

# Petr Žantovský: Jak jsem potkal knihy – 43. díl. Idioti v politice

21.09.2018 21:13

**Jozef Banáš (\*1948) je slovenský prozaik, dramatik, emeritní diplomat a politik. Vystudoval ekonomii, zahraniční obchod, velkou část života ale strávil mimo tento obor.**



Foto: **Hans Štembera**  
Popisek: **Petr Žantovský**

V druhé půli 80. let byl tiskovým atašé tehdy ještě federálního velvyslanectví ve východním Berlíně (NDR) a první polistopadová léta působil jako zástupce velvyslance Československa v Rakousku. Po roce 2000 se dal i na aktivní politiku, byl funkcionářem a poslancem strany ANO (neplést s Babišovým hnutím, toto bylo slovenské uskupení Aliancia nového občana) a později SDKÚ. V roce 2004 byl zvolen jako první Slovák na post viceprezidenta Parlamentního shromáždění NATO. Po odchodu z politiky se věnuje především literatuře, v níž se ale realizoval už od 70. let. Je autorem desítek televizních, filmových i divadelních scénářů a prozaických děl. Česky vyšla relativně nedávno jeho kniha v originále nazvaná Idioti v politice. Jde o tragikomickou perzipláž poskládanou z osobních zkušeností, jež Banáš v politické sféře zažil a viděl. Kniha je velkým, ale kormutlivým poučením o lidské malosti těch, kdo se chtějí stát za každou cenu velkými. Pro náš účel jsem vybral kapitolu týkající se vztahu politiků, médií a veřejného mínění.

## **Politik a média**

*„Žurnalismus je organizovaná klepárna.“  
(Edward Eggleston)*

*Politiky s médii toho mnohem více spojuje, než rozděluje. Navzdory tomu, že se zdánlivě nemají v lásce. Největší podobnost politiků a médií je v tom, že jim nelze věřit. Média, stejně*

*jako politici, však vědí, že lidé jim budou naslouchat i navzdory tomu, že jim nevěří. Lidé jsou totiž nepoučitelní. Proto se médiím a politikům tak daří.*

*Novináři mají proti politikům výhodu. Politikové o nich nepíší. I navzdory tomu, že o mnoha z nich vědí své. Novináři, na rozdíl od politiků, z peněz daňových poplatníků nežijí ani je nerozdělují. Politikové se proti tomu, co o nich novináři napíšou, nemohou bránit. Tedy mohli by, ale neradil bych jim to.*

*Politici chodí kolem novinářů po špičkách, novinářkám kupují čokolády, vykládají jim vtipy a vnučují jim své knížky. Politici vědí, že když v novináři vzbudí sympatie, je vyšší pravděpodobnost, že o nich bude psát hezky. Většinou tomu tak bývá. Kromě případů, kdy politik leží v žaludku novinářovu nadřazenému. V tom případě novinář píše o politikovi, i kdyby mu byl sympatický, nepěkným způsobem, protože ho neplatí politik, ale jeho šéfredaktor, přesněji, majitel média. Psát o politikovi hezky je důležité pro politika, protože se chce zavděčit občanům. Psát o politikovi nehezky je důležité pro novináře, protože se chce zavděčit šéfredaktorovi anebo majiteli média. Občané si názor o politikovi vytvářejí prostřednictvím médií. Nemají jinou možnost.*

*Problém politika je v tom, že čím více se líbí občanům, tím méně se líbí svému předsedovi.*

*V podstatě je jedno, zda o politikovi píšou média pozitivně, nebo negativně. Hlavně, že píšou, mluví a ukazují ho. Politik, který se neobjevuje v médiích, jako kdyby neexistoval. Pro politika je nejvíc deprimující situace, když přijde na vrátnici nějaké instituce a zachmuřený vrátný na něj vyrukuje se strohým: jméno a příjmení.*

*Politik nikdy nemůže nad médii zvítězit. Výjimečně může dosáhnout krátkodobého úspěchu, když vyhraje soudní při, ve které zažaloval bulvární noviny tvrdící, že má dva mozky. I když takový spor vyhraje a prokáže, že dva mozky nemá, bude to Pyrrhovo vítězství, protože sice obdrží požadované odškodné, ale bulvární noviny mu to spočítají tak, že si už ani „nevrzne“. Média žaluje jen politický sebevrah.*

*I když si novináři navzájem konkurují, existuje mezi nimi solidarita. Mezi politiky, byť by i byli z jedné strany, existuje pouze rivalita. Občas se stane, že politik ztratí nervy a některému novináři vynadá.*

*V té chvíli se spolčí všechna média, z vydavatelství „byť jsou různých“, a politikovi to spočítají. Kolegové politici ho nanejvýš politují, ale v koutku duše se radují, že se to nestalo jim. Najdou se dokonce i takoví, kteří novináři, který kolegu dehonestoval, blahopřejí. Ba nejednou kolegovu dehonestaci sami iniciují. Jsou pro novináře hlavním zdrojem zákulisních informací.*

*Kombinace schopného politika-demagoga a novináře-demagoga přináší prospěch oběma. Pokud se politik dostane s novinářovou pomocí do ministerské funkce, obvykle si „svého“ novináře vybere za mluvčího. Předpokladem takovéto úspěšné spolupráce je to, že novinář pojme politikovu demagogii jako systémovou záležitost.*

*Novinář-řadový redaktor je při práci značně nesvéprávný. V tom je podobný politikovi. Svěprávnější než novinář je šéfredaktor, ještě svěprávnější je vydavatel a nejsvěprávnější je majitel. V redakci se považuje za zvláštní vyznamenání, když šéfredaktor ponechá redaktorovi článek v původním znění. Zbláznit se štěstím může redaktor tehdy, když šéfredaktor ponechá i*

titulek. Článek v plném znění i s titulkem ponechává šéfredaktor novináři tehdy, když mu ho nadiktoval sám. Šéfredaktor takovýto postup ocení. Nepůsobí dobře, kdyby se na diskreditaci politika zúčastňoval šéfredaktor osobně. Šéfredaktor takový přístup ocení zejména v případě, když se novinář podepíše pod článek, který šéfredaktor obdržel přímo od vydavatele. Vydavatelé stejně jako šéfredaktoři vědí, že noviny a časopisy prodávají strany a titulky, i když nepravdivé. Novinářům, kteří mají v sobě aspoň nějaké zbytky cti, se tento postup nelíbí. Lidem, kteří mají čest, radím, aby do žurnalistiky nešli. Pokud tam jdou, platí pro novináře totéž, co pro politiky.

Nejoblíbenějším televizním programem politiků jsou záznamy z jejich vystoupení. K nejvíce vzrušujícím činnostem politika patří vedle sledování sebe samého na televizní obrazovce nebo vrhání se na noviny v naději, že se tam uvidí. Je jedno, zda se jedná o noviny televizní, rozhlasové, anebo papírové. Papírové jsou nejoblíbenější, protože politik si může svůj obrázek vystříhnout a podle libosti se na něj dívat. Politik je hotov se kvůli popularitě i zesměšnit – a to až za hranice vlastní představitivosti. Je ochoten udělat ze sebe hlupáka, klauna, stavět se na hlavu, podřezávat před kamerou slepice, věštit ze skleněné i neskleněné koule, pomáhat chudým, hrát fotbal, navštěvovat domovy důchodců, tancovat, zpívat či vařit, i když doposud sporák ani zblízka neviděl. Dokonce je ochoten zinscenovat scénu koupele v ledové vodě, při čemž ho jakoby „náhodou“ přistihne redaktor bulvárního deníku, jemuž předtím zatelefonoval. Fotografové i novináři to mají rádi, protože dodávají denně témata, která by noviny prodávala, je k zbláznění. Proto nepřátelskému vztahu mezi novináři a politiky nevěřte.

### **Občan a média**

„Televize je prostředek umožňující lidem, kteří nemají co na práci, dívat se na lidi, kterým se pracovat nechce.“  
(Woody Allen)

Média určují veřejné mínění. Zároveň určují i mínění politiků. Systém funguje následovně: politik zalže novináři, novinář to napíše, a protože i politik je jen občan, uvěří tomu. Když tomu uvěří, opět se k tomu vyjádří, novinář to napíše a čtenář i politik si to znovu přečtou. Takto to jde pořád dokola, až nakonec nikdo neví, co je pravda.

Vztah občanů a médií se projevuje voláním občanů po větší svobodě médií, což značí po stále širších možnostech médií, aby mohla občany ohlupovat. Mezinárodní instituce, jako například Reportéři bez hranic, sestavují jednou ročně přehled svobody tisku v jednotlivých zemích. Nikdo nesestavuje přehled nesvobody občana pod vlivem bezhraniční svobody tisku. Na konci žebříčku jsou země s absolutně nesvobodným tiskem, na špici jsou země s tiskem absolutně svobodným. Absolutní svoboda tisku znamená pro média možnost psát a vysílat nekontrolovaně, což je jejich přáním. Extrémní svoboda dává médiím možnost ohlupovat občany extrémně libovolně. Nejsem si jist, zda je osmé místo Slovenska mezi zeměmi s nejsvobodnějším tiskem za rok 2006 pro občany tou nejlepší zprávou. Češi jsou na dvacátém a USA na třicátém místě. Nemám pocit, že by v těchto zemích lidé žili hůře a méně svobodně než u nás. Platí, že příliš moc svobody škodí. Z toho důvodu také přišel o život kůň Ezopova rolníka, jemuž přišlo líto koně, celodenně přivázaného o kůl. Odvázal ho, kůň se samou radostí pustil do cvalu, spadl do propasti a zabil se. Rolník smutně konstatoval: „Kdybych mu nedal svobodu, mohl zde ještě být.“

Zvláštním obdobím pro média je předvolební období. Je to tak řečeno doba permanentního mediálního orgasmu. Jeho základním projevem je nadržování toho či jiného média té či oné

politické straně. Před volbami 2006 likvidoval náš údajně nejčtenější deník denně těžkou kanonádou fórum, zatímco například vůči straně Smer zaujal ambivalentní vztah. Na jedné straně permanentně útočil na Roberta Fica, přičemž druhého Roberta – Kaliňáka – permanentně chválil. Čert aby se v tom vyznal! STV svoje sympatie ke KDH demonstrovala zejména v relaci Pod lampou. Ve volbách v letech 1994 a 1998 vedení STV nemuselo své sympatie k HZDS ani tajit, protože vedení tvořili nominanti této strany.

Bez ohledu na to, zda je období povolební nebo předvolební, má každé médium své nepřátele a své přátele. Šéfredaktor toho pravého míněnitvorného deníku nepřátelský přístup vůči SDKU ve třetím volebním období otevřeně přiznával. Stejně nepokrytě vyznával tento deník svoji lásku k OKS. Pokud bychom vycházeli z poměru procent získaných hlasů a prostoru v tomto pravém deníku, musela by SDKU získat 70,38krát více hlasů než OKS.

Nejlépe jsou na tom v období voleb takzvaní nezávislí novináři. Podlézají jim všichni. V jistém nezávislém týdeníku, který údajně lze i číst, se strefují do každého. V tomto týdeníku je v období voleb zvýšený výskyt zvrátů jako „údajně“, „jak jsme se dozvěděli z dobře informovaného zdroje“, „prý“, „říká se“ a podobně. Podobná média stejně často používají za svým oznámením otazník. Jsou to finty, které jsou základem právní nenapadnutelnosti média. Pokud se na titulní straně objeví palcový titulek: „Politik Novák kradl?“, znamená to tolik, že médium se jen ptá. Občan však otazník nevnímá, Novák je pro něho zloděj a jeho šance uspět ve volbách rapidně klesají.

Nejjistějším způsobem, jak si v předvolebním období udržet zdravý rozum, je nekupovat noviny a vypnout pojistky, aby vás neotravovala ani elektronická média. Zcela jistě o nic nepřijdete.

### **Novináři a gumaři**

„Kdybych byl uzenáčem, tak se do vašich novin nenechám ani zabalit.“  
(Autor)

Na Slovensku je celá řada výtečných a korektních novinářů, snažících se hledat pravdu. Bohužel, korektní novinář hledající pravdu je v době brutální komercializace médií téměř nepotřebný. Proto jsou korektní novináři na pokraji. V centru jsou novinářští nymandi, nejednou neovládající ani pravopis. Je to k lítosti nejen slušných občanů, ale i slušných novinářů. Ať je pro slušné novináře útěchou, že v politice je to totéž.

Předním novinářem v každé redakci je šéfredaktor. Majitelům média zodpovídá za to, že se jim peníze, které do novin investují, vrátí se ziskem. Proto je nutné noviny dělat tak, aby se co nejvíce prodávaly a lákaly inzerenty. Noviny lidé čtou rádi tehdy, píšou-li o jiných lidech špatně. Mohou se pak radovat, že nejsou špatní jen oni sami. Šéfredaktor je člověk, jehož úkolem je oddělovat dobré zprávy od špatných a dohlížet na to, aby se dobrých dostalo do novin méně než těch špatných. Pokud by se v novinách začalo objevovat více dobrých zpráv než těch špatných, mohlo by to vyvolat dojem, že stát je v pořádku, a to je pro noviny to nejhorší. Pokud je někde pořádek a věci fungují, média ztrácí na zajímavosti. Když nejsou k máni žádné skandály, šéfredaktor vydá pokyn, aby si je vymysleli. Někteří šéfredaktoři doslova začínají porady otázkou: „Kdo má dnes co na koho?“ Novinář, který trvale nabízí jen seriózní informace a analýzy, se v redakci postupně stane černou ovci. Pokud je živitelem rodiny, musí se přizpůsobit a řídit se pokyny šéfredaktora. Šéfredaktor se řídí pokyny majitele.

Zatímco v dobách totality sloužila média ideologii jedné strany a až poté byla informačními prostředky, v demokracii slouží média v první řadě majitelovu zisku a až v druhé řadě k informování. V politice kritizujeme populisty proto, neboť říkají jen to, co lidé chtějí slyšet, v médiích je to totéž, pouze je nemá kdo kritizovat. Samy to dělat nebudou. Média pláčou, že na Slovensku chybí politické osobnosti. Nemají si s politiky co vyčítat. Opravdová novinářská osobnost je stejnou raritou jako osobnost politická. Osobnosti by se i našly, mají však „mindrák“. Mnozí z nich odváděli za starého režimu povinné „desátky“ tehdejší ideologii, a proto dnes mají výčitky svědomí. Navíc nemají žaludek, nervy ani chuť soupeřit s mladou novinářskou generací, jejíž mnozí představitelé mají větší problémy se zvládnutím gramatiky a stylistiky, než se zvládnutím svých komplexů. Zakomplexovaný novinář se od novináře liší tím, že nemá názor. Jeho názorem je názor vedoucího vydání, oddělení či šéfredaktora. Takového novináře pracovně nazývám gumař. Guma je materiál, který můžete tvarovat, mačkat, presovat, znetvořovat, házet do bláta, vláčit špínou a házet o zed' tolik, kolik se vám chce, a vždy se vrátí do původního tvaru. I když malinko páchne, je guma užitečná. Gumař, i když nepáchne, je pro vydavatele a majitele médií důležitější než seriózní novinář. Výsledky práce seriózního novináře noviny neprodávají. Seriózní novinář je vydavatelům na obtíž, překáží a má pocit, že je v redakci pouze trpěn. Koho také zajímají seriózní články, komentáře či pravdivé informace? Informace musí být v první řadě senzační. Běžné občany potěší slova předsedy vlády: „Vládě se poprvé v historii Slovenské republiky podařilo posílit korunu vůči euru pod třicet korun.“ Pro gumaře-šéfredaktora a gumaře-novináře by takováto zpráva byla hodna zveřejnění v případě, že by to byla, například, poslední slova premiéra po jeho smrtícím pádu z Lomnického štítu. Ani v tom případě bych si nebyl jistý, zda by to gumař napsal. Doporučuji předsedovi vlády, který by si opravdu přál, aby se takováto zpráva do novin dostala, aby si její sdělení nechal až na dobu po smrti, během smutečního obřadu se vyklonil z rakve, zprávu sdělil a až poté se nechal pochovat. Tímto způsobem podanou zprávu by noviny zveřejnily.

Jistý začínající gumař z jisté soukromé televize se mi dne 1. 9. 2004 dopoledne ohlásil s tím, že za mnou přijde s několika dotazy týkajícími se slovenské ústavy, jejíž dvanácté výročí od jejího přijetí jsme si toho dne připomínali. Protože nejsem hloupější než začínající gumař, odhadl jsem otázky, s nimiž přijde, a nastudoval jsem si je. Když tedy přišel, zeptal se: „Kolik má ústava hlav?“ Odpověděl jsem správně. „Kolik má částí?“ Odpověděl jsem správně. „Co obsahuje preambule ústavy?“ Odrecitoval jsem mu preambuli. Gumař se zapotil nervozitou, řekl, že tohle doposud žádný z dotázaných nevěděl, a položil poslední dotaz: „Které jsou státní symboly?“ Přesnou odpověď jsem sice znal, ale abych – po jeho informaci, že dotazovaní kolegové toho věděli málo – nepůsobil jako štrébr, odpověděl jsem: „Státní vlajka, státní hymna, státní znak a to čtvrté... ani nevím... (mávl jsem rukou).“ Gumaři se rozjasnila tvář, poděkoval, a já jsem si večer pln očekávání pustil zprávy s tím, jak dobře se národu předvedu. Hlasatelka uvedla zprávu následovně: „Dnes si připomínáme výročí Ústavy SR. Je smutné, že o slovenské ústavě vědí málo občané, ale je ostudné, že o ní vědí málo politikové.“ Strih – první kolega, na stejné dotazy neodpověděl téměř nic, druhý ještě méně, a třetí Banáš... Otázka gumaře natočená ve studiu: „Co víte o slovenské ústavě?“ Strih, Banášovo mávnutí rukou – „...ani nevím...“ Gumař 99 procent správných odpovědí vystříhl a odvysílal pouze jedno, nepodstatné procento. Výsledek? Štamgasti v mé oblíbené hospodě si ode mne odsedávali a delší dobu jsem po ulicích chodil div ne kanály. Naštvaný jsem zatelefonoval nejvýše postavenému člověku v oné televizi. Lakonicky odpověděl – „Víš, odešel jsi z ANO...“ Alespoň jsem si vyzkoušel, jak se cítili ti politikové, kteří v ANO nebyli.

Dobrou zprávou je, že gumaři se nevyskytují jen u nás. Všude dělají stejné špinavosti. V roce 1982 byla nejprestižnější americká novinářská cena – Pulitzerova cena – udělena gumařce

deníku *Washington post* za neobyčejnou reportáž o malém chlapci Jimmym, závislém na heroinu. Ukázalo se, že novinářka si vše vymyslela; chlapec Jimmy nikdy neexistoval.

V období první války v Perském zálivu obletěla svět srdcervoucí reportáž o novorozencích z Kuvajtu, které barbarští iráčtí vojáci v jisté kuvajtské porodnici vyházeli z inkubátorů na zem. Událost se slzami v očích popisovala zdravotní sestra, ze které se později vyklubala dcera kuvajtského velvyslance v USA, a celý podvod vymyslel Bushův poradce pro komunikaci za vydatné pomoci „sprominutímnovinářů“. V létě 1968 přinášela média v NDR a v Sovětském svazu srdcervoucí reportáže o zabíjení statečných členů komunistické strany kontrarevolucionáři v Československu. Žádný komunista v Československu zabit nebyl. Veřejné mínění v NDR a v Sovětském svazu bylo ovšem třeba připravit na chystanou okupaci Československa. Gumaři existovali za totality a existují i v demokracii. Za totality jimi být museli, v demokracii nikoliv. Nesmíme ale zapomínat na to, že gumaři mají mnoho společného s hadrem na podlahu. Po vyždímání ho jeho uživatelé zahodí.

### **Paparazzi**

„Můj otec nenáviděl rozhlas a nemohl se dočkat televize, aby ji mohl nenávidět stejným způsobem.“  
(Peter de Vries)

Zakladatelem moderního fotografického stylu „paparazzi“ je italský renesanční malíř Gianfranco Paparazzi. V roce 1525 přistihl krásnou Venuši v intimní situaci s Amorem. Nezaváhal, běžel si pro štětce a barvy a bleskově tento okamžik zachytil na plátno. Pohledem na milenecký pár se kochali první voyeuři. Jakkoliv rychle však první paparazziové malovali, nestíhali, a to jim vadilo. Francouzský malíř Daguerre proto vymyslel fotografii, což práci paparazziů urychlilo.

Paparazziové jsou vlastně obrazoví gumaři, kteří špehují známé osobnosti s cílem přichytit je v choulostivé situaci. Choulostivé situace vznikají například tehdy, nachytají-li politika v posteli s cizí ženou. Horší je, když ho v posteli nachytají s cizí mrtvou ženou. Ještě horší než tato situace může být už jen ta, přichytí-li politika v posteli s mužem, a úplnou katastrofou je, když v posteli vyfotografují koaličního politika s opozičním. V té chvíli je kariéra politika vážně ohrožena, protože vlézt do postele s opozičním kolegou znamená nejen zradu své strany, ale celé vládní koalice. Opoziční politik to má v takovéto situaci o něco lehčí. Opozici zradit nelze, protože zradit není co.

Paparazziové pracují na stejném principu, jako politikové. „Průserý“ politiků nejsou k tomu, aby se zveřejňovaly, ale k tomu, aby se z nich něco vytřískalo. „Průser“ se zveřejní až v případě, když přistižený politik nechce s paparazim „spolupracovat“. Například tak, že mu dá tip na kolegu z vládní koalice, který se v posteli tajně setkává s politikem z opozice. Paparazzi by byl idiot, kdyby takovou fotografii dal okamžitě šéfredaktorovi, který by mu za ni dal toarovou odměnu. Zda fotografii dá šéfredaktorovi anebo přistiženému politikovi, se paparazzi rozhodne podle toho, z koho má větší prospěch. Pokud s paparazim politik spolupracuje, může se na druhý den objevit v bulvárním deníku fotografie, na které paparazzi přistihl politika, jak doprovází přes přechod pro chodce slepou stařenku. Slepá stařenka byl zamaskovaný politikův asistent. Po zveřejnění fotografie se přízeň lidí vůči tomuto politikovi zvýší.

Slovenští paparazziové patří ke světové špičce. Jsou schopni přistihnout politika, jak se žení, vdává, nakupuje v supermarketu, hraje na saxofon, jezdí na motorce či vaří ve vlastní

*kuchyni. První, co čtenáře napadne při pohledu na obrázek politika „přistiženého“, jak právě našel dvoukilový dubák v hustém lese, je otázka, odkud má paparazzi informaci, kdy a kde najde politik dvoukilový dubák. A odkud věděl politik, že ho najde? Jediným vysvětlením je, že redakce si mohou dovolit platit paparazziovi několikátýdenní dramatické sledování politika na houbách.*

*Reálnější verzí je, že politik a paparazzi chodí na houby spolu.*

### **Média a chřipka**

*„Veřejnost chce vědět vše kromě podstatného.“  
(Oscar Wilde)*

*Epidemie prasečí či ptačí chřipky a nemoci šílených krav jsou ukázkovým příkladem důležitosti svobody tisku a médií v demokratické společnosti. Téměř všechny evropské země mají demokratické režimy, proto jsme mohli před nějakou dobou svobodně sledovat, jak demokraticky vzniklo téměř masové šílenství. Občas jsem měl pocit, že média byla šílenstvím postižena víc než anglické krávy. Tato nemoc se údajně objevila v Anglii. Jsem hluboce přesvědčen, že nejen nemoc šílených krav, ale také epidemii ptačí chřipky vymyslely spojené síly antidrůbežářských a antihověžářských koncernů společně s výrobcí sér. Aby se mohla kuřata a dobytek masově vybít, bylo potřebné vyvolat hysterii. Podobně jako v roce 1986 po výbuchu Černobylu zmizely z evropských trhů komplet všechny jodové tabletky, navzdory tomu, že v důsledku radioaktivního ozáření umírali jen Ukrajinci. Dodnes není prokázáno, že jodové tabletky zachránily před smrtí ty Evropany, kteří se jimi cpali. Podobně, jako nehrozí žádná epidemie ptačí chřipky či nemoci šílených krav. Média nás těmito katastrofami straší v pravidelných intervalech už léta, a nikde nic. Navzdory tomu vláda vyčlenila ve třetím volebním období na dovoz sér proti ptačí chřipce (které ještě ani nebyly řádně vyvinuté) téměř osm set miliónů korun. Z takové sumy by bylo možné citelně zvednout důchody či platy učitelů. Kdyby je vláda poskytla pro tyto účely, zůstali by nasuchu výrobci a distributoři sér. A, samozřejmě, včetně těch lékařů, kteří v médiích urputně tvrdili, jak smrtelně nebezpečné tyto epidemie jsou.*

*Z hysterie vyvolané nemocí šílených krav a ptačí či prasečí chřipky měli vedle výrobců sér největší radost chovatelé vepřů. Lze očekávat, že chovatelé dobytku a drůbeže jim to jednou vrátí. Média se mohou v dohledné době těšit na epidemii čistotných prasat. Podobný postup médií a výrobců sér platí také v případě běžné chřipky. Každý poctivý lékař vám mezi čtyřma očima přizná, že protichřipková séra jsou podvod, protože nejenže neposilují imunitu organismu, ale naopak, dlouhodobě ji snižují. Namísto toho, aby lékaři lidi vyzývali k otužování, pohybu a správnému stravování, mnozí z nich za peníze od dealerů sér oblbují naivní občany v médiích. Já osobně se otužuji, běhám a maso téměř vůbec nejím, takže v podobných případech média se mnou počítat nemohou.*

### **Televizní vystoupení politiků**

*„Pro politika je televizor přístroj k tomu, aby se v něm objevoval, a ne aby se na něj díval.“  
(Noel Coward)*

*Politici v televizi vystupují s oblibou, protože vědí, že tím přinášejí občanům radost. Je dokázáno, že občané lépe tráví při politické talkshow než při zábavných relacích. Každý lékař vám potvrdí, že při pohledu na politiky se občanům nejen sbíhají sliny, ale zároveň se jim upevňuje i imunitní systém. Někteří plešatí dokonce tvrdí, že se jim obnovil růst vlasů. Tvrdím*

*to také. Lékaři to vysvětlují zvyšováním adrenalinu v krvi, což je zdravý úkaz zejména u lidí s nízkým tlakem.*

*Když televize v padesátých letech začínala, byla to taková senzace, že jsme na obrazovky hleděli jako „tele na nová vrata“. Netušili jsme, že hlavním úkolem televize je učinit z relativně rozumných diváků postupně opravdu telata. Nejde to sice ze dne na den, ale zadavatelé reklam jsou trpěliví. Možná by bylo vhodnější nazývat tento prostředek masového vymývání mozků „telavízia“. V češtině se toto médium správně nazývá „televize“.*

*Není pravda, že politici v televizi vystupují proto, aby se diváci měli na co dívat. Vystupují tam proto, aby se měli na co dívat oni sami. Aby se politik mohl sám ze sebe těšit, musí ho nejprve manželka nahrát na videozáznam. Nahraje program s manželem i navzdory tomu, že manželovi v televizi zdvořile nabídli, že mu po odvysílání darují nahranou kazetu. Rozumný politik takovou nabídku odmítne s tím, že nemá kdy dívat se sám na sebe. Sotva však dorazí domů, usedá před obrazovku a ještě v kabátě vkládá videokazetu do přehrávače. Každý politik se sám na sebe dívá zpravidla třikrát. Poprvé proto, aby zjistil, jak vypadal, podruhé proto, aby věděl, co říkal, a potřetí proto, aby dokázal manželce, že vypadal i mluvil lépe, než tvrdila ona. Opakované sledování sebe sama je důležité v případě, že se politik na obrazovce jen mihne a není jasné, zda to byl on.*

*Nejčastěji se na sebe dívají předsedové a místopředsedové. Nikoliv proto, že by byli většími narcisy než ostatní politici, ale proto, že vystupují v televizi častěji než ostatní politici. Ostatní politici v televizi prakticky nevystupují.*

*Ke zjišťování předsedovy oblíbenosti jsou důležitá vystoupení v diskusních relacích, do kterých diváci posílají hlasy svému oblíbenému politikovi. Na takovéto relace je potřebná důkladná příprava. Důkladná příprava spočívá v tom, že tajemník strany obvolá krajské tajemníky, ti obvolají okresní a požádají je o zaslání esemesek. Dobrý tajemník nenechá nic náhodě a počítačovému expertovi stranické centrály dá pokyn nastavit počítač tak, aby posílal tolik hlasů za vteřinu, aby předseda nad svým soupeřem těsně zvítězil. Někdy se počítačem pošle několik tisíc hlasů. Pokud se k tomu připočtou hlasy členské základny, měl by předseda vyhrát. Ledaže by strana, které předseda jeho protivník, měla širší členskou základnu a šikovnějšího počítačového experta.*

### **Tiskové konference**

*„Politik má dvě možnosti – mluvit k lidu, anebo mluvit k věci.“  
(Hans Kasper)*

*Oblíbenými veřejně-prospěšnými akcemi jsou tiskové konference. Těší se na ně zejména novináři v důchodu, kteří je často navštěvují. Především tiskové konference firemní. Ty se od tiskových konferencí politických stran liší tím, že se na nich podávají chlebičky a nejednou se dá ukořistit i nějaký ten dárek. Novinářům-penzistům to pomáhá zvyšovat jejich reálné příjmy.*

*Součástí komunikačních schopností každého politika je, že se nesmí nechat novináři nachytat na hruškách. Nechat se nachytat na hruškách je pro politika jednou z nejnepríjemnějších věcí, proto dělá všechno pro to, aby na hruškách nachytl on novináře. Dobrým příkladem, jak nachytat na hruškách novináře, je následující ukázka z tiskové konference ministra obrany.*



*Novinář: „Pane ministře, můžete nám říct, proč vaše ministerstvo zadalo objednávku na milion kusů ušních ucpávek bez veřejné soutěže přímo firmě vašeho tchána?“*

*Ministr: „Jsem rád, že jste tento dotaz položil, protože vím, že veřejnost se o tuto věc zajímá. Veřejnost má, samozřejmě, plné právo se o tuto věc zajímat. Nakonec, podat vám v této věci informace je i mojí povinností ve smyslu Zákona č.782/2002 Z. z. o veřejném přístupu k informacím. I když, upřímně řečeno, na našem ministerstvu máme pocit, že tento zákon je už obsolentní a zasloužil by si několik vylepšení. Například v paragrafu 128...“*

*Novinář: „Pane ministře, já jsem se chtěl dovědět...“*

*Ministr: „Ano, vždyť právě chci říct, že paragraf 128...“*

*Novinář: „...nikoliv o paragrafu 128, ale o přímé objednávce 100 milionů kusů ucpávek...“*

*Ministr: „Ujišťuji vás, že na váš dotaz odpovím, ale aniž bych vysvětlil nedostatek paragrafu 128 Zákona o veřejném přístupu k informacím, to možné není.“*

*Novinář: „Myslím si, že to možné je a paragraf 128 s tím vůbec nesouvisí.“*

*Ministr: „To je váš subjektivní názor a stejně jako vám já neberu váš názor, dovoluji mi říct ten můj. Myslím, že v demokratické společnosti na to mám právo. Nebo byste byl raději, kdybychom v demokratické společnosti nežili?!“ (Pokud je novináři více než čtyřicet let, ministr může ironicky dodat: „Že, soudruhu novináři?!“)*

*Novinář: „Nerozumím, o čem to mluvíte...“*

*Ministr: „No jen o tom, že pokud si dobře pamatují, za komunistické totality jste byl redaktorem Rudého praporu a šli jste do imperialistů, až se prášilo!“*

*Novinář: „Nevím, kde jste to vzal, ale samozřejmě je to nesmysl!“*

*Ministr: „Nevím, zda je to nesmysl, protože takoví jako vy budou mít demokracii navždy v ústech, a cokoli učiní ministr demokratické vlády, bude vám trnem v oku!“*

*Novinář: „Nerozumím, jak souvisí to, kde jsem pracoval za minulého režimu, s mým dotazem.“*

*Ministr: „Souvisí, a moc. Kdyby dnes nebyla demokracie, tak takovéto otázky byste vůbec nepokládal!“*

*Novinář: „Promiňte, tváříte se, jako kdybyste komunistický režim porazil vy, ale pokud vím, jste docentem marxismu-leninismu, a docenturu jste získal na večerní univerzitě marxismu-leninismu.“*

*Ministr: „To je typické pro komunistické ‚pisálky‘. Když nevíte, kudy kam, debatu ideologizujete.“*

*Novinář: „Tak jak je to typické pro bývalé komunistické docenty, jenomže já na rozdíl od vás jsem nepřihodil kšeft za sto milionů svému tchánovi.“*

*Ministr: „Uvědomte si, že mluvíte s členem vlády!“*

*Novinář: „Promiňte, ale stále jste mi neodpověděl na otázku.“*

*Ministr: „Je mi líto, ale informaci vám poskytnout nemohu, protože podléhá režimu utajovaných skutečností.“*

*Ukázka skvělé práce ministra, který nejenže se nenechal nachytat, ale vytřel novináři zrak elegantním způsobem.*

*Pokud ministr vycítí, že na tiskové konferenci by mohlo být „horko“, odjede na zahraniční služební cestu, nebo se hodí marodem a na konferenci vyšle státního tajemníka s mluvčím.*

### **Mluvčí a „zatloukači“**

*„Bud'te vždy upřímní, i když si to nemyslíte.“  
(Harry Truman)*

*Mluvčí je člověk, jehož hlavním úkolem je zamlžovat lapsusy své strany, svého prezidenta, své vlády, svého ministra, případně svého předsedy. Zatloukat, zatloukat, zatloukat! Úspěchy sdělují občanům prezidenti, předsedové a ministři osobně. Většina občanů nemá mluvčího. Ne že by si ho nemohli dovolit, ale nátura člověka je taková, že řekne i to, co neví. Lidí, kteří zatajují a zatloukají, je jako šafránu. Najít dobrého mluvčího proto není jednoduché. Tím spíše, že mluvčí se personifikuje s člověkem, v jehož jméně mluví. Když se stane, že osobu, v jejímž jméně mluvčí vystupuje, odvolají, odvolají i mluvčího, protože mluvčí musí působit důvěryhodně. Těžko bychom uvěřili mluvčímu, který za ministrování Pavla Ruska tvrdil, že Jirka Malchárek by měl nosit pampersky, a po výměně Pavla Ruska Jirkou Malchárkem by najednou začal tvrdit, že pampersky jsou nesmysl a on byl odjakživa pro klasické bavlněné pleny. Na důvěryhodnosti by mu nepřidalo ani to, kdyby tyto plenky začal nosit sám. Navíc každý občan ví, že bývalý ministr Rusko to s pamperskami pro nového ministra Malchárka myslel jen žertem a jediný, kdo mu to uvěřil, byl jeho mluvčí.*

*Dobrym mluvčím je ten, kdo věří šéfovým slovům. Ještě lepším mluvčím je ten, kdo šéfovým slovům věří, i když jim nevěří ani samotný šéf. Nejlepší mluvčí nevěří ani vlastním slovům. Na mluvčím, který nevěří tomu, co říká, to lehce poznáte. Škrábe se v zátylku, nedívá se dotazujícím se novináři do očí, podvědomě se obrací na svého nadřízeného, jako kdyby se ptal: „Řekl jsem to dobře?“ Oblíbenou frází správného mluvčího je věta: „K danému problému jsme už řekli vše, co bylo nutné říct, a nemáme k tomu co dodat.“ Jenomže, je sakramentský rozdíl v tom, co si o tom, „co bylo nutné říct“, myslí veřejnost, a co si o tom myslí mluvčí. Proto dobří mluvčí po poradě s nadřízeným přečtou novinářům jako důvěrnou informaci pohádku o Sněhurce. Výpovědní hodnota pohádky o Sněhurce je stejná jako hodnota oficiálního prohlášení mluvčího k financování strany. Novináři by měli ocenit, že mluvčí se je snažil alespoň pobavit. Novináři jsou nepoučitelní a i po letech zkušeností s mluvčími ustavičně trvají na pravdivých odpovědích. Nepochopili, že úkolem mluvčího není pravdu odhalovat, nýbrž zatajovat. Čím dříve to novináři pochopí, tím lépe pro ně i pro mluvčího. A především pro jeho šéfa. Kdyby novináři politiky nebo mluvčí neotravovali, byli by všichni spokojeni.*

*V situaci, kdy předseda, místopředsedové, poslanci a generální sekretář strany nezvedají telefony, zkušený mluvčí pozná, že jde do tuhého a telefon si vypne i on. Novinářům zbude k dispozici jen nic netušící sekretářka mluvčího, která vytrvale opakuje: „Pan mluvčí má*

důležité jednání. “ Vypnutý telefon mluvčího sekretářkám vyhovuje, protože jinak by se nedostaly do médií. Mluvčí by neměli telefony vypínat často, protože novinářům je pak jasné, že předseda či ministr často neumí najít správnou odpověď.

Novináři je jasné, že v situaci, kdy mu mluvčí tvrdí, že ministr je na služební cestě, sedí dotyčný vedle mluvčího a naznačuje mu, aby neodbytného novináře poslal „někam“. Skutečně by ho měl poslat „někam“, protože požadovat od mluvčího předsedovo stanovisko ve chvíli, kdy s ním hraje golf, bridž anebo slaví narozeniny sekretářky, je nehoráznost.

### **Průzkumy veřejného mínění**

„Věřím pouze průzkumům, které jsem zfalšoval já osobně.“  
(Winston Churchill)

Zaseje-li se do země semínko mrkve, nevyroste z něj zelí, celer či petržel, ale mrkev. Plod je věrným obrazem semena. Veřejné mínění je věrným obrazem toho, co do hlav občanů zasejí média. Průzkumy veřejného mínění by se správně měly nazývat „průzkumy vlivu médií na občany“.

Výsledky průzkumů veřejného mínění patří k nejsledovanějším mediálními atrakcím. Vděčíme za ně Američanu Georgi Gallupovi, který je začal v širším měřítku používat v roce 1935. Tenkrát se poprvé vědeckým způsobem obrátil na Američany s dotazem, co si myslí o politicích. Ukázalo se, že si myslí totéž, jako když se jich na to ptali způsobem nevědeckým. Průzkumy začaly intenzivně užívat politické strany zejména v předvolební boji. Průzkumy realizují k tomu určené agentury. Agentury pro průzkum veřejného mínění jsou státní a soukromé. Bez ohledu na jejich vlastnické pozadí patří k výnosným institucím. Především v předvolebním období, protože předvolební průzkumy veřejného mínění mají na voliče mocný vliv. Působí jako cílová rovinka, ve které probíhá strhující finiš o vítěze. Většina stran zainteresovaná agentury pro průzkum veřejného mínění na příznivém výsledku. Výhodou agentur je, že technicky není možné, aby strany, instituce či dokonce jednotlivci, kteří si průzkumy zadávají, detailně kontrolovali anketové lístky, které údajně vyplnili občané. Údajně proto, že nikdo neprokáže, kolik anketových lístků vyplnili občané a kolik anketáři sami. Případně i někteří pracovníci agentury. Nejdůležitějším předpokladem existence agentur je anonymita. Klíčovými jsou průzkumy veřejného mínění v případě stran, jejichž preference se pohybují kolem pěti procent, což je hranice pro vstup do parlamentu. I když někteří voliči sympatizují se stranou, která se pohybuje kolem tří, čtyř procent, nebudou riskovat a raději dají hlasy straně podobné, která se trvale pohybuje nad pěti procenty. Nejlepší situace nastává, když jsou agentury zainteresovávány všemi stranami. Je stejná, jako když agentury nezainteresovává žádná strana a mohou provádět „objektivní“ průzkumy.

Výsledky průzkumů veřejného mínění nemohou být objektivní, protože pod stejným pojmem rozumí každý něco jiného. Organizace spojených národů uskutečnila svého času průzkum veřejného mínění na všech kontinentech. Anketáři OSN položili v anketě jedinou otázku: „Řekněte čestně vlastní názor na nedostatek potravin ve světě.“ Průzkum zkrachoval z následujících důvodů:

– Evropané nerozuměli slovu „nedostatek“

– Afričané nevěděli, co znamená slovo „potraviny“

– Američané nevěděli, co znamená „svět“, protože doposud si mysleli, že existují jen Spojené státy americké

– Číňané nevěděli, co znamená „vlastní názor“

– v italském parlamentu dodnes probíhá diskuse o smyslu slova „čestně“.

*I na základě tohoto průzkumu je patrné, že lépe je věřit vlastnímu rozumu než průzkumům.*

### **Bulvární média**

„Bulvárnímu tisku jsou nejvíce podobné hemoroidy.“  
(Davies)

*Objevitelem bulváru není nikdo menší než někdejší prezident USA Theodore Roosevelt. Začátkem dvacátého století vyzýval novináře, aby vyhledávali skandály a nepravosti ve vládním systému. Ze začátku počet skandálů ve vládním systému na počet novin postačoval, ale vzrůstající množství médií bylo stále nenasytnější. Proto investigativní novináři přesunuli svoji pozornost z oblasti politiky do veřejného života a showbyznysu.*

*Zatímco v ostatních médiích mají slova alespoň nějakou hodnotu, v bulvárních médiích jsou velmi relativní. Pokud ne zcela bezcenná. Bezcenná slova jsou v podstatě zbytečná, a tak by bulvární média klidně mohla vycházet pouze s fotografiemi. Když si však představím šikovnost laborantů a fotografů, kteří dnes už i pomocí počítačů vyrábějí působivé fotomontáže, nejsem si jist ani tím. Není nutné se tomu ovšem divit, protože občané ustavičně kritizující bulvár by si měli uvědomit, že jeho úkolem není je informovat, ale bavit. Vzbuzovat v lidech emoce. Nástroje, z nichž žije bulvár, jsou bohužel radost, slzy, hněv, pomsta, závist, smrt, krev či přinejmenším rajský protlak. Hlavní náplní bulvárních novinářů je psát články tak, aby byly právně nenapadnutelné. Proto už uváděné výrazy „údajně“, „prý“ plus otazníky.*

*Obávám se, že kdyby Ježíš Kristus žil dnes, udělali by z něj bulvární média asociála (nosil dlouhé vlasy a plnovous), alkoholika (s přáteli si občas dopřál vínko) a homosexuála (neměl „údajně“ ženu). Použil jsem slovo „údajně“ proto, aby mě homosexuálové v katolické církvi nemohli zažalovat. Když svého času kráčel po hladině Genezaretského jezera, tehdejší seriózní noviny napsaly, že musel, protože neuměl plavat. Bulvár napsal, že po svých šel proto, neboť židovští převozníci byli příliš drazí. Pokud by to Kristus učinil dnes, noviny by napsaly, že se stal zázrak, protože jejich vyslaný reportér v Kafarnaumu toho byl očitým svědkem. Přitom pravda je jako vždy prostá. Kristus kráčel po jezeře proto, že neuměl plavat. Bulvár ovšem pravda nezajímá.*

*Od novinářů bulvárních médií se psaní hloupostí očekává, protože lidé berou bulvár jako zábavu. Od novinářů tvářících se intelektuálně, ať už sedí pod lampou či na ní, je to nebezpečné. Intelektuálně se tvářící novinář idiotizuje občany brutálnějším způsobem než bulvár. Na rozdíl od bulvárního novináře totiž působí seriózně. Proto používá cizí výrazy. Sám sebe nazývá tvůrcem mínění. Pravdou je, že vytváří mínění úzké skupiny svých příbuzných a kamarádů. Problém je, že takovéto malé skupinky jsou nejagresivnější a nejzákeřnější. Ke cti jim slouží, že zákeřní a agresivní jsou jen v případě, že s nimi nesouhlasíte.*

*Skandalizace politiků ze strany médií se traduje od té doby, co v Americe v roce 1690 vyšel první deník Publick Occurrences, Both foreign and Domestick. Měl tři strany a byl to deník v*

*doslovném smyslu, protože vyšel pouhý jeden den. Za jeden den stihl pourážet téměř všechny lokální politiky. Celostátní ještě neexistovali z důvodu neexistence Spojených států amerických. Kdyby byl skandalizoval představitele státu, místní politikové by se možná byli radovali. Takhle ho však na druhý den zadrželi. Od těch dob se média vůči politikům chovají špatně, i když politici dělají, co mohou.*

*O nepřejících médiích by mohl povídat i někdejší americký prezident Richard Nixon, který musel odstoupit z funkce prezidenta na základě známého skandálu z hotelu Watergate ve Washingtonu. Kdyby nebylo médií, Nixon mohl v klidu prezidentovat dále. Abdikoval na základě nahraných rozhovorů se svými poradci, v nichž se domlouvali, jak zmařit vyšetřování pokusu o vlámání do volební centrály konkurenční strany. Nepřející média přepis rozhovorů zveřejnila a byl z toho skandál. Nový prezident Gerald Ford využil své pravomoci a nebožáka Nixona omilostnil. Třicet spolupracovníků, kteří vykonávali Nixonovy pokyny, putovalo do vězení. Novinářům, kteří celý skandál způsobili, se nestalo nic!*

*Když svého času zachránil Tony Benn tonoucí dítě, bulvární deník, který ho neměl v lásce, přinesl fotografii Tonyho uprostřed jezera s dítětem pod titulkem: “Tony se pokoušel utopit dítě!” Pokud se vám stalo s bulvárem něco podobného, je mi vás líto. Máte topit děti tak, aby vás u toho bulvár nepřistihl!*

(Jozef Banáš: Idioti v politice. Překlad: Zita Mudráková. Vendryně: Nakladatelství Beskydy 2017. ISBN 978-80-87431-43 -6)