jiné k závěru, že „tištěná a elektronická média se stala mistry ve směřování toku fám. Někdy má šeptanda tak vysokou zpravodajskou hodnotu, že produkuje ozvěnu – šeptandu o šeptandě“ (Rosnow a Fine 1976, s. 96). Fámy v médiích rozdělují na tři nejrozšířenější typy:

1. **Čisté fámy („faktoidy“).** Jako příklad uvádějí příběh šířený v první polovině sedmdesátých let novinami ve státě Delaware o chudém penzistovi, který při potápění šťastnou náhodou vylovil vzácné ústřice plné obřích perel. Noviny citovaly i japonského experta na perly Dr. Laernu Retsyo. Toto jméno, čtené pozpátku, přitom v angličtině znamená „neskutečná ústřice“. Jako původce smyšleného příběhu byl posléze odhalen redaktor místního zpravodajského týdeníku.

²³ viz kapitola 1.2.10

2. Podložené fámy. Mají skutečný základ, který je však v procesu zveřejnění zastřen.

Novinář není očitým svědkem událostí a svou zprávu staví na překroucených informacích od zdrojů, jež je také mají z druhé či třetí ruky. Další zkreslení pak způsobují ustálené redakční procesy, při nichž dochází k jevům zarovnávání, zaostřování a splývání popsaným Allportem a Postmanem²⁴. Rosnow a Fine uvádějí jako jeden z příkladů fámy vyvolané v předvečer rezignace prezidenta Nixona. Domnívají se, že ačkoli předčasné zvěsti o jeho rezignaci nebyly přímo kauzálně spjaty s tímto rozhodnutím, zrcadlila se v nich a zesilovala přání a očekávání veřejnosti. Dovozejí, že juxtapozicí senzačních, neověřených a neověřitelných zpráv vedle solidně podložených *hard news* dodávají média druhým jmenovaným na důvěryhodnosti.

3. Záměrně šířené fámy. Fámy vypouštěné s machiavelistickým záměrem, obvykle součást válečné či politické propagandy. Jako příklad uvádějí Rosnow a Fine nacistickou rozhlasovou stanici Debunk šířící hitlerovskou propagandu v Severní Americe.

Rosnow a Fine se věnují také příbuznému folklornímu žánru společenských *klepů*. Na klepech jsou podle nich dramaturgicky založeny mnohé mediální produkty od bulvárních deníků, přes rozhlasové a televizní talk shows až po oddechové novely a celovečerní filmy. „Reflektují skutečný život, ale absurdně jej zveličují a překrucují. Nejvyšší formou této karikatury je *mýdlová opera*. Klepy vycizelovala do takové míry, že dnes mají mýdlové opery statut moderního umění a jsou jako takové pravidelně uznávány a oceňovány zábavním průmyslem“ (1976, s. 99).

Vztah veřejnosti a masových médií je drasticky vychýlen ve prospěch médií, domnívají se Rosnow a Fine (1976, s. 104-106). Zpětná vazba je slabá, špatně organizovaná a celkově neúčinná. „Stejně jako virgule směřuje k vodě, jsou i média ze své podstaty orientována na to, co je nové a dramatické.“ Proto jsou náchylná ke zveřejňování klepů a fám. Mediální obsahy ale nejsou jen odrazem společnosti, nýbrž i tím, kdo jí udává směr a rytmus. Výběr zpráv a zdůrazňování některých jejich parametrů pomáhají vytvářet obraz reality a definovat pro ostatní, co je důležité. Proto musí být novináři citliví a vnímaví ke společenským problémům a snažit se, aby se sami nestávali jejich součástí.

2.6 SOUČASNÉ POVĚSTI V TIŠTĚNÝCH A ELEKTRONICKÝCH MÉDIÍCH (1981)

Folklorista Jan Harold Brunvand z Univerzity v Utahu obrátil na počátku osmdesátých let pozornost světové folkloristiky k rozboru a interpretaci *současných pověstí* v plném kulturním kontextu. Od té doby publikoval nejméně pět dalších knižních sbírek současného folkloru i teoretické stati (např. Brunvand 1993 a 2000), a stal se zřejmě nejuznávanějším znalcem žánru.

²⁴ viz kapitola 2.3

Dodnes jej citují autoři nejen z jeho vlastního oboru, ale i z disciplín relativně vzdálených (např. Kibby 2005, Fernback 2003 či Weldon 2001).

Ve své nejznámější knize (Brunvand 1981, s. xi) definoval *současnou pověst* jako „realistický příběh o nedávných událostech (či údajných událostech) s příchutí ironie či nadpřirozena“. Tyto lidové příběhy jsou podle něj integrální součástí soudobé kultury, jsou často mezinárodní, vypráví je a věří jim zejména sofistikovanější vrstvy - mladí, obyvatelé měst a lidé vzdělaní. „Masová média se podílejí na šíření a validaci současných pověstí, stejně jako to někdy činí s fámami a klepy, a přispívají tak k jejich hodnověrnosti“ (tamtéž).

Zatímco původ *současných pověstí* zůstává zahalen tajemstvím (folklor je anonymní), jejich šíření Brunvand popisuje: Tyto příběhy se šíří po celém světě, jsou vyprávěny a znovu vyprávěny člověkem dalšímu člověku podobným způsobem jako ve starších kulturách mýty, pohádky či balady, s podstatným rozdílem, že dnešní pověsti jsou také rozšiřovány masovými médii.

Aby *současné pověsti* mohly v naší kultuře přežívat jako živý narativní folklor, musí podle Brunvanda splňovat tři podmínky: mít silný základní příběh, kořeny v kulturně sdíleném přesvědčení (belief) a smysluplné sdělení, čili ponaučení. To je podle něj v pověstech zakódováno ve dvou rovinách, zjevné (výslovná varování či příklady „poetické spravedlnosti“) a skryté (metaforické a symbolické, představuje hlubší kritiku lidské povahy či společenského uspořádání). Například pověst o ženě, která si kvůli módnímu účesu tak dlouho nemyla vlasy, až se jí v nich usadil hmyz, který ji infikoval smrtelnou nákazou, obsahuje zjevné ponaučení, že hygiena je důležitá. Skrytější ponaučení říká, že módní výstřelky za takové riziko nestojí (Weldon 2001, s. 283). Lidé pověstem naslouchají a šíří je, protože jde o „zprávy“ podané atraktivní formou s náznakem hlubšího významu. „Pověsti přežívají, protože jsou stejně ‚pravdivé‘ jako večerní televizní zprávy. Podobně jako zpravodajství mají tendenci zabývat se smrtí, úrazy, únosy, tragédiemi a skandály“ (Brunvand 1981, s. 11).

Tištěná i elektronická média přispívají k dalšímu šíření pověstí bez ohledu na to, zda se je snaží potvrdit, nebo vyvrátit. Dodávají další detaily, které však jen přispívají k celkovému zmatení. (s. 153). Veřejnost se do procesu zapojuje, když pověsti do médií posílá poštou nebo telefonuje do živě vysílaných pořadů. Čím více o pověstech média referují, tím více lidí je vypráví, tvrdí Brunvand. Úvodní fráze jako „četl jsem to někde v novinách“ nebo „říkali to v televizi“ podle něj v moderní době supluje ustálené formule „za devatero horami a devatero řekami“ a „bylo nebylo“ známé z tradičního folkloru.

Brunvand uvádí dva příklady současných pověstí typických svým šířením v médiích. První se jmenuje *Red Velvet Cake*²⁵. Pojednává o ženě, která si v luxusním hotelu Waldorf Astoria v New Yorku objednala zákusek. Tolik jí zachutnal, že požádala kuchaře o recept. Vzal si její adresu a slíbil, že ho pošle poštou. Když obálka dorazila, byl v ní vedle receptu účet na 350 (v jiných verzích na 100 či na 250) dolarů. Žena šla za právníkem, který jí řekl, že musí zaplatit, protože se předem nezeptala na cenu (právníkovo zdůvodnění je opět předmětem variace). Rozhořčená oběť částku uhradí, ale rozhodne se pomstít šířením receptu (který ve vyprávění či v řetězovém dopisu následuje a skutečně podle něj lze upéct chutný dort). Příběh i s receptem často otiskují noviny. Brunvand pověst poprvé zachytil v roce 1960 a v následujících letech nasbíral stovky dalších exemplářů v ústní i v tištěné podobě. Příběh byl pokaždé vydáván za pravdivý, připsán konkrétní osobě a vyprávěn jako by se odehrál v nedávné minulosti.

Druhým příkladem je pověst o zákazníkovi obchodního domu, na kterého při prohlížení koberců z dovozu zaútočil had. Motiv byl v různých variantách hojně zveřejňován v severoamerických novinách na konci šedesátých let. Brunvand jej interpretuje jako projev nedůvěry k velkým korporacím – řetězcům rozlehlých, neosobních obchodů – a také strachu z Orientu. Jiní folkloristé jej dávali do souvislosti s válkou ve Vietnamu.

2.7 ETNOGRAFICKÝ PŘÍSTUP K MEDIALIZOVANÉMU FOLKLORU (1994)

Folkloristka maďarského původu Linda Dégh si ohledně vztahu folkloru a masových médií pokládá tři otázky: 1. Jaké jsou konstanty a proměnné v obsahu a formě folkloru přizpůsobujícího se moderním praktickým a utilitárním podmínkám? 2. Jak vznikají textové proměnné, nebo jak se naopak udržuje jejich stálost v procesu psaní, tisku, kopírování, nahrávání či fotografování? 3. Jak jsou média užívána k povzbuzení spotřeby a jak jednotlivci berou mediální nástroje do vlastních rukou, aby udržovali, rekonstruovali, vytvářeli a přetvářeli tradiční praktiky? (Dégh 1994, s. 3).

S využitím kvalitativního etnografického výzkumu a obsahové analýzy popisuje rutiny produkce folkloru v interakci mezi profesionálními mediálními komunikátory a příjemci užívajícími masmédiá v daném sociálním kontextu. V případových studiích zkoumá, jak reklamní průmysl v televizních reklamách (kapitola 2) a v novinových inzertech (kapitola 3) využívá tradiční víru v nadpřirozené síly a magická řešení, jak promotéři přeformulovávají tradiční pověsti ke komerčním účelům. Dále popisuje, jak obrázkové časopisy pro ženy pracují s „folklorním motivem spokojené ženy v domácnosti“ (kapitola 4). Dále etnograficky popisuje metody,

²⁵ Doslova Červený sametový dort. Tradiční severoamerický recept nemá český název. Dramatickou červenou barvu mu dodává potravinářské barvivo.

okolnosti a důsledky mediálního přenosu folklorních textů ve specifických subkulturách.

V kapitole 5 se zaměřuje na vyprávění, nahrávání na magnetofonový pásek a přehrávání legend o zázracích mezi letničními křesťany. V kapitole 6 zkoumá folklorní motivy v osobních inzerátech na stránkách lokálních novin, zejména texty zveřejňované u příležitosti sňatků, úmrtí a výročí.

Dospívá k závěru, že folklorní motivy, zejména pověsti, známé z předindustriálních, feudálních a venkovských podmínek v současném kontextu prokazují značnou životaschopnost, flexibilitu a variabilitu. Polemizuje se závěrem soudobé folkloristiky, že zachycené pověsti nemohou být pravdivé, protože už byly zachyceny jinde a na jiných místech. Faktické jádro pověstí podle ní bývá příliš nespecifické a banální, aby mohlo být považováno za unikátní (tedy že podobná věc se klidně mohla, ale nemusela stát, a to na více místech – komplikované popisování historie a šíření pověsti není důkazem, že se taková věc nikdy nikde nestala). „Pověst není pověstí proto, že není pravdivá. Pověsti mohou být stejně pravdivé jako nepravdivé, objektivně i subjektivně; vlastně na tom příliš nezáleží. Podstatné je, že pověst otázku věrohodnosti vzbuzuje a nutí lidi o ní přemýšlet (Dégh 1994, s. 30).“ A za třetí: v důsledku zrychlení komunikačních procesů se šíření folklorních textů zrychluje a jejich variabilita znásobuje. „Stejná základní informace zveřejněná tiskovou agenturou produkuje automaticky množství variant tím, jak ji jednotliví novináři zpracují pro své médium. Reakcemi na aktuální fámy a pověsti syndikáty (autoři a agentury publikující své obsahy v různých médiích – pozn. aut.), názorové stránky a bulvár přispívají k variaci textů ještě mnohem spletitějším způsobem než dříve“ (tamtéž).

2.8 FOLKLOR VE VĚKU POČÍTAČOVĚ ZPROSTŘEDKOVANÉ KOMUNIKACE (2005)

Australská profesorka kulturních studií Marjorie Kibby (2005) se domnívá, že rozvoj *počítačově zprostředkované komunikace* (computer mediated communication – CMC) umožňuje vznik prostředí s novou kvalitou, v němž je elektronickým zprávám automaticky připisována *pravdivostní hodnota* a v němž odesílatelé ztrácejí zábrany (inhibice) uplatňované v osobní či neelektronické písemné komunikaci. Spojením dostupnosti a snadnosti CMC se schopností zasáhnout najednou velké množství příjemců podle ní vzniká rychlý a efektivní distribuční mechanismus pro klepy, fámy a současné pověsti. E-mail podle ní nejen podnítl vznik nového typu folkloru, ale oživil také starší příběhy s novými významy a umožnil jejich distribuci v měřítku dříve nevídaném.

Obsahové analýze podrobila Kibby nevyžádané e-maily, jež sama obdržela v letech 1999-2001. Vykazují podle ní dostatečné množství podobných znaků, aby mohly být souhrnně označeny za nový druh současného folkloru (jsou uvěřitelné, odehrávají se v současnosti, vyskytují se

v různých podobách na různých místech a popisují či komentují lidské osudy, jednání a sociální situaci). Nazývá je *e-mail forwardables* (e-maily k přeposílání).

Tvoří je zejména varování před skutečnými či neexistujícími počítačovými viry, petice, žádosti o pomoc a příběhy, často varovné. Typická pro ně je žádost „prosím, pošli dál“. Zhusta se jedná o takzvaný *scarelore* – temná varování, v nichž se odrážejí strachy a obsese členů pozdně moderní společnosti z náhodného onemocnění či smrti, z prudkého technologického rozvoje, z nezřízeného konzumerismu a z nekontrolované kapitalistické touhy po zisku. Elektronická lidová slovesnost pojednává například o injekčních stříkačkách nakažených virem HIV v sedadlech autobusů či ve šterbinách na vracení drobných mincí v nápojových automatech, o šampónech či deodorantech způsobujících rakovinu, nebo tvrdí, že vytočením jisté kombinace čísel na mobilním telefonu získá někdo cizí přístup k účtu oběti, nebo že rodné číslo obsahuje tajné sekvence, v nichž jsou zakódovány citlivé osobní údaje. Častým motivem jsou také výstrahy před obřími korporacemi podvádějícími zákazníky - například variace již zmíněné pověsti Red Velvet Cake, či fámy o nechutných ingrediencích v jídlech a nápojích nabízených nejčastěji globálními řetězci s rychlým občerstvením.

Zvěsti o „skutečném“ původu masa v restauracích Kentucky Fried Chicken zachycují folkloristé již od sedmdesátých let, na přelomu tisíciletí se v e-mailové variantě opět projevuje technofobie: řetězová zpráva tvrdí, že prodávané maso již není kuřecí, ale je uměle vyráběno a geneticky modifikováno – proto se také společnost přejmenovala na KFC (Kibby 2005, s. 782).

Pravzor poplašných zpráv o neexistujících počítačových virech vystopovala autorka (Kibby 2005, s. 776) do roku 1988, kdy uživatel podepsaný jako „Mike RoChenle“ rozeslal žertovnou zprávu s předmětem „Opravdu zlý virus“, v níž například tvrdí, že prevencí proti jeho šíření je „nepoužívat elektrické osvětlení, plynové topení, klimatizaci, vodovod, psací potřeby, oheň, oblečení ani kolo“. Ačkoli jde o zjevnou nadsázku, žurnalisté z tradičních médií používali smyšlený virus jako příklad rizik připojení k internetu. Od té doby se falešná varování vyskytují stejně často jako skutečné viry, periodicky se vracejí v různých variacích. Podle Kibby jde mimo jiné o projev kulturně sdílených obav z přílišné závislosti na nových technologiích.

Řetězové maily, petice, žádosti o pomoc a další *forwardables* podle Kibby kolují po internetu podobně jako v ulicích měst, jen v podstatně větším množství a rychleji. Všimá si, že zatímco petice ve skutečném světě slouží k tomu, aby jejich podporovatelé dosáhli zamýšlené akce, virtuální petice žádnou přímou a zjevnou „užitečnou funkci“ nemají, protože se nedostanou k těm, kteří o problému rozhodují. Například petice proti kácení pralesů v Brazílii podle ní kolovala ještě několik let poté, co byl zákon, o kterém v ní byla řeč, zamítnut. Petice na podporu

afghánských žen žádala příjemce, aby ji podepsali, a až se sejde 50 jmen, poslali ji na adresu studentky Brandeisovy univerzity. Krátce poté museli správci počítačové sítě adresu zrušit a stovky tisíc zpráv, které na ni chodily, bez přečtení mazat. To však šíření zprávy nezastavilo. Lidé, kterým se vrátila jako nedoručitelná, v zachycených vzorcích nejprve změnili počet vyžadovaných jmen na 100, potom na 200 a v posledním zkoumaném e-mailu již instrukce, kam „podepsaný“ dokument vrátit, zcela chyběla. „Jediným účelem už v té době byl nekonečný oběh zprávy a přidávání jmen ad infinitum“ (Kibby 2005, s. 780).

Rychlost a neformálnost psaní e-mailů napodobuje mluvní akt. Dochází k potlačení kódů tradiční písemné komunikace - pravopisu a interpunkce - ale také k oslabení etických a morálních kódů jako je korektnost, vhodnost a slušnost (Kibby 2005, s. 772). K naléhavosti a uvěřitelnosti řetězových e-mailů přispívá mimo jiné skutečnost, že většina e-mailových programů automaticky kopíruje do přeposílaných zpráv jejich historii – fakt, že tolik lidí předtím považovalo zprávu za hodnou přeposlání, utvrzuje příjemce v přesvědčení, že je důležitá. I samotná obrazovka počítače podle Kibby (2005, s. 784) propůjčuje zobrazené zprávě důvěryhodnost díky kulturně sdílené představě, že počítače jsou přesné a nedělají chyby. K tomu přistupuje obraz internetu jako nadřazeného zdroje informací a zanedbatelná obtížnost přeposlání zprávy.

Věřohodnost přeposílaných zpráv plyne často z falešného zdání autority. To má několik zdrojů: zprávy jsou přeposílány i lidmi s autoritativními tituly, které však nemusejí mít nic společného s kompetencí v daném oboru, případně lidmi, jejichž e-mailová adresa naznačuje spojitost s důvěryhodnou institucí (např. s univerzitou či s vládním úřadem). Dalším zdrojem autority jsou odkazy na osobní zkušenosti či na zkušenost někoho blízkého. Zde je zřejmá podobnost s ústně šířeným současným folklorem, který někteří badatelé označují zkratkou *FOAF* – *friend of a friend story* (příběh kamaráda mého kamaráda). Důvěryhodnost je často generována také odkazy na statistiky či užitím odborného slangu (např. ve falešných zprávách o počítačových virech).

Aby byla přesvědčivá a šířila se dál, zpráva musí být založena na víře či obavách sdílených odesílatelem i příjemcem. Dalším prostředkem *persuase* je emocionální reakce, kterou řetězové e-maily v příjemcích vzbuzují kombinací lichocení, ponížení, hrozby a příslibu. V dotazníkovém šetření se autorce její teze potvrdily: jen 19 procent respondentů uvedlo, že řetězové e-maily nikdy nepřeposílají dál.

3 PŘÍPADOVÁ STUDIE: PUMA NA OSOBLAŽSKU

Na konci března 2009 zveřejnila česká média zprávu o uprchlé kočkovité šelmě, pravděpodobně pumě, která se údajně pohybovala na Krnovsku a Osoblažsku a zadávala v Polsku několik hospodářských zvířat. Ačkoli není možné se stoprocentní jistotou vyloučit, že se severoamerická šelma v této oblasti skutečně vyskytla, jedná se o globální, periodicky se opakující a folkloristickým výzkumem zdokumentovanou fámu²⁶. Média ji přitom podávají v obalu autority vyplývající ze zdání lepší informovanosti, kterou ve skutečnosti nemají.

Její klasický průběh, jaký jsme mohli pozorovat i tentokrát, je následující: občan, který spatří při vycházce v přírodě podezřelé stopy či siluetu neznámého zvířete, upozorní policii, myslivce nebo hasiče. Úřady v obavě, aby něco nezanedbaly, vydají varování a rozešlou je do médií. Redaktory a editory neobvyklá informace zaujme, zvláště přijde-li o víkendu či v okurkové sezóně, a pokud se podobná zpráva již delší dobu nevyskytla, a přestože ji nemají jak ověřit, zpracují ji podle ustálených pravidel žánru varovné zprávy a zveřejní ji. Informace je těžko ověřitelná, ale je posvěcena autoritou úřadu. Jejím opakováním se pak média navzájem posilují v přesvědčení, že je hodna zveřejnění. (Efekt je známý v mediálních studiích mimo jiné jako *pack journalism*, tedy *balíčková* či *pelotonová žurnalistika*)²⁷. Tyto mechanismy fungují i přesto, že se sami novináři zprávě, jak vyplývá ze zúčastněného pozorování a hloubkových rozhovorů v redakcích, často smějí a nepovažují ji za důvěryhodnou.

Veřejnost povzbuzená zprávami z médií hlásí další pozorování šelmy, často dokonce posílá do redakcí či zveřejňuje na internetu rozmazané fotografie či videa s obrysy různých zvířat, které pak posuzují zoologové. Jelikož se zpravidla jedná o krajně nekvalitní záznam, nemohou ani oni vyloučit, že skutečně jde o inkriminovanou šelmu. Jejich stanoviska média ještě několik dnů používají jako důkaz pravdivosti původní zprávy. K tomu přistupují zprávy o hospodářských zvířatech potrahaných dravou zvěří. (K podobným případům však dochází celoročně, bez ohledu na přítomnost pumy. Většinou je v našich zeměpisných šířkách mají na svědomí psi či vlci. V době šíření fámy jsou však využívány jako důkaz existence šelmy, pravděpodobně také ke zvýšení tlaku na pojišťovny při vymáhání náhrady škod.) Po několika dnech se fáma vyčerpá a je ze zpravodajství vytlačena novějšími událostmi. Za několik měsíců či let se vrací.

²⁶ viz kapitoly 3.3 a 3.4

²⁷ Autorem termínu je americký novinář Timothy Crouse. Definuje jej jako závislost jednoho reportéra na druhém nebo na jediném zdroji informací, která vede ke stádnímu uvažování a vzniku konsenzu o tom, co stojí za zveřejnění. V českém vydání McQuailova Úvodu do teorie masové komunikace je pojem překládán jako *balíčková žurnalistika*, osobně považuji za výstižnější další význam slova *pack* a navrhuji překlad *pelotonová žurnalistika*.

Ani v popisovaném případě z konce března 2009 se českým novinářům nepodařilo informaci ověřit či k ní zjistit další podrobnosti, a tak většina z nich vycházela z jediného zdroje - ze stručné tiskové zprávy Hasičského záchranného sboru (HZS) Moravskoslezského kraje, kterou rozeslal e-mailem její mluvčí:

Polské úřady varovaly Moravu a Slezsko před šelmou

Na pumu, která se pohybuje v polsko-českém pohraničí v těsném sousedství Moravskoslezského a Olomouckého kraje, upozornil v sobotu 21. 3. 2009 večer operační střediska těchto krajů ředitel oddělení bezpečnosti a krizového řízení Opolského vojvodství Henryk Foerster z pověření opolského vojvody.

Podle jeho písemné informace bylo v posledních dnech v Opolském vojvodství, přesněji v okrese Prudnik, zaznamenáno hned několik případů zadávení hospodářských zvířat. Je pravděpodobné, že tyto škody způsobil dravec – kočkovitá šelma – patrně puma.

Tuto sobotu přišlo na polské úřady hlášení o výskytu podobného zvířete v okrese Glubczyce (Glubčice), který sousedí s Moravskoslezským krajem – konkrétně s Krnovskem a Osoblažskem v okrese Bruntál. Výskyt zvířete může podle polských kolegů pravděpodobně souviset s pašováním. „Žádáme o zvýšenou pozornost v příhraničním území – existuje možnost, že se zvíře přemístí na vaše území,“ uvádí zpráva.

por. Mgr. Petr Kúdela

tiskový mluvčí

HZS Moravskoslezského kraje

Mluvčí Kúdela rozeslal tento text do redakcí e-mailem na (elektronickém) hlavičkovém papíru HZS Moravskoslezského kraje. Uvedl jej větou: „Posílám méně obvyklou zprávu o možnosti výskytu dravé šelmy v česko-polském pohraničí na Bruntálsku.“ Text původní polské zprávy odmítl pro účely této práce poskytnout. Jednalo se podle něj o „hrubý, pracovní překlad“. Pořídil jej kolega hasič, který „trochu umí polsky“. Policie Opolského vojvodství na anglicky psaný e-mail autora práce se žádostí o zaslání původní informace nezareagovala. Poté se po pumě slehla zem. „Žádné nové informace od té doby nejsou k dispozici,“ říká mluvčí Kúdela.²⁸

Polská média o šelmě referovala již o tři týdny dříve, také v nich ovšem zájem o pumu vrcholil třetí březnový víkend. První neostrý videozáznam se na serveru YouTube objevil 20. března (upozornila na něj polská policie na tiskové konferenci 22. 3.) Zprávy o pumě se i v celostátních

²⁸ telefonický rozhovor 30. dubna 2009

polských médiích objevovaly až do konce dubna, přibývala svědectví, neurčité otisky stop, debatovalo se o tom, zda je puma skutečná či vymyšlená (viz např. titulky z deníku Gazeta Wyborcza: Šelma v Białé: „Nechod'te ven po soumraku“ (20. 3.), Nepolapitelný dravec sežral obyvatele králíkárn (23. 3.), Viděl jsi „opolskou bestii“? Zavolej vojvodovi (25. 3.), Velký strach před velkou kočkou na útěku (29. 3.), Obyvatel Bytomi tvrdí, že viděl „slavnou“ pumu (5. 4.), Nepolapitelná puma viděna již i v centrálním Polsku (27. 4.).

3.1 ŠÍŘENÍ FÁMY

Zpráva HZS přišla do českých redakčních e-mailů v sobotu 21. března 2009 ve 22 hodin 16 minut večer. Jako první ji převzaly internetové servery, potom agentura ČTK, která ji jako jediná doplnila o informace z nedělní tiskové konference opolské policie, dále se v obou těchto variantách lavinovitě šířila prostřednictvím novin, rozhlasu, internetu a televizí, jak ukazuje následující tabulka a schéma.

Tabulka 1: Chronologický přehled medializace zprávy o pumě

datum (čas)	médium	popis/analýza textu
21. 3. (23.22)	novinky.cz	Stylisticky mírně upravená tisková zpráva doplněná faktografickou tabulkou bez uvedení zdroje informací. Její obsah i forma připomínají heslo Puma americká v internetové encyklopedii Wikipedia. Rozměrná ilustrační fotografie mlsně se olizující šelmy plížící se potokem z agentury Profimedia. Článek zařazen v rubrice Domáci. Autorem je redaktor deníku Právo Pavel Karban. Titulek: Na Moravě může řádit nebezpečná puma, varují Poláci URL: http://www.novinky.cz/domaci/164484-na-morave-muze-radit-nebezpecna-puma-varuji-polaci.html
22. 3. (1.24)	idnes.cz	Opět jen mírně přeformulovaná tisková zpráva, doprovázená dramatickou detailní ilustrační fotografií očí a čenichu dravce. Redaktor Čeněk Střeček podepsán zkratkou cen, zpráva zařazena v rubrice Černá kronika. Titulek: Polsko varuje Čechy v pohraničí před šelmou, patrně pumou URL: http://zpravy.idnes.cz/polsko-varuje-cechy-v-pohranici-pred-selmou-patrne-pumou-pz2-/krimi.asp?c=A090322_012422_krimi_cen
22. 3. (11.10)	ČTK	První důkladnější zpráva v českých médiích pracuje vedle tiskové informace HZS i s dalšími zdroji, zčásti vlastními, zčásti převzatými z polských médií. Polská policie v neděli uspořádala k případu tiskovou konferenci. Zpravodajka ČTK cituje mluvčího Macieje Milewského, který informoval o svědectví řidiče, kterému „přeběhlo přes kapotu neznámé zvíře“. Spekuluje také o původu šelmy, kterou si mohl nelegálně opatřit některý chovatel a když vyrostla, vypustil ji do přírody. Informuje o amatérském videozáznamu, na němž je „nevýrazný obrys velké kočky na sněhu“ (video Piotra Borelowského je od 20. března na serveru YouTube, kde jej shlédlo přes 200 tisíc lidí). ČTK přináší také stanovisko ošetřovatele ostravské zoologické zahrady, podle nějž nemá puma v našem

		prostředí dostatek přirozené potravy, a proto ji hledá v okolí lidských obydlí. Titulek: Na jihu Polska šelma útočí na skot; policie vyzvala k opatrnosti
22. 3. (11.45)	tyden.cz	Zpravodajský server časopisu Týden přetiskuje slovo od slova zprávu ČTK. Doplnuje ji dvěma ilustračními fotografiemi – polského policejního auta a pumy na sněhu. Titulek: Na česko-polských hranicích řádí kočkovitá šelma URL: http://www.tyden.cz/rubriky/zahranici/evropa/na-cesko-polskych-hranicich-radi-kockovita-selma_111096.html
22. 3. (11.55)	tn.cz	Web televize Nova přináší ve čtrnácti větách zestručněnou a zdramatizovanou agenturní zprávu. Bez dalšího dokazování tvrdí, že „i lidé v Čechách se bojí, protože puma brázdí oblasti poblíž české hranice“. Zprávu doplňují dramatické obrázky šelem s vyceněnými zuby a dvě videa. Rozmazaný záznam Piotra Borelowského a video ukazující útok pumy na rysa. Zpráva je zařazena v rubrice zahraničí, podepsána značkou vrl. Titulek: POZOR: Puma zabíjí na hranicích Moravy URL: http://tn.nova.cz/zpravy/zahranici/varovani-krvezivna-puma-radi-na-hranicich-moravy.html
22. 3 (13.00)	Impuls	Nejposlouchanější česká rozhlasová stanice zařazuje zprávu o pumě na Osoblažsku na čtvrté místo v prvních odpoledních zprávách po informacích z politiky a rozpuštění koncertu neonacistů. Jedná se o stručnou informaci zpracovanou podle ČTK.
22. 3. (14.28)	Lidovky.cz	Server Lidových novin přináší zprávu ČTK mírně zkrácenou a upravenou (projevuje se především jiným, méně logickým, členěním odstavců). Doplnuje ji ilustrační fotografií převzatou z amerického blogu a videem z YouTube zobrazujícím souboj pumy s medvědem. Někteří čtenáři v diskusi pod článkem vyjadřují skeptický postoj k pravdivosti zprávy: „Před dvěma roky v zimě proběhly tiskem a i TV zprávami taky úvahy o tom, že v Beskydech zřejmě řádí puma a že se přemísťuje do Polska. Nic tenkrát nechytli. Pochybuji, že by se takové zvíře mohlo skrývat ve střední Evropě bez spatření tak dlouhou dobu. Myslivci zřejmě potřebují uspořádat nějaká jatka,“ píše jeden z nich. Titulek: Puma řádí na hranicích s Polskem URL: http://www.lidovky.cz/puma-radi-na-hranicich-s-polskem-dne-/ln_zahranici.asp?c=A090322_142811_ln_zahranici_mel
22. 3. (14.57)	Blesk.cz	Web bulvárního deníku čerpá z tiskové zprávy HZS a z vlastního archivu. Díky tomu jako první české médium sděluje důležitý kontext: „V ČR se puma naposledy objevila před dvěma roky na Šumpersku a před tím v roce 2004 na Karvinsku.“ Neuvádí už ale, že ani v jednom případě se šelmu nepodařilo chytit. Nepřipouští možnost, že zpráva nemusí být pravdivá. Cituje i očitě svědky, avšak bez uvedení jejich jmen není taková informace příliš věrohodná: „To zvíře tenkrát vypadalo jako malá lvice. Ještě teď mám z toho setkání husí kůže. Stáli jsme proti tomu na procházce tvář v tvář,‘ vzpomínají občané ze Šumperska, kteří před dvěma roky pumu potkali.“ Titulek: Nebezpečná puma míří na Moravu URL: http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-zajimavosti/112037/nebezpecna-puma-miri-na-moravu.html
22. 3. (17.00 a 19.30)	TV Nova	Nejsledovanější televize zařadila totožnou reportáž o pumě do odpoledních zpráv i do hlavní zpravodajské relace. V Televizních novinách ji odvysílala na šestnáctém místě

		<p>z devatenácti příspěvků. Moderátor ji relativizuje pobaveným úsměvem a slovy „prý“, „údajně“ a „podle Poláků“. Reportáž se skládá ze záběrů Piotra Borelowského ze serveru YouTube, z rozhovoru s mluvčím hasičů Petrem Kůdelou, z ilustračních záběrů krajiny, fotografie pumy s vyceněnými zuby, archivních záběrů polských policistů v uniformách, roztrhaných ovcí, mapky okolí Krnova a z krátkých výpovědí bezejmenných „obyvatel Krnovska“: „Radši nepůjdu tam, mám strach už“, „člověk neví, jak by se zachoval, že, to je těžké“ a „je to pro mě novinka, teď to vstřebávám, tak uvidím“. Následuje záběr pumy v kleci ze zoologické zahrady a komentář zoologa Jiřího Nováka, který říká, že „puma je velká šelma“ a „má na to, aby člověka ohrozila“. Reportér Jiří Veselý říká, že hlášení o výskytu pumy se v ČR objevují několikrát ročně, ale amatérské video podle něj dokazuje, že „tentokrát je situace vážná“. Reportáž trvá 90 sekund.</p> <p>URL: http://archiv.nova.cz/multimedia/televizni-noviny-22-3-2009.html</p>
22. 3. (18.55)	Prima TV	<p>Televize Prima zařazuje reportáž o pumě jako šestou ze čtrnácti hlavních zpráv toho dne. Moderátor nemá od zprávy odstup: „Hrozí, že šelma napadne domácí zvířata a možná i lidi.“ Následují ilustrační záběry pumy v zoo, roztrhaných ovcí a jesenické krajiny. Telefonický rozhovor s Wojtekem Druchem z Centra krizového řízení Opolského vojvodství zvyšuje věrohodnost zprávy konkrétními čísly: „To zvíře už zabilo sedm telat, jedno prase a 37 selat. Útočí jednou za tři dny, hlavně v noci.“ Mluvčí Kůdela nevylučuje, že by puma mohla být nebezpečná i dospělým a dětem. „Určitě se obáváme, protože jsme viděli v polské televizi několik roztrhaných oveček,“ říká chovatelka ovcí z Krnovska. Reportérka připomíná jeden ze starších honů na pumu z roku 2005: „Myslivci na ni tři měsíce pořádali hon. Jiní zase lícili pasti, ale pumu nikdo nechytil. Nakonec beze stopy zmizela.“ Reportáž trvá 90 sekund.</p> <p>URL: http://www.iprima.cz/index.php/plain_site/content/view/full/85566/(name)/date</p>
22. 3.	Česká televize	<p>Také Česká televize odvysílala v neděli na programu ČT24 reportáž o uprchlé pumě na Osoblažsku. Právě tam ji výzkumník poprvé zaregistroval. V archivu pořadů ČT však příspěvek – zřejmě z technických důvodů - není. Nalézt jeho přepis se nepodařilo ani v databázi Newton IT. Reportáž se podle mých poznámek z toho dne vyznačovala dlouhými záběry na zamlženou krajinu a nepřliš konkrétními informacemi. Krátká čtená zpráva s několikavteřinovým obrazovým sestřihem z reportáže se pak objevila následujícího dne v ostravském vydání pořadu Dobré ráno. Protože se nepodařilo získat vlastní reportáž, je příspěvek ČT ze vzorku a z dalšího zkoumání vyřazen.</p>
23. 3.	strategie.cz	<p>Redaktor časopisu o médiích, reklamě a marketingové komunikaci v glose upozorňuje, že zajímavější než samotná puma je „mediální pozornost, které se případu dostává. „Dravce sice zatím nikdo na vlastní oči neviděl, s jeho příchodem do Slezska ale již média téměř na sto procent počítají.“ Autor dává v podtextu jasně najevo, že v existenci pumy nevěří, neodvažuje se však kategoricky její existenci popřít. Ironicky navrhuje využít pumu marketingově a mediálně ještě víc: nabízejí se podle něj plyšové hračky, samolepky či nový večerníček. V závěru textu dává najevo soucit s „nebohým zvířetem“.</p> <p>Titulek: Slezsko obchází mediální puma</p> <p>URL: http://www.istrategie.cz/scripts/detail.php?id=413083</p>
23. 3. (8.26)	denik.cz,	Autorem textu otištěného na titulní straně Bruntálského a krnovského deníku a současně

	Bruntálský a krnovský deník	<p>zveřejněného na serveru denik.cz je František Kuba. V tištěné verzi je podepsán přezdívkou Fidel Kuba. První třetina textu vychází z tiskové zprávy HZS. Zdrojem druhé třetiny je vedoucí Chráněné krajinné oblasti Jeseníky Jan Halfar, který říká: „K nám se podobná informace nedostala. Mohu jen potvrdit, že tato kočkovitá šelma patří mezi chráněná zvířata.“ Předposlední odstavec je věnován informacím o pumě převzatým pravděpodobně z tabulky na serveru Novinky.cz převzaté z Wikipedie. Z obsáhlejšího textu na Wikipedii jsou totiž vybrána stejná fakta jako na Novinkách („dokáže žít v tropických džunglích i horách“, „nepohrdne ani menší kořistí jako jsou veverky a králíci“ atd.) Poslední věta nebezpečí relativizuje: „Pro Čechy a Poláky je těžké odhadnout míru rizika v dané situaci.“ Článek na webu i v novinách doplňuje ilustrační fotografie pumy v zoo z redakčního archivu.</p> <p>Titulek: V pohraničí se objevuje puma, varují Poláci (web) a V Polsku se pohybuje puma, varování platí i pro Krnovsko (tisk)</p> <p>URL: http://www.denik.cz/z_domova/polsko_pohranici_puma20090323.html</p>
23. 3. (12.50)	denik.cz	<p>Stejný autor přidává informace z nedělní tiskové konference, o níž již předchozího dne informovala ČTK: čtenáři se tak dozvídají o videozáznamu Petra Borelowského a o svědectví řidiče, kterému neznámé zvíře přeběhlo přes kapotu. Stejná ilustrační fotografie. Text na konci relativizuje stejná věta jako v minulém příspěvku, jen pozoruhodně rozvíjí: „Pro Čechy a Poláky, kteří dosud znali pumu jen jako logo na sportovní obuvi, je těžké odhadnout skutečnou míru rizika v dané situaci.“</p> <p>Titulek: Kočkovitou šelmu v polském pohraničí natočil náhodný svědek</p> <p>URL: http://www.denik.cz/z_domova/puma_osoblaha2009032320090323.html</p>
23. 3.	Šíp	<p>Krátká zpráva v rubrice Žhavé zprávy na straně 4 čerpá pouze z tiskové informace HZS. Její věrohodnost nijak nezpochybňuje, používá expresivní výrazové prostředky („v pohraničí řádí puma“, „po predátorovi pasou policisté, hasiči i ochranáři“).</p> <p>Titulek: Šelma z Polska řádí v pohraničí</p>
23. 3.	Mladá fronta Dnes	<p>Vedoucí moravskoslezské regionální přílohy PŽ v redakčním komentáři na straně 2 připomíná, že zprávy o pumě „se občas objevují“, že „kdekdo znal někoho, kdo ji rozhodně viděl“, ale „nikdy ji nikdo nenafoťl“. Tvrdí, že puma se nejčastěji vyskytuje v okurkové sezóně. „Jako kdyby chtěla zachránit prodej novin.“ Tentokrát se podle něj puma objevila v době, kdy je informací tolik, že se ani nevejdou do novin. „To je na té pumě podezřelé. Skoro bych řekl, že tentokrát by mohla být i skutečná...“</p> <p>Titulek: Této pumě bych snad raději věřil</p> <p>V moravskoslezské příloze je zpráva redaktorky IL jako druhá nejdůležitější na titulní straně. Hlavní zprávou je informace o vzdělávacím projektu Ministerstva práce a sociálních věcí, za pumou následují na straně 1 zprávy o novinkách v ostravských školních jídelnách, o výstavě papírových modelů a vzpomínky pamětnice na dětství prožité na panství Rothschildů v Dolním Benešově na Hlučínsku.</p> <p>Titulek: V lesích se možná toulá puma</p> <p>V celostátním vydání se opakuje mírně přeformulovaná a zkrácená zpráva IL na straně 6. Jednosloupcovou informaci doprovází fotografie šelmy s vyčenenými zuby (bez uvedení zdroje).</p>

		Titulek: Do pohraničí míří puma, varovali Poláci
23. 3.	Lidové noviny	<p>Zpráva redaktora Jana Krále na straně 6 začíná přepisem tiskového sdělení HZS. Následuje citace mluvčí bruntálské policie Ivany Křištofové: „Nic se nám nepotvrdilo, nikdo nic podezřelého nezahlédl. Uvidíme, co bude dál.“ Starosta Albrechtic Lidovým novinám řekl, že si zprávu přečetl v neděli ráno na internetu, ale nic bližšího neví: „Kdyby se něco podezřelého objevilo, během několika minut zalarmujeme policii, hasiče i myslivce.“</p> <p>Následuje důkladná rekapitulace posledního mediálního honu na pumu v Moravskoslezském kraji v létě 2005. „Jak počet hlášení rostl, dělala se stále důkladnější bezpečnostní opatření,“ píše LN. „Jenže puma, stejně jako se záhadně objevila, tak zmizela.“ Čtenáři získávají díky těmto informacím zkušeného reportéra, který zřejmě o pumě psal již před pěti lety, kontext důležitý pro zhodnocení závažnosti zprávy.</p> <p>Titulek: Šelma útočí na zvířata, pozor by si ale měli dát i lidé</p>
23. 3.	Hospodářské noviny	<p>Zařazují první čtyři věty z nedělní zprávy ČTK mezi stručné zahraniční zprávy na straně 8 a dále se tématu nevěnují.</p> <p>Titulek: Na polsko-českém pomezí prý řádí puma</p>
23. 3.	Aha!	<p>Zpráva podepsaná zkratkou vet na straně 6 vychází z tiskové zprávy HZS. Cituje přitom mluvčího hasičů Kůdelu, jako by s ním autor mluvil („řekl mluvčí“). Text doprovází dramatická fotografie a zestručněná faktografická tabulka <i>Puma americká</i> převzatá podle všeho (stejný výběr informací z rozsáhlejšího článku na Wikipedii) ze serveru Novinky.cz.</p> <p>Titulek: Na Moravě řádí puma?!</p>
24. 3. (13.36)	izurnal.cz	<p>Zpráva kondenzuje do čtyř jedno- až dvouvětých odstavců informace, jež přinesla v neděli ČTK. Je zařazena v rubrice Zahraničí a podepsána plnými jmény dvou autorů: Martin Dorazín a Milan Kopp. Doplněna ilustrační fotografií příkrčené kočkovité šelmy z fotobanky Corel Gallery.</p> <p>Titulek: V jižním Polsku řádí nebezpečná exotická šelma</p> <p>URL: http://www.rozhlas.cz/izurnal/zahranici/_zprava/562635</p>
24. 3.	Právo	<p>S jednodenním zpožděním za ostatními deníky přináší Právo zprávu vycházející ze sobotního sdělení HZS na straně 7 v rubrice Zpravodajství podepsanou značkou plk. V posledním odstavci ji zpochybňuje citací soukromého zemědělce ze Starého Města na Bruntálsku, který v pumu příliš nevěří: „Jedna šelma navíc... Jsou přemnožené lišky, toulaví psi, krkavci, kteří napadají mláďata. (...) Spíš bych to tipoval na smečku nějakých psů, která dělá binec.“</p> <p>Titulek: Poláci varovali Moravu před nebezpečnou pumou</p>

3.1.1 DRUHÁ VLNA ZVEŘEJŇOVÁNÍ

O měsíc později následovala druhá, slabší vlna mediálního zájmu o pumu v česko-polském pohraničí. Odstartovalo ji další amatérské video, na němž se údajná puma prochází v poli nedaleko Opolska. Zveřejnil jej deník Nowa tribuna Opolska a 19. dubna převzal (bez uvedení zdroje) server televize Nova tn.cz. Jedná se opět o roztrásený, neostrý amatérský záznam z velké dálky. Velikost zvířete není možné porovnat s žádným předmětem v okolí, stejně dobře jako

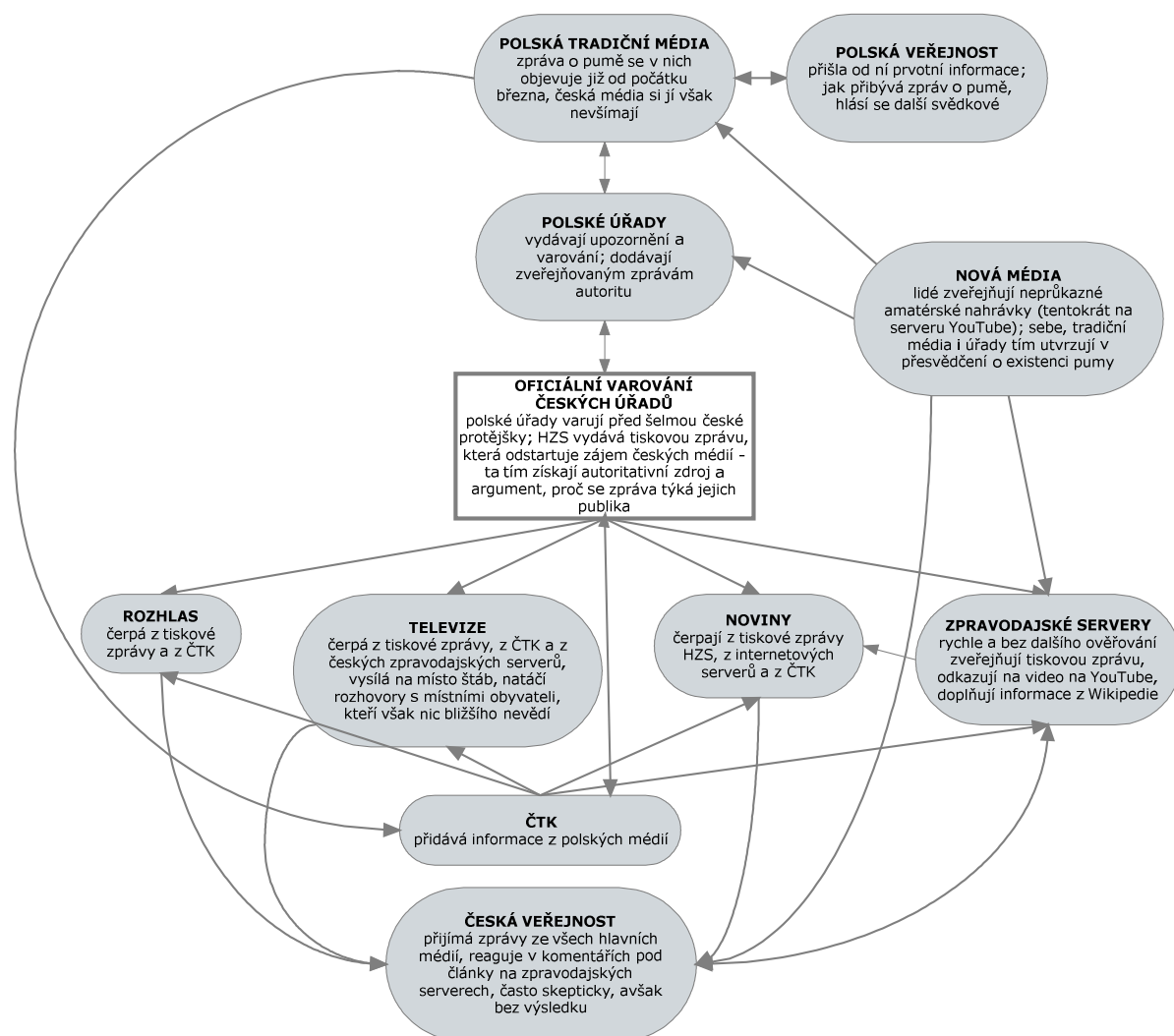
puma na něm může být i velká zrzavá kočka. Polští i ostravští hasiči zopakovali svá preventivní varování. S pokračujícím zveřejňováním informace v polských médiích se hlásili další svědci, přibýlo i hospodářských zvířat, jež puma údajně roztrhala.

V pátek 24. dubna v 5.40 agentura ČTK vydává v zahraničním servisu pod titulkem *Jihozápad Polska děsí tajemná kočkovitá šelma, prý jde o pumu* k případu další stručnou zprávu přejatou z německé agentury DPA. Žádné nové informace se v ní neobjevují. Na měsíc staré zpravodajství ČTK autor neodkazuje (podle zkratky se jedná o jiného redaktora). Zpráva má v ostatních médiích podstatně menší ohlas, zachytit se ji podařilo pouze mezi stručnými informacemi ze zahraničí ve vydání Haló novin z následujícího dne.

3.2 PRACOVNÍ HYPOTÉZY

Na základě analýzy zpráv o pumě z českých médií jsem vytvořil následující schéma hlavních informačních toků a zformuloval pracovní hypotézy.

Schéma 1: Šíření zprávy o pumě



Z reakce médií můžeme vyčíst, jakou váhu přisuzují oficiálním zdrojům informací, poznat jejich profesní rutiny a zpravodajské hodnoty, jež uplatňují při rozhodování o zveřejnění a konečné podobě zprávy. V případě zprávy o pumě hraje významnou roli její *překvapivost* (nemůže se opakovat příliš často, jinak si ji novináři i publikum pamatují – také proto se pravděpodobně v popsané druhé vlně zveřejňování setkala v českých médiích s podstatně menším zájmem), *negativita* (šelma roztrhala hospodářská zvířata a může ohrozit i lidi), *blízkost* (dokud se puma pohybovala na polském území, byť v bezprostřední blízkosti českých hranic, média ji

nereflektovala; Poláci navzdory geografické, historické a jazykové blízkosti nepatří mezi národy českými médii preferované).

Z kontextu dalších zpráv sledovaného víkendu (volební sjezd ČSSD, koncert neonacistů, vydražení obrazu za rekordní cenu aj.) usuzuji, že česká celostátní média přisuzují zprávě střední až nižší prioritu, regionální média v moravskoslezském kraji střední až vyšší. Podstatnou roli při rozhodování o zařazení zprávy sehrálo zřejmě její načasování. V sobotu a v neděli bývají redakce méně obsazené, mají menší přísun atraktivních zpráv z politiky či ekonomiky, a tak vítají jednoduchou neobvyklou zprávu, se kterou není moc práce (projevuje se *facilitace*, sklon ke zjednodušování úkonů). Je zřejmé, že zprávu se ověřit nepodaří, a tak není nic jednoduššího, než ji upravit podle ustálených šablon a zveřejnit. Zpráva se nejprve objevuje v regionálních médiích, odkud ji převezmou média celostátní, její šíření významně zrychluje internet. Postupné pozměňování a zestručňování původního textu se podobá procesu folklorizace.

Zjednodušování a zjednoznačňování nejednoznačné zprávy je při výrobě zpravodajství ustálený postup. Na zkoumaném vzorku zpráv o pumě pozorujeme trojí míru kritického odstupu: většina médií prezentuje přinejmenším v titulku, ale často i v celém textu existenci pumy jako jistou věc (puma „řádí“, „útočí“ či alespoň „míří na Moravu“). Druhá skupina médií ke zprávě přistupuje jako k pravdivé, ale zodpovědnost za to, zda tomu tak je, přesouvá na jiný zdroj (HZS, ČTK) – projevuje se to slovy „prý“, „možná“, „podle (zdroje)“ či „(zdroj) varuje“. Třetí skupina médií pak věrohodnost zprávy otevřeně (Lidové noviny, Strategie) či skrytě (pobavený úsměv moderátora TV Nova) zpochybňuje.

Při sběru informací se jen menšina novinářů řídí konvencí objektivity, která jim velí vyzpovídat více než jen jeden oficiální zdroj (HZS). Tento tlak je z povahy jejich produktu – televizní reportáže - silnější u televizních novinářů. Vyrovnávají se s ním anketou mezi obyvateli či zemědělci v dané oblasti, kteří však o pumě nemají žádné jiné informace než právě z médií. Výsledkem je pak buď výpověď bezobsažná („člověk neví, jak by se zachoval, že, to je těžké“) či vágně utvrzující v pocitu nebezpečí („radši nepůjdu tam, mám strach už“).

Média (až na drobné výjimky – Blesk, Lidové noviny, Prima TV) selhávají ve své z pohledu dominantního paradigmatu očekávané funkci ověřování informací, posouzení jejich důležitosti a zasazení do širšího kontextu. Tomu pravděpodobně brání absence užší dlouhodobé specializace redaktorů (*beat journalism*) a nedostatek zkušených novinářů, kteří by si podobné případy pamatovali z vlastní praxe, a to i na pozicích editorů.

Nelze vysledovat vyšší pečlivost při práci s informacemi u médií, která se označují za seriózní. Nepotvrdilo se ani, že by zprávě o pumě přisuzovala menší důležitost (s výjimkou Hospodářských novin).

Z hlediska konstrukce zpráv je pozoruhodná práce s obrazy. Puma, kterou nikdo pořádně nevyfotil ani nenatočil, se zhmotňuje na ilustračních záběrech a fotografiích. Snímky z divočiny zdůrazňují kulturně sdílenou představu o vysoké nebezpečnosti zvířete vyceněnými zuby či jeho zobrazením v příkrčeném postavení, na lovu, chystajícího se ke skoku. Obrazy ze zoologických zahrad ukazují nebezpečného dravce nervózně popocházejícího za mohutnými mřížemi. Nedostatek obrazového materiálu vynahrazují televizní zprávy dlouhými záběry (v případě ČT zamlženými) do tajemné liduprázdné krajiny Jeseníků a Beskyd.

Na zkoumaném vzorku se potvrdilo, že novináři nemají zábrany od sebe navzájem opisovat: tabulka s fakty o pumě vybranými z Wikipedie se objevila ve zkrácené, mírně přeformulované podobě nejprve na serveru Novinky, odkud ji přebraly dva tištěné deníky. Práce se zdroji je ledabylá. Často nejsou uvedeny vůbec, mnohdy novináři nepracují s celým spektrem zdrojů, které se jim nabízí. A tak Právo ještě v úterý publikuje zprávu vycházející jen z tiskové informace HZS a nebere v potaz doplnění a zpřesnění, která již v sobotu publikovala ČTK a dostala se mezitím i do ostatních médií. Možným vysvětlením je informační přetížení, nedostatek času, neprofesionalita novinářů, případně další institucionální tlaky.

K dalšímu zpřesnění, verifikaci či falsifikaci těchto hypotéz, případně k vytvoření hypotéz nových, jsem použil metodu zúčastněného pozorování v regionální redakci MfD v Ostravě, nestandardizované rozhovory s jejími pracovníky a rozbor jejich vnitřních redakčních dokumentů²⁹. Ještě než se dostanu k výsledkům šetření, pokusím se fámu o pumě zařadit do širšího historického a mezinárodního kontextu a podívat se na ni optikou folkloristiky.

3.3 VYBRANÉ PŘEDCHOZÍ PŘÍPADY POZOROVÁNÍ „PUMY“ V ČESKÝCH MÉDIÍCH

Zprávy o uprchlých kočkovitých šelmách se v českých médiích objevují přinejmenším od počátku devadesátých let. Ještě nikdy se podle veřejně dostupných informací žádnou nepodařilo dopadnout. Zprávy přejaté ze zahraničních zdrojů jsou obvykle zveřejňovány jednorázově, například *Safari v Římě: místo pantera medvěd* (ČTK, 3. 1. 1990), *Šelma ohrožuje koncert skupiny Pink Floyd ve Francii* (ČTK, 29. 7. 1997), *Sasko řeší záhadu, zda má na svém území pumu či tlustou kočku* (ČTK, 15. 6. 2006). Pokud se mytická šelma pohybuje na českém území, zpravodajství se jí zevrubně věnuje i několik týdnů či měsíců (zpráva vyvolá reakce, o nichž pak média dále referují, viz případy z let 1993 a 2004-2005). Nejde přitom vždy jen o kočkovitou šelmu.

²⁹ viz kapitola 1.1.2

Například v červenci 2007 referovala média o údajném spatření lva u Semil.³⁰ Zde je chronologický přehled předchozích případů pozorování velkých koček na útěku na území České republiky:

Červenec až listopad 1993: Tajuplná černá šelma se několik týdnů potulovala v okolí továrny Plastimat v obci Modrá na Děčínsku.³¹ Policie vyhlásila přísný zákaz vstupu do lesa. Místní zastupitelstvo přijalo vyhlášku, že je možné zvíře, popisované jako puma, panter či ocelot, zastřelit jako škodnou. Proti tomu se bouřili ochránci zvířat. Šelmy se veřejně zastal zakladatel safari ve Dvoře Králové Josef Vágner. V tisku se objevily zprávy, že dravec zadával devět ovců, policie potvrdila tři případy. „Mezi myslivci a v ústecké ZOO se říká, že zvíře pravděpodobně pustil nějaký chovatel, zřejmě v Německu,“ informovala ČTK. „Policie šelmu ještě neviděla, ale vždy, když se objeví, vyjíždějí na místo psovodi.“ Další vývoj honu na tajemnou šelmu shrňme stručně pomocí titulků ČTK: *Tisíc korun za humánní odchyt šelmy* (21. 7.), *Na severu Čech již prý zřejmě dvě šelmy* (23. 7.), *Šelma změnila adresu* (25. 7.), *Šelma zatím beze stopy* (26. 7.), *V Dubici zastřelen pes, nikoli jílovská puma* (28. 7.), *Velká kočička se údajně vrací na sever Čech* (1. 11.). Poté se stopa jílovské pumy ve zpravodajství ČTK definitivně ztrácí.

Září 1996: Černá šelma se opět potuluje v severních Čechách. Majitel hostince ve Stebně na Ústecku poskytl novinám svědectví, že když jel v noci s manželkou v autě, oba „zahlédli, jak se v záři reflektorů krčila velká kočkovitá šelma, možná levhart“.³²

Srpen 2004 – říjen 2005: Údajná puma se potulovala na Moravě, její výskyt hlásily desítky lidí od Příbora po Zlín. Intenzivně se jí věnovala regionální³³ i celostátní média, s postupem doby však vzrůstala jejich skepse a místo pouhého přebírání varovných zpráv převládl ironický až posměšný tón.³⁴ Místní úřady vyvíjely kvůli pumě značnou aktivitu. V Příboře městská policie vylepovala varovné plakáty a o pohybu pumy informovala radnice místním rozhlasem. Jak rostl počet hlášení, organizovala se stále důkladnější bezpečnostní opatření. V říjnu 2005 městská a republiková policie obklíčily prakticky celý Vsetín. U Nového Jičína se pumu snažili odchytit zoologové do klece s návnadou z ovčích a rybích hlav. Krajský úřad zřídil speciální informační linku a stálé spojení se zoologickou zahradou, kde byl v pohotovosti veterinář s uspávací puškou. V listopadu 2005 jako by se po tajemné šelmě slehla zem.

³⁰ *Okolo Semil se možná pohybuje lev*. Metro, 30. 7. 2007, s. 1.

³¹ *Šelma, která dává ovce na Děčínsku, zatím nezaútočila na lidi*. ČTK, 17. 7. 1993.

³² *V Ústí nad Labem se opět objevila kočkovitá šelma*. Mladá fronta Dnes, 21. 9. 1996, s. 4.

³³ *Klec je připravená, myslivci s puškami ale také*. Mladá fronta Dnes - Východní Morava, 8. 1. 2005, s. 3.

³⁴ *Příběh virtuální pumy valašsko-americké*. Mladá fronta Dnes, 13. 7. 2005, s. 6

Březen 2006: Velká kočkovitá šelma s hladkou černou srstí se vyskytla u Habartic na Klatovsku³⁵. „Lesní dělníci viděli ze vzdálenosti 100 metrů černou kočkovitou šelmu. Délku jejího těla odhadli na 60 až 70 centimetrů. Měla tlustý a prohnutý ocas dlouhý asi 50 centimetrů. Zvíře sledovali asi pět minut. Poté se šelma zvedla a skoky zmizela v lese směrem na Bahna,“ informoval deník Blesk.³⁶ O případu informovala také plzeňská regionální příloha Mladé fronty Dnes³⁷.

Listopad 2007: Někteří obyvatelé Hrabšína na Šumpersku, včetně starosty Ladislava Procházky, zahlédli u vlakové zastávky velkou kočkovitou šelmu zabarvenou do černa³⁸. Vedoucí šumperských myslivců Petr Brožovský jejich svědectví zpochybnil: „Nemáme důkaz, že šlo o kočkovitou šelmu. Nebyla ani stržena žádná zvěř.“

3.4 FÁMY O KOČKOVITÝCH ŠELMÁCH V ZAHRANIČÍ

Fáma o nebezpečných uprchlých zvířatech, nejčastěji kočkovitých šelmách, je ve folkloristice dobře známý a zdokumentovaný typ. „Příběhy o záhadných kočkovitých šelmách jsou typickým příkladem negativního vlivu moderních médií, která vědomě napomáhají šířit zcela zbytečné informace,“ soudí Janeček (2007, s. 100). Brunvand (1993, s. 331) tento typ fámy ve svém indexu motivů současného folkloru nazývá *Uprchlé velké kočky (panteři aj.)* a řadí jej do sekce *Nebezpečná zvířata* mezi další populární zoologické motivy jako například *Pavouci v banánech*, *Aligátoři v kanalizaci*, *Brouk v uchu* či *Tasemnice v pilulkách na hubnutí*.

Jako příklad uvádí *felini misteriosi* - pantery, kteří byli údajně spatřeni na 45 různých místech v Itálii v období od prosince 1989 do května 1990. Italští folkloristé z Centra pro sběr fám a současných pověstí v Alexandrii zpracovali podrobnou mapu a detailně popsali každé z údajných setkání, o nichž referovala i média. Ani jeden panter – živý či mrtvý - však nebyl nalezen. „Objevily se otisky tlap velkých koček, potrhání psi, ale samotné černé šelmy zmizely neznámo kam“ (Brunvand 1993, s. 247).

Dalším podrobně zdokumentovaným a ve své době hojně medializovaným případem jsou *motownští panteři*³⁹. V okolí hlavního města státu Michigan v USA se zprávy o nich objevovaly v médiích v letech 1984 – 1989. V roce 1989 jedna žena údajného pantera natočila na videokameru. Vyšetřovatelé z michiganského Úřadu pro přírodní zdroje (obdoba ministerstva životního prostředí) podrobili nahrávku testu: cvičitel vodil v místech údajného výskytu

³⁵ Lesní dělníci viděli na Klatovsku velkou kočkovitou šelmu. ČTK, 1. 3. 2006.

³⁶ Černá puma brázdí šumavské hvozdy. Blesk, 2. 3. 2006, s. 7.

³⁷ V lesích lidé viděli velkou černou šelmu. Mladá fronta Dnes - Kraj Plzeňský, 6. 3. 2006, s. 4.

³⁸ Jedni viděli jaguára. Druzí psa. Mladá fronta Dnes - Střední Morava, 26. 11. 2007, s. 1.

³⁹ Motown je přezdívka města Detroitu.

nebezpečné šelmy ochočeného pantera a vyšetřovatelé jej snímali stejnou kamerou ze stejného místa. Když potom záběry porovnali, zjistili, že údajný panter je mnohem menší než skutečný. S největší pravděpodobností žena nafilmovala kočku domácí. Jiný expert, který zkoumal koně, jehož měl panter napadnout a prokousnout mu hrdlo, dospěl k závěru, že zranění nemohla způsobit šelma: nenašel stopy po drápech ani po zubech, jen čistou tržnou ránu.

Nejpravděpodobnějším vysvětlením podle něj bylo, že si kůň zranění způsobil o ostnatý drát. V měkké půdě v místech, kde majitelé pantera údajně viděli, našli vyšetřovatelé pouze psí a mývalí stopy. Kdyby zvíře uprchlo ze zajetí, pravděpodobně by podle nich neumělo lovit a spíše by loudilo potravu v blízkosti lidských obydlí. V březnu 1992 se zprávy o panterech vrátily, tisk k nim již byl tentokrát skeptičtější. Deník *Detroit Free Press* použil například tyto ironické titulky: *Kočka na číhané; Na, čiči; Tajemný panter vypadá na záznamu docela roztomile.*

„Pokud se v Michiganu najde skutečný černý panter,“ píše Brunvand (1994, s. 268) „bude hodně daleko od domova. (...) na území Spojených států žádná podobná šelma nežije. Černí panteri jsou ale častým motivem amerického folkloru. Někdo zahlédne pohyb ve stínu, běžné divoké zvíře, nebo domácího mazlíčka na výletě a interpretuje svůj zážitek v intencích pohádek a pověstí, které dobře zná.“

Divoké kočky na útěku se dostaly v uplynulých letech do zpravodajství také v Británii: folkloristé znají případy označované poetickými jmény jako *The Surrey Puma* (Puma ze Surrey), *The Exmoor Black Beast* (Exmoorská černá šelma), *The Beast of Margam* (Šelma z Margamu), *The Thorangby Lioness* (Lvice z Thorangby), *The Fobbing Puma* (Puma z Fobbingu) a *The Beast of Bodmin Moor* (Šelma Bodminského vřesoviště). Žádné z těchto zvířat se však nepodařilo dopadnout ani najít jeho tělo.⁴⁰

Zprávy o velkých kočkovitých šelmách jsou rozšířené i ve střední Evropě, kde se jejich výzkumu věnovali němečtí a rakouští folkloristé, a také ve Francii.⁴¹ „Všechny případy údajného spatření velkých koček byly i zde pečlivě zkoumány příslušnými úřady, které nikdy nic nenalezly. V pozadí těchto zpráv bývá totiž laické pozorování běžných druhů kočkovitých šelem spojené s touhou některých členů naší společnosti objevit se v médiích, a to i za cenu mystifikace“ (Janeček 2007, s. 101).

⁴⁰ Zprávy o tajemných kočkách potulujících se po Britských ostrovech monitoruje a prověřuje skupina vědců sdružená kolem webu www.bigcatsinbritain.org.

⁴¹ Viz např. HIRHAGER, Ulrike, LICHTBLAU, Karin, TUCZAY, Christa. Tendenzen der moderner Sage in Österreich. Bayerische Blätter für Volkskunde. Neue Folge, 1999, č. 1/26, s. 15–41 a CAMPION – VINCENT, Véronique. Contemporary Legends About Animal Releases in Rural France. Fabula, 1990, č. 31, s. 242–253.

Folklorista Theo Meder (2009) z Královské nizozemské akademie věd a umění zdokumentoval⁴² v letech 1996 až 2005 jedenáct případů, v nichž tamní média referovala o případech uprchlých či nebezpečných zvířat: lva (2x), pumy (3x), medvěda (2x), leoparda, kobry, krokodýla a vlka. Podrobně se zabýval případem pumy v lesích v oblasti Veluwe, který zaměstnával nizozemská média od června do září 2005. Zvíře známé po celé zemi získalo přezdívku *Winnie the Puma* (Puma Pú). Debaty o tom, jak je nebezpečná, a zda je možné ji zastřelit, pronikly i do nizozemského parlamentu, kde kvůli imaginární pumě levicoví poslanci interpelovali ministra zemědělství (Meder 2009, s. 4). Desítky lidí hlásily úřadům po celé léto setkání s pumou, posílaly do novin rozmazané fotografie, do honu na ni se zapojily nejen obce a myslivci, ale i policie a armáda, nasazen byl dokonce vrtulník. Fáma o uprchlé pumě přilákala do oblasti tisíce turistů, na lesních cestách rozsáhlého území se objevily cedulky varující před nebezpečnou šelmou, vedle lesa vyrostl stánek se zmrzlinou. Celonárodní zájem o pumu ukončil 21. září 2005 fotograf Otto Faulhaber, kterému se po týdnech snažení podařilo ostře vyfotografovat velkou mourovatou kočku, která velikostí, tvarem i chováním připomínala zvíře na předchozích zveřejněných záběrech. Nakonec se přihlásil majitel zvířete, vystoupil v televizi se svými dvěma dcerami a oznámil, že médii nabuzení občané a úřady skoro čtyři měsíce zřejmě honili jejich kocoura Maxe. Toto vysvětlení nepřesvědčilo všechny, a tajemná „Puma z Ede“ dál žije v lidové kultuře, ačkoli zprávy o ní v médiích ustaly a setkání s ní již nikdo další nehlásil.

V závěru studie shrnuje etnolog Meder motivace a zájmy jednotlivých skupin zapojených do šíření fámy a jejího udržování při životě. O novinářích píše: „Obzvlášť během mdlé letní sezóny udělají všechno pro to, aby získali pikantní, senzační zprávu. Masivní hon na (imaginární) pumu byl pro ně ideální příležitost. Historku udržovaly při životě hádky, zda je správné pumu zastřelit, nebo uspat. Navíc Nadace Pantera (provozující útulek pro opuštěná zvířata) dodávala další zajímavé zprávy každých pár dnů. Prozaický závěr, že se totiž z pumy vyklubal kocour, prezentovala média s dávkou škodolibého potěšení“ (Meder 2009, s. 12). Konzumenti médií podle něj vyhledávali odlehčené zprávy o Pumě Pú v rozhlasu, novinách, televizi i na internetu, aby si odpočinuli od depresivních zpráv o válce, terorismu a přírodních pohromách. Vzrušení z pumy přirovnává ke slasti ze sledování hororu: je to strašidelné, ale nebezpečí, že by nám puma něco opravdu udělala, je zcela zanedbatelné.

Meder (2009, s. 17) na základě studia podobných případů zobecňuje průběh fám o uprchlých divokých zvířatech následovně:

⁴² Své závěry přednesl Theo Meder v červnu 2008 na 26. mezinárodní konferenci Mezinárodní společnosti pro výzkum současných pověstí (International Society for Contemporary Legend Research) v Dublinu. Jeho studie se nyní připravuje k tisku v odborném časopisu *Contemporary Legend* (viz Bibliografie), pro účely této práce laskavě poskytl její rukopis.

- v civilizované krajině dojde k pozorování divokého zvířete, které do ní nepatří
- prvotní informace nepochází od expertů, ale od laiků – ať už jsou to lidé na procházce, nebo třeba policisté
- jejich závěr je založen na chybě v pozorování: pes je zaměněn za lva, ovce za lvici, zajíc za klokana, kočka za pumu
- v první chvíli pozorovatelé obvykle intuitivně dospějí ke správnému závěru – že se jedná o kočku či o psa atd. – postupně však tento závěr přehodnocují a přiklání se k nebezpečné šelmě
- žádná zoo, cirkus ani soukromý majitel nehlásí zmizení takové šelmy
- jakmile začnou zprávu šířit hromadné sdělovací prostředky, přicházejí zprávy o spatření uprchlého zvířete od občanů ze všech stran, a to i takové, které se vzájemně vylučují (tvrdí, že zvíře bylo ve stejný čas na více vzdálených místech)
- najdou se stopy nesprávně přisouzené hledanému zvířeti
- rozsáhlé policejní pátrání nepřináší žádné výsledky
- také (samozvaní) experti na odchyt dravé zvěře selhávají
- fotografické a filmové záznamy jsou neprůkazné
- po jednom či dvou měsících šelma „zmizí“, nebo se zjistí, že šlo o neškodné domácí zvíře
- po inkubační době jednoho roku až tří let se stejný příběh vynoří jinde

K popularitě fám o kočičovitých šelmách může přispívat také jejich symbolický význam v dané kultuře. Slovník symbolů (Becker 2002) uvádí: „Ve středověku byly (především černé) kočky považovány za zvířata čarodějnic, zvláště černý kocour byl obrazem d'ábla. Pověra proto spatřuje v černé kočce nešťastné omen.“

3.5 ZÚČASTNĚNÉ POZOROVÁNÍ V JEDNÉ Z REDAKCÍ, KTERÉ FÁMU ZVEŘEJNILY

Krajská redakce Mladé fronty dává najevo status významné regionální instituce již svou polohou na reprezentativní adrese v centru Ostravy [2]. V prostorných, světlých, nedávno zrekonstruovaných kancelářích [33] pracuje pět stálých píšících redaktorů, dva externisté, dva sportovní redaktori, dva fotografové, dva editoři, dva sportovní redaktori, kteří jsou řízeni centrální redakcí z Prahy, vedoucí redakce, jeho asistentka a přibližně deset pracovníků inzertního, distribučního a počítačového oddělení [6]. Od neděle do pátku denně vyrábějí pět stran regionálního zpravodajství (včetně zpráv z kultury a ekonomiky), jednu servisní stranu (program regionálních kulturních a společenských akcí, počasí, doprava) a jednu až dvě strany zpráv ze sportu [16].

Podle vzpomínek služebně nejstarších zaměstnanců se v posledních deseti letech výrazně zvýšil tlak na produktivitu práce a počet odevzdaných článků. Píšících autorů bylo dvakrát víc a počet stran, jež museli zaplnit, byl před zavedením systému regionálních příloh podstatně nižší [6, 65]. „V roce 1993, když jsem nastupoval, nás tu bylo čtrnáct. To byly zlatý časy. Přispívali jsme na celostátní regionální dvoustranu. Ted' děláme s polovinou lidí každý den šest stránek. (...) V roce 2000 přišel konec idyly s rozvojem regionálních stránek. (...) Ted' redaktoři soustruží jednu zprávu za druhou, je to šílené. Lidi sedí u počítače, zobou z toho, co jim pošlou policajti, agentury, mluvčí. Málokdy se dostanou k peckám, které jinde nejsou,“ srovnává devadesátá léta se současností editor TP [146]. Rasantní zvýšení pracovní zátěže popisuje také redaktorka IL, která v březnu zveřejnila zprávu o pumě: „Pracovní doba je teď dlouhá. Byly doby, kdy se končilo ve tři odpoledne. Dneska už bych nemohla při práci vychovat dvě děti a vystudovat“ [65]. Vedoucí redakce PŽ jejich vzpomínky zpochybňuje: „Trošku to není úplně pravda. Čtrnáct nás tu bylo v době, kdy už se dělala příloha. (...) vzpomínat můžeme. Já na to taky docela rád vzpomínám, protože se ty noviny tvořily úplně jinak a mimochodem a mimo jiné se tvořily bez nějakého velkého plánování (...). [163] Konkurence témat byla samozřejmě větší. (...) (Noviny) byly jinak zaměřené. Dneska jsou spíš servisně vedené.“ [164]

3.5.1 HLAVNÍ AKTÉŘI

Redaktorka IL je podepsána pod zprávou o pumě na Osoblažsku v krajském i celostátním vydání MfD. Je to šestačtyřicetiletá, menší, energická, nakrátko ostříhaná žena, oblečená v džínách a ve volném pestrobarevném tričku s květinovými a orientálními motivy. Jako jediná z redaktorů zpravodajství nepracuje v newsroomu, ale sdílí malou kancelář⁴³ s redaktorem zpráv z kultury MJ a s jeho matkou, která trpí Alzheimerovou chorobou. Syn ji denně vodí do zaměstnání, kde sedí mezi jeho stolem a pracovním místem IL a celé hodiny jej sleduje při práci, případně listuje novinami a časopisy [44]. IL: „Nechtěla jsem do newsroomu. Tady mám svoje kytičky a světlo. Hodně telefonuju, tak jsem si to nějak vyřvala“ [76]. Jako jedna ze dvou členů redakce má novinářské vzdělání – v letech 1989 až 1993 vystudovala fakultu žurnalistiky UK v Praze. Předtím složila dvě maturity – v oboru automatizační technik a na střední pedagogické škole [60]. „Vždycky jsem byla dobrá v češtině. V 15 letech mě učitelka poslala na novinářské soustředění a od té doby jsem to chtěla dělat“ [69]. Přesto ještě několik let pracovala v průmyslu a přispívala do podnikových novin, než se jí podařilo získat místo redaktorky v místním večerníku. V regionální redakci MfD působí od roku 1991 [53]. Specializuje se na zdravotnictví a na zprávy z města Ostravy, ale když je třeba, napíše cokoli. Říká, že ji práce novináře stále těší [53] zvláště, když má konkrétní pozitivní výsledky [63, 67]. Měla nabídku psát o zdravotnictví v

⁴³ orientační plánec kanceláře je součástí přílohy č. 2

Praze do celostátního vydání, ale považuje se za ostravskou patriotku a Praha jí připadá moc velká a neosobní [71], přestože bydlí na jednom z nejhorších ostravských sídlišť. Je rozvedená, má dvě téměř dospělé děti [65], s nimiž to neměla lehké. Během pracovního dne vykouří několik levných cigaret, většinu pracovní doby tráví telefonováním a procházením tiskových zpráv. Odpoledne a večer pak na základě sesbíraných informací sepisuje články. Odpočine si při kávě a dortu s kamarádkou [71]. Mezi prací, když se chce soustředit na psaní a myslet chvilku „jinak a na něco jiného“, si na počítači zahraje pasiáns [85].

Vedoucí redakce PŽ je autorem komentáře v rubrice K věci, v němž zpochybňuje existenci pumy, ale zároveň říká, že – vzhledem k tomu, že se vyskytla v období, kdy je dostatek jiných zpráv – by této pumě „snad raději věřil“. Je to hbitý čtyřicátník s vyholenou hlavou, obléká se o stupeň draž a kvalitněji než jeho podřízení [3]. Jako jediný jezdí do zaměstnání pravidelně autem, má zaplacené parkování v centru. Když nechá auto doma, přijíždí v pestrobarevném cyklistickém oblečku na horském kole vyšší kategorie [198]. Úřaduje v prostorné a světlé rohové kanceláři, jejíž stěny zdobí velkoformátové reportážní fotografie. Je druhým členem redakce s ukončeným novinářským vzděláním z pražské žurnalistiky. K novinám se dostal díky zájmu o fotografii. „Když jsem přišel s tím, že půjdu studovat žurnalistiku, tak otec řekl, že jsem se úplně zbláznil, protože on je stavař a pro něj všechno, co má smysl, jsou domy a něco, co má trvalou hodnotu, což noviny rozhodně nejsou“ [178]. V ostravské redakci MfD působí od roku 1989, vzpomíná si, jak se ještě tiskové archy vozily z Prahy vlakem, případně letadlem, shazovaly se nad letištěm Mošnov, a technický redaktor v nich pak jen vyměnil několik regionálních článků [7]. V roce 1990 se podílel na privatizaci Mladé fronty formou přechodu zaměstnanců do redaktory založené akciové společnosti MaF. Na konci devadesátých let pracoval tři roky v Praze jako zástupce šéfredaktora MfD zodpovědný za krajské přílohy. „Když jsem šel do Prahy před těmi dneska už vlastně devíti lety, tak jsem pociťoval strašnou potřebu změny právě proto, že jsem si uvědomil, že se scházím neustále se stejnou skupinou lidí tady v redakci, s číšníkem, s pánem z parkoviště a s manželkou. Zjistil jsem, že najednou je svět strašně uzavřený“ [177]. Po třech letech se vrátil do Ostravy a od té doby je vedoucím redakce. Jeho zodpovědností je plánování obsahu novin, u něj se sbíhají tipy od redaktorů a on rozhoduje, čím se dále zabývat [161]. Do práce chodí v devět hodin. V 9.15 má první poradu [35, 138] se sloužícím editorem a se svým zástupcem JB (ve sledovaných dnech bylo v té chvíli o náplni vydání na další den již z větší části rozhodnuto). V 9.30 řídí poradou redakce [36, 139], v 10.30 má telekonferenční hovor s pražskou centrálou a ostatními krajskými redakcemi [57], v 16.30 poradou o plánu na další den [103,197]. Po většinu dne působí klidně, mluví tiše a vyrovnaně. Když přemýšlí, zakloní se v židli a sepne ruce za hlavou. Po odpolední poradě obvykle odjíždí domů, odkud ještě posílá komentář

K věci, v jehož psaní se střídá se svým zástupcem. Je ženatý, bezdětný [178], po práci odpočívá sportem, zahrádkařením a chalupařením. Myslí si, že novináři často žijí v jiném světě než jejich čtenáři, a že na to zapomínají. Proto zvláště v posledních letech aktivně vyhledává kontakt s „obyčejnými lidmi“ [193].

Editor DŠ je rázovitý osmatřicetiletý chlapík, potomek kulaků a horníků z Brušperku. Má dlouhé vlasy a plnovous, do redakce i na recepci polského konzulátu chodí ve vytahaném tričku a potrhané džínové vestě [151]. Mluví hlasitě, se silným severomoravským přízvukem a často vulgárně. V každé druhé větě se pokouší o vtip. Do práce dojíždí denně vlakem. V únoru seděl v soupravě, která havarovala, a jak píše v následné reportáži, první, co ho po nárazu napadlo, bylo, že musí začít pracovat [112]. Vedle pracovního stolu má padesátilitrový pivní sud. „Hospodu dělá na špičkové úrovni od patnácti“ [136] a „nejlépe píše po čtyřech pivech“ [212]. Studoval střední strojírenskou školu, potom dva roky hutnictví na Vysoké škole báňské. „Když vybuchne koksovna, tak vím, co se děje.“ Pracoval jako zámečník, pojišťovák, ekonom, účetní, vedoucí velkoobchodu se sklem a porcelánem, bezpečnostní technik či dispečer kamionové dopravy. Od roku 2000 začal působit jako dopisovatel hokejových serverů, spolupracoval s PR agenturami hokejových klubů. „Večer jsem si zašel na hokej, a tak to začalo“ [112]. V MfD je zaměstnán od roku 2005, editorské práci se věnuje od 1. dubna, kdy redakci opustil zkušený editor VV, který odešel ke konkurenci. Když nemá službu, píše především články z ekonomické oblasti, ale i cokoli jiného, co je potřeba.

Editor TP působí v šestatřiceti letech jako člověk unavený životem. Je vysoký a mohutný, má dlouhé světlé vlasy, na tváři strniště vousů, kruhy pod očima. Mluví tiše a pomalu, po redakci se spíše plouží, než chodí. „Pracuju dvanáct hodin denně, šest dnů v týdnu,“ říká [140]. Vedle povolání editora v MfD je také dramaturgem a scenáristou v České televizi, kde připravuje pořady Na stopě a Ta naše povaha česká. Má tři „hyperaktivní děti. Všechny jsou v různých kroužcích, zpívají a tancují v Ostravičce (dětský folklorní soubor). Tak se musím otáčet“ [148]. V MfD pracuje s pětiletou přestávkou od roku 1993. Tři roky strávil v USA, kde dělal kuchaře a různá pomocná povolání a studoval na New York Institute of Photography. Když jeho přítelkyně poprvé otěhotněla, rozhodli se vrátit do Ostravy, respektive do Frýdku-Místku, odkud denně dojíždí. Vystudoval gymnázium a „žurnalistickou nástavbu v Hrabové“, do MfD nastoupil hned po vojně a vzpomíná na ta léta jako na zlaté časy, kdy byl z práce novináře „v extázi“, byl ochoten v redakci nocovat, jezdit „na dva dny na reportáž se spacákem“ [146]. Dnes podle něj z mladých novinářů a adeptů žurnalistiky číší apatie a nezájem. „Chodí sem třeba každý pátek mladá studentka žurnalistiky. Sedne si k počítači, nic neříká. Nechám ji vydusit. Za hodinu se přijde zeptat, co má dělat... Ale novinář má přece solit nápady, možnosti, jak něco napsat.“ [146]. I z TP

optimismus vyprchal. "Mám tolik roků, že vyhasneš," řekl mi. "Aspoň občas mám dobrý pocit, že udělám noviny, za které se nemusím stydět" [149]. Práce v novinách ho ještě baví, když se něco děje. A „v regionech se pořád něco děje," dodává sarkasticky. Chtěl by pracovat v nějaké větší redakci? „V Ostravě žádné větší noviny nejsou. A celá rodina je tu k něčemu přiškvařená. [208]" Nedostižným vzorem jsou pro něj americké noviny. „Tam to vypadá jak v amerických filmech. Editor řekne: tohle je zajímavý téma, jeď tam na týden, třeba do Afriky, dá reportérovi služební kreditku a není to žádný problém. Pochybuju, že tam lidi (novináři) řeší existenční problémy, život od výplaty k výplatě. Tady to je vesnice, malá země, tady ty možnosti nejsou" [150].

3.5.2 OKOLNOSTI ZVEŘEJNĚNÍ ZPRÁVY O PUMĚ

Zveřejnění zprávy o pumě 23. března významně ovlivnil fakt, že se toto vydání připravovalo v neděli. Obvyklý nedělní provoz v krajské redakci MfD vypadá podle vedoucího PŽ tak, že větší materiály jsou předem připraveny [160]. Aktuální zprávy pak zpracovává jeden sloužící redaktor ve spolupráci s editorem, který má právě službu.

V neděli 22. března měla službu redaktorka IL a editor VV, který již v MfD nepracuje. Jak vyplynulo z terénního výzkumu, redaktorka IL toho dne nebyla v redakci, ale posílala zprávy z domova. Vyšlo to najevo, když jsem ji požádal o pracovní poznámky. Pokud by byla v redakci, poznámky z oné neděle by byly uloženy v redakčním systému Hermes. K tomu však redaktorka nemá z domova přístup, stejně jako k agenturnímu zpravodajství. Tím se vysvětluje, že na rozdíl od některých jiných médií se v její zprávě neobjevují informace publikované v neděli ráno ČTK.

Jejím hlavním zdrojem informací při práci z domova je e-mail a web, případně telefon: „... no prostě v Outlooku a posílám to Outlookem," odpovídá na otázku, jak to vypadá, když pracuje z domova. „To se ale neděje běžně. Běžně se chodí sem. Ale předtím tu byl editor, (...) kterému to nevadilo" [84]. Druhému editorovi, TP, to vadí [137]. "Editor je tu pak sám a musí dělat pět stránek z mailu. Upravuje, zkracuje, rozepisuje. Má tu (sloužící redaktor či redaktorka) sedět a psát," říká [153].

Nepočítáme-li zprávu o pumě, kterou si zřejmě vybral a upravil editor celostátního vydání – a také editor vydání pro střední Moravu - najdeme v MfD z 23. března osm zpráv podepsaných redaktorkou IL:

Tabulka 2: Příspěvky redaktorky IL v MfD 23. března 2009

titulek	popis	číslo strany	počet slov	domicil	citované zdroje
V lesích se možná toulá puma	druhá zpráva krajské přílohy	1	169	Krnov	1 (mluvčí hasičů Petr Kůdela, respektive jeho tisková zpráva)
Výstavu navštívily stovky lidí	text k hlavní fotografii z výstavy papírových modelů	1	75	Ostrava	0 (zdrojem informací je tisková zpráva organizátora akce)
Odměna pro nemocnici: lůžka	krátká zpráva	1	58	Třinec	1 (hlavní sestra Šárka Panáková, citace je převzata z tiskové zprávy organizátora soutěže, firmy HealthCare Institute)
Cizinec chtěl ukrást hned tři počítače	krátká zpráva	1	64	Ostrava	0 (zdrojem informací je tisková zpráva policie)
Lidé si připomněli mučednickou smrt kněze	hlavní zpráva s velkou fotografií	2	435	Frydlant nad Ostravicí	3 (mladá žena, která nechtěla zveřejnit jméno, místostarosta Staré Lubovně Bohumil Dolanský a politoložka Jiřina Pavlíková)
Nahý mladík ničil auta, skončil na psychiatrii	delší jednosloupcová zpráva	2	255	Ostrava	1 (mluvčí ostravské policie Gabriela Holčíková, text vznikl na základě její tiskové zprávy)
Vlaky zastavila na desítky minut spadlá trolej	delší jednosloupcová zpráva	2	217	Jablunkov	2 (nejmenovaná žena a mluvčí drah Petr Štáhlavský)
Záchranáři z Karvinska měli rušnou noc	delší jednosloupcová zpráva	2	143	Havířov	1 (mluvčí záchranné služby Lukáš Humpl, text vznikl na základě jeho tiskové zprávy)

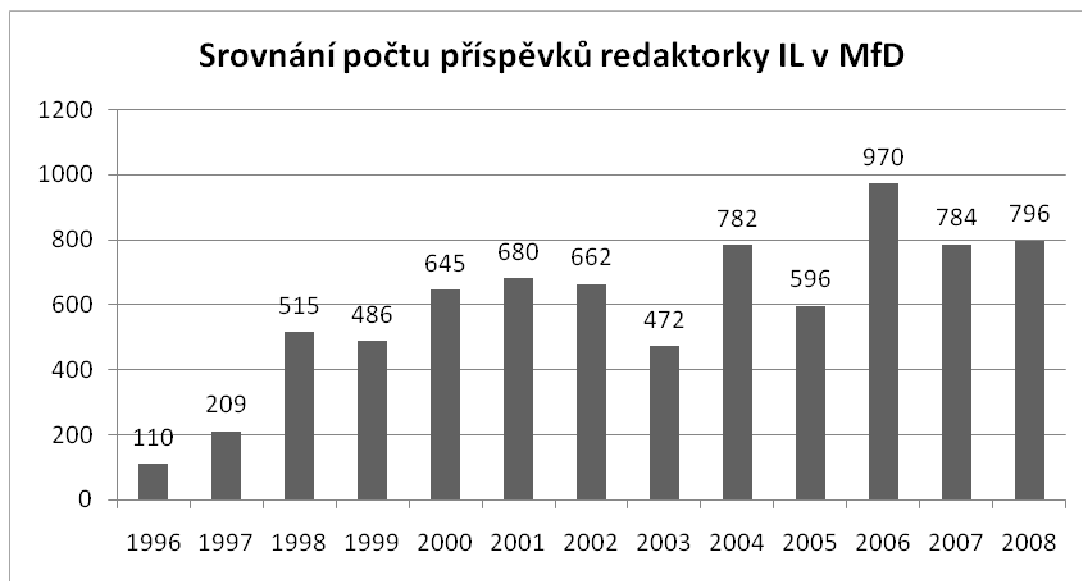
Jedna redaktorka sedící ve svém bytě na ostravském sídlišti a vybavená přístupem k redakčnímu e-mailu tak dokázala v novinách vzbudit dojem zpravodajského pokrytí celého kraje. Šest z osmi textů přitom vychází z tiskových zpráv firem a institucí. Z použitých formulací to však není zřejmé, naopak, přepisování tiskových zpráv je zastíráno užitím obrátů jako „líčí mluvčí“ či přímým přebíráním jejich informací, jako by šlo o vlastní zjištění novináře.

Při takovém množství zpráv a způsobu práce nijak nepřekvapí, že noviny stejným způsobem převzaly i fámu o pumě. Tendenci důvěřovat institucionálním zdrojům v tomto případě podpořil fakt, že autorka se s mluvčím hasičů Kúdelou mnoho let osobně zná, pracovali spolu v jedné redakci [200].

Zveřejnění varovné informace o pumě nezabránil ani fakt, že samotní redaktori byli k její věrohodnosti skeptičtí a znali její širší souvislosti. „Sami jsme se tu zprávě o pumě smáli. Snažil jsem se v té glose zachovat od té informace trochu odstup. Jednak vím, že se puma jednou za čas objeví a nikdy ji nikdo neviděl, ale všichni o ní mohutně píšou. A protože máme chalupu na Valašsku, tak to můžu srovnávat,“ říká vedoucí redakce PŽ [190]. Nad snahou přinášet pravdivé informace však převládly jiné faktory, které popisují v následujících kapitolách. IL ke zveřejnění zprávy o pumě říká: „Normálně se ještě volá, ověřuje se to, ale tohle za to nestálo. Chtěli jsme jen čtenáře varovat, že tam ta puma může být.“ [199] „Nejde apriori říct, že to je blbost. Co když tam ta puma opravdu je? (...) Když před týdnem srazila paní na silnici losa, taky to nečekala. Prostě to nečekala. (...) Někdy i na první pohled absolutní blbost může být realitou“ [56].

3.5.3 *VYPOZOROVANÉ CHARAKTERISTIKY PROVOZU REDAKCE, KTERÉ MOHOU PŘÍSPĚT KE ZVEŘEJNĚNÍ FÁMY ČI POVĚSTI*

Zvyšující se **pracovní zatížení**, o němž již byla řeč na začátku kapitoly 3.5, můžeme ilustrovat také počtem příspěvků redaktorky IL, která ve stejné funkci působí od počátku 90. let. Data z archivu mediálních textů Newton IT ukazují, že v roce 1996, kdy elektronická archivace začala, publikovala IL 110 příspěvků, zatímco loni 796.



Graf 2: Srovnání počtu příspěvků redaktorky IL v MfD 1996 – 2008

Porovnáním žánrově podobných článků z roku 1996 a 2008 se ukázalo, že příspěvků je nejen více, ale jsou také kratší. Z toho vyvozují, že zároveň s pracovním zatížením se zvýšila i nesoustředěnost, či dokonce **roztěkanost** novinářů. V regionální redakci MfD se nemohou dlouhodoběji věnovat práci na jednom tématu a kvůli malému počtu redaktorů ani příliš ustálenému okruhu témat. IL: „Máme rozdělené regiony. Já mám Ostravu. Mně se týká všechno, co je v Ostravě. (...) Když jsi služba, děláš úplně všechno – všechny regiony. Co padá z četky, ale hlavně aktuality, které se dějí“ [50]. PT: „V deníku lidi dělají jen ze 30 procent to, co chtějí dělat a ze 70 procent to, co se musí dělat“ [140].

Redaktoři denně píší články o složitých problémech, o nichž toho **mnoho nevědí**, a nemají čas nastudovat si souvislosti. Podle PŽ se přitom posláním „servisních novin“ dá vyjádřit i tak, že mají radit čtenářům, jak pochopit stále složitější svět a vypořádat se s každodenními problémy [164]. Během výzkumu jsem byl například svědkem vzniku hlavního textu vydání z 28. dubna o dotaci na ostravskou spalovnu odpadů. Autorka a editor si těsně před uzávěrkou nebyli jistí, jak to vlastně s dotací bude. Dva zdroje z ministerstva si protiřečily. Východiskem bylo vyhrotit zprávu jako spor těchto dvou zdrojů s vyzněním, že „nikdo neví, co mluví“ [111, 119]. Dalším příkladem je text o vernisáži malíře Špaňhela z téhož vydání. Editor o něj nejprve požádal kulturní redaktorku, která odmítla se slovy „já vůbec nevím, o co jde“ [107]. Text potom vznikl během několika minut na základě informací z databáze starších článků. Editor DŠ práci komentoval: „Divoké expresivní gesto konfrontované se zdánlivou banalitou. Co tam budu psát? Ježíšmarjá, takové kecy! Ale už vím, co to je sériografie“ [107]. Pak se musel věnovat jiné, aktuální zprávě o insolvenčním řízení velké místní firmy. Text o malíři proto předal službě (IL). Ta si jen náhodou všimla, že stěžejní autorovo dílo se jmenuje jinak, než napsal editor [114].

V časové tísní jsou novináři náchylnější k **chybám** a jsou odkázáni převážně na **internetové zdroje**. Z internetu si kopírují útržky textů, často i s chybami [93]. Při psaní článků pak pracují s chaotickými poznámkami, o jejichž původu ztratili přehled. IL: „Já jsem to třeba stáhla, ale ty z toho nepoznáš, odkud jsem to stáhla. Já to taky nepoznám. Odněkud z internetu jsem to prostě stáhla. Jestli z Novinek nebo z čeho, to tam bohužel v této chvíli není“ [91].

Při výrobě novin se pak chaos střetává s vysokou mírou **standardizace**, s ustálenými postupy, rutinami a šablonami. To je obrana novinářů proti stresu z nutnosti zaplnit každý den šest stran fotografiemi a texty, jež by měly být považovány za věrný odraz reality daného dne. Ve skutečnosti v obou sledovaných dnech bylo již v devět hodin ráno o náplni zítřejších novin z větší části rozhodnuto [35, 138]. Otevřený zůstával jen prostor pro krátké aktuální zprávy a případné „velké události“ [104].

Srovnáním pracovních poznámek redaktorky IL získaných během výzkumu [88] a finálního článku [89] se ukazuje, že výsledek má blíže k zažitě představě, jak by měla vypadat typická „regionální zpráva varovného typu“ (v tomto případě o epidemii chřipky), než k tomu, co se od svých zdrojů skutečně dozvěděla. První věta zní: Informace o rychlém šíření prasečí chřipky, neboli swine flu, která má v Mexiku na svědomí už přes sto mrtvých, vyvolávají obavy i u obyvatel našeho kraje. [89] Editor ji při kontrole článku komentuje: „Já myslím, že obyvatelé našeho kraje region mají prasečí chřipku absolutně na háku“ [106]. Přesto formulace v novinách zůstává. Už při sběru informací redaktorka zdroje „tlačí“ otázkami k výpovědím, jež do schématu potřebuje [45]. Ani ty se však do novin nedostanou v té podobě ani v souvislostech, v nichž zazněly, protože je málo místa [100].

K roztěkanosti, časové tísní a standardizaci přistupuje **informační přetížení**. Do společné redakční e-mailové schránky každých pár minut přichází nová tisková zpráva od hasičů, záchranářů, policistů, mluvčích měst, úřadů, politických stran, soukromých firem i mnoha dalších institucí [81]. Sloužící redaktor, který má za úkol tento zdroj informací kontrolovat a zpravit nadřízené o relevantních zprávách, je nestihne ani přečíst. „Já to teďka vymažu, 29 mailů. A stejně mi to nepomůže, protože furt jich mám 119 nepřečtených“ [81]. V záplavě informací si pozornost redaktora získávají především sdělení překvapivá, krutá, bizarní, nechutná či humorná [77, 54]. Tedy nápadně se podobající charakteristice současného folkloru. Jejich výběrem a zařazováním do novin pak redaktoři demonstrují skutečné **zpravodajské hodnoty** překrývající se jen částečně s hodnotami deklarovanými [např. 56, 145, 159].

Kratší zprávy, které redaktoři považují za méně významné, jsou tak z velké části pod kontrolou **institucionálních zdrojů**, jako je policie, hasiči, záchranáři, krajské i místní úřady. Mluvčí těchto institucí, sami často bývalí novináři, udržují s aktivními žurnalisty neformální vztahy, jsou si dobře vědomi **mediální logiky** a ve snaze o zveřejnění svých zpráv jí obratně využívají [80]. Novináři obvykle nemají čas ani potřebu podobné zprávy dále ověřovat. „U takové výplně není potřeba ověřovat zprávu z dalšího zdroje“ [145]. Podléhají tak **autoritě** institucionálních zdrojů, bez velkého váhání, ověřování či doplňování jejich zprávy zveřejňují, a tím ji dále posilují.

Píšícím autorům až na výjimky chybí novinářské **vzdělání** [32, 113], i jakákoli jiná delší profesní zkušenost, která by jim umožňovala hlubší vhled do problémů, jimž se věnují. Společenské **postavení novinářů** se v posledních patnácti letech subjektivně zhoršilo [136], své platy považují vzhledem k narůstajícímu množství práce za neadekvátní [60, 140, 150]. Získat pro tuto profesi schopné a zapálené mladé lidi, natož absolventy novinářských škol, je v Ostravě obtížné [11, 12, 31, 113]. Nastupujícím mladým kolegům chybí podle zkušenějších žurnalistů často

motivace [146] k výkonu tohoto povolání, víc než kritická práce s informacemi či služba veřejnosti je k němu přitahuje pocit, že je možné se v něm proslavit [183]. **Práce editora** spočívá ve většině případů v pouhých formálních a stylistických úpravách textu [31, 116, 119, 128, 201], písíicím autorům poskytuje jen minimální **zpětnou vazbu** [106, 116, 201]. **Reflexe** starších vydání na poradách je nedostatečná, omezuje se často jen na formální stránku věci [37, 139], či povšechná, nekonkrétní vyjádření [38].

4 POVĚSTI A FÁMY V MÉDIÍCH - PŘÍKLADY

Tradiční folklor se díky médiím šíří rychleji a zasahuje celou populaci, zatímco dříve se zpravidla jeden narativ vyskytoval jen v subkulturách vymezených věkově, sociodemograficky či geograficky (Dégh 2001). Média reflektují společenský vývoj, a tak se v nich, stejně jako v celé společnosti, fámy objevují ve zvýšené míře v dramatických okamžicích společenského neklidu. Jako dnes již učebnicový příklad může posloužit fáma o smrti studenta Martina Šmída z listopadu 1989, jakkoli se historikům dodnes nepodařilo spolehlivě prokázat, zda se nejednalo o cílenou dezinformaci. Podobně se v srpnu 2005 po zásahu policistů proti technoparty Czechtek objevily v médiích zprávy o úmrtí francouzského občana, jež se rozšířily mezi účastníky akce, převzala je média, a až o den později se ukázaly jako nepodložené.

4.1 SOUČASNÝ FOLKLOR VE ZPRAVODAJSTVÍ

Ovšem i v časech relativního klidu se zprávy naplňující charakteristiku současného folkloru (variance, anonymní/pochybný zdroj, většinou fiktivní, opakující se motivy) v médiích objevují takřka denně. Nejčastěji v rubrikách kuriozit a zajímavostí či mezi zpravodajstvím ze světa, kam je redakce přejímají ze zahraničních zdrojů. Několik příkladů z letošního roku: *Muž nosil 30 let v těle živý zárodek svého dvojčete*⁴⁴, *Muži vyrostla v plíci jedle*⁴⁵, *Podprsénka naditá penězi zachránila Brazilce při přestřelce život*⁴⁶, *Manžele museli z polohy podle Kámasútry vysvobodit lékaři*⁴⁷, *Zelináře bodl šorpion schovaný v trsu banánů*⁴⁸, *Batole nechtěně přivolalo policii, zatkla mu otce za pěstování konopí*⁴⁹. Ve všech případech se jedná o folkloristickým výzkumem zdokumentované fámy a současné pověsti, jež badatelé zachycují již desítky let v mnoha zemích⁵⁰.

Není možné o každé podobné zprávě automaticky říci, že není pravdivá. Folklorní příběhy se mohou čas od času skutečně odehrát. Folkloristika pro tento jev používá termín *ostenze*. Například fámou o dítěti upečeném v troubě místo drůbeže vlastní matkou, buď pod vlivem drogy, či laktační psychózy, zachycovali výzkumníci v mnoha variantách po celém světě - první zdokumentovaný výskyt pochází z roku 1949 z Buenos Aires. Nikdy se však nepodařilo tuto informaci potvrdit - až do roku 2008, kdy byly ve Spojených státech hned dvě ženy odsouzeny za

⁴⁴ Novinky.cz, 11. 5. 2009

⁴⁵ Česká televize, 15. 4. 2009

⁴⁶ ČTK, 15. 4. 2009

⁴⁷ Agentura Korzo, 14. 4. 2009

⁴⁸ Novinky.cz, 3. 2. 2009

⁴⁹ iDnes.cz, 22. 1. 2009

⁵⁰ Zdroj: osobní konzultace s folkloristou Petrem Janečkem 22. 4. 2009

podobný zločin⁵¹. *Pseudoostenzí* folkloristika nazývá situaci, kdy člověk obeznámený s folklorním příběhem jej záměrně uskuteční. Skupina teenagerů v americkém státě Virginia tak v roce 1999 - inspirována rozšířenou fámou - vkládala injekční jehly do otvorů na vracení mincí v telefonních automatech.

Pro klasifikaci motivu jako folklorního textu není rozhodující, zda má reálný základ, ale že se traduje mezi lidmi (či v médiích) a vykazuje variace - vyskytuje se na různých místech v mírně pozměněných podobách (Brunvand 1981, Janeček 2006, Fine, Campion-Vincent, Heath 2007). Účelem této kapitoly je ukázat na konkrétních příkladech způsoby, jimiž se současný folklor v posledních letech dostává do českých médií.

4.1.1 *SOUČASNÁ POVĚST: KUŘÁCI MARIHUANY A POLICISTÉ*

V lednu 2009 vydala Česká tisková kancelář⁵² zprávu, v níž MUDr. Karel Nešpor, CSc. z Psychiatrické léčebny Bohnice varuje před riziky intoxikace kanabinoidy. Druhý odstavec zní: „Nebezpečnost marihuany při řízení doložil příkladem řidiče, který kouřil za jízdy marihuanu. Zastavila ho policie a požádala, aby odtáhl její porouchané auto. Souhlasil. Po chvíli se ohlédl a vyděsil se, když viděl policii těsně za sebou. Lekl se, že ho pronásleduje, zrychlil a ostře odbočil.“ Agenturní zprávu převzaly do svých tištěných či internetových vydání deníky Blesk⁵³, Právo⁵⁴ a Mladá fronta Dnes⁵⁵. Ačkoli jsou příspěvky opatřeny zkratkami autorů, jsou všechny tři texty až na drobné stylistické úpravy kopiemi zprávy ČTK.

Primárním zdrojem pro zprávu ČTK nebyl rozhovor s primářem Nešporem, ačkoli to použité formulace čtenáři sugerují („ČTK to řekl primář Psychiatrické léčebny Bohnice“, „shrnul lékař“). Jak se ukáže při přímém srovnání obou textů, zpráva je výtahem ze zápisku primáře Nešpora v jeho osobním blogu na serveru Aktuálně⁵⁶. Agentura však blog jako zdroj neuvádí, ačkoli je ze skladby zprávy i z jednotlivých formulací zjevné, že čerpá z něj (a pouze z něj). Další uvedené zdroje („jedna studie“ a „materiály svépomocné organizace Marijuana Anonymous“) jsou rovněž citovány podle Nešporova blogu.

⁵¹ Viz heslo *Microwave Death* na serveru specializovaném na sběr, ověřování a katalogizaci současných pověstí a fám Snopes.com. Dostupný z WWW: <http://www.snopes.com/politics/crime/cookbaby.asp>

⁵² Lékař: Konopí zvyšuje riziko dopravní nehody třikrát. ČTK, 27. 1. 2009

⁵³ Lékař: Konopí zvyšuje riziko dopravní nehody třikrát. Besk.cz, 27. 1. 2009. Dostupný z WWW: <http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-domaci/108703/lekar-konopi-zvysuje-riziko-dopravni-nehody-trikrat.html>

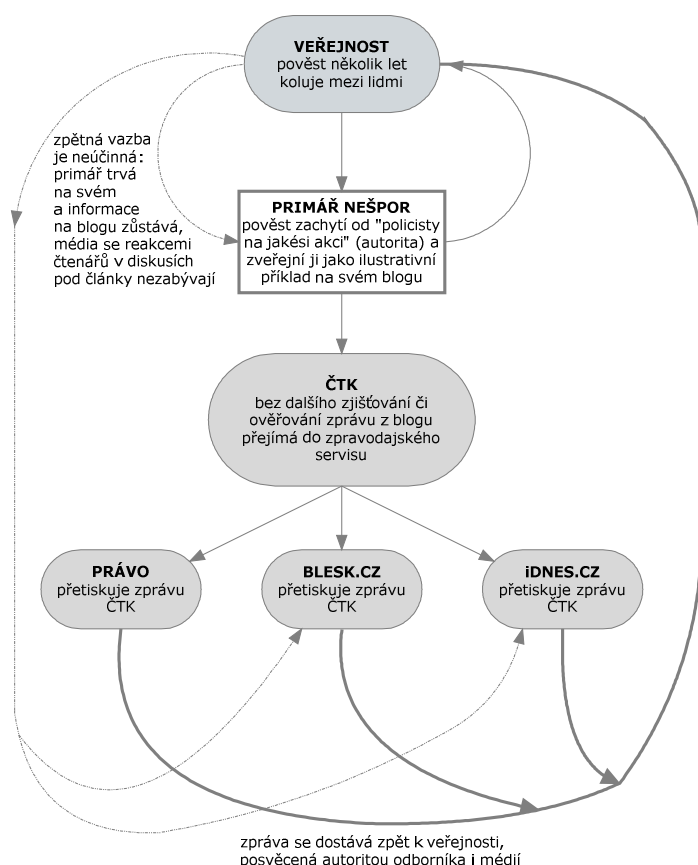
⁵⁴ Nešpor: Zkouření řidiči mají třikrát větší riziko nehody. Právo, 28. 1. 2009, s. 7

⁵⁵ Lékař: Konopí zvyšuje riziko dopravní nehody třikrát. iDnes.cz, 29. 1. 2009. Dostupný z WWW: http://auto.idnes.cz/lekar-konopi-zvysuje-riziko-dopravni-nehody-trikrat-p06-/automoto.asp?c=A090127_133434_automoto_fdv

⁵⁶ Odtahování policejního vozu a léčba závislosti na kanibinoidech. Aktuálně.cz, 25. 1. 2009. Dostupný z WWW: <http://blog.aktualne.centrum.cz/blogy/karel-nespor.php?itemid=5691>

Doktorem Nešporem popisovaný příběh je klasickou současnou pověstí, jednou z mála, které jsou podle dosavadních výsledků folkloristického výzkumu českého původu (Janeček 2006, s. 183). Koluje především mezi studenty, uživateli konopí a policisty. Patří k nejčastěji zaznamenávaným současným pověstem, celkem byla při sběru v letech 2005 a 2006 zachycena v různých obměnách šestnáctkrát. Popularita historky podané ve stručnosti doktorem Nešporem pramení z kombinace oblíbených motivů: komické dvojice (ve většině zachycených verzí vystupují, na rozdíl od této, kuřáci dva), trpících policistů (výsměch uniformované autoritě), překvapivé pointy, zábavného omylu i prvků „neposlušné techniky“, v tomto případě automobilu. „Posluchači nutně řeší obtížné dilema mezi nevěrou ve fiktivní historku a pokusy o její racionalizaci, které obvykle řeší tím, že se spolehnou na autoritu původního zdroje“ (tamtéž). Jak je vidět, podobně „uvažují“ i zkoumaná média.

Schéma 2: Šíření zprávy o kuřácích marihuany



Čtenáři blogu primáře Nešpora krátce po zveřejnění textu autora upozornili, že se jedná o současnou pověst. Nešpor reaguje: „Stalo se to v jižních Čechách. Tak to vyprávěl veřejně na jakési akci policista.“ Další čtenář namítá: „Jo, to je oblíbená urban legend. Vyprávěl ji nějaký komik v pořadu Na stojáka, já to znám navíc z jednoho polského filmu.“ Primář trvá na svém:

„Díval jsem se do podkladů, mělo se to přihodit v Českých Budějovicích.“ Čtenář Ondřej Deut se jej zastává (přepsáno včetně chyb): „To o tom řidiči jse opravdu stalo je to příběh z Č. Budějic mam i hlasový záznam z nějakého divadla a ten jste asi slyšel. Ps. Dva roky už jsem bez drog.“ Přidávají se další skeptici: „Tahle legenda se už vyprávěla někdy v první polovině 90. let. A v zahraničí je známá také, a možná ještě déle. (...) Pokud zveřejníte nepravdivé informace, které jsou sice absolutně neškodné a nikomu neubližují, tak tím přesto znevažujete celý svůj článek, protože Vám pak čtenáři nemusí věřit ani to, co je pravda.“ Dále už se Nešpor v diskusi věnuje otázkám adiktologie a další pochybnosti o pravdivosti historky nechává bez komentáře.

Tištěná média, která jeho zprávu přejala, takto bezprostřední zpětnou vazbu a diskusi o původu ilustrativního příběhu postrádají. Redaktoři internetových zpravodajských serverů kritické názory čtenářů v komentářích pod zkoumanými články buď nečtou, nebo na ně nereagují.

4.1.2 FÁMA: HALUCINOGENNÍ ŽÁBY

Na podzim 2007 informovala česká média, že se mezi studenty v Českých Budějovicích rozmohlo olizování žab. Podle novinového a televizního zpravodajství obsahuje hlen na jejich kůži halucinogenní látku bufotenin. Jako první zprávu přinesl server iDnes⁵⁷. Autor byl podle životopisu sám studentem Jihočeské univerzity. Zpráva vychází ze svědectví jiného studenta, dvacetiletého „Martina, jehož jméno redakce na přání změnila“. „Lysohlávky jsou dobrý, ale tohle je prostě něco jinýho. Jednou jsem měl pocit, že lítám,“ cituje jej iDnes. Z toho vyvozuje, že „propukla nová drogová móda“ a „lysohlávky jsou zapomenuty, nyní frčí olíznout žábu“. Oslovení drogoví experti jsou zaskočeni. Biologové potvrzují, že některé žáby skutečně vylučují hlen s halucinogenními účinky, ale v Evropě žijící druhy neposkytují koncentraci potřebnou k dosažení požadovaných účinků. V závěru zpráva záměrně evokuje tradiční pohádkový folklorní motiv – proměnu políbené ropuchy v krásného prince.

V dalších dnech už zpráva v médiích žije vlastním životem. Vychází v celostátním vydání Mladé fronty Dnes⁵⁸, v odpoledním zpravodajství i ve večerních Televizních novinách ji vysílá TV Nova⁵⁹. Opět na začátku i na konci připomíná známý pohádkový motiv. Televizní novinářce se nepodařilo získat vyjádření přímého svědka olizování žab. Vyzpovídala zoologa Ondřeje Srba: „Tak aby byly nějaký účinky, tak by jich muselo být asi více, poněvadž v Čechách jsou celkem slabý ty toxiny. Poznáte někoho, kdo to zkouší, že běhá po louce a snaží se chytit ropuchy. (...) Sehnat tu žábu by bylo velmi obtížné. Musel by dotyčný vědět, kde ji shánět a hlavně umět

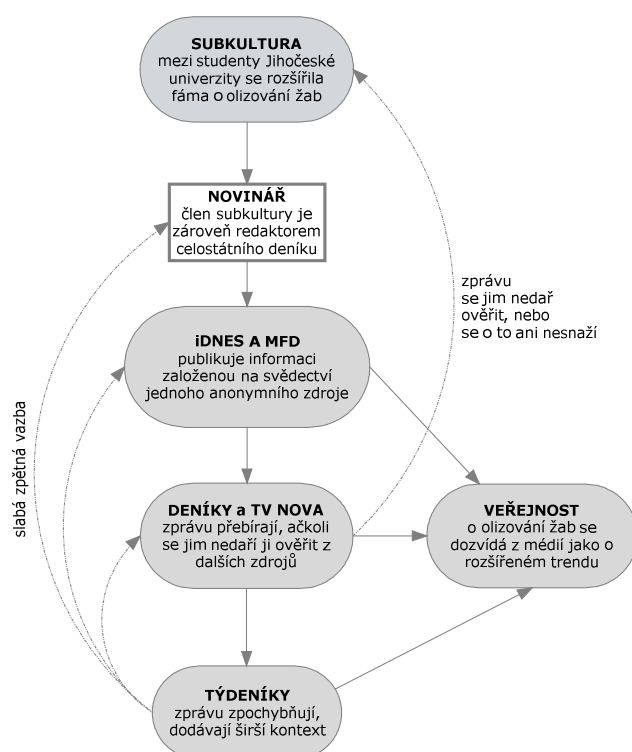
⁵⁷ *Lysohlávky jsou na ústupu, módní je olíznout žábu.* iDnes.cz, 30. 10. 2007. Dostupný z WWW: http://zpravy.idnes.cz/lysohlavky-jsou-na-ustupu-modni-je-oliznout-zabu-fvc-/domaci.asp?c=A071030_193204_domaci_adb

⁵⁸ *Nová a levná droga. Stačí jen olíznout žábu.* Mladá fronta Dnes, 31. 10. 2007, s. 4

⁵⁹ *Nový drogový hit – olizování ropuch.* Televizní noviny, TV Nova 31. 10. 2007, pořadí zprávy: 12

hrabat.“ Redaktorka dále natočila anketu mezi studenty Jihočeské univerzity. Žádný z nich se k olizování žab nepřiznal. Výpovědi svědčí pouze o tom, že jsou takovou představou zhnuseni: „Zvedá se mi z toho žaludek.“ „Já bych ji nikdy neolízla, poněvadž se štítím toho.“ „Humus, hnus.“ Žádný jiný zdroj informací již v reportáži nefiguruje. Přesto moderátor vyvozuje závěr: „Mezi některými studenty letí nový drogový hit.“ V následujících dnech zprávu přebírají například deníky Aha!⁶⁰ a Právo⁶¹ či týdeník Květy⁶². Ve dvou glosách se k ní ironicky vyjadřuje časopis Týden⁶³.

Schéma 3: Šíření informace o olizování žab



4.1.3 E-MAILOVÁ FÁMA VE SVĚTĚ: PALESTINCI OSLAVUJÍ 11. ZÁŘÍ

Třetí příklad zařazuji do výběru, přestože je již staršího data a zkoumanou zprávu se nepodařilo zachytit v českých médiích. Nejedná se o typický folklorní narativ, jehož autor či autoři bývají anonymní, ale o konstrukt konkrétního člověka. Případ je však typickou ukázkou mechanismu, jak vznikají a jak se šíří e-mailové fámy, a zároveň je podrobně zdokumentován⁶⁴. Ilustruje, jak

⁶⁰ *Chcete lézat? Olízněte ropuchu! Aha!*, 1. 11. 2007, s. 6

⁶¹ *Vysokoškoláci prý olizují ropuší hlen jako drogu*. Právo, 3. 11. 2007, s. 15

⁶² *Dáte puslu hnusu? Květy*, 22. 11. 2007, s. 26

⁶³ *Žabí hlen*. Týden, 5. 11. 2007, s. 12 a *Čunkové, advokáti a žáby*. Týden.cz, 31. 10. 2007. Dostupný z WWW: http://www.tyden.cz/rubriky/media/ondrej-stindl-cte-noviny/streda-31-rijna-cunkove-advokati-zaby_28668.html

⁶⁴ *Anatomy of an Urban Legend*. American Journalism Review, 1. 11. 2001, s. 46-48

funguje folklorní proces *kolektivní ústní transmise* (výstižný je anglický termín *communal re-creation*) v počítačově zprostředkované komunikaci.

Zkoumaná zpráva po teroristických útocích 11. září 2001 tvrdila, že záběry Palestinců oslavujících zničení Světového obchodního centra v New Yorku, které ten den odvysílala televize CNN, jsou ve skutečnosti deset let staré. Nebyla to pravda, natočil je 11. září 2001 štáb Reuters TV. Jako u jedné z mála fám se podařilo vystopovat jejího původce, brazilského studenta sociologie Márcia Carvalho. Ten se domněnku doslechl od své profesorky, která se zmínila, že má pocit, že tyto záběry už viděla, a že je má asi doma na videokazetě. Student zprávu sepsal 12. září a v 9.07 večer ji odeslal do e-mailové konference Social Theory Network, která měla 567 členů. Profesorku uvedl jako zdroj informace, ale nejmenoval ji - podobně jako u ústně šířeného folkloru bývá za zdroj typicky označován „jeden můj známý“ nebo „nejlepší kamarádka mojí sestry“. Spekulaci formuloval jako jednoznačnou zprávu („Ty záběry byly natočeny v roce 1991!“), aniž by předložil důkaz. Obdobně se chovala tradiční média v předchozích rozebíraných případech.

Během několika hodin od odeslání e-mailu začaly v tiskovém oddělení CNN zvonit telefony novinářů z celého světa. Některá média v arabském světě zprávu publikovala bez ověření. O 31 hodin později, poté co si znovu promluvil s profesorkou, Carvalho rozeslal dementi a omluvil se, že „uvěřil zdroji, který se ukázal být nespolehlivým“⁶⁵. Opět se nabízí paralela s médii, jež informace z autoritativních zdrojů často publikují bez dalšího ověřování. Jen v obzvlášť významných případech ale své informace dodatečně korigují.

Jakmile se podobná zpráva objeví na internetu, začne se šířit podobně jako tradiční folklor „od úst k ústům“, jen mnohem rychleji, takže za několik dnů zasáhne statisíce či miliony lidí. Zpráva přichází zpravidla od člověka, kterého příjemce zná a věří mu. Kdo uvěří, přeposílá informaci dalším známým, rodině, kolegům, píše ji do diskusních fór a na blogy. Začínají se projevovat variace, zpráva je přeformulována, jsou k ní přidávány osobní postřehy, nové podrobnosti a interpretace. Šest dnů po vzniku této fámy se tak například začala objevovat její varianta podepsaná ředitelem pro vnitřní komunikaci BBC v Londýně Russellem Grossmanem. Místo původní věty „moje profesorka tady v Brazílii má videokazetu s důkazem“ se v ní objevila variace „my tady v BBC máme videokazetu s důkazem“. Grossmann autorství e-mailu popřel, označil jej za pokus o diskreditaci BBC či své osoby. Ještě v říjnu do CNN telefonoval řecký novinář, který tvrdil, že má v ruce oficiální tiskovou zprávu této stanice potvrzující pravdivost informace. CNN vydala společné prohlášení společně s agenturou Reuters a s brazilskou

⁶⁵ tamtéž

univerzitou, z jejíhož počítače fáma vzešla. Rozeslala jej rovněž e-mailem a požádala adresáty, aby ho šířili dál. Nedostalo se mu však ani zdaleka tak široké distribuce.

Důvodem tak rychlého šíření podobných zpráv zřejmě je, že vyjadřují aktuální obavy či naděje svých šířitelů, trefují se do momentální nálady. V tomto případě se jednalo o šok z útoku a otřes důvěry ve společenské instituce (CNN). Zároveň se projevuje menší vliv inhibitivních faktorů v e-mailové komunikaci (viz Kibby 2005). Přeposlat zprávu je jednodušší, než se s někým setkat a vyprávět ji. Navíc mají příjemci sklon věřit psanému textu na obrazovce více než ústně podané informaci (viz kapitola 2.8).

4.1.4 E-MAILOVÁ FÁMA V ČR: JEHLY NAKAŽENÉ VIREM HIV

Identickým způsobem se v České republice již osm let šíří e-mailová fáma o infikovaných jehlách z injekčních stříkaček zabodnutých v sedadlech autobusů. Neznámý autor pod ni podepsal Vladislava Vlasáka z oddělení finančních strategií olomouckého magistrátu, připojil i telefonní číslo. Fáma i po letech vyvolává bezprostřední reakce příjemců: „Volalo deset až dvacet lidí denně, k tomu chodila hromada mailů. Vrací se to v takových vlnách, nedá se říct, že už by to ustalo,“ říká⁶⁶ pan Vlasák. Totéž se stalo Evě Bendové z pražského Ústavu lékařské mikrobiologie. Její jméno se objevilo pod stejným e-mailem, poprvé už na jaře 2001. „Nemám tušení, kdo mě tam podepsal. Podala jsem trestní oznámení na neznámého pachatele, ale po půlroce přišel z policie dopis, že nikoho nevypátrali.“⁶⁷ Podle jejích zkušeností mají lidé tendenci přeposílat si výstražné zprávy především v době krizí či společenského neklidu, i když jejich bezprostřední příčiny s obsahem zprávy geograficky ani tematicky nesouvisejí: například po teroristickém útoku na New York, během záplav v létě 2002 nebo po úderu tsunami v Jižní Asii na konci roku 2004. „To se vždycky počet telefonátů a mailů rapidně zvýší.“

Fáma o úmyslně nastražených infikovaných jehlách se čas od času objevuje také v českých médiích⁶⁸. Zpráva zveřejněná v Denících Bohemia 12. dubna 2007 pod titulkem *Na sedačkách v autobusech či kinech může číhat smrt* začíná doslovnou citací z řetězového e-mailu, který byl poprvé zachycen již v dubnu 2001: „Před několika týdny si sedla jedna dívka v kině na něco píchajícího na sedadle. Když vstala, aby zjistila, co to bylo, našla zapíchnutou jehlu do sedadla, na které byl připevněn vzkaz: Právě jsi byl(a) nakažen(a) HIV. Kontrolní středisko chorob zaznamenalo v poslední době mnoho podobných případů v mnoha městech, hlavně v Praze.“ Formulace jsou vágní („jedna dívka“, „v poslední době“, „v mnoha městech“). Instituce jménem

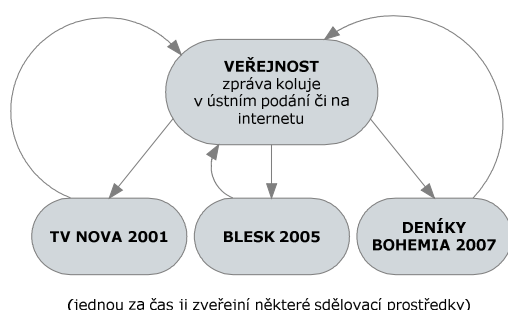
⁶⁶ telefonický rozhovor, leden 2007

⁶⁷ Telefonický rozhovor, leden 2007

⁶⁸ Např. *Jehly v sedačkách tramvají a autobusů ohrožují Pražany*, Právo, 11. 6. 2001, s. 17, *Nastražené použité injekční stříkačky*. TV Nova. Televizní noviny, 3. 6. 2001, první zpráva či *Pozor na injekční jehly!* Blesk, 11. 2. 2005

Kontrolní středisko chorob v České republice neexistuje, přesto může v neinformovaném příjemci vzbudit dojem úřední či vědecké autority. V dalším odstavci autorka čtenářům sděluje, že jejím zdrojem je „varovný dopis, který se v poslední době šíří po internetu“. Větší váhu svému tvrzení chce dodat ve třetím odstavci, kde píše: „Ačkoli se to zdá až nemožné, opak je pravdou.“ Přidává svědectví anonymní „mladé ženy z J. Hradce, která nyní studuje ve stověžaté metropoli“ a říká, že stříkačky mezi sedadly „nejednou“ viděla a v autobusu si z toho důvodu už raději nesesadá. Mladá žena „přiznává, že má ze zákeřných chorob, které mohou číhat kdekoli, prostě strach“. V posledním odstavci pak autorka okruh nebezpečných míst rozšiřuje tvrzením, že použité jehly „není podle mládeže problém potkat ani třeba v jindřichohradeckém parku“. Jediným identifikovatelným zdrojem zprávy je falešný e-mail.

Schéma 4: Zveřejňování zprávy o nakažených injekčních stříkačkách



Přestože policie a hygienici čas od času nacházejí odhozené injekční stříkačky narkomanů, nebyl zatím zaznamenán jediný případ přenosu viru HIV tímto způsobem. „Ta fáma má reálný základ, ale médií a ústním šířením je notně zveličená,“ řekl bývalý ředitel Hygienické stanice hlavního města Prahy Vladimír Polanecký.⁶⁹ Ředitel Národního monitorovacího střediska pro drogy Tomáš Zábranský zprávu rovněž popírá: „Asi tři měsíce po prvním oběhu tohoto mailu (...) vykonstruovala televize Nova ‘kauzu’, podle níž mělo k něčemu podobnému docházet i u nás. Se vši zodpovědností prohlašuji, že šlo o čiročirou lež. (...) Nova použila (...) zahuhlaného hlasu kohosi v uniformě strážníka Městské policie, snímaného kamerou zezadu. Na mé e-maily s dotazy na původ té zprávy zpravodajství TV Nova nereagovalo.“⁷⁰

Jedná se o fámou zachycovanou již od 80. let minulého století v USA, v Nizozemí, ve Francii, Německu, Rakousku a Polsku. Bird (1996, s. 46) píše, že první folklorní příběh o pacientech s AIDS záměrně šířících nákazu byl zdokumentován v San Francisku již v roce 1982, tedy necelý rok poté, co byla nemoc poprvé diagnostikována. V roce 1986 se poprvé objevila v masmédiích

⁶⁹ telefonický rozhovor, leden 2007

⁷⁰ Vyjádření Tomáše Zábranského k případu infikovaných jehel. Dostupný z WWW: http://www.hoax.cz/cze/index.php?action=hoax_detail&id=11

(v deníku *USA Today* i v celostátních televizních sítích). Navazuje na podobné, stovky let staré historky o herpes, kapavce, syfilis či moru. Jeden z nejstarších zdokumentovaných výskytů pochází z roku 1722 z *Kroniky morového roku* Daniela Defoe. V podobných příbězích se zřejmě projevuje kulturně sdílený strach ze sociálních menšin a civilizačních chorob⁷¹. Téma zraňování malými ostrými předměty se také hojně vyskytuje i v tradičním folkloru po celé Evropě, například v pohádce O Šípkové Růžence.

4.1.5 POVĚST ZE ZAHRANIČNÍHO TISKU: ÍRÁNSKÁ ŽENA PORODILA ŽÁBU

Britská BBC zveřejnila 27. června 2004 zprávu z íránských novin Ettemad. Monitoruje je v rámci služby BBC Monitoring, jež vybírá a ze 70 jazyků překládá zpravodajství ze stovek periodik, rozhlasových a televizních stanic⁷². Podle zprávy „jistá žena“ porodila tvora připomínajícího žábu. Zárodek se do jejího těla dostal, když si šla zaplavat do znečištěného bazénu. Česká tisková kancelář informaci z BBC převzala⁷³ o den později. Přisuzuje ji přímo listu Ettemad: „S odvoláním na lékařské zdroje (Ettemad) uvádí, že tvor nese jisté lidské známky a že je zapotřebí na něm provést genetické a anatomické testy. Určitá podoba s člověkem je na úrovni vzhledu, tvaru prstů a velikosti a tvaru jazyka, soudí biolog Aminifard citovaný deníkem,“ píše ČTK. Zpráva se objevila i v dalších českých médiích, například o další den později v Lidových novinách⁷⁴ či v Blesku⁷⁵.

Zatímco v České republice ušla pozornosti mediální kritiky, BBC se výtkám odborné veřejnosti nevyhnula. Například server CheckYourFacts.org (provozovaný neziskovou organizací Art Science Research Laboratory) čtyři dny po zveřejnění zprávy píše⁷⁶, cituje uznávané biology, že popisovaná událost je nesmyslná, a že možná vysvětlení jsou jen dvě: buď žena porodila nedonošený plod, anebo je celá zpráva výmysl. Provozovatelé webu kontaktovali redakci BBC a na své pochybnosti ji upozornili. Během několika hodin redakce vyměnila ilustrační fotografii, na níž byl původně jistý druh žáby žijící však pouze v Číně, za mapku Íránu, a podle oficiálního vyjádření začala „ověřovat fakta a zvažovat další opravy“. Web CheckYourFacts cituje editora BBC: „Postupem času jsem si na [nedostatečné ověřování informací] zvyknul. (...) Musím si od

⁷¹ Vyjádření Petra Janečka k případu infikovaných jehel. Dostupný z WWW: http://www.hoax.cz/cze/index.php?action=hoax_detail&id=11

⁷² <http://www.monitor.bbc.co.uk/>

⁷³ *Íránská žena údajně porodila tvora připomínajícího žábu*. ČTK, 28. 6. 2004.

⁷⁴ *Íránská žena porodila žábu*. Lidové noviny, 29. 6. 2004, s. 12.

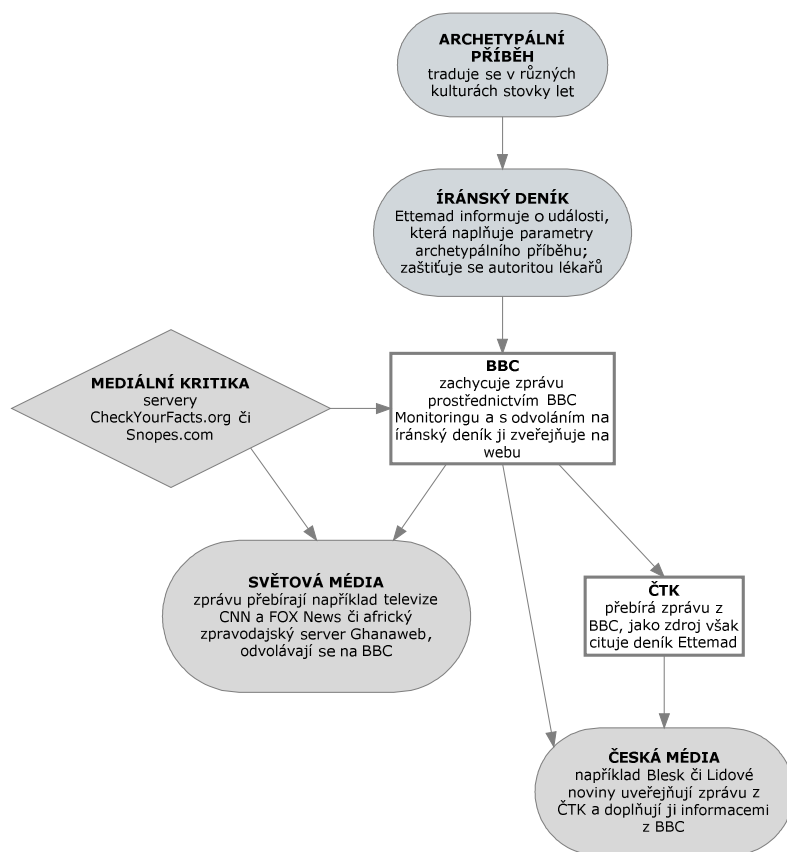
⁷⁵ *Žena porodila žábu!* Blesk, 29. 6. 2004, s. 20.

⁷⁶ *Even a Frog Will Kick the BBC*, 1. 7. 2004. Dostupný z WWW: <http://www.stinkyjournalism.org/latest-journalism-news-updates-19.php>

toho zachovat odstup. Zahanbuje mě to." Článek o ženě porodivší žábu na webu BBC zůstává dodnes⁷⁷.

Brunvand (1984, s. 110) řadí pověsti tohoto typu ve své klasifikaci folklorních motivů do kategorie B784.1.4 – *Žena spolkně žabí vejce*. V jiných zachycených variantách se hovoří o chobotnici, rybě, hadu či ještěrce. Podle folkloristy Davia J. Jacobsona⁷⁸ se příběh masivně rozšířil například v roce 1934 na východním pobřeží Spojených států, kde o něm rovněž referovaly noviny, například *Boston Traveler* (dnes *Boston Herald*). Harold Schecter píše⁷⁹, že se jedná o variaci archetypálního příběhu *Niterný had*. Pripomíná, že s tímto motivem se hojně pracuje v populární kultuře, například ve sci-fi filmu *Vetřelec*. „Stejně jako v tradiční, ústně šířené verzi, která je známá stovky let, je hlavním účelem [scény rodičeho se vetřelce ve zmíněném filmu] vyvolat emocionální reakci: šok, ošklivost, morbidní fascinaci.“

Schéma 5: Šíření zprávy o ženě, která porodila žábu



⁷⁷ 30. duben 2009. Dostupný z WWW: <http://www.stinkyjournalism.org/news/frogstory.html>

⁷⁸ Viz heslo *Fully Octopi'd* na serveru specializovaném na sběr, ověřování a katalogizaci současných pověstí a fám Snopes.com. Dostupný z WWW: <http://www.snopes.com/pregnant/octopus.asp>

⁷⁹ tamtéž

4.1.6 UVÁDĚNÍ NA PRAVOU MÍRU: KRÁDEŽE ORGÁNŮ V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Média publikují také zprávy, které se k aktuálním fámám či pověstem vyjadřují kriticky. Podle Brunvanda (1981, s. 179) tím paradoxně jejich životaschopnost zvyšují, protože tak o nich informují i tu část veřejnosti, která je dosud neznala. Také podle Kapferera bývá popírání fám v médiích neúčinné, jelikož dementi není na rozdíl od původní fámy „žhavou zprávou“, bere publiku potěšení z šokující informace, potlačuje jeho představivost a uvrhává jej zpět do šedé reality (1990, s. 235). Úspěšné působení médií v případě fámy v Orléans (kapitola 2.4) vysvětluje Kapferer tím, že v tomto případě se popření původní informace žhavou zprávou stalo, protože odhalilo bující protižidovské nálady.

Síla fámy spočívá v častém opakování, které je těžké jednorázovým zveřejněním protiargumentů přebít. Jako nejúčinnější nástroj boje proti fámám tak Kapferer vidí přesně načasované vypuštění dostatečně chytlavé „antifámy“, která odvrátí pozornost od původní nepodložené informace. Kapferer své závěry podkládá laboratorními psychologickými experimenty. Llewellyn (1996, s. 19-20) uvádí konkrétní příklad: v prosinci 1992 zveřejnil lokální americký deník *Winston-Salem Journal* na titulní straně zprávu *Fámy o lupičích před obchodním domem vyvráceny*. Policie, členové ochranky a manažer obchodního domu v ní rezolutně popřely fámu, že před jejich obchodem řadí lupiči, kteří se schovávají pod zaparkovanými auty a vyhlédnutým obětím podrážejí nohy. O den později se reportér vypravil na místo znovu a hned v prvním rozhovoru mu mladá žena řekla, že s sebou na nákupy raději vzala kamarádku, protože ji babička informovala, že v novinách se psalo o lupičích schovávajících se pod automobily. Potvrzení teze o opačných než zamýšlených účincích popírání fám v médiích by si však zasloužilo důkladnější výzkum publika. Nabízí se dotazníkové šetření mezi konzumenty jednoho konkrétního média krátce poté, co se v něm popření fámy objeví, případně kvalitativní etnografický výzkum.

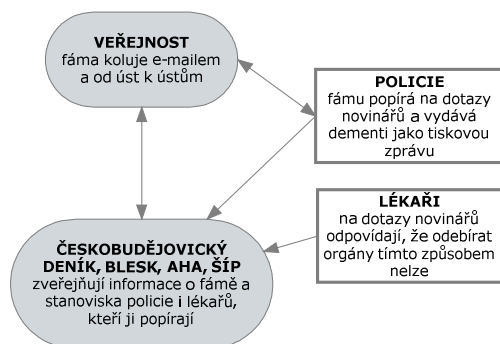
Nedávný příklad popírání fámy v českých médiích: Na jaře 2007 se po internetu rozšířila e-mailová fáma varující před „krádežemi orgánů“ z těl obětí tří vražd v okolí Českých Budějovic. Na zprávu zareagoval nejprve regionální tisk⁸⁰, posléze tři bulvární deníky: Blesk, Aha! a Šíp. Všechny jí věnovaly delší texty a všechny kontaktovaly policii i lékaře, kteří přesvědčivými argumenty informace o krádežích orgánů vyvrátili. Ve všech třech textech také autoři informaci přímo identifikovali jako fámu: „Za poplašnými zprávami stojí mail neznámého autora, který ho rozesílá na všechny strany.“ Dozvěděl se to však jen ten, kdo články dočetl do konce. Dva ze tří titulků skutečnost interpretují opačně: V barech se zabíjí kvůli lidským orgánům!⁸¹ a Hrůza

⁸⁰ *Fáma varuje před lovci lidí*. Českobudějovický deník, 2. 5. 2007, s. 1

⁸¹ *V barech se zabíjí kvůli lidským orgánům! Aha!*, 3. 5. 2007, s. 3.

obchází jižní Čechy⁸². Blesk o fámě informoval již v březnu⁸³, v květnu zvolil relativně střízlivý titul Fáma o odebraných orgánech děsí lidi⁸⁴.

Schéma 6: Šíření zprávy o krádežích orgánů



4.1.7 SHRUTÍ

Jak vyplývá z uvedených příkladů, texty vykazující znaky současného folkloru se v českých sdělovacích prostředcích vyskytují poměrně často. Potvrdilo se, že na jejich šíření má podstatný vliv rozvoj počítačově zprostředkované komunikace (řetězové e-maily, zahraniční zpravodajské servery). Internet se skutečně stává primárním médiem pro šíření současných pověstí a fám (Janeček 2006, Kibby 2005).

Na příkladech se ukázalo, že obzvláště náchylné ke zveřejňování pověstí a fám jsou internetové zpravodajské servery. Souvisí to zřejmě s tím, že jejich redaktoři ve srovnání s jinými druhy zpravodajských médií produkují zprávy s vyšší frekvencí. Zároveň čelí silnějšímu konkurenčnímu tlaku (jiné, lákavější obsahy jsou vzdálené jen pár kliknutí), proto se pozornost publika snaží přilákat bizarními i stěží uvěřitelnými zprávami. Nejrozšířenější fámy a pověsti svým tématem a strukturou odpovídají uplatňovaným zpravodajským hodnotám zmíněných redakcí: jsou překvapivé, aktuální, bizarní, nechutné, zábavné, varující. Zároveň z jejich umístění v kontextu dalšího zpravodajství vysvítá, že jim média nepřisuzují nijak vysokou prioritu, považují je za jakousi automaticky generovanou výplň,⁸⁵ tyto zprávy se tak stávají „mediálním folklorem“ i v přeneseném smyslu.

Na základě vlastních pracovních zkušeností⁸⁶ a rozhovorů s dalšími novináři⁸⁷ předpokládám, že v internetovém zpravodajství jsou uplatňovány podstatně slabší kontrolní mechanismy, autorovi

⁸² *Hrůza obchází jižní Čechy*. Šíp, 4. 5. 2007, s. 5.

⁸³ *Utopeným prý chyběly orgány*. Blesk, 3. 3. 2007, s. 5.

⁸⁴ *Fáma o odebraných orgánech děsí lidi*. 3. 5. 2007, s. 6.

⁸⁵ viz segment 145 v příloze č. 1

⁸⁶ lidovky.cz (1999-2001), tyden.cz (2008)

⁸⁷ viz segment 68 v příloze č. 1

často chybí zpětná vazba od editora i korektora. Textů publikovaných na webu je tolik, že nikdo nemá čas je číst, natož se nad nimi zamýšlet a ověřovat tvrzení v nich obsažená, což se projevuje větším počtem nepřesností i pravopisných chyb. K tomu přistupuje fakt, že v internetových redakcích obecně pracují spíše mladší a méně zkušení novináři. Obdobné faktory zjevně vstupují do hry v případech zveřejňování fám a pověstí v regionálním tisku (kapitoly 3.5.3 a 4.1.4). Také vnější zpětná vazba, ať už od čtenářů, od jiných médií či od mediální kritiky, je slabá a neúčinná.

Pozornost si zaslouží práce se zdroji: projevuje se snaha médií vzbuzovat dojem, že jsou primárním zdrojem blíž, než je tomu ve skutečnosti (kapitoly 4.1.1 a 4.1.5.). Tato snaha připomíná folkloristikou popsané zákonitosti ústního tradování pověstí. Aby zvýšili jejich důvěryhodnost, přisuzují je vypravěči lidem, s nimiž jsou zdánlivě v úzkém kontaktu⁸⁸, nikoli ovšem tak blízkém, aby bylo možné informaci okamžitě ověřit. Opět se ukazuje tendence důvěřovat zdrojům, jimž redaktor přisuzuje jistou autoritu, ať už vědeckou či úřední (kapitoly 4.1.1 a 4.1.5). Zdroje, které dodávají zveřejňovaným informacím autoritu, vyznačují ve schématech 1 až 6 bílou barvou a zvýrazněným obdélníkovým rámečkem. Zodpovědnost za pravdivost zveřejněných informací pak bývá přesunována na tyto autoritou obdařené prameny. Můžeme také sledovat zřetelnou tendenci médií interpretovat útržkovitou, neověřenou informaci jako fakt, či dokonce rozšířený společenský trend (kapitoly 4.1.2 a 4.1.4).

Fámy se v českých médiích nevyskytují nahodile, ale obvykle se v rozmezí několika dnů objeví v několika titulech i v různých typech médií. Většinou pak lze vystopovat jeden zdroj, z něhož se zpráva rozšířila (tisková zpráva, blog experta, novinář, který je členem subkultury, v níž fáma koluje, řetězový e-mail, zahraniční médium). Skutečnost, že se fámy či pověsti v médiích objevují v takovýchto vlnách, či – snad přiléhavěji – v trsech, svědčí o tom, že se nejedná o nahodilá selhání jednotlivých redakcí a redaktorů, ale o systémový jev, kterému je třeba věnovat pozornost, už jen z důvodu jeho potenciálu k mediální manipulaci.

4.2 FÁMY A POVĚSTI JAKO NÁSTROJ REKLAMY A PROPAGANDY

Podle klasické, dodnes citované definice z pera sociálních psychologů Allporta a Postmana z roku 1947 je fáma „tvrzení usilující o důvěru bez přítomnosti bezpečného důkazu“ (Fine, Campion-Vincent, Heath 2007, s. 257). Vyjdeme-li z takto obecného vymezení, můžeme podstatnou část komerční a politické komunikace označit za fámy. Definici je proto třeba zúžit. Michal Černoušek (Reifová a kol. 2004, s. 63) navrhuje: „Fáma není dezinformace, ani lež. Jsou to nezávazné, někdy téměř závazné řeči, respektive výsledek každodenních konverzací.“

⁸⁸ odtud alternativní označení současných pověstí zkratkou FOAF – friend of a friend tales – příběhy, které se přihodily kamarádovi kamaráda

Politické i hospodářské elity jsou si síly a významu fám odedávna vědomy, vždyť i Allportův a Postmanův výzkum vzešel z poptávky americké armády po lepším pochopení tohoto fenoménu a po jeho využití k válečným účelům. Propaganda válčících států se zaměřovala na šíření fám (zejména prostřednictvím rozhlasových stanic vysílajících na nepřátelské území), ale i na jejich potlačování. Kupříkladu německé správní orgány měly značné obavy z tzv. *šeptané propagandy* na území protektorátu Čechy a Morava. Její součástí byly i lidové pověsti o Pérákovi, českém odbojářském superhrdinovi pohybujícím se skoky na odpružených botách (Janeček 2007). Podle Kapferera (1990, s. 250) se propagandistická oddělení ve druhé světové válce zaměřila na vykreslení šíření fám jako antipatriotského, zrádčovského aktu.

Fámy jsou významnou hybnou silou i v současné české politické komunikaci, připomeňme například Kubicovu zprávu, únik neověřených informací sebraných policejními vyšetřovateli v kriminálním prostředí před volbami v roce 2006. Mezi českými novináři v posledních letech koluje fáma, že prezident České republiky je agentem ruských tajných služeb. Odráží se i ve zpravodajství, když žurnalisté kladou prezidentovi tuto otázku⁸⁹.

Rozšířeným subžánrem v politickém folkloru jsou medializované fámy a pověsti o nesmyslných směrnicích a nařízeních Evropské unie. Nejedná se přitom o žánr specificky český ani současný, vzkvétá zřejmě ve všech společnostech s vysokou mírou byrokratizace. Rosnow a Fine (1976, s. 101-102) uvádějí příklad z počátku 50. let, kdy se v amerických médiích rozšířila fáma, že zatímco Lincolnův Gettysburgský projev obsahuje 266 slov, Desatero přikázání 297 slov a Deklarace nezávislosti 300 slov, nařízení Trumanovy administrativy o regulaci cen zelí má 26 911 slov. Fáma se nezakládala na pravdě, ba dokonce ani žádné nařízení o regulaci cen zelí neexistovalo, přesto ji zveřejnily například *New York Daily News*, *Saturday Evening Post* i *Wall Street Journal*. Objevovala se v novinových zprávách i v komentářích, v rozhlasu i v televizi, NBC ji dokonce použila jako prémiovou otázku v zábavném kvízu. „Fáma o zelí přežívala v tisku několik let a poskytovala veřejnosti zábavu a emocionální uvolnění, novinářům pak vítanou příležitost utahovat si z federální byrokracie,“ píší Rosnow a Fine.

V obchodní oblasti od pradávna vzkvétají takzvané *merkantilní pověsti a fámy*, jejichž účelem je často poškodit konkurenci. Dalším možným vysvětlením jejich spontánního vzniku je kolektivní nedůvěra a pocit bezmoci i závislosti na nadnárodních korporacích (viz kapitola 2.8.). V České republice koluje celá řada takových narativů, například e-mail s obrázkem účtenky ze supermarketu, na němž jsou chybně sečteny položky, takže zákazník přichází o 66 korun,⁹⁰ nebo

⁸⁹ *Já a ruský agent? Sprostá lež*. Lidové noviny, 20. 4. 2009, s. 4

⁹⁰ *Účtenka z Lidlu*. Dostupný z WWW: <http://hoax.cz/hoax/uctenka-z-lidlu/>

zpráva o mražené rybě plné červů,⁹¹ či již zmíněná pověst o únosech dětí z dětských koutků v obchodním domě⁹². V oficiálních médiích se však tyto fámy objevují méně často, než „nesmyslné“ kuriózní informace uvedené v kapitole 4.1. Pokud se jim noviny věnují, fámu zpravidla vyvracejí: *Ve štikách červi nebyli, pomluvu řeší policie*⁹³ či *Krádeže dětí v prodejně IKEA? Fáma, tvrdí policie*.⁹⁴ Pravděpodobným vysvětlením větší péče, již média věnují ověřování těchto konkrétních fám ve srovnání s „neškodnými“ folklorními příběhy, je obava ze soudního sporu či ze zhoršení vztahů s inzerenty⁹⁵.

Obchodní pověsti nemusí být jen projevem konkurenčního soupeření, ale i dalších sociálních charakteristik skupin, v nichž se šíří, například latentních xenofobních stereotypů. Připomeňme fámy a pověsti o nechutných ingrediencích používaných v asijských či arabských bistrech, které rovněž čas od času pronikají do médií⁹⁶. Rakouský folklorista Ingo Schneider nedávno popsal⁹⁷ případ rozšíření lokálních obchodních fám v severoitalském městě Meran. Německy mluvící obyvatelstvo tvoří většinu populace a hlavním zdrojem příjmů jsou turisté z Rakouska a Německa. Důležitým odvětvím je prodej kožených výrobků. Na přelomu 80. a 90. začaly ve městě jeden za druhým vznikat obchody a stánky obchodníků s koženým zbožím z jižní Itálie. Díky nižším výrobním nákladům nabízeli podstatně nižší ceny a takřka úplně vytlačili z trhu místní prodejce. Zdejší komunita vykazující tradičně protiitalské resentimenty reagovala mimo jiné divokými zkazkami o napojení italských obchodníků na organizovaný zločin a jejich prodejny viděla jen jako zástěrku pro obchod s drogami, prostituci, vraždy a praní špinavých peněz. Údajné spojení levných meranských obchodů s mafií začala (bezvýsledně) zkoumat média, samospráva i exekutiva. Podle Schneidera (2007, s. 75) se vyprávění podobných příběhů může stát součástí regulace sociálních konfliktů mimo kanály oficiální komunikace – aniž by ale nabízelo jejich řešení.

Reklamní průmysl se snaží využít mechanismy šíření orálního folkloru jako levný a účinný distribuční kanál pro svá sdělení. Od poloviny 80. let hovoří o tzv. word-of-mouth marketingu (WOM, marketing šířený od úst k ústům), od konce 90. let potom o marketingu virálním (využívajícím zejména internetové distribuce) a o guerilla marketingu (pouliční reklamní akce využívající momentu překvapení). Jejich výhodou jsou ve srovnání s tradičními médii nízké

⁹¹ *Štika z Hypernovy*. Dostupný z WWW: <http://hoax.cz/hoax/stika-z-hypernovy/>

⁹² *Únos dětí v obchodním domě*. Dostupný z WWW: <http://hoax.cz/hoax/unos-deti-v-obchodnim-dome/>

⁹³ iDnes.cz, 28. 4. 2006. Dostupný z WWW: http://zpravy.idnes.cz/ve-stikach-cervi-nebyli-pomluvu-resi-policie-f3h-/domaci.asp?c=A060427_160350_domaci_nel

⁹⁴ Mladá fronta Dnes, 20. 11. 2004, s. 5.

⁹⁵ viz segment 167 v příloze č. 1

⁹⁶ např. *Menu: špína a starý olej*. Rovnost – Brněnský deník, 24. 8. 2005, s. 1.

⁹⁷ SCHNEIDER, Ingo. *Mafia in Meran? Rumors and Legends Surrounding the „Leather Connection“: A Case Study*. In: Fine, Campion-Vincent, Heath 2007, s. 61-77.

náklady a (předpokládaný) vysoký účinek. Šéfredaktor odborného časopisu Marketing & Media Daniel Köppl⁹⁸ uvádí jako klasický příklad WOM taktiky organizování neformálních schůzek matek s malými dětmi, na nichž se zkoušejí značkové a neznačkové, záměrně nekvalitní pleny. Účastnice setkání pak dobrovolně šíří zprávu o lepší kvalitě značkových plen. Příjemci těchto sdělení jim přiřkládají vyšší váhu, než televizní reklamě, protože pocházejí z blízkého a důvěryhodného zdroje. Fámy a pověsti se podle Köppla využívají v komerční komunikaci zcela běžně. „Je to velmi často používaná metoda. Při troše sarkasmu bych mohl říct, že se na ni specializují všechny reklamní a PR agentury.“

Druhým úkolem komerčních komunikátorů je nežádoucí folklor zkrotit. Kapferer (1990) i Brunvand (1981) uvádějí již klasický případ ze 70. let, kdy tržby korporace Procter & Gamble citelně klesly v důsledku rozšíření fámy, že ji ovládají satanisté. Ani agresivní reklamní protikampaň fámu nedokázala eliminovat. Naopak firmě McDonald's se podařilo snížit účinek fámy, že do hamburgerů přimíchává červy, rozšířením „antifámy“ o tom, že cena za kilogram červů je vyšší než za kilogram hovězího. V letech 2002 a ve druhé, silnější, vlně v roce 2005 se na internetu rozšířila zpráva, že po vhození bonbon Mentos do láhve Coca-Coly tyto prudce reagují a vytvoří mohutný gejzír. V některých variacích příběh obsahoval varování, aby lidé v žádném případě tyto dvě pochutiny nekonzumovali zároveň, protože by je chemická reakce mohla roztrhnout. Původcem zprávy byl zřejmě popularizátor vědy Steve Spangler, který experiment předvedl ve vysílání coloradské televizní stanice 9News.⁹⁹ Bizarním experimentem se pak zabývala i mnohá další média po celém světě včetně českých¹⁰⁰. Zatímco výrobce Coca-Coly reagoval prohlášením, že pokus „neodpovídá osobnosti produktu a že si přeje, aby lidé colu pili a neexperimentovali s ní“, výrobce bonbonů Mentos si „pochutnal na odhadem 10 milionech USD z pozitivní expozice značky získané z virálního šíření videa, které společnost nic nestálo“¹⁰¹.

Llewellyn (1996, s. 22) doporučuje zaměřit se na pravdivé jádro pověsti. Kupříkladu u zpráv o nechutných přísadách v restauracích podle něj není jejich pravdivým jádrem, že provozovatelé pečou krysy, kočky či červy, ale fakt, že zákazníci vědí velmi málo o původu a přípravě jídla, které konzumují, a to v nich logicky probouzí obavy. Nejlepší strategií proto podle něj je zákazníky aktivně informovat, otevřít jim co nejvíce zákulisí restaurace a vzniku pověstí tak předcházet. „Pro pracovníky v oblasti vztahů s veřejností je zásadní o existenci současných pověstí vědět, znát jejich obsah i sociální význam. Veřejné mínění jako soudce; současné pověsti jsou součástí verdiktů vynášených veřejností o institucích,“ píše Llewellyn (s. 18).

⁹⁸ telefonický rozhovor, leden 2007

⁹⁹ http://en.wikipedia.org/wiki/Diet_Coke_and_Mentos_eruption

¹⁰⁰ např. <http://www.stream.cz/video/1/624-zhave-vystriky-ii>

¹⁰¹ *Síla komunikace je v extrémních polohách*. Marketing & Media, 21. 5. 2007, s. 12.

4.3 FOLKLORISTICKÉ MOTIVY V POPULÁRNÍ KULTUŘE

Současný folklor se v médiích objevuje nejen skrytě, jako faktická tvrzení ve zpravodajství, ale i zjevně, jako vlastní téma mediálních textů. Projevuje se tak *reflexivita médií*, kdy média navzájem podávají zprávu o principech svého fungování, jež nemusí být na první pohled zřejmé – obzvlášť chápeme-li současný folklor také jako médium svého druhu. Populární po celém světě jsou zábavně-informativní novinové sloupky odhalující nejrozšířenější fámy a pověsti, u nás například rubrika *Metrofáma* vycházející od dubna 2008 v deníku Metro či *Moderní mytologie* v týdeníku MF plus. Nejedná se přitom o jev nový: připomeňme například v 80. letech populární publikaci *Obrazový opravník obecně oblíbených omylů* Ludvíka Součka, či seriál *Nové pověsti české*, který vycházel na konci 60. let v časopisu Mladý svět.

Současná vlna zájmu o současnou pověst a fámy se v českých médiích zvedla po vydání Janečkovy komentované sbírky (2006), kterou pak následovaly ještě další dva díly (2007, 2008). Vydání každé knihy doprovázel značný zájem tisku, rozhlasu i televize.¹⁰² Po tomto (znovu)ustavení tematiky současných pověstí a fám v české populární kultuře můžeme pozorovat, jak ji média třetím rokem recyklují. Projevuje se při tom zřetelně *serialita* mediálních textů a *konvergence* médií, tedy neustálý proces přetékání mediálních obsahů napříč koexistujícími mediálními platformami, i „hledání nových způsobů jejich financování v mezerách mezi tradičními a novými médii“ (Jenkins 2006, s. 322).

V případě zpravodajství, na něž se tato práce zaměřuje, lze podle mého názoru za zvýšeným zájmem o fenomén současných pověstí a fám nalézt dvojí motivaci: vedle zřetelné snahy zaujmout a pobavit publikum hraje roli také snaha posílit vlastní obraz jako důvěryhodného zdroje zpráv. Jako by deníky, zpravodajské, společenské i odborné týdeníky, weby, rozhlas a televize říkaly: podívejte se, kolik koluje po světě nesmyslů a lží! Ale my o nich víme a říkáme vám pravdu (srov. s kapitolou 4.1).

Role současného folkloru v populární kultuře (a obráceně) je mimořádně komplikovaná a zajímavá, není však hlavním předmětem této práce, proto se omezím jen na stručný přehled. Na motivy současných pověstí vznikl v České republice v posledních letech rozhlasový¹⁰³ a televizní¹⁰⁴ seriál, oba doprovázené tematickými weby. Vyšlo i CD, na němž pověsti a fámy předčítají známí herci. Nakladatelství Plot prodává trička a hrnečky s motivem Černé sanitky. Brněnské HaDivadlo dokonce nastudovalo na motivy pověstí a fám kabaretní představení.

¹⁰² např. *Městské mýty*. Snídaně s Novou, TV Nova, 2. 10. 2007. *Strach a děs nových pověstí českých*. Hospodářské noviny, 8. 1. 2007, s. 9. *Věřte... Nevěřte!* Instinkt, 8. 11. 2007, s. 20. *Moderní mýty a medicína*. Zdravotnické noviny, 21. 12. 2007, s. 12. *Pět vymyšlených zpráv! A dostaly se do novin! Aha!*, 23. 11. 2007.

¹⁰³ *Černá sanitka*. Český rozhlas 2008, 38 dílů.

¹⁰⁴ *Černá sanitka*. Česká televize 2008, 15 dílů.

V západní Evropě, ve Spojených státech či v Austrálii se podobná vlna zájmu o současný folklor zvedla v osmdesátých a devadesátých letech, její dozvuky můžeme pozorovat dodnes. Oblíbená je kupříkladu televizní série zaměřená na odhalování pověstí a fám *MythBusters* vysílaná od roku 2003 stanicí Discovery Channel. V seriálu *Urban Legends* vyráběném americkou stanicí Biography Channel a prodávaném do různých zemí má publikum ve studiu za úkol hádat, který ze tří zdramatizovaných příběhů se skutečně odehrál. Podobně koncipované byly seriály *Beyond Belief: Fact or Fiction* (FOX TV, 1997-2002) či *Mostly True Stories: Urban Legends Revealed* (Learning Channel, 2002-2004).

V literatuře „každodenní“ realismus současného folkloru a jeho schopnost vzbudit emoce a pocit, že „tohle se může stát i vám“ inspirovaly i takové autory jako Margaret Atwoodovou, Anthony Burgesse či Ernesta Hemingwaye (Bennett a Smith 1996, s. 9). Janeček (2006, s. 335) si všímá motivů současných pověstí a fám v dílech Thomase Pynchona, Barbary Königové či Jáchyma Topola.

Současný folklor se rovněž zrcadlí v produkci filmové, hudební či estrádní. Frekvence, s níž se současné pověsti objevují v populárních filmech, je zaznamenáníhodná, soudí Llewellyn (1996, s. 19). Podle něj se tak prokazuje a utužuje narativní síla pověstí. Příběh je tak dobrý, že chce být vyprávěn. Jako příklad uvádí film *Klub odložených žen*, v němž se vyskytuje předtím ústně tradovaná pověst o muži, který opouští manželku kvůli milence a na odchodu ji požádá, aby prodala jeho auto a poslala mu peníze. Žena dá inzerát: prodám zánovní Porsche za 50 dolarů. Motivy současných pověstí obsahují například i filmy *Potíže s Arizonou* (1987), *Čtyři pokoje* (1995) či *Magnolia* (1999). Přímo založeny na nich jsou mimo jiné *When A Stranger Calls* (1979), *Candyman* (1992), *Temná legenda* (1998) a *Urbania* (2000). Janeček (2006) identifikoval inspiraci současným folklorem v českých filmech *Jak básníkům chutná život* (1987), *Pasti, pasti, pastičky* (1998), *Krajinka* (2000), *Jedna ruka netleská* (2003) a *Nuda v Brně* (2003). Některé současné pověsti naopak z filmů vznikají. Ve snímku *Láska z pasáže* (1984) je scénka, kde armádní důstojník dobíhá metro, snaží se proklouznout zavíracími se dveřmi, a cestující ho vystrčí se slovy „Ty jed' tankem, vole.“ Příběh na začátku 90. let začal kolovat mezi lidmi, byl vyprávěn jako skutečný zážitek, a stal se tedy současnou pověstí.

Současné pověsti inspirovaly a inspirují také herce a „baviče“, například Vladimíra Menšíka, Bolka Polívku, Miroslava Donutíla či Halinu Pawlovskou. Jsou vyprávěny jako historky z hereckých zájezdů či příběhy jedné kamarádky. Pawlovská o zdrojích své inspirace říká: „Jsou to asi ze sedmdesáti procent skutečné příběhy mé rodiny a mých známých. Pak čtu hodně na

internetu a často mě text, na který narazím, inspiruje ke vzpomínkám, k pointě, k tomu, že názor zformuluji do historky.“¹⁰⁵

V populární hudbě najdeme (nepřiznané) motivy současného folkloru například v tvorbě amerického country zpěváka *Dickey Lee* (píseň Laurie), české skupiny *Greenhorns* (Dívka s vlasem medovým) či *Ivo Jahelky* (podstatná část tvorby).¹⁰⁶

¹⁰⁵ e-mailová korespondence, leden 2007

¹⁰⁶ zdroj: archiv Petra Janečka

5 ZVEŘEJŇOVÁNÍ FOLKLORU OPTIKOU MEDIÁLNÍCH STUDIÍ

V této kapitole se pokusím nahlédnout problematiku současného folkloru v médiích pomocí teoretického aparátu vybraných škol a směrů mediálních studií: matematického *přenosového modelu*, *kulturálního modelu* komunikace podle Jamese W. Careye, konceptu *spreadable media* Henryho Jenkinse a *mediatizace* Winfrieda Schulze. Stručně připomenu pojem *folklor mechanického věku* Marshalla McLuhana, vztah *mytologie a zpráv*, teorii *užití a uspokojení* a koncept *sociální konstrukce reality* ve zprávách.

5.1 MATEMATICKÝ MODEL KOMUNIKACE

Popisujeme-li medializaci současného folkloru v přenosovém paradigmatu, jak jsem se o to pokusil při zpracování schémat v kapitolách 3 a 4, narazíme na jeho omezení: protože jsou použité modely statické a lineární, dochází nutně ke značnému zjednodušení složitého procesu. Aplikaci přenosového modelu ztěžuje už fakt, že folklor je ze své podstaty kolektivní a anonymní (Brunvand 1981, s. 4). Při snaze o lepší pochopení každé z vybraných komunikačních událostí tak zobrazujeme jen malou výseč komplikované komunikační události. Není dost dobře možné vyčerpávajícím způsobem zobrazit všechny vzájemně propojené interakce a proměnné. Na druhou stranu nám toto zjednodušení umožní rozpoznat některé opakující se, charakteristické rysy vybraných případů.

V Shannon-Weaverově matematickém zobrazení komunikace můžeme u diskutovaných případů identifikovat konkrétní *zdroj zveřejněné informace* (tisková zpráva, blog odborníka, svědectví redaktorova spolužáka, zahraniční médium), *podavatele* (novináře), *kanál* (příslušné médium) a mnoho potenciálních *příjemců* (publikum). Zdrojem *zkreslení* (šumu) působícího na *přenosový kanál* (médium) jsou např. organizační a technická omezení média (jeho kapacita, časová tíseň novinářů atd.), ustálené postupy či mediálními organizacemi předpokládaná očekávání publika (např. zpráva by měla být jednoznačná, srozumitelná, doplněná obrázkem, odehrávat se blízko).

Pověsti a fámy před svým zveřejněním v médiích kolují jinými cestami, ústně i elektronicky, ve velkém množství variant. K popsání mechanismu výběru jedné z obrovského množství informací můžeme využít Shannonem a Weaverem navržený koncept *entropie* (nahodilosti), podle nějž entropie vzrůstá přímo úměrně s množstvím zpráv, z nichž musí zdroj vybírat, a informativní hodnota zprávy klesá s pravděpodobností jejího výskytu. U zveřejněných pověstí a fám tedy můžeme hovořit o vysoké míře nahodilosti a nízké informační hodnotě. Z hlediska dobové kybernetické teorie informační společnosti je to jev negativní: Množství validních informací v systému je měřítkem jeho organizovanosti, entropie v systému jeho dezorganizovanosti.

„Entropie je přírodní tendence k ničení řádu a umožňuje biologický i sociální rozklad. Jen informace, stroje, které je zpracovávají a sítě, do nichž se spojují, se mohou této tendenci postavit,“ napsal Shannonův učitel Norbert Wiener v roce 1948 (Mattelart a Mattelart 1998, s. 50).

Sociální psychologové Allport a Postman se v intencích dobového uvažování pokusili v roce 1947 šíření fám modelovat matematicky. Dospěli ke vzorci $R \sim i \times a$, tedy množství fám (*R, rumor*) kolísá se součinem důležitosti (*i, importance*) jejich předmětu a mnohoznačnosti (*a, ambiguity*) důkazů (Shibutani 1966, s. 57).

Shannon popsal účel komunikace jako snahu „reprodukovat v jednom bodě přesně či přibližně informaci získanou v jiném bodě“. Vzhledem k velké míře zkreslení a množství variací v novodobém folkloru pak můžeme na fámy a pověsti nahlížet jako na projev selhání komunikace.

Ze Shannon-Weaverova modelu vychází také informační teorie, která říká, že množství informací ukazuje na míru nejistoty, čili entropie v dané situaci¹⁰⁷. Je-li zcela předvídatelná, žádné nové informace (stimuly, signály) se v ní nevyskytují. Na to navazuje Shibutani (1966), když hovoří o fámách jako o „improvizovaných zprávách“, které se nejhojněji vyskytují v kritických okamžicích napětí a nejistoty. Například při přírodních katastrofách jsou zprávy jednou z prvních věcí, o něž se lidé zajímají poté, co pomine akutní ohrožení života. Zpravidla je shánějí tak naléhavě, že se přestanou starat o věrohodnost zdroje. „Pokud zprávy chybějí, může se stát, že vzniknou samovolně“ (Shibutani 1966, s. 31).

5.2 UŽITÍ A USPOKOJENÍ

Podle Brunvanda současné pověsti - stejně jako příbuzný žánr fámy - uspokojují¹⁰⁸ lidskou potřebu poznat a pochopit bizarní, strašidelné, případně nebezpečné či zahanbující situace, které by se mohly stát. „Jedná se o příběhy, které se náhodně ‘potulují’ mezi lidmi a oslovují naši morbidní zvědavost, uspokojují naši mysl lačnickí po senzacích. (...) Neformální pověsti a fámy vyplňují mezery v profesionálním zpravodajství. Tyto báječné, většinou nepravdivé, skutečné příběhy jsou vlastně lidovým zpravodajstvím – obvykle komentovaným – šířícím se od člověka k člověku i v dnešním světě prostoupeném špičkovými technologiemi“ (1981, s. 12).

Přístup známý jako užití (mediálních obsahů) a uspokojení (aktivního publika) se v mediálních studiích objevuje od poloviny minulého století, v následujících desetiletích se pak zpřesňuje a

¹⁰⁷ Viz. LITTLEJOHN, Stephen W. *Theories of Human Communication*. Belmont: Wadsworth, 1983. s. 116.

¹⁰⁸ V originále „gratify“.

pročišťuje. Je protikladem k *teorii injekční jehly*, jež předpokládá, že média jsou takřka všemocná a příjemci nemají žádný vliv na to, jak na ně působí. Teorie užití a uspokojení naopak tvrdí, že příjemci si cíleně vybírají mediální obsahy, které uspokojují jejich specifické potřeby, například vyhledávání informací, sociálních kontaktů, rozptýlení, sociálního učení či osobního rozvoje (McQuail 1999, s. 350). Zde je však zásadní rozdíl oproti Brunvandem načrtnutému konceptu “náhodně se potulujících” příběhů – jejich posluchači si nemohou příliš vybírat, který si poslechnou, s výjimkou případu, kdy vypravěče zarazí ještě před tím, než příběh dořekne. Medializovaný folklor se však z hlediska teorie užití a uspokojení nijak neliší od jiných typů obsahů, tudíž na něj můžeme teorii vztáhnout. Pak uspokojuje například tyto požadavky¹⁰⁹: získávání informací a rad, poučení se o společnosti a o světě, nacházení opory pro své vlastní hodnoty, prožitek vcítění do problémů druhých, pocit spojení s ostatními, únik od vlastních problémů a starostí, vyplňování času, zážitek emocionálního uvolnění.

5.3 FOLKLOR INDUSTRIÁLNÍHO VĚKU

Marshall McLuhan upozornil, že kdykoli se lidé díky technologickému pokroku dostanou k novému médiu, mají zpočátku tendenci využívat jej podobným způsobem jako ta starší¹¹⁰. Například rané televizní vysílání sestávalo hlavně ze záběrů lidí sedících u stolů a předčítajících texty způsobem známým z rozhlasu – dokud někoho nenapadlo, že televize může vyprávět příběhy i jinak, a dokud to technologický vývoj lehčí pohyblivou kamerou neumožnil. Jeden z možných pohledů hovoří o fámách – či obecně o folkloru - jako o médiu, ba dokonce jako o nejstarším médiu světa¹¹¹. Jedním z výkladů přítomnosti fám v médiích, a zvláště v těch nových, by mohla být aplikace McLuhanovy úvahy: odráží se tedy také folklor v médiích tím intenzivněji, čím je nové médium mladší? S jistotou se to říci nedá, není možné prokázat, že by v počátcích novin, rozhlasu či televize folklor ovlivňoval jejich obsah více než dnes.

Podle McLuhana (1970, s. V)¹¹² lid – *folk* - v moderní technické civilizaci ztratil svůj vliv a podíl na vytváření lidové tradice - *folkloru*. Převážná většina moderního „folkloru“ pochází z laboratoří, studií a reklamních agentur. Nazývá jej „folklorem lidí mechanického věku.“ Nalézá v něm společné rysy a zákonitosti „jako by vycházely z nějakého našeho kolektivního snu“. Zprávy na titulní straně *New York Times* přirovnává k novodobým *Pohádkám tisíce a jedné noci*, v nichž je tisíc a jeden příběh vyprávěn anonymním vypravěčem anonymnímu publiku.

¹⁰⁹ viz McQuail 1999, s. 351

¹¹⁰ viz THOMPSON, Clive. *This Is Your Brain on Video*. Wired, 2009, č. 1, roč. 17, s. 40.

¹¹¹ Kapferer (1990) použil tento obrat v názvu své knihy (ve francouzském originálu a v českém překladu se jmenuje *Fáma – nejstarší médium světa*). Stejně tak polská folkloristka Agnieszka Zielińska (*Plotka - najstarsze medium komunikacji masowej*. In CZUBALA, Dionizjusz, WĘŻOWICZ-ZIÓŁKOWSKA (eds.). *Zeszyt folklorystyczny* 5-6. Katowice: Uniwersytet Śląski w Katowicach, 2003. s. 83-86.)

¹¹² první vydání je z roku 1951

Folklor, o němž obrazně mluví McLuhan, však není folklorem, o kterém pojednává tato práce. Jedná se o nový, umělý, symbolický systém, který původní tradiční folklor vytlačuje a nahrazuje, případně s ním splývá. Pak můžeme projevy, které zde nazýváme současnými pověstmi a fámami, chápat jako svého druhu imunitní reakci, pokus původního folkloru zmocnit se ztracené vlády nad světem, reakci „obyčejného člověka“ na záhady a složitosti, které se na něj valí, snahu dát jim nějaký smysl, upozornit na nebezpečí a předat tyto informace ostatním členům společnosti a dalším generacím.

5.4 RITUÁLOVÝ MODEL KOMUNIKACE PODLE JAMESE W. CAREYE

Podle amerického kulturního historika Jamese W. Careye je komunikace „symbolický proces, ve kterém je realita produkováána, udržována, opravována a přetvářena“ (Carey 1992, s. 23) a čtení novin není jen mechanickým přenosem informací, ale rituálem, který pomáhá utvářet a udržovat komunitu v běhu času. Noviny jsou „dramaticky uspokojující, ne však příjemnou, prezentací kořenů světa, [...] prezentací reality, která dává životu celkovou formu, pořádek a tón“ (Carey 1992, s. 21).

Také folklorní narativy nejsou jen nahodilou zábavou, ale mají rozmanité kulturní a společenské funkce. Jsou to nástroje, jimiž si lidé organizují a vysvětlují realitu, v níž žijí, objasňují záhady, seznamují se s neznámým a dělají si pořádek ve vřavě událostí a zpráv, které se na ně valí, aby dosáhli „naplnění svého já“ vytvořením „příběhu odpovídajícího tomuto vytouženému já“ (Tucher 2007, s. 302). Samotná narativní forma je způsobem uvažování o tom, co se děje, hodnocení různých situací a jejich srovnávání se známými scénáři. Příběhy obecně, včetně těch folklorních, nabízejí vysvětlení toho, co se stalo a předpovědi, co by se mohlo stát.

Zároveň mají důležitou úlohu při udržování komunit a kultur v čase. „(Rituálové pojetí) se nezajímá o přenos sdělení v prostoru, ale o udržování společnosti v čase; ne o akt rozšiřování informací, ale o reprezentaci sdílených přesvědčení. (...) Archetypální ukázkou rituálového pohledu je posvátný obřad, který přitahuje jednotlivce do skupin a spojuje je v bratrství či společenství“ (Carey 1992, s. 18). Folklor může posloužit jako ilustrativní příklad rituálového působení komunikace na udržování komunit v čase. Více než o přenos sdělení v něm jde o společnou identitu, ať už národní, či identitu některé subkultury, například studentské, případně o přenos těchto základních představ z generace na generaci (Janeček 2006).

Společné ideály se zhmotňují podle Careye také například v tanci, v hrách, v architektuře či v novinových zprávách – a směle sem můžeme zařadit i medializovaný orální folklor (folkloristika se konečně také nezajímá pouze o něj, ale i o hmotné projevy lidové kultury jako jsou kroje, architektura či umělecké výrobky). Podle Careye všechny tyto projevy vytvářejí symbolický řád,

jehož účelem je mimo jiné vlastní potvrzování („nikoli přenos informace, nýbrž konfirmace skrytého řádu věcí“).

Nejčastější motivy současných pověstí ovšem na první pohled zaběhaný řád věcí spíše vyvracejí – často obsahují různé spiklenecké teorie a přesvědčují posluchače, že „sovy nejsou tím, čím se zdají být“. Podíváme-li se však na onen symbolický řád důkladněji a z větší dálky, zjistíme, že tato paranoia, pocit, že všechno je možné jinak, je v něm rovněž zabudován.

Noviny jsou v přenosovém paradigmatu nástrojem rozšiřování informací. Otázkou je jejich účinek na publikum: objasňují, nebo zastírají skutečnost? Rituálový model přináší úplně jiný pohled: čtení novin je spíš něco jako mše, situace, ve které se nic nového nedozvídáme, ale v níž je jeden vybraný pohled na svět zobrazován a potvrzován (Carey 1992, s. 20).

Čtení novin je podle Careye rituál, v němž se zobrazují soupeřící síly světa. Jak čtenář listuje, neustále mění role. „Článek o měnové krizi jej staví do pozice amerického patriota bojujícího s odvčnými nepřáteli, Němci a Japonci. Článek o setkání politického hnutí ho do něj zapojuje jako zastánce nebo odpůrce.“

Současný folklor, opět, funguje podobně. Při vyprávění pověstí o vrazilích číhajících před supermarkety či o nechutných přísadách v jídle se vypravěč i posluchač vžívají do role člověka vystaveného nevypočitatelnému zlu, zákazníka bezbranného proti zvůli velkých korporací, a přitom na ně odkázaného. Do jaké role staví posluchače medializovaná fáma o uprchlé pumě, která se možná potuluje v lesích na Osoblažsku? Do role neohroženého myslivce s loveckou puškou? Myslím, že spíš do úlohy spořádaného občana, který z bezpečí svého bytu pozoruje svět, trochu bláznivý, trochu nebezpečný, ale zase ne příliš, aby bylo nutné něco podniknout. Podobné zprávy, jak píše Carey, stejně „jako náboženské rituály téměř nic nezmění, ale nějakým nevysvětlitelným způsobem jsou uspokojující; plní málo funkcí, přesto jsou náruživě konzumovány. (...) Zprávy vytvářejí a zároveň reflektují hlad po zážitcích. (...) V rituálovém pojetí nejsou zprávy informace, ale drama.“

Carey polemizuje s převažujícím pohledem, že existuje realita, fakta, a nezávisle na nich naše výpovědi o nich. „Uznáváme sice, že jazyk často zkresluje, zamlžuje a mate naše vnímání vnějšího světa, málokdy ale zpochybňujeme tento faktický realismus. Ve starém Galileově paradigmatu je jazyk sekundární k primární realitě. (...) Chci tento vztah převrátit (...). Chci říci s Biblí, že na počátku bylo slovo; slova nejsou názvy věcí, ale (...) věci jsou znaky slov. Realita není dána, není nezávislá na jazyku, jazyk není jejím pouhým odrazem. Spíše realita vzniká, je produkována, komunikací – konstruováním, chápáním a užíváním symbolických forem“ (s. 25).

Carey rozvíjí teorii sociální konstrukce reality Bergera a Luckmana. Ti v roce 1966 píší¹¹³: „(Interahující jednotlivci) A a B, a nikdo jiný, zodpovídají za zkonstruování tohoto světa. A a B mají možnost ho změnit či zrušit. (...) Svět je objektivizován lidskou aktivitou stejně jako všechny jeho instituce. (...) Člověk je paradoxně schopen vytvořit si svět a pak jej vnímat jako něco jiného než lidský výtvar. (...) Tento výtvar zpětně působí na svého tvůrce. (...) Společnost je lidský produkt. Společnost je objektivní realita. Člověk je produkt společnosti.“ Studium případů medializovaných fám nabízí skvělou příležitost principy sociální konstrukce reality demonstrovat a lépe pochopit. Zjednodušeně řečeno: lidé nejprve za pomoci médií stvoří pumu, zapomenou na to, a potom jednají, jako kdyby byla skutečná. Masová média, jak dokumentuje případová studia, tento proces pravděpodobně urychlují a opakováním zesilují.

Připomeňme ještě případy sebesplňujících proroctví o krachu bank, či příklad s fámou o nechutnostech v řetězci rychlého občerstvení. „Můžeme takové pověsti odbýt jednoduchým ‘není to pravda’, ale nebude nám to moc platné, když dostatečný počet lidí zprávě uvěří a začne na jejím základě jednat. Obvinění by klidně mohla být pravdivá; přinášejí stejné důsledky“ (Llewellyn 1996, s. 18). W. I. Thomas jev slavně formuloval v teorému z roku 1928: „Definují-li lidé situaci jako skutečnou, je skutečná ve svých důsledcích.“

Carey hovoří doslova o „magickém sebeklamu“. Symboly (včetně modelů komunikace) realitu reprezentují a zároveň tvoří. Totéž si troufám říci o současném folkloru.

5.4.1 SROVNÁNÍ TECHNOLOGICKÉHO VLIVU TELEGRAFU A INTERNETU

V případové studii (kapitola 3) jsem identifikoval jako jednu z možných příčin zveřejňování současného folkloru časovou tíseň, v níž se novináři musejí rozhodovat, který text zveřejní a jak jej pojmu. Carey (1986) si rovněž všímá „kardinální hodnoty“ času a včasného publikování dostatečného množství informací v historii žurnalistiky. Dává ji do souvislosti s rolí tisku při udržování kapitalistického společenského řádu:

Tisk v osmnáctém a raném devatenáctém století nedisponoval potřebnými technologiemi, aby mohl přinášet každý den čerstvé zprávy. Postupně se však hlavním motorem jeho rozvoje stalo právě úsilí sjednotit svůj výrobní cyklus s cyklem obchodním. „Každý den vznikají zprávy. Každý den se odehrávají příběhy k vyprávění. Každý den se obchoduje a každý den jsou stanovovány nové ceny, vhodné k otištění. V tomto smyslu jsou kořeny novinářství, kapitalismu a účetnictví nerozpojitelně propleteny“ (Carey, 1986).

¹¹³ BERGER, Peter, LUCKMANN, Thomas. *Society a Human Product – excerpt from The Social Construction of Reality (1966)*. In: LEMERT, Charles (ed.). *Social Theory. The Multicultural and Classic Readings*. Boulder, Oxford: Westview Press, 2004. ISBN 0-8133-4217-1. s. 384-388.

S rozmachem střední třídy a levného spotřebního tisku (*penny press*) se od 30. let 19. století původní obchodní noviny začaly nabídkou poutavých příběhů přizpůsobovat dravější konkurenci. „Šestákový tisk byl plný kuriozit, exotiky, triviálnosti. Především se soustředil na anonymní jednotlivce, skupiny a třídy, obývajících velká města. Nabízel panorama faktů a hrdinů, 'lahůdkářství pro oči', 'kaleidoskop vybavený vědomím'" (tamtéž).

Rozhlédneme-li se po dnešní české nabídce denního tisku, také vidíme snahu upoutat srozumitelným, překvapivým příběhem co nejširší publikum - za co nejméně peněz. Také dnešní české deníky jsou „plné kuriozit, exotiky, triviálnosti," také ony chtějí být „lahůdkářstvím pro oči". K tomu všemu jsou folklorní příběhy, novodobé pověsti anonymního městského člověka, jako stvořené.

Carey píše, že to, co dal šestákový tisk do pohybu, dokončil telegraf. „Poprvé umožnil novinám fungovat 'v reálném čase'¹¹⁴. Čas se stal z hlediska obchodu irelevantním. Když byly okamžité zprávy z trhů k dispozici všude ve stejnou chvíli, byl na tom rázem každý obchodník stejně (výhoda včasné a přesné informace z novin se ztratila – pozn. aut.)." Nabízí se paralela s internetem. Také on, poté co je rozhlas a televize připravila o privilegium přinášet zprávy jako první, vzal novinám možnost být nejpodrobnější a nejobsáhlejší zdroj informací, k nimž se jejich čtenáři jinak nedostanou. Zprávy z úřadů, okamžitý přístup do různých archivů a databází mají k dispozici (téměř) všichni, ne jen novináři. Čím tedy čtenáře zaujmout?

Nové médium na druhou stranu nabízí žurnalistům dříve netušené možnosti při ověřování zpráv, porovnávání zdrojů informací a možnost okamžité zpětné vazby (reakcí čtenářů i těch, o nichž se píše). Ve skutečnosti však dnes novináři používají internet spíš jako telegraf - tedy prostředek jednosměrné komunikace. Hlavní rozdíl je v kvantitě přenášovaných informací, kterou umožňuje nízká cena, všudypřítomnost a snadná použitelnost e-mailu a dalších internetových technologií. To však přináší také větší stres z informačního přetížení a z něj plynoucí větší množství chyb (viz případová studie).

Telegraf podle Careye (1986) změnil psaný jazyk a v důsledku toho i lidské vědomí. Nejen že ukončil tradici názorové, vyhraněné žurnalistiky, protože na telegrafně šířené zprávy byl náhle kladen požadavek, aby byly okamžitě použitelné v různě zaměřených novinách, ale zbavil také psané slovo mnoha lokálních, regionálních a hovorových parametrů. Dal vzniknout požadavku na „vědecký" jazyk, přísně denotativní, vyjadřující jasně a jednoznačně fakta, která by stejně chápali čtenáři žijící v rozdílných prostředích tisíce kilometrů od sebe. „Telegraf tak způsobil

¹¹⁴ „in real time" - srozumitelnější, avšak v tomto případě zavádějící překlad, by zřejmě byl „živě".

úpadek žurnalistických forem a stylů jako mystifikace („tall story“), hoax, humoru, ironie a satiry, které závisely na tradičnějším užití jazyka“ (tamtéž).

Stal-li se tedy jazyk oficiálních zpráv jaksi sterilním, je možné, že některé z Careyem jmenovaných funkcí začal suplovat také ústně šířený folklor, a že tedy k jeho znovuzrození v industriálním městě přispěl technologický vývoj médií.

A vyvstává zde ještě jedna technologická paralela: jestliže telegraf učinil z autorů dodavatele holých faktů také tím, že se platilo za každé slovo, internet svou bezbřehostí a nízkou cenou za přenos informace působí přesně opačně: každému, včetně novinářů, dává příležitost, či jej snad dokonce ponouká stát se „lidovým vypravěčem digitálního věku“. Zatímco telegraf „oddělil vypravěče od příběhu“, internet je znovu spojuje.

Další změny, které podle Careye přinesl telegraf do novin, však internet spíše zesiluje: „Kvůli nadbytku událostí se jejich posuzování muselo rutinizovat a redakce se zorganizovala podobně jako továrna. Nadbytek textu vedl k jeho komodifikaci, tedy k tomu, že se z něj stalo zboží – něco, co se dá převážet, měřit, zkracovat, vyrábět na čas, prodávat, krást, oceňovat, pronajímat či nabízet se slevou. Zprávy se oddělily od ideologického kontextu, který je mohl vysvětlit nebo jim dát význam. Nadbytek událostí zahltal redakce a donutil novináře vysvětlovat nejen něco, ale všechno. Častým výsledkem je, že nedokáže vysvětlit nic. (...) A konečně, oddělením zpráv od analýzy donutil čtenáře zprávy neustále sledovat, pokud chce vůbec něčemu rozumět.“ (tamtéž).

5.5 ZPRÁVY JAKO MYTOLOGIE

Jack Lule ve své práci *Zprávy jako mytologie* píše: „Editoři a redaktoři nemusejí pro každou událost vymýšlet zbrusu nový článek. Články již existují“ (Lule 2005, s. 101). Novináři je berou ze zásobníku ustálených šablon, ze sdíleného kulturního repozitáře narativů. Ze skladiště typizovaných příběhů, které v běhu času osvědčily svou schopnost přitáhnout publikum. Lule tvrdí, že tradiční příběhy, které nazývá mýty, se v nové, obměněné podobě objevují v médiích. Novináři tak navazují na dlouhou tradici minnesängů, trubadúrů, dvorních básníků, kněží, rabínů a dalších vypravěčů.

Mýtus definuje společně s Mirceou Eliade a Carlem Gustavem Jungem jako „zásadní společenský narativ, bohatý a přetrvávající aspekt lidské existence, který s využitím archetypálních postav a forem nabízí exemplární modely života ve společnosti“ (s. 102). Tyto mýty žijí i v moderních společnostech, a zvláště v masových médiích, a ze všech žánrů a typů mediálních obsahů nejvíce právě ve zpravodajství (s. 104). „Prodej novin, náklad časopisů, sledovanost televizních zpráv a návštěvnost internetových stránek prudce stoupá během dramatických a senzačních událostí:

střelby ve škole, královské svatby, hurikánu, atentátu, leteckých neštěstí, inaugurací. Co lidé hledají? (...) Působivá dramata. Chtějí uspokojivé a vzrušující příběhy, které jim vyloží minulost a osud a křehkost života. Potřebují mýty. (s. 109)“

5.6 VIRÁLNÍ VERSUS „SPREADABLE“ MÉDIA

Kdo pracuje v médiích či v reklamě, těžko se mohl v posledních letech vyhnout termínům „virální marketing“ či „mediální virus“. Popisují představu mediálního obsahu, který je – podobně jako fáma, současná pověst či anekdota – natolik překvapivý, zábavný či chytlavý, že jej jeho příjemci dobrovolně šíří dál, zejména prostřednictvím internetu.

Jedním z prvních, kdo přirovnání použil, byl v roce 1994 Douglas Rushkoff v knize *Media Virus*. Jeho argumentace – zřejmě ve snaze stát se také mediálním virem – je divoká: „Mediální viry se šíří datasférou podobně jako ty biologické lidským tělem a společenstvím. Necestují cévami, ale mediálními sítěmi. ‚Bílkovinný obal‘ mediálního viru může být událost, vynález, technologie, myšlenkový systém, hudební akord, vizuální obraz, vědecká teorie, sexuální skandál, módní styl či populární hrdina – cokoli, co přitáhne pozornost. Každý takový mediální virus dokáže vyhledat aktivní receptory v populární kultuře a přichytit se na ně. Jakmile je přichycen, začne do datového toku přimíchávat svou skrytou agendu – ideologický kód. Nikoli geny, ale jejich konceptuální ekvivalent, který nyní nazýváme memy.¹¹⁵„

Tým médiologů pod vedením Henryho Jenkinse z MIT ve své nedávné studii (Jenkins a kol. 2009, on-line) chaotické užívání slov „virální“ (ve smyslu modelu šíření informací, který napodobuje šíření virové nákazy) či „memy“ (kulturní jednotky odvozené kontroverzní memetickou teorií od genů) kritizuje. Domnívá se, že přespříliš zjednodušují a zastírají podstatu komunikačního procesu. „Oba termíny se ve snaze popsat, jak se mediální obsahy šíří v dané kultuře, uchylují k biologické metafoře. Takové přirovnání však zamlžuje skutečnou podstatu mocenských vztahů mezi výrobcí, vlastníky, značkami a příjemci (spotřebiteli) obsahů,“ píše Jenkins a spol. (2009, on-line). Představa producentů obsahu, že je možné vytvořit „zabijácký virální text“, kterým „infikují“ kulturní „oběhový systém“ redukuje příjemce na pouhé „bacilonosiče“ a ignoruje složitost reálného komunikačního procesu.

Dalším nedostatkem je podle Jenkinse fakt, že tyto dva pojmy nereflektují realitu každodenní komunikace ve stále více „zasítované kultuře“ – totiž že informace předávaná od úst k ústům (či spíše od počítače k počítači) se po cestě zásadně mění, mutuje, je remixována. Každý článek takového komunikačního řetězce má možnost k původní informaci něco přidat, něco ubrat,

¹¹⁵ RUSHKOFF, Douglas. *Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture*. New York : Ballantine, 1994. s. 9 – 10. Citováno podle JENKINS et al. 2009.

případně ji zcela reinterpretuje či zařadí do nového kontextu. Jde o analogii s již popsáním principem variace, který je jednou z charakteristik ústně šířeného folkloru.

Nové komunikační technologie z příjemců činí zároveň podavatele a dávají jim možnost poslat sdělení dál a zakódovat do něj vlastní způsob preferovaného čtení. Jako příklad z českého prostředí můžeme uvést „virální“ videoreklamu politické strany převzatou na osobní blogu s jízlivým komentářem - či dokonce jinak sestříhanou, s vyzněním zcela jiným než byl záměr původního podavatele, a šířenou stejně efektivním komunikačním kanálem (server YouTube).

Místo v českém reklamním a mediálním diskursu nyní frekventovaných „virů“ a „memů“ prosazuje Jenkins nový termín: „spreadable media“, tedy doslova média „rozšiřitelná“, přesněji „média volně se šířící“. Jelikož však není v české terminologii ustaven, budu používat anglický originál. Místo do značné míry mechanické replikace memů zdůrazňuje model „spreadable media“ představu, že spontánní přeměna mediálních obsahů mění jejich hodnotu tím, že je „lokalizuje pro různorodé kontexty užívání“.

Jenkins si všímá, že studiem fám a současných pověstí se lze dopátrat obecnějších charakteristik mediálních obsahů, které mají tendenci se spontánně šířit. Rozebírá příklady fám, které se šířily v afroamerické subkultuře¹¹⁶ o firmách s bílými majiteli a reklamními kampaněmi zaměřenými na Afroameričany. Vyprávěním příslušného příběhu, ať už fámy či legendy, se podle něj „členové komunity utvrzují ve svém sourozenství a rýsují ostré hranice mezi svými přáteli a nepřáteli, vyjadřují skupinové sdílené obavy (z rasismu a diskriminace) a reakcí na symbolické ztělesnění svých obav se snaží tyto obavy udržet pod kontrolou“ (Jenkins a kol. 2009, on-line).

„Spreadable“ obsahy se podle něj šíří právě jen v komunitách, v nichž splňují určité funkce: posilují vzájemné vztahy, vyjadřují sdílené hodnoty, které tvoří skupinovou identitu, artikuluje společné, hluboko uložené postoje ke světu, pomáhají shromáždit informace umožňující vysvětlit a pochopit složité situace, rozlišit, kdo do skupiny patří, a kdo ne. Pokud se stejný obsah šíří v různých komunitách, je to podle Jenkinse proto, že plní relevantní funkce v každé z těchto komunit.

Obsah, který se samovolně šíří (zejména po internetu) podle Jenkinse musí nabízet otevřenost a přebytek významů a musí nést společensky hodnotné sdělení. To může spočívat v humoru, v parodii, v cenné informaci či v nostalgii.

¹¹⁶ Jenkins vychází z TURNER, Patricia Ann. *I Heard it on the Grapevine: Rumor in Africa-American Culture*. Berkeley: University of California Press, 1994.

5.7 MEDIATIZACE

Winfried Schulz chápe mediatizaci, tedy prostoupení života společnosti i jednotlivce médii, jako kontinuální proces společenské změny, v níž lze rozlišit čtyři jevy: extenzi (rozšíření), substituci (nahrazení), amalgamaci (slučování) a akomodaci (přizpůsobení). Jak se projevují v medializaci současného folkloru?

„Média částečně či úplně nahrazují společenské aktivity a sociální instituce, a tím mění jejich charakter,“ píše Schulz (2004, s. 88) o substituci. Medializovaný folklor můžeme vidět jako (částečnou) náhradu tradičního vyprávění poutavých příběhů z očí do očí například při rodinných sešlostech, na dětských táborech, při společných cestách. Folklor přejatý médii se při tom skutečně mění: vybírány a opakovány jsou ty nejbizarnější příběhy, o nichž zaměstnanci mediálních organizací předpokládají, že zasáhnou nejširší publikum. Z vyprávěnek se stávají televizní inscenace, divadelní hry, celovečerní filmy či populární písně (kapitola 4.3). K fámám o nástrahách číhajících v restauracích přibývají fámy o hrozbách nových síťových médií (neexistující viry šířící se po internetu či tajné kombinace čísel na mobilním telefonu – viz kapitola 2.8).

Ruku v ruce s nahrazováním jde rozšíření (extenze), kdy už jednotlivé příběhy nekolují ve vymezeném geografickém, sociálním či časovém prostoru, ale vstupují do procesu masové komunikace. Srovnajme tradiční lokální pověst (třeba brněnskou O zvonění na Petrově) s globálními pověstmi vyskytujícími se po celém západním světě (například o zločincích v supermarketech). Folklor díky médiím překonává nejen větší vzdálenosti prostorové, ale i časové: internetové fámy zůstávají na síti dostupné i po svém odeznění, a tak se čas od času probouzejí k životu s novou silou (kapitola 4.1.4).

Amalgamací Schulz označuje spojování a prolínání „rozpouštění hranic“ (2004, s. 89) mezi mediálními a nemediálními aktivitami. Je vepsání současné pověsti do internetového diskusního fóra aktivitou mediální, nebo nemediální? Při pátrání po původu některých motivů současných pověstí a fám folkloristé zjišťují, že se poprvé objevily v médiích a poté zlidověly, jiné se šíří ústně a zároveň v médiích, navzájem se ovlivňují ve svých variacích, splývají (kapitola 4.3). „Protože se užívání médií stává nedílnou součástí soukromého i společenského života, mediální definice reality splývá se sociální definicí reality.“

Akomodace popisuje skutečnost, že sama existence médií vyvolává určitou společenskou změnu. Schulz uvádí (2004, s. 89) příklad aktérů politiky, sportu či zábavy, kteří se přizpůsobují mediální logice televize, jejím výrobním rutinám a předdefinovaným formátům. V případové studii (kapitola 3.5.3) jsem popsal, jak přizpůsobování se představám o požadavcích a fungování

médií může vést tiskové mluvčí k rozesílání „chytlavých“ zpráv a v důsledku ke zveřejnění současného folkloru. V kapitole 4.1.4 se ukázalo, jak i poplašný řetězový e-mail, typický projev současného folkloru, se přizpůsobuje narativním a argumentačním postupům převládajícím v mainstreamových médiích, jako by i „lidová tvořivost“ usilovala o jeho zveřejnění, a jak snadno díky tomu proniká na stránky novin. Schulz na příkladu politiky přizpůsobené mediální logice poukazuje na to, že tyto procesy jsou výhodné i pro média, protože činí politiku zajímavější pro zveřejnění a zároveň ji prakticky formátují. Také médiím přizpůsobený folklor je pro ně samozřejmě přitažlivější a praktičtější, takže ho v mnoha případech stačí pouze sebrat a zveřejnit (např. kapitoly 4.1.1 a 4.1.2).

Všechny čtyři popsané složky mediatizace působí současně, jsou to „komponenty složitého procesu proměny“ (s. 90). Schulz také upozorňuje, že mediatizace je v jeho pojetí analytický koncept, který nemusí nutně sloužit k hodnocení či kritice.

Komunikace jako přenos významů za pomoci symbolů může podle Schulze (s. 90) uspět pouze v případě, že mezi podavatelem a příjemcem vzbudí pocit něčeho společného („sense of commonness“). Folklor je kulturně sdílená tradice, „opakovaně vyvstávající jednotky společné znalosti“, proto velmi dobře funguje jako katalyzátor komunikace, i té masové.

Folklorní příběhy se stávají mediálními obsahy také proto, že odpovídají kritériím vyplývajícím z povahy mediálního systému. Podle Schulze se v procesu filtrace a gate-keepingu v médiích uplatňují právě taková („vrozená“ mediální) kritéria, a nikoli společenská či politická relevance. „Pravidla mediálního výběru vycházejí z předpokladů o akceptování zprávy co největším publikem, profesních zpravodajských hodnot, požadavků specifických mediálních žánrů na způsob prezentace a ekonomických podmínek standardizované produkce sdělení“ (Schulz 2004, s. 91).

Schulz se věnuje také vlivu nových médií na koncept mediatizace. Vzestup digitálních médií podle něj může odstranit některé zábrany vycházející z povahy tradičního mediálního systému (Schulz 2004, s. 98), „přenosová kapacita a úložný prostor médií se zvyšují téměř jako by neměly hranic, a v důsledku toho ztrácejí většinu filtračních a gate-keeping funkcí“ (s. 95). V tom se Schulz shoduje například s Kibby (2005) či s Fernbackem (2003). Zde tedy můžeme rovněž hledat příčiny vzrůstajícího počtu folklorních narativů ve zpravodajství. Schulz však zároveň upozorňuje, že nová média přinášejí nové zábrany a omezení a že tradiční média nenahrazují, nýbrž doplňují, takže efekty „tradiční“ mediatizace přetrvávají i v novém prostředí.

V případové studii (kapitola 3) se ukázalo, že jednou z pravděpodobných příčin zveřejnění fámy bylo informační přetížení novinářky¹¹⁷. Schulz si všímá, že „produkce a konzumace mediálních sdělení rozmnožuje zdroje informací, místo aby je spotřebovávala“ (s. 93). To můžeme pozorovat v praxi na proliferaci tiskových zpráv, které přistávají ve schránkách redaktorů zhruba jednou za pět minut¹¹⁸. Mediální sdělení vyvolávají reakce, které zase vyvolávají další mediální sdělení (srov. s kapitolou 3.4 či s Tabulka 1: Chronologický přehled medializace zprávy o pumě. Vzniká tak dynamická „smyčka“, která se automaticky zrychluje a posiluje. Všudypřítomná masová média podle Schulze (s. 93-94) čím dál víc prostupují všemi komunikačními procesy a předpokládá se, že tato stupňující se závislost médií narušuje vnímání a způsobuje ztrátu reality individuálních konzumentů médií i celé společnosti (srov. s kapitolami 3.3, 3.4, 4.1.2 či 4.1.5). V takové situaci je pak prolínání fiktivních a nefiktivních obsahů, jaké můžeme pozorovat v popisovaných případech zveřejnění současného folkloru, logické a není nijak překvapující, že nesmyslným zprávám může uvěřit i člověk pevně přesvědčený o vlastní racionalitě.

¹¹⁷ viz segment 81 v příloze č. 1

¹¹⁸ viz segment 81 v příloze č. 1

6 ZÁVĚR

Věřím, že tato práce ukázala, jak se mediální studia a folkloristika potkávají a doplňují ve svém historickém vývoji, v předmětu zájmu, v terminologii a metodologii. Ačkoli současný folklor není v centru pozornosti mediálních studií, jejich autoři se jím, zejména žánrem fámy a elektronickou diseminací folkloru, zabývají (např. Bird 1996, Fernback 2003, Kibby 2005, Lule 2005, Tucher 2007). Stejně tak ve folkloristice, poté co se ve druhé polovině 20. století rozkročila k zájmu o folklor v širokém sociálním kontextu, nabývají na významu otázky mediální, tedy jak se folklor prostřednictvím médií šíří a jak se při tom proměňují folklorní texty a jejich funkce (Dégh 1994).

Oba obory zkoumají vznik, distribuci, možnosti interpretace a sociokulturní účinky specifických textů: folklorních a mediálních. Ty se přitom zjevně prolínají. Zpravodajské texty, na něž jsem se zaměřil, vykazují zřetelné podobnosti s texty folklorními ve zdrojích, v tematice, struktuře, ve způsobu distribuce i ve svých účincích na společnost a kulturu.

Brunvand ke struktuře zkoumaných textů například uvádí, že „stejně jako všechna lidová vyprávění, i současné pověsti zvyšují svou důvěryhodnost přidáváním konkrétních detailů o času a místě či odkazováním na zdroje autority“ (1981, s. 11). Stejný proces pozorujeme u zkoumaných zpravodajských textů. Například v kapitole 3.5.2 redaktorka přidáváním domicilů (konkrétních detailů o místě) zvyšuje důvěryhodnost osmi zpráv, které ve skutečnosti píše ze svého domova a jejím primárním zdrojem jsou tiskové zprávy (odkazování na zdroje autority).

Brunvand dále píše (1981, s. 13): „Folklorní (i mediální – pozn. aut.) texty se během svého šíření mění. Lidé (i média – pozn. aut.) je přijímají, vstřebávají, přetvářejí a opakovaně posílají dál. Z toho vycházejí orální (i mediální – pozn. aut.) narativy značně šablonovité a formalizované, ale zároveň proměnlivé a v detailech rozmanité.“

Ve folklorních textech pozorujeme zřetelnou tendenci uchopit komplikovanou skutečnost a vyprávět ji jako dramatický, strukturovaný příběh s ambicí poskytnout vysvětlení, či návod, jak žít v dané společnosti, co je dobré a co zlé, před čím se mít na pozoru. Totéž můžeme říci o mnoha textech mediálních: „Ať mluvíme o fikci nebo o nefiktivním obsahu, vždy mluvíme o vyprávění. (...) [Mediální komunikace] je výrobní proces tvorby a posilování hodnot a základní technologií tohoto procesu je vyprávění“ (Burton a Jiráček 2003, s. 222).

Ve struktuře mediálních a folklorních textů najdeme i další podobnosti, například tendenci zobrazovat realitu pomocí ostře vymezených protikladů (*binární opozice*). „Dvojice protikladů jsou v zápletkách současných pověstí dominantní; můžeme je vyjádřit například jako

starý/mladý, život/smrt, doma/venku, dobro/zlo, realita/fantazie. (...) Studium podobných ustálených vzorců nabízí spolehlivé vodítko při hledání významů, jež tyto příběhy nesou, ať již jsou to přímočará varování nebo skrytější symboly” (Brunvand 1981, s. 14).

Medializovaný a ústně tradovaný folklor se, s postupujícím procesem *mediatizace*¹¹⁹ společnosti, a z velké části zřejmě působením nových médií, čím dál více prolíná. Popisované narativy a společnost spolu vstupují do komplikovaných vztahů, které můžeme nejlépe zkoumat a posuzovat studiem jednotlivých konkrétních příkladů. Mediální studia při tom mohou využít výsledků folkloristického výzkumu a inspirovat se jeho metodou, která spočívá ve třech na sebe navazujících fázích: sběru materiálu, katalogizaci a klasifikaci, analýze a interpretaci (Janeček 2006, s. 334).

Při interpretaci folklorních textů se folkloristika soustředí na komparaci sebraných exemplářů. Vedle již zmíněných lokálních a časových variací zkoumá i hlubší, významotvorné rozdíly v postavách, rekvizitách a zápletkách folklorních příběhů a obzvlášť velkou pozornost věnuje odlišnostem v tom, jak a čím se jednotliví vypravěči snaží příběh vysvětlit a pochopit (tento proces nazývá *orálně-literární kritikou*). Tímto přístupem se můžeme v mediálních studiích inspirovat při kvalitativní analýze obsahů, jak jsem se o to pokusil v kapitolách 3.1 a 4.1. Můžeme tak dospět k poznatkům o povaze různých médií na základě toho, jak si texty přizpůsobují specifickým potřebám a vidění světa.

Porovnáním původních folklorních textů s jejich mediálními reprodukcemi, i těchto reprodukcí mezi sebou, můžeme ověřovat platnost mediálních teorií a konceptů, lépe pochopit zákonitosti fungování jednotlivých mediálních organizací i médií jako celku. Poznatky jsou příspěvkem do debaty o komplikovaných mediálně-filosofických či mediálně-sociologických tématech, jakými jsou gnozeologie médií, pravda či konstrukce reality ve zprávách. Umožňují také hlubší promyšlení různých jevů, například obtížně uchopitelného fenoménu fámy, jemuž se dosavadní česká médiologická literatura věnuje jen okrajově.

Jakou roli tedy hraje současný folklor v mediální komunikaci a obecně v moderních společnostech? Linda Dégh ji vidí jako zásadní a popisuje ji až pateticky: „Pozorovatel současného folkloru má šanci dešifrovat významy základních lidských myšlenek, které se opakovaně objevují v myriádách nových interpretací díky všudypřítomnosti masových médií. Jsme svědky nové éry, v níž folklor získává moc a prestiž autoritativního hlasu. Hlasu městského

¹¹⁹ viz kapitola 5.7

industriálního „lidu“; hlasu účasti, obav, fantazie a naděje; hlasu lidstva odcizeného a rozdrobeného elektronickou výkonností“ (1994, s. 2).

Pokusme se o trochu střízlivější pohled. Současný folklor je pozoruhodnou součástí každodenní interpersonální, sociální i masové komunikace. Můžeme na něj pohlížet jako na specifické médium (Kapferer 1990), za užitečnější však považuji chápat jej jako součást sociální reality, již masová média zrcadlí a zároveň spoluutvářejí. „Zprávy jsou, stejně jako folklor, kulturní konstrukce - narativy, které vyprávějí příběhy o důležitých či zajímavých věcech, reflektují a posilují kulturně sdílené zájmy a obavy. Studium konstrukce folklorních narativů přidává další rozměr našemu chápání zpráv“ (Bird 1996, s. 44).

Novináři i jejich publikum si většinou myslí, že zprávy popisují objektivně existující skutečnost. Zprávy však neexistují, dokud je někdo nenapiše, dokud se nezhmotní v článku či v televizní reportáži. Větší vliv než nějaká zvnějšku změřitelná důležitost má na jejich podobu společná představa novinářů a čtenářů, co je zajímavé, zábavné, důležité a jakým způsobem se to má vyprávět.

Gillian Bennetová se domnívá, že „každý komunikační systém založený na příbězích se začne nevyhnutelně přiklánět k opakujícím se tématům.“¹²⁰ Každý novinář se tak naučí v nesourodé mase informací hledat známé příběhy, jako ten o cestujícím, který nestihl letadlo, jež později spadlo, nebo vyprávění o neefektivitě a plýtvání ve státní správě (Bird 1996, s. 47).

Zprávy o společenských trendech a hrozbách jako zneužívání dětí, nová nakažlivá choroba či olizování žab¹²¹ přicházejí ve vlnách, nikoli nutně v přímé návaznosti na skutečnost. Odrážejí a zároveň přiživují obavy, které vlnu zájmu spustily. Čerpají z folkloru, dodávají mu autoritu, a tak se (většinou vymyšlené) folklorní příběhy stávají vlastně pravdivými.

Přes popsané společné zájmy a postupy mediálních studií a folkloristiky se domnívám, že je při přenosu poznatků a teorií mezi nimi třeba obezřetnosti. Násilně oba obory spojovat, například pokusem o formulování „folkloristické teorie médií“, což byla jedna ze zvažovaných variant, jak uzavřít tuto práci, by bylo samoúčelné. Obory se mohou navzájem obohacovat a je užitečné, aby o sobě věděly.

6.1 ZHODNOCENÍ A DALŠÍ MOŽNÉ SMĚRY VÝZKUMU

Výzkum pověstí a fám ve zpravodajství, kterému jsem věnoval kapitoly 3 a 4.1, potvrdil základní předpoklad, že se v něm fiktivní obsahy vyskytují, a že to není jev výjimečný. Stvrzuje tak

¹²⁰ citováno podle Bird 1996, s. 47

¹²¹ viz kapitola 4.1.2

předpoklad mediálních studií, že ve zpravodajství „nelze mluvit o čisté pravdě či skutečnosti (...), [ale že] zpravodajství se skutečností inspiruje a snaží se ji jako ‚svědectví‘ zpracovat podle vžitých pravidel do textů“ (Burton a Jiráček 2003, s. 223). Zjištěná „vžitá pravidla“ jsem se pokusil blíže popsat v kapitolách 3.5.3 a 4.1.7.

Kombinovaná metoda obsahové analýzy a zúčastněného pozorování spojeného s rozhovory v redakci MfD v Ostravě se podle mého názoru osvědčila jako dostatečně podrobný, skutečnost plasticky popisující přístup. Bylo by možné ji zdokonalit, kdyby bylo pozorování delší a podařilo se při něm přímo zachytit zveřejnění folklorního narativu.

Analýza obsahů v kapitole 4.1 naráží na značná omezení. Výběr příkladů nemůže být úplný ani reprezentativní a popis šíření jednotlivých pověstí a fám je vždy jen malým výsekem mnohem komplikovanější skutečnosti. Proto se domnívám, že cestou k lepšímu pochopení vztahu současného folkloru a médií jsou právě co nejpodrobnější a nejkonkrétněji zaměřené případové studie. Teprve v nich je možné zkoumaný fenomén zachytit v dostatečně širokém kontextu a se všemi podstatnými detaily.

Nedostatkem této práce je podle mého názoru její široký záběr. Kdybych ji začínal psát znovu, usiloval bych o přesnější zacílení, právě na jedinou případovou studii.

Při kódování kvalitativních dat se osvědčil počítačový systém Coding Analysis Toolkit,¹²² rád bych jej proto doporučil pozornosti kolegů. Je dostupný zdarma a výrazně usnadňuje a zkvalitňuje zejména práci větších výzkumných týmů na rozsáhlých projektech. Při tom kontroluje dodržování zvolené metodiky, nabízí různorodé nástroje pro validaci a analýzu výsledků. Data jsou uložena na serveru Univerzity v Pittsburghu a kóděři k nim přistupují prostřednictvím webového prohlížeče.

Dalším směrem, kterým by se výzkum pověstí a fám v médiích mohl zaměřit, je lepší poznání jejich publika a účinků, jaké na něj medializovaný folklor má. Folkloristika a mediální studia předpokládají, že média přidávají fámám „prvek zasažení velkého počtu různých lidí ve stejnou chvíli stejnou informací“ (McQuail 1999, s. 377) a mohou tak přispět k vyvolání davové paniky. Experimentálně toto tvrzení ověřují Shibutani (1966) či Kapferer (1990), novější práce už se problematice příliš nevěnují. Jaké účinky ale mají fámy, které nenesou varovnou informaci, na niž je třeba reagovat okamžitě? Jaké jsou jejich dlouhodobé účinky? A liší se nějak od účinků složitějších tradovaných příběhů, pověstí?

¹²² <http://cat.ucsur.pitt.edu/>

6.2 PRAKTICKÉ RADY

Při studiu problematiky současných pověstí a fám jsem se seznámil také s několika praktickými radami pro novináře, kteří přes veškerá omezení vyplývající z uspořádání a povahy médií usilují o vyvážené zpravodajství založené na faktech. Rád bych se o ně nyní podělil. Považuji je za užitečné i pro konzumenty médií, tedy pro nás všechny, kdo si při sledování zpráv často klademe otázku: je to možné, nebo je to zase nějaká *urban legend*?

Behreandt (2005) navrhuje k odlišení faktů od výmyslů použít „common sense metodu“, neboli selský rozum. Shrnuje ji do šesti bodů:

1. **Prověřte zdroj.** Dobré je znát jej dlouhodobě a na základě této zkušenosti pak posuzovat jeho věrohodnost. Při práci s ne zcela věrohodným zdrojem je třeba jeho informace srovnat s dalšími, důvěryhodnějšími zdroji. Policejní svodky ani zpravodajství ČTK nelze, jak vyplynulo z předchozích příkladů, považovat za zcela věrohodný zdroj. Dobrým vodítkem při posuzování věrohodnosti neprověřeného zdroje je otázka: Jakou výhodu zdroj, nebo někdo s ním spojený, získává tím, že říká to, co říká?
2. **Posuďte důkazy.** Čím pozoruhodnější tvrzení, tím výjimečnější by měly být důkazy o jeho pravdivosti. V přesvědčivém článku by měly zaznít alespoň tři různé argumenty podporující toto tvrzení. Citace a statistiky by měly být dohledatelné a ověřitelné. Měly by pocházet z různých zdrojů. Pokud zdroj informací pronáší překvapivá tvrzení, ale odvolává se z větší části na anonymní zdroje, či se ani na nikoho neodvolává, zbystřete. Může mít pravdu, ale nepřijímejte na základě těchto informací žádná rozhodnutí, dokud se nepodaří je ověřit.
3. **Podporují skutečně uvedená fakta závěry z nich vyvozené?** Někdy se ve zpravodajství používají validní informace k ospravedlnění nesmyslných tvrzení. V polovině devadesátých let se například v USA rozšířila fáma o černých helikoptérách. Černé helikoptéry se podle ní používaly k tajným operacím OSN na území Spojených států. Ve skutečnosti to bylo obráceně: americká armáda používala černě natřené helikoptéry ve společných operacích s OSN. To ale neznamená, že každá spatřená černá helikoptéra je důkazem o tajných vojenských aktivitách mezinárodní organizace.
4. **Vyvarujte se zhmotňování nejtemnějších obav.** Fámy, které potvrzují naše nejhorší obavy, jsou často ty, které přitáhnou největší pozornost.
5. **Occamova břitva.** Po filosofovi Williamu z Ockhamu je pojmenován princip logické úspornosti, který, zjednodušeně řečeno, tvrdí, že nejjednodušší vysvětlení odpovídající zkoumanému fenoménu je obvykle také nejlepší. Příkladem může být útok teroristů na Pentagon 11. září 2001. Nezpochybněná fakta jsou: a) dopravní letadlo unesli teroristé,

b) letadlo zmizelo, c) Pentagon vážně poničil prudký náraz velkého předmětu v čase, ve kterém se unesené letadlo mohlo dostat do Washingtonu. Přesto se dodnes daří konspirační teorii, která tvrdí, že Pentagon ve skutečnosti zasáhla raketa. Kam se pak ale podělo letadlo? Různé variace této úporné pověsti pracují s různými, obvykle dosti krkolomnými verzemi. Naproti tomu dominantní teorie, že unesené letadlo prostě narazilo do Pentagonu, je jednoduchá, odpovídá známým faktům, a tudíž nic nebrání jejímu přijetí, dokud se neobjeví věrohodná fakta, která ji zpochybní či vyvrátí.

- 6. Platnost argumentů.** Místo argumentů se často ve veřejné debatě užívají pseudoargumenty (fallacia). Například George Bush starší se v debatě před primárkami proti Ronaldu Reaganovi zřídka odvážil věcné kritiky Reaganovy ekonomické politiky postupného oživování („trickle down“). Místo toho ji důsledně označoval za „voodoo ekonomiku“, čímž ji znevěrohodnil, aniž by použil jediný racionální argument. Stejně tak je třeba velké obezřetnosti při posuzování předkládaných citací a statistik, které mají za úkol podpořit argumentaci. Citace jsou často uvedeny v neodpovídajícím kontextu, statistiky zase mohou pocházet z nedůvěryhodných studií.

Internet přispěl k rozšíření některých fám a pověstí, stejně tak může pomoci při jejich odhalování. Fundovaný a podrobný katalog aktuálních folklorních narativů kolujících v češtině představuje server www.hoax.cz, v angličtině pak www.snopes.com.

SUMMARY

Contemporary folklore exhibits itself in mass media in the form of rumors and legends. These narrative structures are a subject matter for manufacturers of entertainment content, and also increasingly appear disguised as news. Some scholars argue this is caused by rapid expansion and acceleration of computer mediated communication. This paper discusses recent examples of oral folklore publicized as news by various Czech media and explores connections between media studies and folkloristics.

In chapter two I review several classical and contemporary studies of rumors and legends that deal with the role of mass media in creation, dissemination and re-creation of folklore.

Chapter three is a detailed case study of one rumor publicized by major Czech newspapers, television and radio stations in March 2009. It stated that there is a cougar running wild in the Osoblaha region in Silesia. I describe the origins, spread, possible meanings, history and occurrences in various countries of this particular rumor. Then I conduct a qualitative research composed of participant observation, interviews and documents analysis in one regional newspaper that ran the story on its front page. I conclude that chief among the reasons for this rumor to become news are a major increase of workload for journalists, information overload, missing or weak feedback from both readers, and editors, inability of reporters to assess credibility of information on-line, their tendency to trust official sources and the peculiar similarity of their news values with the characteristics of contemporary legends and rumors.

Chapter four provides more examples of rumors and legends that became news. It also briefly discusses the use of rumors in advertising and sketches out its presence in Czech popular culture.

Chapter five is devoted to various media and communication theories that I apply to the phenomenon of contemporary folklore, first the Shannon-Weaver linear model, then I mention the use and gratifications approach, McLuhan's notion of "mechanical" folklore, the concept of news as myth and Henry Jenkins ideas on "spreadable media". I attempt to apply some of James W. Carey's deep insights about communication as ritual and Winfried Schulz's concept of mediatization.

I conclude the paper by stating that the folkloristics approach, method and subject matter displays similarities with media studies and the two fields can benefit from keeping in touch.

POUŽITÁ LITERATURA

- ATKINSON, Robert. *The Life Story Interview*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 1998. 104 s. ISBN 0-7619-0428-X.
- BARKER, Chris. *Slovník kulturních studií*. Praha : Portál, 2006. 206 s. ISBN 80-7367-099-2.
- BECKER, Udo. *Slovník symbolů*. Praha: Portál, 2002. 351 s. ISBN 80-7178-612-8.
- BEHREANDT, Dennis. *Distinguishing fact from fiction: When Faced with an Overload of Misinformation Being Peddled through the Media and Internet, the Application of Common-Sense Principles Can Help Sort Fact from Fiction*. The New American, May 2, 2005, vol. 21.
- BENNETT, Gillian, SMITH, Paul (eds.). *Contemporary Legend – A Reader*. New York, London: Garland Publishing, 1996. 382 s. ISBN 0-8153-1317-9.
- BIRD, Elizabeth. *CJ's Revenge: Media, Folklore, and the Cultural Construction of AIDS*. Critical Studies in Mass Communication, March 1996, vol. 13, no. 1, s. 44-58.
- BOLDIŠ, Petr. *Jak oddělit zrno od plev: Ověřování informací v prostředí internetu*. Ikaros [online]. 2003, roč. 7, č. 5/2. [cit. 20. 5. 2009] Dostupný z WWW: www.ikaros.cz/node/1367 .
- BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2003. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.
- BRUNVAND, Jan Harold. *The Vanishing Hitchhiker. American Urban Legends and Their Meanings*. New York, London: W. W. Norton, 1981. 208 s. ISBN 0-393-01473-8.
- BRUNVAND, Jan Harold. *The Choking Doberman and Other „New“ Urban Legends*. New York, London: W. W. Norton, 1984. 240 s. ISBN 0-393-01844-X.
- BRUNVAND, Jan Harold. *The Baby Train & Other Lusty Urban Legends*. New York, London: W. W. Norton, 1993. 367 s. ISBN 0-393-31208-9.
- BRUNVAND, Jan Harold. *The Truth Never Stands in a Way of a Good Story*. Chicago: University of Illinois Press, 2000. 217 s. ISBN 0-252-02424-9.
- CALLAHAN, C. *Anatomy of an Urban Legend*. American Journalism Review. 23(9), pp 46. ISSN 1067-8654. 2001.
- CAREY, James W. *Communication as culture : essays on media and society*. New York: Routledge, 1992. 241 s. ISBN 0-415-90725-X.
- CAREY, James W. *The Dark Continent of American Journalism*. In SCHUDSON, Michael, MANOFF, Robert Karl (eds.). *Reading the News*. New York: Pantheon, 1986. s. 146-196. ISBN 0-394-54362-9.
- CAREY, James W. *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. New York, London: Routledge, 1992. 241 s. ISBN 0-415-90725-X.
- DÉGH, Linda. *American Folklore and the Mass Media*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, 1994. 217 s. ISBN 0-253-31677-4.
- DÉGH, Linda. *Legend and Belief. Dialectics of a Folklore Genre*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, 2001. 498 s. ISBN 0-253-33929-4.
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 2005 (2. dotisk 3. vydání). 374 s. ISBN 80-246-0139-7.
- DORSON, Richard M. *Folklore and Fakelore. Essays toward a Discipline of Folk Studies*. Cambridge, Massachusetts, London: Harvard University Press, 1976. 391 s. ISBN 0-674-30715-1.
- FERNBACK, Jan. *Legends on the net: an examination of computer-mediated communication as a locus of oral culture*. New Media & Society, 2003, vol. 5, no. 3, s. 29-45.
- FINE, Gary Alan, CAMPION-VINCENT, Véronique, HEATH, Chip (eds.). *Rumor Mills. The Social Impact of Rumor and*

- Legend*. New Brunswick, London: AldineTransaction, 2007. 268 s. ISBN 0-202-30747-6.
- GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha: Argo, 2001. 595 s. ISBN 80-7203-124-4.
- JANEČEK, Petr. *Černá sanitka – současné pověsti a fámy v ČR*. Praha: Plot, 2006. 367 s. ISBN 80-86523-74-8.
- JANEČEK, Petr. *Pérák, ukradená ledvina a jiné pověsti*. Praha: Plot, 2007. 335 s. ISBN 80-86523-82-8.
- JENKINS, Henry. *Convergence Culture*. New York, London: New York University Press, 2006. 353 s. ISBN 978-0-8147-4295.
- JENKINS, Henry, et al. *If It Doesn't Spread, It's Dead*. Confessions of an Aca-Fan : The Official Weblog of Henry Jenkins [online]. 11. 2. 2009 [cit. 2009-04-24]. Dostupný z WWW: http://www.henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html.
- JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003. 207 s. ISBN 80-7178-697-7.
- KIBBY, Marjorie, D. *Email forwardables: folklore in the age of the internet*. New Media & Society, 2005, vol. 7, no. 12, s. 770-790.
- KAPFERER, Jean-Noël. *Rumors – Uses, Interpretations, and Images*. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 1990. 284 s. ISBN 0-88738-325-4.
- LLEWELLYN, John Todd. *Understanding Urban Legends: A Peculiar Public Relations Challenge*. Public Relations Quarterly, winter 1996-97, s. 17-22.
- LULE, Jack. *News as Myth. Daily News and Eternal Stories*. In ROTHENBUHLER, Eric W., COMAN, Mihai (eds.). *Media Anthropology*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 2005. 350 s. ISBN 1-4129-0670-9.
- MATTELART, Armand, MATTELART Michele. *Theories of Communication*. Thousand Oaks, London: Sage, 1998. 186 s. ISBN 0-7619-5647-8.
- MCLUHAN, Marshall. *Mechanical Bride. Folklore of Industrial Man*. Boston: Beacon Press, 1970. 157 s. ISBN 0-8070-6189-1.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. 447 s. ISBN 80-7178-200-9.
- MEDER, Theo. *The Hunt for Winnie the Puma. Wild Animals in Civilized Dutch Environment?* V tisku.
- MORIN, Edgar. *Rumour in Orléans*. New York: Pantheon Books, 1971. 276 s. ISBN 0-394-46866-X.
- PIETILÄ, Veikko. *On the Highway of Mass Communication Studies*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 2005. 399 s. ISBN 1-57273-526-0.
- REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
- ROSNOW, Ralph F., FINE, Gary Alan. *Rumor and Gossip - The Social Psychology of Hearsay*. New York, Oxford, Amsterdam : Elsevier, 1976. 166 s. ISBN 0-444-99031-3.
- ROTHENBUHLER, Eric W., COMAN, Mihai (eds.). *Media Anthropology*. Thousand Oaks, London: Sage, 2005. 350 s. ISBN 1-4129-0670-9.
- SCHULZ, Winfried. *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. European Journal of Communication, 2004, vol. 19, no. 1, s. 87-101.
- SHIBUTANI, Tamotsu. *Improvvised News – A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis, New York: Bobbs/Merrill, 1966. 262 s.
- TAYLOR, Steven J., BOGDAN, Robert. *Introduction to Qualitative Research Methods – The Search for Meanings*. New York, Chichester, Brisbane, Toronto, Singapore : John Wiley & Sons, 1984. 302 s. ISBN 0-471-88947-4.
- TUCHER, Andie. *Communication, Community, Reality, Ritual, and the „Potato Hole“ Woodson*. Journal of Communication Inquiry, 2007, vol. 31, no. 4, s. 301-309.
- WALLACE, Ruth A., WOLF, Alison. *Contemporary Sociological Theory*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2006. 466 s. ISBN 0-13-185051-2.

WELDON, Rebecca A. *An „Urban Legend“ of Global Proportion: An Analysis of Nonfiction Accounts of the Ebola Virus.*
Journal of Health Communication, 2001, vol. 6, s. 281-294.

DALŠÍ ZDROJE INFORMACÍ

Infobanka ČTK

Mediální databáze Newton

Osobní archiv etnologa Petra Janečka

Archiv autora

SEZNAM GRAFŮ, SCHÉMAT A TABULEK

GRAFY

Graf 1: Distribuce kódů v deskriptivních datech	18
Graf 2: Srovnání počtu příspěvků redaktorky IL v MfD 1996 – 2008.....	58

TABULKY

Tabulka 1: Chronologický přehled medializace zprávy o pumě.....	39
Tabulka 2: Příspěvky redaktorky IL v MfD 23. března 2009	57

SCHÉMATA

Schéma 1: Šíření zprávy o pumě.....	45
Schéma 2: Šíření zprávy o kuřácích marihuany	64
Schéma 3: Šíření informace o olizování žab.....	66
Schéma 4: Zveřejňování zprávy o nakažených injekčních stříkačkách.....	69
Schéma 5: Šíření zprávy o ženě, která porodila žábu	71
Schéma 6: Šíření zprávy o krádežích orgánů.....	73

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Zúčastněné pozorování a rozhovory v krajské redakci MfD Ostrava (chronologicky seřazená deskriptivní data)

Příloha č. 2: Plánek redakce MfD Ostrava (obrázek)

ELEKTRONICKÉ PŘÍLOHY (NA CD-ROM)

Elektronická příloha č. 1: Zúčastněné pozorování a rozhovory v krajské redakci MfD Ostrava (deskriptivní data seřazená podle výsledků kódování)

název souboru: 01-data-ostrava-kodovani, formát: TXT, velikost: 466 KB

Elektronická příloha č. 2: Rešerše příspěvků českých médií k případové studii Puma na Osoblažsku

název souboru: 02-puma-reserse-newtonit, formát: HTML, velikost: 99,5 KB

Elektronická příloha č. 3: Faksimile terénního zápisníku

název souboru: 03-terenni-zapisnik, formát: PDF, velikost: 28,2 MB

Elektronická příloha č. 4: Audio záznam: rozhovor a pozorování IL, specializace redaktorů, služba, zdroje informací, sběr informací, vztah s mluvčí

název souboru: 04-IL-pozorovani-rozhovor, formát: MP3, velikost: 7,13 MB

Elektronická příloha č. 5: Audio záznam: pozorování a rozhovor s IL, osobní historie, vzdělání, zdroje informací, debata s editorem DŠ, ověřování informací od hasičů, zpráva o pumě, co propadne sítím, zpravodajské hodnoty, nedostatek místa, policisté chytají kohouta, co do tiskové zprávy nenapíší

název souboru: 05-IL-rozhovor-pozorovani, formát: MP3, velikost: 12,4 MB

Elektronická příloha č. 6: Audio záznam: rozhovor s IL, prasečí chřipka hýbe republikou, zpravodajské hodnoty, když někdo vyvraždí pět lidí, meningitida, listerióza, smysl práce, cestovní kanceláře

název souboru: 06-IL-rozhovor, formát: MP3, velikost: 3,5 MB

Elektronická příloha č. 7: Audio záznam: pozorování IL, někdo zapálil supermarket bombičkami, debata s editorem DŠ, zpravodajské hodnoty, anonymní bomby neděláme, nedostatek místa

název souboru: 07-IL-DS-pozorovani, formát: MP3, velikost: 5,6 MB

Elektronická příloha č. 8: Audio záznam: pozorování IL, telefonát s kamarádkou z PR agentury, plánování návštěvy Rothschildova zámku

název souboru: 08-IL-pozorovani, formát: MP3, velikost: 6,2 MB

Elektronická příloha č. 9: Audio záznam: rozhovor s IL, organizace práce, 119 nepřečtených mailů, informační přetížení, zdroje informací, teror mluvčích, to se prostě nedá

název souboru: 09-IL-rozhovor, formát: MP3, velikost: 5,8 MB

Elektronická příloha č. 10: Audio záznam: rozhovor s IL, poznámky k článku, nepoznám, odkud jsem to stáhla, odněkud z internetu

název souboru: 10-IL-rozhovor, formát: MP3, velikost: 1,2 MB

Elektronická příloha č. 11: Audio záznam: rozhovor s PŽ, zpráva musí být zajímavá, dobře napsaná, nikoli jednozdrojového typu, noviny o víkendu jsou předpřipravené, jsou lidi, kteří si s časem umí hospodařit, vlastní nápady versus avíza od tiskových mluvčích, témata vymyšlená

analytickou formou

název souboru: 11-PZ-rozhovor, formát: MP3, velikost: 8,2 MB

Elektronická příloha č. 12: Audio záznam: rozhovor s PŽ, vzpomínání na zlaté časy, vzpomínat můžeme, noviny se tvořily úplně jinak, konkurence témat byla větší, vznik článku o spalovně

název souboru: 12-PZ-rozhovor, formát: MP3, velikost: 3,8 MB

Elektronická příloha č. 13: Audio záznam: rozhovor s PŽ, žijeme v jiném světě než čtenáři, mně to jako bomba nepřijde, jak se neodtrhnout od normálních lidí, scházím se s číšníkem, s pánem na parkovišti a s manželkou, zahrádkaření, rodinné zázemí, noviny nemají trvalou hodnotu, k novinám jsem se dostal přes fotografii, koníček lidí v redakci byla redakce, mladí novináři nemají motivaci, celý den u počítače, v regionech se pořád ještě musí vyjet na místo události, ankety

název souboru: 13-PZ-rozhovor, formát: MP3, velikost: 9,8 MB

Elektronická příloha č. 14: Fotografie: PZ – vedoucí redakce ve své kanceláři

název souboru: 14-PZ, formát: JPEG, velikost: 2,5 MB

Elektronická příloha č. 15: Fotografie: IL – redaktorka u pracovního stolu

název souboru: 15-IL, formát: JPEG, velikost: 2,6 MB

Elektronická příloha č. 16: Fotografie: nástěnka na chodbě

název souboru: 16-nastenka, formát: JPEG, velikost: 2,8 MB

Elektronická příloha č. 17: Fotografie: pracovní místo editora DŠ

název souboru: 17-DS, formát: JPEG, velikost: 2,6 MB

Elektronická příloha č. 18: Fotografie: editor DŠ pracuje s redakčním systémem

název souboru: 18-DS, formát: JPEG, velikost: 2,3 MB

Elektronická příloha č. 19: Fotografie: odpolední porada, zleva MR, AS, sportovní redaktor, DŠ a PŽ

název souboru: 19-porada, formát: JPEG, velikost: 2,2 MB

Elektronická příloha č. 20: Fotografie: odpolední porada, zleva MR, sportovní redaktor, AS, DŠ

název souboru: 20-porada, formát: JPEG, velikost: 2,6 MB

Elektronická příloha č. 21: Fotografie: sídlo redakce MfD

název souboru: 21-sídlo, formát: JPEG, velikost: 2,6 MB

Elektronická příloha č. 22: Fotografie: sídlo redakce MfD

název souboru: 22-sídlo, formát: JPEG, velikost: 2,3 MB

Elektronická příloha č. 23: Fotografie: IL, MR a DŠ diskutují nad článkem o spalovně

název souboru: 23-diskuse, formát: JPEG, velikost: 2,5 MB

Elektronická příloha č. 24: Fotografie: redaktorka DT u pracovního stolu

název souboru: 24-DT, formát: JPEG, velikost: 2,5 MB

Elektronická příloha č. 25: Fotografie: redaktorka IJ u pracovního stolu

název souboru: 25-IJ, formát: JPEG, velikost: 2,6 MB

Elektronická příloha č. 26: Fotografie: vydání MfD s článkem o pumě

název souboru: 26-puma, formát: JPEG, velikost: 3,1 MB

Elektronická příloha č. 27: Fotografie: vydání MfD s článkem o pumě

název souboru: 27-puma, formát: JPEG, velikost: 2,9 MB

Elektronická příloha č. 28: Fotografie: vydání MfD s článkem o pumě

název souboru: 28-puma, formát: JPEG, velikost: 2,9 MB

Elektronická příloha č. 29: Fotografie: vydání MfD s článkem o pumě

název souboru: 29-puma, formát: JPEG, velikost: 3,2 MB

Elektronická příloha č. 30: Fotografie: vydání MfD s článkem o pumě

název souboru: 30-puma, formát: JPEG, velikost: 2,4 MB

Elektronická příloha č. 31: Fotografie: Desatero horkých novin

název souboru: 31-desatero, formát: JPEG, velikost: 2,5 MB

Elektronická příloha č. 32: Fotografie: rozpis služeb

název souboru: 32-sluzby, formát: JPEG, velikost: 2,6 MB

Elektronická příloha č. 33: Fotografie: odpočinková místnost „pitevna“

název souboru: 33-pitevna, formát: JPEG, velikost: 2,4 MB

Elektronická příloha č. 34: Fotografie: kuchyňka

název souboru: 34-kuchynka, formát: JPEG, velikost: 2,5 MB

Elektronická příloha č. 35: Fotografie: chodba a východ z redakce

název souboru: 35-vychod, formát: JPEG, velikost: 2,3 MB

Elektronická příloha č. 36: Fotografie: zástupce vedoucího JB u pracovního stolu

název souboru: 36-JB, formát: JPEG, velikost: 2,5 MB

Elektronická příloha č. 37: Fotografie: editor TP u pracovního stolu

název souboru: 37-TP, formát: JPEG, velikost: 2,1 MB

Elektronická příloha č. 38: Fotografie: odpolední porada, zleva DT, JB, TP, PŽ a fotograf

název souboru: 38-porada, formát: JPEG, velikost: 1,9 MB

Elektronická příloha č. 39: Fotografie: kužárna

název souboru: 39-kurarna, formát: JPEG, velikost: 2,7 MB

PŘÍLOHY

PŘÍLOHA Č. 1: ZÚČASTNĚNÉ POZOROVÁNÍ A ROZHOVORY V KRAJSKÉ REDAKCI MfD OSTRAVA (CHRONOLOGICKY SEŘAZENÁ DESKRIPTIVNÍ DATA)

Legenda:

P – pozorování

R – rozhovor

D – dokument

Aktéři:

V – výzkumník

PŽ – vedoucí krajské redakce

IL – redaktorka, která zveřejnila fámu o pumě

DŠ – zastupující editor a redaktor ekonomického zpravodajství

TP – editor

MR, DT, IJ, MJ – ostatní redaktori

AS, AH - fotografové

Den 1 (pondělí 27. 4. 2009)

1. P: V úterý 21. dubna po obědě telefonuji do redakce MfD Ostrava. Sekretářka otráveně: „A co mu jako chcete?“ První reakce PŽ je opatrná: „Popovídat si, to by nebyl problém, ale to pozorování se mi nelíbí.“ Nejsem od konkurence, jsem student, namítám. „Musím se zeptat nadřízeného.“ Má na mysli zástupce šéfredaktora MfD zodpovědného za regionální přílohy Petra Orálka. Telefonuji ještě jinému zástupci šéfredaktora, Michalu Musilovi, se kterým se znám z Lidových novin, kde jsme spolu pracovali v letech 1997 – 2003. Slibuje, že se za mě přimluví. Nakonec to není nutné. Ve 3.45 přichází mail: „Pane kolego, čtu si Váš profil na webových stránkách Týdne. Zaujala mne věta: ‚dodnes se tamtéž (na FSV UK) snaží ukončit již poněkud rozvleklá mediální studia.‘(-) Tak jestli Vám můžu nějak v oné snaze ukončit rozvleklá studia pomoci, rád to udělám:-) Jinými slovy, probral jsem to se svým šéfem a nemá nic proti tomu, když tady dva dny budete ‘na pozorování’. Takže, jestli Váš zájem trvá, ozvěte se. PŽ, MF DNES, Ostrava.“

2. P: V pondělí 27. dubna v osm hodin ráno se před ostravskou redakcí v centru Ostravy v Puchmajerově ulici číslo 1 setkávám s vedoucím redakce PŽ. Do výlohy obchodu, ve kterém se prodávají Lidové noviny a Mladá fronta Dnes, jejich DVD přílohy a další publikace vydavatelství MAFRA, a zároveň se tu přijímá regionální inzerce, právě prodáváčka vyvěšuje čerstvé vydání MfD.

3. P: PŽ je čtyřicátník střední sportovní postavy v tmavém značkovém oblečení, s vyholenou hlavou. Usmívá se přátelsky, i když trochu nedůvěřivě. Vede mě do druhého patra do prostorné rohové kanceláře s velkým oknem, z něhož je výhled k centrálnímu Masarykovu náměstí. Představuje mě sekretářce a žádá ji, aby mně ve všem vyšla vstříc. Přináší rozpustnou kávu a začínáme se bavit o mém výzkumu. Charakterizují jej jen obecně: potřebuji pro svou diplomovou práci dva dny pozorovat chod redakce, redakční rutiny, zpravodajské hodnoty, rád bych se zúčastnil všech porad, byl při výrobě novin, strávil nějaký čas s redaktory při práci. Začíná první část rozhovoru s Petrem Žižkou.

4. R: PŽ na konci osmdesátých let studoval žurnalistiku v Praze, pamatuje si jména některých vyučujících, kteří na škole dodnes působí: Köpplová, Osvaldová, Lábová.

5. R: PŽ sedí za šéfovským stolem, ruce sepiaté za hlavou, na levé má výrazné modré plastové hodinky. Pije z hrnečku s logem polského deníku Gazeta Wyborcza. Je to jeho vzor? V devadesátých letech tam byl s dalšími zaměstnanci MfD na krátkodobé stáži. Noviny vedené Adamem Michnikiem na něj zapůsobily. Líbila se mu finanční autonomie regionálních redakcí. „Pokud se to nepovede, padají hlavy.“ To v MfD nefunguje. „Funguje solidarita mezi regiony. Je logické, že my nebo Brno vyděláme víc než Vysočina nebo Karlovy Vary. Bylo by drsné, kdybychom měli dvakrát víc lidí, a přitom toho popíšeme míň, protože máme víc inzerce.“

6. R: PŽ: Redakce je podle PŽ poloviční ve srovnání se situací před deseti lety: pět stálých pišících autorů, dva externí, dva editoři, dva fotografové, dva sportovní redaktori, kteří pracují zcela samostatně a jsou řízeni přímo z Prahy. Na porady regionální redakce obvykle nechodí.

7. R: PŽ: Už za minulého režimu fungovala v Ostravě a v Brně krajská redakce. Byla tu tiskárna, hotové matrice se vozily z Prahy vlakem, někdy se dokonce shazovaly z letadel nad letištěm v Mošnově. Místní technický redaktor pak systémem kus za kus vyměnil článků a pak už se jelo do tiskárny. Po převratu redakce nemohla zůstat. „I z politických důvodů – byli zapojeni do všelijakých struktur.“

8. R: PŽ: Po roce 1990 byla nejdříve představa, že v Ostravě bude jen jeden redaktor jako dopisovatel MfD. „Docela dlouho to vypadalo, že se tu nic vyrábět nebude.“ Asi po dvou letech začaly vycházet regionální přílohy pod názvem MF plus. Ve druhé polovině 90. let pak začal postupně vznikat systém regionálních redakcí a příloh. Proces se završil v roce 2000, kdy se ustálily v hranicích nově ustavených krajů.

9. R: PŽ v roce 1998 odešel do Prahy, kde pracoval jako zástupce šéfredaktora MfD, na starosti měl právě regiony. (Informátor, který v redakci v té době pracoval, tvrdí, že manažerskou funkci nezvládal. Je ovšem osobně zaujatý, PŽ jej před několika lety z redakce vyhodil.)

10. R: PŽ: Dříve, začátkem devadesátých let, redaktori trávili několik dnů prací na jednom investigativním textu. „Přílohy šly v posledních letech více do servisu. Dříve se na jednom článku pracovalo třeba čtyři dny, ale výsledek často nebyl dobrý.“ Zvýšil se tlak na efektivitu a produktivitu práce.

11. R: PŽ: „Najít a udržet v regionech kvalitní novináře je čím dál složitější. Spousta lidí odchází do Prahy. Hodně jich také sebral konkurenční Moravskoslezský deník, který je poměrně dobrý. Vznikl totiž spojením dvou regionálních redakcí: Moravskoslezského dne a Svobody.“ Absolventů pražské žurnalistiky je podle něj v kraji málo, naposledy se pokoušel přemluvit Ondřeje Stratilíka. Nějak to vymyslíme, říkal mu. Ale neúspěšně. Žurnalistika se učí také na vysokých školách v Olomouci a v Brně, úroveň absolventů však podle Žižky není moc vysoká. Na Vysoké škole báňské v Ostravě se v nedávné minulosti otevřel obor ekonomická žurnalistika. V krajské redakci

pracovalo několik stážistů a absolventů. „Měli jsme tu asi šest holek na stáž, ale jejich úroveň je tristní. Zápasí i s tak základními věcmi jako je měkké a tvrdé i.“ „Myslel jsem si, že si tu vychováme nějakého vlastního Stratilíka, který bude psát originální reportáže, bude přicházet s vlastními tématy. Ale nedaří se to. Ten obor mi připadá takový nějaký mrtvý.“

12. R: PŽ: Předloni jsme se sešli se zástupci žurnalistických fakult a několik lidí z praxe. Získal jsem z toho dojem, že školy nevědí, co se po absolventech chce.

13. R: PŽ: V Moravskoslezském kraji se prodává kolem 30 tisíc výtisků MfD, Moravskoslezského deníku asi o pět tisíc víc, ale rozdíl se snižuje.

14. R: PŽ: Na Ostravsku je víc novinářů zvyklých pracovat jako dopisovatelé na volné noze. „Jsou to třeba dobří psavci, ale je pro ně trochu problém poslat plán práce, přijít včas na poradu...“ Jsou to takoví bohémové, bardi.

15. R: PŽ: Zaměřili jsme se na mladé lidi. Vychováváme si je. Příkladem je naše nová posila MR. Absolventka ostravské univerzity, humanitního oboru, aspoň nemá problémy s pravopisem.

16. R: PŽ: Bere si noviny a ukazuje strukturu přílohy. Strana 1 má být výkladní skříň celé přílohy. Strana 2 je věnována aktuálním událostem, hodně krimi. Strana 3 je podobně jako v celostátním vydání monotematická, měly by na ní vycházet propracovanější, nadčasové materiály. Dnes (ve vydání ze soboty 25. dubna 2009) je na ní rozhovor. „Teď tady mluví paní o Romech.“ Strana 4 je každý den věnována celé jednomu ze šesti okresů Moravskoslezského kraje. „Mělo by tu být nějaké téma, které zajímá obyčejné lidi v tom okrese. Třeba kdy přivezou kontejner na dřevo. Strana 5 je buď servisní (kulturní program, počasí), nebo jednou týdně publicistická. Nakonec sport, ten mívá jednu až dvě strany.

17. R: PŽ: Pociťují propad inzerce? „Bavil jsem se s kolegyní z inzerce, prý je to už znát. Jsme na tom ale lépe než konkurence. Přesná čísla vám neřeknu.“ V oddělení inzerce pracuje asi pět lidí, není si ale jistý, neví to přesně. V distribuci dva.

18. R: PŽ: „Paní L je mimořádně pracovitá žena.“ Je specialistka na zdravotnictví, jeden čas o ni měli zájem i v pražské redakci. V neděli 22. března, kdy se do novin dostala zpráva o pumě na Osoblažsku, měla službu, proto musela psát krimi. Jinak je na něj specialista kolega JB, který se teď hodně točí kolem případu žhářství ve Vítkově.

19. R: PŽ: Nemůžeme si dovolit mít na každou oblast specialistu, ale snažíme se. Každý se v něčem vyzná lépe, ale zároveň musí být schopen psát o čemkoli.

20. R: PŽ: Ověřování informací? Záleží na tom, o jak velkou a důležitou zprávu jde. Nemáme možnost ověřovat z vícero zdrojů každý jedničk. „Když přijde od policajtů zpráva, že rozbitá lahev v bazénu zranila dva lidi (ukazuje článek v aktuálních novinách) a pak od záchranářů, že je ošetřili, tak to tak asi bude.“ Není třeba tam jezdit a hledat očité svědky.

21. R: PŽ: Zpráva o pumě na Osoblažsku? Pamatuji si ji. Víím, že se objevuje pravidelně, ještě jsme si z toho dělali legraci. „Puma se objevuje zpravidla v létě (smích).“ Stanou se ale horší věci, policie třeba napsala, že chytila a poslala do vazby piráta, který ve velkém vyráběl nelegální CD s hudbou. Nejdřív jsme to tak psali, ale pak se ukázalo, že to byl jen hudební fanoušek, „totální fanda, blázen“ který kopíroval hudbu ze zájmu a nikoli na kšeft. „Pak jsme mu dali prostor, aby se obhájl, byl s ním i rozhovor.“

22. R: PŽ: Jak důležitý je chytlavý příběh? To, o čem se mluví v Praze, se přenáší i do regionů. Poptávka je po takzvaných „people story“ (asi má na mysli lidské příběhy, v angličtině obvykle human interest story, v českém novinářském slangu háelpéčko, tedy hřejivý lidský příběh – pozn. výzkumníka). Bavíme se o tom na poradách.

23. R: PŽ: Jaká zpráva se dostane do novin? To, co je pro region zajímavé, důležité, zábavné. Neměly by to být nudné zprávy agenturního typu. Způsob suchého psaní ve stylu kdo/co/kdy/kde se snažíme opustit, noviny by byly nuda. Snažíme se to otevřít zajímavěji. „V té snaze se nám někdy utopí zprávy.“ „Jinak se díváme na krátkou zprávu, dvoják nebo troják a jinak na celostránkové téma.“

24. R: PŽ: Zápisy z porad a hodnocení předchozího vydání už neděláme. „Bylo to dobré, ale stálo to strašnou spoustu času. Není to jen o jednom vydání, snažíme se vytvořit obecná pravidla.“

25. R: PŽ: Někjaký průsvih z poslední doby? „Občas se stane, že něco ‘zasklíme’. To mi vadí, pak máme špatný pocit. Na nic konkrétního si teď ale nevzpomínám.“

26. R: PŽ: Denně posíláme do Prahy plán práce, můžou si vybrat, když mají o něco zájem. I z iDnesu. Každý den se koná v 10.30 konferenční hovor pražské a všech centrálních redakcí – tam se probírá, co kdo má, koordinujeme se.

27. R: PŽ: V 9.15 se pravidelně scházíme s mým zástupcem JB a s editorem, příprava na redakční poradu v 9.30. „Rozvrhneme si noviny, jak by mohly vypadat.“

28. P: PŽ: Jezdí obvykle do práce autem, na rozdíl od ostatních redaktorů má zaplacené parkovací místo v centru Ostravy. Druhý pozorovací den přijel na drahém horském kole v kompletním cyklistickém úboru.

29. R: PŽ: Po poradě editor zanele layout stránek do počítače. Dokud jej redaktoři nemají, obvykle nepíše.

30. R: PŽ: Má představa o ideálním editorovi? Měl by stát na třech základních věcech: 1. Musí to být dobrý komunikátor. Aby byl schopen si s autorem popovídat, jak si článek představuje. 2. Musí zvládat technickou část – umět nakreslit noviny. 3. Měl by být schopný vstoupit do textu, je-li k nepoužití. A také „trošku do toho vstoupit stylisticky. Když editor čte článek v sedm, zjistí, že už s ním nejde nic udělat.“ „V Praze byla éra, kdy byl editor hlavně tvůrce textů. Dostal nějakou základní hmotu, se kterou pak dál pracoval. Tady to možné není. Jeden editor kreslí všech pět stránek (šestá je servisní z Prahy).“ Editoři pracují na směny – dlouhé a krátké týdny. Na každého vycházejí zhruba tři dvanáctihodinové směny týdně.

31. R: PŽ: „Těžko se dá očekávat, že editor text vrátí nebo přepíše – našťásti tu máme tak schopné redaktory, že na 98 procent napíše zprávy dobře. Nejsou to zprávy nesrozumitelného typu.“ „Když přijde někdo nový a není schopen se naučit psát tak, jak my potřebujeme, tak ho propustím. Před časem například nastoupil čerstvý absolvent češtiny. Zprvu jsem se zaradoval: Super!“ „Nebyl ale schopný naučit se psát tak, jak potřebujeme. Psal dlouhé, složité věty plné cizích slov. Byl převzdělaný. Bylo to složité, nesrozumitelné. Po dvou měsících jsme se rozloučili. Editor nemá čas s tím nic moc dělat.“

32. P: PŽ: V 9.00 městská policie přímo před redakcí zatýká mladíka v teplákové bundě. Prohledává ho, nakládá do auta a odjíždí. Redaktoři se toulají do práce. Jako první jsou v redakci mladá absolventka humanitního oboru na Ostravské univerzitě MR a zástupce vedoucího JB – absolvent střední průmyslové školy, který se zaměřuje na kriminální zprávy a nyní sleduje případ rasově motivovaného žhářství ve Vítkově.

33. P: Redakce je prostorná, světlá, zhruba před dvěma lety zrekonstruovaná. Na stěnách jsou zpravodajské fotografie, velká plazmová televize nad stolem fotoreportérů, podrobné mapy regionu, v rozích umělé fikusy. Dříve tu sídlila ostravská redakce ČTK.

34. P: Krátce po deváté přichází fotoreportér AS, štíhlý prošeďavě padesátník, cyklista. Už ve dveřích referuje o vlastním gólu, který si vstřelili hráči Baníku ve víkendovém zápasu. „Nazdar děvče,“ zdraví MR, která si kopíruje materiály k tiskové konferenci o odpadech, na niž zakrátko odchází. JB telefonicky zjišťuje stav konta pro oběti žhářského útoku ve Vítkově. „Dneska odpoledne to budete vědět? Moc děkuji, nashledanou.“ Ptá se fotoreportéra AS: „Je něco zajímavého na focení“. Odpověď je neurčitá: Nějaký tenis. A jakýsi malíř. Špáta? Z šéfovské kanceláře přichází PŽ a ptá se JB: Máš dneska službu editorskou? JB: Ne. Editor DŠ je na cestě (dojíždí vlakem z Brušperku). Porada vedení začíná bez něj.

35. P: Porada vedení 9.15. PŽ s JB se scházejí u jednacího stolu v šéfově kanceláři. Editor DŠ ještě nedorazil. Podle týdenního plánu by dnes měl vyjít článek o problémech realitních kanceláří – banky přestaly poskytovat hypotéky. PŽ navrhuje podívat se na přípravy kolem prasečí chřipky v regionu, tedy na téma, které vyplynulo z ranní konverzace se mnou. „Kolegyně se chystá do Mexika. Já bych tam teda nejel.“ Mohli bychom se zeptat hygienika. „Ale musel by nám říct něco jiného než větu, kterou (hl. hygienik) Vít reaguje na všechno: Není důvod k panice.“ „Nechal bych (redaktorku) DT pracovat na tom tématu (o hypotékách).“ Stejná redaktorka připravuje dnes okresní stranu čtyři, tentokrát z Novojičína. PŽ: „Zámek ve Fulneku nemá střechu. Jel jsem kolem, vypadá to neuvěřitelně. To je kandidát na hlavní fotku.“ Celá strana pět bude věnována připravovanému koncertu Deep Purple. Mohla by začít na jedničce, když je to taková legenda. A co Vítkov? JB: Zaměřím se na tu sbírku (na oběti). Sociální dávky jim kvůli tomu nevezmu. PŽ: „Otvírák dvojky bychom z toho mohli mít?“ JB: „Bezpečně.“ PŽ: Byli jsme s Kocábem ve Vítkově. Máme nádhernou fotku, ale nemůže jít – nemáme souhlas oběti trestného činu. Náhubkový zákon. Jedničku bychom měli otevřít hypotékami. Na trojce je velký inzerát, tam by článek mohl přetéct. JB odchází, pokračuje rozhovor s PŽ.

36. P: Porada v 9.30. Redaktoři se scházejí kolem dlouhého stolu mezi newsroomem a kanceláří šéfa (rozesazení viz terénní zápisník). Jako první se řeší, že na dnešní den není stanovena služba, která zůstává v redakci déle a má na starosti aktuální zprávy. Bodrá pětáctýřicetiletá žena, redaktorka IL se nabízí, že si službu vezme. „Vezmu (za to) volno na úterý.“ PŽ mě představuje a vyzývá, abych vysvětlil, co tu dělám. Říkám, že pro svou diplomovou práci potřebuji dva dny pozorovat chod regionální redakce. Někteří redaktori se tváří překvapeně, snažím se žertovat a říkám, že jsem takový sociolog jako byl Milan Šteindler ve filmu Vrat se do hrobu, jen se k tomu hned na začátku otevřeně přiznávám. IL se ptá, jestli jim pomohu psát zprávy. Odpovídám, že bohužel ne, že budu jen překážet a všechno si zapisovat. Trochu nervózní smích. JB zazvoní mobil melodii za seriálu 30 případů majora Zemana. „My jsme tu všichni taková levicově orientovaná,“ žertuje IL.. To je také můj oblíbený seriál, odpovídám. Přichází zastupující editor DŠ, zemitý chlapík v zeleném, s delšími zrzavými vlasy a vousy.

37. P: Porada pokračuje hodnocením předchozího vydání. PŽ: Máte něco k víkendovým novinám? DŠ: Jsou krásně zalomené (měl službu). Znovu žerty o levicové orientaci Moravskoslezského regionu nad článkem Karlovem zazní Internacionála. Mám pocit, že se redaktori za silné postavení levicových stran v kraji stydí. JB: Rozhovor s romskou ženou na straně tři (v sobotu) je dobrý, ale není malá fotka? Mně ta stránka přijde taková šedá. Otázky jsou moc dlouhé a moc tučné. (Zdá se, že se tu klade nejméně stejný důraz na formu jako na obsah.) DŠ odpovídá žertem: To je takové černobílé téma (vztah s Romy). PŽ: Tak jsme to mohli obarvit. Debata nad hlavním článkem sobotního čísla – o muži zatčeném kvůli sdílení dětské pornografie přes internet se stáčí k tomu, zda je trestné jen šíření, nebo i vlastnictví. Drsné žerty DŠ. „Kdyby věděl, že mu na to můžou přijít, dělal by si to v kavárně.“ PŽ: Pojďte dál. Myslím, že je dobře popsán problém v Mariáňkách, dobrá fotka. JB upozorňuje, že Česká televize v Dobrém ránu citovala deník E15, který informoval, že se zastavila stavba projektu Karolína. PŽ: To se divím. My jsme to měli už před dvěma týdny. JB: Dávají televizi ceny do soutěží. PŽ: „Opavskou stránku jsme teda moc nestíhali.“ Ale je tam dobrá fotka. (Často je tu řeč o fotografiích, přikládá se jim přinejmenším stejný význam jako textům.)

38. P: K aktuálnímu číslu: Strana 5 věnována koncertu Deep Purple. Opět důraz na fotografie. PŽ: „Prosím tě, nech ji obarvit.“ Redaktorka IL: Chci tam dát storku se skalním fanouškem, který jezdí na všechny koncerty. PŽ: To je dobré, to by mohlo začínat na jedničce. Už tady hráli? Ano, takže dáme naše fotky. DŠ: Uděláme z toho celou stránku? (Facilitace, nejhorší je nejistota.) PŽ: Tak to každopádně. Na 4 zámek Fulnek bez střechy – píše DT (není na poradě). Na dvojce bude Vítkov. „V sobotu byl strašně pěkně udělaný včetně obrázku.“ IL: „Novinky mají, že použili Natural 95.“ PŽ: Na jedničce realitky, prasečí chřipka, Deep Purple. PŽ: IL, to by mohlo být na tebe, nechceš se podívat na tu prasečí chřipku? Lidi odtud by mohli říct, jestli prochází kontrolama. IL: „Moc bych si od toho neslibovala. Kdyby něco bylo, dali by nám to vědět.“ Nakonec souhlasí: „Dobře, zavolám, poptám se.“ Fotograf: Kdyby byly bezpečnostní rámy, mohli bychom si je vyfotit. IL: „Nedělejte si iluze.“ PŽ: „Je tu nějaký specialista na Mexiko?“ DŠ: „Mexičan je šéf továrny na gumové medvídky v Petřvaldu.“ Všichni se smějí, výzkumník se tváří nechápavě, tak mu vtip vysvětlují. „Bude kašlat do bombónů. To by byla moc pěkná kauzička.“ „On si všechno píše!“

39. P: Na ranní poradě se na závěr probírají aktuality a fotografie (opět). IL: „Dostala jsem do mailu hlášku od Petráše, že v Třinci má pokračovat soud s nemocnicí o 13 milionů.“ PŽ: Máš kontakty? IL: Zkusím se dopátrat. Je to dost mimořádné. Fotografie z tenisového turnaje. PŽ: Má někdo lístky? JB: Měl jsem dva v českých na stole. Baníku nedáme prostor, prohráli doma 3:1 se Zlímem. IL: Dneska už máme sport, nemusíme mít každý den cyklistiku. Fotograf navrhuje fotografii z vernisáže malíře Špaňhela. „Je dobrý, něco jako Surůvka tady.“ PŽ: Kandidát na hlavní fotku: zámek ve Fulneku bez střechy. IL: Bez člověka to bude takový... Rozběhnou se úvahy o inscenování fotky – jak na ni dostat lapáka, aby to vypadalo přirozeně. PŽ: Vypadá to dobře i bez člověka. Obrovská budova nad Fulnekem, místo střechy trámy. První, co tě napadne, že to vyhořelo. A co oprava mostu na dvoře? PŽ: To už bylo takové stavební.

40. P: Na trojce velký inzerát. Dole stálá rubrika Studenti píší noviny. PŽ: Vypadá to, že pro službu (na aktuální události) nebude moc místa.

41. P: 10.04 porada redakce končí. Oslovuji IL a ptám se, zda ji můžu sledovat při práci a při tom se jí vyptávat. Automaticky přechází na tykání, já ji nadále vykám (ostatní členové redakce během prvního dne nabídli tykání). „Klidně na mě mluv, zvládám víc věcí najednou.“ Kontroluje došlou poštu. Mluví překotně, výrazně gestikuluje, téká od jedné věci ke druhé.

42. P: Volá kolegyni v ČTK a gratuluje jí k ocenění jejího manžela, strážníka, cenou Jakuba Helána. Kolegyně se o něm dozvídá od ní. „Denně mám 140, 150 nepřečtených e-mailů.“ Pokračuje v jejich čtení. „Krucí, zase tu nebudu.“ Čte informaci o prohlídce zrekonstruovaného Rothschildova zámku se speciálním mechanickým otočným stolem, který požívali komunističtí funkcionáři při popíjení vodky a dojednávání obchodů. Volá mluvčí, oslovuje ji Evko, tyká jí. Má na starosti okresní stránku Ostrava. Mluví rychle, hlasitě, nenechá se přerušovat, při telefonování si pomáhá gestikulací (mlýnek z rukou), sluchátko drží mezi uchem a ramenem, píše rovnou do počítače. Pokračuje – další preventivní akce – Zebra – rozhlédni se. Předám to dál, dám tip fotografům.

43. R: 10. 07. IL pokračuje v probírání tiskových zpráv. Je to její hlavní zdroj informací? „Nedá se to stavět jen na tiskových zprávách.“ K jednomu problému, například nehodě podle ní přijde několik tiskovek – od záchranky, od hasičů, od policie. Ty se vzájemně doplňují a ověřují. Teď o víkendu například přišly dvě zprávy o nehodě, že mladý třiatřicetiletý kloučička leží v nemocnici – od záchranářů v Opavě a od

policie v Opavě. Nesedělo mi to, volala jsem tam a zjistila, že to byly dva různé, i když podobné případy. „Jediný rozdíl, který mě zarazil – věk a nemocnice.“ „Já si to hlídám, většina lidí na to kašle.“

44. P: Jako jediná z redaktorů zpravodajství nesedí IL v newsroomu, ale v oddělené místnosti s kulturním redaktorem MJ. Ten sedí u počítače, píše, vyřizuje e-maily a za ním uprostřed místnosti sedí jeho usměvavá stará maminka a listuje si magazínem Ona Dnes. Trpí Alzheimerovou chorobou a redaktor ji vodí všude s sebou.

45. P: 10.16. IL začíná zjišťovat informace k článku o prasečí chřipce. Telefonuje a rovnou píše poznámky do redakčního počítačového systému Hermes. Odstavce odděluje dlouhými řadami pomlček. Pálí otázky jednu za druhou, drží sluchátko mezi uchem a ramenem, zuřivě gestikuluje. Z primáře, který je podle ní skvělým zdrojem, protože rozumí svému oboru a „umí mluvit“, páčí, jestli se bojí prasečí chřipky. „Vím, se kterými je komunikace a se kterými ne. A taky to musí být odborník.“ Několikrát opakuje otázku, jestli by jel na dovolenou do Mexika. Zjistí, že na prasečí chřipku by měl zabírat lék Tamiflu (tato informace se ve zpravodajství do té doby neobjevila). „Dobře, uděláme z toho velmi zajímavou věc. Mohlo by to proniknout i na celostátní stránky.“ Primář slibuje, že si informaci ještě ověří a redaktorka mu říká, že znovu zavolá ve dvě hodiny. „Úžasné.“ Jde zjištění oznámit šéfredaktorovi. „Vypadá to, že budeme začínat prasečí chřipkou.“

46. P: IL se vrací se k mailům, hledá kontakty. „To je vždy blbě, když do mailu nedávají telefonní čísla.“ Po chvíli uspěje: „Mám číslo na mluvčího katovického letiště.“ Chystá se zjišťovat, jaká jsou tam bezpečnostní opatření.

47. R: IL v MfD pracuje 19 let.

48. P: (Audio1) Rozhovor redaktorky IL s primářem o prasečí chřipce.

49. P: (Audio2) IL mluví s DŠ o prasečí chřipce, získává od něj kontakt na mluvčího Katowického letiště.

50. R: (Audio3) Specializace. IL: „Máme rozdělené regiony. Já mám Ostravu. Mně se týká všechno, co je v Ostravě. Ale zase tu máme třeba ekonoma, na životní prostředí někoho, atd. Když jsi služba, děláš úplně všechno – všechny regiony. Co padá z četky, ale hlavně aktuality, které se dějí. A když editor nakreslí stránky – kór u těch plánovaných témat – jsou tam nějaké dvojáky, trojáky, tak to všechno služba zaplní.“

51. R: Pořád projíždíte tiskové zprávy? IL: „Nejen tiskové zprávy, ale co má ihned, co vyšlo kdekoliv, prostě cokoliv, abych o tom tématu něco vydolovala.“

52. P: R: Telefonát s mluvčím katovického letiště. Snaží se od něj získat informace o opatřeních proti ptačí chřipce.) Telefonuje kolegyni novinářce polské národnosti, aby jí pomohla přeložit „izolator zakazny“. V: Není od konkurence z Moravskoslezského deníku? „Ne, to v žádném případě. To je kolegyně, která má v úplně jiném regionu takový malý regionální plátek. A jinak ona je mluvčí různých měst.“ Opět telefonuje. V: Vy dost telefonujete. „Jo, to jo. Bez toho to nejde.“ Vytáčí číslo, zároveň si ukládá kontakt na mluvčího letiště. V: Kolik máte kontaktů? „Já jich mám skoro tisíc v mobilu, se přiznám. Tady v počítači jenom 230, ale to je tím, že to málokdy dostanu v téhle formě, kdy udělám klik klik. Na to není většinou čas to tam zadávat. Ještě jsem se třeba vůbec nedostala k tomu Třinci.“

53. R: (Audio 4) IL popisuje, jak se dostala k práci novinářky. Už na učilišti jsem psala do studentského časopisu Úkolák. Nadiktuješ mi číslo. Já už mám bohužel tak plno, že když si to chci uložit, tak paměť telefonu je plná. Takže jsem prostě psala, psala, psala. Jenomže na dálkové studium byla podmínka dva roky praxe v oboru, kterou jsem neměla. Takže jsem nastoupila do fabriky do Vítkovic. Zase jsem přispívala do podnikových novin. Pak jsem dělala závodní zpravodaj. Pak jsem šla do Večerníku, pak jsem byla s děckama doma. V roce 1991 jsem nastoupila do MfD. V: To už jste měla za sebou dálkově vystudovanou žurnalistiku? IL: „Ne, já jsem začínala studovat v roce 1989 na podzim. Studovalo se pět let, potom to zkrouhli tak nějak na čtyři. Na podzim jsem ještě začínala marxismus-leninismus, ale samozřejmě přelév, takže se to všechno změnilo. (...) V: Je vám v praxi vzdělání k něčemu dobré? IL: Není to podmínka. Já jsem studovala, když už jsem místo měla. Čili to nebylo o tom. Ale určitě spoustu zajímavých informací se tam člověk dozví. Nevím, no. A ty studuješ co? Určitě se setkáš se spoustou zajímavých informací, zajímavých lidí, ale že by tě to naučilo mít rád tu práci, o tom to určitě není. Buď ji chceš dělat, nebo ji nechceš dělat. Buď k tomu máš vztah, nebo k tomu vztah nemá, že. To je jasný.“

54. P: (Audio 4): IL: Když se podíváš blíž, tak tady nám chodí od hasičů (tiskové zprávy). Já tu mám složky. (Směje se.) To přišlo dneska? Pomáhají od prstenů mladíkům, jo? (Telefonuje DŠ, ten vchází do dveří.) Zrovna ti volám. Posílal Kúdela takovou zajímavost, když tam budeš mít dvoják, troják, jak hasiči opět řezali prsteny. Letos už posedmý, zařezané prsteny, které nemohou sundat. DŠ: Natýkaj jim prstíčky chudáčkům, jo? (...) kvůli módnímu, ale nebezpečnému prstenu z tvrdé chirurgické oceli. Tvrdá ocel na prst nepatří, poznamenal velitel stanice. DŠ: Moc místa tam není, víš, takže uvidíme. Schovej si to, a když tak... IL: Já zítra mám volno. DŠ: Večer uvidíme, kolik místa tam je. Takže ta chřipka může jít na otvůrku, jo? IL: Nic se extra neděje, zjistila jsem, že to Tamiflu jsme dneska měli i my. Že to není můj objev, už na to přišli jiní. DŠ: Žádná menší šitovka tam není. IL: Dá se z toho. Ale bohužel ani v Katovicích to nemají. To byl omyl. Mluvila jsem s tím Orzechem, zatím to nevypadá, ale informace budou. Nemusíme se bát. Lidi volají do špitálů. I na letiště poslali... (...)

55. R: Když vám přijde zpráva od hasičů, vy někdy z žádného jiného zdroje nevyčázíte. V sobotu jste měla několik zpráv, které byly vyloženy přepsané pouze z tiskové zprávy. IL: Můžou být. V: není čas volat ještě někam jinam, zjišťovat, jestli to opravdu tak bylo? Jestli hasiči nekecají. IL: Hasiči obvykle nemají důvod kecat. My to většinou máme tak, že když je to větší případ, dostaneme informaci z dvou kanálů. Od hasičů a ještě od policajtů. Někdy i ze tří kanálů. Policajti, hasiči, záchranka. Takže na tohleto opravdu není čas to ještě jako pře...

56. R: (Audio 4 06:08): V: Před měsícem od hasičů přišla zpráva o pumě. Jestli si nevzpomenete. To je přece zpráva, která se objevuje jednou dvakrát do roka, ještě nikdo tu pumu nechytil. Jak se rozhodujete, jestli to tam dát? IL: Třeba teď se mě PŽ ptá: To je docela prdel. Dáme to někam? O těch prstýnkách. Takže píše: Už jsem o tom s DŠ mluvila. Řekl, že večer uvidíme... V: Jestli je zpráva zábavná, překvapivá? IL: Záleží na aktuální situaci, na místě. Za jiných okolností bychom třeba vyfotili ty rybičky nebo spoustu jiných věcí. Jde o to, jestli na to prostor je, nebo není. Záleží na magice. Do večera se toho ještě může tolik stát, že... My tady máme těch typů různých zpráv, to prostě propadne sítím. Vyberou se jenom věci, které jsou nejdůležitější, nejzajímavější, nejzábavnější. Hledisek je celá řada. Někdy ani takové věci se nedostanou kvůli místu. Třeba za chvíli může přijít zpráva, že vybuchla bomba, zabila pět lidí a ty noviny se překopou, i kdyby byly hotové. V: S pumou, což je očividně blbost, to asi bylo tak, že byla neděle a nebylo tam co dát? IL: To je tak, že občas se tady ta zvířata opravdu pohybují, že občas opravdu utečou a ať jsou to chovatelé, zoo, cokoliv, prostě lidé by měli vědět, že to hrozí. Nedá se stoprocentně potvrdit, že to je puma nebo není. Nejde apriori říct, že to je blbost. Co když tam ta puma opravdu je? V: To je zvíře, které by tady nepřežilo. IL: Podívej se. Když před týdnem srazila paní na silnici losa? Taky to nečekala. Prostě to nečekala. To, že myslíš ty, že to je blbost a že to není možný, ještě neznamená, že to možný není. V: Já se jen ptám, jaká jsou kritéria pro zařazování zpráv. IL: Někdy i na první pohled absolutní blbost může být realitou. Tak jako paní prostě nabourala losa. No. Nikomu neutekl. Fakt přišel. Z Polska. V životě by ho tu nikdo nečekal. Když upozorní, mají k tomu důvod, my jim nemáme důvod nevěřit. Ale bylo to jenom upozornění. Nic jiného. V: A nějak to dlouhodoběji to pak zkoumat, na to není čas? IL: Ale jo, dá se to. Třeba televize tam jela a měla nějaký záběr. Hasiči někdy posílají i fotky.

V: Měli ilustrační záběry zamlžené krajiny. IL: No, no, no, no. Někdy i sami hasiči pošlou. Dá se tam zavolat, dá se tam napsat, ale to by byla v tomto případě ztráta času. Jsou jiné případy, kdy se vyjíždí. IL: Já si tady přečtu nějaké zajímavé – posílá i městská policie. Ve čtvrtek strážníci chytali kohouta, poté jezevčíka. No vidíš to, policajti chytají kohouta. V: Když se spoléháte na tiskové zprávy, tak pak je obraz policie v novinách jaký ona chce. IL: To není obraz policie. U nás se často vychází z toho, co je nejzajímavější. Když je to vražda, tak to přeci není o obrazu policie. V: Ale když se jim třeba něco nepovede, tak to do tiskové zprávy nenapišou. A vy se to tím pádem nedozvíte. IL: Buď se to dozvíme jinudy, nebo se to nedozvíme vůbec, samozřejmě. To je prostě otázka, jak se nám to podaří. Samozřejmě čím víc má redakce lidí, tím větší je šance, že si objeví vlastní věci. Ale, ježiš počkej, už je po jedenácté, já jsem měla volat té Šebánkové. Sakra, sakra, sakra.

57. P: 10.28. Na plazmové obrazovce běží zpravodajství ČT24 o prasečí chřipce. Fotoreportér AS pod ní pije kávu a svačí rohlíky. Připravuje se konferenční hovor s Prahou. Čeká se na ověření informace Tamiflu od primáře. Měl by o to zájem iDnes? PŽ: Za chvilku to uslyší. Pražský editor pošle mailem větičku, že začíná konferenční hovor. 10.31 vytáčí číslo telekonference. Z hlasitého odposlechu se ozývají strašlivé zvuky, chrochtání, mečení. Hovor obvykle vede koordinátor Jan Mates, dnes jeho zástupkyně Jana Syslová. Jednotlivé redakce se postupně hlásí, že jsou na příjmu, potom jedna po druhé nabízí témata do celostátního vydání. Hradec: Pokračujeme v požáru, zjišťujeme rodiny obětí. Koordinátorka: Nevíte, jak to založili? Oni už nejsou tak úplně malí, aby si hráli ve stohu se sirkami. Další regionální kauza: zastřelený policista v civilu. Šel z hospody, začal se hádat se sousedem. Našli mrtvého jeho i psa. Koordinátorka: Byl v té době policajtem? Chci se ještě zeptat k ohni – máme nějaké fotky nebo video na iDnes? KV hlásí: Nebude fotka. K: Tak to mě mrzí. KV: A nebude ani článek. K: Vy máte dneska špatný den. KV: Ano, kritický den. V: Pořadí krajů je ustálené, když se blíží Ostrava, PŽ bere do ruky sluchátko a hlasitý odposlech končí. PŽ: Budeme sledovat víchr, zatím nevíme, že by se něco moc dělo. Budeme pokračovat ve Vítkově, zatím nevíme, co tam Jarda zjistí. Na prasečí chřipku by měl fungovat Tamiflu. I by toho doktora měla mít taky. Pokračují další kraje, v nabídce témat převažují kriminální a servisní zprávy, například o školách. Ústí: My jsme dneska úplně bídní. K: Nevadí. Zlín: Jedině tu babičku. K: Díky, mějte se. PŽ: „Vědí, že se dneska bude valit pokračování prasečí chřipky a na jiné zprávy bude málo místa. Navíc je pondělí, to bývá obvykle slabší rozjezd.“ V: Vyžadují od vás někdy něco investigativnějšího? PŽ: Teď dělal Janek Kroupa kauzu Černošice, chtěli po nás příklady, jak místní politici kšeftují s pozemky. Jinak se obvykle jde po aktualitách. Když na něco takového přijdeme, odehráváme to v místních přílohách. Kdyby ostravští politici ušili nějaký kšeft, budeme to psát u nás.

58. P: Hodně pozornosti se věnuje fotografiím. PŽ: Fotka u nás vždy byla dál než v jiných novinách, tradice už od dob před převratem. Herbert Slavík. Vždycky jsme se tu hodně bavili o fotkách. V regionálních přílohách MfD většinou pracují nejlepší fotografové regionu. Přišel k nám teď kolega z Moravskoslezského deníku a medí si, kolik prostoru fotkám dáváme a jak moc se o nich bavíme.

59. R: V: Jak zvládáte nástup internetu? PŽ: Ten šok z internetu se nás zatím tolik netýká, Ostrava na rozdíl od Brna nemá na iDnes vlastní sekci. Řešíme často otázku, když něco zajímavého zjistíme, jestli to dát na iDnes a tím pádem to prozradit konkurenci. Na konferenci si řeknou, když něco chtějí. Nebo si to najdou v četce, zavolají a zeptají se, jestli na tom děláme. Žijí z toho, aby to tam bylo co nejdřív. Mezi autory a editory probíhá neustálá porada.

60. R: IL: Mám dvě maturity, mechanik automatizační techniky a střední pedagogickou školu. Potom dálkově žurnalistiku v Praze.

61. R: Kolik článků za den zpracováváte? IL: Někdy jednu, někdy dvě, někdy pět.

62. P: 11.20 IL telefonicky zjišťuje stav soudního sporu poškozené rodiny s Třineckou nemocnicí – je odložen na neurčito. „Teď to není aktuální. Stalo se to v pátek, takže teď už je to starý.“

63. P: R: 11.33 IL zjišťuje další podrobnosti o prevenci proti prasečí chřipce, telefonuje s vedoucí místní hygienické stanice. „Ptám se, protože to je podle mě nejpraktičtější rada. Kdybyste měla zaplacený zájezd do Mexika, letěla byste, nebo ne?“ (Audio 5) Množství podrobností, o nichž je už teď jasné, že se do článku nemohou vejít (Co se stane, když si vezmu Tamiflu a prasečí chřipku nemám?). Teď zkusíme nějaké cestovky. V: Takže to zatím vypadá na otvírák dvojky? IL: Může to být i otvírák jedničky. Ne proto, že by se toho tolik dělo, ale protože je to téma, které hýbe celou Českou republikou. Na 16 hodin svolalo ministerstvo tiskovou konferenci. Tam já nepojedu. V této chvíli všichni začínají běhat, zjišťovat informace. Prostě je to téma. Téma dne. Samozřejmě, když tu teď někdo vyvraždí pět lidí, tak se to posune níž. Pokud není nic mimořádnějšího, tak tohle zajímá všechny. Všichni tam můžeme letět, nebo... V: Všichni můžeme onemocnět. IL: To je normální chřipka přenosná vzduchem. V: Podobné to bylo se SARS, s ptačí chřipkou. A pak se ukázalo, že reakce médií byla poněkud přehnaná. IL: Nemyslím si, že to je přehnané. Před lety jsme třeba začali psát o meningokokové meningitidě. Někteří říkali (teatrálně) – ále, ježiš, na meningitidě nic není – ale v té době o meningokokové meningitidě, na kterou umíralo strašně moc lidí, nevěděli pořádně ani praktičtí lékaři. A díky tomu, že se to začalo pitvat, tak dneska všichni ví, že když se objeví skvrny na kůži, že to asi nebude jenom tak. Posléze se to doktoři naučili rozeznávat. Před pár lety nikdo netušil, co to je listerióza. A teprve díky kampani, která se kolem toho spustila a já jsem byla jedna z těch, kteří ji odstartovali, protože jsem zjistila, že umírají těhotné ženy... Takže jsme chystali téma a tím, že jsme ho chystali, jsme oslovili ministerstvo a to ještě týž večer vydalo zprávu na web. A my jsme tehdy měli opravdu nejpodrobnější rozpitvané téma, které ukázalo, že v každém regionu zemřely buď děti, nebo plody těhotných žen. Listerií, kterou do té doby nikdo neznal – a dneska všichni vědí, o čem jde – nebo většina lidí. V: To je důvod, proč má pro vás ta práce smysl? IL: Určitě taky. Zájezdy, Mexiko, New Travel... telefonuje do cestovky.

64. P: 11.45 (Audio6) IL telefonuje do cestovky, nejdříve se vydává za zákaznici, až pak se přiznává, že je novinářka. Nakonec ale říká, že opravdu uvažuje o tom, že by si koupila zájezd do Mexika, když teď budou levné. „To by ale museli hodně slevit. Tak do dvaceti tisíc. Za 35 - 42 na to nemám.“ Zjišťuje, že dva zákazníci již stáhli objednávku. Hledá si levné zájezdy na internetu. „Je to spojené příjemné a užitečné. Když se zajímám o něco, co nabízejí, tak jsou samozřejmě povídavi.“ V: Sblížíjeme se, nervozita opadá. V: Jak snáší rodina vaše novinářské povolání? IL: Já ti to řeknu u oběda, jo? Zve na oběd do restaurace Promile, kde má sraz s kolegyní z konkurenčního Moravskoslezského deníku. „Počkej, tohle si ještě přečtu. Těhotná žena utekla medvědovi, nakonec ji srazilo auto. No to mě podrž. To se ještě podívám.“ Čte a směje se. „Ta snad byla ožralá!“

65. P: IL ve výtahu cestou na oběd vzpomíná, jaké to v redakci bylo v devadesátých letech: Velké množství lidí odešlo. Mívali dva řidiče, tři fotografy, písařů bylo asi dvakrát víc. „Pracovní doba je teď dlouhá. Byly doby, kdy se končilo ve tři odpoledne. Dneska bych už při práci nemohla vycházet dvě děti a vystudovat.“ Je rozvedená. K obědu si dává plátek hovězího a lehkou colu, když dojí, zapaluje si cigaretu. Přichází její kamarádka a bývalá kolegyně z Moravskoslezského deníku.

66. R: IL: Platy? Byly doby, kdy jsme byli nad celorepublikovým průměrem. Dnes máme s bídou průměr. A jak vás platí v Praze? V: Jen o trochu líp, ale zase je tam draž, odpovídám neurčitě. Oběd v centru za 70 korun v Praze nepořídíte. IL: Začal vycházet regionální týdeník Sedmička, nabídli lepší platy, přetáhli dost lidí. Například editora nebo externí spolupracovníci z Opavska. „Je nás tak málo, že už nemá kdo sloužit.“ Kolegyně z MSD: Nás je mnohem víc, máme čtyři zpravodaje jenom na Ostravu. V MfD končí pracovní doba mnohem později.

Máme lepší sběr informací, zpravodaje v každém okresním městě. Vaše šance je mít zprávy jiné, jinak zpracované. Už nejde, abychom měli všichni všechno a hned.

67. R: IL: MfD jsou prestižní noviny, těší mě v nich pracovat. Nejlepší bylo, když jsem měla na starosti zdravotní stránku. Čtenáři nám hodně psali, děkovali za rady. V několika případech jsme přispěli i k záchraně života. Třeba mladý kluk s hepatitidou C, kterému pojišťovna nechtěla zaplatit další dávku kortikoidů. „Vložili jsme se do toho.“ Také jsou tu velké politické tlaky. Proč někde stojí krásná nová klinika a jinde, kde by ji bylo třeba víc, chybí? Chtěli mě i do Prahy, ale já nechci. Je to tam takové odosobněné. V: Ale v Ostravě taky! Samé telefony, maily... IL: Konkrétní výsledek je pro mě hrozně důležitý, důležitější než samotné psaní. „Když se něco takového podaří, mám hroznou radost.“

68. R: IL: Internet (vlastní sekce na portálu iDnes) nám tu zatím nehrozí – problém s regionální inzercí. Kolegyně z MSD: To máte štěstí. My musíme kvůli internetu dělat od každého článku několik verzí. IL: Na iDnes dáváme jen velké věci. Ale ti naši editoři v Praze jsou tak pomalí - když jim něco pošlu, řeší něco jiného a než se k tomu dostanou... Regionální zprávy je nezajímají. Moc nechápu, když za to pak dostanu pochvalu, lepší by byly prémie. Jsem hodně vystresovaná. „Stresík jak svině.“ Kolegyně: Někdy se domluvíme, že se nenecháme zaměstnavateli vydírat a pošleme třeba zprávu z tiskovky všichni najednou. Servery bojují o to, aby byly první, protože z toho pak jsou citace, inzerce, čtenost.

69. R: IL: Pořád mě to baví – co bys řekl? Vždycky jsem byla dobrá v češtině. V 15 letech mě učitelka poslala na novinářské soustředění, od té doby jsem to chtěla dělat.

70. R: IL: O šéfovi mluvit nebudu. Pár lidí už kvůli němu odešlo.

71. R: IL: Rozvedená, kouří. Chce si dát ještě kávičku. Má ráda sladkosti, žádá mě, abych jí nějakou přinesl, nejlépe indiána nebo špičku. Slibuji, že odpoledne něco přinesu. Večer přináším dva kusy medovíčku – tmavý a světlý, aby si mohla vybrat. Sní oba. Z Ostravy se nechce odstěhovat za žádnou cenu, i když bydlí na jednom z nejhorších sídlišť. „Mám to tu ráda. Příroda je pár kroků od domu. Není to tak velké a neosobní jako Praha.“ Po obědě mě žádají, abych odešel. Chtějí ještě probrat něco osobního.

72. P: 13.20, zpět v newsroomu. JB sedí za stolem. Na nástěnce vedle něj visí vnitřní redakční pokyn Desatero horkých novin (viz foto). Píše kauzu Vítkov, říká, že toho dost zjistil: kolik peněz je n úctu, zda rodina nepříjde o sociální dávky. Jinak je newsroom prázdný a tichý, vládne tu odpolední klid.

73. P: DŠ sedí za svým stolem, vedle židle má padesátiletý pivní sud. „To je pracovní soudek,“ žertuje. „Ještě tu nikdo není, všichni na to serou.“ Hledá archivní fotografie Deep Purple a zasazuje je do layoutu. Vše probíhá v integrovaném redakčním systému Hermes. Hlásí do tiskárny, že strana pět bude barevná. Barevný tisk je dražší. „Cenu tisku neřeším.“ Ptám se, k čemu slouží odpočinková místnost zvaná Pitevna (viz foto). „K ničemu. Když se slaví narozeniny, třeba.“ Může se tam kouřit? „Holky můžou.“

74. P: Redaktorka MR se vrací z tiskové konference. Ministerstvo životního prostředí přislíbilo dotaci na ostravskou spalovnu. DŠ po poradě s PŽ rozhodují, že to bude hlavní článek na straně jedna, z ptačí chřípky se stává druhá zpráva.

75. P: IL se vrací z oběda, ještě v kabátu sedá k pracovnímu stolu a začíná telefonovat. Při tom si čistí zuby párátkem. Přichází tisková zpráva z ostravského letiště, hned tam volá. „Jak byste se o tom v praxi dozvěděli?“ Vzápětí volá kamarádce ohledně dovolené, žertuje, že by si měly vzít Tamiflu.

76. R: Proč nemá IL pracovní místo s ostatními kolegy v newsroomu? „Nechtěla jsem do newsroomu. Tady mám svoje kytičky (na rozdíl od erárních živé) a světlo. Hodně telefonuju, tak jsem si to nějak vyřvala.“

77. P: 13.51 IL opět kontroluje maily s tiskovými zprávami. „Já to ani nestihám projíždět, ty maily.“ „ČTK taky otevřu, samozřejmě.“ Ve skutečnosti se agenturní zpravodajství příliš často nekontroluje. Ukazuje některé kategorie, do nichž se jí e-maily automaticky třídí: byty, doktoři, důležité, České dráhy, policajti, osobní, Ostrava, policie – městská Ostrava, literatky (PR agentura), Humpl (mluvčí) má 36 nepřečtených zpráv. Přichází zpráva o novém vlakovém spoji – pendolinu. „Někdy jsou tam zajímavé věci, někdy je to nuda.“ Přichází zpráva, že mladík tančil mezi projíždějícími auty. Volá editorovi. „Tohle si můžu schovat na ostravskou stránku. Normálně si takové zprávy shromažďuju celý týden. Ale stránka vychází v pátek. 1. a 8. května je volno, tak neshromažďuju. Ve složce důležité má například „pokyny týkající se psaní“ – vnitřní redakční směrnice apod.

78. P: 13.59 Požár v obchodě s papírovým zbožím (Audio 8). „Ježišmarja. Volám editorovi, protože to je docela zajímavé, že někdo zapálil v supermarketu nějakými bombičkami... Není tam editor, takže to uvidím.“ „Dva nezletilí chlápci?! Ty vole, tak jako v tom Trutnově, kde teď uhořely dvě děti...“ „Zjistili, že zapálily dvě děti, což je stejný případ jako v Trutnově, kde ti dva uhořeli.“ „Anonymní telefonát o uložení bomby v podniku, to neděláme. Bomby neděláme, pokud tam ta bomba skutečně nebyla.“ Kraťásky? Záleží, jak velká bude (rubrika) K věci. Editor stojí ve dveřích, opírá se. „Kraťas je jediná varianta, protože na dvojce je dvoják a troják. Někde musím přetéct otvůrku a tu chřípku budeš asi taky chtít přetéct.“ Nemůžeš něco, co není tak aktuální vyhodit, odsunout. (... debata pokračuje, viz audio). „Takže ode mě chceš v podstatě v této chvíli jenom vepře.“

79. R: IL: „Někdy je to tak, že práce je hodně a někdy sbíráš, sbíráš a pak zjistíš, že to není kam dát. Takže je to složitější.“ V: Tančil mezi auty už nemá šanci ani na kraťas? „To teda nemá. Tady takových věcí propadne samozřejmě víc.“ „Včera jsem taky posílala požár v Opavě a ten nakonec nevyšel. Ale to je spíš výjimka.“

80. P: (Audio 8) 7.15. IL telefonuje kamarádce do PR agentury. „Ahoj Evulko, máš chvíličku? Viděla jsem tě v telce k těm lesům – žádá sranda, co? Ty sis teda zvolila klienta, parchantíka, ale aspoň ti to sype, doufám.“ Domlouvá prohlídku Rothschildova zámečku s otočným stolkem na další den. „A je tam ještě něco zajímavého, abych třeba fotografie přímo nasměrovala, co by mohli fotit?“ „To jsou takové ty věci, co člověka baví, těší. Už víš, co tě tam čeká zajímavého, co můžeš dát fotografovi jako tip. Řešíš nejen dnešní věci, ale i věci dopředu.“ (otočný stolek s vodkou) V: A jste ochotná kvůli tomu přijít o osobní volno? IL: Já bych si ho přehodila na jiný týden. Máme jeden den volna po víkendové službě.

81. P: IL: (Audio 8 13.35) Já to teďka vymažu, 29 mailů. A stejně mi to nepomůže, protože furt jich mám 119 nepřečtených (smích). To se nedá. (...) Ježiš, to je policajtů nepřečtených, to vymažu. To je jenom Ostrava. Pak chodí karvinští, bruntálští, z každého regionu. To vymažu, ani to nebudu některý číst. Nebo některý už jsem možná četla. Někdy jsou v tom tipy. Třeba se dá fotit. (...) Hasiči taky. Hasič má jednoho mluvčího, policajti jich mají několik. (...) Už jsem jich hodně vymazala, ale tady je třeba mluvčí Krnova, mluvčí Čtyřlístku, krajské ředitelství, mluvčí letiště, policajt, hasič, mluvčí kraje, policajt, mluvčí Poruby, mluvčí KDU-ČSL, pendolino, vlaky, ODS pozvánka na mítink, čili politici, vlaky, mluvčí všeho možného. Stran, úřadů, policajtů, všeho možného. Tady dokonce nějakí noví nám posílají, že otvírají něco. Tady je zoo, cizinecká policie, co to je tady toto – nevím, nějaký mediatrust, nová ekologická kampaň, asi se mi nechce psát o sbírajících (??). V: Takže co

deset minut, to zpráva. IL: No, asi jo. Co i víc. 28, 35, 36, 37, 45, 56, 18, 19, 21, 30... Čili, to se prostě nedá. V: Trošku teror mluvčích. IL: To jo, no, to jo. V: Mám pocit, že celé noviny píší mluvčí, novináři mají minimum kontaktu s primárními zdroji.

82. P: 14.20 Volá primář, potvrzuje informaci o Tamiflu. Ptá se na nežádoucí účinky. Ne, to už nemusíte hledat, já se podívám, proč se mladí Japonci vraždí po Tamiflu. Četl jste noviny? Už je to ve Španělsku, šíří se to strašně rychle. (...) Aha, takže ono to tak jednoduše taky říct nejde.

83. R: P: V: Kdy začnete psát? IL: Nevím, ještě mi chybí Martínková, šéfka protiepidemiologického odboru. Uvidím, čím to odrazím. Prochází desítky otevřených internetových stránek, zavírá ty, které už nebude potřebovat – například s dovolenou. Žádám ji o poznámky. „Nerada bych je ukazovala, mám tu i nějaké osobní věci o té dovolené.“ (Nakonec svolí, ale nejdříve poznámky cenzuruje).

84. R: Poznámky z 23. 3., kdy vyšla zpráva o pumě? Nejdřív ochotně souhlasí, ale pak zjišťuje, že je v počítači nemá (Hermes je ukládá automaticky tři měsíce.) „Určitě to bylo z tiskové zprávy. To byla neděle? To jsem asi pracovala z domova.“ (Později zjišťuji, že se to nesmí.) Zajímá mě kontext. Co se ten den dělo? „Tak to nepoznáš z toho.“ Jak to vypadá, když pracujete z domova? „To je víkend a já si to ukládám ... no prostě v Outlooku a posílám to Outlookem.“ A v redakci je jen editor? „Jo, ale to se neděje běžně. Běžně se chodí sem. Ale předtím tu byl editor, se kterým to nebyl problém, kterému to nevadilo.“

85. P: IL má rituál: před psaním se odreagovává hrou spider-solitaire na superhry.cz. „Myslím, ale nemyslím na tu práci. Myslím trochu jinak, nebo na jiný věc.“ „Nasbírala jsem toho strašně moc, musím od toho získat trochu odstup.“ „Času je relativně dost, protože prostoru tam není moc. Kdybych měla napsat celé téma, tak už holt na tom musím makat.“

86. R: V: Je tahle pečlivost normální, nebo je to trochu tím, že tu jsem? „Ne, u mě je normální.“ V: Myslím, že po tolika letech praxe už to většina novinářů tolik neprožívá. „To je potom problém, protože mi to samozřejmě zabírá hodně času. Proto to většinou všichni nedělají.“ „Třeba včera jsem volala ještě kaskadéru Davidu Brücknerovi a už se to tu nevlezlo. Skončilo to takhle mrňavou popiskou. Poslední věta: Nechyběl bohatý doprovodný program. A druhá půlka už se tam nevezla, což mě mrzí.“ V: To jsou noviny. IL: „Já vím. Takže prostě takhle to funguje.“ Mám pocit, že už jsme probrali všechno, co mě zajímalo. (Teoretická saturace?)

87. R: V: Když skončí sběr informací, jak postupujete dál? IL: „Většinou si nechám poznámky tady, zkopnu (zkopíruji) si je ještě jednou, protože někdy to různě spadne, zablokuje se to, jo. Prasecí1 (říká nahlas název souboru). Takže si to tady v tom Hermesu zkopnu a potom pracuju. Až to mám jako trošku... a nebo si jdu rovnou do layoutu a to je možná někdy nejlepší (ukazuje). Ale jinak si tady v Hermesu zadám do vyhledávání podle autora, vyjedou mi všechny mé uložené poznámky, kterých bude hromada. Ale ono se to co tři měsíce maže. Tady jsou moje různé poznámky. Třeba bych nějaké poznámky mohla dát, ale nevím jaké.“ V: Tak třeba dnešní? Kdyby se vyházely soukromé věci? IL: „Možná že by to šlo. Počkej, tak já se podívám. Ale to mi teda přineseš ten zákusek.“ V: Milerád. Jaký? IL: „Třeba špička nebo muzika? To bude nejlepší“ (Směje se.) „Já tu ta telefonní čísla nechám, ale nebudeš je používat.“ V: To můžu slíbit. IL: „A vyznáš se v tom?“ V: Myslím, že jo. IL vysvětluje, že poznámky jsou opravdu pracovní, chybí v nich například přehlásky ve jméně jednoho zdroje. V: Rozumím. Když dělám rozhovor po telefonu, píšu si většinou poznámky do bloku. IL: „Já už právě ne. To jsou opravdu poznámky, kontakty.“ V: Hlavně mě zajímá, co se vejde do článku a jak se to při psaní a redigování změní. (Audio 9 15:50) IL: „No, minimum. Mnohdy kolegové to řeší tak, že prostě vezmou pár řádků a hotovo. A jsou v klidu. A neřeší to. A možná je to dobře. Ale protože je to zrovna oblast, která mě zajímá, tak o tom chci vědět maximum. Čili přečtu si o tom... Možná to není úplně zapotřebí. Kdyby to byla jiná oblast, tak to třeba až tak do hloubky nestuduju.“ V: Takže vás zajímá zdravotnictví, ale musíte dělat všechno? IL: „Protože mě to baví, je to věc, kterou dělám a chci o tom vědět maximum, abych věděla, o čem píšu. Protože pak se často stane, že, a to je často problém mladých kolegů, kteří přicházejí, že oni o něčem píšou a potom, když to není zcela srozumitelné a člověk se jich zeptá, tak říkají 'já nevím'. Ale jak to má potom vědět čtenář, když to nevíš ty jako autor? Tak to zkusíme vytisknout.“ V: Nebo mi to můžete poslat mailem. IL: „Já jsem to teďka vytiskla, ale klidně ti to pošlu mailem. Tak říkej adresu.“

88. D: Pracovní poznámky redaktorky IL k článku o prasečí chřipce z 27.4. (odstavce nahrazeny znakem /, soukromá telefonní čísla vymazána): Kumpel vzít s sebou - nežádoucí účinky minimální, střevní problémy, -/vzal bych ho s sebou do mexika, jinak ne, je to hrozba jakékoliv chřipky, v jiných zemích je ten průběh mírnější podle s dostupných zpráv, /v mexiku ---/je to v lokalitách mexiko city, slumy, obrovské nahromadění lidí, byl jsem tam obrovský předlidské město --/obchody zavřené, památky zavřené - mexiko city vyhnout, Kankún, tam ni nebylo, Yukatan - tam taky ne, hrozba - bojíme se celosvětově - /odborníci svět se připravuje už deset na celosvětovou chřipku, ví se o tom nebezpečném viru ptačí chřipky ---/protože lidstvo nemá pro ní obranné látky nový kmen běžné chřipky, byla zmutovaný běžný kmen chřipky, bylo nebezpečí, že na koho skočí bude to šířit dál, /ale zatímco ptačí chřipka se vzduchem nešířila vzduchem mezi lidma, neuchytil se virus na sliznicích, nedošlo k té pandemii, ale čekalo se, že si tu vlastnost získá, /získala tu vlastnost kombinací s prasečí --/ptačí asijská, tady severoamerická ptačí chřipka -/ ptačí H5N1/-----/není to totéž, ale je tam severoamerická ptačí, severoamerická a euroasijská prasečí a lidská chřipka - z těchto virů vznikl jeden - je přimíchaný segment lidský, dobře se to šíří, infektologové -/je odlišná, může být závažné ---zachvátí celý svět, riziko tu je, jako u ptačí, kdyby zmutovala, /---/obránné protilátky, /chřipky procházejí světem různě, ale jsou málo nebezpečná, málo úmrtnost, proč teď je to jinak, nevíme, /z případů je jen zlomek prokázáný -/přáli bychom si, aby probíhal lehce --/-----/asi desítky, stovky tisíce lidí, první záchyt na infekcích a interních, pak speciální prostory, pandemické plány -/některá oddělení by se změnila na izolační oddělení, u lehčích průběhů doma, těžší s plicním selháním v nemocnici, nedostatek ventilátorů -- katastrofální vize, /ať stát nespí a pandemické plány nespí, měly by se oprášit -/-----/ventilátory - možnosti omezené, jsou hodně vyčíslené - drahá záležitost nečekají na chřipku, /na oddělení jen dva, oba byly v neděli v provozu --/-----/primářka z Bulovky s Vítom Roháčová --/není jak, jediná příprava, propustit pacienty a mít dostatek kapacit, je potřeba, abychom /-----/tamiflu máme, /Relenzu - nazální sprayle /-----/-----/Irena Martínková --/---/Michaela Kubešová Ostravské letiště nemá přímé letecké spojení se zeměmi, kde se již prasečí chřipka vyskytla. Přímé linky jsou provozovány do Prahy a do Vídně, primární záchyt případného výskytu nemoci by měl tedy proběhnout na těchto letištích. /Letiště Leoše Janáčka Ostrava bude informovat své zaměstnance o potřebě striktního dodržování hygieny, například v případě letů z rizikových oblastí používání roušek atd. /V tuto chvíli budeme na základě podkladů a ve spolupráci s Krajskou hygienickou stanicí Moravskoslezského kraje spolupracovat na informovanosti cestujících veřejnosti na webových stránkách letiště, připraveny jsou letáky s informacemi kam se v případě potíží, nebo podezření obrátit o pomoc, které budou distribuovány ve všech prostorách terminálu. -/-----/-----/ letiště - letáky od zítřka / jsme schopni vyčlenit místnost, případného podezřelého bychom tam umístili /nepřiletají přímo, ale může to být člověk, který by si za letu stěžoval a podezření by pojal personál, příznaky totožné s chřipkou, ale pokud řekl, byl jsem na dovolené tam a tam, /pokud soukromý let z oblasti přímo, personál poučen -/-----/soukromé lety z rizikových oblastí - (španělsko, Francie) /jednat, jak pro zaměstnance koupit roušky, pojistili, vývoj je velmi rychlý, není to na rozhodnutí letiště, ale KHS, MZ -/-----/Martínková -/-----/mluvčí letiště v Katovicích Czery Orzech -/měli jsme ptačí chřipka -

Katovice nemáte spojení s mexikem, jen s Unií, nejdříve ve Frankfurtě, -/u nás Izolátor zákazný - špitál – CHORÝ/nakažlivá choroba - máme izolační pokoj s postelemi lékař 24 hodin, ambulance - izolátor zákazný jedno 2 postele -/-----/nedostali jsem z Frankfurtu pasažer toho typu,/pasažer z Mexika -/-----/pak tom do špitálu -----/-----/Monitorování tělesné teploty cestujících prostřednictvím termokamery na letišti Incheon blízko Soulu/Hlavní hygienik: Během měsíce může přijít prasečí chřipka i do Česka/Hlavní hygienik Michael Vít upozorňuje v rozhovoru pro HN, že virus prasečí chřipky je pro člověka nebezpečnější než virus ptačí chřipky/Od roku 1997 sledujeme výskyt viru ptačí chřipky H5N1 v jihovýchodní Asii a zatím tam k epidemickému šíření nedošlo. Oproti tomu v Mexiku došlo k šíření viru prasečí chřipky do lidské populace a velmi pravděpodobně tam dochází k přenosu z člověka na člověka. Nejen ze zvířete na člověka. O to se mi zdá výskyt prasečí chřipky závažnější,“ říká v rozhovoru pro Hospodářské noviny Michael Vít./HN: Jak velká je pravděpodobnost, že prasečí chřipka dorazí do Česka?/Musíme si udědomit, že prasečí chřipka se přenáší vzduchem, takže její přenos je velmi jednoduchý. Navíc doprava mezi Amerikou a Evropou za poslední léta velmi zhoustla. Proto musíme brát informaci o výskytu prasečí chřipky v Mexiku velmi vážně. Akutní riziko nám ale zatím nehrozí./HN: Dá se právě vzhledem k tomu, jak je hustá doprava mezi Evropou a Amerikou i s ohledem na to, že se virus prasečí chřipky přenáší vzduchem z člověka na člověka říct, že se Evropa a potažmo i Česká republika viru prasečí chřipky nevyhne?/Jestli má virový kmen prasečí chřipky určité mutace, které usnadňují mezilidský přenos, tak to šíření z jednoho centra do oblasti Evropy může trvat od čtyř do pěti týdnů./HN: Takže během čtyř až pěti týdnů může být prasečí chřipka v Evropě, potažmo v České republice.../V případě, že ten kmen, co se teď testuje, má opravdu takové mutace, které ten přenos usnadňují, tak opravdu to riziko tu je. HN: Připustíme, že by se někdo z prasečí chřipkou z Mexika nebo USA vrátil. Jaké kroky byste jako hlavní hygienik přijal?/Už v pondělí budeme jednat s lékařskou službou, která je umístěna na Letišti Praha. Chceme, jako to bylo v případě SARS, vyvěsit informační tabule, kde budou napsány jasné příznaky onemocnění. Jestli se ten člověk, který ty příznaky bude mít, bude vracet z Mexika nebo z části USA, kde se virus prasečí chřipky objevil, tak naše doporučení je, aby se nechal vyšetřit u letištní lékařské služby, kde se udělají odběry. Pokud by odběry ukázaly závažné příznaky, že může jít o prasečí chřipku, tak budeme s lékaři jednat o tom, jak tyto lidi hospitalizovat nebo jak jim nařídít zdravotní dozor, během kterého by byly izolováni a léčeni v domácím prostředí./HN: Chystáte, podobně jako třeba v Japonsku, zavést kamery na letištích, pomocí kterých jde zjistit, jestli člověk přilétající z Mexika nemá teplotu?/Zatím to nechystáme, ale nemůžu toto opatření vyloučit. V pondělí začíná evropská diskuse o pandemických rizicích, takže budeme ještě podrobněji o rizicích prasečí chřipky informováni. A jestli by to bylo nutné zavést, tak bychom to zavedli./Ono to má ale i svá rizika. V době výskytu SARS jeden náš občan tyto termické rámy na letišti obalamutil. Měl při příjezdu z jihovýchodní Asie vysoké horečky, srazil je prášky, prošel termickým rámem a ten nic neukázal. Ten občan dojel do České republiky a za dva dny, kdy začal mít znovu vysokou teplotu. Ta se nesnižovala, tak ho napadlo, že by mohl mít SARS. Pak teprve se přihlásil. Takže samozřejmě termické rámy mohou minimalizovat riziko, ale dají se obejít./HN: Před třemi lety vyvolala velké pozdvižení virus ptačí chřipky H5N1, která u nás nakonec žádného člověka neohrozila. Je ten virus prasečí chřipky A/H1N1 nebezpečnější než virus ptačí chřipky H5N1?/Od roku 1997 sledujeme výskyt viru ptačí chřipky H5N1 v jihovýchodní Asii a zatím tam k epidemickému šíření nedošlo. Oproti tomu v Mexiku došlo k šíření viru prasečí chřipky do lidské populace a velmi pravděpodobně tam dochází k přenosu z člověka na člověka. Nejen ze zvířete na člověka. O to se mi zdá výskyt prasečí chřipky závažnější./HN: Jak virus prasečí chřipky, tak i virus ptačí chřipky mají společné, že proti nim funguje lék Tamiflu, kterého jsme dost nakoupili při epidemii ptačí chřipky. Znamená to, že i díky epidemii ptačí chřipky před třemi lety máme dost léků i proti prasečí chřipce?/My máme dnes léky pro 20 procent obyvatel. Já jsem byl často kritizován, že jsme tu zásobu udělali. Dnes jsem ale rád, že tu zásobu Česká republika má./HN: Kdo by vlastně lék Tamiflu dostal jako první?/Buď ho budeme podávat jako lék nemocným nebo by se u profesí, které musí zabezpečit chod státu, podával preventivně. To platí typově pro profese, které zabezpečují integrovaný záchranný systém. Jako například zdravotníci, policisté nebo hasiči./HN: Česká republika nakoupila lék Tamiflu v roce 2006. Jak dlouho ještě můžeme mít lék Tamiflu ve skadech, než ho kvůli propadlé době spotřeby vyhodíme?/Ten lék má tříletou dobu spotřeby. Jeho doba spotřeby už je dnes uznána na osm let./HN: Takže bychom měli mít lék Tamiflu v našich skladech ode dneška ještě dalších zhruba pět let.../Ano./HN: Znamená to, že nebudeme muset nakupovat kvůli prasečí chřipce žádné další léky?/Zatím díky zásobám nic nakupovat nemusíme, ale musíme velmi dobře sledovat další vývoj. /-----/ - Krajská hygienická stanice/---/Helena Šebákové - na základě informací jsem poslala šéfku protiepidemického odboru -/Martinková poslala na letiště, aby ověřili, v Praze na letišti kontrola -/ověřujeme, naše letiště, zda by k něčemu mohlo dojít a máme připravenou informaci na internet - nejčastější otázky k prasečí chřipce, neví, zda něco přišlo z ministerstva /-----/zatím ne, mělo by to být koordinované s minitrova /-----/měli by si zvážit do které oblassti poletí - zvážit riziko /-----/to je složité, kte/---/vzdušná nákaza, pravděpodobnost vysoká, že se nakazí/v části Mexika -----/-----/po jedenácté hodině /-----/Martinková domluvena na 11 hodinu, kdo možnosti /mlhou se lidé chránit stejně jako proti chřipce, nechodit na místa s velkou koncentrací lidí, často mytí ruce - přenos špinavými rukama - lidé kýchají, dýchají všude, vyskytnout na površích, mýdlem teplou vodou,/pokud by onemocněli, enchoďit mezi lidi, zabírá ten lék Tamiflu v tabletách, je ještě Relenza podobný lék, ale ten je v/-----/kdybych měla zaplacený zájeltěla, ale koupila bych si s sbeou tablety, které jsou dostání v lékárně, a vyhýbala bych se místům s největším rizikem přenosu, - kde jsou koncentrace lidí přelidněné hygienu, sledovala teplotu, výskyt v případě/----/špatně nasazení, menší riziko než to podcenit,/smrtnost u těchto onemocnění je vyšší u lidí v Mexiku lidé malou imunitu - podmínky jiné než ev státech,/hygienický standard ---/ člověk by měl být disciplinovaný a hend s teplotami se objevil u oékaře,/ poud někdo byl, vrátil se a má úpříznaky, tak by neměl výjazta jít k hned k lékaři a jít hned k lékaři ---/asi nikdo v Mexiku se nebudou pohybovat v prasečích chovech/-----/očkování neexistuje - léčba se popisuje, virus účinný Tamiflu ---/-----/Prasečí chřipka zabila už přes 100 lidí/Počet obětí nového typu prasečí chřipky v Mexiku stoupá. Podle ministerstva zdravotnictví na ni pravděpodobně zemřeli už 103 lidé a přes půl druhého tisíce se nakazilo. Případy nakažení mezitím ohlásily i další země, a to nejen americké. Světová zdravotnická organizace WHO varovala, že by virus mohl zmutovat, země po celém světě zavedly první preventivní opatření./-----/informací málo, nejsme o moc lépe H5N1 - kmen ptačí chřipky,/prasečí H1N1 - jiný, mohl se možná nakombinovat - severoamerická ptačí chřipky - možný přenos z ptáků na prasata./ptačí se nepřenáší mezi lidmi, nepřenáší vzduchem,/prasečí je možný přenos mezi lidmi vzduchem/čes/----/mají stach cestovatelé , ptají se nás, co mají dělat,/ chřipka byla a bude, jestli je to nafouknutá bublina , to ukáže čas - chřipka byla, je to jiný kmen chřipky, vždycky to od zvířete začne přeskakovat na lidi,/jedna z prcních chřipek, která duělala pandemii, antigeny se postupně mění - co pět let - kmen - mutace, se objeví, organismus není imutnitně vybavená, bude se šířit, postupně se setkáme, získáme odolnost, nebude /-----/počty ---/bojíme se, že i eboly samozřejmě bojí, ale jezdí, npokud je možné ces cestě vyhnout , tak v této nevyhnul /nebál bych se, že musím, všechny cesty s rizikem/může přinést rizika /očkovací látka není, nechránil bych se./TAMIFLUMIFLU NA TO FUNGUJE - BYLA NA SKLADĚ /-----/preventivně, příznaků chřipky - postupně - fungovat jako normálně, bolesti , kloubů teplota -----/Evropská komise svolává mimofádnu schůzku kvůli prasečí chřipce/SLEDUJEME Řada zemí vyhláší preventivní opatření proti prasečí chřipce, podle agentury Reuters se schyluje k naléhavé

117

H3N2). Prasata mohou být rovn.. infikována pta.im/ch.ipkovým virem a lidskými sezonními ch.ipkovými viry stejn. jako prase.imi ch.ipkovými/viry. P.edpokládá se, .e prase.i virus H3N2 zavlekl do prase.i populace lide. N.kdy mohou/být prasata infikována více ne. jedním typem ch.ipky sou.asn., co. dovoluje gen.m z t.čto/vir. se namíchat. To m..e vest ke vzniku ch.ipkoveho viru, který obsahuje geneticky materiál z n.kolika zdroj. a nazývá se pak jako .reassortant g.virus. A.koli je prase.i virus normáln./druhov. specificky a infikuje pouze prasata, n.kdy m..e prolomit druhovou bariéru a vest/k onemocn.ni lidi./Jaky je význam pro lidské zdraví?/Epidemie a sporadické lidské infekce prase.im virem byvají hla.eny p.ile.itostn.. V.eobecn./jsou klinické p.iznaky podobné sezonní ch.ipce, ale hla.ene klinické pr.b.hy mají .iroky/rozsah od asymptomatické infekce po t..ke pneumonie vedoucí k umrti./Proto.e se klinické pr.b.hy prase.i ch.ipky u lidí podobají sezonní ch.ipce a jiným akutním/respira.ním infekcím HCD, je v.t.ina p.ipad. detekována náhodn. v [pr.b.hu](#) surveillance/sezonní ch.ipky. Lehké nebo asymptomatické p.ipady mohou uniknout pozornosti; proto/skute.ny rozsah tohoto [onemocn.ni](#) u lidí není znám./Kde se objevily lidské p.ipady?/Od zavedení Mezinárodního zdravotního .adu (2005) v roce 2007 zaznamenala WHO p.ipady/prase.i ch.ipky ze Spojených stat. a .pan.lska./Jak se m..e .lov.k nakazit?/Lide se v.t.inou nakazí prase.i ch.ipkou od naka.ených prasat, a.koli u n.kterých lidských/[onemocn.ni](#) nelze vystopovat kontakt s prasaty nebo prost.edím, ve kterém jsou prasata/chována. Mezilidský p.enos se objevuje jen za ur.itych okolností a je limitován na uzky/kontakt a uzav.ene skupiny lidí./Je [bezpe.ne](#) jíst vep.ové maso a vep.ové produkty?/Ano. Prase.i ch.ipka není p.enosná na lidi konzumací d.kladn. zpracovaného a/p.ipraveného vep.ového masa nebo jiných produkt. z prasat. Prase.i virus je ní.en teplotou/70 °C, co. odpovídá v.eobecným po.adávk.m na vep.ové i ostatní maso./Ktere zem. byly zasa.eny epidemiemi u prasat?/Prase.i ch.ipka nepat.i mezi povinn. hla.ene [onemocn.ni](#) k mezinárodním veterinárním/u.ad.m (OIE, [www.oie.int](#)), proto její mezinárodní výskyt u [zvi.at](#) není dob.e znám./Onemocn.ni je pova.ováno za endemické ve Spojených státech amerických. Je známo, .e/epidemie u prasat se vyskytly v Severní Americe, Ji ní Americe, Evrop. (UK, .vedsko, Itálie),/Afrič (Ke.a), a z Východní Asie v .in. a Japonsku./A co riziko pandemie?/Je pravd.podobné, .e v.t.ina lidí, zvl.a. ti, kte.i nemají pravidelný kontakt s prasaty, nemá/protilátky proti viru prase.i ch.ipky, které by je chránily p.ed nakazou. Pokud by se prase.i virus adaptoval na mezilidský p.enos, mohl by zp.sobit pandemií ch.ipky. Dopad pandemie,/zp.sobene tímto virem je t..ke p.edvídat: závisí na virulenci viru, existující imunit. u lidí,/zk.i.ene ochrán. protilátek získaných po prod.lane sezonní ch.ipce a faktorech hostitele./Existuje lidská vakcína proti prase.i ch.ipce?/Neexistuje vakcína, která by obsahovala prase.i virus, který nyní zp.sobil [onemocn.ni](#) u lidí./Není známo, zda poslední aktuální lidská vakcína proti sezonní ch.ipce poskytuje jakoukoli ochranu. Ch.ipkové viry se [m.ni](#) velmi rychle. Je d.le.ite vyvinout vakcínu proti aktuálním/cirkulujícím virovým kmen.m, která by poskytla ochranu o.kovaným lidem. Proto WHO/pot.ebuje zp.istupnit co nejvíce ch.ipkových kmen., aby z nich mohla vybrat odpovídající/kandidatní [vakcína.ni](#) virus./Ktere léky jsou dostupné k le.b.?/Antivirotika na sezonní ch.ipku jsou v n.kterých zemích dostupná a efektivn. chrání p.ed/onemocn.ním, p.ipadn. le.i ch.ipku. Jsou dva typy antivirotik: 1) adamantany (amantadin/a rimantadin), a 2) inhibitory ch.ipkové neuraminidazy (oseltamivir a zanamivir)./V.t.ina z doposud hla.ených p.ipad. prase.i ch.ipky skon.ila úplnou uzdravou bez/odpovídající lékař.ske pé.e a bez pou.iti antivirotik.N.ktere ch.ipkové viry získají rezistenci k antivirotik.m, co. sni.uje efektivitu/chemoprophylaxe. Viry získané z posledních lidských p.ipad. prase.i ch.ipky ve Spojených státech jsou citlivé na oseltamivir a zanamivir (tj. Tamiflu a Relenza), ale jsou odolné ./rezistentní k amantadinu a rimantadinu./Sou.asné informace nejsou dosta.ující, aby mohlo být dano [jednozna.ne](#) doporu.ení/k pou.ívání antivirotik k prevenci .i le.b. prase.i ch.ipky. Klini.ti léka.i musejí rozhodnout na/zaklad. klinických a epidemiologických zhodnocení rizik a p.inos. pro prevenci .i le.bu/pacienta. Po dobu zvy.eneho výskytu prase.i ch.ipky ve Spojených státech a Mexiku se/národním a místním u.ad.m doporu.uje u.iti oseltamiviru nebo zanamiviru v le.b. a/prevenci [onemocn.ni](#) zalo.ene na vnimavosti viru./-----/

89. D: Výsledný článek IL o prasečí chřipce: *Lidé se obávají prasečí chřipky*. Mladá fronta Dnes – Kraj Moravskoslezský, 28. 4. 2009, s. 1. (Odstavec nahrazený známkou /): Ostrava - Informace o rychlém šíření prasečí chřipky, neboli swine flu, která má v Mexiku na svědomí už přes sto mrtvých, vyvolávají obavy i u obyvatel našeho kraje./Někteří ruší plánovanou dovolenou v Mexiku, jiní zatím váhají a telefonují hygienikům nebo lékařům infekčních oddělení, aby se zeptali na rizika nákazy i prevenci a léčbu./ „Zájezdy do Mexika jsme prodávali ještě v pátek a všichni zákazníci, kteří zaplatili, odlétají. Ale včera už první dva lidé zrušili předběžnou rezervaci, kterou podali v sobotu. Přes víkend si to kvůli prasečí chřipce rozmysleli,“ líčí Kamila Běnková z ostravské pobočky cestovní agentury New Travel./I zaměstnanci cestovních kanceláří tvrdí, že lidé zatím zaplacené lety do Mexika neruší, ale noví zákazníci už se jim příliš nehrnou./„K obávám přitom není důvod. Chřipka se vyskytuje jen v Mexiku City a okolí, což je 2300 kilometrů od oblasti Yukatan, kde leží Cancún i památky navštěvované během našich poznávacích programů,“ ujišťuje pracovnice ostravské pobočky cestovní kanceláře Exim tours./Apokud se zákazník ptá na prasečí chřipku? „Odkážeme ho na hygieniky,“ vysvětluje Běnková z New Travel. Hygienici už na situaci reagují./Pokračování na str. C2/Pokračování ze str. C1 / „Zveřejnili jsme na našich webových stránkách [www.khsova.cz](#) odpovědi na nejčastější otázky týkající se prasečí chřipky,“ uvedla včera ředitelka Krajské hygienické stanice v Ostravě Helena Šebáková. /Šéfka hygieniků netají, že by se nyní vyhnula cestě do hlavního města Mexika, ale na dovolenou k moři by se tam jet nebála. „Dodržovala bych hygienická pravidla, hlavně si často myla ruce teplou vodou a mýdlem, ale na cestu bych preventivně přibalila lék Tamiflu,“ dodává./Stejně to vidí i primář infekčního oddělení Slezské nemocnice v Opavě Petr Kümpel. „Do Mexika bych jel, vzal si lék Tamiflu původně určený na ptačí chřipku, ale užil ho, až kdyby se u mě projevil typické chřipkové příznaky,“ říká./Podle něj není důvod k panice, protože chřipka tu byla, je a bude, ale na druhou stranu radí nemoc nepodceňovat. Odborníci na léčbu infekčních nemocí se totiž už deset let bojí pandemie chřipky, proti které nemá lidstvo obranné látky. „Báli jsme se, že zmutuje ptačí chřipka, ale ta se nepřenáší vzduchem z člověka na člověka. Prasečí chřipka ano, proto je nebezpečnější,“ líčí./Na výskyt nemoci už upozorňuje na svém webu i ostravské letiště. „Nemáme sice přímé spojení s rizikovou oblastí, ale pokud by se odtamtud někdo vrátil a měl příznaky chřipky, vyčleníme místnost, kde zůstane do příchodu lékaře,“ říká mluvčí letiště Michaela Kubešová.

90. P: Úspěšné opatření: Kopírka funguje jen na kód, který zná sekretářka.

91. R: IL komentuje své pracovní poznámky (Audio 9 17:20): „Tady, já jsem to třeba stáhla, ale ty z toho nepoznáš, odkud jsem to stáhla. Já to taky nepoznám. Odněkud z internetu jsem to prostě stáhla. Jestli z Novinek nebo z čeho, to tam bohužel v této chvíli není. Tady je třeba HN – hospodářky. Jenže já jsem toho stáhla víc. Ale jinak... Jak říkám, mám to trošku chaotické ty poznámky.“

92. P: 15.16 PŽ, DŠ a AS sledují v televizi přenos cyklistického závodu, žádný stres z blížící se uzávěrky není v newsroomu patrný. Komentují tělesnou konstituci jednoho z cyklistů (67 kilo a 186 cm). V: Nějaké změny ve skladbě novin? Na otvůrku bude spalovna. Jiná strana 3 – sportovní redakci se podařilo získat rozhovor s trenérem Baníku Ostrava, který v poslední době stále prohrává. DŠ: Pomalu začínají chodit texty. PŽ: „Kdo má hotovo, může jít domů.“ Fotograf informuje: Volá Peťa Kúdela (mluvčí hasičů, který zoslel informaci o pumě), že v Hranicích hoří sklad. PŽ rozhoduje, že není třeba k této události jezdit.

93. P: 15.24 Editor DŠ zasedá k počítači. Redaktorka IJ posílá text o koncertu Deep Purple. Editor je jejím fanouškem: „Teď musím opravit, co tam píše za nesmysly, protože jsem to nikdy neposlouchal,“ žertuje. (Později vypráví, že na začátku 90. let dělal na koncertě skupiny „bedňáka“ a hrál s jejími členy fotbal. V tabulce se životopisy členů skupiny nachází překlep ve jménu jednoho z nich – Ritchie lackmore (chybí B). Údaje ověřuje na české fanouškovské internetové stránce. U životopisu Blackmora nachází stejný překlep. „Tys to opisovala z těch

českých stránek?“ směje se redaktorce. IJ: „Jo.“ DŠ: „To jsou paradoxy!“ Zkopírovaný text (s opraveným překlepem) v novinách zůstává. „Gillian odešel z kapely v roce 1973? Tohle budou číst pouze fanoušci Deep Purple, kteří to všechno znají, takže to musí být přesný.“ „Já jsem si to všechno ověřovala,“ brání se IJ, ale nechce říci kde.

94. R: Pracuje tu korektorka? DŠ: Přejde večer. Později se ukazuje, že funkci korektorky po práci vykonává redaktorka DT.

95. P: DŠ: „Uděláš popisky?“ IJ: „D, ne já jsem ještě dneska neobědvala.“ Editor začíná tvořit popisky k fotografiím, informace kopíruje z fanouškovských stránek. DŠ: „Já tyhle informace náhodou vím, já si to jenom ověřuju.“

96. P: Dvě ze tří přítomných redaktorek mají na uších sluchátka, aby se mohly soustředit na práci.

97. P: Editor DŠ vysvětluje, že uzávěrka regionální přílohy je v devět hodin večer. Jen v případě mimořádných událostí se může prodloužit. „To už ale musí jít na jedničku (titulní stránku) celostátního vydání.“

98. P: DŠ a AS vybírají fotografie k článku o vernisáži malíře Špaňhela. DŠ: „Kozy tam musí být. Noviny bez koz jak kdyby nebyly.“ Fotografové nahrávají digitalizované snímky přímo do redakčního systému Hermes. Když je pak s editorem vyberou, umístí na stránku a schválí jejich případné oříznutí, editor je prostřednictvím počítačové sítě odešle ke zpracování grafikům do Prahy. Ti je vyretušují, upraví ostrost a přizpůsobí novinovému tisku.

99. P: Při výběru fotografií hraje značnou roli jejich rozměr. AS: „Tady je víc informací na stejné ploše.“

100. P: Přichází IJ, zjistila, že se jí informace sesbírání k článku o prasečí chřipce nevejdou do vymezeného prostoru. Ptá se editora, zda by jej nešlo zvětšit. „Kvůli sto mrtvým mexičanům?!“ odpovídá editor. „Hemigway! Krátit!“ instruuje o osm let starší kolegyni.

101. P: V kuárně s DŠ a IL. Pokračuje debata o prasečí chřipce. IL kouří levné cigarety, editor si je balí ručně. „Aspoň řádečku,“ pokračuje IL v přemlouvání. Editor vysvětluje, že nemůže prostor ne titulní straně zvětšit, protože „podval musí být větší než prostřední zpráva“. DŠ odchází. V: Nemůžete text odevzdat delší? IL: „Nemůžeš nechat krácení na editorovi, protože ti z toho udělá nesmysl a paskvil!“ Pak jde k počítači a ukazuje, jak rámeček na článek v systému Hermes zčervená, je-li text příliš dlouhý. IL: Je to zákon schválnosti. Když se něco děje, je spousta inzerce. Musím krátit, hledat slovíčka (přeformulovávat v textu přímé řeči).

102. P: IL se snaží přebytné informace uplatnit v centrální redakci v Praze. „Slibili, že se ozvou. Nikdo nevolá.“ Píše e-mail pražské koordinátorce, ta vzápětí volá. IL se ptá, kdo v Praze pracuje na tématu prasečí chřipky. Dozvídá se tři jména. Nabízí své informace: „Je to katastrofa, lidem budou selhávat plíce a tady je málo ventilátorů.“ Marň. Zkouší přebytky poslat na iDnes. Do předmětu e-mailu píše: „zprávička ze Slezska“.

103. P: Porada v 16.30, rozděluje se úkoly na další den. Přichází víc redaktorů než ráno: IJ, IL, MR, AS, PŽ, DT, o skříňky se opírá sportovní redaktor. PŽ: „Většinou chodí, chtějí vědět, co je čeká.“ PŽ: „Nemáme žádný otazník.“ Říká, že v případě aktuální události je možné ze strany 1 vyhodit „storku“ s fanouškem Deep Purple. Probírá témata na další den a říká, že vzhledem k množství inzerce nezbude na články moc místa. IL připomíná své téma s mechanickým stolkem na posun vodky. PŽ: Ani na trojku ani na pětku (kvůli inzerci) nedostaneme fotky. DT navrhuje článek z chystaného předvedení auta na vodík na mošnovském letišti, IL cenu za statečnost pro strážníka. Ocenění je na další den plánováno víc, probírá se nápad spojit je do jednoho článku a otevřít s ním noviny. Na redaktorech i na výzkumníkovi se projevuje únava z celodenního shonu, je čím dál těžší se soustředit, debata téká od jednoho tématu k dalšímu, není čas se nad žádným více zamýšlet. Novináři se potýkají s přetlakem informací, zároveň ale všechny diskutované články pocházejí z institucionálních zdrojů. JB se porady neúčastní, je pracovně ve Vítkově a do redakce už se nevrací. PŽ po poradě, která končí v 16.39 odjíždí domů. Říká, že krátký komentář K věci pošle mailem.

104. P: 17.19 Editor DŠ vyměňuje na titulní straně článek o fanouškovi Deep Purple za zprávu, kterou vydala ČTK, že nemocnice v Opavě dostala pokutu za nevybírání poplatků.

105. P: V televizi běží sportovní přenos, který DŠ zajímá. Říká, že až se setmí, uvidí odraz televizní obrazovky v protější okně.

106. P: 17.24 DŠ začíná redigovat článek o prasečí chřipce. Nic v něm nemění. Na druhou větu reaguje: „Já myslím, že obyvatelé našeho regionu mají prasečí chřipku absolutně na háku.“

107. P: 17.28 DŠ se začíná zajímat, kdo napíše text k fotografii malíře Špaňhela. „Toho malíře mi napíše kdo? Ty, I?“ IJ: „Já vůbec nevím, o co jde.“ DŠ volá kulturnímu redaktorovi MJ, který měl napsat článek. „Říkej mi to v datech, já to pak nějak učešu.“ „To je Pražák? Tak proč o něm píšem?“ Opravuje formulaci, že autor má expresivní styl malby. „Mít můžeš škodovku nebo kapavku.“ „Je zapojený v nějakém stylu nebo tak něco? Kurva, ty jsi kulturní redaktor, ty to máš znát!“ Zavěšuje a začíná hledat informace o malíři v databázi starších článků Newton IT. „Přece jsme o něm psali! Těmahle rukama jsem to viděl!“ Po delším pátrání zjišťuje, že má špatné křestní jméno malíře. Když ani zadání správného nepomůže, všimne si, že příjmení se píše Špaňhel a ne Španěl. Nachází kýžený text. „Divoké expresivní gesto kofrontované se zdánlivou banalitou. Co tam budu psát, ježišmarjá, takové kecý! Ale už vím, co to je sériografie.“

108. P: DŠ vstává od práce a jde k televizi podívat se na gól.

109. P: 17.38 IL se přichází poradit s DŠ, co dát na poslední zbývající „jedňák“. „Dáme tam ten oheň, nebo jsi viděl něco lepšího?“ „Klidně oheň,“ říká bez přemýšlení.

110. P: Na stole má DŠ tabák, papírky, filtry a baličku, zhruba jednou za půl hodiny si ubalí cigaretu a jde si zakouřit na chodbu.

111. P: Redaktorka MR telefonuje mluvčímu Ministerstva životního prostředí. Ten zpochybňuje informaci náměstkyně z tiskové konference, že stát dá Ostravě dotaci na spalovnu. Redaktorka znejistí. Je to hlavní článek tohoto vydání novin. Editor radí: postav to na tom sporu. „Normálně tím začni! Náměstkyně říká ano, mluvčí říká ne a máš půl stránky. Kraj jáás hurá! Ale nikdo neví, co mluví.“ IL cítí šanci: Kdyby to nevyšlo, můžeme udělat hlavní článek z mého textu o prasečí chřipce.

112. R: DŠ v kuárně říká, že v ostravské MfD pracuje od roku 2005. Nastoupil jako ekonomický redaktor, nyní zaskakuje za editora, který odešel ke konkurenci. Jeho nástupce se teprve zaučuje. Předtím pracoval jako dopisovatel serverů hokej.cz, novinky.cz, spolupracoval se PR agenturami hokejových klubů. „Večer jsem si zašel na hokej, a tak to začlo.“ Pochází z Brušperku. Každý den dojíždí vlakem, nedávno seděl ve vlaku, který se srazil s jiným vlakem a dostal se tak do celostátních zpráv. Po nárazu byli kolem zranění, ale DŠ, který měl jen naraženou nohu, hned napadlo, že musí začít pracovat. Jeho otec byl horník, děd kulak. Tvrdí, že Gottwald mu osobně zapálil stodolu. Studoval střední strojní školu, potom dva roky hutnictví na VŠB. „Když vybuchne koksovna, tak vím, co se děje.“ Je mu 38 let. Živil se jako zámečník, pojišťovák, ekonom, účetní, vedoucí velkoobchodu se sklem a porcelánem, bezpečnostní technik, dispečer kamionové dopravy. „Všude přijdu a všemu rozumím.“

- 113.** R: Zaměstnanci MfD s výjimkou PŽ a IL nemají novinářské vzdělání. JB má průmyslovku, MR a DT pedagogické vzdělání. DŠ: „Absolventi žurnalistiky z VŠB, kteří tu zkoušeli pracovat, to byla tragédie.“
- 114.** P: 17.58 Přichází e-mail od mluvčího VOKD, že firma je v insolvenčním řízení. „Ty jo, to si dělaj kozy, ne? Půl roku jsem to říkal, nikdo mi nevěřil. MR hlásí od počítače, že VOKD je v insolvenčním řízení (právě jí přišel stejný e-mail). DŠ: „O tom já nic nevím. Nechceš si to napsat?“ Přichází IL a oznamuje, že VOKD je v insolvenčním řízení. Nabízí, že dokončí článek o malíři Špaňhelovi. DŠ: „Já už to mám rozepsané. Nějak to doklepu.“ Nakonec souhlasí a předává text IL: „Já vůbec nevím, o co jde.“ IL: Najdu si v Newtonu, co psal (kulturní redaktor) MJ. Když jej dokončí, informuje editora: „Zachránila jsem tě od průseru. To jeho dílo se nejmenuje Bezniky, ale Benzinky.“ Pak jde ze zájmu zkoumat znění insolventního zákona.
- 115.** P: DŠ se začíná věnovat ověřování zprávy o VOKD. Kontroluje živnostenský rejstřík, insolvenční rejstřík, pátrá po věřitelích, volá mluvčímu VOKD. V novinách je na zprávu jen 19 řádků. V: To je dost ověřování, na tak krátkou zprávu. DŠ: „Ověřit se to musí.“
- 116.** P: 18.25 Editor dostává hlavní text strany 4 o fulneckém zámku bez střechy. V článcích mění jen stylistické drobnosti. Největší výtky autorce: titulek je o jedno písmeno delší a „teče“. Kontroluje jména a data. „Nemůžeš věřit historikovi, někteří si pletou data!“
- 117.** P: Dostává menší text o problémech s parkováním v Kopřivnici. Opět mu vadí delší titulek. Začne se hurónsky smát nad vyjádřením mluvčí radnice: „Občané mohou být klidní, o problému víme.“ Otázky klade autorce jen při psaní popisek k fotografiím. „Já jsem to ještě nečetl.“
- 118.** P: Redaktorka DT po odevzdání svých článků začíná dělat korektury. Nová korektorka se hledá, ale „kdo by to dělal za ty peníze“. Unavená po celodenní práci začíná kontrolovat sportovní stránku. Omylem mění význam, když ve větě o sportovci, který byl „nejlépe v semifinále“ opraví na „nejlepší v semifinále“. Upozorním ji na to.
- 119.** P: 18.55 DŠ dostává hlavní text vydání o spalovně. Titulek zní: Dotace spalovně? Možná. Autorka MR si není jistá vyzněním článku: „Já už to zavírám. Já dneska nemám svůj den. (...) Já už jsem měla být dvě hodiny doma.“ DŠ: „Vůbec jsem to nečetl, připadá mi to hrozné! (smích).“ MR: „Neměla jsem se s tím tak hnát na otvírák. Ale mají to všichni, Právo to taky bude mít.“ DŠ: „Já bych to postavil na střetu náměstkyně/mluvčí. Čím to začínáš?“ Text začíná informací o příslibu dotace. MR: „To je nové, to je změna, to co je na začátku.“ DŠ: „Dal bych to jako třetí odstavec. Potřebujeme dostat spor dopředu.“ MR: „Nemusíš exhibovat před kolegu (V).“ Smějí se. Text nakonec zůstává v původní podobě, editor „vyostřuje spor“. Doprovodí to divokým gestem, srazí dvě pěsti. Titulek mění na Spalovna dostane šanci. MR: „D, díky, ten titulek je hezký. Já mám dnes tvůrčí krizi.“
- 120.** P: V televizi běží přenos zápasu z MS v hokeji, DŠ čas od času vstane od práce a jde se podívat. Balí si dvě až tři cigarety za hodinu.
- 121.** P: 19.04 jsou dokončeny korektury strany 4. 19.09 DT vytahuje ze skříně láhev medoviny a všem nalévá. 19.13 IL odchází domů. 19.19 odchází MR, nabízí mně tykání stejně jako DT.
- 122.** P: 19.27 DŠ končí s redigováním. Vybírá s fotografem AS hlavní fotografii tenisty Baghdatisa na titulní stranu. DŠ: „Co to je za pána? Hvězda, nebo tajrlík?“
- 123.** P: Přichází komentář od vedoucího redakce PŽ. DŠ: „Napsal mi Žižka, že přetekl.“ Posílá mu text zpátky, aby si ho zkrátí „Zatím nechám jeho, ať se ukáže.“
- 124.** R: DŠ říká, že se redigování začal věnovat až letos na jaře, předtím psal ekonomické zprávy. Je to důsledek odchodu editora ke konkurenci. DŠ odhaduje, že mu v týdeníku Sedmička nabídli plat 35-40 tisíc. „Novinářům nabízeli nástupku 25.“
- 125.** R: Kontroluje centrální redakce v Praze hotové stránky? DŠ: To ne, ale někdy volají, že jim přetekl text, který jsme jim poslali (do celostátního vydání), ať si dáme do přílohy zbytek. Naposledy článek JB o žhářském útoku ve Vítkově. Nebo volají z tiskárny, že prohodili barevnou a černobílou stránku.
- 126.** P: 19.44 DŠ jako poslední dodělává „poutáky“ na titulní straně. Fotograf AS se ze svého místa rozčiluje (zařizuje si soukromé věci): „Ty banky jsou všechny na hovno! Dělají tam furt ti samí komunisti!“
- 127.** P: 19.46 Korektorka v textu špatně vyskoloňovala zájmeno jenž. Upozorňují ji na chybu. Po domluvě s editorem se rozhodují pro jednodušší variantu: „kteří“. DT: Nejčastější chyby jsou ve zkratkách a v používání velkých písmen. Žádné sankce se za chyby v novinách neudělují. To už by musel být velký průšvih.
- 128.** P: 20.04 Editor zanáší korektury do článku o Deep Purple. Diví se některým formulacím: Co je to anglická a americká snídane? Znáám jenom anglickou. Padesát inteligentních světél. Co to je? Trvají na hygieně... Druhý koncertem v měsíci květnu – když bude 2. května? DŠ: „J (autorka) radši odešla, než jsem to začal opravovat.“ DT: „To fakt řešit nebudu, faktické věci s redaktory. Já jsem jí to říkala.“ „Ona už to tady natahovala. Nevěděla, co tam má dát.“ DŠ: „Tak proto ona utekla!“ DT: „Tys to nečetl, než jsi mi to dával?“ DŠ: „Já jsem to akorát graficky zato. To jsou pitomosti. V rámci letošního turné už mají hudebníci za sebou několik koncertů: v únoru, v březnu a v dubnu.“ DT: „Ona není purplistka.“ DŠ: „Ale psala o tom celou stranu.“ DT: „Asi nechtěla.“ DŠ: „Neznalost zákona neomlouvá.“
- 129.** P: 20.29 Fotoreportér AS odchází domů, vede si kolo.
- 130.** P: 20.31 Editor zjišťuje problémy na straně 3 (rozhovor s trenérem Baníku a velký inzerát). Autor neměl dost textu, tak jej graficky protáhl víc, než umožňují pravidla. „Ten Jura je vůl!“
- 131.** P: 20.32 DT odevzdává poslední korekturu a spěšně odchází. „Mám pět minut na tramvaj. Ta jednička byla dobrá.“
- 132.** P: 20.33 DŠ je rozčilený, buší do stolu a křičí: „Kurva! Doprdle! Píči zajeбанý! Ještě jsem jim říkal, že čtyřku a pětku obarvíme! Že já kokot jsem se nepodíval!“ Tiskárna nesplnila pokyn, který jí zadal prostřednictvím systému Hermes a strana 5 (Deep Purple) je černobílá. Telefonuje do tiskárny: Dobrý den, potřeboval bych odemknout ostravskou čtyřku a pětku. Musí se předělat fotky. Třískne sluchátkem. „Buzeranti zkurvený! Takže všechny fotky znovu.“ Přehrabuje se v papírech, je rozrušený, balí si cigaretu. „Čtyřku obarvili, na pětku se vysrali.“
- 133.** P: 20.43 Slávie v televizi vyrovnává na 3:3, DŠ se jde podívat na gól. „Ne, dobrý, já jsem v pohodě.“ Odchází na cigaretu.
- 134.** P: Po třinácti hodinách mě stejně jako DŠ přemáhá únava, pálí mě oči, prudce se zhoršuje schopnost soustředění.
- 135.** P: Editor znovu posílá do Prahy ke zpracování fotografie Deep Purple, mění grafické prvky na stránce z barevných na černobílé. 20.57 odesílá upravenou stránku do tiskárny. „Do řiti s nimi!“ 20.59 píše „sebevražedný mail“ vedoucímu redakce, že strana 5 není barevná. 21.00 „Seru na ně. Jdeme na pivo.“ Vypíná počítač, zhasíná v celé redakci, zapíná alarm a zamyká. Jdeme na jedno pivo do nedalekého baru.

136. R: DŠ: „Od patnácti let dělám hospodu na špičkové úrovni.“ Dělat novináře v Ostravě je podle něj dobrá práce, ale býval lepší. Nemá pocit, že by se věnovali nepodstatným tématům. „Je to fabrika.“ Dobrý pocit má, když noviny odhalí nepravosti místních elit a ženou někoho k zodpovědnosti – nedávno například náměstka KDU-ČSL. Říká, že vedoucí redakce s nikým nekamarádí a nikdy žádný kritický článek nezastavil.

Den 2 (úterý 28. 4. 2009)

137. P: 9.00 Redaktoři se scházejí v redakci. Editorskou službu má editor TP. Zaučuje mladšího kolegu, který před třemi týdny přišel z Krnovského deníku. TP: „Kolegyně L zase v neděli pracovala z domova. Posílala to mailem, piča.“ To se smí? TP mávne rukou, nechce to dál komentovat. Představujeme se, TP hned nabízí tykání.

138. P: 9.15, porada vedení. JB, TP, PŽ, nový editor. Každý má před sebou blok. Pohledy zabodnuté do jejich stránek, píší si a kreslí. PŽ má připravené celé noviny, ostatní mu neodporují. PŽ se ptá JB, zda je možné udělat otvírák z kauzy Vítkov. JB: „Písmenka budou, záleží, jestli to bude dost silné.“ Na straně 5 okresní zpráva Frýdeckomístecka (DŠ). Na straně 4 fotografie z rekonstruovaného Rothschildova zámečku (IL). Strana 3 sportovní, stejně jako včera (tenisový turnaj), velký inzerát, stálá rubrika Studenti píší noviny. Strana 2: představení auta na vodík (DT). Kandidáti na stranu 1: polský konzulát pojmenuje platany na svém pozemku Lech Walesa a Václav Havel na protest proti sousední stavbě bytového komplexu. Spor s ostravským magistrátem. PŽ: „To vypadá strašně zajímavě.“ Další možnost: spojit do jednoho textu zprávu o ocenění zachránců lidských životů. „Je toho moc, přijde mi, že to všechno bude strašně ušlápnuté, utápnuté.“ Opět je málo místa a hodně inzerce. Závěr: uvidíme, s čím přijde DŠ z konzulátu.

139. P: 9.30, porada redakce. PŽ: „Proč jsme neobarvili purply?“ DŠ: „Protože jsou (v tiskárně) čuráci.“ TP říká DŠ, že nestačí barevnou stránku označit v systému Hermes, ale je nutné do tiskárny po obědě zatelefonovat a ujistit se, že o změně skutečně vědí. PŽ: „Fakt to musíme hlídat.“ JB kritizuje rozhovor s trenérem Baníku: „Myslím, že jsme to zmotali.“ TP: Je zpráva o opavské nemocnici hodná toho, že jsme ji vzali z ČTK? Přijde mi to zajímavější než spalovna. PŽ: Zpráva přišla pozdě odpoledne. „IL už neměla sílu to dodělat.“ (Zpráva vyšla v 15.39. PŽ stručně hodnotí noviny: „Otvírák je trochu trendový. Na jedné straně jde o miliardy, ale čekal jsem, že to bude výživnější. Pětka – fakt dobrý servis. Čtyřka zajímavá. Trojka zajímavá. Je dobře, že na dvojce máme Vítkov. Jednička je pestrá. Celkově máme dobré noviny.“

140. R: Editor TP jde do kuřárny (všichni editoři kouří). Má kruhy pod očima, chodí a mluví pomalu, působí unaveně. V MfD pracuje od roku 1993. Vedle toho má ještě druhé zaměstnání: dramaturg a scenárista pořadů Na stopě a Ta naše povaha česká v České televizi v Ostravě. „Pracuju dvanáct hodin denně šest dnů v týdnu.“ Vysvětluji mu dvěma větami podstatu etnografického výzkumu. „Podáš zprávu o chudém a vyčerpaném lidu?“ Pochází z Frýdku-Místku. V novinách začal pracovat hned po vojně. Vystudoval „žurnalistickou nstavbu v Hrabové“. „Platy tu stojí za hovno, jakkoliv by v MfD neměly. V roce 1997 jsme brali dvojnásobek celostátního průměru, teď s bídou průměr.“ Všichni editoři podle něj kouří, protože jsou stále ve stresu. Talentovaných novinářů je podle něj v regionu dost, ale mají problémy s disciplínou. „V deníku lidí dělají jen ze 30 procent to, co chtějí a ze 70 procent to, co se musí dělat.“

141. P: 10.34. Sháním se po starších výtiscích novin (se zprávou o pumě). Sekretářka má problémy je najít. Opět úsporná opatření: dříve se archivovaly čtyři výtisky, dnes jen jeden.

142. P: 11.20 V newsroomu vládne stejně jako včera touto dobou poklidná atmosféra. PŽ vyřídil konferenční hovor a působí dojmem, že nemá co dělat. Dává se se mnou do řeči o tom, kam vyrazit na vycházku po Ostravě. Odpovídám, že mě výzkum natolik zaměstnává, že nemám na výletu čas ani sílu, ale že se určitě vrátím jako turista.

143. P: Editoři si jsou podobní nejen tím, že všichni kouří, ale i dlouhými vousy a vlasy a jejich barvou (lehce do zrzava).

144. P: 12.00 PŽ, DŠ, MR a sportovní redaktor jsou na oběd do restaurace U křižánek. Na internetu si najdou menu a těší se na rajskou polévku a chilli con carne. Na místě zjišťují, že menu na internetu je několik týdnů staré a dávají si svíčkovou, hermelín a jiná jídla. DŠ se napůl v žertu dožaduje slevy. Servírka slíbí, že menu změní. Všichni si k obědu dávají pivo. Začínám mít pocit, jako bych patřil do party.

145. R: TP se pokouší říci, podle čeho se vybírají zprávy do novin. „Těžko se to definuje. Je to strom událostí. Záleží, co se děje. Musí to být to, co je ten den nejvýznamnější, pecka. Musí to být aktuální. Musí to mít záběr, přesah, aby to zajímalo i lidi odjinud, než kde se to stalo.“ V: Jak do toho pasují bizarní zprávy jako ta o pumě nebo o tom, že hasiči musejí čím dál častěji mladíkům z opuchlých prstů frézami sundávat prsteny z chirurgické oceli? „Málokdy je z takových zpráv otvírák, je to jen výplň. Otvírák může být třeba z policejní zprávy, že v balíku slámy zemřeli dva lidé. Nebo ze žhářského útoku ve Vítkově či ze srážky tramvaji.“ „U takové výplně není potřeba ověřovat zprávu z dalšího zdroje.“ „Jsou dny, kdy se kvůli malému počtu lidí (redaktorů) dostanou na otvírák věci, které by se tam dostat neměly.“ „V každé zprávě je možné najít hodnotu.“ „Pracují tu i lidé, kteří by tu pracovat neměli (mladí, nezkušení).“ „Všechny problémy jsou v tom, že nejsou prachy.“

146. R: TP: „Když se něco stane v Krnově nebo v Rýmařově, tak tam nepojedeme, vyřídíme to po telefonu. Dřív se jezdilo víc, třeba na dva dny na reportáž, se spacákem.“ „V roce 1993, když jsem nastupoval, nás tu bylo čtrnáct. To byly zlaté časy. Přispívali jsme na celostátní regionální dvoustranu. Teď děláme s polovinou lidí každý den šest stránek.“ „V roce 2000 přišel konec idylly s rozvojem systému regionálních příloh.“ „Teď redaktoři soustruží jednu zprávu za druhou, je to šilené. Lidi sedí u počítače, zobou z toho, co jim pošlou policajti, agentury, mluvčí, málokdy se dostanou k peckám, které jinde nejsou.“ „Když jsem tu začínal, byl jsem v extázi, že tu můžu pracovat. Byl jsem tu schopný klidně nocovat. Když dnes přijde někdo nový, většinou je na něm od začátku vidět apatie, nezáměr. Zní to jako klišé, ale mladí jsou jiní, než bývali, chybí jim nadšení, ale to asi říkají všichni. Chodí sem třeba každý pátek mladá studentka žurnalistiky. Sedne si k počítači, nic neříká. Nechám ji vydušit. Za hodinu se přijde zeptat, co má dělat... Ale novinář má přece solit nápady, možnosti, jak něco napsat.“

147. R: TP: Lidé jsou tak zahlcení tím, co se všude píše, stejné zprávy se na ně valí ze všech stran. Nikdo nemá potřebu se zajímat, reagovat. Přestaly chodit dopisy čtenářů, každý si může napsat na internetu do komentářů co chce.

148. R: TP si od novinářiny odpočinul, když se dva roky pokoušel podnikat – restaurace ve Frýdku jej však neuživila. Potom odjel na tři roky do USA, kde pracoval jako kuchař a vykonával různá pomocná povolání. Zkoušel studovat na New York Institute of Photography. Pak jeho přítelkyně otěhotněla. Vrátil se do Frýdku a do MfD, později se jim narodila ještě dvojčata. „Teď mám tři hyperaktivní děti. Všechny jsou v různých kroužcích, zpívají a tancují v dětském folklorním souboru Ostravička. Furt s tím jezdí po světě, teď se vrátily z Turecka, předtím ze Slovinska. Tak se musím otáčet.“

149. R: TP: „Mám tolik roků, že vyhasneš. Aspoň občas mám dobrý pocit, že udělám noviny, za které se nemusím stydět.“ Bere si další cigaretu, mluví pomalu, působí vyčerpaně.

150. R: TP: Mluví o novinách v USA. „Tam to vypadá jak v amerických filmech. Editor řekne: tohle je zajímavý téma, jeď tam na týden, třeba do Afriky, dá reportérovi služební kreditku a není to žádný problém. Pochybují, že tam lidi řeší existenční problémy, život od výplaty k výplatě. Tady to je vesnice, malá země, tady ty možnosti nejsou.“

151. P: DŠ odchází na recepci a tiskovou konferenci na polský konzulát ve vytahaném tričku a otrhané džínové vestě. Kolegové se mu smějí: Takhle opravdu jdeš na konzulát? Měl bys být náš módní redaktor.

152. P: Přípravuji se na závěrečný rozhovor s vedoucím redakce PŽ, procházím poznámky, na jejich základě formuluji otázky.

153. P: U editorského stolku se znovu stáčí řeč k víkendovým službám IL z domova. TP o tom nechce mluvit, pak se nechá přemluvit: „Editor je tu pak sám a musí dělat pět stránek z mailu. Upravuje, zkracuje, rozepisuje. Má tu sedět a psát.“ Ptám se, zda měl službu v neděli, kdy šla do novin zpráva o pumě. „Ne, byl tu kolega VV. Už tu nedělá.“

154. P: 13.45 DT se vrací z letiště Mošnov, kde se předvádělo auto na vodík. „Jezdí to pěkně, až třicet kilometrů, ale musí se v tom ležet. Byli tam všichni: četař, právař, Deník, Česká televize, Nova. Nevím, jestli se to dostane do celostátního vydání. Musí se rozhodnout.“

155. P: Na nástěnce nad stolem JB visí již poněkud zažloutlý pokyn „Desatero horkých novin“. Ptám se, zda je závazný. „Ano, je to závazný vnitřní redakční pokyn. Snažíme se tím řídit. Vydal ho ještě (bývalý šéfredaktor MfD Pavel) Šafr.“

156. D: Desatero horkých novin. Soubor otázek, které si pokládáme nad každým významnějším článkem. 1. Je to žhavé? Zajímá to čtenáře? Je to nové? Překvapuje to? Rozčílí to? 2. Je to aktuální? Děje se to teď? Máme to první? Žije tím společnost? Převezmou to od nás jiní? 3. Máme to na 100%? Byli jsme na místě? Mluvili jsme s lidmi? Máme všechny informace? Použili jsme různé žánry? Odpověděli jsme na všechny otázky? Jdeme dál než ostatní média – TV, rozhlas, internet? 4. Máme obrázky? Vyfotili jsme to? Jsou fotky dobré? Jde to zobrazit bez fotek? Máme grafy? Boxy? Mapky? Schémata? 5. Máme dobrý titlek? Prodali jsme to nejlíp, jak to jde? Je titlek emotivní? Naláká čtenáře? Je překvapivý? Nový? Má v sobě vtip a nadhled? Ale je taky pravdivý a přesný? 6. Je to jasné? Vysvětlili jsme, o co jde? Dovedli jsme to interpretovat? Nezastavili jsme se u pouhého popisu? Ukázali jsme, co to vlastně všechno znamená? Nebáli jsme se jasněho pojmenování? Pojmenovali jsme to přiléhavě? 7. Je to lidské? Vystupují tam lidé? Ukázali jsme hlavní hrdiny? Mají jména? A věk? Mluví v textu aktéři dění? Myslí si něco? Popisujeme, co cítí, jak se tváří, jak vypadají? 8. Je to česky? Je text srozumitelný? Nežůstaly v něm cizí výrazy? Rozumí čtenáři každému slovu? Vyházeli jsme odborný slang? Nemluví lidé příliš knižně, nepřírozně? 9. Je to živě napsané? Jsou tam reportážní prvky? Popisujeme prostředí? Má to formu příběhu? Čte se to jedním dechem? Vyprávěl bych to takhle partnerce či partnerovi? 10. Poznám, že je to pecka? Má to správné místo? Je to atraktivně zalomené? Láká mne to ke čtení? Nepřehlédnu to? Poznám na první pohled, o co běží, co je hlavní a co vedlejší? Svítí to na mne z novin?

157. P: V 15.00 se koná „strategická“ porada. Je jediná. Je jediná, kterou mi nebyl umožněn přístup. PŽ: Tam nechodí ani externisti. Byl bych radši, kdybys tam nebyl. Už dříve vyjadřuje obavy, co jsem za dva dny vyzpovídal, když mám tolik poznámek.

158. P: 14.28 V kuřárně potkávám hubeného mladíka z inzerce. Nechce se představit. Ptám se na situaci s regionální inzercí. Hlavně ji přytáhnou celostátní inzercanti: „Jeden celostátní je lepší než padesát místních pekařů a řezníků.“ Situace se zhoršuje, ale „furt jsme na tom líp než konkurence. Ale už se to blíží tomu, že budeme muset ty pekaře a řezníky začít obcházet.“ Kdo jsou tři největší regionální inzercanti? „To je obchodní tajemství.“

159. R: (Audio 10) Myslím, že kvůli diktafonu se PŽ více kontroluje, mluví obezřetně. Když přemýšlí, sepne ruce za hlavou. Co musí splňovat zpráva, aby se dostala do novin? PŽ: Musí to být zajímavé a důležité téma. Měla by být dobře otevřená. Měla by být dobře napsaná. Měla by být atraktivní, zajímavá, dostatečně vyzdrojovaná, pokud je to nějaký konflikt, nebo něco, co není nějaké klasické zpravodajství jednozdrojového typu. Respektive jednozdrojového typu bychom byli rádi, aby ty zprávy nebyly. Aby tam vždycky mluvil nějaký další zdroj, a to nejenom zdroj, který neguje první informaci, ale klidně zdroj, který ji rozvíjí.

160. R: To jsou ale ideální představy. Jak se vám daří je naplňovat? Z toho, co jsem tu viděl, se redaktori často dostávají do situací, kdy mají málo času. Například o víkendu je tu jen jeden autor na pět stránek. PŽ: Rád bych vyvrátil mylnou představu, že je tu jeden autor, který musí naplnit pět stran. Možná to tak vypadá nebo jsi z rozhovorů s kolegy nabyt ten dojem. Noviny jsou samozřejmě výrazně a významně připravené dopředu. Minimálně téma na trojce je zpravidla hotové. Anebo ho zpracovává autor, který tady sice fyzicky není, ale tu trojku dělá. Pokud se samozřejmě nestane něco aktuálního jako například ve Vítkově. Pochopitelně je udělaná strana 4. A pokud jde o stranu 5, tak ta je hotová. Když si vezmeš, že z každé té stránky nějaká část začíná na jedničce, tak v podstatě z velké části je připravena strana 1. Jestli dobře počítám, tak pro autora, který je tu o víkendu, tak z aktualit zbývá strana 2 a i tam bývá docela často připraven otvírák. Třeba se potom změní, ale je odevzdán a připraven text, který tam může být.

161. R: Takže máte pocit, že je výroba novin tak dobře zorganizovaná, že dostává-li se redaktor do velké časové tísně, je to spíš výmluva? Na jednu stranu totiž redaktori říkají, že se po nich chce, aby odevzdávali mnohem víc textů než před takovými deseti lety, na druhou, když pozorují provoz v redakci, po většinu dne tu vládne poklidná atmosféra. PŽ: Já to řeknu jinak. Jsou lidé, kteří si s časem dokážou hospodařit, takže jsou schopni odejít ve čtyři nebo v pět a mají hotovo. Neříkám, že odcházejí od rozdělané práce, nebo že tu nechají kolegy ve stychu. Jsou schopni odejít ve čtyři, protože mají hotovou práci a tou prací je mnohdy téma na straně tři začínající třeba na jedničce. Někdo s časem nehospodaří tak dobře, nebo tu práci z nějakého důvodu přesouvá do odpoledních hodin. Pak jsou samozřejmě případy, a to nechci vůbec zpochybňovat, kdy někdo zpracovává událost z podvečera a pak je logické, že tu je do večera. Vráťím se k otázce. Jo, myslím, že noviny jsou do velké míry připravené dopředu a spousta témat je jasná předem. V: Například dnes ráno v devět jste si na poradě řekli, co kde bude a od té doby se skladba zpráv nijak zásadně neměnila. Kdo připravuje plány a z čeho vychází? Používáte plány očekávaných událostí z ČTK? PŽ: S plány četky moc nepracujeme. Spíš když pak něco vydá, tak to tam dáme jako například včerejší případ z nemocnice. Ale jinak vycházíme z týdenního plánu, který máme a jednak z plánů, které posílají kolegové v průběhu dne. V: A týdenní plán připravujete na té strategické poradě, kam jste mě nepozvali? PŽ: Spíš ho skládám v průběhu čtvrtka tak, aby každý už v pátek věděl, s čím se počítá na další týden. V: Ty jsi ten hlavní plánovač, u tebe se to sbíhá? PŽ: Jo. V: Takže redaktor, když mu přijde avízo, že příští týden se koná tisková konference, ti ho přepoše a ty ho zařadíš do plánu? PŽ: Třeba tak. V: Editor se tomu nevěnuje? PŽ: Denní plán dělá editor a týdenní dělám já. Má to logiku, protože on je ten, kdo má denní výrobu na starosti a chci, aby ji předal s plánem na další den kolegovi, který přijde ráno.

162. R: Kolik je v plánu vlastních nápadů? A kolik avíz, které přicházejí od tiskových mluvčích a PR agentur? PŽ: To je samozřejmě různé. Jestli směřuješ k tomu, jestli tam těch oficiálních věcí není moc, tak někdy mi přijde, že by to spíš chtělo nějaká témata, která jsou vymyšlená – teď nemyslím, že se nestala – ale vymyšlená v tom, že vznikla analýzou nebo přemýšlením o nějaké události, než že se necháme utahat denním chodem. V: Kolik máte do týdne takových vlastních vymyšlených materiálů? PŽ: Trojková témata jsou z velké části nadčasová, vymyšlená tou analytickou formou. To ale v těchto dnech neplatí, protože je tam junior page, obludný velký inzerát.

163. R: TP, který je tady od roku 1993 vzpomínal trochu zasněně na zlatá léta, kdy tady pracovalo čtrnáct lidí, ani snad neměli celou stranu, jen přispívali na regionální dvoustranu celostátního vydání. PŽ: To je trochu vzpomínání na to, co jsem ti říkal, když jsem říkal, že tady opravdu bylo dvakrát tolik lidí. Trošku to není úplně pravda. Čtrnáct nás tu bylo v době, kdy už se dělala příloha. Čtrnáct lidí na jednu stránku, to by asi nešlo. V: Také mi to připadalo až moc luxusní. PŽ: Ale pochopitelně, to... Jako vzpomínat můžeme. To je pravda. Já na to taky docela rád vzpomínám, protože se samozřejmě ty noviny tvořily úplně jinak a mimochodem a mimo jiné se tvořily bez nějakého většího plánování, protože jsme se sešli na nějaké poradě, řekli jsme si, co kdo udělá a když někdo tři dny neřekl nic, respektive řekl, že pracuje na tom nebo na onom, tak se v podstatě nic moc nedělo, protože se ty noviny stejně vždycky naplnily.

164. R: Znamená to, že se tam dostaly jen nejlepší texty, když byl takový přetlak? PŽ: Konkurence byla větší, to rozhodně. Konkurence témat byla samozřejmě větší. Jakýsi tlak, možná bych řekl i přetlak byl samozřejmě větší. V: Byly díky tomu noviny lepší? PŽ: Byly rozhodně jiné. Byly jinak zaměřené. Dneska jsou spíš servisně vedené. V: To znamená radit lidem, jak pochopit stále složitější svět a vypořádat se se složitostmi každodenního života? PŽ: Třeba tak.

165. R: Pozoroval jsem vznik hlavního článku dnešního vydání o spalovně. Nejdřív se na tiskovce zjistilo, že dotace bude a pak mluvčí ministerstva řekl, že dotace nebude. Zavládla nejistota, jak to vlastně je. A východisko z té nejistoty bylo: pojďme to vyhrotit jako spor. Nevíme jak to je, ale napíšeme, že ministerstvo neví, co říká. Je to správný postup? PŽ: Nevím, jestli to tak úplně bylo. V: Pozoroval jsem komunikaci mezi editorem a redaktorkou a myslím, že se to dá takhle shrnout. PŽ: Mám pocit, že ten text není o tom, že bychom z toho vytvořili účelový spor. Z těch novin nemám ten pocit. Jestli editor a redaktor takhle komunikují, to je v podstatě svým způsobem dobře. Na základě nějakého dialogu se doberou k tomu, jak to udělají. Myslím, že ten text neobsahuje nějaký spor.

166. R: Nechci vytvářet dojem, že v roce 1993 byly noviny ideální. Z dnešního pohledu vypadají archaicky, je tam ohromné množství textu, často nepřilíží záživného. PŽ: To, o čem se bavíme, je na mnohahodinovou debatu, nevím, jestli u diktafonu. Je o celém vývoji české žurnalistiky. To je to, o čem se diskutuje delší dobu, i na fakultě. O tabloidizaci novin, bulvarizaci novin atd. atd. To jsou debaty, které můžeme vést. Někdo má tu hranici tady, někdo ji má někde jinde. Nemusíme být spokojeni s tím, jak noviny vypadají, jak vypadá česká žurnalistika. Otázka je, co s tím kdo z nás může dělat a co s tím kdo dělá. Nemám moc rád teoretizování - jak by a kdyby - od lidí, kteří sedí potom někde a sice jsou zvyklí na úžasné debaty a diskuse o stavu žurnalistiky, ale to je asi všechno, co v té žurnalistice dokázali. Teď to zase nechci nijak hrodit.

167. R: Zkusím se zeptat ještě na jednu konkrétní věc. Na žurnalistice se obvykle v jedné z prvních přednášek mluví o ověřování informací z vícero nezávislých zdrojů. Daří se to v praxi? A změnilo se to nějak v posledních letech? PŽ: Záleží samozřejmě na tom, jaká to je informace. Když je to opravdu spor, který opravdu hrozí tím, že... Určitě nedáme do novin informaci, která je neověřená a neproověřená z dalšího zdroje a může někomu ublížit. Nebo která vede k nějakému zásadnímu zjištění. Ale trošku se obávám, jestli se už nebudeme o tom, když dostaneme zprávu, že rychlík přejel dvě děti někde u Brna, jestli se nedostáváme k tomu, že je potřeba prověřit, jestli se to opravdu stalo. V: Samozřejmě to jde v praxi těžko. Zajímá mě kolize teorie s praxí. PŽ: Když tady někdo řekne na mítinku ODS, že ostravský primátor je lump a lhář a zloděj, tak my to prostě nenapišeme do novin. Ale zeptáme se nejdříve v čem je podstata toho sdělení a potom jdeme za primátorem a zeptáme se ho, jestli ví, že tohle o něm někdo řekl a co on na to. Tam si myslím, že je důvod prověřování informace z jiného, zpravidla nezávislého zdroje. Ale trošku se obávám, jestli fakt to už není o tom, že se bavíme o případech, kdy máme ověřovat, jestli se opravdu srazil autobus s tramvají, anebo nám policajti poslali nějakou lež. Srážku autobusu s tramvají bychom teda asi ještě prověřili. Ale myslím normální informaci, která stejně končí v nějaké krátké zprávě.

168. R: Dá se říci, že zdroje jako policie nebo hasiči mají autoritu, že jim věříte víc než jiným? A že pokud se nejedná o nějakou obrovskou událost, třeba jen o zajímavost, tak bez dalšího pátrání jejich verzi zveřejníte? PŽ: Určitě. Nedá se očekávat, že... Pokud je to informace, že se někde něco stalo, tak si myslím, že se jim dá věřit stoprocentně. Nebo téměř stoprocentně. Pochopitelně bychom byli opatrní, kdyby vydávali nějaké stanovisko, že ten a ten je vinen, ten a ten se dopustil něčeho. To není na nich, aby to řekli. Nevím, jestli si rozumíme. V: Já myslím, že jo. PŽ: Když jsou pak třeba některé investigativnější kauzy, například případ mošnovského letiště, kde jsme psali mnoho textů o tom, jak krajští úředníci vysvětlují, že se mu daří a je nastartováno k výbornému rozvoji, a my nacházíme další a další informace o tom, že to tak úplně není pravda...

169. R: Kolik vám chodí dopisů od čtenářů a co píšou? PŽ: Dopisů chodí čím dál méně. Klasických dopisů na papíře chodí úplně minimum. Mailů chodí trošku víc, ale stejně poměrně málo. Když vyzveme lidi, aby nám napsali, co si myslí o nějakém tématu, tak když nám přijde pět mailů, tak už je to docela úspěch. Když deset, tak je to naprosto výjimečné. Většinou to dáváme do novin. Máme rubriku dopisů, ale nevychází úplně často. Když nám někdo chce sdělit, že s nějakým tématem nesouhlasí, tak mu zpravidla poděkujeme za názor a pokud to není vyloženo názor, který čtenářům něco sděluje, tak to skončí tím, že mu poděkujeme.

170. R: I na základě dopisů, jak si představujete své čtenáře? PŽ: Z dopisů to moc poznat nejde. Ale z průzkumů čtenáře obecně známe. V: Je pravda, že průměrný čtenář novin stárne? PŽ: Určitě stárne, ale pořád se dá říct, že je v produktivním věku, zpravidla se středním a vysokoškolským vzděláním, oproti konkurenci je také mladší a movitější. V: To je to, co říká MfD inzerentům. A v Ostravě se tento profil nijak neliší? PŽ: Myslím že ne. Poznám to i z reakcí mých známých a mého okolí. Samozřejmě se v tom městě pohybuju a poměrně vím, kdo ty noviny čte z mých známých a kámošů. Celkem to zapadá do toho, co vychází z průzkumů čtenosti.

171. R: Jak moc vám do novin zasahuje pražská centrála? Jak často se setkáváte, co po vás chtějí, co vám vyčítají, za co vás chválí? PŽ: Zhruba jednou za čtrnáct dní máme v Praze porady se zástupcem šéfredaktora pro regiony, zpravidla tam rozebíráme dobře zpracovaná témata. V: Co se mu u vás naposledy líbilo? PŽ: (Nemůžu si vzpomenout.) Řeknu na rovinu, že teď jsme tu poradou chvilku neměli. Ale zpravidla, pokud to téma uděláme dobře, jednak obsahově a jednak graficky, tak si tam o tom povídáme. A občas přichází nějaký hovor, když uděláme něco blbě. A občas přijde takové hodnocení všech regionů, které přijde mailem. V: Zajímá mě nějaký konkrétní příklad. PŽ: V poslední době jsme docela dobře udělali rozhovor s bývalým hejtmánem Tošenovským. Pro místní lidi to bylo zajímavé. A také srážku tramvají nebo srážku dvou vlaků u Paskova, kde jsme měli štěstí, protože v tom vlaku seděl DŠ. V: A nějaký průšvih? PŽ: Člověče, já si fakt nevzpomenu. A to ne, že bych ti to nechtěl říct. Fakt si nevybavuju. (Je 14. 59, rozhovor je přerušen kvůli „strategické poradě“.)

172. P: Fotograf AS se vrací z polského konzulátu. Stežuje si na redaktorku českého rozhlasu, která mu překází na záběrech s velkým mikrofonem. „Jedna kráva tam vlezte a celá práce je na kokot! Fakt piča pičoidní, pitka z Českého rozhlasu s mikrofonem velkým jak kopačák z Euro 96!“

173. R: (Audio 10) Jak vidíš budoucnost regionálních novin? Nepřeválčují vás hyperlokální internetová média? PŽ: To, že lidi budou ještě více hledat informace na internetu, to je asi pravda, to je fakt. Budou tam hledat čím dál víc i regionální zprávy. Dnes je situace taková, že regionální servery nejsou tak silné. Lidé na webu nacházejí spíš celostátní informace. V: A ty velké servery jsou všechny hodně podobné.

Vlastně jen závodí o minuty, kdo to bude mít dřív. PŽ: Tak, přesně tak. Ale myslím si, že se to přesune do regionů. Myslím, že bude poměrně dost lidí, kterým budou i dál vyhovovat tištěné noviny víc. Otázka je, jak se na jednu stranu přizpůsobí rychlému způsobu sdělování a přijímání informace, ke kterému je mladší generace čím dál více vedena. V: Jak se tomu noviny mohou přizpůsobit? Budou psát ještě kratší zprávy? PŽ: Anebo naopak se vůči tomu vyhraní. Budou přinášet informace, které budou víc do hloubky zpracované, trochu analytičtější a nebudou vznikat právě pod tlakem toho, co jsi popsal, aby se na tom serveru objevily o minutu dřív, než ji budou mít ostatní. V: Pokud se budou dál přizpůsobovat, je ještě kam jít? To by znamenalo ještě větší útržkovitost, stručnost. Myslíš, že skutečně platí, že nikdo nemá chuť číst delší texty? PŽ: Může to být jedna z cest, jak se tomu přizpůsobit.

174. R: Je pravda, že z českých deníků kladete asi největší důraz na fotografie a na grafiku. To je také cesta vycházení vstříc „videoklipové generaci“? PŽ: To není tak úplně přizpůsobování se. Tak to bylo v našich novinách dlouhodobě. To jsme ještě o internetu ani neslyšeli. Ty noviny se vždycky snažily mít fotografii dobrou. A to jak co se týká jejího obsahu, tak prostoru, který dostala. Ale pochopitelně do toho přichází dnešní trend, který v podstatě zapadá do toho, co popisuješ. (Zvoní telefon.)

175. R: (Audio 11) PŽ: Musíme si uvědomit, že naši čtenáři nesledují zprávy tak intenzivně jako my. Novináři na to často zapomínají. Musíme si uvědomit, že žijeme v trochu jiném světě než příjemci našich informací. To je spíš ta práce, uvědomit si, jestli ta informace je nějak zajímavá nebo důležitá, kterou můžeme vypustit.

176. R: Takže pravidla výběru zpráv nelze zformulovat do několika bodů, ale je to otázka delší zkušenosti, nějakého instinktu? PŽ: Docela často se o tom bavíme na poradách. Někdo přijde s tématem, tvrdí, že to musí být v novinách a že to je bomba. A já mu řeknu: mně to jako bomba nepřijde, protože to fakt zajímá tebe, protože ses teď vrátil z nějaké tiskovky, ale pro normální lidi to má absolutně nulovou informační hodnotu.

177. R: Jak odpočíváš po práci? Máš nějaké postupy „duševní hygieny“, které zaručí, že neodtrhneš od těch – jak říkáš – normálních lidí? PŽ: Já jsem zrovna před chvílí odpovídal na nějakou anketu, kde se studenti ekonomické žurnalistiky ptali na něco podobného. Odpovídal jsem jim, že člověk musí mít nějakého koníčka nebo něco, kde se věnuje něčemu úplně jinému. Když jsem šel do Prahy před těmi dneska už vlastně devíti lety, tak jsem pocítoval strašnou potřebu změny právě proto, že jsem si uvědomil, že se scházím neustále se stejnou skupinou lidí tady v redakci, s číšníkem, s pánem z parkoviště a s manželkou. Zjistil jsem, že najednou je svět strašně uzavřený. V: Před tím jsi utíkal do Prahy, nebo z Prahy? PŽ: Před tím jsem utekl do Prahy, protože jsem najednou pocítoval, že se potřebuju bavit s více lidmi. Sice to bylo do novin, ale bylo to do daleko většího baráku a celkem to bylo dobrý rozhodnutí. V: A teď? PŽ: Teď to řeším hodně tím, že se snažím sportovat a věnuju se baráku a tak. Snažím se opravdu mozek vypnout a přemýšlet nad úplně jinými věcmi, což bych ještě před pár lety vůbec netušil, že mě bude zajímat, jestli nasadím takový keř, nebo jiný... V: Zahrádkaření, to znám, také už to na mě pomalu přichází. PŽ: Není to zahrádkaření toho typu, že bych měl někde papírky a rajčátka a tak, i když to možná přijde, ale spíš to, že se opravdu potřebuju věnovat nějaké jiné činnosti než je pořád přemýšlení o těch informacích a o tom, co kdo řekl a tak.

178. R: Jaké je tvé rodinné zázemí? Měl jsi novinařinu v rodině? PŽ: Ne, vůbec ne. Ba dokonce když jsem přišel s tím, že půjdu studovat žurnalistiku, tak otec řekl, že jsem se úplně zbláznil, protože on je stavař a pro něj všechno, co má smysl, jsou domy a něco co má trvalou hodnotu, což noviny rozhodně nejsou. V: Taky ji mohou mít, třeba důvěru čtenářů. PŽ: No. Takže on se docela podívoval. Ale já jsem se k novinám dostal spíš přes fotografii, protože jsem hodně fotil a pak jsem začal s fotkami chodit do redakcí a pak jsem se dostal až do redakce MfD, potom na žurnalistiku. V: Co dělá manželka? PŽ: Dělá na krajské hygieně. V: Takže máš informace o prasečí chřipce z první ruky? PŽ: Až tak úplně ne, protože tam je tolik různých odborů, je to tak velká instituce, že ... Ona dělá školní jídelny. Takže třeba když se jí vyzpovídám, do které hospody chodit a kam ne, tak neví, protože dělá něco úplně jiného. V: Máte děti? PŽ: Ne. V: To je možná jeden z důvodů, proč se tak věnuješ té práci. PŽ: Možná jo, no. V: IL říkala, že v roce 1993 při práci vychovávala dvě děti a vystudovala vysokou školu, ale že teď už by to nešlo, protože tenkrát bylo možné odejít z redakce ve tři hodiny odpoledne. PŽ: Co se týká nějakých koníčků, nebo toho relaxu, tak je fakt, že ještě před deseti lety to bylo vidět i tady v této redakci, že koníček lidí v této redakci byla ta redakce. My jsme se odtud sebrali, šli jsme do hospody a tam jsme se zase bavili o těch novinách, samozřejmě, a o tom všem. Věčně jsme byli u někoho na nějaké chalupě a bylo to moc krásné období. V: Čím to bylo? PŽ: Myslím, že to byl jednak odraz celé společnosti, byla více v rauši než dneska. Měli jsme pocit, že tak jak všichni budujeme něco nového, tak my budujeme novou redakci a fakt to jako bylo dobrý. Byli jsme mladší, neměli jsme rodiny, kolegové, kteří měli děti, byli třeba rádi, že od nich utečou do nějakého klidu.

179. R: Dá se říci, že novináři netráví tak jako dnes celou pracovní dobu u počítače a telefonu, ale opravdu se se svými zdroji setkával tvář v tvář? PŽ: Je to možné. Na druhou stranu si myslím, že to, co popisuješ, je problém těch centrálních redakcí, kde si myslím, že telefon a internet je hlavním zdrojem informací. Daleko víc než tady. Tady se přece jenom musí pořád vyjet na to místo, protože z toho Vítkova to nedostaneš nijak jinak, než že tam jedeš si s těmi lidmi povídat. Noviny navíc nejsou postavené až tak na nějakých textech, které vytáhneš někde z četky a tam zaslechneš někde něco v televizi. Čili myslím, že toto ještě v těch krajských redakcích funguje trochu víc, přímý kontakt se zdroji. Vem si klasický příklad – kdy jsi četl nějakou anketu v celostátním vydání – teď myslím anketu s normálními lidmi. My máme ankety poměrně často, kdy se opravdu sebereme a jdeme se ptát lidí, co si myslí na to a na to téma. V: Je pravda, že když jsem před dvanácti lety začínal pracovat v Lidových novinách, jeden z prvních úkolů také byla anketa v ulicích. Pak ale přišla strategie, že ankety je lepší dělat se „známými tvářemi“. PŽ: To je jenom příklad, který svědčí o tom, že ti lidé jsou pořád ještě schopní se sebrat, vzít diktafon a jít do terénu.

180. R: PŽ: Bavili jsme se o tom i s některými kolegy, kteří už tady nejsou. Po té době, kdy jsme spolu trávili volný čas, víkendy a tak, tak pak přišlo nějaké období, kdy jsme si logicky každý budovali své rodiny, kontakty, svůj život a většina z nás má nějakého koníčka.

181. R: PŽ: Třeba jsem řešil s kolegou, který už tady není, když prožíval období depresí. Bylo vidět, že je přepracovaný, v útlumu, pak se trochu vzpamatoval, ale po krátké době se zase dostal do nějakého tlaku. Byl to jeden z těch, kteří tady seděli od rána do večera. Ale ne proto, že bychom na něm dřepěli a chtěli po něm, ať pořád píše. Já jsem mu říkal: ty nemáš žádného koníčka. A proto nemáš v podstatě kam jít. Nemáš důvod se sebrat a odjet odsud pryč. Sedíš tady, jsi pořád na internetu a v podstatě už neděláš nic pro ty noviny. Ale jsi v té redakci. Jednou mi řekl: Já jsem tady od rána do večera. Já jsem říkal: Ano, pak máš pocit, že tady trávíš vlastně celý den, ale to po tobě nikdo nechce. Jseš tu, protože tě to tady baví, protože je tady teplo, máš tu televizi, internet. V: To byla možná trochu otrava informacemi. Jak to dopadlo? PŽ: Dneska už není součástí naší redakce, ale odešel do jiné krajské redakce. Potřeboval prostě změnu. V: Jsi trochu jako ten filmový psychiatr, který sedí v ordinaci, loupe pomeranč a každému pacientovi radí: Najděte si nějakého koníčka. PŽ: Někdy si připadám trochu jako psychiatr. Nebo psycholog.

182. R: Souhlasíš s PT v tom, že sem z nějakého důvodu mladí lidé chodí bez nějakého většího zápalu a nadšení? Uváděl příklad dívky, která chodí jen v pátek, sedí hodinu u počítače, pak se přijde zeptat, co má dělat. PŽ: Jo, to je úplná tragédie. Když se podaří najít někoho, jako je třeba MR, tak z toho máš strašnou radost. Když se to podaří, tak to znamená, že tudy prošlo deset nebo patnáct lidí, kteří se tu objeví – ani

v podstatě nevím proč. Protože se ukáže, že o tu práci ani nijak moc nemají zájem. Ta holčina, o které ti Tomáš říkal, to je jedna ze stážistek ekonomické žurnalistiky Vysoké školy báňské. Moc tomu nerozumím. Nevím, jestli o ten obor má vůbec zájem. Několikrát jsem jí říkal, že pokud si se mnou chce sednout a popovídat si, co ji zajímá, ať to klidně udělá. Ona neprojevila nejmenší touhu po tom. V: Musí sem povinně, aby splnila studijní povinnosti? PŽ: Asi. Mají nějakou stáž. Loni ještě chodily čtyři, z nich byly tak dvě jako že ještě psaly něco. Dvě si tu stáž tak nějak odbyly. Po té zkušenosti jsem už říkal, že nejsme schopni tu čtyři uživit, že to pro nás nemá smysl. Tomu člověku se musíš trochu věnovat. V: Nejsou placené? PŽ: Ne. Když jim něco vycházelo, tak jsem jim i zaplatil nějakou kačku na honorářích. Jsou to studenti a pokud nějaké peníze jsou, tak proč jim něco nezaplatit. A protože tomu člověku se musíš věnovat a něco říkáš jendomu, druhý den přijde další, říkáš to druhému, pak třetímu, čtvrtému, tak to už je normálně psycho. Nevím, co jsem říkal jedné, co mám říct druhé. Tak jsem říkal jo, bereme stážistku, ale jednu.

183. R: Dneska tu byla na pohovoru nějaká slečna. Vypadá použitelně? PŽ: Chceme ji vyzkoušet. Nevím do jaké míry je to odrazem celé společnosti, že nadšených mladých lidí je málo. Mám pocit, že to je asi ve všech oborech. Nemyslím si, že by to se žurnalistikou bylo horší. Navíc si ale myslím, že jak se média tlačí ze všech stran a útočí na nás, tak mám pocit, že všechny ty, většinou holky, mají pocit, že jsou všechny Lucie Borhová a žurnalistika pro ně znamená čtení nějakých zpráv někde v televizi a že je všichni uvidí, jak někde sedí a mluví k nim v obýváku z televize. V: Takže je víc přitahuje vidina slávy, než seberealizace skrz psaní. PŽ: Asi, myslím, že ano. My, kteří jsme zažili dobu, kdy se, teď to bude znít jako fráze, rodila demokracie, tak si myslím, že jsme zažili zlatou éru novodobé české žurnalistiky.

184. R: To bylo sice nadšenectví, ale na druhou stranu často dost amatérské. PŽ: Možná jo. Ale ... Třeba si pamatuju dobu, kdy přišel z emigrace Karel Hvíždala a spolu s Ondřejem Neffem jsme se opravdu bavili o těch novinách. Bavili jsme se o zprávách, o tom, jak má zpráva vypadat. A vůbec nemám pocit, že by to bylo nějak amatérské. Navíc Mladá fronta, ať si říká kdo chce co chce, nebyla amatérská ani kdysi.

185. R: A teď se tedy o smyslu zpráv a celé té práce bavíte méně, je to spíš denní provoz, mašinerie, není na to čas? PŽ: Když vidíš ten sál vedle, tak si myslím, že se tam o těch novinách pořád ještě docela baví. JB je poměrně silná osobnost, která má velký vliv na mladé kolegy jako je MR nebo DT. Myslím si, že to je docela dobrý.

186. R: Viděl jsem na nástěnce Desatero horkých novin. Tím se řídíte? PŽ: To je celoredakční dokument. To je poměrně interní záležitost. V: Není to vynález ještě Pavla Šafra? Ten o horkých novinách často mluvil, známá je jeho historka o slepé trafikantce... PŽ: Je. Ano, to známe.

187. R: PŽ: Třeba když jsem byl v devadesátých letech na stáži v Düsseldorfu u našeho vydavatele, tak jsme se tam bavili o tom, jak dělají noviny oni a jak je děláme my. Oni nám úplně záviděli. Říkali: To není možné. Vy opravdu píšete o tom, co řekl prezident a co řekl premiér? A vy to jako analyzujete? Byli úplně nadšení z naší porevoluční žurnalistiky. Že někoho zajímá politika a že se v té politice něco děje. Říkali: pro nás je v podstatě největší akce, když tu někdo nahlásí bombu před obchodním domem. Jedeme tam, fotíme a to je ta žurnalistika. Ale to jsme měli naposledy před půl rokem. Jinak je to takový ten provoz, až teda normální rutina. V: Na druhou stranu, pokud já vím, noviny v západní Evropě a v USA málo referují o tom, co který politik řekl, ale zase mají zkušené novináře, kteří to umějí vysvětlit, interpretovat, pěstují se tam delší, esejistické žánry... U nás převládají rychlé zprávy.

188. R: Co vystudovala MR? PŽ: Ostravskou univerzitu, mám pocit, že jako obor češtinu, pedagogiku. DT taky. V: Viděl jsem, že zároveň ještě po práci dělá korektury. PŽ: S tím samozřejmě budeme muset skončit, ale nejdříve musíme někoho najít.

189. R: Mám teď trochu dilema, ale rád bych ti trochu přesněji řekl, jaký byl přesný účel pozorování, jestli tě to zajímá. PŽ: Samozřejmě. V: Píšu o tom, jak se dostávají do novin takzvané současné pověsti, historky, které kolují mezi lidmi. Zkoumá je folkloristika. Dostávají se do všech médií, do televizi, do rádia. (PŽ zvažní, přestane se usmívat, odkašlává.) Účelem pozorování bylo popsat chod redakce, která současnou pověst zveřejnila, jaké používá zdroje informací, jak je ověřuje, jak se pracuje s internetem. Konkrétně to byla ta zpráva o pumě, o níž jsme už včera mluvili. Snažil jsem se objevit zákonitosti, které mohou ke zveřejnění takové zprávy přispět. Nemohl jsem to říkat od začátku úplně konkrétně, to je součást té metody, poněvadž by to ovlivnilo výsledky. Doufám, že se nezlobíš. PŽ: A ty jsi tu pumu vypustil? V: Ne, to by myslím nebylo etické. Je to věc, která se objevuje periodicky po celém světě. Nikdy ji nikdo nedopadl, je to velké mysterium. PŽ: Čili ty jsi zkoumal, jestli máme dostatek obranných mechanismů? V: Také. Teď, když jsem se přiznal, chceš k tomu ještě něco říct? PŽ: Samozřejmě, pojďme se o to pobavit. To je docela... Já si jenom odskočím. (Na pět minut odchází.)

190. R (Audio 12): PŽ: Sami jsme se tu zprávě o pumě smáli. Snažil jsem se v té glose zachovat od té informace trochu odstup. Jednak vím, že se puma jednou za čas objeví a nikdy ji nikdo neviděl, ale všichni o ní mohutně píšou. A protože máme chalupu na Valašsku, tak to můžu srovnávat. V: Tam se před několika málo lety také objevila puma. PŽ: Právě. Já jsem si tam koupil místní noviny Jalovec a tam vyloženě mluvili lidé: Minulý týden jsem ji viděl, jak šla kolem Voznice. A takhle. Dokonce jednou tam měli rozmazanou fotku. Něco podobného jako když ukazují v televizi UFO, jak ho někdo někde vyfotil. Podobně vypadala fotka pumy. Říkal jsem manželce: hele, to může být sousedův kocour, anebo to může být taky náš pes. V: Tak to přesně je. Většinou se někdo obrátí na policii, že viděl nebezpečnou šelmu, policie se bojí, že když nic neudělá, bude mít průšvih. A tak vydá varování. Pak se toho většinou chytí nějaké lokální médium a pak se to šíří do celostátních médií. U nás to většinou vyšumí, ale v Holandsku tím žili třeba půl roku. Přitom je to hloupost. Puma uprchlá ze zajetí by pravděpodobně v tomto prostředí během několika dnů uhynula. Na druhou stranu, nějaká šelma roztrhala ovce, pokud to není pojišťovací podvod. Je to záhada. PŽ: Třeba tady na Valašsku, co se týká roztrhaných ovcí, je to opravdu spíš vlk. Ochránáři říkají, že se tady vyskytuje. Ale to nesouvisí s tím, že někdo někdy viděl pumu. To je docela práce.

191. R: Proč zrovna takováhle věc se dostane i do celostátního vydání? Byla neděle, bylo toho málo? PŽ: Ani nevím, že to tam vyšlo. V: Případá mi, že není jednoduché se pro regiony do celostátního vydání prosadit. IL se včera marně snažila jim tam nabízet, co zjistila o prasečí chřipce... PŽ: To bylo částečně proto, že zjistila z velké části to, co už bylo ten den v novinách. Dokonce si myslím, že zdroj, který to řekl IL, to věděl, protože už ta informace běžela.

192. R: Myslíš, že je víc takových historek, které kolují mezi lidmi a dostávají se do médií? Svěho času byly třeba únosy dětí z obchodního domu IKEA. Hodně oblíbené jsou nechutné ingredience v rychlém občerstvení. PŽ: Kočičí zub někde v nějaké čínské restauraci.

193. R: Věříš novinám, že co píší, je pravda? PŽ: Především si myslím, že noviny.. Že když potom třeba člověk přijede na tu chalupu, tak zjistí, že ti lidé žijí úplně v jiném světě, než je svět médií. A to jak toho bulváru, tak toho seriózního. Když se na té chalupě zeptáš, jestli vědí, že Iveta Bartošová ukázala kozy a vyhrála TýTý, tak to nevědí úplně stejně tak jako nevědí, že Fischer nominoval první ministryni do své vlády (smích). Protože ani jedna z těch informací pro ně není důležitá. To možná ještě ty kozy řešíme my ve městě. Ale na vesnici to nikoho nezajímá. A Fischera neřeší už vůbec nikdo, ani ve městě. Z toho pohledu si myslím, že noviny melou furt dokola jedno a to samé. Ale jestli jim věřím, nebo nevěřím. Asi by bylo divné, kdybych řekl, že jim nevěřím. Když je informace typu, že někdo něco řekl, nebo se něco významného událo, tak se dá s velkou pravděpodobností čekat, že se to stalo. V: Vždycky je to ale nějaká nová realita, protože není možné

přesně reprodukovat všechno, co řekl se všemi podrobnostmi a souvislostmi. PŽ: Samozřejmě, ale, a to věřím že neděláme, není možné přepsat smysl toho sdělení. Když píšeme o tom, že ve Vítkově vyhořela romská rodina, tak bych řekl, že se to asi stalo. Teď jestli to bylo tak, že tam někdo hodil zápalnou lahev, jestli to byl rasistický čin, nebo nějaká nasranost... přestože bude nepochybně devadesát procent z médií směřovat k tomu, že to určitě je extremismus, tak pořád to tak ještě nemusí být. A to, že tlak médií je velký, to asi je pravda. Teď je ještě otázka, jak velký je ten tlak na nás novináře. A jak velký je na ty ostatní lidi. Já to vidím fakt doma, nebo u svých kámošů a příbuzných, kdy máš pocit, že je nějaká informace, o které musí vědět a oni to prostě nevědí a vůbec jim to nechybí.

194. R: Teď nevím, jestli se mám přiznat i ostatním. Koupil bych jim nějakou flašku, ale nevím jakou. PŽ: Flaška je potěší určitě. Za chvíli budeme mít poradu v půl. Tam všichni budou.

195. R: PŽ: A k čemu jsi tedy dospěl? **V:** Musím si vzít nasbíraný materiál a pokusit se ho analyzovat. Práce redaktora se zrychlila, je zatížený daleko větším množstvím informací než dřív, tím pádem je těžké poznat, co je důležité a co je pravda. IL mi to včera říkala hezky. Ptal jsem se jí taky na pumu a ona odpověděla: No jo, ale včera zase byla zpráva, že paní nabourala autem do losa. Ten tady taky nežije. A byla to pravda. Nechci to nijak hodnotit, chci to líp pochopit. Každopádně moc děkuji za vlídné přijetí. A že jsi mě po tom přiznání nevykázal z redakce. Snad to nebyla tak velká bouda. Od začátku jsem říkal pravdu, jen ne úplně přesně a konkrétně. PŽ: Já v tom nevidím žádný problém. Úplně v pohodě.

196. Přiznáním se mi výrazně ulevilo. P: Zaučujícímu se editorovi také říkám, že důvodem pozorování byla zpráva o pumě. Vzpomíná si na ni. „To jsem dělal ještě v Krnovském deníku. Byla to blbost, dělali jsme si z toho prču, ale mělo to velký ohlas. Vzpomínám si, jak jsem ještě z YouTube stahoval video a dával ho na náš web.“

197. P: Redakční porada v 16.30. Obsah novin na další den je z větší části jasný. IL navrhuje zprávu o lékárně, která má problémy s poplatky. PŽ: „Ta lékárna je virtuálka, ta obec tím nežije.“ Místo toho navrhuje servisní informaci o kamnech. Bude podle něj před prodlouženým víkendem zajímat spoustu lidí, kteří se chystají na chaty.

198. P: JB odchází, na rozloučenou pevně tiskne ruku. PŽ píše do bloku na pozorovacím stanovišti vzkaz: Ahoj, měj se a ať ti ta diplomka dobře dopadne. Ještě ho potkávám v 17.05 na chodbě v pestrobarevném cyklistickém oblečku, znovu se osobně loučíme.

199. R: 17.10 Jdu IL ukázat vydání novin s pumou, přiznávám se, že jsem se zajímal hlavně o ni. Ptám se, jestli při psaní zprávy vycházela ještě z jiných zdrojů než z tiskové zprávy. Prohlíží si noviny a tiskovou zprávu, čte si, při tom brouká. „Ano, tak to jsem vycházela z tiskové zprávy. Normálně se ještě volá, ověřuje se to, ale tohle za to nestálo. Čhtěli jsme jen čtenáře varovat, že tam ta puma může být.“

200. R: Zná se IL s mluvčím hasičů Kúdelou osobně? Tykají si? „Ano, samozřejmě, několik let tu pracoval. Dělal rubriku Ostrava, od něj jsem ji přebírala.“

201. P: 17.29. Zaučující se editor začíná redigovat na titulní straně text o zrekonstruovaném Rothschildově zámečku. Několik minut na něj kouká, ale nezmění ani čárku. „Nejdřív si to přečtu, pak se k tomu vrátím.“ „S tím se nic moc dělat nemusí.“ „TP říkal, že u zdejších autorů s tím není problém.“ Za „100 milionů“ dopisuje „korun“. „Korun“ maže, znovu dopisuje. Jde se zeptat autorky, zda se společnost, které zámeček patří, skutečně jmenuje jen Vítkovice. „Tak je to Vítkovice, a.s.“ vrací se po chvíli. Hledá společnost na Seznam.cz. Drobně mění některé formulace. Například „... působí bizarně až nepatřičně“ na „bizrně až nepatřičně, tak působí...“ Není si jistý, vadí mu, že je pozorují při práci.

202. P: TP se s druhým fotoreportérem baví o nízkých platech. Uvažují o nelegálním dovozu aut z Polska. Na otázku, zda to myslí vážně, odpovídají žertem: „Rozhodně jsou za to lepší prachy než tady.“

203. P: Zaučující se editor dlouhé minuty přemýšlí nad titulkem, na obrazovce v prázdném políčku bliká černý kurzor. Přichází autorka. Editor: Titulek je slabý, nicneříkající. „Tak tam dej zámek zdobí Husák a Grobačov.“ Editor chvíli přemýšlí, potom píše: Ze stěn zámku zírají Husák i Gorbačov.

204. P: DŠ se vrací z polského konzulátu. Hlásí, že v sobě má osm volek. „Konzul mi říkal: Kurva, D, napiš to nějak dobře. Bohužel jsem si to nenahrál.“ TP: „Já chci taky!“ Editor už má na straně jedna fotografii ze křtu platanů na konzulátu. Ptá se autora, kdo je na snímku. „Tohle je nějaký čípek ze Solidarity a tamtoho vůbec neznám, to je nějaký abstinent. Postav to na těch dvou a na tyhle se vyser!“ Druhý den v novinách vychází chyba: v popisku se píše, že Poláci platan pojmenovali po Václavu Klausovi místo po Václavu Havlovi.

205. P: 17.55 Na chvíli je PT v místnosti sám. Telefonuje manželce, mluví tiše, ptá se, jak se mají děti. Když slyší na chodbě blížící se hlasy, rychle končí. „Ještě zavolám, čau.“

206. P: 18.10 MR odchází domů, loučí se a přeje hodně štěstí.

207. P: 18.51 DŠ: „Koukám, že L už popsala všechna volná okna. Nemám kam přetáhnout otvírák.“ „Všimnul sis, že zamítli insolvenční řízení na VOKD?“ ptá se editora v návaznosti na článek, kterému se včera věnoval. Informace se však v novinách neobjeví. „Noviny jsou živoucí organismus.“

208. P: 19.28 Všechno jde podle plánu, chybí již jen strany 1 a 3. TP v kuřárně: „Vždycky to jde hladce, když jsem tu já.“ **V:** Chtěl bys jít dělat do větších novin? „Tady žádné větší nejsou. A celá rodina je tu k něčemu přiškvařená.“ **V:** Baví tě to ještě někdy? „Ale jo, když se něco děje. V regionech se pořád něco děje (sarkasmus).“

209. P: Cítím k „dělníkům pera“ značné sympatie. Přemýšlím, jak se rozloučit. Kupuji ve večerce lahev ginu a tonic, všem přítomným nalévám a děkuji, že mě mezi sebe pustili.

210. P: 19.42 Strana 3 odchází do tiskárny.

211. P: 19.58 DŠ odevzdává poslední text – o stromech na konzulátu. TP: „Ten titulek, nevím člověče, jestli je úplně ideální.“ DŠ: „Titulek je úplně dokonlej.“ Konzulát hlídají Václav a Lech, zní. A v zítřejším vydání novin je to skutečně titulek hlavního textu.

212. P: DŠ odpovídá po psaní, sleduje v televizi dokument o japonských válečných lodích. V kuřárně: „Nejlépe píšu po čtyřech pivech. To jsem zjistil, když jsem psal o hokeji ve Vítkovicích. Motal jsem do toho řeckou mytologii a historii. Bylo to výborný. Jednou jsem psal po osmi pivech a to bylo hustý. Dopsal jsem, odeslal a spadla mi hlava na klávesnici. Po dvou hodinách jsem se probudil a zjistil, že je to bez jediné chyby.“

213. P: 20.21 TP se zvedá od počítače, bere klíče, zhasíná, odchází šouravým krokem. Loučí se pevným stiskem ruky. Editoruje asi od roku 2001, kdy se vrátil z USA. Děti má asi ve druhé třídě, informuje DŠ. DŠ: „Tomáš je takový salámista.“

214. P: DŠ studuje tiskovou zprávu o hospodářských výsledcích ocelářské firmy. Cash flow se zvýšilo o 52 procent, EBITDA stoupla. Připravuje se na zítřek. „Budu taky muset udělat dvojku, bo bylo (výročí) osvobození Ostravy, tak budu muset napsat, jak přijela ta slavná sovětská armáda a okradla a ošukala půl okolí, u nás v Brušperku znásilnili dvě baby.“

215. 20.40 DŠ odchází, zamyká redakci. Na ulici si zapluje další cigaretu a odchází do tmy.

216. D: Tisková zpráva Hasičského záchranného sboru Moravskoslezského kraje z 21. 3. 2009, 22 hodin 16 minut: **Polské úřady varovaly Moravu a Slezsko před šelmou**/Na pumu, která se pohybuje v polsko-českém pohraničí v těsném sousedství Moravskoslezského a Olomouckého kraje, upozornil v sobotu 21.3.2009 večer operační střediska těchto krajů ředitel oddělení bezpečnosti a krizového řízení Opolského vojvodství Henryk Foerster z pověření opolského vojvody./Podle jeho písemné informace bylo v posledních dnech v Opolském vojvodství, přesněji v okrese Prudnik, zaznamenáno hned několik případů zadávení hospodářských zvířat. Je pravděpodobné, že tyto škody způsobil dravec – kočkovitá šelma – patrně puma./Tuto sobotu přišlo na polské úřady hlášení o výskytu podobného zvířete v okrese Glubczyce (Glubčice), který sousedí s Moravskoslezským krajem – konkrétně s Krnovskem a Osoblažskem v okrese Bruntál. Výskyt zvířete může podle polských kolegů pravděpodobně souviset s pašováním. „Žádáme o zvýšenou pozornost v příhraničním území – existuje možnost, že se zvíře přemístí na vaše území,“ uvádí zpráva./por. Mgr. Petr Kúdela, tiskový mluvčí, HZS Moravskoslezského kraje

217. D: Zpráva o pumě z MfD. (V lesích se možná toulá puma. MfD – Kraj Moravskoslezský, 23. 3. 2009, s. 1, odstavce nahrazeny znakem/): **V lesích se možná toulá puma**/Krnov (les) - Obyvatelé Krnovska a Osoblažska by se měli mít na pozoru. Je možné, že regionem se potuluje nebezpečná kočkovitá šelma, patrně puma./Varování před šelmou vydali v sobotu večer moravskoslezští hasiči, které na riziko upozornily polské úřady./„Na pumu, která se pohybuje v polsko-českém pohraničí v těsném sousedství Moravskoslezského a Olomouckého kraje, upozornil operační střediska obou krajů ředitel oddělení bezpečnosti a krizového řízení Opolského vojvodství Henryk Foerster z pověření opolského vojvody,“ uvedl mluvčí moravskoslezských hasičů Petr Kúdela./Podotkl, že podle písemné informace, kterou hasiči dostali, přišli chovatelé v Opolském vojvodství, přesněji v okrese Prudnik, hned o několik hospodářských zvířat./„Zvířata zadával dravec, pravděpodobně puma. A v sobotu přišlo na polské úřady hlášení o výskytu takového zvířete v okrese Glubčice, který sousedí s Moravskoslezským krajem, konkrétně Krnovskem a Osoblažskem v okrese Bruntál,“ dodal Kúdela s tím, že výskyt zvířete může pravděpodobně souviset s pašováním./„Žádáme o zvýšenou pozornost v příhraničním území - existuje možnost, že se zvíře přemístí na vaše území,“ napsali Poláci.

PŘÍLOHA Č. 2: PLÁNEK REDAKCE MFD OSTRAVA

