

# ABECEDA MASMEDIÁLNÍCH HŘÍCHŮ

- CZ24 News | 10. února 2021



Jakých metod používají žurnalisté k manipulaci veřejností? Různorodých, ale vždy je to nějaká forma lhaní. Tady máte příklady.

**Agenda setting** – dáte vodu do krabice od džusu a obal potisknete nápisem “Elixír života”. Fakta uvnitř článku sedí, ale obal (nadpis, anotace, vyznění) je lež. Jde o nasvícení či zatemnění scény, postupné rozsvícení a zhasínání mediálních reflektorů podle toho, jak věci jdou či nejdu podle plánu. Jedna z nejmocnějších zbraní médií. Příklady z poslední doby: evropská dluhová a hospodářská krize, arabské jaro, občanské války v Sýrii a Libyi, nepokoje na Ukrajině, proces s Davidem Rathem.

**Ahistorismus** – posuzování historických událostí z dnešního pohledu. Politicky korektní přepisování dějin, které má posloužit současným „aktuálním úkolům”. U nás se naplno projevuje v diskusích kolem vzniku samostatné ČSR, Mnichovské dohody a odsunu sudetských Němců. Vyniká v tom zpravodajství ČT, musí dělat svižné obraty podle politické objednávky.

**Amerikanizace** – nekritické přejímání americké kulturní dominance, představa, že složité světové problémy lze řešit s „kolty nízko u pasu”, vyzdvihování amerického „individualismu” projevujícího se masovou spotřebou a kulturou. Přejímání systému, v němž „vítěz bere vše” a o osud poražených (tedy většiny) se nikdo nezajímá. Úlohu kulturních nosičů od holywoodských westernů přejímají

„soap opery“ a „reality show“. Pro média to znamená, že musí najít jasného padoucha-nepřítele, udělat z něj „teroristu“ a vysvětlit, proč musí být humanitárně zneškodněn za podpory místních teroristů, třeba z al-Kájdý (viz mediální scénář kolem Libye, Sýrie). V Sýrii už jede další kapitola scénáře podle filmu Limonádový Joe: „Padouch nebo hrdina – my jsme jedna rodina!“ Viz heslo „agenda setting“ nebo „war on terror“ v klíčových slovech článků.

**Autocenzura** – vědomé či podvědomé sebeomezování žurnalistů. Všichni velmi dobře vědí, které osoby, instituce, vlády, etnika či náboženské skupiny jsou nekritizovatelné. Exemplárním příkladem z poslední doby je zpravodajství ČT o smrti a pohřbu válečného zločince Šarona.

**Banalizace** – z krásných pusinek v souměrných a dokonale nalíčených tvářičkách nad skvěle padnoucími kostýmkami se denně linou stovky zpráv o ničem. V komerčních médiích vítězí dopravní nehody, krimi zprávy a zvířátka v nesnázích, v těch veřejnoprávních problémy vlekařů, rady spotřebitelům či bunkry z 2. světové války. Někdy mám dojem, že editoři České televize velmi pečlivě váží, co už je taková „neudálost“, aby bylo možno ji zařadit do Událostí. U Českého rozhlasu je to jen o málo lepší. V USA v tom vyniká CNN (vzor pro ČT), kde lež a demagogie dostala nová studia a novou grafiku.

**Bulvarizace** – pokles kvality spojený s naháněním laciných senzací, naprosté podceňování diváka či čtenáře. Krásné tvářičky v nápaditých oblecích se nimrají ve „skandálech“ celebrit. Veřejnoprávní média nabízejí v hlavním zpravodajství rady spotřebitelům, (amatérsky) skrytou reklamu, PR zájmových skupin a prostoduchou provládní propagandu. Pes vytažený z kanálu a počasí pak zastíní každou opravdu důležitou událost.

**Cenzura** – zakrývání skutečnosti pokročilo na vyšší úroveň. Vše působí dojemem, jako by existovaly černé seznamy lidí, kteří do mainstreamových médií nemají přístup. Pokud se tam někdo z kriticky smýšlejících lidí nějakým omylem dostane, moderátoři ho okamžitě svými otázkami vedou do „bezpečných vod“. A pokud by se jim on či ona chtěli vysmeknout a mluví to tom, co je důležité, vedou je k pořádku, nebo jim vezmou slovo.

**Deargumentace** – média v drtivé většině případů vůbec netrvají na tom, aby jejich komentátoři svá tvrzení dokládali nějakými argumenty. Jsem pevně přesvědčen, že nikdo zpětně neanalyzuje a nehodnotí pravdivost obsahu veřejnoprávních, natož komerčních médií. Je vcelku překvapivé, že tak nečiní ani média navzájem, i když by si teoreticky na stále se zmenšujícím trhu měla tvrdě konkurovat.

**Destorifikace** – z médií zmizely lidské příběhy. Na čem jiném než na tragickém či komickém příběhu se dá nejlépe ukázat nějaký problém? Přesto v médiích nevystupují „běžní občané“ (a pokud ano, tak pouze jako kompars) a „příběhy celebrit“ se smrskly na líčení jejich partnerských vztahů či jejich boj s celulitidou nebo jinou podobně zákeřnou nemocí.

**Dekontextizace** – vytrhávání z kontextu, případně zasazování do falešného kontextu. Velmi častý způsob skandalizace, bulvarizace a banalizace. Příklad z poslední doby – přirovnání Ariela Šarona, nesmlouvavého bojovníka s velkými zásluhami o výstavbu zdi na okupovaných palestinských územích i jejich postupné kolonizaci židovskými osadníky, s Nelsonem Mandelou, bojovníkem proti apartheidu a velkým zastáncem práv Palestinců.

**Dvojí metr** – stejný výrok politika, stejnou situaci, stejné politické rozhodnutí lze označit za:

- autokratické/nedemokratické/odvážné
- bezcitné/technokratické/racionální
- čestné/naivní/hloupé

- destruktivní/revoluční/pokrokové
- extrémistické/výstřední/nekompromisní
- falešné/lstivé/chytré
- geniální/překombinované/nereálné
- hloupé/nedomyšlené/jednoduché
- iracionální/nedotažené/bezprostřední
- moudré/kompromisní/zbabělé...

**Emocionalizace** - není důležitý obsah sdělení, ale výraz s jakým bylo pronešeno, postoj, který při něm politik zaujal, ohlas publika, znamení nebes, kulisy, barva kravaty. Aplaudovaná banalita mimoděk utroušená celebritou je důležitější než hluboká myšlenka řidiče autobusu.

**Eintopfizace** - novinové články a televizní zpravodajství míchají páté přes deváté, hledají se souvislosti tam, kde neexistují, volně se přeskakuje přes kontinenty a obory, aniž by se autoři namáhali alespoň tím, že vše propojí „oslími můstky“. K tomu hodně pomáhá postmoderní nemyšlení, nedostatek kritického úsudku a zbabělost či lenost bloggerů a nezávislých médií, které s největšími blbostmi prostě nepolemizují.

**Expertokracie** - samozvaní odborníci na cokoli, o kterých v odborné komunitě nikdo nikdy do té doby neslyšel, se sebevědomě vyjadřují způsobem, který okamžitě zpochybňuje jejich odbornost. Zásadně se neuvádějí možné střety zájmů. Odhadem devět z deseti nezávislých expertů nejsou ve skutečnosti nic než obyčejní lobbisté. Ale na obalamutění diváků to stačí.

**Falšování dat** - rafinovaná metoda, při níž se zobrazí jen ta část časové řady, která zdánlivě potvrzuje obsah článku či televizního šotu, nezmíní se podstatná změna metodiky. Typickým příkladem jsou statistiky o nezaměstnanosti. Nebo se vybere špatný statistický ukazatel (např. průměrná hrubá mzda) a zamlčí se podstatná fakta; nebo se operuje marginálními případy (nízké daně v Hongkongu a Singapuru, degresivní zdanění ve Švýcarsku). Tímto způsobem lze prokázat, že voda teče do kopce nebo že Miroslav Kalousek byl nejlepší ministr financí ve vesmíru.

**Generační válka** - projevuje se nejčastěji gerontofobií, kdy jsou staří lidé líčeni jako komické a hloupé osoby, které brzdí pokrok a nostalgicky teskní po minulém režimu. Vyniká snaha „mobilizovat“ nezkušené mládí, aby šlo za „moderními trendy“. K tomuto účelu jsou vhodné i někteří vybraní geronti, např. nějaké senilní kníže. Mladí pak natolik zhloupnou, že klidně hlasují či aktivisticky vystupují proti vlastním zájmům (pro zavedení školného, proti výstavbě sociálních bytů, pro svůj vlastní odchod do důchodu v sedmdesáti a více letech apod.)

**Homosexualismus** - politizace naprosto intimní záležitosti. Představte si, že by mamky a tatkové v podivných kostýmech s holými prdelkami demonstrovali proti DPH na dětské pleny nebo za usnadnění přístupu svých dětí do mateřských školek. U této skupiny se podobné chování stalo tolerovanou normou; kdo je proti, je označen za „homofoba“.

**Izolacionismus** - okradená důchodkyně v Opavě dostává ve zprávách větší prostor než rafinované oloupení všech evropských občanů, zatoulané koťátko v Kardašově Řečici je důležitější než fauna a flóra Pacifiku ohrožená fukušimskou havárií. Česká republika se pohledem českých masmédií postupně stala jakýmsi ostrovem uprostřed Evropy. Soudě podle českých médií se v poslední době něco podstatného děje jen na Ukrajině, v Sýrii, ve Spojených státech, Rusku (a to jen kvůli OH) a pochopitelně v britské královské rodině. Kdy jsme naposledy slyšeli něco zajímavého a podstatného od zahraničních zpravodajů? Kdy jsme viděli, slyšeli nebo četli v mainstreamu něco o Rakousku, Německu, Polsku, Slovensku či Maďarsku? Víme, jak se teď žije lidem v krizi postižených zemích, jako jsou Řecko, Španělsko, Portugalsko, Irsko či Island? Čím méně lidé o světě ví, tím lépe jsou manipulovatelní. Totéž dělala média za komunistů.

**Jednostrannost** – většina zpráv a komentářů se spokojí s pohledem jedné strany. Pokud se náhodou dozvíme i pohled té druhé strany, masmédiá se postarají, aby jej prezentoval někdo se špatnou pověstí. Skvěle se k tomu hodí komunisté. Je-li navíc ošklivý, koktavý, kulhavý, hrbatý a špatně oblečený, úspěch je téměř zaručen. Pokud by to přesto vypadalo, že by názor odlišný od názoru redakce mohl někdo začít brát vážně, nastupuje střih z režie. Výsledkem je svět naruby, který ale v realu neexistuje. Koho u nás ale realita doopravdy zajímá?

**Kampaňovitost** – vysmívané bolševické kampaně proti americkému brouku či za světový mír mají nové následovníky v kampaních proti (fakticky nemožnému) návratu minulého režimu, levicovému prezidentovi, polským potravinám, korupci, kmotrům, populistům, islámu, extrémismu, či naopak za přijetí nějakého korporátního či státně-drancovacího zákona. Kampaně se vyznačují perfektním načasováním i gradací a jejich skutečné cíle obvykle vyplavou na povrch až po jejich úspěšné realizaci.

**Konformita** – novinářský stav se čím dál tím více začíná podobat uzavřené sektě, z níž je bez milosti vyhoštěn každý, kdo „nevyje s vlky“. Na pravé straně je jako maximum tolerováno verbální vlašné přihlášení se ke křesťanským postojům, na té levé unylý levicový liberalismus zaměřený na práva menšin a obecné proklamace o ochraně přírody. Ti, kteří se pokusí přinést nový a neotřelý pohled na svět, velmi rychle ve velkých médiích končí, a to i přesto, že prokáží svůj nepochybný žurnalistický talent.

**Klerifikace** – nelze si nevšimnout toho, jak se zvětšuje a „kultivuje“ prostor poskytovaný zástupcům vysokého katolického kléru a ostatním představitelům církví. Přenosy ze mší a poutí, charitativní akce, besedy a rozhovory, v nichž jsou vůči biskupům, kardinálům a vrchním rabínům všechny hrany dopředu obroušeny. Komerční média vědí, kdo bude mít dostatek peněz na inzerci, ta veřejnoprávní tuší, kdo si za zrestituované miliardy bude schopen do budoucna koupit politický vliv a místa ve „veřejnoprávních“ radách. Kolaborující a prorežimní církve se staly pro establishment a jeho média stejně nepostradatelné jako za komunismu.

**Lhaní** – chucpe, drzá nestoudnost, s níž je bílé označováno za černé, lidé nevidící si na špičku nosu za prognostiky, dar jako restituce, lháři za světce, vrazi za mírotvorce, bojovníci za svobodu za teroristy, agrese proti suverénnímu státu za osvoboditelský boj, bombardování a vraždění civilistů za jejich záchranu před nedemokratickým režimem či likvidaci teroristů atd. Stačí se podívat na masmediální zpravodajství o Jugoslávii, Iráku, Sýrii, Libyi, Gaze, Kypru, Řecku, Islandu, Španělsku, Ukrajině a porovnat s tím, co o tom píší a vysílají na nezávislých webech.

**Mělkost** – z masmédií v podstatě zmizela investigativní žurnalistika. Pokud už se o ni někdo pokouší, tak maximálně na komunální úrovni, podobně jako tomu bylo za minulého režimu. Názorově nezávislí a moudří komentátoři s vlastními pořady zmizeli, jsou příliš nekontrolovatelní. Divák či čtenář je svědkem nedotažených kauz bez pointy. Pokud už redakce náhodou přijdou se svojí vlastní kauzou, zásadně ji nechají vyšumět bez celkových souvislostí. I ty nejhorší průšvihy vyšumí, miliardy vybrané od daňových poplatníků létají ve vzduchu, veřejnost dostane od médií jen hysterické výkřiky typu „kdo co řekl“. Výsledkem jsou nestíhaní, nesouzení či osvobození gauneři, kteří se vysmívají veřejnosti a v klidu si užívají plodů své nelegální činnosti.

**Nálepkování** – místo pečlivé analýzy projevů, chování a činů veřejných činitelů jsou jim dle potřeby přiřívány či přilepovány nálepky. Z těch nejoblíbenějších – amerikanofil, antisemita, autoritář, bolševik, člen knížecí družiny, eurofob/eurofil, homofob, klausovec, modrobolševik, nacionalista, populist, pravdoláskovec, rusofil, xenofob, zemanovec...

**Nekritičnost** a z toho plynoucí nelogičnost – bezmyšlenkovité přebírání zpráv od světových tiskových agentur, nedostatečné vzdělání novinářů, přebírání informací pouze od jedné ze stran

konfliktu, nedostatek informací přímo z místa, kde se stala popisovaná událost – to vše vede k tomu, že nikdo z novinářů nežadá odpovědi např. na to, proč bojujeme proti terorismu v Evropě a podporujeme ho na Blízkém východě, proč čeští komunisté, sociální demokraté a anarchisté jsou smrtelnými nepřáteli svobody a demokracie, kdežto ti ruští jsou bojovníky proti „Putinově diktatuře“ atd.

**Oligarchizace** – postupné ovládnutí komerčních médií několika oligarchickými skupinami, u veřejnoprávních médií se využívá vliv v jejich vedení a radách. Příkladů v Česku netřeba, loňský rok bychom mohli bez nadsázky označit za „rok mediálních oligarchů“.

**Paušalizace** – zevšeobecňování, vytváření stereotypů o generačních, sociálních, či etnických skupinách (např. typu *mladí, vzdělaní, podnikaví a úspěšní volí pravici, starší, nevzdělaní, líní a neúspěšní levici*, nebo *levicové vlády zvyšují daně, pravicové je snižují* či *ženy nestojí o aktivní účast v politice*). Jistě bychom snadno našli příklady mladých, vzdělaných a úspěšných lidí volících levici, stejně tak jako neúspěšných důchodců volících pravici. O pravicových vládách zvyšujících daně a úspěšných ženách v politice (bohužel zatím převážně pouze v té komunální) by se dalo psát a hovořit celé týdny.

**Pokrytectví** – tedy spíše jeho mediální krytí. Média bez odporu a bez komentáře poskytují veřejnosti ty nejhorší příklady politického pokrytectví, kdy veřejní činitelé nestoudně kritizují praxi, kterou sami provozují. Příklad: Ve stejné době, kdy západní politici vystupovali na ukrajinském Majdanu na podporu násilných akcí proti legální ukrajinské vládě, rozháněla francouzská policie masové shromáždění francouzských občanů, kteří požadovali změnu režimu, aniž by tomu česká masmédia věnovala jakoukoli pozornost.

**Pražská kavárenská úchylka** – při pohledu zvenčí to vypadá, jakoby čeští novináři byli součástí jedné komunity, která se navzájem utvrzuje ve svém přesvědčení a svých předsudcích. Většina z nich má kvůli svému společenskému postavení podobné politické smýšlení. Vůbec si neumějí představit, že většina z těch 9 milionů českých občanů, kteří nežijí v Praze, existuje v naprosto odlišných společenských a ekonomických podmínkách. A pokud se jim to někdo snaží přiblížit, je jim zpravidla pro smích.

**Rámování** – základní metoda práce v reportážích a přímých přenosech. Čtenář, divák či posluchač nedostane syrovou realitu v čisté podobě, aby si na ni mohl udělat svůj názor, ale okamžitě poté, co nám z ní byl pečlivě vybraný kousek naservírován, nastupují zástupy režimních ekonomů, politologů a komentátorů, aby ji zasadily do předem vytvořeného rámce a polopatě nám, konzumentům informací, vysvětlili, co si o dané situaci máme myslet.

**Rozměňování** – situace, kdy před desetivteřinovým šotem o důležité schůzce státníků, která zabránila 3. světové válce, vysílá ČT několikaminutovou reportáž o bunkru z 2. světové války. Po šotu následuje několikaminutový spotřebitelský servis o tom, jak a kde nejlépe nakoupit vánoční dárky.

**Sektářství** – čeští novináři působí jako tajemná sekta, v níž je zakázáno se navzájem veřejně kritizovat. Přitom každý pokus o kritiku zvenčí odrážejí s arogantní elegancí lidí, kteří vědí, že jim za jejich špatnou práci nic nehrozí. Je to samozřejmě omyl, i v tomto lese už oligarchové začali kácet. Bohužel to vypadá, že se zatím převážně kácí těch několik vzrostlejších a méně pokřivených kmenů.

**Strašení** – neustálé vracení se do dob totality, která prý byla tak strašná, že jsme ani za 25 let nedokázali překonat její následky. To, že většinu občanů už nezajímá normalizace 70. a 80. let, ale ta současná, zdá se, naše novináře vůbec nevzrušuje. A stále rostoucí totalitní tendence všude kolem přehlížejí jako slušovický předseda své „totalitní“ lány.

**Topornost a tupost** - strašlivý styl, hrubé gramatické a stylistické chyby, myšlenková prázdnota spojená s naprostým nepochopením toho, o čem píše, je běžným úkazem. Tupost ve veřejnoprávní televizi a rozhlasu se projevuje tím, že redaktori opakovaně žádají o odpověď, kterou již dostali, chtějí vysvětlit něco, co jim bylo v průběhu rozhovoru už několikrát vysvětleno. Někdy to vypadá, že dostali dopředu nejen zadání toho, jak mají vypadat otázky, ale i toho, jak mají vypadat odpovědi. Za vrchol topornosti a tuposti však považují reportáže ČT z povodní, kde jejich tvůrci postavili mladičkou reportérku v holínkách na jednu z pražských náplavek. Ta nešťastná dáma pak každou půlhodinu ohlásila, jestli řeka o centimetr vystoupila nebo o dva centimetry klesla.

**Užvaněnost** - popisy bezvýznamných detailů, otázky, které dopředu prozrazují názor dotyčného redaktora na věc, zprávy o tom, jak se kdo u čeho tvářil, či jaké měl podle mínění dotyčného žurnalisty pocit. Komentované přenosy ze sjezdů politických stran a povolební speciály jsou skvělou příležitostí pro všechny, kteří v médiích dokáží celé hodiny žvanit o ničem.

**Vyprázdňenost** - neustálé omílání stále stejných pojmů, které se tím stávají vyprázdňenými slupkami nebo dokonce svým opakem - *svobodou* se zaštiťují fašisti, *demokracií* je nazývána oligarchická vláda, při vyslovení českými politiky a novináři naprosto vyprázdňeného slova *reforma* dostává jejich čtenář či divák kopřivku.

**Warmongering** - je těžké nevšimnout si militarizace televizních kanálů. Průměrný český občan viděl za svůj polistopadový život více televizních amerických generálů než skutečných českých vojáků a více vítězných amerických leteckých a tankových bitev než průměrný sovětský občan sovětských válečných filmů za 40 let od konce 2. světové války. O počtu zbraní, vražd, znásilnění, loupežných přepadení apod. ani nemluvě.

**Xenofobie** - je vydávána za smrtelný hřích občanů a politiků, to se však jen málo týká médií. Organizované kampaně proti polským potravinám, maďarským nacionalistům, ukrajinským dělníkům, německým větrným a slunečním elektrárnám, ruským turistům, arabským teroristům, evropským normám, čínským výrobkům jsou běžnou denní součástí práce českých médií. Existují však výjimky - v masmédiích se nesmějí adresně kritizovat, a to ani tehdy, když by si kritiku zasloužily, tyto skupiny a instituce:

- Nadnárodní korporace
- NATO
- Americká zahraniční politika
- Stát Izrael a vše co je s ním spojeno
- Finanční, jaderná a „biotechnologická“ lobby
- Proamerické arabské režimy - Saúdská Arábie, Katar, Bahrajn atd.
- Proamerické a pro-EU občanské iniciativy
- LGBT komunity
- Romové

Možná by stálo za to si uvědomit, že kdo skutečně vládne, se pozná podle toho, kdo se nesmí kritizovat, čímž nechci napsat, že nám vládnou Romové, ti jsou spíše výjimkou, která potvrzuje výše uvedené pravidlo.

**Záměna následku a příčiny** - stejně jako přenášení odpovědnosti z viníků na oběti. A tak si můžeme přecíst či poslechnout, že „krize“ způsobila pokles domácí poptávky, „finanční trhy“ jsou zneklidněny fiskální nerovnováhou, požadavky odborů na zvyšování mezd způsobí odliv zahraničního kapitálu, rostoucí zadlužování domácností je způsobeno jejich bezuzdným konzumerismem apod.

**Zmanipulovaná data a průzkumy** - změny metodik výpočtu, tak aby vyšla „pěkná čísla“ (např.

jednociferná nezaměstnanost či téměř nulová „jádrová“ inflace), přímé falšování dat, vymyšlení nesmyslných ukazatelů (např. volebního potenciálu, který má ukázat, že se do sněmovny může dostat i strana, která má ve skutečnosti minimální preference). Zásadními a neodpuštěnými manipulacemi jsou i neuvádění přípustné chyby u průzkumů veřejného mínění a publikace výsledků průzkumů na vychýlené populaci (typickým a do nebe volajícím příkladem jsou tzv. studentské volby, v nichž hlasují středoškolští studenti, kteří se v populaci reálných voličů vůbec nevyskytují).

*Vážení čtenáři, tuto Abecedu nepovažuji v žádném případě za úplnou a vyčerpávající, budu rád, když ji v diskusi doplníte. A za české novináře se společně se mnou, alespoň ti z vás, co to umíte, prosím, pravidelně modlete. Jinak totiž určitě skončí v pekle.*

Pokud chcete praktické příklady, podívejte se na naši analýzu náhodně vybraných hlavních zpráv ČT z března 2013 ([Lže nám Česká televize?](https://outsidermedia.cz/)).

Autor: Stanislav Blaha

Zdroj: <https://outsidermedia.cz/>