

**Môže účel svätit' prostriedky?
Alebo ku kritike masových médií
z pohľadu filozofie informácií**

Úvod. To, že môžem vôbec vnímať tento text, je dôsledkom toho, že dokážem vnímať určitú časť objektívnej reality pomocou svojich zmyslov, ktorá sa vedomou aj nevedomou činnosťou transformuje na imanentnú realitu. Je to zosobnená realita – moja realita, ktorá je bytostne spojená s mojou osobou. Osobou, ktorá len na základe rozvinutej pamäte a kognitívnych schopností vie, kto je. Je to proces sebaidentifikácie a sebadefinície. Čo je však táto „ľudská realita“, a ako vzniká? Pri jej popise sa opriem o vlastný predpoklad, že „ľudská realita“ vzniká prevažne ako súhrn *informácií* nadobudnutých počas života. Sú to všetky *informácie* obsiahnuté v zmyslových vnemoch, a každý, čo i len najmenší podnet, ktorý zachytil a spracoval náš mozog, aby si z neho neskôr vytvoril vlastný a jedinečný model *in-formovanej* „ľudskej reality“. Tu však zatiaľ hovoríme len o primárnych, resp. *biologických informačných tokoch*, ktorými disponuje každý živočích. To, čo nás však odlišuje od ostatných živočíchov, čo nám umožňuje kooperáciu a spolužitie, sú práve naše vysoko rozvinuté a komplexné sociálne vzťahy, ktoré aj v spojení s našou materiálnou činnosťou, nazývame ľudskou kultúrou.

Na *in-formovaní* „ľudskej reality“ sa tak podieľajú dve odlišné úrovne, ktoré sa vzájomne ovplyvňujú. Je to interakcia a kolobeh *informácií* na makroúrovni (svet, ktorý zakúšam bezprostredne, empiricky a komunikatívne) a mikroúrovni (biologické fungovanie organizmu, jeho DNA, gény, ako aj každý prenos signálov, resp. *informácií* pomocou neurochemických procesov v mozgu). *Informácie* a potreba ich spracovávania či distribúcie sa pre človeka stávajú prirodzenou a biologickou potrebou ako dýchať čerstvý vzduch, piť čistú vodu, či požívať výživné a zdravé jedlo. Z toho vyplýva, že človek má v sebe zakorenenú akúsi *informačnú* potrebu, ktorej prispôsobuje aj svoje správanie. Bližšie sa týmto fenoménom zaoberá pomerne nový vedný odbor – *informačná veda*. U nás napr. Jela Steinerová, ktorá toto správanie definuje ako viacúrovňovú integrovanú ľudskú aktivitu vyplývajúcu z adaptácie človeka na informačné prostredie. To „obsahuje aktívne zložky (cielené hľadanie, formulovanie dotazov) aj pasívne zložky (napríklad sledovanie médií). Jeho základným cieľom je hľadanie zmyslu v rôznych komunikačných aktoch a interakciách. Skladá sa z neurofyziologickej, senzomotorickej, kognitívnej, emocionálnej a sociálnej zložky.“¹

Pre potreby tejto štúdie sa však obmedzím len na makroúroveň, a konkrétne na oblasť kultúry a jej jedného špecifického subsystému.

V rámci tejto kultúry vznikajú aj ďalšie *informačné toky* – tzv. sekundárne, ktoré sa potom spracovávajú pomocou už spomenutej biologickej úrovne. Pod sekundárnym, resp. *sociálnym informačným tokom* budeme rozumieť ďalšieho človeka, alebo skupinu ľudí, ktorá nám pomocou jazyka sprostredkúva *informácie*. Vytvára sa tak zložitá a štruktúrovaná sieť *informačných kanálov*. Jedným z týchto kanálov, sú dnes *masové média*. Z hľadiska ich technologického rozvoja, zastávajú v súčasnej globalizovanej kultúre dominantnú úlohu pri tvorbe (*in-formovaní*) subjektívnej „ľudskej reality“, pričom ovplyvňujú konanie miliónov ľudí. Preto sa na ich činnosť prirodzene musia vzťahovať vysoké etické a morálne požiadavky, aby sme predišli tvoreniu zdeformovanej „ľudskej reality“, manipulácii a propagande, ktorú budeme zatiaľ považovať za neetickú. Naopak, našou povinnosťou ako

¹ Steinerová, J., Grešková M., Ilavská, J.: Informačné stratégie v elektronickom prostredí, Univerzita Komenského, Bratislava, 2010, s.9 (pozri aj Steinerová J.: Informačné správanie, Centrum VTI SR, Bratislava, 2005).

recipientov, ale aj zákazníkov, keďže sa z *informácie* postupom času stal tovar ako každý iný, je ich neustále kontrolovať, poukazovať na rôzne riziká, podrobovať ich nekompromisnej kritike, ako aj systém, v ktorom média musia fungovať. Zároveň je však našou povinnosťou poskytnúť aj východiská a myšlienky, ktoré by pomohli nájsť cestu zo súčasnej mediálnej a *informačnej krízy*, ako ju popisujú viacerí poprední autori (Noam Chomsky, Neil Postman, Robert McChesney, M.A. Verick, Bernard Goldberg, Ján Jiráček a ďalší). Koniec koncov, to je aj hlavný cieľ nasledujúcich riadkov.

Ujasnenie hlavných pojmov – informácia, média, manipulácia a propaganda.

Aby sme mohli zaujať určité stanovisko, pochopiť vzťahy medzi týmito a ďalšími pojmami, je potrebné sa pokúsiť o ich presnejšiu definíciu a vymedzenie.

Ujasniť si, čo máme vlastne rozumieť pod pojmom *informácia*, je asi jednou z najťažších úloh súčasného filozofického diskurzu, keďže sa mu v dejinách humanitných vied, venovala buď žiadna, alebo len malá pozornosť.² V súčasnosti sa reflektovaním a analýzou tohto pojmu zaoberá *filozofia informácie*, ktorú budeme zjednodušene chápať ako filozofickú disciplínu, ktorá hľadá najvšeobecnejšie vymedzenie pojmu informácie a skúma podstatu informačných vied, pričom vo vzťahu k nim, ide o metateóriu.³ Pojem informácie je komplikovaný a líši sa v závislosti od epistemologických škôl a jednotlivých prístupov.

Preto si ani tento text nekladie ambíciu o jej komplexné a jednotné vysvetlenie, ale pri jej pochopení a popise sa prispôsobím len potrebám, ktoré budem považovať za postačujúce.

Informácia. V bežnej reči sa tento pojem používa neustále. Čo je však *informácia*? Nie je pokus o jej definíciu len tautológiou, alebo pohybom v bludnom kruhu? Môžeme mať informáciu o *informácii*? A ak áno, akú? *Informácia*, z lat. *informatio* znamená predstava, obrys, v užšom zmysle sa jedna o určitý obsah správy. V pragmatickom poňatí sa dá za *informáciu*⁴ považovať skutočná, ale aj domnelá pravda, ktorá je využiteľná najmä v komunikácií. Aj správa, ktorú nemožno jasne interpretovať, sa nakoniec stáva *informáciou* a podnecuje k určitej aktivite.⁵

Keďže *informácia* bola dlhodobo doménou matematických teórií, uvediem aj jej zjednodušenú definíciu – v teórii pravdepodobnosti, je *informácia* veličina vyjadrujúca mieru neurčitosti javu (jednotka bit), ktorá je nepriamo úmerná pravdepodobnosti tohto javu.⁶ Alebo inak povedané, za *informáciu* možno považovať to, čo odstraňuje *informačnú entropiu*.⁷ Nás však bude zaujímať prevažne hodnotová, resp. sémantická *informácia*.

Pre jej lepšie pochopenie uvediem ešte jednu definíciu s podobnými atribútmi, ktorú v rámci tohto textu, ako som už uviedol, budem považovať za dostačujúcu: „*Informácia* je symbolicky (znakovo, jazykovo) reprezentovaný obsah, ku ktorému subjekt, resp. aktér (ktorý

² Dnes sa tejto problematike podrobnejšie venuje anglicko-taliansky filozof a logik z Oxfordu – Luciano Floridi, pozri Floridi, L.: *What is the Philosophy of Information?*, Metaphylosophy LLC and Blackwell Publishers Ltd. 2002. Cenným príspevkom je aj monografia Stodola, J: *Filosofie informace*, Masarykova univerzita, Brno, 2015.

³ Stodola, J: *Filosofie informace*, Masarykova univerzita, Brno, 2015, s.22.

⁴ Kurzíva (autor). Túto konvenciu budem používať aj pri ďalších výskytoch tohto pojmu.

⁵ Blecha, I., Brázda, R. a kol.: *Filosofický slovník*, Nakladatelství Olomouc, 2002.

⁶ Tamtiež.

⁷ Entropia (gr. *tropé*, zmena, zvrät) je neusporiadanosť systému, resp. chaos. Termín sa používa najmä vo fyzike a matematike.

môže byť človek, ale aj skupina ľudí, prípadne celá spoločnosť) zaujíma určitý kognitívne orientovaný postoj a pre ktorého plní určitú teoreticky alebo prakticky relevantnú funkciu.“⁸. Teda – sémantický obsah sa stáva *informáciou* len v prípade, že je *informáciou* pre niekoho, teda pre určitého človeka, aktéra, skupinu ľudí alebo celú spoločnosť.⁹ Dnes sú *sociálne informačné toky* reprezentované najmä médiami, ktorých definíciu si treba pripomenúť.

Média. Čo sú teda média? Slovenská filozofka a etička Anna Remišová uvádza, že „výraz média je etymologicky odvodený z lat. slova *medium*, ktoré sa prekladá ako „nachádzajúce sa uprostred“, „stredné, alebo sprostredkujúce“, „niečo, čo je medzi dvoma javmi“. Bežne sa používa na označenie súboru technických prostriedkov – kanálov, ktorých prostredníctvom sa prenáša *informácia* od jedného subjektu k inému, nezávisle od toho, či subjektom rozumieme jednotlivca, skupinu ľudí alebo akúkoľvek organizáciu. Výrazom „média“ sa takisto označujú všetky inštitúcie masovej komunikácie, tlač, rozhlas, televízia, film, internet, z ktorých zákazník (čitateľ, poslucháč, divák, návštevník internetu) prijíma *informácie*, vzdelávanie alebo zábavu.“¹⁰

Zároveň treba dodať, že média sú dôležitým mocenským aparátom, ktorý jednotlivým aktérom udeľuje slovo a podieľa sa na tvorbe diskurzov. Preto v nadväznosti na tento fakt, prejdeme k ďalším dvom kľúčovým pojmom.

Manipulácia. Propaganda. Manipulácia a propaganda sú najčastejšie spájané práve s médiami. Vzniká tak dojem, že nebyť moderných komunikačných prostriedkov ako sú média, tak by nebolo propagandy. Alebo sa v súčasnej spoločnosti vytvára znanie, že propaganda je len výtvorom našich nepriateľov, ktorí ju prebrali od najväčšieho zla v dejinách – nacistického Nemecka. To však, ako neskôr vyplynie, možno de facto označiť za manipulačné a propagandistické tendencie, ktorým sa pokúsím vyhnúť a uviesť prijateľnejšiu filozofickú reflexiu.

Čo je manipulácia? Alebo čo máme rozumieť pod manipuláciou? Intuitívne vieme, že sa jedná o niečo nemorálne a neetické. Podobný názor zastáva aj Anna Remišová, ktorá ju radí medzi najväčšie prečiny mediálnych tvorcov.¹¹ My s ňou budeme zatiaľ súhlasiť. K polemike a morálnej dileme, ktorá manipuláciu s *informáciami* sprevádza, sa dostaneme až neskôr. Len pripomeniem, že manipulácia ako taká, je takisto záhadný fenomén, ktorý by si zaslúžil viac pozornosti na poli humanitných vied.

Pod manipuláciou rozumiem určitý spôsob použitia verbálnych aj neverbálnych techník, zvyčajne psychologickéj povahy, ktoré sa snažia usmerňovať ľudské chovanie, reakcie a činy, ktoré následne povedú k požadovaným cieľom jednotlivcov alebo skupín, s využitím iných jednotlivcov a skupín bez ich vedomia. Pôvodné ciele a zámery sú tak skryté a manipulované subjekty ani nepostrehnú, že bol zneužitý. Celý tento proces vyžaduje náročnú intelektuálnu prácu premyslenú do detailov a musí rátať aj s tým, že do tohto procesu môžu vstúpiť aj nežiaduce vplyvy a udalosti, ktoré ohrozia pôvodný záujem a odhalia manipulátorov.

⁸ Buček, J., Zouhar, M.: Argumentácia a média, Univerzita Komenského v Bratislava, 2015, s.14.

⁹ Tamtiež., s.20.

¹⁰ Remišová, A.: Etika médií, Kalligram, Bratislava, 2010, s. 19, pozn. pod čiarou č.2.

¹¹ Tamtiež., s. 243.

Poľský žurnalista Maciej Ľowiecki nám ponúka podobnú definíciu: „Manipuláciu teda chápeme ako určitý spôsob ovplyvňovania jednotlivca alebo skupiny, či dokonca celého spoločenstva, ktorým sa zmenia ich názory a postoje, samozrejme bez toho, aby si to jednotlivci alebo skupiny uvedomovali. Ide teda o spôsoby alebo metódy, následkom ktorých je manipulovaná osoba presvedčená, že sama je pôvodcom nejakého správania alebo že sama tak rozhodla, alebo niečo zhodnotila, kým v skutočnosti je len nástrojom v rukách autora.“¹² Pod manipuláciu môžeme zaradiť propagandu – tá je však menej sofistikovanejšia. Tým chcem naznačiť najmä to, že propagandu nestotožňujem priamo s manipuláciou, ale ju chápem ako podriadenú manipulácii, resp. len ako jeden z jej hlavných nástrojov, nie však manipuláciu ako takú, keďže propaganda často krát neskrýva svoje ciele a verejne ich deklaruje. Vrátim sa však ešte nadväzujú k manipulácii.

Podľa slovenského filozofa zaoberajúceho sa politicko-sociálnou filozofiou a fenoménom moci, Ivana Buraja, je manipulácia jednou z dôležitých foriem moci. „Táto forma moci nie je najsilnejšia, ale určite je najrafinovanejšia.“ A za tým dodáva: „Azda práve preto nikdy v dejinách nebola manipulácia taká silná ako dnes. Má to prinajmenšom dva dôvody. Manipulácia sa opiera hlavne o nové techniky pôsobenia (napr. aj médiá)¹³ a tie sa rozvojom spoločnosti neustále rozširujú a zdokonaľujú. Navyše, zdokonaľovaniu a rozširovaniu manipulačných techník „nahráva“ fakt, že hrubé, holé, otvorené násilie sa čoraz viac „vyčerpáva. Ukazuje sa ako neefektívne a pod vplyvom zvyšovania roly individuálnych ľudských práv a právneho vedomia v globálnom celosvetovom meradle aj ako čoraz menej akceptovateľné.“¹⁴

Opäť M. Ľowiecki: „Manipulácia ako druh nástroja získal väčší význam a bol vycibrený práve v demokratických systémoch. Prečo? Lebo musela zaniknúť tvrdá totalitná propaganda, ktorá vôbec neskrývala svoje ciele a ani nemala strach, že ju odhalia. A práve toto bolo jej slabosťou. Propagátorom vôbec nezáležalo na zastieraní svojho pôsobenia. Avšak manipuláciu, tú dobrú, teda naozaj účinnú, by manipulovaní vôbec nemali postrehnúť.“¹⁵

Pre fanúšikov literatúry a žánru distópie, len uvediem, že táto zmena od násilnej a viditeľnej moci k mäkkej a efektívnejšej moci, je ako prechod zo „Zvieracej farmy“ cez „1984“ Georga Orwella, až do „Prekrásneho nového sveta“ Aldousa Huxleyho. Alebo ako poukazuje slovinský filozof Slavoj Žižek, je to prechod od ľahko rozpoznateľného subjektívneho násillia, páchaného napr. konkrétnymi osobami ako Hitler, Stalin, až k neviditeľnému objektívnemu násilliu, akým môže byť napr. kapitalistický systém v spojení s liberálnou demokraciou. Pochopenie takejto formy násillia si vyžaduje oveľa väčšie intelektuálne úsilie, ktoré môže byť znemožňované neustálym poukazovaním na to subjektívne.¹⁶ Tento hysterický akt, snažiaci sa poukazovať len a len na špičku ľadovca, pochopiteľne tak príznačný pre liberálne orientovaných ľudí, sa v konečnom dôsledku spolupodieľa na páchaní takéhoto typu násillia, aby tým posilnil vlastnú ideologickú agendu. Ako ďalej tvrdí Žižek – zdrvujúca hrôza násilných činov a empatia s obeťami nevyhnutne

¹² Ľowiecki, M., Zasepa, T.: Moc a nemoc médií, Typi Universitatis Tyrana Viensis, VEDA, 2003, s.35.

¹³ Pozn. autora.

¹⁴ Buraj, I.: Moc v štruktúre mocenských vzťahov, In: *FILozOFIA* 65, 2010, No 5, s.424.

¹⁵ Ľowiecki, M., Zasepa, T.: Moc a nemoc médií, Typi Universitatis Tyrana Viensis, VEDA, 2003, s.35.

¹⁶ Žižek, S.: *Násillí*, Rybka Publishers, 2008, s.5.

pôsobí ako akési kúzlo, ktoré nám bráni premýšľať a odkláňa našu pozornosť.¹⁷ Ak by sme teda premýšľali o pravých príčinách „zla“, tak takýto typ premýšľania, by bol zároveň aj pravou úctou k jeho obetiam. Preto je podľa Žižeka potrebná analýza komplexnej interakcie medzi subjektívnym a objektívnym násilím. Venujem pár slov ešte poslednému termínu.

Čo je propaganda? Je to len novodobý fenomén? Nie. Jej korene siahajú hlboko do minulosti a ako som už spomenul, primárne vychádza z manipulácie. Čo je však zaujímavejšie, jej pôvod možno nájsť v evolúcii a prirodzenej selekcii, keď sa silnejší presadzujú nad slabšími. V prírode, napr. pri párení ide o najrôznejšie natriasanie, rozhadzovanie končatinami, údery do hrude alebo vyskakovanie, ktoré zvyšuje dojem svojej výšky, čím sa vytvára zdanie silnejšieho jedinca a ostatnými, ktorým sú tieto prejavy určené.¹⁸ Toto snaženie sa prejavovalo u starovekých vládcov, ktorí sa stotožňovali s bohmi, cez pompézne vyobrazenia Napoleona maliarom Jacquesom Louisom Davidom, nacistického filmu Triumf vôle od Geli Reifentalovej, až po súčasnú tvorbu amerických producentov v Holywoode, ktorí nám ukazujú rôznych superhrdinov zachraňujúcich svet. Samozrejme, iba v klasickom bipolárnom svete dobra a zla. Lebo ten je pre širokú masu ľudí, ľahko pochopiteľný. Dobro sú Američania, zlo sú väčšinou Rusi, alebo teroristi, najlepšie z Iránu či Afganistanu.

„Propaganda je teda úmyselné a systematické úsilie vytvárať percepciu, manipulovať myslením a bezprostredným jednaním s úmyslom dosiahnuť takých reakcií, ktoré sú v súlade s požadovanými cieľmi propagandy.“¹⁹

Načo je teda potrebná propaganda? Odpoveď je jednoduchá, každý štát, či akýkoľvek subjekt ašpirujúci na svoju mocenskú pozíciu, využije na to všetky adekvátne prostriedky. Teda aj propagandu, ktorá s rozvojom technológií prekonáva priestor, čas, ale aj počet recipientov, čo ju v konečnom dôsledku robí efektívnejšou a možno aj nebezpečnejšou ako použitie konvenčných zbraní, keďže rozsahu ich použitia nejdennokrát predchádza.

To znamená, že v prípade ak ich chce nejaká vláda použiť, musí pomocou propagandy vytvoriť v spoločnosti určitý konsenzus pre ich akceptáciu, ako to bolo v prípade invázie USA do Iraku, v roku 2003.

Ku kritike masových médií. Takéto zneužitie prirodzenej ľudskej potreby – „byť informovaný“, a spreneverenie sa *informácií* ako takej, s cieľom schválenia vojenských intervencií, možno považovať za vrcholne neetické a nemorálne.

Právo na *informácie* je dokonca jedným zo základných práv zakotvených v Ústave Slovenskej republiky a v Listine základných práv a slobôd²⁰, ktoré čerpajú najmä z liberálnej

¹⁷ Tamtiež., s.6.

¹⁸ Verner, P.: Propaganda a manipulace, Univerzita Jana Amose Komenského, Praha, 2011,s.5.

¹⁹ (Donnell, V., Jovett, G.: Propaganda, A Pluralistic Perspective, New York, 1989) cit. podľa Verner, P.: Propaganda a manipulace, Univerzita Jana Amose Komenského, Praha, 2011,s.5.

²⁰ Právo na informácie ako základné ústavné právo zakotvuje Ústava Slovenskej republiky (č. 460/1992 Zb.) a Listina základných práv a slobôd (ústavný zákon č. 23/1991 Zb.) Navyše, „podľa článku 26 ods. 1 Ústavy SR „Sloboda prejavu a právo na informácie sú zaručené.“ Podľa článku 26 ods. 2 prvá veta Ústavy SR „Každý má právo vyjadrovať svoje názory slovom, písmom, tlačou, obrazom alebo iným spôsobom, ako aj slobodne vyhladávať, prijímať a rozširovať idey a informácie bez ohľadu na hranice štátu.“ Z článku 26 ods. 5 Ústavy SR okrem toho výslovne vyplýva povinnosť orgánov verejnej moci primeraným spôsobom poskytovať informácie o svojej činnosti v štátnom jazyku. Ústava v článku 26 ods. 4 stanovuje aj dôvody pre obmedzenie práva na informácie. Ide o prípady, keď je to „v demokratickej spoločnosti nevyhnutné na ochranu práv a slobôd iných,

etickej paradigmy. Aj keď tieto práva „vyplývajú zo samotnej existencie človeka ako rodovej bytosti a vzťahujú sa – zásadne a principiálne – na každého príslušníka rodu,“²¹ neriešia systémové znehodnocovanie *informácií*, a ani relevanciu *informácií* ako takých, čo spôsobuje *informačnú entropiu*.

Toto právo je v širšom povedomí zamieňané alebo redukované len na slobodu slova. O jej chybných interpretáciách sa zmienim na inom mieste len okrajovo.

V neoliberalnom systéme trhového fundamentalizmu podliehajú *informácie* ďalšiemu riziku, resp. novinári, ktorí svoje povolanie spreneverujú a svoje články formujú vzhľadom na zisk (v horšom prípade ideológiu, ktorá tento zisk prináša), a až v poslednom rade na kvalitu *informácií*. To je však absolútne prevrátenie základnej hodnoty, z ktorej sa zrodila profesionálna žurnalistika. Nehovoriac o bulvári, ktorí viacerí autori ani neradia pod pojem žurnalistika, ale až pod širší pojem – médiá. Z toho vyplýva, že profesionálnu žurnalistiku možno chápať len ako prácu, ktorá sa sústreďuje na kvalitné podanie *informácií*, často krát s nasadením vlastného zdravia a života – investigatívna žurnalistika. Zábavu a reklamu ponecháva formátom na to určeným. Taktiež by sa mala strániť od zaujatosti voči konkrétnym politickým subjektom, či ideológii ako takej.

Bernard Goldberg napríklad poukazuje na to, že viacero spravodajstiev znižuje svoju kvalitu. Dôvody sú nasledovné: **1. Spravodajské programy musia prinášať zisk; 2. Písať o vážnych problémoch je náročná novinárska práca; 3. Nie je atraktívne písať o zásadnom probléme ako takom; 4. Popularita novinára a moderátora** (t.j. moderátor, podobne ako politik, usiluje o priazeň svojich voličov – divákov, a nechce, aby si ho spájali s témami, ktorým sa sami radšej vyhnú).²² Navyše B.Goldberg poukazuje aj na ďalší nežiaduci vplyv v liberálnych médiách. Všetky ostatné názory sa považujú za nerozumné, mylné alebo sa označujú pejoratívnymi prívlastkami a zosmiešňujú ľudí, ktorí ich zastávajú.²³ Ak vyjadríte konzervatívnejší postoj, budete automaticky označený za tmára, ktorí patrí do stredoveku. V takomto prípade možno hovoriť o manipulácii a ovplyvňovaní verejnej mienky a nepriamo o vydieraní, keďže vyjadrenie opačného názoru, pochopiteľne povedie k strate verejnej prestíže či dehonestácií. Dnes je táto „ľudová tvorivosť“ silným donucovacím mechanizmom, pri rozhodovaní sa, k akým názorom sa v tej či onej komunite prihlásite. Mám namysli rôzne karikatúry, komiksy a satiru. A ešte presnejšie – len tú, ktorá selektuje predmet svojho výsmechu. Takéto znehodnocovanie diskurzu sa stáva hrozbou pre demokraciu samotnú, keďže sa diskurz vo všeobecnosti považuje za východisko demokracie.

Tento jav geniálne postrehol už Alexis de Tocqueville vo svojom diele *Demokracia v Amerike* a nazval ho „demokratickým despotizmom“ – je to moc „verejnej mienky, ktorá potláča všetky jedinečné alebo nepopulárne názory.“²⁴ Takto vyvinutý tlak, či diskreditácia môže viesť k strate záujmu širšej verejnosti, čo v systéme trhového fundamentalizmu, znamená jasnú „smrť“.

bezpečnosť štátu, verejného poriadku, ochranu verejného zdravia a mravnosti“, pričom konkrétne dôvody a spôsoby odmietnutia prístupu k informáciám musia byť stanovené iba predpisom so silou zákona.“ – Pre bližšie informácie pozri Wilfling, P., Babiaková, K.: Právo na informácie, Občan a demokracia, Bratislava, 2006.

²¹ Remišová, A.: Etika médií, Kalligram, Bratislava, 2010, s.68.

²² Cit. podľa Remišová, A.: Etika médií, Kalligram, Bratislava, 2010, s.222-223.

²³ Goldberg, B.: Jak novinári manipulují, Ideál, Praha, 2005. Cit. podľa Remišová, A.: Etika médií, Kalligram, Bratislava, 2010, s.244.

²⁴ Buraj, I.: Moc v štruktúre mocenských vzťahov, In: *FILozOFIA* 65, 2010, No 5, s.422.

Ako poznamenáva I.Buraj: „Tu Tocqueville ponúka zaujímavé (a dodnes aktuálne) porovnanie: „*Inkvizícia nedokázala nikdy zabrániť tomu, aby v Španielsku nekolovali knihy odporujúce náboženstvu väčšiny. Vláda väčšiny v Spojených štátoch to robí lepšie: vypudila ľuďom z hlavy dokonca i myšlienku na ne*“²⁵ a to už len pre to, že každý dobre vie, že i ich jednoducho nikto nevydá.“²⁶ V podobnom duchu písal aj predstaviteľ frankfurtskej školy Herbert Marcuse: „V istom zmysle je rozvinutá industriálna kultúra ideologickejšia než jej predchodkyňa, totiž potiaľ, že ideológia dnes spočíva vo výrobnom procese samotnom.“²⁷

Ja len dodám, že dnes si človek môže „ľahko“ vydať kadečo, ak má na to peniaze. No otázna je kvalita obsahu, ktorý vám zaberie množstvo času, a ako sa hovorí: „čas sú peniaze“.

Dobré o tom vedieť aj novinári. Každý z nich sa snaží „byť ten prvý“ čo príde s nejakou *informáciou* aby zarobil. To však sťažuje požiadavka si ich overovať najmenej z troch zdrojov, čo zaberie ďalší čas. Mnoho z nich teda podlieha akejsi publikačnej panike a zverejní nekvalitné alebo zavádzajúce *informácie*. Tým pádom sa spolupodieľa na deformovaní reality. V niektorých prípadoch môžu takéto pochybenia viesť k chybným rozhodnutiam, spoločenskej panike, ale aj pádu vlády.

Preto si slobodu slova, netreba zamieňať so slobodou klamať alebo dehonestovať a pre novinárov by to malo platiť dvojnásobne, ak nie trojnásobne.

Kto je na vine? Alebo hypotéza dvoch zrkadiel. Ak sa dnes púšťame do kritiky médií, tak ich apológiu a médiá samotné, argumentujú prevažne tým, že ohrozujeme ich slobodu slova. A keď zistia, že je to len naša sloboda slova, zmenia rétoriku a za svoj obsah, začnú obviňovať divákov. „Vraj, keby to nikto nepozeral, tak by to nevysielali.“ To je však len infantilný alibizmus.

V sociológii médií sa tomuto javu zvykne hovoriť aj hypotéza dvoch zrkadiel: *masmédiá sú zrkadlom ľudí a ľudia zrkadlom masmédií*.²⁸ Kde je však rozdiel? Po prvé, médiá majú ďaleko väčšiu zodpovednosť ako diváci, a tým pádom aj vyššiu morálnu zodpovednosť. Po druhé, práca v médiách vyžaduje aj určitú dávku profesionality a vyššiu odbornosť, zatiaľ čo od diváka sa takéto kompetencie nepožadujú. Taktiež neexistuje nič také, ako kódex diváka, ale kódexy v jednotlivých redakciách existujú. Otázne je, či nie sú len prázdnu formalitou.

To však neznamená, že obhajujeme divákov, taktiež majú na tom svoj podiel, čo hovorí aj táto hypotéza. Len poznamenám, že už aj na divácku obec sa začínajú v súčasnosti klásť vyššie požiadavky.

Príkladom je napríklad rozvíjajúca sa diskusia o zavedení povinnej mediálnej výchovy na druhom stupni základných škôl.

Preto nesmieme zabúdať aj na to, že zrkadlo síce odráža skutočnosť, a predsa ju viac alebo menej deformuje. Takže, aj keď sa v zrkadle vidíme trocha skreslene, predsa by sme bez neho nemohli vidieť tak ľahko a jasne. Preto treba vedieť, čo je zdeformované v našom

²⁵ Kurzíva (autor).

²⁶ Buraj, I.: Moc v štruktúre mocenských vzťahov, In: *FILOZOFIA* 65, 2010, No 5, s.422.

²⁷ Marcuse, H.: Jednorozmerný človek, Naše vojsko, Praha, 1991, s.38.

²⁸ Howiecki, M., Zasepa, T.: Moc a nemoc médií, Typi Universitatis Tyrana Viensis, VEDA, 2003, s.17.

obraze, ale predovšetkým, čo je zdeformované v odraze reality, v ktorej žijeme.²⁹ A realita mimo médií, je často krát diametrálne odlišná a dokonca krajšia a pestrejšia.

Aj napriek tomu, že to niektorí nechcú priznať a vytvárajú akýsi mytologický prelud o tom ako sú média nevyhnutnou podmienkou života. Nie, nie sú. Aj keď s tým by sa dalo pokojne polemizovať – keďže nevedomosť neospravedlňuje.

Ale čo s tým, ak sú niektoré média práve zdrojom tejto nevedomosti? To už zákon nerieši.

Pár poznámok k vlastníctvu médií. Alebo prečo sú média potrebné pre politiku.

To, že dnes sú média v moci politikov, je mierne zavádzajúce. Svetový mediálny monopol je v rukách súkromníkov, ktorí budú pochopiteľne slúžiť systému, v akom sa im najlepšie pohybuje. Alebo týmto súkromníkom zaisti rýchly vzostup, ak sa rozhodnú pre vybudovanie vlastnej politickej kariéry. Podrobnejšie o vlastníctve médií píše napr. M. A. Verick vo svojej knihe *Mediálny monopol* alebo G. Doyle v diele *Media Ownership* (Vlastníctvo médií).

Pre ilustráciu si uvedieme tri príklady. Prvým je taliansky mediálny magnát a bývalý úspešný politik, Silvio Berlusconi. Ten vytvoril mediálne impérium Mediaset, ktoré popri verejnoprávnej televízií RAI pôsobilo ako Berlusconiho „reklama“. Navyše mediálny magnát, neskôr zo svojho postu predsedu vlády, nechal schváliť dotáciu pre divákov na nákupy digitálnych prijímačov, ktorým sa mala zvýšiť sledovanosť a efektívnosť propagandy a znemožniť pôsobenie opozície.³⁰

Druhým príkladom je v súčasnosti asi najväčší mediálny magnát Rupert Murdoch. Ten vlastní svetové denníky ako New York Post, The Times a The Sun. Patria mu aj bulvárne plátky Sun Times, Wall Street Journal, News of the World. Taktiež televízna sieť Fox a internetový server My Space. Jeho spoločnosť News Corporation má ročný obrat okolo 30 milárd USD.³¹

U našich susedov je významným podnikateľom v oblasti médií, súčasný premiér Andrej Babiš.

Skúsme si však položiť otázku, prečo sú dnes média tak dôležité? Jednoduchú odpoveď ponúka slovenská mediálna odborníčka Anna Sámelová: „Z pôvodného médiami sprostredkovaného videnia sveta každodennosti, sa totiž stala každodennosť videná a chápaná mediálne.“³² To znamená, že na to aby ste sa zviditeľnili vo verejnej sfére, potrebujeme mediálnu podporu. Jedná sa o jav, ktorý sa označuje ako medializácia politiky a popisuje aj také fenomény, ako je prispôbovanie sa politikov médiám. Škandalizácia, výstupy a tlačovky v kooperácii s médiami, ako aj zmena chovania vyhovujúca tvorcom mediálnych obsahov. Dnes sa pre tento druh, keď média silne ovplyvňujú politické dianie, zaužíval termín mediokracia. Tu už však narážame na problémy a hranice medzi formou zastupiteľskej demokracie a mediokracie, ktorá by si taktiež zasluhovala podrobnejšiu analýzu.

²⁹ Tamtiež.

³⁰ Verner, P.: Propaganda a manipulace, Univerzita Jana Amose Komenského, Praha, 2011, s.86.

³¹ Tamtiež., s.86.

³² Sámelová, A.: Medializácia a zábavné umlčanie: Dva aspekty sociálnej konformity, In: Višnovský, E., et al.: *Normativita ako vôľa k poriadku*, Univerzita Komenského v Bratislave, Bratislava, 2016., s.121.

Pokiaľ by sa dokázal nežiaduci vplyv konkrétnych médií na rozhodnutia politikov, či spoločnosti, ktorá je pomocou médií stimulovaná ku konzumu, a ktorý preukázateľne spôsobil ekologickú krízu, či k porušovaniu zákonov a dokonca k páchaniu subjektívneho násillia, bude potrebné porozmýšľať aj nad vyvodením zodpovednosti.

To však bude vyžadovať rozsiahlu diskusiu o tom „kde sa končia hranice slobody slova“ a začínajú hranice, použijúc výraz Ericha Fromma, „nekrofilnej kultúry“.

Východiská z krízy. Tu sa nám však otvára viacero otázok – mali by sme tú zmenu ponechať len na médiá? Má dôjsť k určitej samoregulácii? Dokážu médiá a novinári prijať konštruktívnu kritiku? Máme im dôverovať? Sú otvorené diskusii alebo pôjde všetko po starom? Čo ak sa budú obrancovia systému snažiť o zdanie, že tu pluralita existuje, ale bude to len ideologická a podvodná realita pluralizmu, na akú už upozorňoval H.Marcuse?³³ Keď si spätne uvedomíme, že tu existuje niečo ako mediálny monopol, nebudeme ďaleko od reality, v ktorej by takýto typ manipulácie bol do istej miery uskutočniteľný.

Preto je namieste otázka akú pokladá M. Howiecki: „Majú vôbec novinári morálne právo a dostatočné vedomosti, aby ľuďom podávali základy riešenia toho, čo je v danej chvíli správne, ktorá voľba je zodpovedná, a najmä, komu možno dôverovať a komu nie?“³⁴ A ja len doplním otázku – chcú vidieť novinári systém v akom fungujú, či bude pre nich sloboda slova len hodnotou, akú mali „chlieb a hry“ v starovekom Ríme? Dokážu premýšľať v takých intenciách, že možno kapitalizmus dokázal rozvinúť slobodný trh a politickú demokraciu či právny systém na princípoch komutatívnej spravodlivosti, no zabrzdil vývoj ekonomickej slobody, sociálnej, ale aj kultúrnej, ktorej súčasťou sú aj médiá a znemožnil tak rozvoj distributívnej spravodlivosti?³⁵

Nie. Toto by malo byť úlohou širokého spektra filozofov, sociológov, politológov, psychologov atď., ktorým by médiá začali poskytovať väčší priestor a nevyužívali ich len na potvrdzovanie svojich vlastných ideologických formuliek. Áno za stav spoločnosti, vždy môže len spoločnosť ako univerzum všetkých ľudí v nej žijúcich.

No opäť sa naskytá otázka, kto má na spoločnosť najväčší vplyv? Alebo resp. aký *informačný tok* je v súčasnosti zdrojom *in-formácií* pre širokú verejnosť, na ktorú sa tak radi odvolávajú politici?³⁶ Knihy a inštitúcie ako sú napr. univerzity, to určite nebudú.

Pár východísk uvádza vo svojej publikácii *Etika médií* Anna Remišová: Odvolávajú sa na esej Jamesa Careyho z novinárskej fakulty na Kolumbijskej univerzite v USA – k reforme žurnalistiky, príde až vtedy keď sa spravodajské organizácie odlúčia od celosvetových zábavných a *informačných* spoločností, ktoré ich čím ďalej tým viac ovládajú. Túto nezávislosť by mal podporiť v prvom rade štát. Podobné stanovisko zaujal aj McChesney, ktorý hovorí o tom, že žurnalistika sa musí zbaviť tlakov od korporácií a komercializmu. V tom má napomôcť rozumná mediálna politika, stavajúca na týchto pilieroch: **1. Múdre zákonodarstvo; 2. Lepšie vychovávať mladých novinárov; 3.**

³³ Marcuse, H.: Jednorozmerný človek, Naše vojsko, Praha, 1991, s.63.

³⁴ Howiecki, M., Zasepa, T.: Moc a nemoc médií, Typi Universitatis Tyrana Viensis, VEDA, 2003, s.109.

³⁵ Černík, V.: Spory o otázke „prirodzenosti“ a „slobody“ súčasného kapitalizmu, In: FILOZOFIA 66, 2011, No 8, s. 786.

³⁶ Fungováním a procesmi ovplyvňovania verejnej mienky sa zaoberal amer. filozof, politológ a poradca Woodrowa Wilsona, Walter Lippmann (1889-1974). Pozri: Lippmann, W.: Verejné mínění, Portál, Praha, 2015.

Mediálna gramotnosť; 4. Štátna inzercia; 5. Poštovné sadzby; 6. Vyburcovanie verejnosti; 7. Verejný politický aktivizmus. Ako príklad dokonca uvádza Skupinu slobodných komunikácií (Free Communications Group) a podobné zoskupenia, ktoré proklamujú ideu, že médiá by mali patriť tým, ktorí v nich pracujú.³⁷

Čo je zaujímavý nápad a takéto komunitárne zriadenie by do redakcií mohlo vnieŤ viac slobody a zároveň zblíženie sa so svojimi čitateľmi, ktorí by pod daným médiom rozumeli len úzky okruh neanonymných redaktorov, a nemuseli by sa zamýšľať nad vlastníkmi stojacimi v pozadí, ktorí sú často kráť zo zahraničia a ku krajine (týka sa to najmä menších štátov), v ktorej pôsobí redakcia, nemajú žiaden bližší vzťah.

Univerzálna informačná paradigma. Hodnoty pre informáciu. Ak by sa novinári a médiá riadili napríklad Kantovou deontologickou paradigmatou, resp. jeho kategorickým imperatívom, ktorý znie: „Konaj tak, aby maxima tvojej vôle vždy mohla byť zároveň princípom všeobecného zákonodarstva“³⁸, tak by to vylučovalo akékoľvek nemravné konanie ako lož, dehonestáciu, či schvaľovanie vojnových ťažení, ktoré by sa nikdy nedostali do všeobecného zákonodarstva. Ak by sa všetci riadili aj tzv. druhým kategorickým imperatívom: „Konaj tak, aby si vo svojej osobe i v osobe každého iného človeka používal ľudstvo vždy len ako účel, a nikdy nie len ako prostriedok!“³⁹, nemuseli by sme dnes riešiť problémy ako manipulácia, alebo obohacovanie sa na úkor druhých, či zneužívanie ich *informačnej potreby* pre svoj vlastný zisk a moc, čo žiaľ znehodnocuje *informácie* ako také.

Uvediem jeden príklad za všetky: S *informáciami* je to podobne ako s vodou. Ak by sme chceli zneužiť ľudskú potrebu mať prístup k pitnej vode, otrávime všetky studne a na ďalší deň si pri si nich otvoríme stánok s balenou vodou. Získame tak moc aj vplyv. Ak by nebolo po našom, stačí sa zobrať preč a vystaviť ich riziku, že „vlastnou vinou“ ohrozia svoj život. Alebo najefektívnejšie by bolo, ak by sme stánky s vodou presunuli ďalej od ľudských obydľí a oni by tým museli využiť miestneho prepravcu, s ktorým by sme zatiaľ uzavreli tichú dohodu.

Z toho vyplýva, že ľudia a ich potreby boli zneužitú za účelom zisku.

Avšak, nie každá manipulácia sa deje s týmto zámerom. Kantov kategorický imperatív nerieši situácie, aké nastávajú počas vojny, kde by zverejnenie (rozumej manipulácia) niektorých *informácií* mohlo viesť k smrti vlastných vojakov, alebo k poklesu morálky a následnej prehre.

Podobný problém nastáva aj v prípade, že u seba schovávame utečencov, ktorým, ak ich objavia nepriateľskú vojaci, hrozí istá smrť. Je morálne povedať pravdu (*poskytnúť informáciu*) a vyzradiť tým miesto ich úkrytu, a tým koniec koncov ohroziť aj sám seba?

Pokúsiť sa to vyriešiť by mohlo sformulovanie novej univerzálnej *informačnej paradigmy*. Tá by zohľadňovala využitie ostatných paradigmat, ako je už spomenutú Kantovu deontologickú paradigmatu, utilitaristickú paradigmatu, liberálnu paradigmatu ľudských práv, ale aj paradigmatu cnosti.

Každá morálna dilema, by sa však posudzovala vzhľadom na kvantitu (rozmanitosť, pluralizmus) a kvalitu uchovaných, distribuovaných a reprodukovaných *informácií*. To zahŕňa

³⁷ Remišová, A.: Etika médií, Kalligram, Bratislava, 2010, s. 232-233.

³⁸ Kant, I.: Kritika praktického rozumu, Spektrum, Bratislava, 1990, s.52.

³⁹ Remišová, A.: Etika médií, Kalligram, Bratislava, 2010, s. 64.

informácie biologické (život vo všeobecnosti, nie len ľudský) a kultúrne *informácie* (folklor, etnické rozdiely, ľudské poznanie – knihy, vedecké objavy, umelecká činnosť atď.). Právo na ich poznanie by mali mať aj sociálne vylúčení a budúce generácie. Každý človek by sa tak vedel rozumne rozhodnúť medzi dvoma a viacerými nesprávnymi spôsobmi. Napríklad aj medzi kapitalizmom alebo komunizmom vo svojich najkrajnejších podobách. Našou úlohou by bolo hľadať a voliť stred a zmier, ktorý už Aristotelés považoval za cnosť samotnú.⁴⁰ Toto úsilie by však neustále zohľadňovalo hodnotu každej *informácie*.

Ako teda vyriešiť dilemu s ukrytými utečencami? Život a ich poznatky (možno ide o talentovaných a šikovných vedcov) budeme považovať z viacerých hľadísk za hodnotnejšie ako *informáciu* o ich skrýši.

No, ale čo ak sa jedná o ľudí, ktorí svojim pôsobením a znehodnocovaním *informácií* spôsobili vojnu a smrť miliónov ľudí, a dokým ich nepriateľské vojská nedostanú, vojna a *informačný chaos* bude pokračovať aj naďalej? Je morálne prezradiť ich miesto? Ja tvrdím, že áno. No mám všetky relevantné *informácie* o tom, že sú to práve tí ľudia? Mám vôľu, čas a možnosti ich získať? Ak nie, budem si v tejto chvíli musieť pomôcť inými hodnotami.

Verím, že takéto morálne dilemy sa neriešia v redakciách a väčšina redaktorov sedí v pohodlí a bezpečí vo svojej pracovni.

Preto postačí, ak pochopia pravý význam svojho povolania a občas nahliadnu aj do takých dokumentov, ako je *Kódex novinárskej etiky* SSN (Slovenský syndikát novinárov), a kde sa píše o takých veciach ako je česť, pravdivosť, kontext, súvislosti, rozhovor, ale aj to, že novinár preukazuje primeranú úctu iným štátom, národom, ich tradíciám, kultúre a morálke.

Zoznam literatúry:

1. Aristoteles: *Etika Nikomachova*, Pravda, Bratislava, 1979.
2. Blecha, I., Brázda, R. a kol.: *Filosofický slovník*, Nakladatelství Olomouc, 2002.
3. Buček, J., Zouhar, M.: *Argumentácia a média*, Univerzita Komenského v Bratislava, 2015.
4. Buraj, I.: Moc v štruktúre mocenských vzťahov, In: *FILOZOFIA* 65, 2010, No 5.
5. Černík, V.: Spory o otázke „prirodzenosti“ a „slobody“ súčasného kapitalizmu, In: *FILOZOFIA* 66, 2011, No 8.
6. Doyle, G.: *Media Ownership*, Sage publications, London, 2002.
7. Floridi, L.: *What is the Philosophy of Information?*, Metaphylosophy LLC and Blackwell Publishers Ltd. 2002.
8. Goldberg, B.: *Jak novináři manipuluji*, Ideál, Praha, 2005.
9. Iłowiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*, Typi Universitatis Tyrana Viensis, VEDA, 2003.
10. Kant, I.: *Kritika praktického rozumu*, Spektrum, Bratislava, 1990.
11. Lippmann, W.: *Veřejné mínění*, Portál, Praha, 2015.
12. Marcuse, H.: *Jednorozměrný člověk*, Naše vojsko, Praha, 1991.
13. McChesney, R., W.: *Problém médií. Jak uvažovat o dnešních médiích*, Grimmus, Český Těšín, 2009.
14. Remišová, A.: *Etika médií*, Kalligram, Bratislava, 2010.

⁴⁰ Aristoteles: *Etika Nikomachova*, Pravda, Bratislava, 1979, s. 51-52.

15. SLOVENSKÝ SYNDIKÁT NOVINÁROV. Webová stránka: www.ssn.sk.
16. Steinerová J.: *Informačné správanie*, Centrum VTI SR, Bratislava, 2005
17. Steinerová, J., Grešková M., Ilavská, J.: *Informačné stratégie v elektronickom prostredí*, Univerzita Komenského, Bratislava, 2010.
18. Cenným príspevkom je aj monografia Stodola, J: *Filosofie informace*, Masarykova univerzita, Brno, 2015.
19. Verner, P.: *Propaganda a manipulace*, Univerzita Jana Amose Komenského, Praha, 2011.
20. Verick, M.A.: *Mediální monopol*, EarthSase CZ, Praha, 2009.
21. Višnovský, E., et al.: *Normativita ako vôľa k poriadku*, Univerzita Komenského v Bratislave, Bratislava, 2016.
22. Wilfling, P., Babiaková, K.: *Právo na informácie, Občan a demokracia*, Bratislava, 2006.
23. Žižek, S.: *Násilí*, Rybka Publishers, 2008.