**Petr Žantovský**

**Mediální manipulace a mediální gramotnost v digitálním věku**

**Text z konference na VŠFS 24.11.2017**

**Abstrakt:**

Nové digitální technologie staví dosavadní paradigma nejen mediální, ale celospolečenské komunikace před mnoho nových dilemat s neznámým výsledkem. Proměňuje nedosavadní lineární a jednosměrná komunikační polarita podle Lasswellova modelu – od producenta informace k příjemci, interaktivní komunikace umožněná internetem proměňuje také obsahy pojmů „autor“ a „publikum“. To vše je příležitostí pro zneužití širokého komunikačního prostoru k manipulaci všeho druhu. Té se lze bránit pouze vysokou mírou mediální gramotnosti. Ve všech ohledech teorie značně zaostává za praxí, což je dáno tím, že je téměř nemožná predikce dalšího vývoje technologií, a tedy i společenských reakcí na ně.

**Klíčová slova:**

Mediální komunikace, digitální technologie, manipulace, mediální gramotnost.

1. **Topografie digitálního informačního světa**

Žijeme dnes v digitálním informačním světě. Toto banální konstatování má své objektivní parametry a také objektivní – i subjektivní důsledky. Předně: jak rozumět pojmu „digitální svět“? Za základ ryze technologický můžeme vzít například práce Nicholase Negroponteho, zejména jeho Digitální svět[[1]](#footnote-1). Negroponte zde sice píše primárně o počítačových technologiích, ale „to oč mu jde, již nejsou samotné počítače, ale spíše způsob života, který přinášejí: jak jsou stále více zapojovány do každodenního života a jak pokračuje vzájemné propojování nejen počítačů, ale i počítačů a lidí. Společnost postupně, dle jeho vize, v dohledné době opustí principy národních států a spíše bude setrvávat v digitálních společenstvích, která nebudou respektovat vzdálenosti a čas pro ně bude hrát jinou roli, než jakou hraje dnes“.[[2]](#footnote-2)

Oč tedy jde? O to, že digitální technologie vstupují do našich životů nejen jako pomocníci v každodenní praxi, ale i jako formující (případně deformující) fenomény společenské (nejen mezilidské) komunikace. Nejen že veškerou komunikaci zrychlují (technické prostředky jako mobilní telefon či emailová pošta jsou v dnešním technickém světě nezbytností), ale především obsahově ovlivňují. Od těch nejjednodušších způsobů: ikonizace sdělení („ke stále většímu objemu dat, faktů a informací užíváme stále menší množství znaků, označení, pojmenování, případně symbolů“[[3]](#footnote-3) ), až po ty nejsofistikovanější: záměrné a účelově podložené manipulace mediálními obsahy.

Ještě vcelku nedávno se k tématu zpravodajství v tzv. nových médiích autoři vyslovovali spíše s opatrným optimismem. Například takto: „Multimediální žurnalistika není samozřejmě a priori imunní vůči manipulaci, manipulace zde však jsou vzhledem ke zhuštěné přítomnosti otisků zaznamenávané události potenciálně komplikovanější. Multimédia jsou totiž nadána pevnější vazbou s reprezentovanou událostí a kontextem, ve kterém se odehrála, a v tomto smyslu je lze vnímat spíše jako naději než hrozbu pro důvěryhodnost žurnalistiky.“ [[4]](#footnote-4)

Naopak většinový názor, zejména v posledních měsících, lze spíše vyjádřit jako obavu před internetovými médii a jejich obsahy. Tato obava může mít řadu podob. Jednu z nich popisuje např. reprezentativní průzkum realizovaný Ulfem Bernhardem a Marco Dohlem z Univerzity Heinricha Heineho v Düsseldorfu. Ti zkoumali na vzorku 1700 oslovených profesionálních žurnalistů jejích postoj k novým digitálním médiím. Podle jejich závěru většina z oslovených „vnímá ‚nová média‘, charakterizovaná interaktivitou a obsahem vytvářeným uživateli, jako větší hrozbu pro svou práci, jelikož se obávají, že přijdou o své postavení profesionálních zprostředkovatelů zpráv“ [[5]](#footnote-5). Odpovědí může být třeba toto konstatování: „Hypermediální žurnalistika tak výrazně umocnila směřování žurnalistiky k tzv. občanské či participatorní žurnalistice (civic/public/participatory journalism). Byla to právě digitalizace, která v druhé polovině 90. let podnítila prudký nástup občanské žurnalistiky, přičemž vyzdvihovanou interaktivitu digitálních médií přesunula z roviny aktivního čtení do roviny aktivního vstupování do procesu produkce mediálních sdělení. O významu občanské žurnalistiky a sílícím vlivu čtenářů na obsah mediálních sdělení svědčí prudký nárůst tzv. blogosféry, resp. čtenářských nástrojů zpětné vazby.“ [[6]](#footnote-6)

Co se to tedy vlastně děje v prostředí vymezeném na jedné straně médii tzv. tradičními a médii tzv. novými či digitálními? Nejde o nic menšího, než o změnu mediálního paradigmatu. Až donedávna byl pánem mediálního prostoru autor, ten, kdo vkládá mediální obsah do média a vysílá směrem k příjemci po trajektorii, kterou opět sám určuje. Dnes je trajektorie prostorem o mnoha mimoběžkách, které se mohou i nemusí střetnout, prostorem, který je bez obtíží dostupný z kteréhokoli místa tohoto prostoru a v němž každý, kdo chce, může být zároveň autorem (producentem) mediálního obsahu, i/nebo příjemcem. Tento prostor je tak oproti svému historickému předchůdci (dvojrozměrná rovina, ještě častěji přímka vedoucí od producenta k příjemci) nepřehledný, ale svrchovaně demokratický. Neexistuje v něm řád (kromě toho ryze technologického). To ale neznamená, že v něm neexistuje manipulace, stejně jako nelze říci, že v něm neexistují zájmy, které jsou spouštěčem manipulačních aktivit. Znamená to, že zájmů i samotných aktivit usilujících o pokřivení reality v určitém zamýšleném směru je nekonečné množství, které se mohou pluralitně míjet i anulovat. Jediným způsobem, jak se v tomto novém mediálním prostoru neztratit, je osvojit si mnohem vyšší míru mediální gramotnosti.

1. **Mediální gramotnost digitální optikou**

Je zřejmé, že digitální technologie způsobují kromě mnoha jiných efektů také značné opožďování teorie za praxí. Patrné to je například v oblastimediální gramotnosti.

Jak jsme tomuto pojmu rozuměli doposud? „Mediální gramotnost bývá definována jako série komunikačních kompetencí, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace v nejrůznějších formátech. To znamená, že nezáleží na tom, zda se jedná o informace v tištěné, elektronické nebo digitální podobě a zda je získáváme z novin, rozhlasu, televize nebo Internetu. Mediálně gramotný člověk je schopen maximálně využívat dostupná média pro své vzdělání, osobní rozvoj a uspokojení potřeb.“[[7]](#footnote-7) Vše, co stojí v této definici, zůstalo beze změny v platnosti. Chybí tam ale onen nový rozměr interaktivního digitálního mediálního prostoru. V něm je totiž nekonečně komplikovanější kompetentně analyzovat, vyhodnocovat a selektovat informace a využívat je pak k dalšímu účelnému předání nebo jiné potřebě (vzdělání, osobní rozvoj atd.). V tomto novém kontextu změněné politické a společenské situace je občan vystaven zcela novým formám a podobám manipulačních aktivit s dříve nepoznaným motivačním zázemím, a chce-li tedy si udržet kritické myšlení v zájmu udržení svého suverénního postavení svobodného občana, staví před něj digitální mediální prostor dříve neznámé výzvy a rizika.

1. **Autor a/nebo publikum?**

Další zcela novou otázkou, kde praxe opět o míle předbíhá teorii, je dilema, kdo tedy vlastně je autorem a žurnalistou v digitálním médiu. [[8]](#footnote-8)

Jak už bylo řečeno, digitální média umožňují komukoli, kdo má takovou aspiraci a technický přístup, stát se autorem, neboli producentem a šiřitelem internetových mediálních obsahů. Tím se ovšem značně rozpohybovává dosavadní chápání žurnalisty jako jediného suverénního autora mediálního obsahu. To ovšem vede k zástupné a neproduktivní, neboť k ničemu nevedoucí diskusi o tom, kdo v internetovém světě je, či není novinářem.[[9]](#footnote-9) Tato diskuse je navíc značně alibistická, neboť odkládá povinnost odpovídat na aktuální otázky za časový horizont daný pomyslným budoucím konsensem v této definiční záležitosti. Troufáme si tvrdit, že je zcela nepodstatné, kdo podle názoru několika akademických pracovníků nebo zaměstnanců tradičních médií je a není novinářem v tradičním slova smyslu v internetovém mediálním prostředí. Digitální média prostě umožňují autorskou participaci každému, kdo chce nějaký mediální obsah šířit. Z toho je nutné vycházet.

Důsledně vzato z hlediska českého autorského práva je autorem ten, kdo dílo vytvoří a poskytne k šíření (různými technologickými cestami, včetně internetu [[10]](#footnote-10)). Autorství producentů internetových mediálních obsahů tedy lze snadno určit, popřípadě zpochybnit (jako u každého jiného plagiátu).

Nejvíce diskusí samozřejmě vyvolává míra důvěryhodnosti či – chcete-li – objektivity informací produkovaných internetovými médii. Se zřejmou snahou o vyvážený a, dá-li se to tak říci, i spravedlivý hodnotící výrok o rozdílu mezi „klasickou“ a internetovou žurnalistikou (a tedy rolí novináře v obojím kontextu) se pokusil Patrik Zandl: „Hovořil jsem o jistém samozvanectví internetových novinářů - a mám proč. Zatímco v případě papírových titulů je zárukou odbornosti redaktora zvučné jméno vydavatele a hora peněz, kterou každé vydání stojí, na internetu je tomu jinak. Kde máte záruku, že autoři Mobil serveru rozumí mobilním telefonům? Záruku tvoří počty čtenářů, kteří svojí setrvávající přízní ukazují, že cesta, po které servery jdou, je správná. Autory těchto serverů se totiž stávají amatéři v novinařině; lidé, kteří sice povětšinou rozumí problematice, o které píší, na druhou stranu nejsou vystudovaní žurnalisté. Zatímco klasický novinář se většinou pracně seznamuje s tématem, o kterém píše, internetový novinář se seznamuje s novinářskými postupy, se stylistikou, slohem, ale i metodou psaní článků.“ [[11]](#footnote-11)

V dnešním digitálním, překotně rychlém, informacemi značně přehuštěném světě je, zdá se, ta první uvedená cesta cestou perspektivnější. Publikum očekává obsah, a potom teprve formu. Ačkoli, jak dodává Zandl, „internetová žurnalistika v Čechách se nadále velmi často dotýká okrajových témat nebo témat ožehavých, i ona se však již pokouší hledět na problém z více stran, bez emociálního podbarvení, nezaujatě. Má-li to být chápáno jako nedostatek, pak snad jen nevyzrálosti čtenáře.“ [[12]](#footnote-12)

**5. Obrana před mediální manipulací v digitálních médiích**

Digitální technologie proměnila naši komunikaci (soukromou, ale pro naše potřeby uvádíme především veřejnou) jak co do formy, tak co do obsahu. Navázala na tendence předchozí éry televizní a nastolila kult vizuality jako nadřazené hodnoty verbálním obsahům, dokonce vizuální stránku ustanovila namnoze samotným mediálním obsahem a důvodem mediální komunikace. Do veřejné komunikace vstupují prvky divadla v širším slova smyslu jakožto inscenování reality (tedy vytváření více či méně umělé, deformované či zcela virtuální) reality. To vše je optimální živnou půdou pro manipulační aktivity.

V souvislostech uplynulých dvou let se projevuje nejvýraznější množství pokusů o mediální manipulace v souvislosti s neklidnou situací na východě Evropy, na hranici Ruska a Ukrajiny. Český diplomat Hynek Kmoníček dokonce prohlásil, že „propaganda je kanónem v této hybridní válce“[[13]](#footnote-13). Většina kritiky na neobjektivní informování o situaci na Ukrajině a roli Ruska a mezinárodního společenství je směřována na adresu tradičních médií, zejména denního tisku a veřejnoprávní České televize. Bývá jim vyčítáno zejména, že: „přejímají propagandu Kyjeva…Většinová česká média nehrají žádnou roli v objektivním zpravodajství o dění v oblasti, jelikož pracují čistě propagandisticky.“ [[14]](#footnote-14) Některá vyjádření jsou je ještě adresnější: „Zahraniční zpravodajství České televize v případě ukrajinské krize manipuluje s fakty tak nestoudně, až je to zarážející.“ [[15]](#footnote-15)

Přitom právě zpravodajský tým České televize dostal za výkon v informování o ukrajinských událostech novinářskou cenu za rok 2014.[[16]](#footnote-16) Jak si vysvětlit tento rozpor? Vcelku jednoduše. V porotách hodnotících novináře z mainstreamových (či „tradičních“) médií jsou lidé spjatí právě a pouze s tímto typem médií. Vůči novinářům z digitálních médií je většinově udržováno mlčení nebo občas nahlas vyslovený despekt. To se týká samozřejmě těch digitálních médií, která zastávají buď opačné názory, než média tradiční, nebo se snaží vyváženěji než tradiční média zveřejňovat informace z různých názorových pozic a zdrojů. Je třeba říci, že takových je dnes v Česku dostupná většina.

Jak je ovšem patrné při pohledu do zahraničních médií, nejsme v ohledu kritiky chybějící nestrannosti tradičních médií velkou výjimkou. Také v zahraničí se vedou diskuse, často až boje, mezi sférou tradičních médií (která přicházejí o publikum, a tedy vliv) a nově mohutně nastupujícími médii digitálními. Jako příklad uveďme vyjádření amerického novináře Roberta Parryho v Consortiumnews.com.: „Americká média přišla kvůli Ukrajině o zbytky objektivity! Dobrý novinář by měl nestranně prezentovat názory obou stran, aniž by se uchyloval k propagandě, ale americká média zjevně takto nefungují.“ [[17]](#footnote-17) A doplňují ho slova jeho britského kolegy Olivera Tickella, editora časopisu Counter Punch: „BBC připravuje společnost na válku s Ruskem!“ [[18]](#footnote-18)

Je zřejmé, a aktuální neklidná politická a vojenská situace na východě Evropy je toho názorným příkladem, že soupeření mezi tradičními a novými digitálními médii nabývá na razanci. Jde samozřejmě o publikum, a tedy o peníze. Jde ale také především, aspoň z pohledu novináře, o možnost, právo a povinnost svobodně, nezávisle, nestranně a vyváženě informovat veřejnost o všech souvislostech probíhajících událostí. K tomu se však v tradičních médiích často nedostává vůle.

Co z toho plyne pro příjemce médií, potažmo médií internetových? Pokud se chce věcně správně orientovat v nekonečném přívalu informací, názorů, postojů a stanovisek, nezbude mu nic jiného než permanentní sebevzdělávání v oblasti dané problematiky (zde geopolitického konfliktu nově počínající studené války mezi Západem a Východem). Toto sebevzdělávání (nejen ze současných, ale především z historických, analogie umožňujících zdrojů) je nezbytné doplnit o to, co bychom mohli nazvat „informovanou skepsí“, tedy vysokou mírou apriorní nedůvěry ke všem zdrojům do okamžiku, než si dokážeme vícezdrojově potvrdit jejich validitu.

Je také nezbytné odolat pokušení reagovat emocionálně na často burcující informace, přicházející z médií – uvědomme si, že právě emoční reakce nás má (v zájmu manipulátora) vzdálit racionální analýze skutečnosti a přizpůsobit naše postoje a naše rozhodování zájmu manipulátora. Proto je spektakulární, audiovizuální svět nejen elektronických, ale i (a v poslední době zejména) digitálních médií tak nebezpečným lákadlem, neboť nabízí snadná vysvětlení těžko pochopitelných problémů a atraktivní odpovědi na nudné otázky. Jen tak se ubráníme manipulaci a jednostrannému dezinformování, jen tak se nestaneme loutkou v rukou cizích zájmů. Je to ovšem velice pracné, mnohem pracnější, než obdobná cesta za mediální gramotností v éře tradičních před-digitálních médií, jejichž nabídka informací byla tisícínásobně omezenější, a tedy snadněji vstřebatelná a kontrolovatelná.

Jedna postava ze slavné pohádkové ságy o Harry Potterovi říká: „Nastává čas, kdy se musíme rozhodnout mezi tím, co je správné, a tím, co je snadné“.[[19]](#footnote-19) To je možná nejpřesněji, byť s jistou nadsázkou vyjádřené hlavní dilema dnešního mediálního světa. Platí pro ně také slova C. G. Junga: „Kdo se dívá ven, sní, kdo se dívá dovnitř, probouzí se.“[[20]](#footnote-20)

**Použitá a doporučená literatura:**

AITKEN, Robin. 2007. Can we trust the BBC?. London: Continuum, 2007. 213 s. ISBN 978-082-6494-276.

BEDNÁŘ, V. Internetová publicistika. Praha: Grada 2011, ISBN: 978-80-247-3452-1

BENTLEY, C. H. 2011. Citizen journalism: Back to the future? In: Geopolitics, History, and International Relations 3/2011, ISSN1948-9145

BROCKERS, M. - SCHREYER, P. My jsme ti dobří. Názory toho, kdo se snaží chápat Putina aneb jak námi média manipulují. Praha: Jaro 2015, ISBN: 978-80-904423-5-1

HERBERT, J. Journalism in the Digital Age: Theory and Practice for Broadcast, Print and On-line Media. Taylor & Francis. Oxford: Focal Press 1999, ISBN 13: 9780240515892

JIRÁK, J.- PAVLIČÍKOVÁ, H. a kol. Média pod lupou. Mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání. Praha - Powerprint 2013. ISBN 978-80-86212-58-6 .

ISBN 978-80-87415-70-2MCQUAIL, D.: Žurnalistika a společnost, Praha: Karolinum 2016, ISBN: 978-80-246-3093-9

NEGROPONTE, N. Digitální svět: Being Digital. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2001. 207 s.. ISBN 80-7261-046-5.

**O autorovi:**

Doc. mgr. Petr Žantovský, Ph.D. (nar.1962) vystudoval žurnalistiku na FŽ UK v Praze (1988), doktorát v oboru historie a teorie žurnalistiky získal na Filosofické fakultě Katolické univerzity Ružomberok (2009) a habilitoval se na Fakultě masmédií Panevropské vysoké školy v Bratislavě (2015). Působí jako docent na Národohospodářské fakultě Vysoké školy ekonomické v Praze, kde vyučuje zejména teorii informace, dezinformace a propagandy a vztah médií společnosti. Vedle řady publicistických i odborných textů vydal dvě monografie: Česká politika a média po roce 1989 (Praha:IVK 2013) a Mediální manipulace a krize české televizi v roce 2000 (Praha:IVK 2015).

Kontakt: pzantovsky@seznam.cz

1. Negroponte, N. *Digitální svět: Being Digital*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2001. 207 s.. ISBN 80-7261-046-5. [↑](#footnote-ref-1)
2. ŠKOP, M.: Digitální svět – recenze. In: *Revue pro média* č. 5/2001.(RPM byl projekt bezprostředně předcházející navazujícímu časopisu Mediální studia, ISSN 1801-9978) [↑](#footnote-ref-2)
3. Žantovská, I. *Jazyk a řeč nové doby*. Příspěvek na konferenci Salon kritického myšlení, Praha, Michnův palác 26.9.2012, dostupné na: http://www.mediasres.cz/kultura/1849-jazyk-a-rec-nove-doby-autor-irena-zantovska.htm [↑](#footnote-ref-3)
4. Šimůnek, M. *O některých důsledcích digitalizace novinářského vyprávění*. In: Jirák, J.- Pavličiková, H. a kol. Média pod lupou. Mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání., Praha - Powerprint 2013

   ISBN 978-80-87415-70-2, s.76 [↑](#footnote-ref-4)
5. Fengler, S. *Bojí se novináři internetu?* European Journalism Observatory 18.11.22014, dostupné na: http://cz.ejo-online.eu/3148/svoboda-tisku/boji-se-novinari-internetu [↑](#footnote-ref-5)
6. Šimůnek, M. *O některých důsledcích digitalizace novinářského vyprávění*. In: Jirák, J.- Pavličiková, H. a kol. Média pod lupou. Mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání., Praha - Powerprint 2013

   ISBN 978-80-87415-70-2, s.76 [↑](#footnote-ref-6)
7. Vranková,E. *Mediální gramotnost.* In: Revue pro média č.8/2004, resp. Mediální studia, ISSN 1801-9978. Dostupné na: http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni\_gramotnost.htm [↑](#footnote-ref-7)
8. První seriózní práci na toto téma přinesl klasik mediální teorie Denic McQuail ve své knize Žurnalistika a společnost, vyšla česky Praha: Karolinum 2016, ISBN: 978-80-246-3093-9 ... [↑](#footnote-ref-8)
9. Podle slov Barbory Osvaldové, předsedkyně Komise pro etiku při Syndikátu novinářů ČR, je problém v tom, co na internetu definovat jako médium a koho vlastně definovat jako internetového novináře. Jakmile bude jasně definován rozdíl, bude možné monitorovat dodržování etiky i v internetových médiích. Jasný impuls by měli dát právě internetoví novináři. Dostupné na: https://www.interval.cz/clanky/novinarska-etika-internetu-cizi/ [↑](#footnote-ref-9)
10. Aktuální znění autorského zákona č. 121/2000 Sb. k datu 1.1.2015 dostupné na: http://www.mkcr.cz/cz/autorske-pravo/zakon/predpisy-zakonu-7611/ [↑](#footnote-ref-10)
11. Zandl, P.: Vzestup a pád internetové žurnalistiky. Dostupné na: http://technet.idnes.cz/vzestup-a-pad-internetove-zurnalistiky-fdz-/sw\_internet.aspx?c=991227\_0005036\_sw\_internet [↑](#footnote-ref-11)
12. tamtéž [↑](#footnote-ref-12)
13. Dostupné na: http://video.aktualne.cz/dvtv/kmonicek-putin-vitezi-v-medialni-valce-o-ukrajinu/r~e99bbf543ac311e4ae690025900fea04/ [↑](#footnote-ref-13)
14. Autorem uvedené citace je publicista a šéfredaktor internetových novin Stalo-se.cz Radek Velička. Dostupné na: http://www.stalo-se.cz/?p=21702 [↑](#footnote-ref-14)
15. Michal Mikulenka na nezávislém serveru AC24: Dostupné na: http://www.ac24.cz/zpravy-z-domova/5542-komentar-proc-ct-informuje-nevyvazene-o-ukrajine-mozne-duvody [↑](#footnote-ref-15)
16. Zdroj: http://www.novinarskacena.cz/aktuality/novinarskou-cenu-2014-si-odneslo-jedenact-vitezu-a-vitezek/ [↑](#footnote-ref-16)
17. Dostupné na: http://www.prvnizpravy.cz/zpravy/zpravy/americka-media-prisla-kvuli-ukrajine-o-zbytky-objektivity/ [↑](#footnote-ref-17)
18. Dostupné na: http://www.prvnizpravy.cz/zpravy/politika/britsky-novinar-bbc-pripravuje-spolecnost-na-valku-s-ruskem/ [↑](#footnote-ref-18)
19. Rowling, J.K. Harry Potter a Ohnivý pohár. Praha: Albatros 2003, ISBN: 80-00-00994-3 [↑](#footnote-ref-19)
20. Jung, C.G. Slova duše. Praha: Vyšehrad 2001 ISBN: 80-7021-490-2 [↑](#footnote-ref-20)