

Terézia Rončáková (ed.)

Prominent – celebrita – outsider

Premeny mediálneho obrazu známych ľudí vo verejnom priestore



Terézia Rončáková (ed.)

Prominent – celebrita – outsider

Premeny mediálneho obrazu známych ľudí vo verejnom priestore

Publikácia je zborníkom z konferencie, ktorá sa konala 9. novembra 2023 na Katolíckej univerzite v Ružomberku a uzavrela projekt VEGA č. 1/0203/21 *Vplyv médií na spoločenský status celebrit: premeny mediálneho obrazu Mariana Kočnera v slovenskej spoločnosti.*

PROMINENT – CELEBRITA – OUTSIDER

Premeny mediálneho obrazu známych ľudí vo verejnom priestore

© Matúš Ján Capko, Renáta Cenková, Karolína Červená, Urszula Dyrzcz, Jaroslav Franc, Ján Hacek, Peter Kravčák, Jozef Mergeš, Veronika Müllerová, Terézia Rončáková, Juraj Rusnák, Mária Stanková, Hedviga Tkáčová, Joanna Urbaś, Michaela Vetešková

© VERBUM – vydavateľstvo Katolíckej univerzity v Ružomberku

Odborné recenzie:

PaedDr. Lenka Mócová, PhD.

Mgr. Matúš Demko, PhD.

VERBUM – vydavateľstvo Katolíckej univerzity v Ružomberku
2023

ISBN 978-80-561-1085-0

Obsah

<i>Terézia Rončáková:</i> PREDSLOV	3
<i>Juraj Rusnák:</i> AKTUALIZÁCIA, EXTENZIA, DISPROPORCIA: ÚVAHY O STATUSE CELEBRITY V PRODUKCII SÚČASNÝCH ELEKTRONICKÝCH MÉDIÍ	5
<i>Jozef Merges:</i> EXPERTI V MEDIÁLNO M ŠPORTE – PRODUKČNÉ A DRAMATURGICKÉ TRENDY	18
<i>Renáta Cenková, Karolína Červená:</i> OCHRANA SÚKROMIA OSÔB VEREJNÉHO ZÁUJMU	25
<i>Veronika Müllerová, Jaroslav Franc:</i> CO SE MĚNÍ V KOMUNIKACI PAPEŽŮ S NÁSTUPEM SOCIÁLNI M MÉDIÍ?	37
<i>Urszula Dyrzcz, Joanna Urbaš:</i> UPADEK INTERNETOWYCH AUTORYTETŮ? – STUDIUM PRZYPADKU AFERY PANDORA GATE	59
<i>Michaela Vetešková:</i> REPORTÉRKY MÉDIA VEŘEJNÉ SLUŽBY POD VLIVEM KRIZOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ	75
<i>Matúš Ján Capko:</i> PROBLEMATIKA FÚZIE NOVINÁRSKEJ PROFESIE A STATUSU NOVINÁR – CELEBRITA: ANÁLÝZA DISKURZU NOVINÁROV SPRAVODAJSKÉJ TELEVÍZIE TA3 RICHARDA DÍRERA A RASTISLAVA ILIEVA	80
<i>Mária Stanková:</i> Z VÝSLNIA DO ZATRATENIA: HANA PONICKÁ	91
<i>Terézia Rončáková:</i> ZLÝ ČLOVEK? MARIAN KOČNER V SPOMIENKACH LUDÍ, KTORÍ HO POZNALI BLIŽŠIE	102
<i>Peter Kravčák:</i> MARIAN KOČNER V TEXTOCH NOVINÁRA PETRA TÓTHA	113
<i>Hedviga Tkáčová, Ján Hacek:</i> WHAT ERA ENDS WITH THE FALL OF A “CELEBRITY”: SELECTED ASPECTS OF THE MEDIA IMAGE OF MARIAN KOČNER	122
<i>Matúš Demko:</i> DOSLOV	133

Predslov

Zborník *Prominent – celebrita – outsider. Premeny mediálneho obrazu známych ľudí vo verejnom priestore* vychádza z rovnomennej konferencie, ktorá uzavrela trojročný výskumný projekt venovaný mediálnej celebritotvorbe, osobitne špecifickým mediálnym prístupom k tzv. „toxickým“ celebritám a osobitne mediálnemu príbehu slovenského žurnalistu, podnikateľa, politika a zákulisného hráča Mariana Kočnera, sediaceho v čase výskumu vo väzení za falšovanie zmieniek a súdeného za objednávku vraždy.

Svoje výskumné zistenia sa 11-členný projektový tím pokúsil čo najvýstižnejšie a v čo najväčšej úplnosti zhrnúť v monografii *Sláva a tieň. Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxického celebrity“*. Členovia katedier žurnalistiky na ružomberskej Katolíckej univerzite a bratislavskej Univerzite Komenského knihu predstavili práve na konferencii, ktorú usporiadali, aby s kolegami, odbornými autoritami česko-poľsko-slovenského geografického prostredia, reflektovali svoje tézy, poznatky, argumenty a rozvíjali nastolené témy v kompetentnej debata.

Pozvali ich uvažovať o súčasnom (ne)rozlišovaní medzi pojmami prominent/celebrita/autorita; o vývoji mediálneho imidžu niektorých dnešných celebrit v priam epickom oblúku medzi „leskom a biedou“ pódii; o úlohe (či vine) médií na produkcii a produktoch celebritného „priemyslu“; o kríze autorít; o „konfrontačnej žurnalistike“ pútajúcej pozornosť príjemcu agresivitou za každú cenu a bez ohľadu na úctu k osobe, skutočnosti, pravde; o „situačnej logike“ súčasných novinárov, ktorá prerastá do „situačnej etiky“; o prepojení politiky a (polo)podsvetia, vynútenom presilou marketingu v politických obsahoch...

Tieto témy priviedli na Filozofickú fakultu Katolíckej univerzity v Ružomberku mediálnovedné autority z Prešova, Nitry, Bratislavy, Košíc, Krakova, Olomouca, Prahy. V záverečnej panelovej diskusii medzi prof. Jurajom Rusnákom, prof. Petrom Mikulášom a Karolom Hvižďalom, ktorú moderovala aktuálna riaditeľka sekcie spravodajstva a publicistiky RTVS Anna Sámelová, rezonovala, o. i., myšlienka bachtinovského „karnevalu“, keď médiá výdatne participujú na akejsi spoločenskej dohode nepýtať sa prečo, iba sa jednoducho zapojiť. Nežiada sa poodstúpiť, ale vstúpiť.

Do predloženého zborníka sa dostávajú konferenčné príspevky, ktoré diskutované témy nasvecujú v tematickej i metodologickej pestrosti: sústredia sa na podstatu celebritotvorby a úlohy emócií v nej; na špecifické postavenie celebrit – expertov, a to v diametrálne odlišných oblastiach športu (komentátori) a viery (pápeži); na fenomén influencerov ako (upadajúcich) internetových autorít aj na rozličné etické aspekty novinárskej práce, osobitne s ohľadom na mieru osobnej zainteresovanosti v kontraste s objektivitou, nestrannosťou, férovosťou... Členovia výskumného tímu prispeli aj niektorými novými doplnkovými špecifickými zisteniami o osobe Mariana Kočnera (z pohľadu ľudí, ktorí ho poznali zblízka) a o jeho mediálnom obraze (napríklad vzhľadom na podrobné preskúmanie tvorby jeho neskoršieho spolupracovníka novinára Petra Tótha).

Ak je úlohou konferencií vyvolať plodnú kompetentnú diskusiu, táto úloha sa prenáša aj na konferenčný zborník a jeho prostredníctvom sa rozširuje na ďalších súčasných aj budúcich záujemcov o danú problematiku. Morálne aspekty mediálnej celebritotvorby ostávajú predmetom vedeckého bádania, ktorému možno predpovedať rastúci význam aj intenzitu. Prispievame doň s pokorou. *Crescat una veritas, floreat fraternitas, patrieae prosperitas.*

Terézia Rončáková
(editorka a vedúca výskumného tímu)

Aktualizácia, extenzia, disproporcja: úvahy o statuse celebrity v produkcii súčasných elektronických médií

Actualization, extension, disproportion: reflections on celebrity status in contemporary electronic media production

JURAJ RUSNÁK

PREŠOVSKÁ UNIVERZITA V PREŠOVE

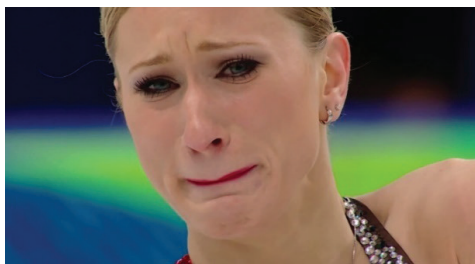
Abstrakt: Príspevok skúma produkčné a recepcné súradnice vytvárania obrazu osobností v priestore súčasných elektronických médií. Osobitná pozornosť je v príspevku venovaná sociokultúrnym indikáciám, ktoré tvarujú vizuálne ošetrovaný profil dnešnej celebrity, v ktorom dominujú skôr extenzívne než intenzívne a skôr aktualizované než gnómičné parametre.

Kľúčové slová: celebrita, elektronické médiá, populárna kultúra

Abstract: The paper examines the production and reception coordinates of creating an image of personalities in the space of contemporary electronic media. In the article, special attention is paid to the socio-cultural indications that shape the visually treated profile of today's celebrity, which is dominated by extensive rather than intensive and updated rather than gnomic parameters.

Keywords: celebrity, electronic media, popular culture

Pred desiatimi rokmi som vo svojich poznámkach o statuse celebrit v populárnej kultúre a ich prepojení s médiami (Rusnák 2013) spomenul, ako kanadská krasokorčuliarka Joannie Rochetteová na zimných olympijských hrách vo Vancouveri v roku 2010 získala bronzovú medailu v súťaži žien; napriek tomu, že v úvode súťaže jej zomrela mama. Zápas Rochetteovej (nielen) o vytúženú medailu sledoval celý televízny svet a slzy dvadsaťštyriročnej športovkyne boli v úvodných titulkoch takmer každého olympijského televízneho súhrnu. V záverečnej krasokorčuliarskej disciplíne – vo voľnej jazde – boli aj lepšie súťažiaci, ktoré by si zaslúžili byť namiesto Rochetteovej na stupňoch víťazov, ale v ten dojímavý večer „nemali emocionálny nárok“ – ako poznamenal jeden z televíznych komentátorov počas priameho prenosu z krasokorčuliarskej súťaže.



Obr. 1: Joannie Rochetteová počas súťaže žien v krasokorčuľovaní na ZOH vo Vancouveri 2010 (zdroj: YouTube 2023)

Joannie sama neskôr svoje pocity zo súťaže komentovala slovami: „Bol to obrovský stres, emócie a naozaj si nepamätám, ako som korčuľovala. Viem len, že to bolo to najlepšie, čo som mohla urobiť... Posledné okamihy finálovej jazdy mi pripadali ako posledné tri kilometre maratónu, dala som do toho všetko, nič vo mne nezostalo, už som necítila ani nohy... Keď som potom držala medailu, cítila som sa ako malé dieťa v škôlke, ktorú sleduje tá, s ktorou som sa chcela podeliť o tú medailu; tá, ktorá so mnou zdieľala ten obrovský sen, podporovala ma v mojich vzostupoch a pádoch.“ (Joannie Rochette [CAN] on her emotional Olympic bronze medal 2023)

Emocionálne napätie, ktoré sprevádzalo medializovaný výkon kanadskej krasokorčuliarky, indikoval aj jeden z používateľov internetu slovami: „Bol to najlepší výkon skutočného športovca so zlomeným srdcom.“¹ (podč. autor) *Diegesis* putovania Joannie Rochetovej za olympijskou medailou sa stal aj *mimesis* predstavenia „úspechu napriek osudu“ podobne ako dávnejšie predtým víťazstvo amerického univerzitného tímu v hokejovom turnaji na olympiáde v Lake Placid v roku 1980. Vo Vancouveri získala Kanada spolu dvadsaťšesť medailí, z toho štrnásť zlatých; vlajku domácich na záverečnom ceremoniáli však neniesol kapitán zlatého hokejového mužstva Sidney Crosby, ani rýchlokorčuľari ski šprintéri Charles Hamelin alebo Christine Nesbittová, nebol ním ani Ben Herbert, ktorý najviac pomohol mužskému družstvu Kanady k zisku zlata v curlingu. Usporiadatelia rozhodli, že to bude práve Rochetová a rehabilitovali tak menej známú verziu úplného výroku zakladateľa olympijského hnutia Pierra de Coubertina: „Dôležité v živote nie je víťazstvo, ale úsilie, podstatné nie je zvíťaziť, ale statočne bojovať.“ (Lajčák 2014)

Osobnosť a celebrita: východiská

V modernom teoretickom uvažovaní o celebritách možno aj dnes identifikovať pomerne dôsledné úsilie o rozlišovanie medzi statusom *osobnosti* (v angloamerickom prostredí zvyčajne označovanom za „hrdinu“) a profilom *celebrity*. Táto kontradikcia je väčšinou predstavovaná prostredníctvom protipólu „gnómickosti“ jestvovania osobnosti na jednej strane a „aktuálnosti“ fungovania celebrity na strane druhej. S. Druckerová (1997, s. 82) tvrdí, že „skutočný hrdina si neužíva slávu len ako prchavá postava na verejnej scéne, ale je to osoba, ktorá odoláva plynutiu času“; neskôr pridáva, že na rozdiel od osobnosti „celebrita musí žiť len prítomnosťou, musí byť stredobodom aktuálnej pozornosti médií, niekým, s kým sa publikum môže okamžite stotožniť (Drucker 1997, s. 92; podč. autor); porov. ukážku 1 z lifestyleového magazínu TV Markíza *Smotánka*, uvádzaného s podtitulom *Párty večer v meste – štýl hviezd – dnes sa otvára pre vás – nočný život – žiara svetiel:*

Ukážka 1: *Smotánka*, TV Markíza 2023

Martin Petro, redaktor: K úspešným mužom patrí aj moderátor večera Juraj Bača.

¹ Viac pozri diskusiu k videu na videoportáli YouTube Joannie Rochette [CAN] on her emotional Olympic bronze medal, 2023.

Juraj Bača: Akurát pred tromi dňami som bol na jednom evente s Palom Haberom, ktorý mi povedal – Ďurko, ale vieš, že to nebude večne...

Martin Petro, redaktor: A preto je dobré mať zázemie, a teda rodinu.

Juraj Bača: Pracujem na tom, poctivo...

Martin Petro, redaktor: A na prvom mieste je teda... Jano Kubiš vie asi viac ako my.

Ján Kubiš, redaktor: A majiteľka psíka?

Juraj Bača: Všetci !

Martin Petro, redaktor: Takže lásku si si našiel?

Juraj Bača: Bárš by si mal pravdu! (smeje sa)



Mediálny environment si pri kreovaní celebrit tento imperatív fungovania „tu a teraz“ dobre uvedomuje; často sa popri úsilí implantovať celebritu do rôznych textúr mediálneho terénu (o tom viac v nasledujúcej časti príspevku) usiluje fenomén „úspechu“ kontúrovať aj univerzálnejšími, všeobecne akceptovanými súradnicami (rodina, trvalý vzťah a pod.), ako vidno aj z uvedenej ukážky.

S proklamovanou *temporálnosťou celebrity* a „*atemporálnosťou*“ osobnosti je zvyčajne asociovaný aj druhý dôležitý aspekt rozlišovania medzi týmito fenoménmi populárnej kultúry: je ním samotný *register hodnôt*, ktoré sa v popkultúrnej prevádzke spájajú s vnímaním osobnosti, resp. celebrity. J. Shuart (2007, s. 128) píše v tejto súvislosti, že osobnosťou je „vážený človek, obdivovaný pre svoje schopnosti, statočnosť alebo ušľachtilé vlastnosti“ a celebritou je „osoba požívajúca slávu“ (podč. autor). Efektom tohto pozicionovania je konštruovanie kontradikcie medzi časou odolávajúcimi hodnotami charakteru človeka a apoteózou jeho slávy; N. Gabler (1998, s. 25) k tomu pridáva, že celebritu „spravádza aktuálny príbeh slávy, krásy a úspechov“. Publicistická relácia RTVS *NeCelebrity* viac než štvrtstoročie zoznamovala divácku verejnosť so slovenskými osobnosťami vedy, kultúry a spoločenského života na Slovensku a svojim názvom, výberom účinkujúcich i ustálenou dramaturgiou medailónu demonštrovala odstup, nocialitu pri zobrazení osobnosti. 16. 5. 2022 tak predstavila Martu Krafcíkovú, aktivistku spoločenského a kul-

túrneho života v Chmelnici, zberateľku ľudových rozprávok a povestí v pôvodnom nemeckom nárečí a autorku slovensko-nemeckého nárečového slovníka:

Ukážka 2: NeCelebrity, RTVS 2022

Marta Krafčíková: Veľmi ma zaujala história Chmelnice. Keďže som o nej nie veľa vedela, tak som sa pokúšala zohnať staré kroniky obce, čo sa mi aj podarilo, a nielen kroniku obce, ale voľakedy sa písala aj kronika školská a potom aj časť farskej kroniky. Keď som začala listovať v týchto kronikách, tak som zistila, že je tam veľmi veľa zaujímavých vecí, o ktorých som ja predtým ani nevedela a potom som sa rozhodla, že by to bolo dobre napísať, že by sa o všetkých tých udalostiach, vlastne o živote našich predkov dozvedeli aj ostatní.



Na druhej strane, exemplárnou ukážkou registra hodnôt celebrity môže byť program *Martina – Popoluška z Turca*, ktorý počas štedrovečernej televíznej ponuky odvysielala TV JOJ 24. 12. 2010. Relácia s výrazne emocionálnym pôdorysom a ironickými komentármi posilňovala pitoreskne ladený obraz života Martiny Chovancovej a jej blízkych; bola korenená „nevšednými názormi, výstredným oblečením a výrazným líčením“ (Martinka z Turca: Bola jednou zo slovenských celebrít 2023) hlavnej hrdinky a stala sa v ten deň najsledovanejším programom televíznej stanice (Zamboj 2010):

Ukážka 3: *Martina – Popoluška z Turca*, TV JOJ 2010

Desperado: Ja som taký kovboj... Všimla si si?

Martinka: Kovboj, no...

Michal Hudák, rozprávač (mimo obraz): Ale, no toto!

Martina: A to najkrajšie si tam bol !

Desperado: Ďakujem... Tak, to je milé. Tuším, som aj niekde čítal, že dlhovlasí sa ti páčia...

Martinka: No, jasné...

Desperado: No, tak síce nie som Braňo Mojsej...

Martinka: Ááá, tak ten sa mi nepáči...

Desperado: Ten sa ti nepáči...

Martinka: Ty si krajší od neho!

Desperado: Ďakujem, ďakujem...

Michal Hudák, rozprávač (mimo obraz): Óó! Ja som na vetvi!

Desperado: Ale, naozaj sa maluješ pekne, ti musím povedať!

Michal Hudák, rozprávač (mimo obraz): Fiha!

Desperado: Nejaký názov, Kleopatra, ti tuším vymysleli...

Martinka: Kleopatra z Turca, hej...

Desperado: Z Turca... a je tam... trošku podoba...

Michal Hudák, rozprávač (mimo obraz): Despi, tebe to s tými ženami ide!



Axiológia tvorenia, fungovania a spotreby formátu osobnosti, resp. celebrity, potom zasahuje aj do tretieho dôležitého aspektu rozlišovania ich existencie: je ňou *kontradikcia medzi autentickou tvorením osobnosti* na jednej strane a *účelovosťou kreovania celebrity* na strane druhej. Osobnosť disponuje prirodzenou autoritou, K. Hvižďala (2023) v tejto súvislosti pripomína, že „osobnosť nemusí sebe ani ostatným nič dokazovať.² Naopak, celebrita je dnes často mediálnym produktom s výrazne pragmatickou funkciou; účelovosť fungovania je často prekrývaná presvedčaním o jej jedinečnosti: „Kleopatra z Turca nebola typická krásavica a nevynikala ani svojou inteligenciou, no mala svoje kúzlo osobnosti.“ (Martinka z Turca: Bola jednou zo slovenských celebrit 2023, podč. autor) Druckerová (1997, s. 86) v tejto súvislosti konštatuje: „Profily celebrit sú vylisované pre-fabrikáty s cieľom ich oslavy v médiách a redaktori pri ich šírení často prekračujú hranice medzi žurnalistikou a fanúšikovstvom.“ Tento spôsob tvorby celebrity *à thèse* je zrejme najbližší pojmu „generovaná celebrita“, resp. *celetoid*, o ktorých uvažuje Ch. Rojek (2001).³

Pri uvažovaní o kontradiktórnom pozícovaní osobnosti a celebrity v súčasnej mediologicky orientovanej literatúre mám ešte jednu dôležitú poznámku, ktorej sa však na tomto mieste nebudem podrobnejšie venovať – hranice medzi vymedzením osobnosti a celebrity nie sú jasne oddelené: mediálny environment populárnej kultúry poskytuje množstvo príkladov fungovania „mäkkých prechodových zón“: speváčka celebrita skupiny U2 Bono Vox sa tak stáva environmentálnym aktivistom, folkový idol Bob Dylan získava za svoju činnosť Nobelovu cenu za literatúru, resp. na činnosť bojovníka za ľudské práva Martina Luthera Kinga reaguje moderná populárna hudba, o živote Matky Terezy vznikajú filmové diela i muzikály. Príbeh Joannie Rochetteovej z úvodu príspevku názorne dokumentuje túto fúziu: okamihy mediálnej slávy krasokorčuľaričky sú oživované aj dnes – ako príklady osobnej statočnosti a charakteru.

Celebrita v súčasných médiách: extenzivita, aktualizácia, disproporcionalita

„Hrdina je veľký človek, celebrita je veľké meno,“ konštatoval dávnejšie D. Boorstin (1961). Kto dnes nie je v médiách, v populárnej kultúre akoby neexistoval – podobne tejto premisy možno, pravdaže, variovať podľa typu kultúrneho profilu spoločnosti; odvolávam sa tu na úvahy kanadského filozofa médií M. McLuhana (1991), ktorý písal o tzv. dominancii sluchu (a orálnej kultúre), resp. dominancii zraku (a literárnej kultúre); aj s náležitými konzekvenciami smerom k spôsobom kreovania ich predstaviteľov.⁴

² Hvižďala vo svojej úvahe o úlohe K. Schwarzenberga v českej politike doslova píše: „Výjimečnosť Karla Schwarzenberga na české politické krajiny bola v tom, že nemusel sobě ani ostatním nic dokazovat.“ (Hvižďala 2023)

³ Rojek hovorí o troch druhoch procesov vzniku celebrit: o „pripísaní“ (v orig. ascribed; ako príklad uvádza princa Williama), „dosiahnutí“ (achieved, David Beckham) a „vygenerovaní“ (attributed, Monika Lewinski), viac pozri Rojek 2001, s. 17 – 20.

⁴ McLuhan (1991) pripomína, že v časech dominancie „extenzie zmyslov“ sa mediácia darila tým, ktorí dokázali svoje prednosti efektívne využiť v súlade s požiadavkami orálnosti, resp. literárnosti. Doslova píše: „Franklin Delano Roosevelt byl horkým tiskovým politikem, který s novináři soupeřil a liboval si, že mohl udělat tisku čáru přes rozpočet svými vystoupeními v horkém médiu rozhlasu.“ (s. 39) A neskôr pridáva: „Televize je

Domnievam sa, že dnes, v časech dominancie procesov integrácie telekomunikačných a informačných technológií (niekedy označovaných ako telematická kultúra⁵), sa presadzuje haptický, dotykový profil komunikácie – samozrejme, nie fyzicky; skôr virtuálne, so silným emocionálnym impaktom (viac pozri Rusnák 2010). Pokračujúc v týchto úvahách možno povedať, že napr. vo sfére verejnej komunikácie je indikovatelná mediálna metamorfóza profilu politickej celebrity od F. D. Roosevelta a J. F. Kennedyho až k D. Trumpovi; podobne, ako v prostredí popkultúrnej formovanej mediálnej zábavy možno identifikovať pohyb od dominancie ľudových rozprávačov v „ére sluchu“ (Strýco Marcin), cez televíznych zabávačov v „ére zraku“ (Milan Markovič) a až k stand-upovým komikom v „ére (emocionálneho) dotyku“ (Simona Salatová).

Spomínaný Boorstin už pred viac než päťdesiatimi rokmi charakterizoval celebritu ako osobu, ktorá „je dobre známa tým, že je dobre známa“ (Boorstin 1961, s. 47), a identifikoval tak, že pre udržanie statusu celebrity je najdôležitejšie jej okamžité šírenie, jej aktuálne ovládnutie čo najväčšej šírky (najmä mediálneho) priestoru. Dávnejším príkladom môže byť mediálne dotovaný záujem o monológy Laca Meliška – zvukové nahrávky tohto Prievidžana, plné agresivity, hrubých urážok, ale aj nechceného humoru, zverejnené na internete, prenikli nielen do sociálnych sietí, ale aj do pirátskeho vysielania mestského rozhlasu v Liptovskom Mikuláši a jeho následnej medializácie v hlavných spravodajských reláciách televíznych staníc. Extrémne skrátenie času na vytvorenie a pôsobenie celebrity vytvára požiadavku, aby krátkosť pôsobenia bola nahradená rýchlosťou (mediálneho) šírenia: príkladom môžu byť účinkujúci talentových show pútajúci pozornosť svojou nápadnosťou (o tom ešte neskôr v ďalšej časti príspevku): Jozef Suchý alias Džiga Džiga z programu *Slovensko hľadá SuperStar* či Roland Ricco čiže Desperado z reality show *VyVolení*.⁶ Navyše, celebrita sa často stáva kompozičnou dominantou mediálnych udalostí (vzťah televíznych moderátorov Marianny Ďurianovej a Libora Boučka bol dávnejšie produkovaný ako event s naratívom – reportáže z pompéznej svadby, dokumentárne zachytávanie nevery, rozhovory o rozchode s protagonistami v TV JOJ a TV Prima; podrobnejšie o tom som písal dávnejšie, Rusnák 2013).

D. Rushkoff konštatoval, že rozširovanie mediálnych informácií (aj o celebritách) nápadne pripomína spôsob prežívania vírusových organizmov (Rushkoff 1996, s. 3 – 5). Postupné mutovanie obsahu pôvodnej správy, ktorá sa extenzívnym pohybom v mediálnej prevádzke stále viac „nabaluje“ o komplexné sociokultúrne mýty (už spomínaný Rushkoff ich nazýva mémy), možno dokumentovať na kreovaní profilov súčasných domácich „telebriť“ (Stejskal, 2009) – Nory Mojsejovej, Mária Toráča a Dolly Buster. Predovšetkým, vo všetkých troch prípadoch možno identifikovať postupnú extenzifikáciu profilu celebrity – obraz mediálnej osobnosti sa stáva plastickejším, použiteľnejším v rôznych mediálnych

chladným médiami. Odmítá horké postavy a problémy a lidi z horkého média, tisku. Kdyby se za Hitlera masově rozšířila televize, byl by se rychle vytratil... V televizi by F. D. Roosevelt možná takový úspěch neměl. V každém případě se naučil pro své velmi chladné povídání u krbu využívat horké médium rozhlasu.“ (s. 276 – 277)

⁵ R. Ascott vo svojej štúdií o povahe telematickej kultúry (1988, s. 7) konštatuje, že je to kultúra, v ktorej dominujú elektronické technológie odvodené od konvergencie počítačov a moderných komunikačných systémov prostredníctvom interaktivity jej používateľov.

⁶ Podpora šírenia je viditeľná aj používaním prezývok, ktoré používateľovi médií uľahčujú sledovanie výskytu celebrity v mediálnom teréne: Lenka „Smejka“ Radochová, Anton „Tony“ Ferletjak, Jaroslav „Rocky“ Gábor atď.

variáciách: Nora Mojsejová už nie je len úspešná podnikateľka z východného Slovenska a účastníčka reality show, bola aj moderátorkou vlastných diskusných programov a neškôr aj domácou kuchárkou; Mário Toráč bol nielen účastníkom módnych prehliadok a moderátorom nočných interaktívnych televíznych súťaží, ale aj hlavným protagonistom zábavných relácií s prvkami reality TV či magazínov o počítačových hrách a Kateřina Bochníčková čiže Dolly Buster nebola len herečka a producentka pornografických filmov, ale aj moderátorkou televíznych programov, političkou a dokonca aj maliarkou.

Dôležitým rysom produkcie celebrity sa však stáva nielen jej schopnosť permanentného šírenia, ale aj samotná predispozícia nevšednosti, kurióznosti. R. Dyer v tejto súvislosti konštatuje: „Celebrita je obrazom spôsobu života hviezd, ktorý spája veľkoleposť s každodennosťou, zvláštne s obyčajným.“ (Dyer 1979, s. 20 - 21) Mediálna celebrita tak musí vedieť zaujať nielen svojimi schopnosťami diskutovať s ľuďmi, riešiť problémy v komunálnej politike, maľovať či výborne variť, ale predovšetkým rýchlo upútať pozornosť publika svojím jedinečným správaním, nekompatibilitou svojho osobnostného profilu s okolím. Požiadavka okamžite zaujať pozornosť je, pravdaže, nevyhnutná – produkovanie celebrity je silne aktualizované a čas jej novej prezentácie rýchlo plynie. Vďaka tomu získava mediálne publikum recepcnú ne/výhodu – pri identifikácii novej mediálnej celebrity nepotrebuje takmer žiadnu interpretačnú námahu, nová mediálna osobnosť je nápadná, nevšedná, prečnieva nad ostatnými. Samotný výkyv z komunikačného štandardu môže mať pri vytváraní profilu celebrity v programe elektronických médií rôzne podoby. Najjednoduchšou indíciou je kurióznosť samotnej existencie predstavovanej osoby – podľa tohto receptu sa v médiách objavujú trpasličí ľudia, najmladší, resp. najstarší obyvatelia krajiny či päťročatá, teda tí, ktorí si svoju kurióznosť nesú stále so sebou ako prirodzenú výbavu. Inou frekventovanou možnosťou je predstavovať mediálnemu publiku ľudí, ktorí sa venujú nevšedným až extravagantným záľubám – od objaviteľov stratených svetov, chovateľov jedovatých plazov až k zberateľom vypálených žiaroviek. Dôležitým predpokladom pri kreovaní potenciálnej mediálnej osobnosti môže byť aj život v kontroverznom prostredí (barové tanečnice, klienti protialkoholických liečební či pracovníci kremačných zariadení), prípadne ich vzájomná kombinácia (v jednom zábavno-súťažnom programe s prvkami reality TV súťažili proti sebe pracovníčky erotického salónu a dôchodkyne z miestneho cirkevného spoločenstva).

Tieto univerzálne pravidlá ovplyvňujú zásadným spôsobom generovanie mediálnej celebrity: súčasná mediálna celebrita je „vybavená“ nečakanými, často kontroverzne prijímanými prejavmi na verejnosti. V priebehu prvej série speváckej súťaže s prvkami reality TV *Slovensko hľadá Superstar* zaujalo porotu i divákov mnoho spevákov – lepších i tých menej úspešných –, ale len jeden z viac než troch tisíc účastníkov si odniesol ocenenie *Najlepší showman*. Stal sa ním dvadsaťšesťročný Roman Šušla, médiami nazvaný Macko Uško podľa pesničky z večerníčka, ktorú zaradil do svojho súťažného vystúpenia. Performatívne ladená mixáž krátkych úryvkov piesní z televíznych rozprávok, súčasných i minulých hitov populárnej hudby i vlastných pohybových skečov vrátnika z jedného bratislavského hotela nezaujala svojím speváckym talentom či kamarátskym vystupovaním, ale svojou ochotou rezignovať na vážnosť situácie, v ktorej sa ocitol:

Ukážka 4: Slovensko hľadá SuperStar, STV 2005

Laco Lučenič: Vitaj Roman... (Roman podáva všetkým porotcom ruky)

Lenka Suchá: Zaujmi pozíciu budúcej SuperStar... Pefektne. Čo robíš, Roman? Tu máme napísané, že čím sa živíš...

Roman: Receptný... (žuje žuvačku).

Paľo Habera: Čo budeš spievať?

Roman: Taký mix... Ideme na to.

Porotcovia: Uhm...

Julo Viršík: A žuvačku?

Roman (vyberá si žuvačku z úst, skúša si ju prilepiť za ucho): Tu není žiadny kôš... (obzerá sa) Dobrý deň! Ja sa volám Macko Uško, smiešne uško mám...krivé uško mám. Všetky deti mám ja rád. To je super, to je ono! (zapíska, točí sa) La-la-la, ra-ra-ra! Baj-la-chí, baj-la-chú! Everybody common, jéé! Letíme do nebies! (Kýve sa) Všetko nám leží u nohou! Ale keď tu vidím (ukazuje na Paľa Habera) - reklamu na ticho, hrám, tu-dúú! Takže jedeme, pokračujeme! Ideme na to ! A všetni ruce nad hlavu... (dvíha ruky a tleska) Jóo, anóo, júúú. Takže - kde sme to skončili? Anóoo. Je to tu a je to tam, všetko je to akurát. Takže ideme ďalej, pokračujeme! Áaaa, úuuu! (otočí sa).



No... je tu ten... otáčkomer... (smeje sa) Dobre, takže... áááá... vydýchneme si a ideme znovu - veľký nával, veľký šum... kto čumí ako búúúum... To je veľký búúúum... Jedem dál, to je ono... úúúú...jééé... come on, come on, touch me, baby... Na-na-na...(kýve sa zo strany na stranu) Jééé, everybody come on, say! Háááh (hlasito dýcha). Rock and roll is music, everybody come choose it. Úuuu, baby. Tu-ru-ru-rááá. Okey, hádam...hááádam, hladám... hada... (skloní sa) Had. Tu je, malý had. (všetci sa smejú). Postavím sa, zašlápnem ho a pokračujem!

Roman a jeho ďalší kolegovia z *Hviezdnej roty* ponúkli vo svojich vystúpeniach „svet podľa Macka Uška“, svet plný silnej túžby po sebazverejnení, svet karnevalovo lade-nej grotesky, v ktorej sa na mediálnom javisku strieda exotická šelma s hltačom ohňa; svet, v ktorom priepustkou na pódium je nepredvídateľnosť vlastnej existencie. Pred takmer dvadsiatimi rokmi vďaka úspechu v pitoresknom panoptiku tejto súťaže, zvanom *Hviezdna rota*, médiá venovali Mackovi Uškovi pravidelnú pozornosť a komentovali jeho „výkon“ v spomínanej zábavno-súťažnej relácii: „Roman, alias Macko Uško, počas kas-tingu dostal zo seba to najlepšie. Najprv sa s členmi poroty zvitál podaním ruky a potom roztočil prekvapivú šou.“ (Macko Uško zo SuperStar: Ktorá ma chce? (2004)) a vracali sa k jeho performancii aj neskôr: „Macko Uško: Takmer spevák, ktorý predviedol rozpráv-kovú šou a pritom stihol krotiť hady.“ (Hviezdna rota hľadá nových členov! Hlasujte za spevácke katastrofy! (2009)).

Celebrita ako melanž mediovanej spoločnosti

Román *Duna* amerického spisovateľa Franka Herberta predstavuje príbeh o civilizácii, ktorá na planéte Arrakis ťaží vzácne korenie melanž (v origináli melange), ktoré pomá- ha predlžovať ľudský život a poskytuje používateľovi mimoriadne psychické schopnosti. Domnievam sa, že oslobodenie sa od sveta dospelých, teda od sveta, v ktorom je každý zodpovedný za svoje činy, je dnes tým benefitom, ktorý vyhľadávajú členovia ľudského druhu homo medialis po/užívajúci mediálne korenie melanž. Hravosť, nepredvídateľnosť života, na ktorú dospelí museli, resp. chceli zabudnúť, sa v prostredí mediálneho Arrakisú podobá svetu nevinnosti účastníkov najvýznamnejšieho open-air festivalu vo Woodstoc-ku v závere leta roku 1969: detské šantenie na rozbahnenej lúke, spoločné kŕmenie členov gemeinschaftu zvaného Woodstock Nation či bezstarostné kúpanie v blízkom jazierku, predvádzanie „vláčika“, ktoré potom zachytili kamery v rovnomennom filme, bolo nielen demonštráciou ochoty zostať ako v deň zrodenia, teda nahý v obraznom a často aj v do- slovnom zmysle slova, ale aj hľadaním ozvien detstva.

Hravosť, ktorá v súčasnom mediálnom priestore pri tvorbe melanžu celebrit dominu-je, prepája realitu s fikciou v expresivizujúcich dekoráciách a očaruje publikum svojou spontánnosťou hraničiacou niekedy s lascívnosťou – názorne to možno demonštrovať úspechom pôvodne talentových televíznych súťažných programov, v ktorých ide o zába- vu „až na prvom mieste“:

Ukážka 5: Slovensko má talent, TV Markíza 2008

Paľo Habera: Akú schopnosť máš ty, aký máš talent?

Patrik Leško: Viem grgať. (smiech publika)

Paľo Habera: Čo?

Patrik Leško: Viem grgať. (potlesk a smiech publika)

Maroš Kramár (zo zákulisia): Ja viem grgať! (krúti hlavou, obracia sa k moderátorky) Ty vieš grgať?

Barbora Krajčírová (zo zákulisia): Každý vie grgať!

Maroš Kramár (zo zákulisia): No, nasilu, myslím.

Adela Banášová: A vieš grgať... vieš grgať tak obsažne, s nejakým obsahom...

Patrik Leško: Nie, ja viem grgať mená.

Adela Banášová: Vieš grgať mená!

Paľo Habera: Áno?

Jan Kraus: To je zaujímavý...

Adela Banášová: A bez toho, aby si pil, to len tak?

Patrik Leško: (prikyvuje)

Adela Banášová: Fakt?

Paľo Habera: A len mená, alebo aj iné názvy?

Patrik Leško: Len mená.

Paľo Habera: No dobre.

Jan Kraus: Tak si zagrgejme!



J. Aaker vo svojich úvahách o celebrita ako značke (Aaker 1997, s. 348 – 349) konštatuje, že dnešná celebrita disponuje piatimi benefitmi: sofistikovanou formou, kompetenciou osloviť široké publikum, úprimnosťou svojho prejavu, robustnosťou svojej prezentácie v médiách a vzrušením, ktoré publiku ponúka pri svojej existencii. Mediálne celebrity, ako sa usilujem naznačiť vyššie, pomáhajú ich spotrebiteľom transformovať svet unikátnych, nepredvídateľných udalostí (v ktorom sa čitateľ „textu“ zložito orientuje) na priestor, v ktorom sa dá ľahšie

žiť, resp. oddychovať; priestor, v ktorom sa žije nie gnómicky, ale aktualizovane, žije sa „len pre tento dnešný deň“. Navyše, túžba oddaliť či neutralizovať dočasné „zloby a žiale“ odstrihnutím sa od pravidelnej každodennosti ako terapeutická insígnia pri požití melanžu vracia dospelého človeka do času bezstarostnosti takého podobného detstvu, v ktorom sa zdá, pripomínajúc refrén jednej známej slovenskej pesničky zo súčasnosti, že „nikdy nebolo lepšie, ako túto noc. Nech trvá večne...“. A tak postupne prichádzajú – Mackovia Uškovia, insitní uvádzачi kvízov na jedno použitie, ľudoví zabávači (tiež na jedno použitie), ľudia s dvoma hlavami a býčím chvostom, veľkí Manipulátori a ešte väčší Zmanipulovaní, jednoducho tí, ktorí môžu v súčasnom svete médií ponúknuť čaro okamihu, neočakávaný zážitok. Práve tu a práve teraz.

Literatúra

- (2010 12 24) TV JOJ Kleopatra z Turca - Vianoce 01. In *You Tube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=y1NVFhhqA90>
- AAKER, J. L. 1997. Dimensions of brand personality. In *Journal of Marketing Research*, 34 (August), s. 347 – 356.
- ASCOTT, R. 1988. Art and Education in the Telematic Culture. In *Leonardo, Supplemental Issue*, 1, s. 7 – 11.
- BOORSTIN, D. J. 1961. *The Image*. New York: Atheneum.
- DRUCKER, S. 1997. The Mediated Sports Hero. In DRUCKER, S. and CATHCART, R. (eds): *American Heroes in a Media Age*. Cresskill, NJ: Hampton, s. 82 – 91.
- DYER, R. 1998. *Stars*. London: British Film Institute.
- GABLER, N. 1998. *Life the Movie: How Entertainment Conquered Reality*. New York: Vintage Books.
- GRININ, L. E. 2009. People of Celebrity' as a New Social Stratum and Elite. In GRININ, L. E. – KOROTAYEV, A. V. (eds.): *Hierarchy and Power in the History of Civilizations: Cultural Dimensions*. Krasand, s. 183 – 206.
- Hviezdna rota hľadá nových členov! Hlasujte za spevácke katastrofy! (2009) In *Čas.sk*
https://www.cas.sk/clanok/121134/hviezdna-rota-hlada-novych-clenov-hlasujte-za-spevacke-katastrofy?orig_gallery_article=1
- HVÍŽĎALA, K. 2023. Odkaz Karla Schwarzenberga. In *Plus.rozhlas.cz*.
<https://plus.rozhlas.cz/karel-hvizdala-odkaz-karla-schwarzenberga-9112207>
- Joannie Rochette [CAN] on her emotional Olympic bronze medal. (2023) In *You Tube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=H6clt7LiUQ8>
- LAJČÁK, M. 2014. Chudák de Coubertin. In *Sme.sk*
<https://blog.sme.sk/lajcak/politika/chudak-de-coubertin>
- Macko Uško zo SuperStar: Ktorá ma chce? (2004) In *Čas pre ženy*.
<https://casprezeny.pluska.sk/moda-a-krasa/macko-usko-superstar-ktora-ma-chce>
- Martinka z Turca: Bola jednou zo slovenských celebrit. (2023) In *Noviny.sk*.
<https://www.noviny.sk/slovensko/164864-martinka-z-turca-bola-jednou-zo-slovenskych-celebrit>
- McLUHAN, M. 1991. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon.

- NeCelebrity (Marta Krafčíková). 2023. In *RTVS – Archív*.
<https://www.rtv.sk/televizia/archiv/15068/328053>
- ROJEK, CH. 2001. *Celebrity*. London: Reaktion Books.
- RUSNÁK, J. 2010. Extenzita a výkyv: poznámky o povahe celebrit vo veku interaktívnych médií. In BOČÁK, M. (ed.). *Médiá a text 3: mediálny text: variácie mediálneho diskurzu - popkultúra*, s. 141 – 147.
- RUSNÁK, J. 2013. *Homo medialis – homo popularis*. Prešov: Prešovská univerzita 2013.
- SHUART, J. 2007. Heroes in sport: Assessing celebrity endorser effectiveness. In *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 8 (2), 126 – 140.
- Slovakia's Got Talent - Belching boy Patrik Lesko In *YouTube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=4jSPq5Lblxc>
- Slovensko má Silvester 2008 - 2. časť. (2008) In *YouTube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=fJADLY0gTBw>
- Smotánka 2. 12. 2023. 2023. In *Markiza.sk*
<https://www.markiza.sk/relacie/smotanka/epizoda/160546-2-12-2023>
- STEJSKAL, B. 2009. Týždňovka: BOTO, Bohumilov OTO 2007. In *Medialne.etrend.sk*.
<http://medialne.etrend.sk/televizia/clanok.php?clanok=4616> [12. 6. 2009]
- Superstar - macko uško. 2023. In *Moje video*.
https://www.mojevideo.sk/video/208/superstar_macko_usko.html
- ZAMBOJ, M. 2010. Martina - Popoluška z Turca. najsledovanejší vianočný program! In *Topstar.noviny.sk*. In
<https://topstar.noviny.sk/86520-martina-popoluska-z-turca-cast-druha>

Prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., (nar. 1960 v Prešove) absolvoval štúdium učiteľstva všeobecnovzdelávacích predmetov (s aprobáciou slovenský jazyk a literatúra – dejepis) na FF UPJŠ v Prešove (1984); pôsobí ako vysokoškolský učiteľ na Inštitúte slovakistiky a mediálnych štúdií FF PU v Prešove. Dizertačnú prácu obhájil v odbore slovenský jazyk na FF UK v Bratislave (1995), habilitoval sa na FF PU v Prešove v odbore všeobecná jazykoveda (2004) a inauguroval sa v odbore všeobecná jazykoveda na FF PU v Prešove (2021). Vedeckovýskumnou činnosťou a pedagogickým pôsobením sa zameriava na analýzu vzťahu kultúry a médií prostredníctvom aplikovanej semiotiky a teórie komunikácie. Dlhé roky pôsobil ako redaktor, moderátor a programový riaditeľ v lokálnych a regionálnych médiách v Prešove (Rádio Flash, Rádio Prešov, Sky Rádio), pravidelne prispieva do tlačových a elektronických médií na Slovensku.

Kontaktná adresa:
Filozofická fakulta Prešovskej univerzity
Ul. 17. novembra 1
080 78 Prešov

juraj.rusnak@unipo.sk

Experti v mediálnom športe – produkčné a dramaturgické trendy

Media sports experts – production and dramaturgical trends

JOZEF MERGEŠ

PREŠOVSKÁ UNIVERZITA V PREŠOVE

Abstrakt: V slovenskom mediálnom športe už dlhší čas pôsobia spolukomentátori a experti, ktorí sa okrem prostredia športových televíznych prenosov uplatňujú aj v iných, spravidla príbuzných častiach mediálnej prevádzky. Niektorí z nich sa postupne stali moderátormi, v komunite známymi celebritami. Ďalších možno najmä vďaka konkrétnym dramaturgicky príznakovým vlastnostiam vnímať ako popkultúrne artefakty priťahujúce pozornosť publika. Príspevok zhŕňa trendy v prezentovaní a vo využívaní mediálnych expertov v oblasti športového vysielania, zároveň prináša stručný pohľad na produkčné, dramaturgické a spotrebné módy fungovania týchto osobností v mediálnom prostredí všeobecne.

Kľúčové slová: mediálny šport, expert, spolukomentátor, športová celebrita, priamy športový prenos

Abstract: Co-commentators and experts have been working in Slovak media sports for a long time, and in addition to the environment of sports television broadcasts, they also work in other, usually related parts of media operation. Some of them gradually became presenters, celebrities known in the community. Others can be perceived as pop culture artefacts attracting the audience's attention, especially thanks to specific dramaturgical characteristics. The paper summarizes the trends in the presentation and use of media experts in the field of sports broadcasting, and at the same time provides a brief insight into the production, dramaturgic and consumer modes of celebrity role in the general media environment.

Key words: media sport, expert, color commentator, sports celebrity, live sports broadcast

Zápas na kodanských majstrovstvách sveta 2018 v hokeji, keď slovenskí hokejisti podľahli Švajčiarom 0:2, si zrejme málokto z hokejových fanúšikov pamätá. Z priameho televízneho prenosu RTVS, konkrétne z jeho televízneho štúdia, však zostala zachovaná časť televíznej analýzy realizovanej dvojicou prítomných expertov: Igor Tóth a Boris Valábik. Názorový nesúlad medzi expertmi, taký netypický v štruktúre podobných analýz v mediálnom športe, možno s odstupom času hodnotiť ako signál zmien jednak vo vnímaní potenciálnej identity experta v mediálnom športe, jednak vo vnímaní mediálnych úloh experta. Daná príhoda de facto ilustruje preorientovanie médií na dramaturgicky atraktívnejšie vymedzovanie expertov aj s cieľom možného inkorporovania ich identity do iných zložiek programovej štruktúry. Spomínané televízne štúdio po zápase so Švajčiarom – treba povedať, že pravdepodobne nechtiac – zrodilo celebritu. B. Valábik zhruba tri týždne po spomínanom zápase pre Denník N povedal, že „ak mám hovoriť svoj názor,

musím byť konkrétny. Inak by to zostalo neutrálne, nemastné-neslané. Alibizmus, to nemám rád“ (Ondrišek – Červený 2018). Tento výrok sa pre jeho mediálne pôsobenie stáva priam značkovým a sprevádza ho dodnes.

I. Tóth vo videu (YouTube, online) zobrazujúcom vystrihnutú časť televíznej analýzy síce pôsobí ako študovaný expert erudovane, no pri porovnaní s B. Valábikom, konkrétne s jeho jazykovou dispozíciou a celkovým vzhľadom či sebavedomým, priamočiarym vystupovaním, sa jeho miesto v štruktúre televízneho štúdia ukazuje ako nadbytočné. Tóth je športovým pedagógom a trénerom, jeho pohľad je teda ovplyvnený strategickým pohľadom, akoby pohľadom zvrchu, ktorý namiesto jednotlivca kladie dôraz na funkčnosť systému, na kolektív ako jeden organizmus. Z tohto hľadiska môžu bežným divákom športového vysielania pripadať jeho hodnotenia, hoci sú sprevádzané množstvom grafických ukazovateľov a primerane zvolených pojmov, pomerne abstraktne a zložito. Naopak, Valábik, ako povedzme, empirický expert, do výkladu často zapája individuálny kontext hrania, občas aj pochybuje, otvorene konfrontuje tvrdenia moderátora, posudzuje situácie z pohľadu hráča, jeho aktuálnej činnosti, herných návykov, hodnotí činnosti hráčov z praktického pohľadu. Z tohto hľadiska sa môžu divákovi jeho závery zdať, ak už nie odbornejšie, tak najmä autentickejšie, pretože hovorí o probléme z diváckej atraktívnejšej, hráčskej pozície, často osvetľuje divákovi nevidené nuansy športového výkonu. Napokon, prirodzený prístup Valábika k hodnoteniu je zrejmý aj z rozhovoru pre TN Noviny, keď uvádza, že „Ešte je potrebné dodať, že nikdy sa nebudem považovať za experta, ide skôr o marketingovú záležitosť. Ja som bývalý hráč, ktorý tieto veci zažil a snažím sa ich opísať a posunúť ďalším“ (Ďurkáč 2020).

Práve autorská autenticnosť vychádzajúca z originality a v danom prípade aj „neukukanosti“ experta, odlišenie sa od iných expertov v mediálnom športe sa zdá byť kľúčovou hodnotou pri ich výbere. Taktó možno v posledných rokoch odlišiť napríklad Richarda Lintnera kypiaceho humorom, treba povedať, že nie vždy vydareným – preniesol sa najmä do jeho moderovanej relácie Citronáda; Ladislava „Laca“ Borbélyho pozoruhodného, paradoxne, vďaka nadužívaniu abstraktnej lexiky a vďaka extrovertnej mediálnej povahe uprednostňujúcej pomerne extravagantné obleky a košele; Ondreja Rusnáka zapamätateľného kvôli čiastočnému znetvoreniu tváre; Borisa Valábika pôsobiaceho dojmom vždy otvoreného elegána; Mariána Zemana, verbálne príjemne pôsobiaceho experta, tvoriaceho tandem s momentálne najpopulárnejším slovenským komentátorom, Marcelom Merčiakom; Petra Ďuriša, mladícky pôsobiaceho trénera mládeže, často vyzývajúceho k systémovým zmenám v slovenskom futbale, artikulujúceho problémy mládežníckeho futbalu, resp. prechodu od mládežníkov k dospelým hráčom. Tieto prvky autentickejšieho a jedinečného pôsobenia na publikum ako značky: sú ľahko zapamätateľné a majú potenciál upútať pozornosť publika jedinečnou, hlavne však zapamätateľnou kvalitou.

Uvedení bývalí športovci s výnimkou R. Lintnera aj v súčasnosti pôsobia ako televízni experti či spolukomentátori. Ľahká zameniteľnosť expertno-komentátorskej polohy zapríčiňuje, že v súčasnosti sa v dramaturgii športového vysielania pozícia experta niekedy zlieva s pozíciou spolukomentátora, a to najmä v prípadoch, keď sa v rámci jedného priameho prenosu využije tá istá osobnosť v oboch kontextoch – ako spolukomentátor, a zároveň ako hosť v štúdiu. Hoci napr. RTVS v posledných rokoch tieto dve pozície

prísne prakticky diferencuje, všeobecne platí, že v slovenských reáliách možno čiastočne analogický význam slov spolukomentátor a expert označiť za viac-menej ustálený. Dištinkcie medzi danými pozíciami sa naplňajú odlišnými funkciami v konkrétnom formáte televízneho prenosu. Hoci na jednej strane spolukomentátora možno v tomto zmysle chápať aj ako komentátora, aj ako experta, lebo počas komentovania zároveň analyzuje, funkcia experta v mediálnom športe je užšia, expert totiž počas svojej činnosti zápas už priamo nekomentuje.

Spolukomentátor označuje osobu komentujúcu priamy prenos spolu s hlavným komentátorom. Zatiaľ čo komentátor pôsobí v tomto zmysle ako spravodajca či reportér, spolukomentátor skôr zastáva pozíciu publicistu, analyzuje, vysvetľuje, hodnotí, všima si vzťahy medzi jednotlivými prvkami v hernom systéme. Spolukomentátor teda podobne ako expert z funkčného hľadiska zvyšuje kredibilitu prenosu a jeho prestíž, pretože činí prenos odborne hodnotnejším, vážnejším. V štruktúre priameho športového prenosu vystupuje v pozícii odborníka, ktorý bližšie vysvetľuje priebeh hry na hracej ploche. Poskytuje odborný pohľad na situácie, ktoré bežní diváci nemusia na prvý pohľad odhaliť.

Profesia spolukomentátor má v rôznych jazykoch odlišné významy (porov. Mergeš 2016, s. 113), ktoré sa od jeho slovenskej podoby viac či menej odkláňajú, ale v podstate zakaždým významovo aspoň čiastočne evokujú aj rolu experta. V konkrétnych jazykoch sa význam slova spolukomentátor úzko viaže na dominantnú funkciu v štruktúre priameho športového prenosu. Napríklad opisný výraz *color commentator*, známy z americkej angličtiny, odzrkadľuje prostredníctvom použitia adjektíva *color* (farebný) funkciu spestrenia. Taliansky výraz *commento tecnico* zasa odkazuje na komplementárnosť, na doplnenie komentára technickými poznámkami. Vo francúzskom výraze *consultant* (poradca) sa dominantná funkcia javí ako podporujúca, vo funkcii poradcu, napríklad pri opise a vysvetľovaní neprehľadných situácií. V inom anglickom výraze *pundit* (učený, učenec) sa zasa posilňuje význam erudície, vzdelanostnej úrovne experta.

Expert je osoba vystupujúca v televíznom štúdiu rámcujúcom športové podujatie. Jej vystupovanie je často spojené s realizovaním žánra elektronickej ceruzy. Dôraz sa tu tak nekladie na vysvetľovaciu funkciu počas televízneho prenosu z miesta športového podujatia, ale na postavenie konkrétnej osobnosti vo veci analytického názoru na športové podujatie. Kým teda spolukomentátor rozširuje spravodajskú hodnotu prenosu o publicistické prvky, resp. sa v tkanive priameho prenosu stáva infotainmentovým prvkom, expert svojou činnosťou odzrkadľuje oblasť názorovej, analytickej publicistiky, reakciu na konkrétny zápas a dianie v ňom.

Zatiaľ čo v minulosti vstupovali do úlohy odborníka v mediálnom športe najmä bývalí úspešní športovci (napr. Jozef Golonka, Jozef Baroš, Milan Luhový, Dárius Rusnák, Róbert Pukalovič a pod.), dnes sa z pohľadu produkčného plánovania priamych športových prenosov dbá aj na iné zložky osobnosti, ktoré, možno povedať, odrážajú snahu mediálnych spoločností o určitú výraznosť konkrétnej identity napr. v rovine odbornosti, verbálnej zdatnosti, celkového mediálneho potenciálu. Samozrejme, nedá sa povedať, že profesionálna úspešnosť potenciálneho komentátora či experta nezohráva úlohu, ale zvonku sa zdá, že výber vhodných kandidátov je v súčasnosti podmienený komplexom atribútov. Dnes teda v mediálnom športe zrejme nestačí, aby bol expert bývalým úspeš-

ným hráčom, zároveň musí byť z istého hľadiska divácky atraktívny. Nie je zrejme náhoda, že napr. bývalí športovci, ako napríklad B. Valábik či P. Ďuriš, občas počas prenosov sebakriticky upozorňujú na to, že neboli hviezdami hráčmi či majstrami sveta a pod.

* * *

J. Rusnák (2013, s. 51) v súvislosti s mediálnymi celebritami uvádza, že „celebrita je ‚textom určeným na ‚čítanie‘, [...] spoločným autorským dielom médií a ich publika podľa indícií kultúry“, ktorá jej vznik umožnila. Aj v prostredí mediálneho športu, samozrejme, dochádza k tomu, čo sa nazýva extenzifikáciou profilu celebrity, keď sa „obraz mediálnej osobnosti stáva plastickejšim, použiteľnejším v rôznych mediálnych variáciách“ (Rusnák 2013, s. 51). Samozrejme, celebrity z prostredia expertízy mediálneho športu nie sú natoľko výrazné ako tie, ktoré uvádza v danej stati J. Rusnák, menovite Nora Mojsejová, Mário Toráč, či Dolly Buster, no napriek tomu ich pôsobenie v mediálnom priestore naznačuje, že v záujme zvyšovania popularity sa médiá usilujú extenzifikovať pôsobnosť svojich expertov v podobne protichodných kontextoch – v tomto prípade ide o protichodnosť expertnej funkcie s funkciou zabávača. Zatiaľ čo experti, hoci vystupujú v principiálne oddychovom programe, v mediálnom športe pôsobia vážne a erudovane, v iných oblastiach mediálnej kultúry sa táto ich pozícia často prekrýva humoristickou textúrou, svoju primárnu pozíciu niekedy priam zlahčujú.

Spotrebu identity mediálno-športového experta z televíznej obrazovky teda možno pripodobniť procesu odštavovania, keď sa pôvodná, jasne štruktúrovaná a rozpoznateľná hmota pozostávajúca zo šupky, dužiny a semienok, mení na štavnatú, jednoduchšiu a rýchlejšie strávitelnú tekutinu prispôbenú potrebám publika. Títo experti sú tak mediálne „odsúdení“ na adresovanie tých najextenzívnejších otázok a stereotypov súvisiacich s ich prácou. Je to ako, keď je do zábavnej relácie *Aj múdry schybí* pozvaný komentátor Marcel Merčiak, a zrazu má divákov zaujímať, ako bude komentovať zápas slimákov a čomu vďačí za to množstvo vedomostí zo sveta športu, ktorými disponuje. To svedčí zrejme o tom, že spotreba celebrity z dramaturgického hľadiska prebieha výrazne limitovaným procesom prísneho výberu motívov. Z tohto hľadiska je zaujímavé, že celebrita experta často v kolektíve viacerých účinkujúcich „zabávačov“ pôsobí ako outsider, cudzorodý element, ako ten, čo zabávať vlastne ani nevie, lebo na to nemá pri tej svojej analytickej „suchosti“ predpoklady – podobne ako Boris Valábik v tanečnej súťaži *Let s Dance* nemá talent na tancovanie. Expert z mediálneho športu teda v televíznej dramaturgii pôsobí ako modelová postava a v tomto zmysle sa aj funkčne využíva.

V poslednom desaťročí sa popri dramaturgickom móde pomerne významným prvkom identity experta ako celebrity stáva aj ekonomický rozmer spotreby viditeľný v reklamnom, ale aj širšie v kultúrnom prostredí. Celebritu tu možno chápať ako završenie „skultúrenia ekonomiky“ (porov. Rowe 1999, s. 70), keď sa identita celebrity prejavuje ako súčasť spoločenskej ekonomickej spotreby. Pomerne často sa v tomto rámci znovu objavujú napr. L. Borbély, napr. ako herecký partner hviezdnej Petry Vlhavej, ale v poslednom období aj B. Valábik ako tvár niektorých obchodných reťazcov. Experti v rekla-

mách vystupujú ako tí, ktorí sa vyznajú, a práve vlastnosť „učnosti“ sa prenáša do tkaniva nového kontextu z reklamy. Celebrity tu teda majú potvrdzovaciu funkciu podobne ako lekári v reklamách na lieky, avšak s tým rozdielom, že priamo v propagovanej oblasti odborníkmi nie sú. Z pohľadu cieľovej skupiny tak experti napĺňajú dopyt po známosti (v prípade Valábika) či kurióznosti (v prípade Borbélyho), ponúkajúc síce idealizovanú, no predsa (pop)kultúrne dostatočnú záruku. V konečnom dôsledku sa tak stávajú aj tvármi mediálneho športu, a to napriek tomu, že nimi v kultúre bývajú prevažne úspešní športovci (u nás v minulosti napríklad hokejisti, Velez Zuzulová, Sagan, Vlhová), nie spolukomentátori a experti. Samozrejme, minimálne o hokejistoch možno povedať, že v daných reklamách do istej miery odrážajú aj sami seba ako úspešných hráčov, majstrov sveta a pod., expertná poloha tu teda pôsobí ako aktuálne zasadenie, avšak nostalgický fanúšik si napríklad v reklamách od Kauflandu celebritami prepojí aj príjemné, nostalgické pocity zrodené v hokejových úspechoch.

* * *

V súvislosti s dramaturgicky podmieneným využívaním expertov v televíznom vysielaní sa momentálne javia dve základné tendencie. Prvá súvisí s pôsobením experta v rôznych druhoch relácií, najmä v pozícii hosťa, ale stále častejšie aj v pozícii vystupujúceho. Tu, ako napríklad hostujúci L. Borbély v relácii *Nikto nie je dokonalý*, sa uplatňuje najmä všeobecná známosť konkrétneho hosťa. Borbély tu vystupuje ako modelová postava stavaná do roly odborne sa vyjadrujúceho zasvätenca, pričom, a to využil napr. moderátor Peter Marcin vo svojej talk show *Neskoro večer*, sa mu prisudzujú aj výroky, pomenovania a termíny, ktoré nikdy nepovedal. Dá sa z toho vyvodiť, že identita L. Borbélyho v popkultúre prežíva už aj čiastočne nekontrolovateľným životom, keď sa charakter jeho mediálnej identity hyperbolizuje a mytologizuje.

Druhým výrazným trendom možno chápať inkorporovanie experta priamo do programovej štruktúry vo forme vytvorenia autonómne, najčastejšie moderovanej relácie: na tomto základe sú položené talk show *Boris a Brambor*, moderovaná dvojicou bývalých hokejistov v zložení B. Valábik a M. Gáborík (dvojica sa spoločne prezentovala aj v televíznych štúdiách k MS v hokeji), a *Citronáda*, moderovaná takisto bývalým hokejistom, R. Lintnerom – o popkultúrne ukotvenom podklade tohto formátu svedčí už aj názov relácie odvolávajúci sa na prezývku bývalého hokejistu, Citrón. Obe relácie možno považovať za spin-offy mediálnej celebritizácie konkrétnych osobností, odvodené relácie vytvorené pre konkrétne publikum. Obe relácie sú orientované z veľkej časti na šport, napr. *Citronáda* sa vysiela výlučne v čase hokejových turnajov, v talk show *Boris a Brambor* vystupujú okrem iných známych osobností aj športovci. Možno tu tak, zatiaľ opatrne, hovoriť aj o čiastočnej premene diskurzu mediálneho športu, do ktorého popri mediálnych profesionáloch zastávajúci vedúcu rolu v jeho konštruovaní čoraz častejšie vstupujú v konštrukčnej pozícii aj bývalí športovci. Tí zostávali zhruba desaťročie dozadu, samozrejme, okrem tradičných spolukomentátorských a expertných pozícií, kde sa nevystupuje v pozícii mediálneho profesionála, výhradne na druhej strane barikády.

Vzhľadom na proces fungovania expertov v mediálnom priestore treba dozaista upozorniť aj na kontrastujúci atribút ich fungovania v iných mediálnych oblastiach: niektorí experti zostávajú z komunikačného hľadiska vnútri kontextu, z ktorého pochádzajú, iní z neho výrazne vystupujú. Prvý prípad možno ilustrovať mediálnym pôsobením L. Borbélyho, ktorý, aj keď sa vyskytne napr. v zábavno-súťažnej relácii ako hosť, zostáva stále len športovým expertom a komunikácia je vedená práve týmto smerom bez výrazných odbočení k iným oblastiam Borbélyho života. Miera celebritizácie sa tu teda čiastočne utlmuje, postava zostáva pre bežného diváka expertom známym z futbalových prenosov aj po x-tej návšteve v zábavných reláciách – a je svojím spôsobom popkultúrna, úzko viazaná na intenzívnosť zážitku publika s textom.

Naopak, mediálne pôsobenie B. Valábika sa extenzifikáciou jeho identity práveže posilňuje, stáva sa z neho univerzálnejšia osobnosť s viacerými identitami, a tým je „použiteľnejšou“ vo viacerých mediálnych súvislostiach. Valábik v komerčných reklamách svojho času pôsobil ako nová, vychádzajúca celebrita. Išlo o, pre bežných fanúšikov hokeja, menej známeho, radového hokejistu, ktorý počas svojej kariéry zaujal hlavne počtom bitiek a trestných minút. Tento rozmer mediálnej identity B. Valábika sa napokon mediálne utužil propagáciou jeho autobiografickej knihy so zodpovedajúcim názvom *Bitkár* a presakovaním informácií súvisiacich s jeho pôsobením v Policajnom zbore SR. To možno vnímať v kontraste s množstvom smutných príbehov bývalých športovcov (spomeňme aspoň Petra Babniča, Juraja Halenára, Mareka Svatoša či Miroslava Hlinku) ako jeden z mála medializovaných pozitívnych prípadov uplatnenia sa v reálnom živote po športovej kariére.

Dnes je B. Valábik okrem spomínanej talk show známy aj z cestovateľskej relácie propagujúcej slovenské regióny *S úsmevom po Slovensku*, ale aj z iných aktivít v mediálnom priestore, ako sú napríklad moderovanie tlačovej konferencie pred turnajom boxerskej organizácie Fight Night Challenge, vystupovanie v relácii *Dvaja na jedného*, tancovanie v súťaži *Let s Dance*, prípadne nedávna účasť v estrádnej relácii *Možné je všetko*. Odštavovanie štruktúrovanej osobnosti na jednorozmernú celebritu tu pôsobí tak, ako je zamýšľané: v nových kontextoch mediálneho pôsobenia B. Valábika totiž vôbec nie je podstatné, že je Valábik expert z mediálneho športu. Je tu použitý a spotrebovaný už toľkokrát, že jeho primárna pozícia v mediálnom priestore je naoko pevná a neotrasiteľná: už totiž publikum nespotrebuje experta a spolukomentátora, ale najmä veľkého, silného, elegantného a milého Borisa ako oproti iným síce menej výraznú, no predsa nezávisle pôsobiacu celebritu.

Situácia v súvislosti s vystupovaním expertov v mediálnom športe napovedá, že tak, ako športovci zastávajú v spoločensko-kultúrnej štruktúre mediálneho športu rôzne modelové pozície, tak sa aj experti v mediálnom športe stávajú „viacvrstevnou a multiplatformovou propagačnou entitou“ (Andrews a Jackson, 2001, s. 7) určenou na posilňovanie jeho diskurzívneho vplyvu a významu.

Literatúra

- ANDREWS, D. L., JACKSON, S. J. 2001. Introduction. Sport celebrities, public culture, and private experience. In ANDREWS, D. L. a S. J. JACKSON (eds.). *Sports Stars. The Cultural politics of sporting celebrity*. London: Routledge, s. 1 – 19.
- ĎURKÁČ, R. 2020. Boris Valábik: Nie som expert, ale bývalý hráč, ktorý sa snaží posunúť svoje skúsenosti. In *Tvnoviny.sk* (online). [cit. 2023-11-13]. Dostupné online: https://tvnoviny.sk/publicistika/clanok/115683-boris-valabik-nie-som-expert-ale-byvaly-hrac-ktory-sa-snazi-posunut-svoje-skusenosti?campaignsrc=tn_clipboard
- MERGEŠ, J. 2016. *Textové stereotypy komentátorského prejavu v priamych televíznych prenosoch z futbalu*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove.
- ONDRIŠEK, M., ČERVENÝ, M. 2018. Boris Valábik: Začínam spolupracovať s hokejovým zväzom, nechcem zostať len pri rečiach. In *Denník N* (online). [cit. 2023-11-13]. Dostupné online: <https://dennikn.sk/1137021/boris-valabik-zacinam-spolupracovat-s-hokejovym-zvazom-nehcem-zostat-len-pri-reciach/>
- ROWE, D. 1999. *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity*. Buckingham: Open University Press.
- RUSNÁK, J. 2013. *Homo popularis: homo medialis? Populárna kultúra v elektronických médiách*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove.
- Youtube (online). Boris Valabik vs. Igor Toth. [cit. 2023-11-13]. Dostupné online: <https://www.youtube.com/watch?v=DK3xNnNdzik>

Mgr. Jozef Mergeš, PhD., (nar. 1986 v Kráľovskom Chlmcí) je vysokoškolským učiteľom, pôsobí ako odborný asistent na Inštitúte slovakistiky a mediálnych štúdií Filozofickej fakulty Prešovskej univerzity v Prešove. Z odborného hľadiska sa venuje najmä športu v mediálnom prostredí a filmu v jeho rôznorodých kontextoch. Je autorom monografie *Textové stereotypy komentátorského prejavu v priamych televíznych prenosoch z futbalu* a spoluautorom monografie *Súčasný mediálny šport (Tri prieniky do fungovania športu v televízii)*. Spoluautorsky sa podieľal aj na príprave vysokoškolských učebníc *Úvod do štúdia žurnalistických žánrov v tlačových médiách* a *Úvod do štúdia interaktívnej štylistiky (II.)*.

Kontaktná adresa:
Inštitút slovakistiky a mediálnych štúdií FF PU
Ul. 17. novembra 1
Prešov 08001

jozef.merges@unipo.sk

Štúdiá vznikla v rámci riešenia grantového projektu VEGA 1/0198/21 Mediálny šport v interdisciplinárnych súvislostiach.

Ochrana súkromia osôb verejného záujmu

Protection of the privacy of persons of public interest

RENÁTA CENKOVÁ, KAROLÍNA ČERVENÁ

UNIVERZITA PAVLA JOZEFA ŠAFÁRIKA V KOŠICIACH

Abstrakt: Súčasná doba prináša istú tenziu medzi právnou istotou a spravodlivosťou, medzi ochranou osobnosti a slobodou prejavu. Slobodu prejavu a právo na informácie zaručuje Ústava SR, ktorá zároveň upravuje mechanizmy ich obmedzenia. Predmetom našej štúdie je identifikovanie kolízie vybraných základných práv a slobôd a stret viacerých právnych princípov (ústavných hodnôt) s dôrazom na slobodu prejavu, právo na ochranu súkromia, právo na ochranu osobnosti a právo na informácie, pričom súboj týchto hodnôt môžeme najčastejšie pozorovať prostredníctvom informácií, ktoré ponúkajú médiá.

Kľúčové slová: sloboda prejavu, právo na informácie, zodpovednosť, ochrana osobnosti, prípady sui generis, Európsky súd pre ľudské práva

Abstract: The present time brings a certain degree of tension between legal certainty and justice, between the protection of personality and freedom of speech. Freedom of speech and the right to information are guaranteed by the Constitution of the Slovak Republic, which also regulates the mechanisms of their restriction. The subject of our study is to outline the collision of some basic rights and freedoms and the clash of several legal principles (constitutional values) with an emphasis on freedom of speech, the right to privacy, the right to protect personality and the right to information, while the clash of these values can most often be observed through information. offered by the media.

Keywords: freedom of speech, right to information, responsibility, protection of personality, sui generis cases, European Court of Human Rights

Úvod

Sloboda prejavu a právo na informácie sú v zmysle čl. 26 ods. 1 Zákona č. 460/1992 Zb. Ústavy Slovenskej republiky zaručené. Patria medzi tzv. politické práva. Slobodu prejavu a právo vyhľadávať a šíriť informácie možno obmedziť zákonom, ak ide o opatrenia v demokratickej spoločnosti nevyhnutné na ochranu práv a slobôd iných, bezpečnosť štátu a verejného poriadku, ochranu verejného zdravia a mravnosti.

V danej problematike predstavuje východisko Listina základných práv a slobôd, ktorá bola do právneho poriadku Českej a Slovenskej Federatívnej Republiky implementovaná ako Ústavný zákon č. 23/1991 Zb. (ešte pred prijatím Ústavy SR). Politické práva, rovnako ako osobné sú v Ústave zakotvené ako tzv. legislatívne maximum, čo znamená, že niektoré z nich sa realizujú priamo z Ústavy, „iné“ potrebujú konkretizáciu cestou záko-

nov. Medzi subjekty uvedených práv možno zaradiť fyzické osoby, občanov, kolektívy a právnické osoby. „Nositeľom práva na slobodu prejavu je každý, nielen fyzická osoba, ale aj právnická osoba, alebo osoba bez štátneho občianstva, alebo skupina osôb, ktorá nemá právnu subjektivitu (petičný výbor, prípravný výbor strany, konzorcium)“ (Filip 1998, s. 625). Sloboda prejavu pritom nie je závislá na veku nositeľa tohto práva: „Dieta má právo na slobodu prejavu; toto právo zahŕňa slobodu vyhľadávať, prijímať a rozširovať informácie a myšlienky každého druhu, bez ohľadu na hranice, či už ústne, písomne alebo tlačou, prostredníctvom umenia alebo akýmkoľvek inými prostriedkami podľa voľby dieťaťa“ (čl. 13 ods. 1 Dohovoru o právach dieťaťa).

Po vymedzení subjektov politických práv, a teda aj subjektov mediálneho práva zameriavame našu výskumnú pozornosť na kolíziu základných práv a slobôd. Pre nami zvolenú problematiku identifikujeme rozdiely medzi slobodou prejavu a právom na informácie v prípade osôb verejného záujmu. Pri skúmaní je potrebné zohľadniť rozsah účelu, na ktorý má slúžiť. „Slobodou prejavu sa človeku umožňuje vysloviť, alebo zamlčať svoje city, myšlienky a názory. Prostredníctvom práva prijímať, vyhľadávať a rozširovať idey a informácie sa každému umožňuje dozvedieť sa informáciu a získať informáciu do svojej dispozičnej sféry a v nej informáciu spracovať pre svoju potrebu i potrebu iných, keďže v súlade s ústavou k nemu patrí aj právo informácie ďalej rozširovať.“ (II. ÚS 28/96, 1998, s. 105.)

Podľa Drgonca (2008, s. 56) je obmedzenie slobody prejavu v súlade s ústavou možné len v prípade, ak sa splní formálna podmienka zákona a dve kumulatívne materiálne podmienky. Formálna podmienka znamená, že obmedzenie prijíma Národná rada Slovenskej republiky v právnom predpise so silou zákona, avšak zákonom sa môže sloboda prejavu obmedziť jedine vtedy, ak sa splnia dve materiálne podmienky: „Prvou materiálnou podmienkou je požiadavka, aby obmedzenie slúžilo na ochranu práv a slobôd iných, alebo sa ním musí chrániť bezpečnosť štátu, verejný poriadok, verejné zdravie alebo mravnosť. Na splnenie prvej materiálnej podmienky stačí preukázanie jedného z citovaných záujmov. Druhou materiálnou podmienkou je podmienka nevyhnutnosti prijatia obmedzenia“ (PL. ÚS 15/98, 1999, s. 46). Materiálnou podmienkou sú taxatívne uvedené opatrenia, ktoré však musia vykazovať znak nevyhnutnosti. Európsky súd pre ľudské práva podáva výklad podmienky nevyhnutnosti vo svetle potrieb demokratickej spoločnosti, kde jej podstatu tvoria pluralizmus a tolerancia.

Otázka obmedzenia slobody prejavu je vymedzená právnou úpravou, pričom je potrebné dodať, že čl. 26 ods. 3 Ústavy SR uvádza: „Cenzúra sa zakazuje.“ Z vyššie citovaného Nálezu Ústavného súdu SR (PL. ÚS 15/98) vyplýva, že prvým záujmom je ochrana práv a slobôd iných a druhým je ochrana bezpečnosti štátu (verejný poriadok, verejné zdravie a mravnosť). Uplatňovanie čl. 26 Ústavy SR vedie k hľadaniu a nastolovaniu rovnováhy medzi slobodou prejavu a ďalšími právami a slobodami.

Dôležitým okruhom našej pozornosti je kolízia slobody prejavu s právom iných osôb na ochranu súkromia. Je preto nevyhnutné ustanoviť rovnováhu medzi právom informovať spoločnosť o veciach verejného záujmu a právom jednotlivca na súkromný život. Pod právom na súkromný život rozumieme ochranu osobnej cti, ľudskej dôstojnosti, dobrej povesti, dobrého mena, ochranu pred neoprávneným zhromažďovaním, zverejňovaním alebo iným zneužívaním údajov o osobe, právo na nedotknuteľnosť obydlia, právo na spravodlivý súdny proces a pod.

Sloboda prejavu a právo na informácie môžu byť obmedzené, a to v prípade, ak osoba alebo skupina osôb ich uplatňovaním porušuje práva inej osoby či skupiny osôb, alebo základné demokratické práva a hodnoty, pričom však toto obmedzenie musí byť zákonné a musí predstavovať výnimku založenú na konkrétnom prípade. Každé takéto obmedzenie musí byť ustanovené zákonom, sledovať legitímny cieľ, musí byť potrebné na zabezpečenie legitímneho cieľa, musí byť proporcionálne, čo znamená, že každé obmedzenie musí byť jednak úmerné legitímnemu cieľu (napríklad uloženie obmedzenia smerujúce k predchádzaniu nepokojov, na ochranu pred zverejnením dôverných informácií a pod.) a jednak obmedzenie, ako aj uplatnená sankcia musia byť primerané legitímnemu cieľu.

Prípady sui generis

Konkrétne určenie hraníc jednotlivých práv sa vždy posudzuje individuálne a výsledok posúdenia závisí od konkrétnych okolností jednotlivého prípadu sui generis, a teda aj od postavenia dotknutej osoby, od toho či ide o osobu verejne známu, alebo či ide o verejne činnú osobu. Za osoby verejne činné (osoby verejného záujmu) možno považovať osoby pracujúce vo verejnej správe. U nich by sa mala vyžadovať nielen väčšia akceptácia kritiky, ale aj hodnotiacich úsudkov, a to aj s možnosťou použitia expresívnejších výrazov s prvkami provokácie či preháňania. Pri prejave, ktorý má charakter skutkových tvrdení, sa posudzuje atribút pravdivosti či nepravdivosti, avšak pri prejave názorov (hodnotiacich úsudkov) to z povahy veci nie je možné. Východiskovým rozhodnutím v tejto otázke je prípad *Lingens* proti Rakúsku (rozsudok ESLP z 8. júla 1986, sťažnosť č. 9815/82).

„Práva na ochranu osobnosti sa samozrejme môžu domáhať aj politici a ostatné verejne činné osoby, no kritériá posúdenia skutkových tvrdení a hodnotiacich úsudkov sú v ich prípadoch omnoho väčšie v prospech pôvodcov týchto výrokov. Je to dané skutočnosťou, že osoba vstúpiaca na verejnú scénu musí počítať s tým, že ako osoba verejne známa bude pod drobnohľadom verejnosti, ktorá sa zaujíma o jej profesionálny ako aj súkromný život a súčasne ho hodnotí, zvlášť, ak ide o osobu, ktorá spravuje verejné záležitosti.“ (Uznesenie Najvyššieho súdu SR pod sp. zn. 4 Cdo 149/2009 zo dňa 31.05.2010).

Aplikácia tzv. testu proporcionality znamená, že v prípade verejne činnej osobnosti, ktorej pôsobenie je spojené s vysokým stupňom verejného záujmu, bude zásah do jej súkromia posudzovaný menej prísne ako v prípade verejne málo známej alebo neznámej osoby. Vo vzťahu k osobám verejného záujmu je hranica ich súkromia síce zúžená, avšak predpokladom uverejnenia údajov zo súkromia je, aby takéto údaje súviseli s jej súčasnou alebo minulou verejnou činnosťou a takéto uverejnenie bude v priamom verejnom záujme. Zároveň platí, že sa pri takýchto osobách musí brať ohľad na to, aby tretie osoby neutrpeli zbytočnú ujmu.

Formy obmedzení slobody prejavu

1. Obmedzenia zamerané na zabránenie prejavu (predtým, než k nemu dôjde), napríklad rozhodnutím súdu, rozhodnutiami, upozorneniami, príkazmi Rady pre mediálne služby

a pod. Príkladom je zákaz publikovať článok, knihu, šíriť istý typ názorov, zdržať sa konania. V praxi sa stretávame s rozsudkami prvostupňových súdov, ktoré boli zrušené, alebo zmenené súdmi vyšších stupňov a Ústavným súdom Slovenskej republiky.

2. Obmedzenia po uskutočnení prejavu. Ich cieľom je sankcionovať okruh zainteresovaných subjektov (autor, vydavateľ, komentátor a pod.) súdmi alebo orgánmi verejnej správy (štátnej správy a verejnej samosprávy).

Tieto typy obmedzení sú obvykle dosahované v sporoch súkromnoprávnej povahy, najčastejšie formou občianskoprávných sankcií. Vzhľadom na skutočnosť, že občianske právo radíme do skupiny súkromného práva, vymožitelnosť týchto práv je v dispozičnej sfére zainteresovaných subjektov. V niektorých prípadoch sú obmedzenia prítomné aj v sporoch verejnej povahy, kde je možné uložiť disciplinárne a trestné sankcie.

Zodpovednosť

V súvislosti s porušovaním predmetných práv rozlišujeme občianskoprávnu, správnu a trestnoprávnu zodpovednosť. Medzi podmienky vzniku zodpovednosti za porušenie práv tretích osôb radíme neoprávnený zásah do práv tretej osoby; objektívnu spôsobilosť zásahu ohroziť, alebo porušiť osobnosť fyzickej osoby alebo dobrú povesť právnickej osoby; príčinnú súvislosť medzi konaním pôvodcu zásahu a vznikom ujmy, spočívajúcej či už v porušení, alebo v ohrození osobnosti fyzickej osoby, alebo dobrej povesti právnickej osoby. Iba v prípade súbehu všetkých týchto podmienok je konanie nedovoleným zásahom do osobnosti (Kerecman 2009, s. 39-42). Na vznik občianskoprávnej sankcie za nemajetkovú ujmu spôsobenú neoprávneným zásahom do osobnosti fyzickej osoby sa nevyžaduje žiadna forma zavinenia, t.j. či už úmyselné zavinenie alebo zavinenie z neobľahosti. V záujme ochrany cti a osobnosti sú definované aj trestnoprávne obmedzenia, v Trestnom zákone nachádzame napr. trestný čin krivého obvinenia (§ 345 ods. 1), rovnako ako trestný čin ohovárania (§373 ods. 1), trestný čin neoprávneného nakladania s osobnými údajmi (§ 374 ods. 1) a pod. Pri výbere vhodného prostriedku ochrany je potrebné dbať aj na to, že použitie trestných noriem je založené na zásade „ultima ratio.“

Ochrana osobnosti a práv tretích osôb je v slovenskom práve poskytovaná ustanoveniami Občianskeho zákonníka (OZ) Podľa § 11 OZ „*Fyzická osoba má právo na ochranu svojej osobnosti, najmä života a zdravia, občianskej cti a ľudskej dôstojnosti, ako aj súkromia, svojho mena a prejavov osobnej povahy*“ (40/1964 Zb. Občiansky zákonník). Ide o skupinu práv s nehmotným charakterom, ktoré patria každej fyzickej osobe, predstavujú skupinu absolútnych subjektívnych práv, ktoré pôsobia voči všetkým (erga omnes). Subjektom práva na ochranu osobnosti a zároveň aktívne legitimovaným subjektom na podanie žaloby je v tomto prípade iba fyzická osoba.

V občianskoprávnom konaní môže obeť podať žalobu. V zmysle § 130 zákona č. 160/2015 Z.z. Civilný sporový poriadok v platnom znení (ďalej len „CSP“) „*Žaloba je procesný úkon, ktorým sa uplatňuje právo na súdnu ochranu ohrozeného alebo porušeného*

ho práva.“ Podľa § 13 ods. 1 Občianskeho zákonníka sa fyzická osoba má právo najmä domáhať, aby sa upustilo od neoprávnených zásahov do práva na ochranu jej osobnosti (tzv. negatívna žaloba), aby sa odstránili následky týchto zásahov (tzv. reštitučná žaloba) a aby jej bolo dané primerané zadostučinenie (tzv. satisfakčná žaloba, pri ktorej sa fyzická osoba môže pri vzniku nemajetkovej ujmy domáhať poskytnutia primeraného zadostučinenia – napr. ospravedlnenie), pričom § 13 ods. 2 Občianskeho zákonníka hovorí o práve fyzickej osoby na náhradu nemajetkovej ujmy v peniazoch. V zmysle § 16 sa môže fyzická osoba domáhať aj náhrady škody.

Špeciálnu pozornosť si vyžaduje aj ochrana podoby, práva k podobizni a ochrana prejavov osobnej povahy, kde je potrebné zohľadniť spravodajskú fotografiu, a teda zachytenie podoby fyzickej osoby na účely spravodajstva. Uverejnenie takejto fotografie nie je neoprávneným zásahom do práva na podobu a do práva k podobizni, avšak „... z tejto licencie sú vylúčené veci súkromného života, a to aj vtedy, ak ide o osoby verejne známe, ktorých život je pre verejnosť zaujímavý“ (Knap, K.; Švestka, J.; Jehlička, O. et al. 1996, s. 256). Zákonnú ochranu požívajú aj slovné prejavy osobnej povahy, ako i písomnosti osobnej povahy. Každá osoba má výlučné právo rozhodnúť, či jej prejav osobnej povahy bude zaznamenaný a ako sa so záznamom naloží. Pod prejavmi osobnej povahy však treba chápať tie, v ktorých sa prejavuje duševná sféra fyzickej osoby, a ktoré nie sú touto osobou určené pre neobmedzený okruh prijímateľov, teda o prejavy, ktorých obsahom sú najmä javy a udalosti zo súkromného života fyzickej osoby (Kerecman 2009, s. 36).

V otázke vymožiteľnosti ľudských práv nie sú zriedkavé prípady, keď sa poškodený, po tom čo neuspel na domácom súde, obrátil na Európsky súd pre ľudské práva (ESLP). Príkladom sporu medzi celebritou a navyše aj verejne činnou osobou je prípad *Caroline von Hannover v. Germany*.

Skutkovou podstatou sporu bolo publikovanie privátnych fotografií monackej princeznej Caroline v nemeckých médiách v rokoch 1993 až 1997, čo malo za následok tri série súdnych procesov pred nemeckými súdmi. Tie sa v roku 1999 dostali až pred nemecký federálny ústavný súd, ktorý však návrhy žalobkyne zamietol. Caroline von Hannover sa rozhodla v daných prípadoch obrátiť na Európsky súd pre ľudské práva. Ten podrobne preskúmal rozhodnutia všetkých súdov, na ktoré sa princezná obrátila, vrátane federálneho ústavného súdu Nemecka. Tieto konania boli následne predmetom rozsudku Európskeho súdu pre ľudské práva vo veci *Caroline von Hannover vs Nemecko* (pod číslom 59320/00) zo dňa 24. 06. 2004, v ktorom súd rozhodol, že súdne rozhodnutia porušili právo princeznej Caroline na rešpektovanie jej súkromného života podľa článku 8 Európskeho dohovoru o ochrane ľudských práv a základných slobôd. Na základe tohto rozsudku si princezná Caroline a princ Ernst August následne nárokovali vydanie fotografií, ktoré boli zhotovené počas ich dovolenky, boli odfotené bez ich súhlasu a následne zverejnené v nemeckých časopisoch *Frau im Spiegel* a *Frau Aktuell* v rokoch 2002 a 2004. V rozsudku z 26. februára 2008 však federálny ústavný súd zamietol ústavnú sťažnosť princeznej Caroline. Rozhodnutím zo dňa 16. júna 2008 bez uvedenia dôvodov odmietol posúdiť ďalšie ústavné sťažnosti podané sťažovateľmi v súvislosti s predchádzajúcimi obdobiami konania.

Výsledkom bolo podanie sťažností na Európsky súd pre ľudské práva 22. augusta a 15. decembra 2008. Dňa 30. marca 2010 sa komora, ktorej bol prípad pridelený, po pripojení k žalobe Axel Springer AG v. Nemecko (č. 39954/8) vzdala jurisdikcie v prospech Veľkej komory, ktorej súčasťou bolo 20 sudcov. Po pojednávaní súd začal rokovania, ktoré sa konali súkromne. Súdny dvor skonštatoval, že niet pochyb o tom, že zverejnenie fotografií žiadateľky v jej každodennom živote rôznymi nemeckými časopismi, či už samostatne alebo s inými ľuďmi, spadalo do jej súkromného života. Preto bol uplatniteľný článok 8 dohovoru a bolo potrebné vyvážiť ochranu súkromného života sťažovateľky proti slobode prejavu, ako to zaručuje článok 10 Dohovoru. (Európsky dohovor o ľudských právach) Vo svojom rozhodnutí Súdny dvor zopakoval zásadný význam ochrany súkromného života z hľadiska rozvoja osobnosti každej ľudskej bytosti a uviedol, že každý, vrátane ľudí známych verejnosti, má „legitímne očakávanie“, že jeho súkromný život bude chránený. Kritériá, ktoré stanovili vnútroštátne súdy na rozlíšenie postavy „par excellence“ súčasnej spoločnosti od relatívne verejnej osobnosti, nepostačovali na zabezpečenie účinnej ochrany súkromného života žiadateľov a za daných okolností mali „legitímne očakávania“, že ich súkromný život bude chránený. So zreteľom na všetky vyššie uvedené skutočnosti a napriek voľnému uváženiu, ktoré sa v tejto oblasti priznáva štátu, sa Súdny dvor domnieval, že nemecké súdy nedosiahli spravodlivú rovnováhu medzi konkurenčnými záujmami. Preto rozhodol, že došlo k porušeniu článku 8 Dohovoru. (Chamber judgment von Hannover v. Germany 24.06.04, 2023).

Samotný ESLP nie je zodpovedný za výkon svojich rozsudkov. Po vyhlásení rozsudku prechádza zodpovednosť na Výbor ministrov Rady Európy, ktorý má za úlohu dohliadať nad výkonom rozsudkov zo strany štátov. „Konečný rozsudok je záväzný a štát je povinný ho vykonať. Dohovor mu ukladá povinnosť odstrániť alebo napraviť zistené porušenie Dohovoru, prípadne poskytnúť nápravu, ak nie je možné navrátiť pôvodný stav (*restitutio in integrum*). Voľba prostriedkov nápravy patrí štátu, ktorý má medzinárodnoprávnu povinnosť dosiahnuť požadovaný výsledok“ (Výkon rozsudkov ESLP 2023).

Správna zodpovednosť vyplýva z porušení vybratých ustanovení Zákona č. 372/1990 Zb. o priestupkoch. Ten stanovuje osobitnú skupinu priestupkov – priestupkov extrémizmu. Napr. verejné šírenie materiálov – video, fotografie, letáky, audiovizuálne záznamy a pod., ktoré podnecujú k nenávisti voči jednotlivcovi alebo skupine jednotlivcov na základe rasy, farby pleti, národnosti, etnickej príslušnosti, pohlavia alebo náboženstva, alebo materiálov, ktoré porušujú základné práva a slobody.

Ak sú nenávisťné prejavy kvalifikované ako trestné činy v zmysle Zákona č. 300/2005 Z.z. Trestného zákona, vzniká trestnoprávna zodpovednosť. Vyodením zodpovednosti voči páchatelom nenávisťných prejavov štát preukazuje schopnosť dodržiavať a chrániť ľudské práva. V kontexte našej štúdie môžeme v trestnoprávnej rovine uvažovať o trestnom čine ohovárania. V zmysle § 373 Trestného zákona „Kto o inom oznámi nepravdivý údaj, ktorý je spôsobilý značnou mierou ohroziť jeho vážnosť u spoluobčanov, poškodiť ho v zamestnaní, v podnikaní, narušiť jeho rodinné vzťahy alebo spôsobiť mu inú vážnu ujmu, potrestá sa odňatím slobody až na dva roky.“ Trestná sadzba sa zvyšuje, keď sa trestný čin spácha:

1. a spôsobí ním značnú škodu

2. z osobitného motívu
3. verejne alebo
4. v podnikaní závažnejším spôsobom konania
5. a spôsobí ním škodu veľkého rozsahu
6. alebo spôsobí inému stratu zamestnania, úpadok podniku alebo rozvod manželstva.

Podľa § 345 Trestného zákona, „*kto iného ľživo obviní z trestného činu v úmysle privodiť jeho trestné stíhanie, potrestá sa odňatím slobody na jeden rok až päť rokov*“. Krivé obvinenie iného z trestného činu má smerovať voči určitej osobe, bez ohľadu na to, aby táto osoba bola označená menom. Postačuje, pokiaľ je individualizovaná uvedením takých okolností, z ktorých možno spoľahlivo usúdiť, o koho ide (Michalíková 2022).

V posledných rokoch bola slovenská verejnosť často konfrontovaná s fenoménom „očisty spoločnosti“, ktorá sa bola spätá s medializáciou vybraných trestných konaní. V zmysle § 6 ods. 1 Zákona č. 301/2005 Z. z. Trestný poriadok: „*Orgány činné v trestnom konaní a súd informujú verejnosť o trestnom konaní podľa tohto zákona poskytnutím informácií oznamovacím prostriedkom. Pri tomto informovaní však musia dbať na ochranu utajovanej skutočnosti, obchodného tajomstva, bankového tajomstva, daňového tajomstva, poštového tajomstva alebo telekomunikačného tajomstva*.“ Zároveň v zmysle § 6 ods. ods. 2 citovaného zákona sú orgány činné v trestnom konaní a súd pri poskytovaní informácií oprávnené utajiť tie skutočnosti, ktoré by mohli zmariť alebo sťažiť objasnenie a vyšetrovanie vecí. Pritom sú povinní dbať na zásadu prezumpcie nevinoty. Dbajú aj na to, aby nezverejňovali chránené osobné údaje ani skutočnosti súkromného charakteru, najmä rodinného života, obydľia a korešpondencie, ktoré priamo s trestnou činnosťou nesúvisia. Osobitne dbajú na záujmy maloletých, mladistvých a poškodených, ktorých osobné údaje sa nezverejňujú.

Súčasťou mediálneho diskurzu sa stal aj fenomén „vynášania informácií z tzv. živých spisov“. Len samotná skutočnosť zverejnenia informácií nepostačuje na vyhodnotenie protiprávnosti konania. Dôležité sú totiž všetky okolnosti, za akých k úniku došlo, aké informácie unikli a čo všetko sa prezradilo. Do úvahy prichádza naplnenie skutkovej podstaty trestného činu zneužívania právomoci verejného činiteľa podľa § 326 Trestného zákona, ktorého sa dopustí verejný činiteľ s úmyslom spôsobiť inému škodu alebo zadovažiť sebe alebo inému neoprávnený prospech, ak vykonáva svoju právomoc v rozpore so zákonom, prekročí svoju právomoc alebo nesplní povinnosť vyplývajúcu z jeho právomoci alebo z rozhodnutia súdu. Ďalším trestným činom prichádzajúcim do úvahy je marenie spravodlivosti podľa § 344 Trestného zákona (Vanc 2021).

Inscenovanie verejných procesov v médiách

V demokratických štátoch sme svedkami vplyvu politikov na médiá, a to prostredníctvom vzťahov s ich majiteľmi, vydavateľmi, vysielateľmi a redaktormi, ale aj inscenovaním vlastných mediálnych vystúpení, a to obvykle prostredníctvom tlačových konferencií. Príručky o public relations dokonca hovoria o tom, že v USA je jedným z „trendov“

riešení krízovej komunikácie inscenovanie verejného procesu v médiách – právnici nie sú povinní mimo súdnej siene vznesené obvinenia preukazovať. Namiesto toho účelovo ovplyvňujú verejnú mienku (Bajčan 2003).

Voltmer (2000, s. 164) sa domnieva, že žurnalisti východnej Európy vidia svoju úlohu skôr v interpretácii a komentovaní politického vývoja, ako v sprostredkovaní informácií. Objektivita a neutralita nie sú považované za najvyššie žurnalistické hodnoty. Často ich novinári odmietajú ako obmedzenie originality a kritiky. Ako uvádza Chlebcová Hečková (2015, s. 46), lingvisti hovoria o dvoch základných formách prejavu v politike, a to: 1. interný funkcionársky jazyk s typickou odbornou slovnou zásobou s racionálnym výstupom a 2. verejný mienkotvorný jazyk. Ten sa používa „*vsade tam, kde sa politika obracia na verejnosť, a to predovšetkým v politickej výchove, pri formovaní verejnej mienky a pri propagande*“ s typickou hodnotovou slovnou zásobou, ktorá je „*pocitovaná skôr emocionálne*“ (Tito, 2007, s. 98). Medzi najčastejšie pojmy patria: sloboda, ľudské práva, reforma, národ a pod.

Príkladom takto ladenej komunikácie je medializácia „paragrafu 363“. Po zadaní do vyhľadávачa google získame približne 2 760 000 výsledkov (údaj k 30. 10. 2023). Na horných priečkach sa paradoxne objaví len jedna odborná informácia, ostatné pozície patria novinovým článkom, ako príklad uvádzame prvých desať pozícií:

- Lewik.org § 363 (§ 363, Trestný poriadok);
- Refresher (7. septembra 2021) „Čo je paragraf 363, ktorým Žilinkova prokuratúra zastavuje vyšetrovania, a prečo je Boris Kollár ochotný povaliť preň vládu?“;
- Denník N (12. septembra 2023) „Odkryli sme, ako u Žilinku používajú paragraf 363 v prospech prominentov“;
- Pravda (9. 7. 2023) „Paragraf 363: čo s ťolkou mocou v jedných rukách? Ponechať, obmedziť či zrušiť?“;
- Denník N (12. septembra 2023) „Spor prezidentky a Žilinku o paragraf 363 ide na Ústavný súd. Generálny prokurátor oddialil hrozbu disciplinárky“;
- Teraz.sk (10. apríla 2023) „Poslanci predložili návrhy na úpravu paragrafu 363 Trestného poriadku“;
- Pravda (21. 6. 2023) „Generálny prokurátor môže naďalej rušiť trestné stíhania. Paragraf 363 nie je v rozpore s ústavou“;
- Teraz.sk (21. júna 2023) „ÚSTAVNÝ SÚD SR: PARAGRAF 363 NIE JE V ROZPORE S ÚSTAVOU“;
- TA3 (10. 3. 2023) „Čertovsky známa 363. Uťahujeme si z nej, no vieme, čo v skutočnosti znamená?“;
- Blog.sme.sk (5. decembra 2022) „Čo s tebou ďalej, paragraf 363?“ (paragraf 363 2023).

§ 363 a ďalšie (§ 364 ods. 1) Trestného poriadku je mimoriadny opravný prostriedok, ktorý smeruje k zrušeniu právoplatných rozhodnutí v tzv. predsúdnej časti trestného konania. Predmetný paragraf prelamuje jednu zo zásad predsúdnej časti trestného konania, zásadu *ne bis in idem*, ktorú nachádzame v § 2 ods. 8 Trestnom poriadku: „*Nikoho nemožno trestne stíhať za čin, za ktorý už bol právoplatne odsúdený, alebo oslobodený spod obžaloby. Táto zásada nevylučuje uplatnenie mimoriadnych opravných prostriedkov*

v súlade so zákonom.“ Zásada má ústavné východisko v čl. 50 ods. 5 Ústavy Slovenskej republiky. „Zásada ne bis in idem vylučuje, aby sa po právoplatnom odsúdení alebo jeho oslobodení pod obžaloby opätovne rozhodovalo o tom istom skutku“ „Procesný dôsledok uplatnenia predmetnej zásady v aplikačnej praxi OČTK a súdu predstavuje dôvod trestného stíhania spočívajúci v prekážke rozhodnutej veci (res iudicata)“ (Štrkolec 2022, s. 32).

Ak nezákonné rozhodnutie nadobudne právoplatnosť, nie je možné trvať na princípe právnej istoty a nezmeniteľnosti právoplatných meritórnych rozhodnutí (právoplatných uznesení o zastavení trestného stíhania, uznesenie podmieneným zastavením trestného stíhania, postúpenie veci alebo chybného procesného postupu, ktorý viedol k nezákonnému rozhodnutiu) na úkor zákonnosti a spravodlivosti. Ide o situácie, ak v postupe a rozhodnutiach orgánov činných v trestnom konaní v prípravnom konaní reálne došlo k pochybeniam a nezákonnosti. Prostredníctvom paragrafu 363 môže generálny prokurátor túto nezákonnosť odstrániť ešte v štádiu prípravného konania.

Medializované informácie smerujúce k „nadužívaniu paragrafu 363“ generálnym prokurátorom SR boli príkladom „inscenovania“ odborného diskurzu o predmetnom ustanovení Trestného poriadku v médiách. Výsledkom bolo podanie návrhu skupiny 42 poslancov Národnej rady Slovenskej republiky na začatie konania podľa čl. 125 ods. 1 písm. a) Ústavy Slovenskej republiky o súlade § 363 až § 367 zákona č. 301/2005 Z. z. Trestný poriadok v znení neskorších predpisov s Ústavou Slovenskej republiky a o návrhu prezidentky Slovenskej republiky na začatie konania podľa čl. 125 ods. 1 písm. a) Ústavy Slovenskej republiky o súlade § 363 až § 367 zákona č. 301/2005 Z. z. Trestný poriadok v znení neskorších predpisov s Ústavou Slovenskej republiky a Dohovorom o ochrane ľudských práv a základných slobôd za účasti vlády Slovenskej republiky.

Ústavný súd rozhodol Nálezom PL. ÚS 1/2022-270 zo dňa 21. júna 2023 tak, že návrhu nevyhovuje. Okrem iného konštatuje, že napadnuté ustanovenia, resp. rozhodnutia generálneho prokurátora, vydané na ich základe, nezasahujú do súdnej moci, nenahrádzajú účinky rozhodnutia sudcu pre prípravné konanie vlastnými rozhodnutiami, neodnímajú účinky súdnym rozhodnutiam, v rozsahu limitov ich použitia, ktoré Ústavný súd v náleze uviedol, predstavujú ústavne akceptovateľný zásah do právnej istoty nastolenej právoplatným rozhodnutím policajta alebo prokurátora a napokon ani neporušujú právo na účinné a efektívne vyšetrovanie. Prípravné konanie, ako jedno zo štádií trestného konania, tvorilo a tvorí imanentnú súčasť nášho trestného konania. Bez uskutočnenia tohto úseku trestného konania nie je možné realizovať súdnu časť konania, a tak rozhodnúť o vine a treste za trestné činy, keďže toto právo, a to aj s odkazom na čl. 50 ods. 1 zák. č. 460/1992 Zb. Ústavy Slovenskej republiky, prináleží výlučne len súdu (viac pozri Čopko 2022, s. 334). „139. V demokratickom a právnom štáte, ktorého trestný proces má akuzачný charakter, nie je možné súdnu moc z prípravného konania vylúčiť v dôsledku ochrany osobnej slobody obmedzovanej väzbou aj bez právoplatného odsúdenia. To nerobia ani napadnuté ustanovenia. Ak by aj generálny prokurátor podľa napadnutých ustanovení zrušil uznesenie o vznesení obvinenia a dotknutá osoba by bola prepustená z väzby na slobodu, to nevylučuje, že jej bude opäť môcť byť vznesené obvinenie (nie je prítomná prekážka res iudicata a ňou vyvolaná neprípustnosť trestného stíhania) vrátane návrhu na jej opätovné vzatie do väzby, o ktorom bude opäť rozhodovať sudca pre prípravné konanie. 140. Ústavný

súd s poukazom na už uvedené skutočnosti v napadnutých ustanoveniach nezistil zásah do delby moci či osobitne zásah do súdnej moci, ktorým by došlo k popretiu alebo odstráneniu účinkov súdnych rozhodnutí v prípravnom konaní. Ústavný súd tak neidentifikoval zásah do čl. 1 ods. 1 ústavy v rozsahu delby moci“ (Nález PL. ÚS 1/2022-270 2023, s. 37, 38).

Dôsledky negatívnej medializácie môžu dotknuté osoby vyhodnotiť rôznymi spôsobmi a svoje nároky si uplatňovať či už v občianskoprávnom, alebo trestnoprávnom konaní. Domnievame sa, že jedným zo spoločenských dôsledkov medializovaných sporov je aj vznik alternatívnych a komunitných médií.

Literatúra

- BAJČAN, R. 2003. *Techniky Public Relations aneb jak pracovat s médií*. Praha.
- ČOPKO, P. 2022. Skrátene vyšetovanie – efektívna forma prípravného konania? In Čentéš, J., Kurilovská, L. et al. (eds.) 2022. *Efektívnosť prípravného konania – súčasný stav a výzvy pro futuro*. Wolters Kluwer, s. 333 – 351.
- DRGONEC, J. 2008. *Základy masmediálneho práva*. Žilina.
- EURÓPSKY DOHOVOR O ĽUDSKÝCH PRÁVACH. [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/Convention_SLK
- FILIP, J. 1998. Dogmatika svobody projevu z hlediska teorie, legislativy a soudní praxe. In: *Časopis pro právní vědu a právní praxi*, č. 4. [online]. [cit. 2023-03-28]. Dostupné z: <https://journals.muni.cz/cpv/article/view/9074/8543>
- CHAMBER JUDGMENT VON HANNOVER V. GERMANY, 2004. [online]. [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: <http://hudoc.echr.coe.int/eng-press?i=003-1036787-1072690>
- CHLEBCOVÁ HEČKOVÁ, A. 2015. Republika. Politická komunikácia v mediálnej spoločnosti. [online]. [cit. 2023-10-28]. Dostupné z: file:///C:/Users/Ren%C3%A1ta%20Cenkov%C3%A1/Downloads/KNiha_TLAC_u2.pdf
- KERECMAN, P. 2009. *Sloboda prejavu novinára a ochrana pred jej zneužitím*. Bratislava.
- PL. ÚS 15/98. 1999. Zbierka nálezov a uznesení Ústavného súdu Slovenskej republiky 1999. [online]. [cit. 2022-04-02]. Dostupné z: <http://merit.slv.cz/PL.US15/1998>
- PL. ÚS 1/2022-270, 2023. SLOV-LEX. [online]. [cit. 2022-10-30]. Dostupné z: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2023/270/>
- KNAP, K. – ŠVESTKA, J. – JEHLIČKA, O. et al. 1996. *Ochrana osobnosti podle občanského práva*. Praha.
- MICHALÍKOVÁ, V. 2022. Ako sa brániť voči ohováraníu. In: AKMV. Advokátska kancelária. [online]. [cit. 2022-10-30]. Dostupné z: <https://www.akmv.sk/ako-sa-branit-vo-ci-ohovaraniu/>
- PARAGRAF 363, 2023. In Google. [online]. [cit. 2023-10-30]. Dostupné z: https://www.google.com/search?q=paragraf+363&client=firefox-b-d&sca_esv=577843258&sxsrf=AM9HkKIDXeoVqNiFORvDzVuQdlzITNJIXw%3A1698681142663&ei=NtE_ZZ_yJ6mP9u8PuLuX0AY&ved=0ahUKEwif5eCwkJ6CAxWph_0HHbjdBWoQ4dUD-CA8&uact=5&oq=paragraf+363&gs_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiDHBhcmFncmFmIDM2MzIkeAAYRjxjWBBiwAzIkeAAYRjxjWBBiwAzIkeAAYRjxjWBBiwA-

PhDr. Bc. Renáta Cenková, PhD., MBA, je absolventkou Filozofickej fakulty (2002) a Fakulty manažmentu Prešovskej univerzity v Prešove (2010). Má bohatú prax z pôsobenia v komerčnom rozhlasovom prostredí na rôznych pozíciách – moderátorka, redaktorka, (Rádio Flash, Rádio Východ, KISS Rádio), copywriterka, režisérka rozhlasových komunikátov, station voice Rádia OKEY. Takmer trinásť rokov pôsobila na pozícii hovorkyne v zdravotníckych zariadeniach. Vedecky sa orientuje na témy marketingu, manažmentu médií, tzv. agendy setting, stereotypizácie, ako aj právnych aspektov mediálnych a reklamných javov. Aktuálne pôsobí na pozícii vedúcej oddelenia slovákisticko-mediálnych štúdií Katedry slovákistiky, slovanských filológií a komunikácie Filozofickej fakulty Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach.

Kontaktná adresa:

Katedra slovákistiky, slovanských filológií a komunikácie
Filozofická fakulta UPJŠ v Košiciach
Moyzesova 9
040 01 Košice

renata.cenkova@upjs.sk

Ing. Karolína Červená, PhD., pôsobí na Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach na Katedre finančného práva, daňového práva a ekonómie. Od roku 2001 v pracovnom zaradení ako vysokoškolská učiteľka, pričom sa popri pedagogickej praxi venuje aj interdisciplinárnemu skúmaniu s rámci oblasti spoločenských vied, čo dokumentujú aj publikačné výstupy (192) a ohlasy na ne (404), ako aj účasť na riešení vedeckých projektov (APVV, VEGA).

Kontaktná adresa:

Katedra finančného práva, daňového práva a ekonómie
Právnická fakulta UPJŠ v Košiciach
Kováčska 26
040 01 Košice

karolina.cervena@upjs.sk

Tento text bol vytvorený ako súčasť realizácie projektu: 021PU-4/2021 projekt KEGA: Alternatívne a komunitné médiá – predmet kritického analýzy.

Co se mění v komunikaci papežů s nástupem sociálních médií?

What is changing in the communication of popes with the advent of social media?

VERONIKA MÜLLEROVÁ, JAROSLAV FRANC

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Abstrakt: Komunikační prostor a technologie se za posledních dvacet let hluboce proměnil. Změny zasáhly nejen do nových technologických možností, ale i do způsobu komunikace, který nové technologie bezpodmínečně provází. Světoví lídři včetně těch křesťanských rozšířili svou komunikaci do digitálního prostoru. V katolickém světě mluvíme o digitálním papežství a pozorujeme nárůst komunity sledující papeže na sociálních sítích. Naše studie se zabývá tím, jak se proměňuje v souvislosti s těmito změnami jazyk svatého stolce v textech, které se týkají médií a které vycházejí každoročně k Světovému dni sdělovacích prostředků. Výzkumný korpus se skládá z poselství posledních tří papežů od roku 1995, kdy vznikla doména vatican.va, až do roku 2022. Pomocí textové analýzy jsme dokázali, že kromě běžné změny terminologie, která většinou provází nástup nových technologií, se proměňuje i přístup papežů co by církevních autorit ke komunitě a proměňuje se i komunita, které jsou texty poselství určeny. Naše první zjištění bylo, že slovo „must“, které bylo hojně užíváno ve vzkazech do nástupu sociálních sítí, v posledních několika letech z textů úplně vymizelo. Následující článek se věnuje dalšímu zajímavému jevu spojenému s používáním osobních zájmen. Proměna používání zájmen zřejmě kopíruje diskurz nastolený agendou vatikánského dikasteria pro mediální komunikaci. Ta ale může odkazovat nejen k jinému přístupu ke komunitě, ale také ke změně paradigmatu ve společnosti a kultuře.

Klíčová slova: papežství; František; komunikace; média; teologie

Abstract: The last twenty years have brought profound changes in communication and technology. World leaders have extended their communication into the digital space. In the Catholic world, we speak of a digital papacy, seeing the growth of a community following the Pope on social media. Our study looks at how the language of the Holy See is changing in media-related texts published annually for World Communications Day. The research corpus consists of the messages of the last three popes – from 1995, when the vatican.va domain was created, up to 2022. Using textual analysis, we show that, in addition to the normal change in terminology, the approach of the popes as the ecclesiastical authorities to the community is changing, and the community itself is also changing. For example, the word ‘must,’ which was widely used in messages until the rise of social networks, has completely disappeared from the texts in the last few years. Our study leads us to posit that not only is there a change in how the popes address the Catholic community, but there is also a paradigm shift in society and culture.

Keywords: Papacy; Francis; communication; media; theology

„Hlásejte evangelium, a pokud je to nutné, tak i slovy.“
Slova svatého Františka, které použil papež František
v řeči pro zaměstnance dicasteria pro komunikaci.⁷

Úvod

Náboženská poselství byla vždy šířena prostřednictvím médií. Ať už to byla kniha, ikona, freska, televize (Hjarvard 2008). Prostor pro náboženskou komunikaci se v posledních desetiletích rozšířil i do virtuální roviny a zpopularizoval náboženství i mimo tradiční náboženské instituce. Způsob sebe prezentace světových autorit se mění. Setkání s náboženskou autoritou se uskutečňuje nejčastěji na základě „sledování“ každodenní komunikace na sociálních sítích. Papež František na Instagramu dává svým příznivcům možnost, aby sledovali jeho postoje a myšlenky. Náboženská komunita je propojená prostřednictvím aplikací s činností a názory svého vůdce. Sociální sítě poskytují nový prostor a umožňují virtuální setkání daleko za hranicemi uzavřených náboženských společností. I když je v současnosti kladen obrovský důraz na vizuální prezentaci, my se zaměříme na méně viditelné, ale zásadní proměny v papežských textech. V tomto článku předkládáme výsledky výzkumu, který se zabýval proměnou jazyka v poselstvích papežů určených ke každoročnímu Světovému dny sdělovacích prostředků. Protože mediální revoluci posledních let spojujeme zejména s použitím internetu, zkoumáme dobu od roku 1995, kdy internet začaly používat ve větší míře společnosti a instituce a stal se postupně zásadním komunikačním prostorem. S nástupem sociálních sítí a internetu 2.0 se stal virtuální prostor nejnavštěvovanější svatyní na světě.

Obraz církve ve světě médií

Jsme svědky paradoxní kombinace vysoké pozornosti médií k náboženským otázkám ve veřejné sféře a pomalého, ale trvalého poklesu zájmu o organizované náboženství. Tento pokles nemusí být nutně synonymem úpadku náboženské víry jako takové, ale může být doprovázen vznikem nových individualizovaných forem náboženských představ a praktik. Výzkum náboženského chování v online prostoru se začal rozvíjet v devadesátých letech 20. století. Religionisté, teologové a odborníci na mediální komunikaci si začali klást otázku, nakolik má nově vzniklé online chování dopad na offline život náboženských komunit a tím vytvořili základní diskurz výzkumu (Campbell 2021, 1–2). Mediatizace náboženství (Hjarvard 2008) se mění ve stejnou dobu, kdy sekularizace (Lincoln 1994) vyvolává jak úpadek, tak i proměnu náboženských organizací, praktik a víry (Hjarvard 2012). Široce používaný pojem sekularizace (Berger 1966) se ukázal být nepřesný k popisu aktuálních trendů v náboženském životě a nově se i v sociologii náboženství hovoří

⁷ ADDRESS OF HIS HOLINESS POPE FRANCIS To Employees of the Dicasterium for Communication ON THE OCCASION OF THE PLENARY ASSEMBLY https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2019/september/documents/papa-francesco_20190923_dicastero-comunicazione.html

spíše o deinstitucionalizaci náboženského života. Online formy náboženského chování ukazují na silný trend odklonu od offline komunity směrem k online deinstitucionalizovanému a individualizovanému způsobu náboženské praxe. Je proto zcela pochopitelné, že do tohoto prostoru vstupují i římsští biskupové, aby se stali aktivnímu tvůrci online náboženských komunit, respektive spolutvůrci této nové kultury (Benedikt XVI 2009).

Vědci sledují proměnu způsobu náboženského prožívání závislou na otevření nového digitálního prostoru pro komunikaci. Profesorka H. Cambell a další výzkumníci pojmenovávají několik vln, v kterých popisují proces integrace spirituálního prostoru do digitální skutečnosti (Campbell 2019).

Náboženské rituály jsou provozovány, sledovány i prožívány online. V době, kdy je možné donekonečna množit informace a ukládat obrovské množství dat v podobě jedniček a nul se kultura vrací svým způsobem na začátek křesťanství, kdy církev předávala základní náboženské myšlenky nejširší komunitě především promyšlenou obrazovou prezentací. Tak jako v prvních staletích vkládala křesťanská tradice zásadní poselství dovedně do tisíců kamínků ranně křesťanských mozaik, dnes komunikuje s veřejností prostřednictvím mozaik složených z fotek na Instagramu. Katolický vůdce má tým „mozaikářů“, který tvoří mozaiku z „kamínků“ krátkých textů a fotografií. Mozaika je mediální prostředek raného křesťanství, který se v současnosti vrací jako virtuální možnost z úlomků sestavit obraz posvátného. Krátká poselství jsou pečlivě promyšlená a doprovází obrázky na Instagramu a dalších platformách. Papež František je na sociálních sítích jeden z nejsledovanějších světových vůdců. Jeho Twitter účet navštěvuje daleko více nekatolíků než katolíků (Narbona 2016). Forma komunikace je zpopularizovaná a cílí daleko za hranice uzavřené komunity. Stejně jako na počátku křesťanství se jeho ideály šíří prostřednictvím příběhů vepsaných do „obrazů a mozaik“, které v současnosti prezentují hlavu církve na sociálních sítích. Technologie se vyvíjí rychle, mentalita lidí zůstává u osvědčených jistot. Šíření náboženských témat obrazem má tedy tradici od samého počátku křesťanství. Dříve se počítalo s negramotnou komunitou příjemců, kdy nejjednodušší cesta medializace myšlenky vedla přes obraz. Dnes sice lidé umí číst, ale obraz s krátkým textem přesto zůstává hlavním zprostředkovatel poselství. Ambivalentnost tohoto přístupu podtrhuje i nesourodé vnímání vlivu „nových médií“ představiteli církve. Přestože z oficiálních církevních textů vystupuje dlouhodobě podpora užívání nových komunikačních možností k evangelizaci, setkáváme se často s negativním postojem z řad církevní hierarchie (Downey 2014). V neposlední řadě je zajímavý i fakt, že ač všichni tři papežové žijící v internetové éře a neváhají tento komunikační nástroj podporovat a využívat, ani jeden z nich to sám neumí a nedělá – má na to stále rostoucí tým specialistů. Decasterium pro komunikaci sdružující od roku 2015 všechny mediální platformy Vatikánu má nejvyšší rozpočet ze všech vatikánských organizací (Tornielli 2022).

Proměna sociálních vazeb – co se skrývá v textu?

My budeme proces změny komunikace vatikánských vůdců sledovat prostřednictvím zajímavých lingvistických jevů, které lze vysledovat v textech určených k Světovému dni

sdělovacích prostředků. Ten byl vyhlášen po Druhém vatikánském koncilu jako první mezinárodní den vyhlášený Vatikánem. Ve vzkazech, které každoročně vycházejí na svátek sv. Františka Saleského (24. 1.), papežové reflektují vývoj médií a poskytují podněty k novým úvahám o médiích ve vztahu k církvi. Zde se věnujeme textům posledních tří papežů, a to od roku 1995, kdy začala římskokatolická církev svou historii psát také na internetu. (V tento rok vznikla doména prvního řádu vatican.va.) Na proces změn ve společnosti souvisejících s nástupem virtuálního komunikačního prostoru se podíváme prostřednictvím textové analýzy zaměřené na obsah související s použitím zájmen. Bude me tak sledovat proměňující se vztah církevní autority a komunity.

Textovou analýzu oficiálních církevních textů v nedávné době provedl také Michele Martini, který se zaměřil na práci se slovy *masmédiá*, *digitální média* a *nová média* a ukázal na to, jak se s pojmem pracuje nejen ve poselstvích k světovému dni sdělovacích prostředků, ale i v encyklikách a dalších oficiálních textech Vatikánu. Prokázal, že téma spojená s mediální problematikou stále více prostupují nejen texty k tomu primárně cílené, ale i další oficiální texty Vatikánu. Jeho studie potvrzuje rostoucí vliv médií pro komplexní komunikaci svatého stolce (Martini 2022). S našim výzkumem souvisí i studie Williama McCormicka, který analyzuje zaměření komunikační strategie papeže Františka na lid. Nachází jisté populistické prvky v jeho projevech a poukazuje na jejich transformaci v něco konstruktivnějšího, než je politický populismus. Výzkum zájmen nám pomohla konceptualizovat kniha *The secret life of pronouns* od Jamese W. Pennebaker (2011).

Metodologie

Cílem našeho výzkumu je vyjasnit, jak se mění s nástupem digitálních médií komunikace nejvyššího představitele římskokatolické církve s komunitou a co se touto komunitou rozumí. Výzkumný korpus v tomto případě budou poselství papežů ke Světovému dni sdělovacích prostředků. Ty společně s jinými vzkazy k různým příležitostem vznikají pravidelně jednou za rok a dostupné jsou na stránkách vatican.va. Texty jsme vybrali od chvíle, kdy internet pro společnost začal znamenat výraznější změnu a Vatikán připravoval spuštění svých internetových stránek. Už jsme dříve popsali změnu přístupu papežů k oslovené komunitě, když jsme poukázali na ústup slova „muset“ v článku *Papežství v digitální éře – konec imperativu* (Müllerová a Franc 2022). Mezi tím, co Jan Pavel II. i Benedikt XVI. slovo „must“ nebo „should“ běžně používají, František od jejich užití postupně upouští. Od Roku 2018 se v poselstvích téměř nevyskytuje. (Viz tab. 1).

V kontextu synodálního procesu iniciovaného papežem Františkem je tento posun ve vyjadřovacích prostředcích současného římského biskupa třeba číst také jako možnou programovou změnu, která je součástí systémové změny v chápání autority v církvi. Vzhledem k rozsahu tohoto textu, metodologickému i tematickému vymezení se této problematice nebudeme podrobně věnovat.

Kromě vymizení jedněch pojmů a vynoření pojmu jiných jsme po důsledném pročtení textů zaznamenali téměř neviditelnou, ale o to svým způsobem citelnější změnu ve

vztahu autora k cílové skupině a nejen to. Zdálo se, že nejen autor poselství se v časové ose proměňuje, ale i cílová skupina – obecnost, kterému jsou texty určeny – se v čase mění. Rozhodli jsme se texty už podruhé zkoumat, ale tentokrát z jiného úhlu pohledu.

Pro výzkum jsme zvolili obsahovou textovou analýzu. Všechny texty byly staženy z webu vatican.va a seřazeny chronologicky. Výzkum procházel několika stádii:

1. Fáze: Rešerše a stanovení hypotézy. Důsledné pročitání všech textů, hledání nových významů. V této fázi se vynořilo hodně témat, ale nás zaujala citelná změna v postoji k osloveným čtenářům. Koho papež oslovuje? Jakým způsobem to dělá? Po důkladném čtení se vynořila změna v užívání osobních zájmen. Co znamenají slova ONI – VY – MY a komu jsou určena. Kdo je to MY?
2. Fáze: Textová analýza pomocí SW NVIVO. Vynoření pojmů pomohl klasifikovat SW. Zvýšená citlivost k zájmenům nás vedla k tomu, abychom je vyjmuli z defaultně nastavených zakázaných slov v NVIVO. Analýza byla provedena z anglicky psaných textů. Přehled odkryl, v jakém množství a kde na časové ose se nacházejí zájmena ONI – VY – MY a jaký význam mají k ostatním slovům.
3. Fáze: Následuje manuálně provedená textová analýza zájmen a zasazení změn jejich užití do společenského kontextu. Výzkumná otázka zní: Proč a jak pracuje papež František v takové míře s pojmem MY?

Vzorovou analýzu použití zájmem najdeme v knize Pennebaker, kde detailně popisuje použití slova MY a co všechno může znamenat. Z jeho výzkumu je patrné, že používání slova MY u lídrů může mít velmi ošemetné konsekvence. Např. u Johna Kerryho – kandidáta na amerického prezidenta, kterému jeho poradci doporučili, aby na úkor slova JÁ častěji používal zájmeno MY, se po pozdější analýze prokázalo, že zvýšené užití MY mu ve volbách pravděpodobně nepomohlo, protože se s výrazem neztotožnil a používal ho uměle ve špatném vztahu ke komunitě. Naopak další Pannabakerův průzkum z tisíců blogů na internetu prokázal, jak se mění ve společnosti četnost použití slova MY v momentě, kdy vzniká touha prokázat sounáležitost. Průzkum srovnal internetové blogy před a po 11. září 2001 a zjistil, že několik hodin po útoku na světové obchodní centrum v New Yorku se slovo JÁ v obrovské míře proměnilo na MY. Protože největší změna v použití zájmen se stala v námi zkoumaných textech právě u tohoto slova, podívejme se ještě na to, jak Pennebaker charakterizuje významy MY v různých kontextech:

MY jako já a ty – nejbližší spojení, které je velmi žádoucí, i když v některých kulturách (Japonsko, Korea) je takový postoj méně žádoucí – lidé nejsou v těchto národech naklonění ztotožňovat se s větší skupinou a cítí to jako nátlak.

MY a ty/vy – MY charakterizuje vymezenou skupinu, která nezahrnuje oslovený subjekt.

MY myšleno jako ty – MY je někomu adresováno, ale nezahrnuje mluvčího. Většinou, když je třeba něco udělat, ale mluvčí se chce zříct přímého požadavku. (Měly bychom něco udělat – myšleno: ty to udělej.)

MY jako já – královské my. (My jsme se rozhodli udělit milost.)

Mlhavé MY – většinou politické: např. Potřebujeme lepší budoucnost. Je těžké určit, koho všeho se toto MY týká (Pennebaker 2011).

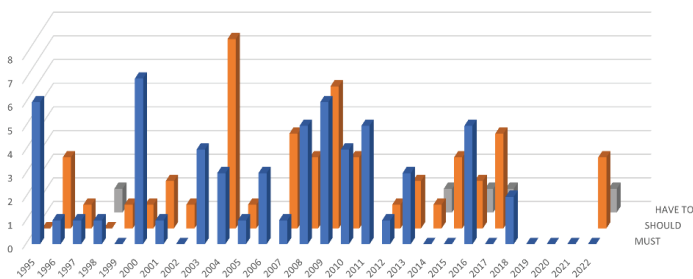
Specifikace použití zájmena MY nám bude nadále užitečná při teologickém zhodnocení důsledků této proměny a vyhodnocení, který model převládá a který potvrzuje hypotézu o proměně autority papežů a proměny komunity.

Výzkum

Výzkum probíhal ve dvou fázích. První výzkumná fáze ukáže, jak se proměňuje v poselstvích papežů množství osobních zájmén a jak stoupá důležitost osobních zájmén v poměru k ostatním použitým slovům. Ve druhé fázi jsme se zaměřili na zkoumání jejich významu z obsahové stránky.

Jak pracujeme s médii a jak média pracují s námi

První krok výzkumu navazuje na předchozí zjištění (Müllerová a Franc 2022), že některá významově důležitá slova se z textů papežských poselství vytrácejí a některá slova přibývají. Největší změny jsme paradoxně nenašli v použití nových slov vztahujících se k moderním technologiím (Campbell 2013), ale zaujala nás změna v užívání těch nejběžnějších slov. Když jsme sledovali v minulé studii imperativy, zjistili jsme, že slovo MUST se v některých listech u Františkových textů vytratilo nejen v případě poselství z mediální oblasti (Tabulka 1), ale při kontrole jiných poselství jsme ověřili, že je toto rozhodnutí programové a vztahuje se i na další Františkovy texty. Přitom jeho předchůdce Benedikt XVI. použil např. v roce 2009 v textu poselství k Světovému dni sdělovacích prostředků 6x slovo MUST a 6x slovo SHOULD.



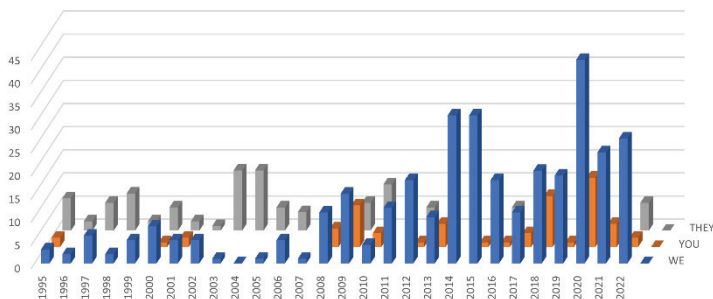
Tab. 1 – Zastoupení slov MUST, SHOULD, HAVE TO v poselstvích k Světovému dni sdělovacích prostředků v letech 1995 – 2022

Jak můžeme vidět v tabulce, slovo MUST se v textech poslední 4 roky neobjevilo. Z tabulky je také patrné, že nejhustější výskyt slov MUST a SHOULD můžeme nalézt v období nástupu nových komunikačních platforem – sociálních sítí, po roce 2007. Tolik k našemu předchozímu výzkumu.

Zajímavá zjištění ohledně imperativu nás vedla k zamyšlení, jaké další změny v textu doprovází expanzi digitálního světa a přímo se dotýkají adresátů poselství. Jan Pavel II. na sklonku tisíciletí oslovuje duchovní správce a posílá po nich poselství zaměstnancům médií. Pro tuto etapu je charakteristické zájmeno ONI. Vzkazy jsou určeny „jim“. Typické je to u vzkazu z roku 1994, který v naší řadě textů ještě předjímá internetové téma a věnuje se televizi, jako největšímu zdroji informací. „Televize je dnes hlavním zdrojem zpráv, informací a zábavy pro nespočet rodin, formuje jejich postoje a názory, hodnoty a vzorce chování.“ (Jan Pavel II. 1994). Záměrně vybíráme typickou ukázkou z doby „předinternetové“ a hned pro srovnání uvádíme typické sdělení současných vzkazů: „Pouze pokud budeme věnovat pozornost tomu, komu nasloucháme, čemu nasloucháme a jak nasloucháme, můžeme se zdokonalit v umění komunikovat, jehož podstatou není teorie nebo technika, ale „otevřenost srdce, která umožňuje blízkost“ (František 2022a). Dvě citace se odlišují zejména dynamickým přístupem ke spolupráci. V devadesátých letech text odráží situaci v mediálním světě, kdy z jednoho centra (masmédia) informace putuje k velké komunitě (pasivní příjemci informací). Naopak současný text charakterizuje posun komunikace v médiích do roviny: všichni můžeme v mediálním prostoru komunikovat se všemi. Můžeme (a máme) aktivně ovlivňovat, jak komunikace bude vypadat.

Změna adresáta a cesta od ONI k MY

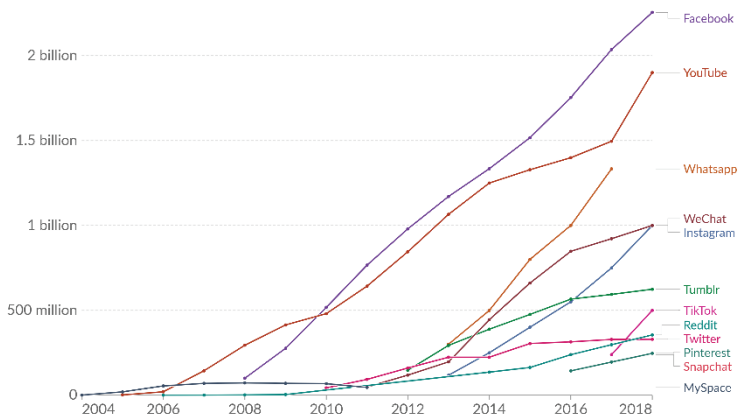
Příklady, jak se věty ve třetí osobě postupně mění na věty v první osobě množného čísla je bezpočet. Navíc sledujeme postupně růst počtu zájmen. Na dvou následujících tabulkách si můžeme všimnout, že doba, kdy se zvyšuje počet osobních zájmen přímo koreluje s dobou, kdy se stávají sociální média dominantní ve světové komunikaci.



Tab. 2. - Zastoupení osobních zájmen v poselstvích k Světovému dni sdělovacích prostředků v letech 1995 – 2022

Number of people using social media platforms, 2004 to 2018

Estimates correspond to monthly active users (MAUs). Facebook, for example, measures MAUs as users that have logged in during the past 30 days. See source for more details.



Source: Statista and TNW (2019)

CC BY

Tab. 3. – Počet uživatelů sociálních sítí v letech 2004 – 2018 (Statista)

Nejenže se zvyšuje s nástupem sociálních sítí počet zájmen v textu, ale strategie komunikace „řekněte jim“ a „oni by měli“ se od roku 2008 mění a vidíme zde zlomový nárůst zájmena MY. Zajímavé je, že změna jazyka se zcela nekryje se změnou papeže. Nástup nového používání zájmen se děje v průběhu pontifikátu Benedikta XVI. a v plné síle se projeví nástup MY s příchodem Františka, kde už je MY viditelně upřednostňováno.

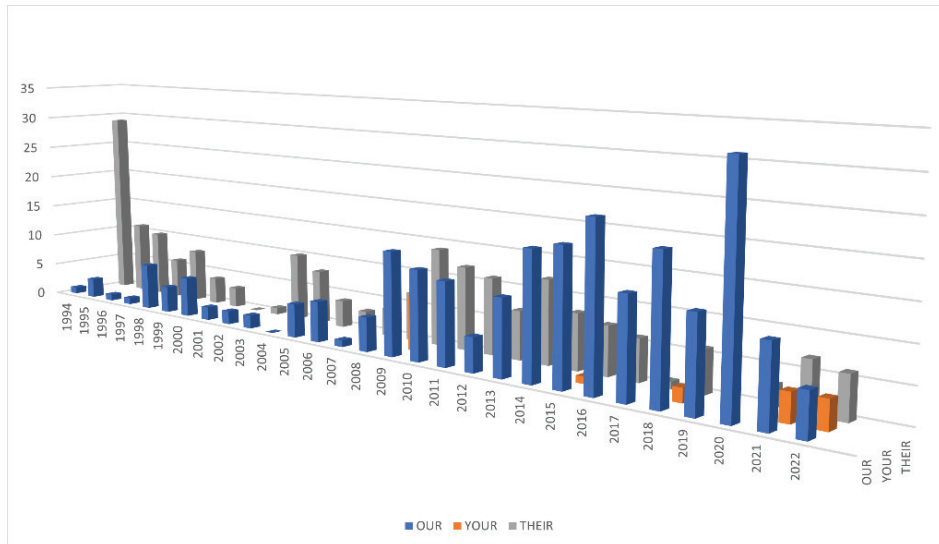
Zájmeno MY se dostává do centra

Pojďme se podívat, kde se zájmena vyskytují ve vztahu k ostatním slovům. V NVIVO jsme vygenerovali word cloud z výběru sta nejpoužívanějších slov v textech u jednotlivých papežů a zajímavé bude podívat se, jak se mění slova v samém centru: (wordcloud seřadí slova podle kvantitativního významu od centra – nejpoužívanější, po okraj – méně používaná. Nezahrnuli jsme slova jako předložky a spojky.)



Obr. 1. – word cloud – poselství papeže Jana Pavla II.

ství přivlastňovacích zájmen a vidíme, že tabulka kopíruje proces, který nastal u zájmen osobních:



Tab. 4. – Zastoupení přivlastňovacích zájmen v poselstvích k Světovému dni sdělovacích prostředků v letech 1995 – 2022

Zájmeno OUR s nástupem sociálních sítí výrazně posiluje. Slova WE a OUR se dostávají na první místa ve vzkazech v době, kdy mnoho studií popisuje osamělost, individualizaci a odosobnění zapříčiněná pobytém na sociálních sítích (Berezan 2019).

Jan Pavel II.

Nyní provedeme detailnější analýzu toho, v jakém významu se zájmena postupně používají a jak se jejich význam mění ve vztahu k adresátům vzkazů. Vybrali jsme z textů věty, v kterých se vyskytuje jakékoliv osobní zájmeno ve vztahu k adresátům a hledali jsme postupnou proměnu oslovení. U Jana Pavla II. se často objevují texty, které vyzývají někoho k něčemu, ale přímo ho neoslovuje. Poselství je pravděpodobně adresováno kněžím, kteří je mají předat dále. Zde je příklad z „televizní éry“ (Rok 1994 byl rok rodiny a vzkaz se týká tématu Rodina a televize.):

Rád bych zdůraznil zejména odpovědnost rodičů, pracovníků a pracovníc v televizním průmyslu, veřejných autorit a těch, kteří se starají o pastorační a výchovné povinnosti v církvi. V jejich rukou leží moc učinit z televize stále účinnější nástroj, jak pomáhat rodinám plnit jejich úlohu jako síly pro morální a sociální obnovu (Jan Pavel II. 1994).

Ve stejném vzkazu z roku 1994 se 4x objevuje, že „rodiče by měly“, několikrát by měly něco udělat autority nebo televizní zaměstnanci. Vždy je úkol směřován na ONI. Ve vzkazu by ONI měly udělat něco 12x. Ani jednou by neměl někdo něco udělat jako JÁ, VY nebo MY. Nejinak je tomu i následující rok:

Ti, kdo pracují v citlivé oblasti kinematografie, musí jako komunikátoři zůstat otevření dialogu a realitě, která je obklopuje. Musí se zavázat, že budou svými filmy upozorňovat na nejdůležitější skutečnosti... (Jan Pavel II. 1995)

Opět se setkáváme s imperativem – úkolem pro někoho, komu toto poselství je třeba předat. Papež zde nestanovuje konkrétního adresáta. Zájmeno MY a VY se sice v textu objevuje, ale nevztahuje se k oslovení nikoho nebo je součástí citátu z Bible. V roce 1996, kdy je téma poselství věnované roli žen ve společnosti, chybí opět jakékoliv oslovení (pokud nebudeme počítat oslovení na začátku vzkazu „Dear Brothers and Sisters“):

Naštěstí roste přesvědčení, že ženy musí být schopné hrát jejich roli v závažných problémech společnosti a její budoucnosti (Jan Pavel II. 1996, 4).

Ženy samy mohou udělat mnoho pro lepší zacházení s ženami v médiích: podporou mediální výchovy, tím, že budou učit ostatní, zejména své rodiny... (Jan Pavel II. 1996, 4).

Kromě toho se ženy mohou a měly by se připravovat na odpovědné a tvůrčí pozice v médiích... (Jan Pavel II. 1996, 8).

V následujících roce 1997 se setkáváme poprvé s konkrétnějším plurálem MY:

Spolupráce také znamená, že přicházíme lépe poznat jeden druhého. Vztahy mezi církví a médií mohou být někdy narušeny vzájemným nepochopením, které plodí strach a nedůvěru. Je pravda, že církevní a mediální kultura jsou rozdílné; někdy je to opravdu velký kontrast (Jan Pavel II. 1996, 8).

Pokud se podíváme na výše uvedené kategorie MY prof. Pennebaker, jasně vidíme, že zde máme příklad kategorie MY a ONI. Tedy církev je zcela jiná komunita než média, dokonce je staví autor proti sobě.

Ve vzkazu z roku 1999 vidíme posun k dynamickému pojetí oslovení MY. Změna nastává v tom, že statické MY, které charakterizuje MY jako označení komunity se stává dynamičtější MY, kteří jsme schopni společné aktivity. Poprvé ve sledovaném období WE come and WE must:

Na cestě lidského hledání se církev chce spřátelit s médií, protože ví, že každá forma spolupráce bude pro dobro všech. Spolupráce také znamená, že se přicházíme lépe poznávat (Jan Pavel II. 1999).

Musíme zvěstovat dobrou zprávu všem, kdo jsou ochotni naslouchat (Jan Pavel II. 2000).

Stále hraje roli imperativ a stále jsme na úrovni MY a ONI (v tomto případě ti, kteří jsou ochotni naslouchat). Od roku 2001, kdy se ve vzkazech poprvé objevuje informace o internetu a kdy vyšly dva speciální texty Vatikánu o internetu (Pontifical Council for Social Communications 2002) se mění i papežův přístup v osloveních. Pořád jde o MY a imperativ: „Ve skrytu svého srdce jsme naslouchali Ježíšově pravdě; nyní ji musíme hlásat ze střech domů.“ Dále v textu návrat k ONI: „...křesťanští komunikátoři mají prorockou úlohu, úkol, povolání: vystupovat proti falešným bohům a modlám dneška – materialis-

mu, hédonismu... Především mají povinnost a výsadu hlásat pravdu – slavnou pravdu o lidském životě“ (Jan Pavel II. 2001).

Následující rok 2002 se objevuje poprvé otázka, jak můžeme něco společně udělat: „Jak můžeme stavět na první kontakt a výměnu informací, kterou internet umožňuje? ... Jak můžeme zajistit, aby informační a komunikační revoluce, která má internet jako hlavní motor, fungovala ve prospěch globalizace lidského rozvoje, solidarity a cílů, které jsou úzce spjaty s evangelizačním posláním církve?“ (Jan Pavel II. 2002).

Sledujeme MY spojené s otázkou a nejistotou. MY, které Pennebaker charakterizuje jako MY přicházející ve chvíli spojené s krizí. Za devět let, které prozatím sledujeme ve vzkazech se ani jednou papež neptal, jak něco uděláme společně. Ptá se na to v tuto přelomovou chvíli, kdy je jasné, že internet a nová struktura komunikace přinese něco tak nového a převratného, jako byl v historii např. knižtisk. Zároveň je otázka na NÁS jako na církev. Tímto zajímavým novým vztahem MY ve vzkazech Jana Pavla II. končí. V dalších textech už se MY objevuje jen sporadicky a v neadresném významu např. „čteme“. Zajímavé je, že stejně tak slovo internet až do konce pontifikátu Jana Pavla II. ve vzkazech nenajdeme.

Možná je náhoda, že poslední MY ve smyslu dynamickém je otázka na to, jestli máme možnost obstát v novém prostoru internetu, nicméně to podporuje teorii prof. Pennebaker, že ve chvíli, kdy přichází vnější nejistota a nebezpečí, mají komunity tendenci se semknout a projevuje se to větším výskytem slova MY (Pennebaker 2011).

Benedikt XVI.

Se začátkem pontifikátu Benedikta XVI. se použití zájmen nijak výrazně nemění. Změna nastává kolem let 2008 a 2009, kdy se současně celosvětově zvedá klientela tehdy nových sociálních sítí. V textu věnovaném novým technologiím najdeme tato slova:

Když zjistíme, že jsme přitahováni k jiným lidem, když se o nich chceme dozvědět více a dát o sobě vědět, reagujeme na Boží volání – volání, které je vtisknuto do naší přirozenosti jako bytostí stvořených v souladu s Bohem, Bohem komunikace a společenství.

Touha po propojení a instinkt pro komunikaci, které jsou tak zřejmé v současné kultuře, jsou nejlépe chápány jako moderní projevy základního a trvalého lidského sklonu přesahovat sebe sama a hledat společenství s druhými. Ve skutečnosti, když se otevíráme druhým, naplňujeme tím svou nejhlubší potřebu a stáváme se plněji člověkem (Benedikt XVI. 2009).

Máme zde poprvé možnost sledovat zájmeno MY ve vztahu MY mezi sebou – JÁ a TY. Skupina MY není ohraničená funkcí, hodnotí ani sounáležitostí k nějaké skupině. Potřeba komunikace mezi NÁMA je propojená s Božím záměrem. Pisatel zde nestaví nic proti sobě. Je to první MY ve smyslu nejužšího společenství JÁ a TY a text popisuje komunikační prostřednictvím nových technologií, tedy paradoxně na dálku.

O dva roky později se opakuje podobný model, jako jsme objevili u Jana Pavla II. Náhlý nárůst MY a zároveň nejistota, otázky. MY je spojováno s nebezpečím. (V roce 2011 se MY v textu objevuje 12x.)

... prožíváme období rozsáhlých změn v komunikaci, kulturní transformaci.

... jsme konfrontováni s mimořádným potenciálem internetu a složitostí jeho využití.

Hrozí nebezpečí, že budeme méně přítomni těm, se kterými se setkáváme v každodenním životě? Existuje riziko, že budeme více rozptýlováni, protože naše pozornost je roztržena a pohlcena jiným světem, než ve kterém žijeme? Máme čas kriticky přemýšlet o svých rozhodnutích a rozvíjet skutečně hluboké a trvalé lidské vztahy? (Benedikt XVI. 2011)

O rok později se zájmeno MY vyskytuje ve vzkazu 18x – to je během Benediktova pontifikátu nejvyšší číslo. Paradoxně je nejvyšší počet MY spojen s tématem ticha. Jak víme z jiných studií, téma ticha bylo pro Benedikta charakteristické (Blanco 2018):

V tichu jsme schopni lépe naslouchat sami sobě a porozumět si; rodí se myšlenky a získávají hloubku; jasněji chápeme, co chceme říci a co očekáváme od druhých; a vybíráme si, jak se budeme vyjadřovat. Mlčením umožňujeme druhému mluvit, vyjádřit se; a vyhneme se tomu, abychom byli vázáni pouze na svá vlastní slova, aniž bychom si je dostatečně ověřili (Benedikt XVI. 2012).

V průběhu Benediktova pontifikátu se v textech zásadně proměnila rétorika z ONI na MY. Stalo se tak v letech, kdy zaznamenala sociální media světový boom. Slovo MY u něj má poprvé význam MY jako komunita překračující hranice MY-církevní hodnostáři, MY-katolíci i MY-věřící. Nijak na to neupozorňuje, ale zároveň sám komunitu nijak neohraničuje a nestaví ji proti jiné komunitě. Hranice MY se zde stala hranicí široké komunity lidí, přičemž zůstala adresnost a pojem se neztratil v balastu MY, v kterém se nikdo nenajde, jak tomu někdy bývá například u politických předvolebních řečí.

František

Hned první slova prvního vzkazu papeže Františka jsou charakteristická pro jeho rétoriku, která zahrnuje MY s významem „všichni jsme na jedné lodi.“

Žijeme ve světě, který se stále více „zmenšuje“, a proto se zdá, že je pro nás všechny snazší být sousedy (František 2014).

První věta obsahuje určení, kdo je to MY. Jsou to „všichni“ ve stále se zmenšujícím světě. Hned v této první větě je obsažené, že snazší je nerozdělovat se, další velké téma Františka. A hned v prvním odstavci je naznačeno, jak je důležité semknout se ve světě, který není tak úplně přívětivý. Zájmeno MY se objevuje 32x v prvním i v druhém Františkově vzkazu. František se identifikuje s touto skupinou MY. Celý text je ve znamení MY. Připomeňme si word cloud, který u Františka WE má v samém centru. Z textů se vynořují tři silná témata:

- MY jako komunita
- technologie, jako výzva k evangelizaci

- technologie jako nepřítel

Technologie se objevují v protipólných polohách u Františka velice často a podle výzkumu Martiniho je dokonce u Františkových textů silící negativní sentiment ve vztahu k médiím. Výraznější než u jeho dvou předchůdců (Martini 2022). Když si tyto fakta postavíme vedle obrovské mediální expanze, která se Františkovi povedla na sociálních sítích, vzniká zajímavá otázka. Co mají tyto tři motivy společného?

Pojďme se nyní věnovat tomu, jaký význam může mít zájmeno MY. Z mnoha výzkumů profesora Pennebakerova vyplývá, že zájmena MY a NAŠE začínou v komunikaci razantně přibývat v krizové situaci, když je třeba se semknout. Dokládá také, že pokud taková krizová situace přijde, lidé jsou nejen schopní lépe se propojit navzájem, ale dokážou být také odolnější proti vnějším vlivům. Z mnoha příkladů vyplývá, že lídrům, kteří v krizové situaci uměli adekvátně pracovat s pojmy JÁ – MY – NAŠE, se v průběhu krize zvýšila oblíbenost v dané komunitě. Můžeme aplikovat tuto teorii i na přístup papežů k současné sociální situaci procházející po hranici fyzického a digitálního náboženského prostoru? Je možné, že provází změna oslovení krizovou zátěží? Je tento posun projevem krizové komunikace?

Od roku 2008 se často setkáváme v poselstvích s výzvou, abychom se zapojily do virtuálního prostoru a to v různých formách komunikace a evangelizace. V roce 2019 se naopak objevuje v názvu vzkazu výzva po návratu ze sítí do lidské komunity: „Jsme údy jedni druhých (Ef 4,25). Od společenství sociálních sítí k lidskému společenství“. Internet je dále v textu několikrát spojován s nebezpečím (František 2019).

Pojďme uvést několik příkladů z dějin, kdy společenští vůdci měli silnou promluvu ve chvíli ohrožení a potřeby větší sounáležitosti a použili sugestivní vyjádření pospolitosti za pomoci zájmena MY:

Přestože rozsáhlé oblasti Evropy a mnohé staré a slavné státy padly nebo mohou padnout do spárů gestapa a všech odporných aparátů nacistické vlády, my neochabneme ani nezklameme. Budeme pokračovat až do konce. Budeme bojovat ve Francii, budeme bojovat na mořích a oceánech, budeme bojovat s rostoucím sebevědomím a rostoucí silou ve vzduchu, budeme bránit náš ostrov, ať to stojí, co to stojí. Budeme bojovat na plážích, budeme bojovat na přistávacích plochách, budeme bojovat na polích a v ulicích, budeme bojovat v kopcích; nikdy se nevzdáme ... (Churchill 1940).

S touto vírou budeme schopni vytesat z hory zoufalství kámen naděje. S touto vírou budeme schopni proměnit třesoucí se rozpory našeho národa v krásnou symfonii bratrství. S touto vírou budeme schopni společně pracovat, společně se modlit, společně bojovat, společně jít do vězení, společně se postavit za svobodu s vědomím, že jednoho dne budeme svobodní (King 1963).

A podívejme se, kolik společných rysů můžeme najít v textech papeže Františka:

Když slavíme památku lásky, která nás stvořila a spasila, když vkládáme lásku do svých každodenních příběhů, když do tkaniny našeho dne vetkáme milosrdenství, tehdy začínáme novou kapitolu. Nezůstaneme zapleteni do lítosti a smutků nemocných vzpomínek, věznicí srdce, ale když se otevřeme druhým, otevřeme se vizi Vypravěče (František 2020).

Nacházíme několik podobných prvků v textu:

- MY jako silná komunita, která má společné téma.
- Narativní přístup ke změně – co MY společně uděláme?
- Lyrické a poetické prvky použité ve chvíli, kdy čtenář/posluchač očekává nejvyšší důležitost.
- Z krizové situace se můžeme dostat společně – jsme to MY, kdo se z ní dostane.
- MY jako komunita se vztahuje také k transcendentální skutečnosti, která je vždy přítomná.
- My jako komunita je charakterizována vzájemným nasloucháním (listening), komunikací a dialogem.

Vzkazy z posledních dvou let na sebe navazují tematicky. V roce 2021 byl vzkaz věnován zraku a následně v roce 2022 sluchu. U obou textů pokračuje výzva k osobnímu setkání:

„Jděte a dívejte se“ je nejjednodušší způsob, jak se seznámit s danou situací. Je to nejpřímější zkouška každého poselství, protože abychom poznali, musíme se setkat, nechat člověka přede mnou promluvit, nechat jeho svědectví, aby mě oslovilo (František 2021).

Skupina MY se proměňuje od nejširšího pojetí celé společnosti k menším skupinám. MY se vrací k intimnímu JÁ a TY. Idea spojené společnosti prostřednictvím virtuálních sítí se mění na nutnost osobního setkání. Jít se podívat na reálnou situaci, naslouchat osobně a srdcem, setkat se fyzicky – bez prostředníků a o tom podávat zprávu do médií: „Nic nenahradí, když vidíte věci na vlastní oči“ (František 2021), to je hlavní motiv posledních dvou vzkazů. Častěji se také objevuje MY jako církevní komunita. („Listening to one another in the Church“) (František 2022a).

Vývoj pojetí MY od spojení ve virtuální síti až po návrat k osobnímu MY ohraničené komunity souvisí blízce i s pozitivním či negativním vztahem k sociálním sítím, který se ve vzkazech vyskytuje. Jak naznačuje studie Michele Martiniho (2022), Benedikt XVI. mluvil o digitálních médiích pozitivně nebo neutrálně u Františka se setkáváme postupně více s negativním postojem. Stejně tak skupina MY, která se v textech zrodila s nástupem sociálních sítí a rostla ve smyslu MY všichni, se postupně zpět ohraničuje na skupinu MY, kteří přísluší k určité komunitě. (My, křesťanští novináři; lidi každé generace, kteří znají Příběh příběhů, etc.) Virtuální a nejširší MY se postupně vrací k jasněji pojmenovanému a ohraničenému MY a tento proces přímo koreluje s vyšší obezřetností ve vztahu církve k sociálním médiím. Římskokatolická církev využila svůj potenciál a znásobila svoji aktivitu v médiích, Vatikán se v posledních letech více zabývá mediální komunikací i mimo texty věnované specificky tomuto tématu a problematika sociálních sítí se ukazuje jako nejednoznačná, riskantní a potencionálně nebezpečná. Od výzev, abychom se MY nebáli vstoupit do virtuálního prostoru a MY šířili evangelium prostřednictvím sítí, se texty posunuli k osobnímu a fyzickému setkání MY mimo média. Slovo média se vytratilo z centra důležitých slov. Naslouchání a MY zůstává v centru. (Obr. 3) Proces ukotvení zájmena MY jako nejužší vazby v komunitě tematicky odkazuje k papežově snaze po synodálním procesu, po vedení církevního společenství synodální cestou.

Když se podíváte zpětně na pět typů MY, pouze TY a JÁ je skutečně osobní a pomáhá upevnit nebo potvrdit pouto mezi mluvčím a posluchačem. Ostatní čtyři formy MY staví

mezi účastníky rozhovoru bariéru. Není překvapivé, že tak jak lidé stoupají ve společenské hierarchii, používají častěji distanční formy MY (Pennebaker 2011).

Pokud se zaměříme na možnost, že potřeba a rozvoj komunity podporována použitím zájmena MY může indikovat krizový proces, který nastal v církvi se změnou systému komunikace i s dalšími tématy, jež mohla po roce 2008 iniciovat krizové procesy, musíme se také podívat, jak papež František hovoří o krizi. Když bychom se podívali, jak pracuje František se slovem „krize“, zjistíme, že se u něj ve větší míře objevuje až mnohem později po změně diskurzu v poselstvích. Každopádně je téměř vždy provázeno zájmenem MY nebo NAŠE. Krizovou komunikaci používá, aniž by hovořil o krizi. Tak tomu bylo i v dopise německým biskupům před započetí synodálního procesu, kdy implicitně text reaguje na krizové situace v postoji německé katolické církve, ale slovo krize se na devíti stránkách dopisu neobjevuje ani jednou. Zato se setkáme s důrazem na komunitní sounáležitost:

Víme, že žijeme nejen v době změn, ale i ve změně doby, která vyvolává nové i staré otázky, jimiž je správné a nutné se zabývat (František 2019b).

Zajímavé je, že na přelomu desátých a dvacátých let se s pojmem „krize“ setkáváme častěji, a to jak v kontextech spojených s pandemií, ekologií, tak ve vztahu k náboženství, církvi a víře. Opět je zde kladen důraz na komunitu a sounáležitost:

Krize se může stát příležitostí k evangelizaci, k novému hlásání smyslu našeho lidství, našeho života a tohoto světa, ve kterém žijeme (František 2022b).

Vypadá to, že kolem roku 2020 se papež František pustil otevřeně do komunikace krize. To už je ale na další výzkum. Každopádně zde nabízíme možnost, že první znak krizové komunikace papežského stolce je zašifrován do skrytého života zájmen, máme-li použít název knihy profesora Pennebaker.

Diskuse

Prokázali jsme, že původní oslovení používané na přelomu tisíciletí, které je adresováno lídrům a církevním autoritám a vyzívá je k předání zpráv do komunit, (ve smyslu: „řekněte jim, aby udělali něco“) se se začátkem nástupu webu 2.0 mění stále více na oslovení MY. Zároveň zjišťujeme, že pokles frekvence používání sloves MUSET a MĚLO BY SE přichází až s nástupem papeže Františka a u Benedikta XVI. pozorujeme prolnutí používání těchto imperativů s nástupem zájmena MY.

Od roku 2008 tedy zaznamenáváme změnu v používání zájmen u nejvyšších autorit katolické církve. A ve stejném roce vzniká například platforma FaceBook. Sociální sítě od tohoto roku neustále strmě rostou, přičemž charakteristický znak pro web 2.0 je decentralizace médií.

Důvodu, proč se mění systém oslovení v poselstvích, může být samozřejmě několik:

- Mění se papežův mediální poradce (ghostwriter).

Nejsme schopni zjistit, které roky a jak ovlivňují či připravují texty papeže poradci z jeho okolí. Přesto se domníváme, že toto nebude hlavní vliv na změnu námi sledovaných faktorů. Jedním z důvodů je, že se vlivy a znaky textu postupně prolínají v jisté kontinuitě

pontifikátu jednotlivých papežů. Nenacházíme jasný předěl mezi koncem použití imperativu a změnou v používání zájmen. Dále pak vyjadřování v poselstvích k Mezinárodním dnům sdělovacích prostředků úzce souvisí s cíli jednotlivých papežů a jejich směřováním.

- Mění se systém předávání poselství.

Technologický pokrok má nepochybně vliv na způsob komunikace v poselstvích papežů. Dokud se šířila poselství jen tiskovou formou, byla jen malá pravděpodobnost, že se dostanou k širokému publiku a logicky tak byla adresována církevním lídrům, tedy osobám zastávajícím církevní úřad spojený s jistou měrou autority. Přesto i tento bod neodpovídá časově změně přístupu k adresátům. K internetovému poselství se široká komunita adresátů mohla dostat mnohem dříve, než s příchodem webu 2.0 a s nástupem sociálních sítí v roce 2008.

- Používání zájmen kopíruje komunikaci webu 2.0

Je velmi pravděpodobné, že s nástupem sociálních sítí, kde je jedním z hlavních rysů decentralizace komunikace, se mění i komunikace papežského stolce. Procházíme třemi vzorci médií od komunikace „z centra od jednoho ke všem členům“, přes komunikaci „od jednoho k jednomu“ až ke komunikaci „všichni komunikují směrem ke všem“. Od roku 2008, kdy se začíná ve velkém měřítku uplatňovat komunikace „všichni komunikují směrem ke všem“ na sociálních médiích je patrný i v textech papežských poselství jednoznačný zlom. Je to proces tzv. „demokratizace médií“, který vyžaduje změnu komunikace směrem k MY a je tedy pro posun v papežské komunikaci nejsnadnějším vysvětlení.

- Změna komunikace může provázet krizové období.

Z několika výše zmíněných studií jsme srovnáním zjistili, že velký nárůst zájmena MY byl zaznamenán ve spontánních projevech komunit bezprostředně reagujících na krizi a může se tak také projevat strategie krizové komunikace papežského stolce. To by mohlo indikovat touhu upevnit společenství a překonat krizi. Krizové řízení komunikace papežského stolce od roku 2008, kdy se jeví zájmeny prokazatelně objevuje, může zahrnovat hned několik témat, která v letech, kdy nastupovaly sociální sítě, současně eskalovala. Je to například téma obětí sexuálního zneužívání, které se na přelomu prvního a druhého desetiletí dostalo do centra pozornosti evropských médií (Pew Research Center 2010), ale i téma ztráty jistoty institucionálního náboženství s nástupem virtuálních komunit a sociálních vazeb (Tsuria 2021). Zájmena prochází v textech rozhodně velkou proměnou, která není závislá na personálním obsazení dikasteria pro komunikaci a jeví se, že tato nenápadná slova mohou predikovat krizovou komunikaci daleko dříve, než se o ní začne hovořit a psát explicitně.

Cílem článku je analyzovat poselství římských biskupů ve vztahu k proměnám náboženského chování v online a offline prostoru. Shora prezentované výsledky je třeba interpretovat v kontextu kontinuity a diskontinuity pontifikátu jednotlivých papežů. Důraz papeže Františka na formování komunity v měnících se podmínkách současného (digitálního) světa je úzce spojen s aktuálně probíhajícím synodálním procesem v církvi, který papež František stanovil jako jedno z klíčových témat svého pontifikátu. Papež František to při zahájení Synodálního procesu vyjádřil v úvodu své promluvy slovy:

„Synodální církev je církev, která naslouchá a která si uvědomuje, že naslouchání je víc než pouhé slyšení. Je to vzájemné naslouchání, v němž se každý může něco naučit. Věřící lid, kolegium biskupů, římský biskup: všichni naslouchají jeden druhému a všichni naslouchají Duchu svatému, Duchu pravdy (J 14,17), aby poznali, co říká církvim (Zj 2,7).“ Aby na závěr dodal, že „náš pohled se vztahuje také na celé lidstvo“. (František 2015).

Důraz na nový způsob komunikace uvnitř církve i vně církve v rámci synodálního procesu je anticipován shora popsanou kontinuitou proměny komunikace římských biskupů. Ukazuje se tak, že neteologické vědecké disciplíny, které analyzují aktivity církve, mohou poukázat na důležité implicitní a dosud nepojmenované pastorační a teologické trendy uvnitř církve. Naslouchání světu a četba znamená dobu, mezi které můžeme řadit i fenomén digital religion, se ukazuje jako zcela klíčové k včasnému a zřejmě i hlubšímu porozumění současné reakce papeže Františka na komunikační krizi uvnitř církve (Campbell a Tsuria 2022).

Pro další výzkum však zůstává klíčová otázka, zda se v případě ztráty imperativu i proměny používání zájmen při oslovení komunity jedná o strategické rozhodnutí vycházející z teologické nebo teologicko-pastorační úvahy. Církev je božsko-lidská skutečnost a kultura lidí dané doby je vždy nedílnou součástí jejího života. Je tu proto i možnost, že se v tomto případě může jednat o projev prorůstání církve současnou novou kulturou, která s sebou nese i změnu komunikačního stylu.

Na základě této krátké výzkumné studie nejsme schopni jednoznačně určit, kde se nachází hlavní impulzy vedoucí k této změně. Budou součástí dalšího výzkumu. Pokud se jedná o strategické rozhodnutí, tak je také možné, že toto rozhodnutí může být změněno a proces ztráty imperativu i proměny identifikace autority a komunity je reversibilní. Pokud se jedná o kulturní posun způsobený moderními technologiemi, potom je velmi pravděpodobné, že bude tento komunikační styl stále dominantnější i uvnitř církve.

Nicméně je zcela jisté, že změna komunikace uvnitř i vně církve s sebou přináší i změnu v procesu etického rozhodování. Radikální proměna vztahu náboženské autority ke komunitě a proměna komunikace uvnitř komunity promění i rozhodovací procesy v oblasti etiky. I tato otázka bude předmětem dalšího výzkumu.

Literatura

- BENEDICT XVI. 2009. New Technologies, New Relationships. Promoting a Culture of Respect, Dialogue and Friendship. *Message for the 43rd World Communications Day*, May 24, 2009. Vatican.va. https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html
- BENEDICT XVI. 2011. Truth, Proclamation and Authenticity of Life in the Digital Age. *Message for the 45th World Communications Day*, June 5, 2011. Vatican.va. https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day.html

- BENEDICT XVI. 2012. Silence and Word: Path of Evangelization. *Message for the 46th World Communications Day*, May 20, 2012. https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communicationsday.html
- BEREZAN, O., A. KRISHEN, AND A. JENVEJA. 2019. Loneliness and Social Media: The Interplay of Physical and Virtual Social Space. In *Marketing and Humanity: Discourses in the Real World*, 48–67. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- BERGER, P. L., AND T. LUCKMANN. 1966. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. 1st ed. New York: Doubleday & Company.
- BLANCO, P. 2018. Words and Silence: The Relationship between Benedict XVI and the Media. *Church, Communication and Culture* 3 (2): 87–105. <https://doi.org/10.1080/23753234.2018.1478228>
- CAMPBELL, H. 2013. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. London: Routledge. Available from <https://hdl.handle.net/1969.1/187891>
- CAMPBELL, H. A., and R. R. TSURIA. 2021. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. 2nd ed. London: Routledge.
- CAMPBELL, H., AND A. VITULLO. 2019. Popes in Digital Era: Reflecting on the Rise of the Digital Papacy. *Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale* 44 (3): 419–442. <https://doi.org/10.1445/95658>
- CHURCHILL, W. 1940. We shall fight on the beaches. Speech of June 4, 1940. International Churchill Society. <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/weshall-fight-on-the-beaches/>
- DOWNEY, A. 2014. Religious affiliation, education and Internet. *use. arXiv.org*. March 21, 2014. <https://arxiv.org/pdf/1403.5534v1.pdf>
- ESTEVES, J. A. 2021. Crises are signs that church is still alive, pope says. *National Catholic Reporter*, August 3. <https://www.ncronline.org/news/vatican/francis-chronicles/crises-aresigns-church-still-alive-pope-says>
- FRANCIS. 2014. Communications at the Service of an Authentic Culture of Encounter. *Message for the 48th World Communications Day*, June 1, 2014. https://www.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggiocomunicazioni-sociali.html
- FRANCIS. 2015. Ceremony commemorating the 50th Anniversary of the Institution of the Synod of Bishops. October 17. https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2015/october/documents/papa-francesco_20151017_50-anniversario-sinodo.html
- FRANCIS. 2019a. To Employees of the Dicastery for Communication on the Occasion of the Plenary Assembly. September 23. https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2019/september/documents/papa-francesco_20190923_dicastero-comunicazione.html
- FRANCIS. 2019b. Letter of the Holy Father Francis to the Pilgrim People of God in Germany. June 29. <https://www.plenarycouncil.catholic.org.au/wp-content/uploads/2019/08/LETTEROF-THE-HOLY-FATHER-FRANCIS-to-Church-in-Germany.pdf>

- FRANCIS. 2020. 'That You May Tell Your Children and Grandchildren' (Ex 10:2). Life Becomes History. *Message for the 54th World Communications Day*, January 24, 2020. https://www.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20200124_messaggio-comunicazioni-sociali.html
- FRANCIS. 2021. 'Come and See' (Jn 1:46). Communicating by Encountering People Where and As They Are. *Message for the 55th World Communications Day*, January 23, 2021. https://www.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20210123_messaggio-comunicazioni-sociali.html
- FRANCIS. 2022a. Listening with the Ear of the Heart. *Message for the 56th World Communications Day*, January 24, 2022. <https://www.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/20220124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>
- FRANCIS. 2022b. Crisis an opportunity for evangelisation: Pope Francis meets with participants in the International Conference on the Global Education Pact. *Vatican News*, June 1. <https://www.vaticannews.va/en/pope/news/2022-06/pope-francis-crisis-an-opportunity-forevangelisation.html>
- HJARVARD, S. 2008. The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook* 6 (1): 9–26. <https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>
- HJARVARD, S. 2012. Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion. In *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*, edited by S. Hjarvard and M. Lövheim, 21–44. Göteborg: Nordicom. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-41-75>
- JOHN PAUL II. 1994. Television and Family: Guidelines for Good Viewing. *Message for the 28th World Communications Day*, January 24, 1994. https://www.vatican.va/content/johnpaul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011994_worldcommunications-day.html
- JOHN PAUL II. 1995. Cinema: Communicator of Culture and of Values. *Message for the 29th World Communications Day*, May 28, 1995. https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_06011995_world-communications-day.html
- JOHN PAUL II. 1996. The Media: Modern Forum for Promoting the Role of Women in Society. *Message for the 30th World Communications Day*, May 19, 1996. https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011996_world-communications-day.html
- JOHN PAUL II. 1997. Communicating Jesus: The Way, the Truth and the Life. *Message for the 31st World Communications Day*, May 11, 1997. https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011997_world-communications-day.html
- JOHN PAUL II. 1999. Mass Media: A Friendly Companion for Those in Search of the Father. *Message for the 33rd World Communications Day*, May 16, 1999. https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011999_worldcommunications-day.html

- JOHN PAUL II. 2000. Proclaiming Christ in the Media at the Dawn of the New Millennium. Message for the 34rd World Communications Day, June 4, 2000. https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20000124_worldcommunications-day.html
- JOHN PAUL II. 2001. Preach from the Housetops': The Gospel in the Age of Global Communication. Message for the 35th World Communications Day, May 27, 2001. https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20010124_world-communications-day.html
- JOHN PAUL II. 2002. Internet: A New Forum for Proclaiming the Gospel. Message for the 36th World Communications Day, May 11, 2002. https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communicationsday.html
- KING, M. L. 1963. I Have a Dream. Speech delivered August 28. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/mlkihaveadream.htm>.
- LINCOLN, B. 1994. *Authority: Construction and Corrosion*. Chicago: University of Chicago Press.
- MARTINI, M. 2022. The Catholic Church and the Media: A Text Mining Analysis of Vatican Documents from 1967 to 2020. *Journal of Media and Religion* 21 (3): 155–173. <https://doi.org/10.1080/15348423.2022.2095808>
- MÜLLEROVÁ, V., AND J. FRANC. 2022. The Papacy in the Digital Age: The End of the Imperative. *Studia Theologica* 24 (2): 87–112. <https://doi.org/10.5507/sth.2022.019>
- NARBONA, J. 2016. Digital Leadership, Twitter and Pope Francis. *Church, Communication and Culture* 1 (1): 90–109. <https://doi.org/10.1080/23753234.2016.1181307>
- ORTIZ-OSPINA, E. 2019. The Rise of Social Media. Published online at *OurWorldInData.org*. September 18. <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- PENNEBAKER, J. 2011. *The Secret Life of Pronouns: What Our Words Say about us*. London: Bloomsbury Press.
- Pew Research Center. 2010. *The Pope Meets the Press: Media Coverage of the Clergy Abuse Scandal*. June 11. <https://www.pewresearch.org/religion/2010/06/11/the-pope-meets-thepress-media-coverage-of-the-clergy-abuse-scandal/>
- Pontifical Council for Social Communications. 2002. "Ethics in Internet." Vatican.va, February 22. https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html
- STRICKLAND, J. 2007. How Web 2.0 Works. *HowStuffWorks.com*. <https://computer.howstuffworks.com/web-20.htm>
- TORNIELLI, A. 2022. Fr Guerrero: We have reduced costs and will show our accounts to Bishops' Conferences. *Vatican News*, January 28. <https://www.vaticannews.va/en/vaticancity/news/2022-01/fr-guerrero-we-have-reduced-costs.html>
- TSURIA, R. 2021. Digital Media: When God Becomes Everybody—The Blurring of Sacred and Profane. *Religions* 12 (2): 110. <https://doi.org/10.3390/rel12020110>

Veronika Müllerová. Univerzita Palackého v Olomouci, Česká republika. Vědecký pracovník, akademické vzdělání v oblasti filmové a televizní teorie a produkce. Několik let pracovala v České televizi. Zabývá se výzkumem vlivu digitálního prostoru na tradiční křesťanská společenství a autority. Vyučuje na katedře komunikace.

Jaroslav Franc. Univerzita Palackého v Olomouci, Česká republika. Religionista a teolog, odborný asistent, vedoucí vědecký pracovník Institutu interkulturního, mezináboženského a ekumenického výzkumu a dialogu, vedoucí katedry komunikace a předseda akademického senátu fakulty na Cyrilometodějské teologické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Je vedoucím katedry a garantem bakalářského studijního programu Etika a kultura v mediální komunikaci.

Kontaktní adresa:

Katedra komunikace, Univerzita Palackého
Univerzitní 244/22
779 00 Olomouc
Česká republika

veronika.mullerova@upol.cz

jaroslav.franc@upol.cz

Upadek internetowych autorytetów? – studium przypadku afery Pandora Gate

The fall of internet authorities? – case study of the Pandora Gate scandal

URSZULA DYRCZ, JOANNA URBAŚ

UNIwersytet Papiński Jana Pawła II w Krakowie

Abstrakt: Pandora Gate to największy skandal w świecie polskich influencerów dotyczący nieodpowiednich kontaktów o charakterze pedofilskim dorosłych przedstawicieli influencingu z małoletnimi fanami. Za początek Afery uznaje się opublikowany przez Sylwestra Wardęgę 3 października 2023 roku film „MRO CZNA TAJEMNICA STUU I YOUTUBERÓW: PANDORA GATE (Boxdel, Dubiel, Fagata)”. Największe zarzuty zostały skierowane w stronę Stuarta Kluz-Burtona znanego jako Stuu, który miał w niewłaściwy sposób traktować osoby nieletnie. 8 października 2023 na kanale *Konopskyy*, prowadzonym przez YouTubera Mikołaja Tylko, pojawił się drugi film dotyczący Afery „MRO CZNA PRZESZŁOŚĆ POLSKIEGO YOUTUBA”, w którym przedstawione zostały kolejne dowody w sprawie. W związku z Aferą swoje oświadczenia przedstawili jej negatywni bohaterowie - m.in. Michał *Boxdel* Baron, Marcin Dubiel czy też Lexy Chaplin. Wszystkie one znacznie różnią się od siebie m.in. sposobem przedstawienia problemu z perspektywy osób w nią zamieszanych, co stanowi jeden z punktów wyjścia autorek niniejszego referatu do analizy tematu. Afera Pandora Gate, nazywana przez środowisko „Nocą oczyszczenia”, jest bez wątpienia zbiorem największych kryzysów wizerunkowych w przestrzeni polskich influencerów. Celem niniejszego referatu jest eksploracja tematu, która została przeprowadzona metodą studium przypadku.

Słowa kluczowe: autorytet, influencer, Pandora Gate, social media

Abstract: The Pandora Gate is the largest scandal in the world of Polish influencers, involving inappropriate contact of a pedophilic nature between adult influencers and underage fans. The start of the scandal is marked by Sylwester Wardęga's publication on October 3, 2023, of the video 'DARK SECRET OF STUU AND YOUTUBERS: PANDORA GATE (Boxdel, Dubiel, Fagata)'. The most serious allegations were directed towards Stuart Kluz-Burton, known as *Stuu*, who was accused of improperly engaging with underage individuals. On October 8, 2023, a second video related to the scandal titled 'DARK PAST OF POLISH YOUTUBE' was released on the *Konopskyy* channel, hosted by YouTuber Mikołaj Tylko, presenting further evidence in the matter. In response to the scandal, its negative protagonists, such as Michał *Boxdel* Baron, Marcin Dubiel, and Lexy Chaplin, issued their statements. These statements significantly differ, including the way the problem is presented from the perspectives of those involved, which serves as a starting point for the authors of this paper to analyze the topic. The Pandora Gate scandal, dubbed the 'Night of Purge' by the community, undoubtedly represents one of the most significant reputational crises in the realm of Polish influencers. The aim of this paper is to explore the subject through a case study methodology.

Key words: authority, influencer, Pandora Gate, social media

Wprowadzenie

Medialne skandale z udziałem celebrytów wywołują w społeczeństwie wiele emocji. Afera Pandora Gate, nazywana przez środowisko *Nocą oczyszczenia*, jest bez wątpienia zbiorem największych kryzysów wizerunkowych w świecie polskich influencerów, prowadzącą do upadku wielu internetowych karier i jest zasadne, by podjąć refleksję nad nią również w środowisku naukowym. Celem autorek artykułu jest opisanie przekazów medialnych wokół afery Pandora Gate i zaprezentowanie implikacji wizerunkowych i edukacyjno-medialnych. Szczególnie istotne wydaje się to w odniesieniu do bohaterów opisywanej afery, którzy są idolami i autorytetami dla najmłodszych pokoleń, a zarazem osobami prężnie współpracującymi z dużymi markami komercyjnymi. Artykuł jest próbą odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- Czy w przypadku afery Pandora Gate można mówić o upadku autorytetów?
- Jaki jest odbiór afery Pandora Gate w mediach tradycyjnych i mediach społecznościowych? Jak można to odnieść do kwestii edukacji medialnej?
- Jakie są potencjalne i realne skutki afery Pandora Gate dla wizerunku sprawców i marek z nimi związanych?

Dla realizacji założonego celu i odpowiedzi na pytania badawcze w pracy posłużono się metodą studium przypadku i analizą treści wybranych przekazów medialnych związanych z aferą Pandora Gate, które zostały opublikowane między 3.10.2023 a 25.11.2023. Analizie poddano następujące kanały mediów społecznościowych oraz materiały:

tab. 1: Materiały badawcze

YouTube	Instagram	TikTok
26 filmów oraz transmisji opublikowanych bądź transmitowanych w dniach od 3.10.2023 do 25.11.2023	materiały opublikowane w dniach 3 - 24.10.2023	materiał opublikowany w dniu 10.10.2023
kanal - WATAHA - <i>Krulestwo</i> - 2 filmy: <i>MROCNIA TAJEMNICA STUU I YOUTUBERÓW:</i> <i>PANDORA GATE (Boxdel, Dubiel, Fagata)</i> <i>CAŁA PRAWDA O MARCINIE DUBIELU (STUU, PANDORA GATE)</i> - oraz 5 transmisji LIVE, które zostały usunięte z kanału.	Instastories oraz posty opublikowane na następujących profilach: @sawardega_wataha @konopskyy_ @marcindubiel	Film Lexy Chaplin na jej TikTokuowym profilu @lexychaplin

<p>kanal - <i>Konopskyy</i> - 6 filmów: 1) <i>MROCZNA PRZESZŁOŚĆ POLSKIEGO YOUTUBA</i> <i>POGRĄŻAJĄCE OŚWIADCZENIA INFLUENCERÓW (MARCIN DUBIEL, STUU, NATSU)</i> <i>DUBIEL SOBIE ZASZKODZIŁ (PŁATNY TWITTER, PATOSTREAMERKA, BOXDEL, STANOWSKI, PANDORA)</i> <i>CLOUT MMA SIĘ POGRAŻYŁO (WARDEGA, LEXY, DENIS, GOHA, NIKITA, NAJMAN)</i> <i>BOXDEL MASAKRUJE INFLUENCERÓW? (ELON MUSK, STUU, FORTNITE OG, CLOUT MMA, UFC, AFERA BETONOWA)</i> <i>WARDEGA ZAATAKOWANY PRZEZ FAME (STANOWSKI, BOXDEL, GTA 6, CLOUT MMA, ROZPARA)</i></p> <p>kanal - <i>Boxdel</i> - 6 filmów: 1) <i>Boxdel - poznajcie prawdę</i> 2) <i>13 minut o Pandora Gate.</i> 3) <i>THE GOAT - życie po Pandora Gate</i> 4) <i>THE GOAT - Świat Influencerów & Goats</i> 5) <i>THE GOAT - WARDEGA vs ŻONA SZEFA FAME (Kryptonim Beverly)</i> 6) <i>pytania i odpowiedzi</i></p> <p>kanal - <i>Marcin Dubiel</i> - 3 filmy: 1) <i>JA vs PANDORA GATE</i> 2) <i>Nieznanne ofiary PANDORA GATE</i> 3) <i>Jak się ODKLEIŁEM?</i></p> <p>kanal - <i>Kanał Sportowy</i> - 1 film: 1) <i>DZIENNIKARSKIE ZERO: STUU, PANDORA I ZATRUTY INTERNET</i></p> <p>kanal - <i>Amadi</i> - 2 filmy: 1) <i>ODPOWIADAM NA POMÓWIENIA - STANOWSKI TY HIPOKRYTO #pandoragate</i> 2) <i>Pozbywanie się ofiar PandoraGate - film stuu to oszustwo AI?</i> - oraz oświadczenie Stuarta Stuu Kluz-Burtona, które zostało usunięte z kanału.</p>	<p>@lexychaplin @whatever_lexy @fagataaa @boxdel @amadeusznolove @natalia.karczmarczyk @kingasawczuk @wojtekgola @famemmatv @cloutmma @move.federation @agencyspotlight</p>	
--	--	--

źródło: Opracowanie własne na podstawie zebranych materiałów badawczych.

Problematyka związana z podejmowanym tematem jest bardzo szeroka i warta ujęcia z wielu perspektyw, stąd autorki zdecydowały się zarysować trzy główne spojrzenia na sprawę: medioznawcze, wizerunkowe i edukacyjno-medialne. Choć niewątpliwie każde z nich wymaga pogłębienia i doprecyzowania, to w niniejszej publikacji zostaną ustalone najważniejsze kierunki i wątki stanowiące punkt wyjścia do kolejnych badań.

Aby móc przejść do szczegółowych rozważań, należy na początek nakreślić siatkę pojęciową, którą posługują się autorki. "Influencer" będzie rozumiany jako *osoba, która zdobyła popularność w Internecie i korzysta ze swojej sławy, wpływając na swoich*

widzów / czytelników, ich światopogląd, gust, etc⁸. Pojęcie “autorytet” związane jest z kolei z łacińskimi słowami *auctoritas*, *auctoritatis*, które oznaczają m.in ważność, wpływ, wzór, przykład, wiarygodność⁹. Można go zatem zdefiniować jako poważanie, jakim cieszy się osoba lub instytucja ze względu na swoją wiedzę lub postawę moralną, osobę stawianą za wzór do naśladowania, mającą wpływ na postawy i myślenie innych ludzi, cieszącą się ich dużym szacunkiem¹⁰.

Influencerzy – autorytety czy idole?

Z perspektywy medioznawczej wyróżnia się dwa rodzaje autorytetów: faktyczny i wykreowany. Autorytet faktyczny to osoba, której prestiż wynika z potwierdzalnych źródeł i jest on zewnętrzny względem odbiorcy - chodzi o stopień / tytuł naukowy, osiągnięcia w nauce, technice czy sporcie. Nie wymaga on reklamy czy promocji, nie musi być w społeczeństwie przedstawiany, ponieważ zbiorowość zdaje sobie sprawę, że dana jednostka jest autorytetem. Sława nie stanowi warunku koniecznego do jego zaistnienia, ponieważ często jest to osoba wyróżniają się w swojej grupie, wybitny specjalista lub ktoś, kto w codziennym życiu może być wzorem do naśladowania. Autorytet wykreowany, to z kolei osoba, która ma urosnąć w oczach odbiorcy do rangi autorytetu, jednak dzieje się to za przyczyną mediów. To media kreują jego popularność, przypisują pewne zewnętrzne i jednostronne lub podkoloryzowane, często wizualne atrybuty¹¹. W odniesieniu do tych słów, podejmując próbę sklasyfikowania influencerów, którzy będą przedstawieni w dalszej części artykułu, można zauważyć, że zbliżają się oni do kategorii autorytetu wykreowanego przez media, ponieważ samo pojęcie influencera jest ściśle związane z influencer marketingiem, czyli dziedziną marketingu, której wykorzystuje się osoby znane w Internecie do promocji określonych produktów. Nie da się też oddzielić influenciingu od kwestii budowania własnego wizerunku w sieci i posługiwania się w tym konkretnymi narzędziami. Kreowanie autorytetu zachodzi tutaj zatem zarówno przy udziale samego twórcy, jak i jego społeczności, a niekiedy też marek komercyjnych, z którymi współpracuje.

Bożena Tuziak pisze, że autorytet to także możliwość wpływania na wybór wartości przez innych ludzi. Poprzez głoszenie czy realizowanie określonych wartości takie osoby czy instytucje mogą sprawiać, że są one przyjmowane przez innych¹². Podobnie, Michał Drożdż podkreśla: *Autorytet ma to do siebie, że jest przede wszystkim wartością dla innych. (...) Człowiek potrzebuje autorytetów zewnętrznych jako swoistych kryteriów, punktów od-*

⁸ Słownik Języka Polskiego PWN, definicja pojęcia: influencer, <https://sjp.pwn.pl/> [19.12.2023].

⁹ M. Wasylewicz, Autorytety medialne – starcie czy wsparcie (?) autorytetów realnych współczesnej młodzieży, w: Lubelski rocznik pedagogiczny t. XXXV, z. 1 – 2016, s. 100 za: Jarmoszko S. (2010). Autorytet kontrowersje i aksjomaty. Warszawa, s. 16.

¹⁰ M. Wasylewicz, Autorytety medialne – starcie czy wsparcie (?) autorytetów realnych współczesnej młodzieży, w: Lubelski rocznik pedagogiczny t. XXXV, z. 1 – 2016, s. 100.

¹¹ P. Piórkowski, Idole, pozory, eksperci i celebryci, Wydawnictwo Witanet 2016, s. 22-23.

¹² B. Tuziak, Autorytet jako zjawisko społeczne. Wymiar lokalny, w: Studia Socjologiczne 2010, 2 (197), <https://journals.pan.pl/Content/90465/mainfile.pdf> [18.01.2022]

niesienia, potwierdzających i weryfikujących własny świat wartości. (...) Na autorytet trzeba zasłużyć przede wszystkim zinternalizowanymi i urzeczywistnianymi prawdziwymi wartościami moralnymi, a nie tylko ich namiastkami czy substytutami. To znaczy, że podmiot autorytetu musi odznaczać się przymiotami moralnymi o obiektywnym charakterze, które urzeczywistniają się w nim w stopniu nieprzeciętnym. Co więcej – przymioty te muszą osiągać optymalną wartość i stać się wzorcem, którego naśladowanie gwarantuje osiągnięcie i zrealizowanie określonych wartości¹³. Ma to szczególne znaczenie w odniesieniu do tematu niniejszego artykułu, ponieważ wpływ omawianych influencerów na internalizowanie przez odbiorców wartości i postaw proponowanych przez omawianych influencerów w ich treściach może nieść za sobą liczne negatywne skutki.

W tytule artykułu autorki zadają pytanie o to, czy w przypadku afery Pandora Gate możemy mówić o upadku internetowych autorytetów. Wychodząc zatem od samego “upadku” warto zauważyć za Krzysztofem Murawskim, że zjawisko to występuje właśnie w sferze autorytetów pozornych, tzn. autorytetów z innej dziedziny, które starają się oddziaływać poza właściwą dla siebie sferą. Co więcej, przy założeniu że autorytet jest rodzajem relacji oddziaływania między ludźmi opartej na zaufaniu, można stwierdzić, że utrata zaufania wiąże się z utratą autorytetu. Pisze on: *To, że autorytet jest relacją władzy, oznacza, że jest relacją między tym, kto jest źródłem autorytetu, a tym (lub tymi), na którego się oddziałuje, czyli „odbiorcą” Przy czym rola i charakter zaufania, tego, że między „nadawcą” a „odbiorcą” pośredniczy zaufanie tego drugiego do tego pierwszego, nadaje autorytetowi szczególny charakter. Przede wszystkim sprawia, że autorytet jest dobrowolny, bo zaufania nie można wymusić, oraz że jest w znacznej mierze nieformalny. Nie przybiera form instytucjonalnych i prawnych, choć może być fundamentem działania instytucji życia publicznego¹⁴.*

Kolejnym pojęciem wartym przytoczenia jest “idol”. Zastanawiając się nad tym, czy w przypadku influencerów możemy mówić o upadku autorytetów, warto odnieść się również do pojęcia idoli i tego, czym różnią się oni od autorytetów. Idol jest opisywany jako ktoś więcej niż celebryta - osoba, którą się uwielbia, która jest bożyszczem dla pewnych zbiorowości i która roztaczając swój urok jak szaman oczarowuje publiczność¹⁵. Choć zatem podobnie, jak w przypadku autorytetu zwraca tu uwagę sfera oddziaływania na odbiorców, to bycie uznanym za autorytet jest czymś zupełnie innym, niż bycie uznanym za idola. Idol bowiem może stawać się wzorem bardziej w przelotnych, doraźnych sytuacjach związanych z zabawą i przyjemnością, autorytet zaś to wzór w sytuacjach ważnych dla ludzkiego życia¹⁶. Podczas, gdy idole to integralny element różnego rodzaju procesów socjotechnicznych, marketingowych czy nawet manipulacyjnych, autorytety osobowe są wpisane w zdrową opinię publiczną¹⁷. W tym rozumieniu internetowi twórcy zbliżają się

¹³ M. Drożdż, Medialne autorytety i idole, w: Biuletyn Edukacji Medialnej, 1/2008, s. 62-64.

¹⁴ K. Murawski, Czy autorytety w Polsce upadają? Przyczynek do teorii suwerenności, w: Ethos, r. 10, nr 1-37 (1997), s. 133-143.

¹⁵ P. Piórkowski, Idole, pozory, eksperci i celebryci, Wydawnictwo Witanet 2016, s. 22-23.

¹⁶ M. Drożdż, Etyczne orientacje w mediosferze, Biblos 2006, s. 142.

¹⁷ M. Drożdż, Etyczne orientacje w mediosferze, Biblos 2006, s. 148.

bardziej ku kategorii idoli niż autorytetów, choć w przypadku dzieci i młodzieży te granice zdają się coraz bardziej zacierać.

Dorośli, którzy prowadzą w swoich kanałach YouTube streamy, czyli relacje na żywo z grania w gry dla dzieci, stają się idolami dla swoich młodych odbiorców. Problemem staje się to w momencie, gdy treści nie są dostosowane do ich wieku, a płynne przejście między idolem a autorytetem jest jeszcze bardziej niebezpieczne. Zagrożenie wynika m.in. z łamania norm społecznych poprzez treści wulgarne, seksualizowanie contentu i nawiązywanie bezpośrednich relacji z odbiorcami, jak miało to miejsce w przypadkach omawianych w aferze Pandora Gate.

Jak pisze Renata Arseniuk charakterystyczne dla młodzieży jest to, że w okresie dorastania zmienia się punkt odniesienia i z najbliższej rodziny, nauczycieli akcent przesuwa się w kierunku grupy rówieśniczej i idoli, z którymi młody człowiek próbuje się identyfikować. Skutkiem tego jest nie tylko wzmożony krytycyzm wobec rodziców i częste z nimi nieporozumienia, ale też idealizowanie grupy rówieśniczej i idoli¹⁸. Co więcej, podczas gdy dziecko nie ma informacji o zwykłym, codziennym życiu ulubionego twórcy, jego wadach, konfliktach, trudnościach relacyjnych zna tylko ten na pozór idealny wycinek jego życia. Informacje dozowane przez influencerów są skrzętnie dobierane pod kątem wizerunkowym, zatem ich idealizacja, jak każde zniekształcenie rzeczywistości, może prowadzić do utraty lub ograniczonej zdolności ryzyka. Jedną z byłych fanek YouTubera Stuarta Burtona, do którego autorki powrócą w dalszej części artykułu, w tekście autorstwa Roberta Grześkowiaka wspomina: *Namiętnie śledziłam jego serię "pingwin pack", gdzie grał w Minecrafta. W gimnazjum zarywałam dla niego nocki. Był moim crushem, podkochiwałam się w nim. (...) Dziś przeraża mnie świadomość, że gdybym znalazła się w ich zasięgu, mogłoby mnie wykorzystać bez skrępułów i wmówić jeszcze, że sama się o to prosiłam*¹⁹. Tymczasem w podejściu do autorytetu istotne jest to, że *dojrzałe podejście do autorytetu zakłada wprawdzie uznanie wartości, z powodu której dana osoba stała się autorytetem, ale nie wyklucza widzenia w niej również stron słabych - dopuszcza zatem krytyczne uwagi, dyskusję i dialog*²⁰.

Pytając o to, czy w przypadku afery Pandora Gate możemy mówić o upadku autorytetów, warto zaznaczyć, że choć mówi się, że "Internet nie zapomina", to można zauważyć, że wiele osób, choć wydawało się już zakończyć swoją internetową karierę w związku z licznymi kontrowersjami i problemami prawnymi, po jakimś czasie wracało²¹. Może to świadczyć o tym, że jednak miarą prawdziwego upadku kariery osób omawianych w niniejszym artykule będzie dopiero czas.

¹⁸ R. Arseniuk, Dorastanie - kryzys i powtórna szansa na rozwój, <http://zs3.stalowawola.szkolnastrona.pl/gim/container/psycholog/dorastanie-last%20-%20Kopia.pdf> s. 7 [3.01.2024]

¹⁹ R. Grześkowiak, "Kochałam się w Stuu. Mógłby i mnie boleśnie wykorzystać". Bolesne rozstanie z idolami, <https://lodz.wyborcza.pl/lodz/7,35136,30292803,kochalam-sie-w-stuu-gdyby-wtedy-mial-okazje-by-mnie-wykorzystal.html> [3.01.2023]

²⁰ Z. Chlewiński, Kryzys autorytetu? w: Ethos. R. 10, nr 1=37 (1997), https://dlibra.kul.pl/Content/29677/16_kryzs_autorytetu.pdf s. 167 [03.01.2024]

²¹ Krytykowany popularny youtuber próbuje wrócić do internetu, <https://boop.pl/rozrywka/krytykowany-popularny-polski-youtuber-probuje-wrocic-do-internetu-dodajac-dziwne-filmy> [03.01.2024]

Pandora Gate – case study kryzysu polskich influencerów

Afera Pandora Gate została zainicjowana przez polskiego YouTubera Sylwestra Wardęgę 3 października 2023 roku. Na kanale WATAHA - Krulestwo²² (pisownia oryginalna) opublikowany został film zatytułowany *MROCZNA TAJEMNICA STUU I YOUTUBERÓW: PANDORA GATE (Boxdel, Dubiel, Fagata)*²³. W początkowej scenie wspomnianej produkcji przeczytać oraz usłyszeć można następujący opis omawianej sprawy: Ten materiał odkryje mroczne tajemnice internetowych gwiazd. *Ten materiał rzuci cień na kilka influencerskich karier. Ten materiał jest najważniejszym w mojej dotychczasowej pracy. Pandora Gate*²⁴.

Głównym problemem, którego dotyczy omawiana sprawa, są kwestie wykorzystywania osób nieletnich. W materiale autorstwa Wardęgi pojawiło się mnóstwo dowodów na nieetyczne i niemoralne zachowania, jakich dopuszczali się polscy influencerzy względem swoich młodocianych widzów. Pojawiają się oskarżenia zarówno o grooming, czyli uwodzenie dziecka w sieci, jak i nadużycie seksualne wobec nieletnich. 8 października na kanale kolejnego polskiego YouTubera - Mikołaja Tylko, znanego w sieci jako *Konopskyy* - pojawił się materiał będący kontynuacją treści upublicznionych przez Wardęgę. W filmie zatytułowanym *MROCZNA PRZESZŁOŚĆ POLSKIEGO YOUTUBA*²⁵ przedstawione zostały kolejne dowody w sprawie. Największe zarzuty zostały skierowane w stronę Stuarta Kluz- Burtona znanego jako *Stuu*.

Jednym z głównych negatywnych bohaterów afery, którego postępowanie zostało poddane analizie przez autorki niniejszego artykułu, jest Stuart Kluz-Burton. Znany jako *Stuu* oraz, pierwotnie, *Polski Pingwin*. Jest on jednym z pierwszych twórców na polskim YouTube. Jego medialną aktywność datuje się na lata 2011-2020, a od początku swojej działalności w Internecie do jej zawieszenia w 2020 roku zgromadził 4,2 mln subskrypcji na YouTube oraz ponad 2 mln obserwatorów na Instagramie²⁶. Oskarżenia przedstawione w materiałach Tylko i Wardęgi dotyczą trzech przedziałów czasowych, w których Burton miał dopuścić się zachowań nieodpowiednich względem swoich małoletnich fanek:

2014 rok - Burton korespondował z 13-letnią dziewczyną, która знаła go z jego internetowej działalności i była jego fanką. Zaproponował jej spotkania i wysyłał wiadomości o charakterze erotycznym. Mężczyzna miał wówczas 22 lata.

2015 rok - Burton spotkał się z dziewczyną, która miała wówczas 14 lat. On sam był w wieku 23 lat. Według relacji nastolatki, w trakcie spotkania nie doszło do niczego zabronionego przez prawo, jednakże YouTuber obawiał się policji i prosił o zachowanie dyskrecji.

²² zob. kanał WATAHA - Krulestwo <https://www.youtube.com/@krulestwo> [4.01.2024]

²³ zob. *MROCZNA TAJEMNICA STUU I YOUTUBERÓW: PANDORA GATE (Boxdel, Dubiel, Fagata)* https://www.youtube.com/watch?v=p21jj8dYM4I&ab_channel=WATAHA-Krulestwo [4.01.2024]

²⁴ *MROCZNA TAJEMNICA STUU I YOUTUBERÓW: PANDORA GATE (Boxdel, Dubiel, Fagata)* 0:00 - 0:15, https://www.youtube.com/watch?v=p21jj8dYM4I&ab_channel=WATAHA-Krulestwo [4.01.2024]

²⁵ zob. *MROCZNA PRZESZŁOŚĆ POLSKIEGO YOUTUBA*, https://www.youtube.com/watch?v=V997VX-3NIBo&t=3s&ab_channel=Konopskyy [4.01.2024]

²⁶ zob. *Kim jest Stuu?* <https://zawodytyper.pl/kim-jest-stuu/> [4.01.2024]

2018 rok - *Stuu* urządził przyjęcie w swoim warszawskim mieszkaniu i zaprosił na nie 15- i 14-letnie widzki. YouTuber podawał im alkohol. Jedna z uczestniczek przyjęcia po pięciu latach od tego wydarzenia opowiedziała, że w pewnym momencie całkowicie straciła świadomość i obudziła się kolejnego dnia w łóżku obok YouTubera nie wiedząc, co się z nią działo²⁷.

Wśród pozostałych influencerów, których nazwiska zostały wymienione w związku z aferą i którzy zostali przedstawieni w negatywnym świetle znaleźć można m.in. idoli dzisiejszej młodzieży, do których zalicza się: Michała Barona, Marcina Dubiela, Lexy Chaplin oraz Agatę Fąk.

tab. 2: Najpopularniejsi influencerzy, których dotyczy afera Pandora Gate

	Imię i nazwisko	Pseudonim	Popularność	Opis działalności	Zarzuty w sprawie
1.	Michał Baron	<i>Boxdel</i>	Aktywność w latach: 2015 - obecnie. Od początku działalności w Sieci zgromadził 1,69 mln subskrypcji na YouTube oraz ponad 1,6 mln obserwatorów na Instagramie.	Youtuber, piosenkarz, udziałowiec oraz zawodnik federacji <i>Fame MMA</i> . Znany również jako <i>Masny Ben</i> (pseudonim związany głównie z muzyczną działalnością).	Podejrzany m.in. o nieodpowiedni kontakt z nieletnimi oraz tuszowanie sprawy Burtona. W filmach zostały przedstawione fragmenty jego nieodpowiednich korespondencji z nieletnimi.
2.	Marcin Dubiel	- - -	Aktywność w latach: 2014 - obecnie. Od początku działalności w Sieci zgromadził 1,66 mln subskrypcji na YouTube oraz ponad 2,3 mln obserwatorów na Instagramie.	Jeden z pierwszych twórców polskiego YouTube. Jego content opiera się na szeroko rozumianym lifestyle a wśród najpopularniejszych materiałów video są m.in. tak zwane <i>pranki</i> czyli żarty.	Był przyjacielem Burtona w czasie, którego dotyczy afera. Podejrzany m.in. o nieodpowiedni kontakt z nieletnimi oraz tuszowanie sprawy Burtona. W filmach zostały przedstawione fragmenty jego nieodpowiednich korespondencji z nieletnimi.

²⁷ wszystkie informacje pochodzą z filmów MROCZNA TAJEMNICA STUU I YOUTUBERÓW: PANDORA GATE (Boxdel, Dubiel, Fagata) oraz MROCZNA PRZESZŁOŚĆ POLSKIEGO YOUTUBA.

3.	Agata Fąk	<i>Fagata</i>	Aktywność w latach: 2019 - obecnie. Od początku działalności w Sieci zgromadziła 358 tys. subskrypcji na YouTube oraz ponad 1,6 mln obserwatorów na Instagramie.	Była partnerką Stuarta Burtona i to głównie dzięki niemu zaistniała w Sieci. Obecnie jej content skierowany jest do znacznie starszego grona odbiorców.	Była partnerką Burtona w latach, o których mowa w kontekście afery. Podejrzana m.in. o tuszowanie sprawy, której dotyczy Pandora Gate. W filmach zostały przedstawione fragmenty rozmów, w których przyznaje się ona do posiadania wiedzy w sprawie.
4.	Lexy Chaplin	- - -	Aktywność w latach: 2019 - obecnie. Od początku działalności w Sieci zgromadziła 1,25 mln subskrypcji na YouTube oraz ponad 2,3 mln obserwatorów na Instagramie.	Była dziewczyną Marcina Dubiela oraz członkini <i>Teamu X</i> , który dał jej medialną popularność a którego założycielem był Stuart Burton. Jej content skierowany jest głównie do nastoletnich widzów.	Podejrzana m.in. o tuszowanie sprawy, której dotyczy Pandora Gate. W filmach zostały przedstawione fragmenty rozmów, w których przyznaje się ona do posiadania wiedzy w sprawie.

źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zaczerpniętych z social mediów omawianych osób; stan danych liczbowych na dzień 5.11.2023.

Medialne skutki afery Pandora Gate

Afera Pandora Gate wniosła w przestrzeń polskich mediów liczne pytania nad sensem oraz kierunkiem dalszych internetowych poczynań osób znanych głównie ze smartfonowych ekranów. Wśród obszarów, w których najwyraźniej można było zaobserwować efekty omawianej afery, znajdują się przestrzenie: medioznawcza oraz wizerunkowa. W dalszej części artykułu omówione zostaną oba wspomniane obszary.

Przestrzeń medioznawcza

Zjawiskiem, które zostało zaobserwowane w Sieci w związku z wydarzeniami Pandora Gate jest tak zwany efekt FOMO. Andrew K. Przybylski w 2013 roku określił efekt FOMO jako wszechogarniający lęk, że inne osoby w danym momencie przeżywają bardzo satysfakcjonujące doświadczenia, w których ja nie uczestniczę²⁸. Zjawisko to zostało już

²⁸ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out w: *Computers in Human Behavior*, 29(4), C. R., & Gladwell, V. (2013), 1841–1848.

wielokrotnie zgłębione przez polskich oraz światowych naukowców, również w kontekście mediów społecznościowych. W przypadku afery Pandora Gate można zaobserwować skalę tego efektu zarówno w mediach tradycyjnych, jak i społecznościowych. Wszystkie rzeczy związane z aferą Pandora Gate od samego początku stały się numerem jeden w polskich mediach internetowych, przenikając również do mediów tradycyjnych. Strach przed przeoczeniem kolejnych relacji, oświadczeń oraz dowodów w sprawie skutkowało przrostem obserwatorów zarówno po stronie osób zajmujących się aferą (Tylko i Wardęga), jak i na profilach negatywnych bohaterów Pandory. Instagramowy profil Marcina Dubiela w przeciągu jednego dnia wzrósł o blisko 9 000 nowych obserwatorów, którzy chcieli być na bieżąco z publikowanymi przez influencera, wybielającymi siebie oświadczeniami. Wielu internautów próbowało również wykorzystać ten temat, by zdobyć popularność m.in. za pomocą publikowanych tweetów, memów czy też TikToków. Powstawały także całe profile poświęcone bieżącemu informowaniu o śledczych postępach w sprawie.

Afera Pandora Gate bez wątpienia była również pierwszą sytuacją, która w tak dużym stopniu została przeniesiona z mediów społecznościowych do tradycyjnych. Jak wynika z danych dostarczonych przez PSMM Monitoring & More, w zaledwie trzy dni pojawiło się aż 76 552 publikacji, z czego 2 874 w mediach tradycyjnych i 73 678 w mediach społecznościowych, o łącznym dotarciu 153 173 249 i szacunkowym AVE 22 059 196 zł. Medium, którego użytkownicy wykazali się największą aktywnością był YouTube (32 898 publikacji), X – dawny Twitter (17 905) i Tiktok (16 347)²⁹.

Głos w sprawie afery zabrali również politycy. Premier Mateusz Morawiecki poinformował, że polecił wszystkim służbom natychmiast zająć się tą sprawą, podkreślając, że władze traktują ją bardzo poważnie. Natomiast wiceminister sprawiedliwości Piotr Ciepłucha przekazał, że zawiadomił Prokuraturę Krajową o możliwości popełnienia czynów zabronionych o charakterze pedofilskim przez niektórych YouTuberów i celebrytów związanych ze środowiskiem twórców internetowych. Zazaczył, że może chodzić o więcej przypadków, niż te ze *Stuu*³⁰.

Przestrzeń wizerunkowa

Skutki afery Pandora Gate dotknęły także przestrzeni wizerunkowej zarówno osób z nią powiązanych, jak i licznych firm czy też marek z nimi współpracujących. Główne znaczenie w tym kontekście miały oświadczenia wystosowane przez influencerów. W przypadku głównego podejrzanego w sprawie - Stuarta Burtona - jego oświadczenie wzbudziło liczne kontrowersje i pytania o autentyczność. Na kanale YouTubera Amadeusza

²⁹ zob. NAJWIĘKSZA AFERA POLSKIEGO YOUTUBA. BLISKO 80 TYS. PUBLIKACJI NA TEMAT „PANDORA GATE” W ZALEDWIE TRZY DNI OD PUBLIKACJI MATERIAŁU, https://psmm.pl/informacje_prasowe/najwieksza-afera-polskiego-youtuba-blisko-80-tys-publikacji-na-temat-pandora-gate-w-zaledwie-trzy-dni-od-publikacji-materialu/ [5.01.2024].

³⁰ zob. Pandora Gate. Ciepłucha: Musimy twardo działać. Sprawa dotyczy najmłodszych, <https://dorzeczy.pl/opinie/488784/pandora-gate-cieplucha-zawiadomienie-do-prokuratury.html> [5.01.2024].

Ferrariego pojawił się film, w którym *Stuu* reaguje na przytaczane w filmach zarzuty. W swoim oświadczeniu twierdził, że padł ofiarą manipulacji i pomówień oraz, że wszyscy już wydali na niego wyrok: *zostałem skazany przez całą Polskę, przez wszystkich polityków, przez premiera Polski, zanim cokolwiek powiedziałem*. Powiedział również, że zależy mu na wyjaśnieniu sprawy, ponieważ bezpieczeństwo dzieci w Internecie to dla niego ważny temat. Kontrowersje wzbudził zarówno fakt kanału, na którym oświadczenie zostało opublikowane jak i samej jego formy - internauci doszukiwali się sztucznie wygenerowanego obrazu i do dziś nie wiadomo, czy obraz nie został wygenerowany przez AI, co sugerował sam publikujący film na swoim kanale Ferrari. Niestety film został usunięty z kanału Ferrariego, jednak można go obejrzeć na innych platformach, a komentarz w tej sprawie wyrazili zarówno Sylwester Wardęga, jak i Mikołaj *Konopsky* Tylko³¹.

Marcin Dubiel w sprawie afery Pandora Gate wydał łącznie trzy oświadczenia - pierwsze tuż po opublikowaniu przez Wardęgę jego filmu. W pierwszym oświadczeniu Dubiel przedstawił wniosek przeciwko Wardędze o zniesławienie. W drugim YouTuber przytoczył swoją wersję wydarzeń i przywołał cytowane przez Wardęgę oraz Tylko rozmowy z nieletnimi zarzucając YouTuberom manipulowanie faktami. Najwięcej kontrowersji wywołało trzecie oświadczenie - film, w którym Marcin wystąpił z płaczącą mamą oraz upublicznił wizerunek młodszego rodzeństwa. Internauci odebrali ten film jako grę na emocjach³².

Boxdel swoje pierwsze oświadczenie opublikował 4 października, czyli dzień po publikacji pierwszego filmu dotyczącego afery. W materiale przedstawił swoją wersję wydarzeń, odwołując się do emocji widzów i wielokrotnie podkreślając fakt, że sprawa dotyczy rzeczy, które miały miejsce, gdy był on młodym, zakompleksionym chłopakiem. Kolejne oświadczenie YouTubera było zupełnie inne - zmienił on otoczenie oraz sposób wypowiedzania się, film był bardziej dynamiczny. Michał zdecydował się na publikację jeszcze trzech materiałów dotyczących sprawy, w których m.in. przedstawił swój plan na odbudowę wizerunku. Największy zarzut ze strony internautów dotyczył wystąpienia gościni w pierwszym oświadczeniu Barona - osoby, która przed aferą opowiadała się przeciwko YouTuberowi przytaczając dowody na jego nieodpowiednie zachowania względem niej samej, gdy była osobą nieletnią³³.

W przypadku Lexy Chaplin, na jej oświadczenie internauci musieli poczekać dłużej. YouTuberka opublikowała bardzo emocjonalny, niemal agresywny film na TikToku, w którym odwołała się do zarzutów skierowanych w jej stronę. Jak twierdziła, została bezpodstawnie wciągnięta do całej afery. Przyznała, że gdy tylko usłyszała jakieś plotki na temat nieprzyzwoitych działań *Stuu*, postanowiła go zapytać wprost, czy to prawda. On jednak zaprzeczył, a Lexy nie posiadała żadnych dowodów na to, żeby nie uwierzyć w

³¹ zob. POGRĄŻAJĄCE OŚWIADCZENIA INFLUENCERÓW (MARCIN DUBIEL, STUU, NATSU), https://www.youtube.com/watch?v=kpDfE1Qd7RQ&ab_channel=Konopsky [5.01.2024].

³² zob. Nieznane ofiary PANDORA GATE, https://www.youtube.com/watch?v=r3qhl12iHKc&t=1s&ab_channel=MarcinDubiel [5.01.2024].

³³ zob. *Boxdel* - poznajcie prawdę, https://www.youtube.com/watch?v=KoHOT33uyis&ab_channel=BOXDEL [5.01.2024].

jego zapewnienia. Jej agresywna, wręcz roszczeniowa postawa nie spodobała się inter-
nautom - YouTuberka podnosiła głos oraz używała anglojęzycznych wulgaryzmów³⁴.

Ostatnią z osób, której oświadczenie w związku ze sprawą warto przytoczyć, jest Agata Fagata Fąk. Była dziewczyna Stuarta Burtona również postanowiła przedstawić swoją wersję wydarzeń. Jej tłumaczenia jednak niemal od razu zostały skomentowane przez Sylwestra Wardęgę i w praktycznie stu procentach podważone. Agata upierała się przy swojej wersji, w której to nie miała o niczym pojęcia, podczas gdy Wardęga dysponował dowodami potwierdzającymi, że YouTuberka zdawała sobie sprawę z przeszłości swojego ówczesnego chłopaka i jego kontaktów z małoletnimi. YouTuberka więcej nie ustosunkowała się do nowych dowodów przedstawionych przez Wardęgę i wróciła do publikowania zwyczajnego dla siebie contentu³⁵.

Kwestia wizerunkowego upadku wielu internetowych twórców wpłynęła także na brandy, które były z nimi związane. Jak pokazują powyższe przykłady, w przestrzeni wizerunkowej jednym z zagrożeń, które może pojawić się w kontekście angażowania influencerów przez marki jest właśnie pojawienie się kryzysów bądź, jak w przypadku afery Pandora Gate, skandali. W sytuacji, gdy wizerunek influencera zostaje kojarzony z działaniem negatywnym, spojrzenie na jego osobę może zostać przeniesione przez odbiorców na spojrzenie na markę, z którą jest on kojarzony. Negatywne informacje o celebrytach, do których bez wątplenia dziś można zaliczyć internetowych influencerów, wpływają również na efektywność przekazu reklamowego marki, której jest on ambasadorem³⁶. Jak twierdzą Ewa Jerzyk oraz Kamil Wyczyński negatywne informacje uruchamiają węzły skojarzeniowe związane z celebrytą, które następnie wpływają na węzły skojarzeniowe związane z produktem, powodując przeniesienie jego niskiej oceny na markę³⁷. Katarzyna Popławska - kierownik marketingu i PR w PSM Monitoring & More - skomentowała ten przypadek następującymi słowami: Obecna sytuacja może odbić się bardzo negatywnie na wizerunku firm, które podjęły współpracę ze wspomnianymi w materiale osobami. Brandy w tej chwili robią wszystko, aby odciąć się od tej afery. Sprawa wymaga oczywiście wyjaśnienia, ale wizerunkowo jej skutki będą druzgocące dla marek osobistych YouTuberów³⁸. Przytoczone przez Popławską skutki afery można było zaobserwować w zasadzie niemal od samego jej początku. Swoje oświadczenia w sprawie wydały m.in. federacje freak-fight'owe, z którymi związani byli influencerzy zamieszani w aferę. Zostali oni wówczas odsunięci od wszelkich działań medialnych. Ze znanych dyskontów wycofano również produkty sygnowane nazwiskami bądź pseudonimami wspomnianych influencerów. Te działania były pokłosiem dowodów, które przytoczyli w swoich materiałach

³⁴ zob. lexychaplin, <https://www.tiktok.com/@lexychaplin/video/7288339963169574177> [5.01.2024].

³⁵ zob. Wardęga ogląda odpowiedź Fagaty na dramę ze Stuu oraz oświadczenie FAME, https://www.youtube.com/watch?v=He8JRVcoeWs&t=16s&ab_channel=ShocLG [5.01.2024].

³⁶ zob. T. Louie, C. Obermiller, Consumer response to a firm's endorser (dis)association Decisions, w: Journal of Advertising 2002, Vol 31, No. 4, s. 41-53.

³⁷ E. Jerzyk, K. Wyczyński, Wpływ negatywnej informacji o celebrycie na wizerunek wspieranej marki, Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 36, 2014, s. 257.

³⁸ Prawie 80 tys. publikacji o Pandora Gate, czyli kataklizmie wizerunkowej na polskim YouTube. "Kurator dla influencerów pilnie poszukiwany", <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/pandora-gate-sylwester-wardega-stuu-boxdel-dubiel-fagata-pedofilia> [5.01.2024].

Tylko i Wardęga - firmy i marki w ten sposób chciały okazać swój sprzeciw względem zachowań, których sprawa dotyczy i uniknąć kojarzenia ich brandów z promowaniem osób, względem których przytoczono oskarżenia dotyczące czynów karalnych.

Wnioski

Afera Pandora Gate bez wątpienia w znacznym stopniu wpłynęła na medialne i pozamedialne zachowania polskich influencerów. Na podstawie przeprowadzonej analizy treści związanych z aferą, można wyciągnąć następujące wnioski:

Pandora Gate to pierwsza sprawa, która tak mocno przeniosła się do mediów tradycyjnych łącząc je ze środowiskiem mediów społecznościowych. W opublikowanym przez SW Research rankingu najbardziej poważanych zawodów (2023) na dwóch ostatnich - czyli dwóch najmniej poważanych - miejscach znajdują się takie profesje, jak Influencer oraz YouTuber³⁹. Są to zawody, których w głównej mierze dotyczy Pandora Gate.

Skala szkodliwości społecznej związanej ze sprawą nie tylko usprawiedliwia sposób jej nagłośnienia poprzez publikację internetowych filmów, ale wręcz go wymusiła. Rozgłos medialny w tym wypadku przyniósł ważne skutki: więcej ofiar nabrało odwagi do przerwania milczenia, prokuratura podjęła zdecydowane działania a politycy zwrócili uwagę na kwestię bezpieczeństwa dzieci w sieci. Dopiero po opublikowaniu przez Wardęgę i Tylko filmów wiele osób postanowiło podzielić się swoją historią i przekazać organom ścigania dowody w sprawie.

Influencerzy będący negatywnymi bohaterami afery Pandora Gate wykazali się brakiem umiejętności komunikowania się w sytuacjach kryzysowych. Nie uwzględnili w swoich oświadczeniach takich elementów zarządzania kryzysowego, jak znane np. z zasady 5P Adama Łaszyna - przyznanie się do winy, przeproszenie i przeciwdziałanie⁴⁰. Nie wykazali też skupienia się na ofiarach, a bardziej na własnych odczuciach i problemach.

Brandy, które w sposób bezpośredni bądź pośredni dotknęła afera, być może będą uważniej dobierać influencerów do swoich działań promocyjnych, a inne marki mogą brać przykład i uczyć się tego, jak istotna jest odpowiednia weryfikacja zaangażowanych w działania wizerunkowe influencerów.

Należy zwrócić uwagę na to, że w szkołach bez wątpienia potrzebne są zajęcia z zakresu digital skills, obejmujące również edukację o internetowych idolach zarówno z perspektywy odbiorcy, jak i twórcy. Dzieci oraz młodzież w wieku szkolnym powinni zostać poinformowani w odpowiedni i rzetelny sposób o tym, co się traci i zyskuje będąc influencerem, w jaki sposób osoby znane z Sieci mogą na nich oddziaływać oraz, że świat internetowych twórców w większości przypadków nie jest światem prawdziwym, tylko wykreowanym na potrzeby wirtualnego contentu.

Potrzebna jest również edukacja dla nauczycieli i wychowawców, nie tylko przez pedagogów czy psychologów, ale też medioznawców - osoby, dla których środowisko twórców

³⁹ zob. Aktualny ranking najbardziej poważanych zawodów (2023), <https://swresearch.pl/ranking-zawodow> [5.01.2024].

⁴⁰ A. Łaszyn, E-kryzys. Jak zarządzać Sytuacją Kryzysową w Internecie, Wydawnictwo Message House 2020.

internetowych nie jest jedynie źródłem rozrywki, ale i przedmiotem badań oraz analiz i którzy patrzą na to środowisko przez odpowiednie filtry wartości i antywartości będące podstawą odpowiedzialnego korzystania z dobrodziejstw Sieci.

Czy zatem w przypadku afery Pandora Gate można mówić o upadku autorytetów? Aby móc w pełni odpowiedzieć na to pytanie, zdecydowanie musi upłynąć więcej czasu od początku afery. Na niespełna trzy miesiące po publikacji pierwszego filmu dotyczącego sprawy, jeden z jej negatywnych bohaterów - Michał Boxdel Baron - został przywrócony jako współdziałowiec w federacji FAME MMA. Swoje medialne działania, jak gdyby nigdy nic, prowadzą również pozostali influencerzy - Dubiel, Fąk czy też Chaplin. W przypadku Stuarta Stuu Burtona sytuacja została skierowana na drogę prawną a sam influencer został zatrzymany przez odpowiednie służby. Odpowiadając zatem na pytanie o upadek autorytetów zapewne część internautów nie patrzy już na osoby zamieszcane w sprawę jako na swoich internetowych idoli, jednak nadal istnieje ogromna grupa fanów, którzy są w stanie wybaczyć każdą, nawet tak poważną sytuację. Świadczą o tym ciągle ogromne liczby obserwatorów, komentarzy, polubień czy udostępnień treści tworzonych przez wspomnianych influencerów. Z jednej strony - Internet nie zapomina i nie zapomni o tym, co się stało. Z drugiej jednak ludzkie FOMO nie pozwala na stuprocentowe zabranie zasięgów tym, którzy dostarczają rozrywki i wypełniają wolny czas swoim internetowym contentem.

Bibliografia

- Aktualny ranking najbardziej poważanych zawodów*. 2023. In <https://swresearch.pl/ranking-zawodow> [5.01.2024].
- ARESUNIUK, R. 2024. *Dorastanie - kryzys i powtórna szansa na rozwój*, <http://zs3.stalowawola.szkolnastrona.pl/gim/container/psycholog/dorastanie-last%20-%20Kopia.pdf> [3.01.2024]
- Boxdel - poznajcie prawdę*, https://www.youtube.com/watch?v=KoHOT33uyis&ab_channel=BOXDEL [5.01.2024].
- CHLEWIŃSKI, Z. 1997. *Kryzys autorytetu?* In *Ethos*. R. 10, nr 1=37 (1997), https://dlibra.kul.pl/Content/29677/16_kryzs_autorytetu.pdf s. 167 [03.01.2024]
- DROŻDŻ, M. 2006. *Etyczne orientacje w mediosferze*. Biblos.
- DROŻDŻ, M. 2008. *Medialne autorytety i idole*. In *Biuletyn Edukacji Medialnej*, 1/2008.
- GRZEŚKOWIAK, R. 2023. *“Kochałam się w Stuu. Mógłby i mnie boleśnie wykorzystać”*. *Bolesne rozstanie z idolami*. In <https://lodz.wyborcza.pl/lodz/7,35136,30292803,kochalam-sie-w-stuu-gdyby-wtedy-mial-okazje-by-mnie-wykorzystal.html> [3.01.2023]
- JERZYK, E., WYCZYŃSKI, K. 2014. *Wpływ negatywnej informacji o celebrycie na wizerunek wspieranej marki*. In *Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu* 36.
- Kanał WATAHA – Krulestwo*. 2024. In <https://www.youtube.com/@krulestwo> [4.01.2024]
- Kim jest stuu*. 2024. In <https://zawodyper.pl/kim-jest-stuu/> [4.01.2024]

- Krytykowany popularny youtuber próbuje wrócić do internetu. 2024. In <https://boop.pl/rozrywka/krytykowany-popularny-polski-youtuber-probuje-wrocic-do-interнету-dodajac-dziwne-filmy> [03.01.2024]
- Lexychaplin. 2024. In <https://www.tiktok.com/@lexychaplin/video/7288339963169574177> [5.01.2024]
- LOUIE, T., OBERMILLER, C. 2002. *Consumer response to a firm's endorser (dis)association*. Decisions, Journal of Advertising Vol 31, No. 4.
- ŁASZYN, A. 2020. *E-kryzys. Jak zarządzać Sytuacją Kryzysową w Internecie*. Wydawnictwo Message House.
- MROCZNA PRZESZŁOŚĆ POLSKIEGO YOUTUBA. In https://www.youtube.com/watch?v=V997VX3NIBo&t=3s&ab_channel=Konopsky [4.01.2024]
- MROCZNA TAJEMNICA STUU I YOUTUBERÓW: PANDORA GATE (Boxdel, Dubiel, Fagata). In https://www.youtube.com/watch?v=p21jj8dYM4I&ab_channel=WATAHA-Krulestwo [4.01.2024]
- MURAWSKI, K. 1997. *Czy autorytety w Polsce upadają? Przyczynek do teorii suwerenności*. In Ethos, r. 10, nr 1-37.
- NAJWIĘKSZA AFERA POLSKIEGO YOUTUBA. BLISKO 80 TYS. PUBLIKACJI NA TEMAT „PANDORA GATE” W ZALEDWIE TRZY DNI OD PUBLIKACJI MATERIAŁU. In https://psmm.pl/informacje_prasowe/najwieksza-afere-polskiego-youtuba-blisko-80-tys-publikacji-na-temat-pandora-gate-w-zaledwie-trzy-dni-od-publikacji-materialu/ [5.01.2024].
- Nieznane ofiary PANDORA GATE. In https://www.youtube.com/watch?v=r3qhl12iHKc&t=1s&ab_channel=MarcinDubiel [5.01.2024].
- Pandora Gate. Ciepłucha: Musimy twardo działać. Sprawa dotyczy najmłodszych. In <https://dorzczy.pl/opinie/488784/pandora-gate-cieplucha-zawiadomienie-do-prokuratury.html> [5.01.2024].
- PIÓRKOWSKI, P. 2016. *Idole, pozory, eksperci i celebryci*. Wydawnictwo Witanet.
- POGRĄŻAJĄCE OŚWIADCZENIA INFLUENCERÓW (MARCIN DUBIEL, STUU, NATSU). In https://www.youtube.com/watch?v=kpDfE1Qd7RQ&ab_channel=Konopsky [5.01.2024].
- Prawie 80 tys. publikacji o Pandora Gate, czyli kataklizm wizerunkowy na polskim YouTube. “Kurator dla influencerów pilnie poszukiwany”. In <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/pandora-gate-sylwester-wardega-stuu-boxdel-dubiel-fagata-pedofilia> [5.01.2024].
- PRZYBYLSKI, A. K., MURAYAMA, K., DEHAAN, C. R. 2013. *Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out w: Computers in Human Behavior*, 29(4), C. R., & Gladwell, V.
- Słownik Języka Polskiego PWN. 2023. In *definicja pojęcia: influencer*, <https://sjp.pwn.pl/> [19.12.2023].
- TUZIAK, B. 2022. *Autorytet jako zjawisko społeczne. Wymiar lokalny*. In *Studia Socjologiczne* 2010, 2 (197), <https://journals.pan.pl/Content/90465/mainfile.pdf> [18.01.2022]

Wardęga ogląda odpowiedź Fagaty na dramę ze Stuu oraz oświadczenie FAME. In https://www.youtube.com/watch?v=He8JRVcoeWs&t=16s&ab_channel=ShocIG [5.01.2024].

WASYLEWICZ, M. 2016. *Autorytety medialne – starcie czy wsparcie (?) autorytetów realnych współczesnej młodzieży*, w: *Lubelski rocznik pedagogiczny*, t. XXXV, z. 1 – 2016.

Mgr. Urszula Dyrzcz. Doktorantka Szkoły Doktorskiej oraz wykładowczyni akademicka na UPJPII w Krakowie. Swoją zawodową i naukową ścieżkę wiąże z komunikowaniem promocyjno-wizerunkowym, aksjologią mediów społecznościowych, marketingiem sportu oraz działalnością influencerów i patoinfluencerów. Interesuje ją głównie wpływ social mediów na różne grupy społeczne - począwszy od pokoleń XYZ, a skończywszy na grupach ograniczanych bądź wykluczanych.

Adres kontaktowy:

Wydział Nauk Społecznych

ul. Kanonicza 9/301

31-002 Kraków

urszula.dyrzcz@doktorant.upjp2.edu.pl

Mgr. Joanna Urbaś. Doktorantka Szkoły Doktorskiej oraz wykładowczyni akademicka na UPJPII w Krakowie. Zawodowo związana z marketingiem i public relations w mediach społecznościowych, które to stanowią główny przedmiot jej zainteresowań naukowych. Bada tematykę związaną z aksjologią mediów społecznościowych i komunikowaniem promocyjno-wizerunkowym w social mediach, a szczególnie działalnością influencerów. Interesuje się sferą etyki nowych mediów i oddziaływania twórców internetowych na odbiorców.

Adres kontaktowy:

Wydział Nauk Społecznych

ul. Kanonicza 9/301

31-002 Kraków

joanna.urbas@doktorant.upjp2.edu.pl

Reportérky média veřejné služby pod vlivem krizového zpravodajství

Public service media reporters under the influence of crisis coverage

MICHAELA VETEŠKOVÁ

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Abstrakt: V textu nabízím shrnutí svého kvalitativního výzkumu o dilematech novinářek českých médií veřejné služby při krizovém zpravodajství. Využila jsem metodu zakotvené teorie, abych doložila, že je čas přehodnotit normy, kterými se zpravodajství řídí od poloviny devadesátých let minulého století.

Klíčová slova: čeští novináři, dilemata, krize, péče, profesionální sebepojetí, ženy

Abstract: In the text, I offer a summary of my qualitative research on the dilemmas of female journalists of Czech public service media in crisis reporting. I used grounded theory to argue that it is time to rethink the norms that have governed news reporting since the mid-1990s.

Key words: Czech journalists, dilemma, care, crisis, professional self-concept, women

Pravidla zpravodajství jako dogma?

Držet se nastavených pravidel za každou cenu nebo je vědomě porušovat? A kudy povede další cesta zpravodajství? Tyto otázky v českém mediálním prostoru v plné síle zaznívají během druhé dekády 21. století. Hledání příčin se věnují práce Václava Moravce, Maríny Urbaníkové a Jaromíra Volka, kteří společně v roce 2017 publikovali studii na brněnské Masarykově univerzitě o tom, že česká žurnalistika je v krizi, neboť veřejnost ztrácí důvěru v nezávislost médií a žurnalistů a narůstá i skepse samotných žurnalistů ke směřování zpravodajských médií (Boček 2017).

Kvalitativní výzkum jsem zaměřila na zpravodajky, které se na mediální scéně pohybují od druhé poloviny devadesátých let, a zajímalo mě, jak se jejich postoje proměnily pod vlivem krizového zpravodajství let 2020 až 2023 (pandemie nemoci COVID-19 a válka na Ukrajině), kdy naopak důvěra ve zpravodajství českých médií veřejné služby ze strany veřejnosti výrazně vzrostla (Mediaguru 2022). Pod vlivem poznatků vývojové psycholožky Virginie Held (2006) sleduji, zda právě přístup redaktorek k emočně vypjatým zprávám může signalizovat možnou revizi pojmů „nestrannost, nezávislost, neutralita ke zpracovávané události“, tak jak jej formulují kodexy médií veřejné služby (Kodex České televize 2003; Kodex Českého rozhlasu 2005).

Budování vlastního etického kodexu

Když vývojová psycholožka Carol Gilligan v roce 1982 vydala publikaci *Jiným hlasem*, doložila svými výzkumy poznatek, že dívky a ženy interpretují, reflektují a komentují morální problémy jinak než muži (Gilligan 2001). Z jejich poznatků vyšla teorie filozofky Virginie Held, která svými knihami a přednáškami zpopularizovala na přelomu tisíciletí nový obor morální filozofie – etiku péče. Podle ní Carol Gilligan svými výzkumy ukázala, jak muži a ženy vyrůstající v patriarchálních podmínkách, přemýšlejí o otázkách morálky (Held 2015). Held staví do kontrastu Kantovu teorii morálky, ve které se máme spolehnout na rozum, abychom pochopili, co z kategorického imperativu vyplývá, a že máme jednat v souladu s rozumovou vůlí, nikoli se svými city (Störig 1993). Virginie Held píše o východiscích feministické morální teorie, která zdůrazňuje význam a užitečnost emocí jako je péče a empatie, v morálním životě a morálním chápání lidských bytostí (Held 2015, s. 55).

S pojmem etika péče začala pracovat filozofka Sara Ruddick v osmdesátých letech 20. století a kriticky se postavila proti do té doby převládajícím morálním teoriím, které jsou ve většinové české společnosti stále převládající, což se odráží i v tuzemském mediálním prostředí (Ruddick 1989).

V polovině devadesátých let minulého století Hanno Hardt publikoval text předpovídající konec žurnalistiky tak, jak byla ustálena během 19. století (Hanno 1996). Tehdy se stala nezávislou na oficiálních autoritách, formálně věcnou a informativní a symbolem usilování o svobodu a demokracii. Hardtova studie (1996) varovala, že z dovednosti novinářů se vytrácí umění kritické analýzy i odpovědnost za zpracovávaná témata a začíná převažovat požadavek na technické dovednosti (ibid.).

Ovšem zatímco v devadesátých letech minulého století je styl západoevropského zpravodajství zpochybňován, čeští žurnalisté zažívají po pádu totalitní komunistické moci, euforii (Volek, Urbániková 2017). Po listopadovém převratu a následné proměně společenského systému, se žurnalistou mohl stát prakticky kdokoli, kdo měl zájem být u proměny socialistického Československa v demokratický stát. Podle Moravce (2020) k samotnému formování sociálně odpovědných médií docházelo ve druhé polovině devadesátých let (Moravec 2020). Jednotlivá média veřejné služby si sestavila své vnitřní etické kodexy, a dodnes je povinností pro všechny stále i externí zaměstnance tento kodex při podpisu pracovní smlouvy podepsat a následně dodržovat.

Čtyři zpravodajky v práci

V kvalitativním výzkumu jsem metodou zakotvené teorie (Strauss, Corbin 1999) zpovídala čtyři redaktorky (označené jako Alena, Božena, Cecílie, Dana), které dodržují kodex média veřejné služby. Pružná schopnost adaptace na nové podmínky byla výrazným rysem jejich výpovědí. Vědomě se přizpůsobily emočně náročným podmínkám během krizového zpravodajství a racionalizovaly si důvody, proč překračují pravidla nezávislosti a nestrannosti.

„No prostě se nadechnu, odosobním se co nejvíc.“/Cecílie

Uvedla participantka označená jako Cecílie. Při emočně vypjatých okamžicích kontroluje své chování. I když se jí chtělo při pohledu na mrtvé děti a ženy brečet, plakat si zakázala, vstoupila do role zpravodajky a popisovala, co vidí, a až potom křičela a naříkala. Možnost vstoupit do role zpravodajky jí pomáhala udržet si emoční odstup od citlivé události: *„Jako ženský umíme s těma emocema líp pracovat, tím, že je často projevujeme.“*

S emocemi vědomě pracuje další ze zkoumaných žen označená jako Alena.

„Dělám tak, aby mě to nerozbrečovalo!“/Alena

V období měsíce března a dubna si uvědomovala, že nedodržuje princip objektivnosti a nestrannosti a srovnávala to s obdobím, kdy média referovala o pandemii nemoci COVID-19.

„Virus bereš jako vyšší moc, kdežto v případě útoku Ruska na Ukrajinu je jasné, kdo je agresor, tady je to černé a bílé a mám vztek.“/Alena

V případě války na Ukrajině připouští, že se vědomě přiklonila na jednu stranu ve prospěch podpory Ukrajiny.

Můžu zaujmout aktivní postoj – máme právo na emoce

Analyzovaná data naznačují, že oslovené novinářky proměňují své chování od objektivního nestranného zpracovávání zpráv směrem k osobnímu a do určité míry až angažovanému přístupu a považují to za správné. Racionální morální teorie obvykle odmítají emoce, jako jsou egoistické pocity, které se přičítají univerzálním morálním normám. Etika péče jakožto feministická etika je naopak vůči existujícím tradicím a tradičním společenským ostražitá, protože prakticky všechna jsou patriarchální.

Etika péče si cení emocí a vztahových schopností, díky nimž morálně smýšlející osoby dokážou ve skutečných mezilidských kontextech pochopit, co by bylo nejlepší. Podle Virginie Held od nás etika péče často požaduje, abychom přijali odpovědnost, zatímco liberálně individualistická morálka se zaměřuje na to, jak bychom měli žít každý sám za sebe (Held 2015, s. 32).

„Nejsme roboti, máme právo na emoce“, odpověděla Cecílie na otázku, zda při pořizování reportáží z oddělení s umírajícími pacienty dokázala zachovat odstup.

„Jako to se nedalo, i novinář má srdce, to se prostě nedalo.“/Dana

Srdečná citlivost a vnímavost vůči potřebám druhých je pro participantku označenou jako Danu schůdnějším morálním vodítkem při řešení svých dilemat, která řeší při setkání s lidmi v komplikovaných životních situacích. Její přístup potvrzuje zjištění psycholožky Carol Gilligan (1982). Její výzkum ukazuje protiklad dvou perspektiv, podle kterých

jde vnímat morální problémy a to racionálním přístupem nebo perspektivou péče. Ta se soustředí na starost o lidi a jejich potřeby.

Dana reflektuje, že přístup k pravidlu nestrannosti a objektivitě za každé situace, už nelze zejména v době krizového zpravodajství, dodržet. Sama si buduje vlastní kodex a řídí se svými vnitřními etickými pravidly.

„Některá nařízení byla neproveditelná, prostě oni nám řekli – toč na distanc – ale jak dostat tu tyčku, na jejímž konci je umístěný mikrofon, do auta? Tak já furt řešila, jak narvu tu tyčku do auta, abych mohla točit a poradila jsem si.“/Dana

Roky 2020 až 2023 vnímá pro sebe jako obdobím profesních změn, co pro ni jako novinářku bylo dosud nemyslitelné, myslitelné je, a připouští, že pravidla, kterými se dříve řídila /držet si od události odstup a osobně se do dění nezapojoval/ by měla projít proměnou a více reflektovat člověka – redaktora i člověka, který je předmětem novinářova zájmu.

Bez ohledu na oficiální kodexy v krizových momentech zkoumané ženy postupují podle své osobní morálky, zracionalizují si, co je ještě objektivní a kde je prostor pro emoce a stranění. Jestliže například participantka označená jako Božena dojde k poznání, že pokud nelze pracovní pravidla dodržet, poruší je a je v tom velmi neústupná.

„Zabejčím se a nehnu se!“/Božena

Tímto postupem potvrzují teorii Virginie Held, že emoce jako péče a empatie je užitečná a žádoucí, zvláště v případech, že lidská racionalita přestává zvládat psychicky náročné situace. Ženy se rychle adaptovaly na novou situaci – absence pokynů v kodexu. Racionalita zpravodajek spojovaná s mužstvím ustoupila ženské emoci. Ženy se v pro ně emočně náročné situaci řídily vlastními etickými pravidly, neboť o ty stávající s jejich emocemi nepočítaly, stejně jako kodex nepočítá s pohnutými emocemi zpravodaje, pouze obecně formuluje nutnost odstupů a nestrannosti. *„Nepojedu slepě podle pravidel.“ /Božena*

Z mého explorativního průzkumu vyplývají zjištění, která mohou být východiskem nejen dalšího empirického testování, ale především mohou pokračovat další diskuse o revidici některých východisek tvorby zpravodajství.

Literatura

- GILLIGAN, C. 2001. *Jiným hlasem: o rozdílné psychologii žen a mužů*. Praha: Portál.
- HELD, V. 2015. *Etika péče: osobní, politická a globální*. Přeložil Petr URBAN. Praha: Filosofie. Základní filosofické texty.
- MORAVEC, V. 2020. *Proměny novinářské etiky*. Společnost (Academia). Praha: Academia.
- RUDDICK, S. 1989. *Maternal Thinking: Toward a Politics of Peace*. 1. London: The Women's Press.
- STÖRIG, H. J. 1993. *Malé dějiny filozofie*. Třetí vydání. Přeložil REZEK, P., PETŘÍČEK, M., ŠPRUNK, K. Praha: Zvon, české katolické nakladatelství.

- STRAUSS, A. L., CORBIN, J. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce; Boskovice: Nakladatelství Albert.
- VOLEK, J., URBÁNIKOVÁ, M. 2017. *Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi*. Praha: Academia.

Internetové zdroje:

- BOČEK, J. 2021. *Studie: Důvěra v média je rekordně nízká. Nevěří jim mladí dospělí nebo voliči levice*. In <https://interaktivni.rozhlas.cz/duvera-mediim/www>. [cit. 2023-11-26].
- HANNO, H. 1996. The End of Journalism Media and Newswork in the United States. *Javnost – The Public* [online], 3(3), 21-41. In <https://javnost-thepublic.org/article/pdf/1996/3/2/>. [cit. 2023-11-26].
- Kodex České televize: zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání*. 2003. Online. Praha: Česká televize. ISBN 80-85005-46-8. In <https://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/kodex-ct/pdf/kodex-ct.pdf>. [cit. 2023-11-26].
- Kodex Českého rozhlasu*. 2005. Praha: Český rozhlas. In <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/00730694.pdf>. [cit. 2023-11-26].
- MEDIAGURU. 2022. *V březnu zůstala ČT nejsilnější, rostla Prima a zpravodajské TV*. In <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/04/v-breznu-zustala-ct-nejsilnej-si-rostla-prima-a-zpravodajske-tv/>. [cit. 2023-11-26].
- SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČR Z., S. *Etický kodex*. 1998, 1999. In <https://www.syndikat-novinaru.cz/o-nas/etika/eticky-kodex/>. [cit. 2023-11-26].

Michaela Vetešková je rozhlasovou novinářkou (Český rozhlas – vedoucí redakce kultury), pedagožkou CMTF UP Olomouc na Katedře komunikačních studií, kde vede Rozhlasový ateliér. Je též doktorandkou při Institutu sociálního zdraví na UP Olomouc. K jejím výzkumným zájmům patří sebepojetí žurnalistů.

Michaela.veteskova@rozhlas.cz

Problematika fúzie novinárskej profesie a statusu novinár – celebrita: Analýza diskurzu novinárov spravodajskej televízie TA3 Richarda Dírera a Rastislava Ilieva

The Issue of the Fusion of the Journalistic Profession and the Journalist – Celebrity Status: Analysis of the Discourse of TA3 News Television Journalists Richard Dírer and Rastislav Iliev

MATÚŠ JÁN CAPKO

PREŠOVSKÁ UNIVERZITA V PREŠOVE

Abstrakt: Ludskoprávna otázka práv LGBTI+ (queer) osôb na Slovensku je od útoku na Zámockej ulici v Bratislave z 12. októbra 2022 spájaná s menami zavraždených – Juraja Vankuliča a Matúša Horvátha. Daná problematika sa však v súčasnosti zlučuje aj s menami známych televíznych moderátorov, ktorí oficiálne vyjadrili svoj podporný postoj voči queer komunite. Príklady novinárov televízie TA3 Richarda Dírera a Rastislava Ilieva v rámci živých vstupov v relácii *V politike* poukazujú na prelínanie osobnej a profesionálnej roviny v živote novinára. Ide napr. o coming out (prezradenie sexuálnej orientácie či identity človeka) Rastislava Ilieva z októbra 2022 alebo, v prípade Richarda Dírera, darovanie trička s dúhovým nápisom „pliaga“ predsedovi KDH Milanovi Majerskému zo septembra 2023. Prostredníctvom diskurzívnej analýzy Michela Foucaulta (FDA – Foucauldian Discourse Analysis) chceme analyzovať figurovanie daných špecifických moderátorov v slovenskom mediálnom prostredí a ich kontext. Kvalitatívny výskum má za cieľ objasniť existenciu a zmysel hraníc žurnalistickej neutrality v médiách aj za pomoci výpovedí podmienené populárnych žurnalistických osobností. Úlohou výskumu je upriamiť pozornosť na vytváranie celebrit z radov novinárov a taktiež konfrontovať existenciu syntetických zástupcov queer komunity v slovenskej mediálnej sfére.

Kľúčové slová: novinárska objektivita, celebrity, LGBTI+, queer, Richard Dírer, Rastislav Iliev, TA3

Abstract: The human rights issue of LGBTI+ (queer) people in Slovakia has been associated with the names of the murdered – Juraj Vankulič and Matúš Horváth since the attack on Zámocká Street in Bratislava on October 12, 2022. However, this issue is currently being merged with the names of well-known TV presenters who have officially expressed their support for the queer community. The examples of TA3 TV journalists Richard Dírer and Rastislav Iliev during live entries in the *V politike* program point to the intermingling of personal and professional levels in the life of a journalist. This is, for example, the coming out (disclosure of a person's sexual orientation or identity) of Rastislav Iliev from October 2022 or, in the case of Richard Dírer, the donation of a t-shirt with the rainbow inscription “pliaga” to Milan Majerský, the head of the KDH, from September 2023. Through Michel Foucault's discourse analysis (FDA – Foucauldian Discourse Analysis) we can analyze the figures of given specific presenters in the Slovak media environment and their context. Qualitative research aims to clarify the existence and meaning of the limits of journalistic neu-

trality in the media, also with the help of the statements of conditionally popular journalistic personalities. The task of the research is to draw attention to the creation of celebrities from the ranks of journalists and also to confront the existence of synthetic representatives of the queer community in the Slovak media sphere.

Keywords: journalistic objectivity, celebrities, LGBTI+, queer, Richard Dírera, Rastislav Iliev, TA3

Úvod

Slovenské mediálne prostredie ponúklo v posledných dvoch rokoch epizódy televíznych diskusných relácií s dôrazom na kategórie problematiky ľudských práv a pozíciu ľudských práv v slovenskej politike a mainstreame. Epizódam nasýteným tematickým okruhom LGBTI+ (queer) komunity predchádzala napr. homofóbiou motivovaná vražda Juraja Vankuliča a Matúša Horvátha na Zámockej ulici v Bratislave v októbri 2022. Epizódy boli taktiež obsahovo inšpirované parlamentnými voľbami 2023. Tie regenerovali výraznosť queer tematiky po takmer ročnej odmlke zákonodarcov v zmysle riešenia garancie pomoci a ochrany queer ľudí na Slovensku.

Problematika queer komunity je na Slovensku ešte vždy výrazne kontroverzná a rozdeľuje spoločnosť. Rozpravu o queer komunite sprostredkujú ľudskoprávne organizácie, médiá a mediálne výrazné osobnosti s vlastnou alebo médiami poskytnutou platformou. Komplexný náhľad však umožňujú najmä moderátori televíznych diskusných relácií, ktorí vo svojom médiu ponúkajú priestor na komunikovanie svojich postojov rozličným stranám. Relácia s charakterom štylizovanej televíznej reportáže je podriadená štandardom, ktoré na úkor sebaapresadzovania alebo expresívneho upozorňovania (Labík 2012, s. 38 – 39) v súvislosti s queer tematikou súčasní moderátori nedodržiavajú.

Okrem skúmania dodržiavania žurnalistických (žánrových) zásad a podmienok určitého stupňa objektivity môžeme taktiež konfrontovať prelínanie osobnej a profesionálnej roviny.

V kontexte medializovanej politiky a ľudských práv môžeme hovoriť o tom, že v prípade istých spoločenských problematik môžu mať moderátori diskusných relácií relevantné oprávnenie stierať hranicu medzi verejnou a osobnou rovinou. V tomto zmysle je súkromné/individuálne aj verejné a politické (Friedan 1963, s. 15-16). Do analýzy diskurzu moderátorov vstupujú aj mocenské štruktúry, ktoré determinujú rozpätie možných exponovaných otázok a odpovedí. Ďalším faktorom je i (o)pozícia moderátora ako eferméneho zástupcu tzv. rovnoprávnej spoločnosti, v ktorej sa moc rozptyľuje a plynie z už existujúcich vzťahov na mikroúrovni moci (Buraj 2006, s. 541).

Náš výskum upriamuje pozornosť na redaktorov spravodajskej televízie TA3 – Richarda Dírera (ďalej skratkou RD) a Rastislava Ilieva (RI). Ako moderátori diskusnej relácie V politike reprezentujú okrem pozícií televízie (Labík 2012, s. 38) aj pozície queer ľudí v mainstreame, simultánne ako členovia queer komunity. Práve príslušnosť ku komunite

poskytuje výskumu unikátny náhľad do queer problematiky v poli médií a medializovanej politiky.

Štúdia je zameraná najmä analyticky. Nezaobráame sa teda základnými konštruktmi sexuality, ako to robí napr. Martin Fafejta (2016, s. 24).

Teoretické východiská výskumu

Cieľom výskumu je priblížiť význam a úlohu žurnalistickej neutrality a objektivity prostredníctvom analýzy diskurzu predurčených výskumných subjektov. Neutralitu chápe-me v zmysle proporcionálneho usmerňovania, ľahkého posudzovania a arbitrovania a zároveň ako snahu o nesebapresadzovanie a nedominovanie. Pod objektivitou rozumieme činnosť spojenú s taktom, zmyslom pre spravodlivosť a tiež snahu o vytváranie priaznivých podmienok počas diskusie (Labík 2012, s. 39).

Výskum má klásť dôraz na jav spopularizovania vybraných slovenských žurnalistov, podmieneného spojením s témou queer ľudí.

Predmetom výskumu sú výpovede jednotlivých moderátorov a hostí televíznej diskusnej relácie *V politike*. Jadrom výskumu je analýza výskumného materiálu zloženého z obsahu vybraných epizód televíznej relácie *V politike* s dôrazom na kontextovo významné pôsobenie redaktorov RD a RI. Konkrétne ide o epizódy vhodné pre analýzu diskurzu daných redaktorov. V prípade RD ide o epizódu z 13. 6. 2023, ktorá sa v čase vysielania stala známou témou „dúhovej vlajky“, a epizódu z 10. 9. 2023, v ktorej RD daroval „dúhové tričko“ predsedovi KDĽ Milanovi Majerskému. V prípade RI ide o epizódu zo 16. 10. 2022, v ktorej RI uskutočnil coming out. Súčasťou epizód sú aj súčasní predstavitelia slovenskej politickej scény, ako György Gyimesi, Jana Bittó Cigániková, Milan Majerský či Erik Tomáš.⁴¹

Daný výskumný materiál je audiovizuálneho charakteru. Zároveň je dostupný v online archívoch príslušných médií. Vzhľadom na rozsah príspevku sme analýzy materiálov skrátili do vhodnej podoby bez straty zmyslu.

Vo výskume používame analýzu diskurzu podľa Michela Foucaulta (FDA – Foucauldian Discourse Analysis), ktorá nám umožňuje priblížiť na prvý pohľad latentné štruktúry analyzovaného materiálu. Inými slovami, zvyčajne veci nami hodnotené ako nevýznamné, zanedbateľné, či dokonca neprítomné/neexistujúce sú pre nás naozaj informačne hodnotné a odkrývajú dôležité skutočnosti.

Kladíme si rad otázok, ktoré nás vedú k uvedomeniu si faktu, že analyzované na poli diskurzu nie je tým, čím sa na prvý pohľad zdalo byť (Foucault 1972, s. 43). Napriek neľahkým či absentujúcim definíciám určitých pojmov v rámci FDA (Cingerová, Motyková

⁴¹ Skúmali sme taktiež rozhovory s RD a RI v Denníku N s moderátorkou Monikou Tódovou, v Pravde s moderátorom Zdenom Gárikom a v denníku SME s moderátorkou Zuzanou Kovačič Hanzelovou. Vzhľadom na kapacitu príspevku sme sa rozhodli analýzy do textu nezaraďiť. Ich absencia však nemá vplyv na výsledky analýz, ktoré sú súčasťou príspevku. Zvyšné tri analýzy však môžu byť súčasťou ďalších výskumov, keďže objasnenie pozície moderátora na mediálnej scéne aj v situácii, keď on sám nefiguruje ako kontrolná zložka prebiehajúcej diskusie, je unikátne z hľadiska ďalších diskurzívnych formácií.

2017, s. 37) sa prikláňame k uprednostneniu slobody a vytváraniu vlastných systémov pri používaní FDA (Graham 2005, s. 6). Simultánne však využívame relatívne ohraničený postup analýzy podľa Michala Bočáka (2022, s. 21-22), ktorý nám i vzhľadom na limitovanú kapacitu výskumu pomáha jasnejšie uchopiť analýzu diskurzívnych formácií. Odkláňame sa teda od stupňovaného systematizovania analýzy, aké, podľa nás, vieme pozorovať napr. u Martina Kuscha (1991, s. 69).

Epizóda z 13. 6. 2023 s Richardom Dírerom

Epizóda politickej diskusnej relácie *V politike* z 13. júna 2023 je pre nás význačná pre témou „dúhovej vlajky“ v zmysle širšieho riešenia vešania dúhových vlajok symbolizujúcich podporu queer komunity na štátne/úradné budovy.

Pre potreby výskumu sme izolovali najmä úsek textu, ktorý je na svojom začiatku ohraničený sebaapresadzovaním RD a vlastným vstupom RD do svojho súkromia. Ide o časť epizódy, v ktorej RD označuje seba ako člena queer komunity. Moderátor sa však v tomto prípade stáva aj syntetickým zástupcom danej komunity, pretože vystupuje v hlavnom mediálnom prúde a komunikuje s frekventovane medializovanými politikmi. Nielenže opisuje seba ako člena komunity, ale taktiež hovorí *za* ľudí v komunite, keď pri otázkach namierených na hostí používa prvú osobu plurálu. Súbežne sa dostáva na povrch problematika „členstva“ v queer komunite, ktoré sa na základe výpovedí analyzovaného javí ako automatické. Jednotlivci si členstvo v prípade *neheterosexuálnej* orientácie nevolí. Vymedzením queer komunity sa však vymedzujú i dobrovoľní a nedobrovoľní členovia voči heterosexuálom. Heterosexuáli sa však nesituujú v ohraničených skupinách, pretože ich sexuálna orientácia (sexualita) v kultúre nedeterminuje to, ako ich vníma spoločnosť a legislatíva.

RD sa pýta Györgyho Gyimesiho na jeho negatívny postoj voči queer komunite. RD pritom explicitne poukáže na to, že v danom momente nosí „gej tričko“, ktoré si obliekol práve kvôli Gyimesimu. Ten automaticky odpovie, že nemá problém so spomínanou komunitou, a argumentuje, že je proti vešaniu dúhových vlajok na štátne budovy z princípu a vzhľadom na zákony. Gyimesi pokračuje vyjadrením podpory párom rovnakého pohlavia a pozitívnym prístupom k podpore príslušného návrhu zákona. RD spochybňuje Gyimesiho postoj, keď spomenie, že sám Gyimesi môže takýto návrh zákona predostrieť. Gyimesi sa snaží dištancovať od témy a odvoláva sa na Ústavu SR v súvislosti s právami párov rovnakého pohlavia. Tematiku queer komunity zredukuje na „ideológiu“. Obsah jeho výpovede sa vracia k prvotnej téme o vlajkách na štátnych budovách. Gyimesi povie, že „počas diskusie nepadol jediný argument o podpore vešania queer vlajok na štátne budovy“. Vzápätí nato zodvihne Jana Bittó Cigániková červenú cedulku s nápisom KLAMSTVO. Bittó Cigániková sa hlási k slovu, keď diskusiu ďalej rozvíja RD, a hovorí o Gyimesiho spolupráci s homofóbnymi politikmi. Politická dostane slovo a povie, že sa z toho teší. Jej verbálna i neverbálna komunikácia je emocionálne zafarbená (napr. preexponované mimické výrazy) s dôrazom na podporu queer komunity.

Bittó Cigániková vysvetľuje podstatu dúhovej vlajky Gyimesimu a správnosť svojich tvrdení sa snaží overovať u RD. Pokračuje tým, že poukáže na Gyimesiho pokrytectvo v prípade uprednostňovania maďarskej vlajky pred slovenskou aj prostredníctvom vizuálneho sprievodného materiálu (plagáty). Gyimesi výrazne odmieta spájať/porovnávať národnostné a sexuálne menšiny. Do diskusie sa zapojí Ladislav Kamenický, ktorý sa odkloní od predošlých tém a poukáže na svoj predpoklad, že sa v rámci diskusie bude hovoriť o problémoch „Slovákov“. Bittó Cigániková napokon poukáže na dôležitosť existencie takýchto debát. RD nakoniec adresuje Gyimesimu poznámku, že sa „poteší, ak príde s nejakým návrhom, ktorý ich komunite zlepší život“.

V danej epizóde relácie vystupujú dva subjekty, ktoré neskrývane podporujú queer komunitu (RD a Bittó Cigániková), a dva subjekty s opačným postojom (Gyimesi a Kamenický). Objekty nášho výskumu sa v danom kontexte objavujú v prostredí tvorenom spravodajskou televíziou TA3. S manifestáciou objektov sa spájajú i aktuálne udalosti (dúhovej vlajky na štátnych budovách, diskriminácia queer komunity) a organizačné nastavenie relácie moderátorom (RD).

Výsadu hovoriť o tematickom okruhu queer komunity má RD. Dominantné postavenie RD v tomto zmysle však ukrýva prívlastok syntetického zástupcu komunity. Nikto formálne neurčil RD ako zástupcu queer ľudí, predsa ním však je. V priestore s tromi politikmi je pozícia RD posilnená hneď dvakrát, a to postavením moderátora v diskusii a zastupovaním skupiny ľudí, o ktorej sa v diskusii hovorí. Celkové postavenie RD vysvetľujú výpovede Bittó Cigánikovej, ktorá prostredníctvom verbálnych/neverbálnych prejavov a svojho konania hľadá podporu u RD ako zdroja legitimacy vždy, keď hovorí o queer ľuďoch.

Nielen pri výpovediach Gyimesiho alebo Kamenického pozorujeme ukryté skutočnosti, a teda to, že v rámci daného diskurzu dochádza k eliminácii pestrosti sexuality. Existuje v ňom jasné ohraničenie sexuálnych orientácií a identít: „my a oni“. Sexualita a rôznorodosť identít podľa skúmaných výpovedí patria len queer osobám. Dochádza k vzniku exkluzivity objektu analýzy, konštruje sa absencia sexuality heterosexuálnych osôb, pričom do sexuality v danom zmysle zahrňame i identitu osoby (aj jej život). RD ako syntetický zástupca queer komunity prostredníctvom svojich výpovedí neodmieta normalizáciu spomínaného prístupu k sexualite. RD však takto maximalizuje separáciu queer ľudí od zvyšku Slovákov. Podobne k tomu pristupuje aj Gyimesi, pričom on, Bittó Cigániková aj RD figurujú ako zástancovia jasného vymedzenia queer komunity voči heterosexuálnemu zvyšku spoločnosti. Bittó Cigániková a RD zároveň aplikujú komunikáciu založenú na princípe nepriechodnej membrány informácií o queer komunite. Hovorí sa „čo“, ale nie „prečo“. V prípade, že sa povie „prečo“ (rovnosť medzi ľuďmi bez ohľadu na sexuálnu orientáciu), zástancovia danej komunity sa držia na povrchovej úrovni informačného balíčka o komunite (problém sa týka jednej skupiny, queer osôb, ale druhej, heterosexuálov, nie). V priebehu epizódy sa dostávame do fázy, v ktorej sa hovorí o porovnávaní sexuálnych a národnostných menšín.

Zisťujeme, že v rámci diskurzívnej formácie nie je možné prisúdiť sexuálnym menšinám úroveň dôležitosti národnostných/jazykových menšín kvôli tomu, že sexualita v zmysle rôznorodosti sexuálnych orientácií a identít v slovenskom prostredí na základe

diskurzívnej formácie jednoducho neexistuje. Inými slovami, jedinci uprednostňujúci heterosexuálne normy ani aktívne neuvažujú nad svojou heterosexuálnosťou, pretože ju nemajú voči čomu vymedziť.

Podľa Pauly Jójárt sa situácia pre osoby z queer komunity od čias pádu komunizmu okrem novelizácie odstraňujúcej vekový rozdiel v trestnosti homosexuálnych a heterosexuálnych stykov nezmenila k lepšiemu. Jójárt označuje stavanie cirkevných hodnôt nad hodnoty občianskej spoločnosti ako primárneho činiteľa nepriaznivej situácie queer osôb na Slovensku. Autorka hovorí o súvisiacom verejnom zatracovaní akýchkoľvek alternatív tradičného životného štýlu (2002, s. 120). Takýto spôsob uvažovania pozorujeme napr. pri Gyimesim, pre ktorého majú národnostné menšiny väčší význam ako sexuálne. Jazyk je v zmysle zatiernenia či akejsi absencie vnímania sexuálnej orientácie u heterosexuálnych ľudí očividný a „uchopiteľný“, kým (napr.) homosexualita zostáva kontroverzná a spájaná s čímsi neprirodzeným. Je prítomné systematické vytesňovanie pomenovania dominujúceho (heterosexuality/heterosexuálnych osôb) z reprezentácie – exnominácia (Bočák 2023, s. 50).

Ako by však diskusia vyzerala v prípade, že by miesto RD zaujal iný redaktor/ka? Ako by diskusia vyzerala, keby v úlohe RD vystupoval niekto, kto o sebe nehovorí ako o členovi queer komunity? Môžeme uvažovať o tom, že bez prekročenia žurnalistických zásad RD by diskusia trpela utlmením kľúčových otázok o queer komunitu? Môžeme povedať, že za predpokladu, že práva queer komunity sú ľudské práva, v prípade absencie patričného konania politikov bolo od RD korektné prekročiť hranice osobnej a profesionálnej roviny?

Diskurzívna formácia z perspektívy rodovej rovnosti či zastúpenia (syntetických) zástupkyň queer ľudí značí nevyrovnanosť. V epizóde relácie je prítomný syntetický zástupca queer komunity – muž, dvaja mužskí politici a jedna ženská politička –, pričom jediná ženská politička je podporovateľkou, no nie členkou/zástupkyňou komunity. Zmenil by sa celkový text v prípade, ak by bol prítomný heterosexuálny politik – muž podporujúci queer komunitu? A čo v prípade, že by moderátor nebol členom komunity? Vychádzajme z predpokladu o stereotypnom zmýšľaní ľudí v slovenskom prostredí, ktoré značí, že ženy sú emocionálne a nestabilné a gejojia verejne prezentujúci svoju homosexualitu, vrátane života v gejskej komunite, nemajú patričnú relevanciu. V epizóde absentujú lesby či iní špecifickí zástupcovia queer komunity (transrodové, intersexuálne osoby a i.). Analyzovaný text tak evokuje mizogýniu a fenomén ambivalentného sexizmu v prípade gejov a mužských členov queer komunity (Blumell, Rodriguez 2019, s. 210).

Diskusia by mohla mať celkom iné reťazenie výpovedí v prípade, že dvoch odporcov queer tematiky zastúpia dvaja politici názorovo a programovo bližší k Bittó Cigánikovej. Jednotlivé výpovede nespolupracujú a vytvárajú nejasný obraz o queer ľuďoch na Slovensku.

Epizóda z 10. 9. 2023 s Richardom Dírerom

Epizóda *V politike* z 10. septembra 2023 je pre nás význačná pre tému „dúhové tričko“, ktoré RD vo vysielaní daroval predsedovi Kresťanskodemokratického hnutia (KDH) Milanovi Majerskému.

Analyzovali sme text na začiatku epizódy relácie, keď RD venoval expresívny prejav Majerskému ako reakciu na vyjadrenie predsedu KDH. Majerský v relácii *Na telo* v TV Markíza z 3. 9. 2023 prirovnal queer k pliaže. Úvodný prejav RD obsahoval aj rétorické otázky o tom, či sa má RD podľa Majerského presunúť do „táborov smrti“. Fráza RD má evokovať prístup nacistického režimu k ľuďom inej ako heterosexuálnej orientácie. Už na úvod si RD dovoľí byť osobný a figuruje ako syntetický zástupca queer komunity. Majerský opravuje RD a vyjadruje sa, že v spojení s „LGBT“ nemal v úmysle hovoriť o ľuďoch, ale o ideológii. V zmysle výpovedí Majerského sa otázka sexuality transformuje na niečo abstraktnejšie, nápad, myšlienku (alebo ideológiu). Skutočné sa mení na takmer nejestvujúce.

Majerský pokračuje v obhajobe svojich vyjadrení spájaním reality a fabulácie. Sexualite prisudzuje prvky nebezpečenstva. Nejestvujúce sa na základe výpovedí Majerského opäť stáva reálnym, ale viditeľným iba vtedy, keď ide o niečo negatívne či človeka ohrozujúce. Sexualita na základe doterajších výpovedí existuje v akomsi limbe. Vieme o nej hovoriť, ale nevieme ju presne opísať alebo zaradiť. Majerský v rámci textu pomocou výpovedí zdôrazňuje, že akékoľvek prejavy sexuality sú správne iba vtedy, ak sú v súlade s heteronormatívnym vnímaným reality. Majerský taktiež používa slová ako „LGBT“, „ideológia“ a „progressívny“ synonymicky.

RD preruší Majerského počas diskusie o téme „indoktrinácie detí“ potom, čo Majerský kritizuje „nútenie detí prezliekať sa za druhé pohlavie“. RD spomenie „indoktrináciu“ v inej škole, tentoraz v spojení s katolíckou vierou. Majerský odmieta vyjadrovať sa na túto tému bližšie, pretože „k nej nemá fakty“. RD poukazuje na skutočnosť, že predseda KDH, kresťanskej politickej strany, prinajmenšom má (podľa Majerského) dostatok informácií a záujem rozprávať sa o témach queer komunity, ale nie o témach, ktoré fungujú ako stavebný kameň politiky KDH. Napriek svojej odlišnosti sú si predstavitelia (zástupcovia) queer komunity a kresťanskej komunity v epizóde podobní, a to vďaka svojej extraordinárnosti pri vymedzovaní sa voči časťam spoločnosti, ktoré do príslušnej skupiny nepatria. Medzi RD a Majerským teda badáme znaky compatibility. Obe strany majú akýsi monopol na reprezentáciu jednotlivcov a súčasne sa navzájom vymedzujú.

RD ďalej prirovnáva diskrimináciu queer ľudí k nerovným právam žien v minulosti. Opätovne prechádza do osobnej roviny a pýta sa Majerského, prečo „obmedzuje jeho práva“ ako člena queer komunity, tentoraz v prvej osobe jednotného čísla. Objavujú sa výpovede patriace do iných diskurzívnych formácií, konkrétne tie súvisiace s právami žien. Majerský povie, že on a jeho strana nemajú záujem „liezť ľuďom do spálni“. Prečo Majerský nepoužil inú výpoveď? Fráza predostiera myšlienku, že čokoľvek súvisiace so sexualitou sa musí nutne týkať sexu v zmysle pohlavnej aktivity, teda čokoľvek queer je sexuálne a nadväzuje na sex.

RD sa opýta Majerského, prečo nemôže mať rovnaké práva a možnosti v úradnom styku ako heterosexuálne páry. Majerskému pritom adresuje poznámku v druhej osobe množného čísla. Opäť pozorujeme rozdelenie ľudí na „nás a ostatných“. Majerský hovorí, že KDH chce pomáhať všetkým ľuďom na Slovensku. RD ukončuje diskusiu darovaním dúhového trička s nápisom „pliaga“ Majerskému so slovami, že si má Majerský vyskúšať, aké je to byť queer človekom na Slovensku.

Prítomný Robert Kaliňák ako druhý hosť bol z diskusie neformálne vynechaný. Diskurzívna formácia z perspektívy rodovej rovnosti či zastúpenia (syntetických) zástupkyň queer ľudí značí nevyrovnanosť. V epizóde relácie je prítomný syntetický zástupca queer komunity – muž, a dvaja mužskí politici, pričom jeden z nich zostáva pasívnym účastníkom. V epizóde nachádzame absenciu heterosexuálnych žien, lesbiem či iných špecifických zástupcov queer komunity.

Epizóda zo 16. 10. 2022 s Rastislavom Ilievom

Epizódu *V politike* zo 16. októbra 2022 sme si vybrali aj vzhľadom na jej obsah a kontext súvisiaci s vraždou Juraja Vankuliča a Matúša Horvátha z 12. októbra 2022.

RI otvorí diskusiu príhovorom k divákovi, v ktorom urobí nepriamy coming out (odhalenie svojej príslušnosti ku queer komunite). Hovorí o vražde J. Vankuliča a M. Horvátha, kritizuje a vyzýva divákov a politikov v zmysle podpory queer komunity. Už na začiatku diskusie sa RI vymedzí ako ten, kto je o objekte oprávnený hovoriť a vymedziť ho. RI vedie príhovor v prvej osobe množného čísla a stáva sa syntetickým zástupcom queer komunity.

Môžeme pozorovať vizuálne označovanie príslušnosti jednotlivých účastníkov diskusie. RI má na hrudi pripnutú dúhovú stužku, ktorá symbolizuje aktívnu podporu queer komunity aj vzhľadom na nedávne udalosti. Stužka RI je pomerne minimalistická, no viditeľná. Zároveň je otázne, či by bolo v prípade vyjadrení a vystupovania RI vôbec potrebné takúto stužku mať. RI však nosením stužky maximalizuje svoj dôraz na dôležitosť témy diskriminácie queer ľudí. Na póle sympatií voči queer sa nachádza aj Bittó Cigániková, ktorá nosí nápadnú dúhovú vlajku veľkých rozmerov a je v nej obalená. Z vizuálneho hľadiska púta viac pozornosti ako RI. Syntetický zástupca a člen queer komunity je so svojím vizuálom menej „príslušný“ než Bittó Cigániková. Na povrch sa vynára otázka, prečo Bittó Cigániková zvolila ako spôsob prezentácie sympatií práve nápadný symbol, ale nie iné spôsoby? Je možné, že by sa v prípade kopírovania vizuálu RI stala Bittó Cigániková miernejšie a objektívnejšie vystupujúcou političkou? Zvyšní hostia, György Gyimesi a Erik Tomáš, sú oblečení štandardne v tmavých oblekoch bez akéhokoľvek viditeľného symbolu podpory queer komunity, a to za vedomia, že diskusia žije ako reakcia na homofóbne motivovanú vraždu dvoch Slovákov.

Môžeme predpokladať, že symboly podpory by v prípade Gyimesiho a Tomáša znamenali stratu voličov. To však vedie k oscilovaniu existencie sexuality ako univerzálneho javu: kmitá medzi jestvujúcim a nejestvujúcim, teda niečím, čo podľa diskurzívnej formácie nachádzame iba u členov queer komunity. Sexualita a sexuálna orientácia (ako niečo iné, odlišné) nepatria „normálnym“, heterosexuálnym mužom a ženám, pre ktorých už len prívlastok „heterosexuálny/a“ stráca význam, keďže sa stáva štandardom. Gyimesi a Tomáš zvyrazňujú prechod sexuality do sféry neexistujúceho, abstraktného, keď homofóbne motivovanú vraždu (ktorá bola klasifikovaná ako teroristický útok) redukujú na vraždu bez motivácie úzko blízkej tematike queer. Afilácia motivácie vraždy sa v danej formácii transformuje na akýsi priechod medzi sférami existencie a neexistencie sexuality, ktorý sa Gyimesi a Tomáš snažia uzatvoriť, kým sa sexualita nachádza vo sfére nejest-

vovania (Foucault 1978, s. 51). Gyimesi zlučuje tematiku queer s témami národnostných menšín a etnicitou či „rasovou príslušnosťou“.

V epizóde relácie je prítomný syntetický zástupca queer komunity – muž, dvaja mužskí politici a jedna ženská politička, pričom jediná ženská politička je podporovateľkou, no nie členkou/zástupkyňou komunity. V epizóde absentujú lesby či iní špecifickí zástupcovia queer komunity.

Bittó Cigániková zaujme úlohu „zodpovedného politika“ a „zmierovateľa“. Pripomína Gyimesimu a Tomášovi, že oni všetci ako politici sú zodpovední za to, že queer komunita zostáva na Slovensku diskriminovaná. Preberá zodpovednosť za nedávne udalosti. Taktiež priamo borí diferenciáciu „my“ a „oni“ a zlučuje všetkých ľudí, vrátane queer ľudí, do množiny „my“. Bittó Cigániková zároveň predostrie vzťah komplementárnosti a kompatibility s rovnosťou a právami žien. Gyimesi konfrontuje Bittó Cigánikovú pomocou argumentov vychádzajúcich z jej osobného života. Gyimesi poukazuje na nestabilitu, nekompetentnosť a emocionalitu Bittó Cigánikovej. Sú prítomné náznaky vyhradzovania sa voči Bittó Cigánikovej ako „žene“ (XXXX emóc – stereo). Bol by prístup Gyimesiho ku kritickému politikovi – mužovi rovnaký?

RI v priebehu epizódy zrealizuje priamy coming out, teda prihlási sa ku queer komunite a vyzve ďalších známych ľudí, aby urobili to isté. Režazením výpovedí a načasovaním niektorých z nich, najmä zo strany RI, pôsobí diskusia ako striktné štruktúrovaná, bez možnosti odbočenia od predmetu rozpravy. Gyimesi, Tomáš a technicky aj Bittó Cigániková sa nachádzajú v určitej forme tematickej, argumentačnej a morálnej pasce „nastraženej“ dominantnému moderátorovi. Diskusia teda pôsobí umelo, pretože sa mení na spytovanie svedomia politikov s nesúhlasným postojom voči queer komunite. Opäť však do diskurzívnej formácie vstupuje problematika zlučovania osobného a politického. Problém, ktorý nemá meno – podobne ako v súvislosti s právami žien v minulosti a dnes (Friedan 1963, s. 32).

Subjektívny postoj a maximalizovanie osobného v prípade RI graduje, a to v časti textu, v ktorej naznačí odkrytie afiliácie súčasných politikov ku queer komunite. Bittó Cigániková zaujme defenzívnu rolu a pripomína RI dôležitosť slobodného rozhodnutia odkryť svoju identitu verejnosti. Je možné, že by v prípade nahradenia Bittó Cigánikovej iným politikom/političkou spolupráca s RI v texte znamenala odkrytie identít politikov? RI sa v danom zmysle stáva hegemonom objektu nášho skúmania, reprezentantom queer komunity s mocou odkryť jej členov.

V pozadí textu sa črtajú frakcie society: ľudia proti queer; queer ľudia; queer ľudia s identitou v utajení; queer ľudia v parlamente s identitou v utajení. Na prvý pohľad spriatelene frakcie môžu mať podľa výpovedí RI antagonický vzťah. Bittó Cigániková legitimizuje prekročenie žurnalistických štandardov RI preto, lebo je členom queer komunity. Pripisuje RI oprávnenie objekt vymedziť.

Záver

Je osobné skutočne politické? Odvíjajme sa od reprodukovania myšlienky Carol Hanischovej Jacqui Dillonom, ktorý spomína, že to, čo sa môže zdať byť osobné, môže v skutočnosti mať širší spoločenský a politický kontext (Dillon 2011, s. 141).

Moderátori RD a RI sa spôsobom fúzie pozície televízneho moderátora a syntetického zástupcu queer komunity stávajú určitou verziou celebrity. Moderátori sú v porovnaní s politikmi nedemokraticky, nedobrovoľne a neformálne „zvolení“ zástupcovia ľudí, pričom pozorujeme, že reprezentácia vytvára „reprezentačný efekt“ realizmu (Barker 2006, s. 172). Objekt zostáva byť zastupovaný/reprezentovaný znakom (Bočák 2023, s. 19).

Môžeme tvrdiť, že moderátori RD a RI čiastočne alebo úplne obetujú žurnalistické zásady spojené s objektivitou a neosobnosťou, aby presadili problém, ktorý nezaznamenávame len u jednotlivca – je prepojený s väčšou časťou society (Wright Mills 2000, s. 5). V diskurze napr. dominujú muži a nečlenovia queer komunity. Sexualita osciluje medzi sférami jestvovania a nejestvovania. Do popredia sa pri tom dostáva definícia sexuality ako spoločenského konštruktú (Foucault 1978, s. 5). V niektorých diskurzívnych formáciách si diskurz ako špecifickú formu vedenia (Lapčík 2009, s. 104) privlastňujú atypické subjekty (Majerský ako „správca ľudských hodnôt a morálky“).

Dynamickosť diskusie žije na úkor snahy o konsenzus v zmysle objektu. Jednotliví hostia a moderátori stelesňujú pozíciu, ktorú im určuje diskurz. Zjednodušene: RD = gej moderátor, RI = gej moderátor, Bittó Cigániková = žena, liberálka a podporovateľka queer komunity, Gyimesi = konzervatívec, zástanca maďarskej národnostnej menšiny, Tomáš = konzervatívec, Majerský = kresťan, konzervatívec...

Vzťahy medzi konkrétnymi výpoveďami v analyzovaných diskurzívnych formáciách determinuje práve takéto zjednodušenie. Taktiež treba mať na vedomí, že extradiskurzívne faktory ovplyvňujú formovanie diskurzov (Vezovnik 2009 s. 54). Ide teda o vplyv inštitúcií či politických udalostí (Foucault 1972, s. 157). Hovoríme napr. o normách a legislatíve, o postupnej verejnej adaptácii sa (politikov) na situáciu po vražde Juraja Vankuliča a Matúša Horvátha alebo na medializovanú politiku.

Tento príspevok má slúžiť ako predloha či inšpirácia pre ďalšiu výskumnú činnosť so zameraním na úlohu a povinnosti moderátora v médiách, na médiá, sexualitu, reprezentáciu a identitu.

Literatúra

- BARKER, C. 2006. *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál.
- BLUMELL, L., RODRIGUEZ, N.S. 2020. Ambivalent Sexism and Gay Men in the US and UK. *Sexuality & Culture*, roč. 24, s. 209 – 229.
- BOČÁK, M. 2022. *Východiská a metódy analýzy diskurzu*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.
- BOČÁK, M. 2023. *Od znaku k diskurzu (2. diel – problémy reprezentácie)*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.
- BURAJ, I. 2006. Michel Foucault a jeho netradičné chápanie moci (K nedožitým semdesiatinám jedného z najvýznamnejších francúzskych filozofov 20. storočia). *Filozofia*, roč. 61, č. 7, s. 533 – 546.
- CINGEROVÁ, N., MOTYKOVÁ, K. 2017. *Úvod do diskurznej analýzy*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave.

- DILLON, J. 2011. The Personal is The Political. In RAPLEY, M., MONCRIEFF, J., DILLON, J. (eds). *De-Medicalizing Misery*. Londýn: Palgrave Macmillan, s. 141 – 157.
- FAFEJTA, M. 2016. *Sexualita a sexuální identita: Sociální povaha přirozenosti*. Praha: Portál.
- FOUCAULT, M. 1972. *The Archeology of Knowledge*. New York: Pantheon.
- FOUCAULT, M. 1978. *The History of Sexuality I*. New York: Pantheon Books.
- FRIEDAN, B. 1963. *The Feminine Mystique*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- GRAHAM, L. J. 2005. Discourse Analysis and the Critical Use of Foucault. *Australian Association of Research in Education Annual Conference*, s. 1 – 15.
- JÓJÁRT, P. 2002. Gejské, lesbické a bisexuálne hnutie. In ONDRISOVÁ, S. a kol. (eds.). *Neviditeľná menšina: Čo (ne)vieme o sexuálnej orientácii*. Bratislava: Nadácia Občan a demokracia, s. 116 – 123.
- KUSCH, M. 1991. *Foucault's Strata and Fields An Investigation into Archaeological and Genealogical Science Studies*. Dordrecht: Springer Dordrecht.
- LABÍK, L. 2012. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch*. Bratislava: Vysoká škola múzických umení v Bratislave.
- LAPČÍK, M. 2009. Diskurs jako téma diskursu: o diskursu bez Habermase i bez Foucaulta? In *Kultura – médiá – komunikace*, Sv. I, s. 93 – 116.
- VEZOVNIK, A. 2009. *Diskurz*. Lubľana: Založba FDV – Univerzita v Lubľane.
- WRIGHT MILLS, C. 2000. *The Sociological Imagination*. Oxford: Oxford University Press.

Mgr. Matúš Ján Capko (nar. 1998 v Martine) po ukončení magisterského štúdia na FF KU v Ružomberku (2023) pôsobí ako doktorand na Inštitúte slovakistiky a mediálnych štúdií FF PU v Prešove. Zameriava sa na skúmanie sexuality v slovenskom mediálnom prostredí, na mediálnu výchovu a digitálne hry.

Kontaktná adresa:
Filozofická fakulta PU v Prešove
17. novembra 6600/1
080 01 Prešov

matusjan.capko@smail.unipo.sk

Z výslnia do zatratenia: Hana Ponická

From the limelight to damnation: Hana Ponicka

MÁRIA STANKOVÁ

UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE

Abstrakt: Mediálny záujem o osobnosti kultúrneho života nie je záležitosťou len liberálnej demokracie: aj v predchádzajúcom režime na našom území masové médiá – prostriedky masovej informácie a propagandy – určovali trendy a vytvárali či ničili celebrity. Azda najvhodnejšie príklady mediálneho lynču dovtedy známych osobností poskytujú udalosti z obdobia normalizácie. V predkladanej štúdii sa pozornosť sústreďuje na Hanu Ponickú ako reprezentantku slovenského disentu, ktorá sa v roku 1977 stala zo známej novinárky, prekladateľky a spisovateľky *personou non grata*. Štúdia približuje mediálnu kampaň voči Ponickej (aj v kontexte kampane proti Charte 77), jej vnímanie postihov a stanoviská „moci“, ktoré v tomto prípade zastupuje najmä Zväz slovenských spisovateľov, Štátna bezpečnosť a Ministerstvo vnútra SSR. Predkladaný text vychádza najmä z lingvistickej a semiotickej analýzy a sémanticko-pragmatickej interpretácie skúmaných prameňov. Cieľom textu je ukázať, ako masové médiá v normalizovanom Československu premenili Ponickú na outsiderku slovenskej kultúry na strane jednej a na uznávanú disidentku na strane druhej.

Kľúčové slová: Hana Ponická, Charta 77, *Lukavické zápisky*, 1977, slovenská literatúra, normalizácia, celebrita

Abstract: Media interest in the personalities of cultural life is not only a matter of liberal democracy, even in the previous regime in our territory, the mass media – means of mass information and propaganda – determined trends and created or destroyed celebrities. Perhaps the most appropriate examples of media lynching of previously known and respected personalities are provided by events from the period of normalization. In the presented study, the focus is on Hana Ponická as a representative of Slovak dissent, who in 1977 became *persona non grata* from a recognized journalist, translator, and writer. The study will focus on the media campaign against Ponická (also in the context of the campaign against Charter 77), her perception of punishments and the positions of the “powers”, which in this case are mainly represented by the Union of Slovak Writers, State Security and the Ministry of the Interior of the SSR. The presented text is mainly based on linguistic and semiotic analysis and semantic-pragmatic interpretation of the researched sources. The aim of the text is to show how the mass media in normalized Czechoslovakia turned Ponická into an outsider of Slovak culture on the one hand and into a recognized dissident on the other.

Keywords: Hana Ponická, Charter 77, *Lukavické zápisky*, 1977, Slovak literature, normalization, celebrity

Úvod

Spisovateľka, prekladateľka a publicistka⁴² Hana Ponická od 70. rokov minulého storočia žila v obci Lukavica, kde sa venovala najmä literárnej tvorbe. Od roku 1972 pôsobila v slobodnom povolani. V predkladanom texte priblížim udalosti roku 1977 na pozadí dostupných zdrojov – mediálnych textov, administratívnych textov a s využitím Ponickej biografickej prózy *Lukavické zápisky*. V roku 1977⁴³ totiž režim a masové médiá urobili z Ponickej – uznávanej prekladateľky a spisovateľky – iného človeka: Ponickú – zatracovanú osobu z periferie slovenskej literatúry. Ponickej prípad je o to zaujímavejší, že ona sama pôsobila vo významných masových médiách svojej doby, naposledy vo víkendovej prílohe denníka *Smena* s názvom *Smena na nedeľu*⁴⁴.

Masová informácia a propaganda

Než sa zameriame na konkrétny prípad Hany Ponickej, zamyslime sa krátko nad úlohou masových médií v (z)normalizovanej Československej socialistickej republike, keď tlač fungovala „ako kolektívny agitátor, propagandista a organizátor“ (Jacz 1978, s. 112). Prvú indíciu o funkcii tlače, rozhlasu a televízie ponúka už vtedajšie pomenovanie masových médií – prostriedky masovej informácie a propagandy. Masovosť v chápaní marxizmu a leninizmu mala okrem významu, v akom toto slovo chápeme dnes, aj iný rozmer – masy sa mali zúčastňovať na vytváraní informácií, mali byť pendantom k profesionálnym novinárom⁴⁵. Podľa „leninského chápania straníckosti tlače, a dnes to platí aj o rozhlase a televízii, ktorá nie je iba pre robotníkov, ale je tlačou robotníckou, tlačou ich samotných, vyplýva úsilie súčasného socialistického žurnalizmu dbať o to, aby ‚objekt‘ — čitateľ, televízny divák, rozhlasový poslucháč sa stal subjektom — aktívnym spoluvorcom žurnalistiky“ (Marko 1979, s. 59). Prakticky to dobre vidno v kampani proti Charte 77, v rámci ktorej boli najmä v *Rudom práve* uverejňované množstvá textov od členov pracujúceho ľudu, v ktorých hanili buď chartu ako celok, alebo jej konkrétnych aktérov. Upozornil na to napríklad vo svojej rigorózne práci aj český novinár Jakub Železný: „Na strane 6 prináša *Tribuna* pod súhrnným názvom *Dopisy, názory, polemika odsudky Charty 77 od čtenářů týdeníku. Mají samostatné nadpisy, které přesně odpovídají lexikologii tehdejších oficiálních komunikátů, takže se dá předpokládat, že se jedná o ‚dopisy pracujících‘, k nimž redakce Tribuny přimyslela odpovídající titulky. Jedná se o příspěvek Boženy Musilové z Prahy 7*

⁴² Viac o Ponickej publicistickej činnosti pozri: Stanková 2022, s. 90 – 100.

⁴³ Viac o udalostiach roku 1977 v Ponickej živote: Stanková 2023, s. 63 – 73.

⁴⁴ Novinár Slavo Kalný zhodnotil význam tejto víkendovej prílohy vo svojich spomienkach: „silné zázemie mala *Smena na nedeľu*, kde zrelými úvahami dávali o sebe vedieť Ponická, Hykisch, Ťažký, Tatarka...“ (Kalný 2011, s. 195)

⁴⁵ „jeden zo základných atribútov socialistickej tlače — leninský a gottwaldovský princíp masovosti a ľudovosti prostriedkov masovej informácie a propagandy. Opierajúc sa o skúsenosti našej komunistickej tlače a o najrozmanitejšie formy masovopolitickej práce sovietskych redakcií, chápe pojem ‚masovosť žurnalistiky‘ nielen v zmysle masovej publicity, ale aj masovej spoluúčasti na jej tvorbe.“ (Jacz 1978, s. 115)

(pod titulom *Politíči kejklíři*), Josefa Barty z Brna (*Za koho mluví*) a Josefa Málka z Prahy 8 (*Ukázali pravou tvář*)“ (Železný 2011, s. 52).

Pri označení „prostriedky masovej informácie a propagandy“ netreba zabúdať ani na jeho posledné slovo. Vnímanie propagandy v danom období možno charakterizovať pomocou slov novinovedca Ľudovíta Jacza, podľa ktorého mala propaganda za úlohu „*dosiahnuť zmeny v myslení a postojoch adresátov, podnecovať ich myšlienkovú a pracovnú aktivitu v spoločensky želateľnom smere*“ (1978, s. 169). Princípy propagandy a cenzúry poznala pochopiteľne i Hana Ponická – dlhoročná novinárka v rôznych slovenských tlačových médiách⁴⁶. Bol to ostatne práve politický tlak na fungovanie novín *Smena*, pre ktorý z denníka po necelých štyroch rokoch odišla: „*Posledný rok-dva som ledva vládala plniť normu. Nedokázala som písať články o sovietskej bratskej pomoci, za ktoré nám v redakcii núkali tisíckorunové, stimulatory...*“⁴⁷ (Ponická 1989, s. 400). Iné vyjadrenie k propagande a využívaniu umelcov a novinárov na jej účely badať pri hodnotení Margity Figuli. Tá podľa slov Ponickéj „*podobne s nadšením, ako vítala úsilie dubčkovskej garnitúry, schvaľovala aj jeho potlačenie a nadchýnala sa za praktiky normalizácie, a ja som – ako redaktorka Smeny na nedelňu – uverejňovala v novinách jej prejavy obojeho druhu, tie prvé s pochopením, tie druhé – maj si čo chceš. Mala*“ (Ponická 1989, s. 84). Podobne Ponická vo svojej knihe opisuje správanie viacerých spisovateľov, pričom neobchádza ani tituly národný či zaslúžilý umelec.

Hana Ponická a slovenské tlačené médiá do marca 1977

Ponická knižne debutovala v roku 1953 knihou rozprávok *Slávikove husličky* a v roku 1959 jej vyšla próza pre dospelých čitateľov *Ábelovský dom*, v ktorej spomína na dni trávené s Boženou Slančíkovou Timravou. Ešte skôr sa slovenskej literatúre predstavila ako prekladateľka – už v roku 1945 bol publikovaný jej knižný preklad knihy *Noa, noa* Paula Gauguina. Tieto tri časové údaje nech nám slúžia ako pomyselný východiskový bod Ponickéj spisovateľskej a prekladateľskej kariéry. Treba si uvedomiť, že všetky menované knihy boli nasledované desiatkami ďalších titulov vo všetkých troch oblastiach – literatúry pre deti, beletrie i prekladoch z taliančiny, francúzštiny či maďarčiny. Ponická sa od 50. rokov venovala aj publicistike, ako už bolo naznačené vyššie. Jej miesto v slovenskej kultúre teda nemožno považovať za zanedbateľné. To dokazuje napríklad zmienka o Ponickéj v knihe *Literárne prechádzky po Stredoslovenskom kraji* (1965), zverejnenie biografie v ročenke tlačovej agentúry *Kdo je kto v Československu* v roku 1969, v *Slovníku slovenských spisovateľov pre deti a mládež* (1970) či v bulletine *Súčasná slovenská spisova-*

⁴⁶ Ponická publikovala už koncom 30. rokov 20. storočia fejtón v Národných novinách, neskôr jej publicistické texty vyšli v Živene. V 50. rokoch pracovala v Ústave zdravotníckej osvetu a publikovala vzdelávacie publicistické texty v časopise Zdravý národ. Neskôr spolupracovala najmä s časopisom Kultúrny život a od roku 1968 do roku 1971 pracovala v *Smene* na nedelňu. Ponická pravidelne svoje texty uverejňovala aj v českých časopisoch, najmä v časopise zameranom na detskú literatúru Zlatý máj.

⁴⁷ Všetky citáty z Lukavických zápisok ponechávam v pravopisnej podobe, v akej boli publikované v roku 1989 vo vydavateľstve manželov Škvoreckých v Toronte.

telky, ktorý vydala LITA v roku 1974. Okrem toho, že bola autorkou mnohých rozhovorov s rôznymi osobnosťami (napríklad v *Smene na nedelu* ich pripravovala do rubriky *Dnes v pracovni*), písala i recenzie, úvahy, glosy, zapájala sa do polemík. Rovnako tak i jej diela bývali pravidelne recenzované, niektoré sa stali aj predmetom polemík. Ako prekladateľka mala možnosť sprevádzať viaceré osobnosti na Slovensku či vycestovať na rôzne literárne podujatia do zahraničia. Aj o týchto podujatiach písala pre slovenské periodiká.

Fakt, že sa venovala žurnalistike, literatúre pre dospelých i literatúre pre deti a rovnako aj prekladom, jej umožnil publikovať v rôznych typoch tlačенých médií. Je pochopiteľné, že jej texty aj texty o nej vychádzali v *Slovenských pohľadoch* či *Romboide* – literárnych periodikách, ako aj v *Kultúrnom živote*. V tomto texte sa však sústredím na Hanu Ponickú v nešpecializovaných tlačенých periodikách – najmä dennej tlači. Ponická sa vyjadrovala v anketách nielen k literatúre, ale aj k politickým témam⁴⁸. Jej diela – pôvodné i preklady – boli recenzované, napríklad už v roku 1948 vyšla v novinách *Demokrati* recenzia jej prekladu knihy *Barbara* od Jörgen-Frantza Jacobsena. Záujem recenzentov o Ponickej tvorbu možno ukázať napríklad na jej prozaickej knihe *Bosými nohami*, ktorú v roku 1968 recenzovali vo *Večerníku*, *Hlase ľudu*, *Pravde* i *Romboide*.

V 60. rokoch sa jej meno relatívne často objavovalo v denníku *Práca*, či už išlo o zmienku jej knihy *Prísť, odísť* v rámci predstavovania edičného plánu vydavateľstva, o uverejnenie časti prózy zo spomínanej knihy s rovnakým názvom, o vyzdvihnutie knihy Simone de Beauvoirovej *Mandaríni*, ktorú prekladala, v rubrike *Knihy týždňa*, o uverejnenie časti prekladu prózy *Holuby* maďarského spisovateľa Józsefa Lengyela, alebo o rozhovor. Publikáčny priestor mala aj v denníku *Pravda*, taktiež najmä v prvej polovici 60. rokov 20. storočia.

Tento krátky exkurz do mediálneho obrazu Hany Ponickej v slovenskej dennej tlači pred marcom 1977 mal poslúžiť k tomu, aby bolo jasné, že Ponická nepatrila k okrajovým osobnostiam slovenskej kultúry a v dobových masových médiách patrila k známym autorom. Inak povedané – *nepísala len Ponická, písalo sa aj o Ponickej*.

Stručná sonda do Ponickej svetonázoru

Hana Ponická v roku 1968 patrila k mnohým predstaviteľom československej inteligencie, ktorí verili, že politický systém v krajine je možné „zlepšiť“ či „poludštiť“ reformami. Dokazuje to napríklad jej účasť v ankete⁴⁹ denníka *Pravda*, ktorá bola publikovaná 29. júla 1968 na prvej strane pod titulkom *K socializmu len januárovou cestou*. Ponická vo svojej odpovedi na anketovú otázku *S akými pocitmi vyprevádzate našu delegáciu na rokovania so sovietskymi súdruhmi?* okrem iného uviedla: „*Sme myslou i srdcom celí so s. Alexandrom Dubčekom i všetkými členmi delegácie, ktorí budú akiste i na rokovaníach*

⁴⁸ O ankete publikovanej v denníku *Pravda* s titulkom *K socializmu len januárovou cestou* píšem v ďalšej časti o autorkinom svetonázore.

⁴⁹ V ankete boli oslovení aj Ján Števec, Rudo Moric či Katarína Lazarová. Okrem spisovateľov *Pravda* uverejnila aj názory vedcov zo SAV (napr. Andreja Siráckeho) či oblastného riaditeľa Čs. televízie na Slovensku Jozefa Vrabca.

brániť našu štátnu suverénnosť, snahu i prácu na zdokonalovaní nášho systému socializmu, i naše priateľstvo so Sovietskym zväzom aj s inými krajinami socialistického frontu a budú sa ďalej usilovať o takú slobodu, ktorá korešponduje s poriadkom a vylučuje iné neslobody“ (Ponická 1968, s. 3). Aj koncom 50. rokov uvažovala v rámci nového, lepšieho socializmu, napríklad pri písaní o poslaní literatúry pre deti a mládež. V príspevku s názvom *Velká zodpovednosť tvorcov literatúry pre deti a mládež* uviedla, že táto literatúra má dve hlavné uznesenia: „prvé: rozšíriť všestranné vzdelanie našej mládeže, druhé: prehĺbiť jej morálnu výchovu – mali by usmerniť aj našu súčasnú spisbu pre mládež, ak má aj ona prispieť k jednotnej ideovej a citovej výchove nového, socialistického človeka“ (Ponická 1959, s. 6). Podobne aj počas práce pre Ústav zdravotníckej osvety v textoch publikovaných v časopise *Zdravý národ* písala „v spoločensky želateľnom smere“, napríklad o význame jasli pre spoločnosť v texte s titulkom *S jaslami na pomoc roľníckej žene* (Žáry⁵⁰ 1951, s. 55 – 56).

V neprednesenom diskusnom príspevku sa k režimu vyjadrila napriek otvorenej kritike nemerov v spisovateľskej obci i takto: „Tým, že krivdíme tvorcom našich súčasných socialistických hodnôt kultúrnych, krivdíme predsa i socializmu, a to socializmu nielen v našej, ale aj v iných krajinách socialistických, a krivdíme tým aj socializmu – ideálu pokrokových ľudí v krajinách s inou spoločenskou sústavou, než je naša“ (Ponická 1989, s. 89). Na inom mieste v *Lukavických zápiskoch* kritizovala pokrytectvo niektorých súčasníkov: „Hovorí, hovoria, všetko za socializmus, lenže násilnosťami ducha a názorov, aké im vrúbia cestu k socializmu, poškodzujú socializmus, priškrucujú iniciatívu a vývoj, potláčajú ho i v literatúre, kultúre svojich národov“ (Ponická 1989, s. 173).

Táto zdanlivá odbočka o Ponickéj politickej orientácii má v texte svoj význam – jej zmyslom je naznačiť, v akých intenciách spisovateľka uvažovala o politike.

Charta 77 a Hana Ponická

V predchádzajúcej časti textu bol aspoň čiastočne naznačený Ponickéj východiskový bod v oblasti svetonázoru – vieru v možnosť reformovať komunizmus v ČSSR. O tom, ako sa jej vzťah ku KSČ menil, svedčí autobiografická próza *Lukavické zápisky* – tá, hoci ide o značne beletrizovaný text, dokumentuje Ponickéj absolútne odvrátenie sa od politiky jednej strany, ktorého súčasťou bol aj jej záujem o Chartu 77 predstavenú verejnosti 1. 1. 1977.

Chartu 77 pri interpretácii Ponickéj prípadu obísť nemožno, a dôvodom nie je len časová zhoda oboch mediálnych antikampaní. Hana Ponická sa v *Lukavických zápiskoch* na viacerých miestach vyznáva, že pozorne sledovala dianie okolo tejto iniciatívy a najmä kampaň proti nej. Ostatne, aj fakt, že odmietla podpísať *Provolání československých výborů uměleckých svazů: Za nové tvůrčí činy ve jménu socialismu a míru*, zvýšil silu a šírku postihov voči Ponickéj po 3. zjazde slovenských spisovateľov. Ponická vo svojich textoch

⁵⁰ Priezvisko autorky uvádzam v podobe, v akej sa podpísala pod text. V rokoch 1945 až 1957 bola manželkou Štefana Žáryho a svoje texty podpisovala aj v neprechýlenej podobe ako Hana Žáry.

i na výsluchoch či pohovoroch viackrát zdôraznila základný argument, ktorý využívali viaceré osobnosti neochotné podpísať – tí, čo podpisovali prehlásenie proti Charte 77, ju nečítali⁵¹, nevedeli teda, proti čomu sa podpisujú. V *Lukavických zápiskoch* svoju dilemu o podpise zachytila takto: „Uprostred februára a ešte stále prebiehajúcej kampane dostala som zo Zväzu slovenských spisovateľov doporučený list, aby som i ja podpísala Rezolúciu umeleckých zväzov proti Charte 77: na pripojený blanco-papier, ktorý bol už opečiatkovaný znakom Zväzu, mala som dať svoj vlastnoručný podpis a čím prv to odoslať na sekretariát ZSS. Bola som zrazu v pasci, z ktorej niet úniku, len alebo podpísať, alebo nie – to nie však znamenalo vydeliť sa z veľkej väčšiny slovenských spisovateľov, a ktovie, či za to v budúcnosti neniesť i nepríjemné dôsledky. Mala som knihu v tlači, ďalšiu v práci. A kampaň proti Charte som od jej začiatku odsudzovala...“ (Ponická 1989, s. 32).

Kampaň proti Charte 77 očami Ponickéj upozorňovala na nedostatky režimu, mediálne vystúpenia v tomto kontexte jej pripomínali spôsob, akým sa informovalo o politických procesoch v 50. rokoch: „Celkový tón reakcie našej tlače i rozhlasu na neznámu vec Chartu 77 ma zarážal. V našich novinách obnovila sa staroznáma hantírka nadáviek z kampaní pred politickými procesmi za Gottwalda, ba sám tajomník ÚV strany Vasil Bilak vyhlásil na verejnom mítingu v českých závodoch o podpisovateľoch Charty, že sú to záškodníci, ktorí, syjú otravu do našich studní a roznášajú mor, cholera a lepru“ (Ponická 1989, s. 16).

S manželom, historikom Jaroslavom Šolcom, mala viacero známych, ktorí sa pohybovali v okruhu pražských disidentov, v *Lukavických zápiskoch* spomína aj to, ktorí z nich podpísali Chartu 77. Napríklad historik Jan Křen či lekár Bedřich Placák. Okrem toho Ponická poznala tvorbu Ludvíka Vaculíka a čítala aj fejtóny z jeho iniciatívy *Československý fejeton/fejtón* – do tej sa už v roku 1977 svojimi textami zapojila i ona samotná.

Hoci Charta 77, vzťahy k predstaviteľom českého disentu i konkrétne osoba Ludvíka Vaculíka priamo nesúviseli s jej diskusným príspevkom, predstaviteľa ZSS, KSS i Ladislav Považský vo svojom pamflete ich explicitne usúvzťažňovali a využívali ako argumenty proti spisovateľke.

Hana Ponická – persona non grata

Mediálny obraz Hany Ponickéj sa však spolu s jej pozíciou v slovenskej kultúre zmenil po 2. marci 1977 – dni, v ktorom sa konal tretí zjazd Zväzu slovenských spisovateľov, na ktorom chcela Ponická predniesť svoj diskusný príspevok. V rámci postihov sa Hana Ponická takpovediac zo dňa na deň vytratila z verejného priestoru – film natočený podľa jej poviedky sa nedostal do kín, vydavateľstvo Osveta jej zrušilo zmluvu na vydanie dvoch kníh pre deti, rozhovor s ňou nakrútený pre televíziu sa neodvysielal a pod. Toto mediálne „ticho“ však netrvalo dlho – 17. mája 1977 vysielali v Československom rozhlase „v relácii pre africké krajiny, že Hana Panická nie je nijaká spisovateľka, ale len pre-

⁵¹ Tak je to uvedené aj v dokumente Informácia o riešení prípadu spisovateľky Hany Ponickéj: „Prehlásenie čs. umelcov, ktoré vraj nepodpísala preto, lebo jej nik nedal prečítať Chartu 77“ (Čerevka 1977, s. 3).

kladateľka na periférii slovenskej literatúry“ (Ponická 1989, s. 171). Rovnaký argument (periférnosť) je uvedený v materiáli ZSS *Informácia o riešení prípadu spisovateľky Hany Ponickkej*, ktorý spracoval V. Čerevka 30. 5. 1977 pre Ludovíta Pezlára z ÚV KSS. 29. apríla sa zišla „stranícka skupina“⁵² Výboru Zväzu slovenských spisovateľov, ktorej sa zúčastnil tajomník ÚV KSS L. Pezlár a vedúci oddelenia kultúry ÚV KSS R. Jurík“ (Čerevka 1977, s. 2) a tá v diskusii konštatovala, že „tvorba H. Ponickkej je periférna a má nízku úroveň“ (Čerevka 1977, s. 3).

Citovaný dokument spomína aj publikovanie diskusného príspevku v *Le Monde*, pričom autor vyčíta západnej tlači a rozhlasu nepresnosti – príspevok bol podľa neho „vo väčšine komentovaný ako prednesený príspevok na zjazde“ (Čerevka 1977, s. 3).

Podobne ako v kampani voči Charte 77 aj pri Ponickkej sa režim rozhodol pre mediálny lynč. Jeho najvýraznejším prejavom je novinársky prejav *Falošný svedok sa poza humny zakráda* z 18. novembra 1977 – od Ladislava Považského⁵³, ktorý hanil a znevažoval Hanu Ponickú. Pamflet je pomerne rozsiahly – vo veľkom novinovom formáte *Pravdy* by zabral viac ako tri stĺpce, a zároveň je aj publikovaný hneď na druhej strane periodika. Z hľadiska štylistiky prekvapí množstvom premyslených obrazných pomenovaní založených napríklad na motívoch mlynu – nejde len o odkaz na Ponickej dom v Lukavici, ale aj o jej krycie meno v sledovacích zväzkoch ŠtB⁵⁴. Z Považského textu je zrejmé, že bol dobre oboznámený nielen s Ponickej diskusným príspevkom, ktorý nebol legálne nikde na Slovensku zverejnený, či samizdatovými fejtónmi Ivana Kadlečička⁵⁵, ale aj s informáciami z riešenia Ponickkej prípadu na úrovni ZSS⁵⁶ či ÚV KSS, ako aj informáciami z ŠtB⁵⁷. Text priamo odkazuje aj na spomínané vyjadrenia Vasila Biľaka na margo Charty 77 o sypaní „otravy do našich studní“. Záverečná veta perexu znie takto: „*Poza humny sa zakrádajú aj traviči studní so svojimi falošnými svedkami.*“ (Považský 1977, s. 2). Ponická je v texte prirovnávaná k Ladislavovi Mňačkovi⁵⁸, autor viackrát zdôrazňuje, že jej konanie riadi Ludvík Vaculík, ktorého Považský nazýva „veľmajstrom disidentskej kapely“, „výtečníkom“ či „veľkým mágom československých disidentov“. Autor sa nevyhol ani narážkam na Ponickej súkromný život, uvádza, že všetky jej deti vyštudovali, spomína jej bydlisko v Lukavici a vzťah k spoluobčanom.

Problém použitých argumentov založených na jej vzťahu k Charte 77 či konkrétne k Ludvíkovi Vaculíkovi spočíva v časovom ukotvení – tieto rozpory sú založené na skutočnosti, že Ponická je napádaná nielen všeobecne, ale aj konkrétne za diskusný príspe-

⁵² Podľa dokumentu boli členmi stráničky skupiny Výboru Zväzu slovenských spisovateľov J. Poničan, V. Reisel, L. Knězek, M. Krno, V. Mináč, D. Okáli, J. Kot, P. Jaroš, V. Mihálik, M. Jančová, L. Luknár, J. Števček. (Čerevka 1977, s. 2).

⁵³ Išlo o pseudonym. Podľa Hany Ponickkej sa pod ním skrýval Miroslav Procházka (Kadlečík 2009, s. 115).

⁵⁴ Už v septembri 1977 bola sledovaná počas svojej návštevy v Prahe a operácia mala názov Mlýn.

⁵⁵ Ten je v texte označený ako „tiežspisovateľ z Martina“ (Považský 1977, s. 2).

⁵⁶ V spomínanej Informácii o riešení... je zdôraznené, že niektoré západné médiá Ponickú označili za mladú spisovateľku, rovnako je tomu aj v texte L. Považského.

⁵⁷ Napríklad pri vete o Kadlečikovi, „ktorý dobrovoľne, z vlastnej iniciatívy zostal istý čas ‚nezamestnaný‘ a toto voľno využil na písanie ohováračských listov ich spoločnému priateľovi Ludvíkovi Vaculíkovi“ (Považský 1977, s. 2).

⁵⁸ „Keďže sa však nepresadila kvalitou svojej literárnej práce, rozhodla sa, podobne ako svojho času Ladislav Mňačko, upútať na seba pozornosť nielen doma, ale aj v zahraničí ináč.“ (Považský 1977, s. 2)

vok. Práve výpady, ktoré smerujú k diskusnému príspevku, nemôžu byť pravdivé, pretože v tom čase neudržiavala žiadne priateľské vzťahy s L. Vaculíkom a pod. Autor nerešpektovaním chronológie udalostí zamieňa príčiny s následkami a vytvára dojem, že dôvody napísania diskusného príspevku pramenili niekde inde než v Ponickéj osobných názoroch a pohnútkach, že za príspevkom stojí L. Vaculík.

V texte L. Považského sú vyňaté rôzne časti z Ponickéj príspevku, interpretované spôsobom, ktorý vyhovuje propagande vládnucej strany. Niektoré tvrdenia z diskusného príspevku sú dementované, Považský napríklad tvrdí, že Miroslav Kusý nie je spisovateľ: „Mávnutím čarovným prútkom sa vo fantázii Hany Ponickéj stal spisovateľom napríklad signatár ‚charty 77‘ Miroslav Kusý.“ (Považský 1977, s. 2). Pravdou je, že Miroslav Kusý uverejnil už v 60. rokoch tri knihy – *Marxistická teória poznania*, *Filozofia politiky* a *Marxistická filozofia* – tie však neboli beletristické, ale odborné. Na druhej strane však aj Ponická expressis verbis vo svojom príspevku pri výpočte autorov, ktorí nemajú publikačné možnosti, uvádza toto: „*Podnes nesmú publikovať svoje básne, prózy, alebo prekladať a články, eseje, kritiky o literatúre písať s nádejou na ich publikovanie ani ďalší členovia alebo kandidáti našej spisovateľskej organizácie alebo i nečlenovia, ale spolupracovníci našich literárnych, kultúrnych časopisov.* (podč. M. S.) [...] *Ak sú v mojom výpočte omyly (lebo v prípade niektorých autorov mohli nastať medzičasom administratívne zmeny), nie je to moja vina. Stretávame sa v rámci našej organizácie tak málo, ako nikdy predtým, preto aj málo o sebe vieme*“ (Ponická 1989, s. 87 – 88).

Treba však povedať aj to, že text agresívne útočí aj na Svetový kongres Slovákov, konkrétne znevažuje Stephana B. Romana, a spája jeho „antikomunistickú propagandistickú“ činnosť s disidentmi a exulantmi okolo chartistov – táto skutočnosť sa pri interpretovaní pamfletu zvyčajne opomína, keďže Považského text býva označovaný primárne ako výpad voči Ponickéj⁵⁹ (napr. Kmeť 2005, s. 45). Na širší záber pamfletu upozornila napríklad švajčiarska vedkyňa Josette Baer vo svojej monografii o spisovateľke (2022, s. 119).

Vo všeobecnosti tento pamflet spĺňa viaceré znaky komunistického propagandy: ako prvý uvádzam prekrúcanie – pamflet nazýva pamfletmi iné texty, činnosť Ponickéj nazýva buržoáznou antikomunistickou propagandou, požiadavky charty sú dezinterpretované a jej celková činnosť ponížovaná; západ je vykreslený ako zlo, nepriateľ voči zriadeniu v ČSSR; v texte sú ironizované pojmy ako disident či Charta 77, ktoré Považský uvádza dôsledne v úvodzovkách; rovnako je tak Ponickéj správanie viackrát označené ako hysterické a pod. Text nielenže stavia Ponickú do pozície nepriateľky režimu, zosmiešňuje ju a dehonestuje jej spisovateľskú i prekladateľskú činnosť, čitateľov pred ňou aj varuje.

Ponická opisuje svoju prvú reakciu na pamflet v *Lukavických zápiskoch* takto: „*akýsi Považský zaútočil na mňa v orgáne Komunistickej strany Slovenska, ktorý má názov ‚Pravda‘ dlhým, na celé dve tretiny strany veľkého formátu novín rozťahvaným pamfletom. V titulku boli citované výrazy z môjho diskusného príspevku, v podtitulku posmešok: ‚Ako Ludvík Vaculík na Slovensku pannu Orleánsku hľadal a našiel. Tá panna Orleánska som*

⁵⁹ Spomínaný Ivan Kadlecík ho vo svojej citovanej knihe *Škoda knihe nerozpredanej* charakterizuje ako počiatok eštebáckej poľovačky na bosorku Ponickú i naňho (Kadlecík 2009, s. 115).

mala byť ja. Tak oni seba pokladajú za Angličanov vo francúzskej krajine?“ (Ponická 1989, s. 365).

Voči tvrdeniam z Považského textu sa ohradila listom prokurátorovi. Ten je dostupný napríklad vo fonde Hany Ponickéj v Literárnom archíve SNK. V liste vyvracia a koriguje dezinterpretované tvrdenia L. Považského a uvádza presné citácie zo svojho diskusného príspevku, pričom tvrdí, že autor pamfletu sa prostredníctvom lži snažil rozšvať proti nej „miliómy čitateľov, a osobitne obec, v ktorej žije“ (Ponická 1977, s. 3).

Pamflet *Falošný svedok sa poza humny zakráda* možno vnímať ako vyvrcholenie mediálnej kampane voči Hane Ponickéj, hoci represie v čase jeho vydania svoj vrchol ani zďaleka nedosiahli. Po tom, čo ju ŠtB sledovala v septembri 1977 na jej ceste v Prahe (operácia s názvom Mlým), nasledovali v tom istom roku ešte výsluchy a pohovory na ŠtB v Bratislave i na ministerstve vnútra. „Od januára 1978 bola v registračných protokoloch ŠtB Hana Ponická vedená ako nepriateľská osoba. Od septembra 1979 bol na ňu zavedený kontrolný zväzok s krycím menom MLYN (zrejme narážka na mlyn v Lukavici, kde žila). V septembri 1989 bola KS ZNB správou ŠtB Bratislava znova zaregistrovaná pod týmto krycím menom ako nepriateľská osoba“ (Dubovský 2017, s. 53). Kontrolný zväzok bol skartovaný 7. 12. 1989⁶⁰.

Záver

Rok 1977 zmenil život Hany Ponickéj, publicisticky povedané – obrátil jej ho hore nohami. Charta 77 a následná agresívna a hlučná mediálna kampaň voči nej primáli spisovateľku uvažovať o tom, v akom stave sa nachádza slovenská kultúra. Zjazdy rôznych umeleckých zväzov v roku 1977, z ktorých niektoré boli organizované narýchlo a mimo plánu, mali prispieť k podpore anticharty, no spisovateľka sa aj po opakovanej výzve zo strany ZSS podpísať rezolúciu rozhodla vystúpiť s diskusným príspevkom o reálnom stave slovenskej literatúry, najmä však s dôrazom na ne/dodržiavanie ľudských práv, cenzúru, obmedzovanie slobody slova. Chartu 77 v ňom nespomínala, badať v ňom skôr opak – opatrné vyjadrenia v intenciách režimu, uvažovanie o poslaní a možnostiach spisovateľov v socializme a pod. Tak ako som naznačila vyššie, Hana Ponická nepatrila k odporcom komunistického režimu v ČSSR – disidentku z nej spravili represie a mediálna kampaň voči jej osobe, v jej vnútri i navonok – keď ju tak pomenovali. Boli to predstavitelia ZSS, ÚV KSS a Ladislav Považský, ktorí jej činnosť dávali do priameho súvisu s českým disentom a upozorňovali na to nielen slovenskú kultúrnu obec.

V predkladanom texte som sa zamerala na takpovediac vytvorenie prvej dámy slovenského disentu – KSS a jej kampaň voči spisovateľke stvorila nielen Ponickú – disidentku na papieri, ale aj v realite. Po rôznych represióch sa prehlboval spisovateľkin vzťah k českému disentu, publikovať mohla len v samizdate, a tak sa hneď v lete 1977 zapojila do Vaculíkovej tzv. fejtónovej iniciatívy. Rovnako platí, že reagovať na represie v oficiálnych

⁶⁰ Zničenie zväzku k uvedenému dátumu v e-mailovej korešpondencii potvrdil ako Ústav pamäti národa, tak aj Archiv bezpečnostných složek.

masových médiách nemala šancu, preto napríklad jej reakcia na útoky vyšla v exilovom časopise *Listy*.

Hana Ponická sa vďaka neprednesenému diskusnému príspevku stala oveľa viac ako len spisovateľkou, prekladateľkou a novinárkou – aktívne sa zapojila do boja za ľudské práva v normalizovanom Československu a pokračovala v ňom až do pádu režimu. Koncom roka 1989 podpísala Chartu 77 aj ona a v roku 1991 sa stala jednou z jej troch horkovýň.

Môže sa zdať, že venovať pozornosť Ponickej prípadu po takmer 50 rokoch je zbytočné a neperspektívne. Keď sa však zamyslíme nad tým, ako ľahko dnes vznikajú a zanikajú celebrity, nielen činnosťou masových médií, ale aj značným príspevom internetu a sociálnych sietí, vidíme, že svet sa v tomto zmysle veľa nezmenil. Akurát, že strojcovia a ničitelia dobrej povesti sa dnes nemusia skrývať za pseudonymy, ako to spravil Ladislav Považský...

Literatúra

- BAER, J. 2022. *The Green Butterfly*. Stuttgart: ibidem.
- ČEREVKA, V. 1977. *Informácia o riešení prípadu spisovateľky Hany Ponickej*. Slovenský národný archív, fond Predsedníctvo ÚV KSS, šk. č. 1485.
- DUBOVSKÝ, P. 2017. Zakázaný diskusný príspevok hany Ponickej na III. Zjazde slovenských spisovateľov 2. marca 1977. *Pamäť národa*, roč. 13, č. 3, s. 47 – 54.
- HORNÁK, P. a kol. 1970. *Slovník slovenských spisovateľov pre deti a mládež*. Bratislava: Mladé letá.
- JACZ, L. 1978. Novinovedec, pedagóg a publicista Miloš Marko. In RUTTKAY, F. (hl. a zodp. red). *ŽURNALISTIKA VIII.*, Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, s. 111 – 126.
- JACZ, L. 1978. Spravodajstvo – významný faktor angažovanosti v publicistike. In RUTTKAY, F. (hl. a zodp. red). *ŽURNALISTIKA VIII.*, Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, s. 155 – 176.
- KADLEČÍK, I. 2009. *Škoda knižke nerozpredanej ležať*. KK Bagala: Levice.
- KALNÝ, S. 2011. *Svedkovia mojej doby*. Bratislava: Marenčin PT.
- KMEŤ, N. 2005. Opozícia a hnutie odporu na Slovensku 1968–1989. In BLAŽEK, P. (ed.). *Opozice a odpor proti komunistickému režimu v Československu 1968-1989*, Praha: Dokořán, s. 41 – 53.
- KNĚZEK, L. 1965. *Literárne prechádzky po Stredoslovenskom kraji*. Banská Bystrica: Stredoslovenské vydavateľstvo.
- KNĚZEK, L. 1974. *Súčasná slovenská spisovateľka: Výberový bulletin k Medzinárodnému roku ženy 1975*. Bratislava: LITA.
- KUSÝ, M. 1962. *Marxistická teória poznania*. Bratislava: Vydavateľstvo politickej literatúry.
- KUSÝ, M. 1969. *Marxistická filozofia*. Bratislava: Epoque.
- KUSÝ, M. 1966. *Filozofia politiky*. Bratislava: Vydavateľstvo politickej literatúry.

- Kol. autorov 1969. *Kdo je kdo v Československu*. Praha: Československá tisková kancelář.
- MARKO, M. Leninské východiská straníckosti v socialistickej žurnalistike dneška (Niektoré princípy a aplikácie). In RUTTKAY, F. (hl. a zodp. red). *ŽURNALISTIKA IX - X.*, Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, s. 55 – 110.
- PONICKÁ, H. 1959. Veľká zodpovednosť tvorcov literatúry pre deti a mládež. *Predvoj*, roč. 3, č. 24, s. 6.
- PONICKÁ, H. 1968. K socializmu len januárovou cestou. *Pravda*, roč. 49, č. 208, s. 3.
- PONICKÁ, H. 1977. List prokurátorovi SSR. Literárny archív SNK, fond Hany Ponickej, č. 2851/1991.
- PONICKÁ, H. 1989. *Lukavické zápisky*. Toronto: Sixty-Eight Publishers.
- POVAŽSKÝ, L. 1977. Falošný svedok sa poza humny zakráda... *Pravda*, roč. 58, č. 273, s. 2.
- STANKOVÁ, M. 2022. Publicistka Hana Ponická. *Otázky žurnalistiky*, č. 3 – 4, s. 90 – 100.
- STANKOVÁ, M. 2023. Hana Ponická a rok 1977. Dokumentárny aspekt Lukavických zápiskov. In *Ženy v literatúre*. Praha: Vysoká škola kreatívnej komunikácie, s. 63 – 73.
- ŽÁRY, H. 1951. S jaslami na pomoc roľníckej žene. *Zdravý národ*, roč. 6, č. 3, s. 55 – 56.
- ŽELEZNÝ, J. 2011. *Mediální kampaň proti Chartě 77 jako vrcholný příklad komplexní komunistické propagandy období tzv. normalizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze fakulta sociálních věd, institut komunikačních studií a žurnalistiky.

Doc. Mgr. Mária Stanková, PhD., (nar. 1989 na Myjave) po skončení štúdia slovenského jazyka a literatúry na FiF UK v Bratislave (2013) pôsobila ako šéfredaktorka vo vydavateľstve NOXI a redaktorka v časopise pre mladú literatúru a umenie Dotyky. V roku 2017 obhájila dizertačnú prácu v programe slovenská literatúra na svojej alma mater. Habilitovala sa v roku 2022 na Filozofickej fakulte UK v programe masmediálne štúdiá, kde od roku 2017 pracuje na katedre žurnalistiky. Vo výskume sa orientuje na mediallyngvistiku, literárnu kritiku, kultúru v médiách a osobnosti slovenskej žurnalistiky 20. storočia. Je členkou Slovenskej jazykovednej spoločnosti pri Jazykovednom ústave E. Štúra SAV, v. v. i., a členkou redakčnej rady časopisu *Otázky žurnalistiky*.

Kontaktná adresa:

Katedra žurnalistiky, Filozofická fakulta UK v Bratislave

Štúrova 9

811 02 Bratislava

maria.stankova@uniba.sk

Zlý človek? Marian Kočner v spomienkach ľudí, ktorí ho poznali bližšie

A bad man? Marian Kočner in the memories of people who knew him closer

TERÉZIA RONČÁKOVÁ

KATOLÍCKA UNIVERZITA V RUŽOMBERKU

Abstrakt: Príspevok prináša čiastočné výstupy z dlhodobého kolektívneho výskumu Mariana Kočnera ako toxickej celebrity v slovenských médiách. Autorka analyzuje päťicu hĺbkových rozhovorov s novinármi, známymi a so spolužiakmi M. Kočnera a usiluje sa doplniť existujúce zistenia o jeho mediálnom rámcovaní a o vývoji jeho mediálneho obrazu od roku 1995 (kauza Technopol) po súčasnosť zainteresovanými náhľadmi do jeho osobnostnej štruktúry, charakterových vlastností, osobnostných predispozícií a vnútorného vývoja. Na základe svojich zistení načrtáva určité príčinné súvislosti s verejne známym správaním M. Kočnera a s dosiaľ odborne preskúmanými a zadefinovanými mediálnymi rámcami používanými pri komunikácii o M. Kočnerovi aj širšie o súčasnej toxickej celebritate ako takej.

Kľúčové slová: toxická celebrita, Marian Kočner, mediálne rámcovanie, charakterové vlastnosti

Abstract: The paper presents partial outputs from the long-term collective research of Marian Kočner as a toxic celebrity in the Slovak media. The author analyses five in-depth interviews with journalists, acquaintances and classmates of M. Kočner and tries to supplement the existing findings about his media framing and the development of his media image from 1995 (Technopol case) to the present day with in-depth insights into his personality structure, character traits, personality predispositions and internal development. Based on her findings, she outlines certain causal connections with the publicly known behavior of M. Kočner and with the hitherto professionally researched and defined media frames used in communication about M. Kočner and more broadly about the current toxic celebrity as such.

Keywords: toxic celebrity, Marian Kočner, media framing, character traits

Úvod a metodologický postup

Odhaľovanie mediálneho obrazu Mariana Kočnera a jeho vývoja od roku 1995 po súčasnosť, ktoré inšpirovalo túto konferenciu a širšiu teoretickú reflexiu fenoménu „toxickej celebrity“, by nebolo úplné bez hĺbkového kvalitatívneho ponoru do osobných spoločensko-psychologických charakteristík skúmaného individua. V závere trojročného kolektívneho výskumu mediálnych výstupov, pri ktorom sme uplatňovali predovšetkým ob-

sahovú analýzu a teoretickú reflexiu⁶¹, sme preto oslovili ľudí, ktorí M. Kočnera poznali dlhodobo a zblízka. Naším cieľom bolo pátrať po psychologických príčinách jeho správania, po jeho osobnostnom vývoji a typických charakterových črtách.

Interviewovali sme päťicu ľudí⁶² s rozličným typom vzťahu k M. Kočnerovi: spolužiakov, ktorí boli – v rozličnej miere – aj jeho priateľmi, alebo aspoň blízkymi známymi a svedkami jeho mládežníckych rokov; novinárov, pre ktorých bol informačným zdrojom, ale aj objektom kolektívnej novinárskej skepsy či obozretnosti; spoločensko-politicky aktívne osoby, ktoré naňho narážali ako na výrazného zákulisného hráča. Členmi našej výskumnej vzorky boli:

Eva Čobejová: novinárka, ktorá študovala s Marianom Kočnerom na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave. Jeho mediálne, podnikateľské aj politické počínanie sledovala aj ako redaktorka v denníku Smena, SME, týždenníku Domino Fórum, .týždeň a Konzervatívnom denníku Postoj, kde pôsobí v súčasnosti.

Ján Füle: novinár, ktorý hral na transformujúcom sa Slovensku od prelomu 80. a 90. rokov úlohu rešpektovaného komentátora. V rokoch 1991 – 92 bol šéfredaktorom spravodajstva STV, spoluzakladal denník SME, kde šéfoval komentátorom a reportérom, pôsobil ako zástupca šéfredaktora a výkonný šéfredaktor denníka Národná obroda, aj šéfredaktor Internetových novín. V rokoch 1995 – 2001 predsedal Slovenskému syndikátu novinárov. Bol spolužiakom Mariana Kočnera, s ktorým patril do úzkej partie najšikovnejších členov ročníka.

Tibor Šuľa: dlhoročný spravodajský novinár v Ružomberku a na Liptove. Takmer 17 rokov pôsobil ako regionálny spravodajca TASR pre Liptov, Oravu a Turiec a v súčasnosti pracuje pre portál www.liptovmagazin.eu, pre odborný technický časopis a ďalšie médiá. Pochádza od Dudiniec a s Marianom Kočnerom sa spoznal ako spolužiak a spolubývajúci počas štúdia žurnalistiky v Bratislave.

Katarína Šimončíková: komunálna politička, známa najmä aktivitami na ochranu životného prostredia. Angažuje sa v občianskom združení Mestský výbor SZOPK (Slovenský zväz ochrancov prírody a krajiny), založenom v roku 1976, v mene ktorého sa zúčastňuje, o. i., na správnych konaniach o ochrane prírody a krajiny. V roku 1989 spoluzakladala VPN. V roku 2013 dostala za svoju činnosť ocenenie Biela vrana. Od roku 2014 bola viackrát poslankyňou mestského zastupiteľstva v Bratislave aj miestnych zastupiteľstiev za Ružinov a Nivy.

Marek Vagovič: investigatívny novinár, ktorý prešiel redakciami agentúry SITA, denníka SME, týždenníkov Domino Fórum a .týždeň aj portálu Aktuality. V súčasnosti píše knihy a produkuje vlastné diskusné a komentárové formáty, aj v spolupráci s Konzervatívnym denníkom Postoj. Pri svojej investigatívnej práci sa priebežne stretával aj s aktivitami Mariana Kočnera. V Aktualitách viedol investigatívny tím, kde spolupracoval s Jánom Kuciakom.

⁶¹ Výskumný tím priebežne publikoval výskumné štúdie (Hacek a Stanková 2022; Kravčák a Polievková 2022; Kubinyi a Stanková 2022; Rončáková, Sámelová a Hacek 2021; Rončáková a Sámelová 2023; Rončáková a Virostková 2023; Rončáková 2021, 2022; Sámelová 2021a, 2021b, 2023; Štepanovičová 2023).

⁶² Autorizované prepisy rozhovorov sme publikovali ako prílohový materiál monografie Sláva a tieň (Rončáková, Sámelová a kol. 2023).

S respondentmi sme sa stretávali v rozmedzí siedmich mesiacov od októbra 2022 do mája 2023. Pýtali sme sa ich na osobnú skúsenosť s Marianom Kočnerom, na ich vnímanie jeho silných a slabých stránok, na ich interpretácie niektorých jeho káz, jeho osobnostného vývoja aj mediálneho obrazu o ňom. Zaznamenané rozhovory sme prepísali, autorizovali a na tomto mieste ponúkame ich analýzu s dôrazom na spoločné, opakujúce sa hodnotenia M. Kočnera.

Zistenia

Na základe rozhovorov s respondentmi sme pomenovali a opísali šesť oblastí zastrešujúcich typické charakteristiky Mariana Kočnera:

- podnikavosť,
- túžba po moci a vplyve,
- komunikačná zdatnosť,
- arogancia a agresivita,
- sieť kontaktov,
- tvorivosť a inteligencia.

1. Podnikavosť

Marian Kočner podľa svedkov od mladosti prejavoval podnikateľský talent, čo si ľudia okolo neho všímali ako výraznú črtu jeho osobnosti. Eva Čobejová si ako jeho o rok mladšia spolužiačka na katedre žurnalistiky všimla, že do školy chodil málo, lebo už mal plno iných aktivít, kšeftoval a musel sa obracať, lebo sa mladý oženil a živil rodinu. Jeho spolubývajúcí z internátu Tibor Šuľa zdôraznil, že M. Kočner si vždy vedel pomôcť, zlepšiť – aj ubytovanie si už po mesiaci vybavil na špeciálnych izbách pre cudzincov, aby sa nemusel tlačíť s ostatnými na štvormiestnej izbe na tzv. „Átriákokoch“. Najviac skúseností mal s ním Ján Füle, lebo obaja patrili do užšej partie štyroch-piatich najšikovnejších spolužiakov. M. Kočner mal spočiatku málo peňazí a tvorivo hľadal spôsoby, ako si pomôcť – osídlil napríklad aj s manželkou a s dieťaťom neobývaný byt, na ktorom vyvíjal zámok. So spolužiakmi založili TJ Slávia Filozof, lebo za socializmu mohli telovýchovné jednoty vyvíjať istú kvázipodnikateľskú činnosť. M. Kočner takto vlastnoručne vyrábala a predával nedostatkové surfy alebo organizoval výškové práce. „*My sme viseli na lanách ako debilí a on bol ten, ktorý chodil a organizoval,*“ konštatoval J. Füle s tým, že Kočner azda každého spolužiaka nejakým spôsobom „odrbal“ a nevyplatil mu slúbené peniaze.

Všetci traja spolužiaci sa zhodli na tom, že M. Kočnerovi nešlo o žurnalistickú prácu ako poslanie, ale videl v nej predovšetkým možnosť už za socializmu do istej miery podnikáť a špekulovať. Preto sa sústredil na „najvýnosnejšie“ odvetvie televíznej produkcie, ale hneď po politickom uvoľnení v roku 1989 z televízie odišiel, založil firmu Tecton na tlačiarne, faxy, kopírky a pod. a postupne ďalšie firmy. V známej kauze Technopol z rokov 1995 – 1997 nebol M. Kočner podľa J. Füleho napriek nespornej mečiarovskej manipu-

lácii nevinne, lebo v tom čase „už podvod začal byť jeho štýl práce“. Objavil spôsoby, ako zarábať na špekuláciách, bez reálnej produkcie, zamestnancov, priestorov, obratu...

Súčasťou Kočnerovho podnikateľského (kšeftárskeho) životného štýlu bola záľuba v luxuse, ktorou sa stal známym najmä v bulvárnych médiách. Eva Čobejová poukázala na jeho správanie granda a hostiteľa už na školskom výlete v Prahe v 80. rokoch. Ostatní sa zmieňovali najmä o jeho slabosti pre drahé autá. „Začínal so Škodou 1201, čo bol takzvaný Stejšn, potom už mal žiguli z druhej ruky – a my sme si kúpili akurát lyže...“ opisoval študentské skúsenosti J. Füle. „Už v 90. rokoch chodil v autách, o akých sa nám ani nesnívalo,“ doplnil T. Šula informáciu známu aj z kauzy Technopol, keď M. Kočnerovi zapálili neznámi páchatelia biely mercedes. Katarína Šimončíčová zasa opisala jeho strieborný mercedes, ale najmä chválenkársky postoj, s ktorým ju v ňom chcel za každú cenu previezť, hoci len na 100 metrov – od kancelárie do kaviarne, kde sa mali stretnúť.

Marian Kočner si osvojil pozíciu bohatého človeka v pozadí, nemal politické ambície, iba finančné. Ako viackrát zdôraznil T. Šula, vždy vedel, že kde je Maroš Kočner, tam ide iba o kšefty a biznis. Ani kauza Markíza nebola podľa neho zápasom o demokraciu, ale zápasom o vplyv a peniaze. M. Kočner však nemal záujem o politické funkcie, držal sa v úzadí. Aj novinár Marek Vagovič potvrdil, že novinári ho registrovali ako postavu v pozadí diania, ale keďže nebol zapletený vo veľkých kauzách, nevenovali sa mu. Vnímali ho ako pomerne okrajovú, pofidérnu, až bizarnú figúrku, chválenkára bez reálneho výtlaku. Jeho skutočné finančné machinácie začal systematicky rozpletať a vynášať na svetlo až Ján Kuciak.

2. Túžba po moci a vplyve

Môžeme teda hovoriť o Kočnerovi „pred Kuciakom“ a „po Kuciakovi“ – ten prvý bol vnímaný ako síce ambiciózny a pofidérny, ale nie zásadný hráč; o tom druhom novinári (a cez nich spoločnosť) zistili, že je väčším hráčom, ako si mysleli. Zisťovali to vlastne postupne – prvý prelom znamenala kauza Gamatex, resp. boj o TV Markíza v lete 1998. „Už bolo vidieť, že to nie je ten veksláčik Kočner, kšeftárík, ale že rozohráva veľké hry,“ povedala Eva Čobejová. „Ak mu niečo v živote, podľa mňa, chýbalo, tak to bolo spoločenské uznanie. Začal podnikat' so synom prezidenta, skončilo sa to, ako sa to skončilo. Chcel ovládnuť televíziu Markíza – prúser. Chcel byť primátorom, opäť nič. Tam, kde sa objavil, bol len podnikateľ z mafiánskych zoznamov, prinajlepšom kontroverzný podnikateľ,“ zhodnotil jeho vplyvovú dráhu J. Füle.

TV Markíza sa zároveň stala bodom odhalenia určitých vzťahov medzi M. Kočnerom a mafiou. Ako opakovali viacerí naši respondenti, spojenectvo s hrubokrkou ochrankou neznámeho pôvodu mu vtedy jednak nevratne pošramotilo povesť a jednak mnohým otvorilo oči a ukázalo netušený rozsah jeho aktivít. Bez ohľadu na preukázanú alebo nepreukázanú príslušnosť k niektorej z konkrétnych mafiánskych skupín si M. Kočner osvojil v budúcom konaní viaceré mafiánske spôsoby. „Dnes už vieme, že je to extrémne pomstychtivý človek,“ konštatoval M. Vagovič v kontexte Kočnerovho narábania s informáciami, ktoré používal ako zbraň, aby druhých diskreditoval, škodil im a ničil ich.

„V prostredí organizovaného zločinu to proste takto funguje: snažia sa jeden druhého zničiť. V maffii nie sú whistlebloweri, oni si len navzájom škodia,“ povedal M. Vagovič. M. Kočner mal podľa neho medzi novinármi vždy povest' človeka „na pomedzí“ normálneho a mafiánskeho sveta. Klanové myslenie a správanie však prejavoval pri rôznych príležitostiach, napríklad keď novinári odhaľovali korupčné a mamonárske správanie generálneho prokurátora Dobroslava Trnku a ďalších prokurátorov, s ktorými sa priatelil a mal potrebu sa ich zastávať. Správal sa pritom impulzívne, agresívne, neskrýval, že je naštvaný.

Svoj pocit moci a vplyvu si užíval a rád dával druhým najavo, že „čo on povie, ako sa rozhodne, tak sa aj stane“ – ako sa vyjadrila Katarína Šimončíčová. Takto si prisvojoval napríklad aj politický vzostup „svojho kamaráta“ Roberta Fica. Ten mu neskôr pomohol vyradiť občianske združenie Mestský výbor SZOPK zo správnych konaní o ochrane prírody, kam K. Šimončíčová chodila namietat' neoprávnené výrubu. Na nej totiž jeho osvedčená schéma uplatňovania moci a vplyvu zlyhala. „Dám vám, čo budete chcieť,“ ponúkal jej na stretnutí za odstúpenie od výrubového konania, kde bol zaangażovaný. Neuspel, ale svedčí to o jeho korupčnom presvedčení o úplatnosti ľudí a o skúsenosti, že peniazmi a službami dosiahne svoje.

3. Komunikačná zdatnosť

Medzi najvýraznejšie črty M. Kočnera, ktoré sa opakovali medzi respondentmi, patrila jeho komunikačná zdatnosť. Komunikácie s novinármi a s kýmkoľvek sa nieže nebál a neskrýval sa pred ňou, ale vyhľadával ju, inicioval, udržiaval. „Novinári mali jeho číslo. On dvíhal telefón, čo žiadny z mafiánov nerobí. A boli to hodinové telefonáty. Komunikoval, vysvetľoval, žil v presvedčení, že on to vie vyargumentovať a vie ľudí presvedčiť,“ hovorila Eva Čobejová. S takým presvedčením šiel podľa nej aj do kauzy Markíza, veril si, že to vykomunikuje, ale v tomto prípade neuspel a práve tam sa jeho vzťah s médiami naštrbil. Ako konštatoval T. Šula, „vdaka tomu, že bol zo žurnalistického prostredia, si myslel, že médiám rozumie – ale nerozumel“. Respektíve, ako povedal M. Vagovič, novinári si uvedomovali, že hrá svoje hry, a pristupovali k nemu obozretne.

Prvý kontakt s M. Vagovičom inicioval sám Marian Kočner ako informátor v kauze, kde sa chcel podľa novinára revanšovať človeku, ktorý ho oklamal pri spoločnom biznise. S informáciami narábal ako so zbraňou, sledoval svoje záujmy na ich šírení, rád ich posúval aj bulváru, keďže poznal mnoho zákulisných klebiet, ktoré nie sú zaujímavé a použiteľné v seriózných médiách, ale bulvární novinári po nich vďačne siahnu. Tak sa mu darilo budovať si v tomto type médií pozitívny imidž príslušníka smotánky. M. Vagovič zažil aj Kočnerovu systematickú a nátlakovú komunikáciu. „Keď volal, tak to bolo vždy na hodinu. Bol som z toho nervózny: čo zase, o čom, ako dlho sa budeme baviť... Bol inteligentný, vedel aj dosť manipulovať a človek musel byť pri ňom veľmi v strehu.“ Mal invazívny a manipulatívny spôsob komunikácie. „Do človeka sa akoby zahryzol a nedalo sa mu tak ľahko vymaniť.“

To bolo v prípadoch, keď potreboval on niečo od novinára a zachovával určité dekorum. V kontakte s ľuďmi, ktorí mu znepríjemňovali život, bol však agresívny. K. Šimončí-

čová sa s ním stretla iba raz a potom bola dlhodobo terčom jeho telefonátov, v ktorých sa jej vyhrážal (legislatívnymi prekážkami, ktoré zariadi, odchodom do dôchodku, ktorý jej vybaví...), znervózňoval ju (vymyslenými zisteniami o úplatkoch), dokonca mal potrebu škodoradostne jej oznámiť svoj čiastkový úspech v konaní, kde bola protistranou.

4. Arogancia a agresivita

To svedčí o Kočnerovej ďalšej črte, ktorá presakovala na povrch skôr nechtiac – arogancii a agresivite. „*Marian Kočner bol latentne agresívny, ale vedel to dobre maskovať,*“ povedal o ňom M. Vagovič. Aj s Jánom Kuciakom komunikoval podľa neho spočiatku štandardne, až neskôr mu praskli nervy, a to dokonca pri relatívnej banalite týkajúcej sa predaja bytu v komplexe Bonaparte. Do svojich oponentov mal potrebu rýpať, prípadne – v ďalšej fáze – ich zastrašovať. K. Šimončíchovej napríklad sľuboval, že jej vezme prácu alebo že ju mediálne zničí. Nehovoril celkom do vetra, lebo sú indície, že dopomohol k strate zamestnania jej manželovi, prípadne zariadil zmenu zákona o účasti občianskych združení vo výrubových konaniach.

Najbližší priatelia boli svedkami arogancie M. Kočnera už v študentských rokoch. Podľa J. Füleho sa ich mentálny rozchod začal pri spomínaných výškových prácach v rámci TJ Slávia Filozof, keď sa cítili zneužívaní a oklamávaní. Neskôr, keď založil firmu Tecton, dal kamarátom pracujúcim v denníku SME nejakú techniku. „*Správal sa k nám, akože vy ste tí, ktorým ja niečo nosím. Ja mám návrh, ja som inde,*“ povedal J. Füle. Najviac ho však zarazilo Kočnerovo správanie k nebohému spolužiakovi Borisovi Švehlákov, ktorý zostal jeho jediným kamarátom a bol s ním v kontakte. „*Robil mu kampaň, keď Marian kandidoval na primátora Bratislavy. Ja som bol potom ten, ktorý mu telefonoval, že Boris zomrel, a povedal som mu, kedy a kde je pohreb. On mal len niekoľko nie veľmi vtipných poznámok o Borisovej, ako by som to, životospráve, a na pohreb neprišiel.*“ Podobnú skúsenosť mali s ním aj ostatní pôvodne blízki známi a priatelia, preto keď na stretávke spolužiakov jeden z nich prišiel s námetom na film o M. Kočnerovi s názvom Spolužiaci, nestretol sa s ochotou spolupracovať. „*Myslím si, že ten film nikdy nevznikne,*“ konštatoval J. Füle. „*Viacerí nechcú mať s ním nič spoločné. Ale nie je to preto, že by ho niekto ľutoval, ale jednoducho preto, ako sa Marian správal. Lebo ako sa správal ku mne alebo k tomu nebohému Borisovi, tak sa správal ku každému. Bol arogantný, spurný.*“

5. Sieť kontaktov

Arogancia a pohrdanie druhými sa u M. Kočnera nevyklúčovali s pestovaním širokej siete priateľských kontaktov s ľuďmi, ktorí mu mohli byť užitoční. Práve na vzťahoch a schopnosti všetko vybaviť staval úspech svojho biznisu. „*Celý jeho biznis vždy stál na vzťahoch. Koho pozná, komu vie zavolať...*“ povedala E. Čobejová. „*Každého tak nejako poznal, a keď ho potreboval, tak ho využil,*“ konštatoval aj J. Füle. Ilustroval to pripomenutím známej fotky M. Kočnera so Sklenaříkovou, Mikom, Flašíkom a Beňovou na Donovaloch.

Práve Donovaly sa totiž stali akýmsi symbolom Kočnerovej kamarátskej siete a biznisu. Tam podľa T. Šulu v 90. rokoch vznikala partia lovcov v kalných vodách, medzi ktorých M. Kočner zapadol. *„Tam sa začínali formovať tieto politicko-podnikateľské partie. V tom čase ešte ani nebolo všetko sprivatizované, stále bola možnosť získať od štátu majetky alebo pozície. Tam sa odohralo to dôležité: v akom prostredí, medzi akými ľuďmi sa pohyboval. Miestni by vedeli rozprávať o nočnom hluku, pitkách, snobských výtržnostiach. Vtedy sa ešte nevedelo, že z nich budú významní politici, významní podnikatelia. Všetci začínali na zelenej lúke. Stali sa kamarátmi, ale vtedy ešte nemali vplyv. Takto sa poprepájali vzťahy medzi niektorými politikmi a podnikateľmi. A potom aj prokurátormi a sudcami. Preto sa Kočner mohol tváriť, že je nedotknuteľný.“*

Svojimi známosťami sa rád vystatoval, o R. Ficovi hovoril pred K. Šimončíčovou ako o „svojom kamarátovi Robertovi“, nezdráhal sa používať slovo „zariadim“... K. Šimončíčová to sledovala najmä v bratislavskej komunálnej politike, kde sa M. Kočnerovi vychádzalo v ústrety za každého vedenia. *„To je jedno, odkiaľ bol primátor. On ich mal asi všetkých kúpených.“* Podobne úradníkov štátnej správy a samosprávy, kde sa zdalo, akoby dokázal vybaviť čokoľvek. *„Oblaŕnúť ich nemohol – predsa keď som osoba odborne spôsobilá, tak ma neoblaŕne. Mal ich kúpených.“*

6. Tvorivosť a inteligencia

Mariana Kočnera sprevádza poveseť nadpriemerne inteligentného človeka, s ktorým je ťažké udržať krok v zhromažďovaní informácií, v interpretáciách a argumentácii. Potvrdila to aj Eva Čobejová na príklade kauzy Markíza, keď sa k M. Kočnerovi pristupovalo ako k „tomu inteligentnejšiemu“ v porovnaní s P. Ruskom. *„Niektorým nebol Rusko príjemný a Kočner ich presvedčil, že Markízu musíme tomu primitívnemu neschopnému Ruskovi zobrať.“* Aj M. Vagovič potvrdil, že počas dlhých telefonátov bolo potrebné vynaložiť veľa úsilia, aby sa človek nedal vťahovať do jeho interpretácií. *„Určite nebol hlúpy, naopak – bol to inteligentný hráč, inak by tolké roky nefungoval. Ale asi sa to aj trochu nadhodnocuje. Nemyslím si, že je až taký génius,“* povedal M. Vagovič a poukázal na niektoré Kočnerove obranné reči na súde. *„Niekedy používa až komické argumenty, keď rozpráva, že vyhľadával prokurátorov v systéme Sociálnej poisťovne, lebo tým chcel vyriešiť nejaký matematický kód – a na základe dátumov narodenia zistiť, kto má šancu byť generálnym prokurátorom.“*

Doteraz spomínané črty arogancie a inteligencie úzko súvisia s menej známou vlastnosťou M. Kočnera, o ktorej v našej respondentskej vzorke podrobne rozprával iba J. Füle, ktorý ho poznal najbližšie a zažil s ním viaceré príhody, kde sa M. Kočner prejavil ako tvorivý, odvážny, až drzý, ale istým spôsobom sympatický človek s originálnymi nápadmi, živým postrehom a gurážou. Svedčí o tom historika zo socialistických 80. rokov: *„Išli sme pred Tuzexom na Gorkého. Stálo tam porsche a ľudia naň strašne pozerali, lebo kde vtedy za socializmu stálo porsche na ulici? Prišiel Kočner, rozdrapená košela, a povedal tým ľuďom: Čo čumíte? A viete, ako ho doma vykorisťujú?“* Do toho istého obdobia zapadá aj príhoda z Vianoc 1982: *„Predávali sme knihy na dnešnom Americkom námestí, vtedajší Avion. Vtedy bývali také stánky s knihami. Nebohý Mato Beňo, Marian a ja sme predávali*

knihy. V tom čase bolo kníh málo, ale Maťov otec, spisovateľ Ján Beňo, robil v Slovenskom spisovateľi a zohnal nám knihy, ktoré boli akože nedostatkové. Vtedy práve zomrel Brežnev. My sme mali zo stánku PNS natiahnutý elektrický kábel a púšťali sme tam muziku. Došli policajti, že štátny smútok, zomrel súdruh Brežnev. Kočner sa na nich pozrel a hovorí: A to bol kto? Policajti nás nechali tak a odišli. A my sme ďalej púšťali muziku. To je proste jeho povaha.“

V nebojácnom a drzom správaní však akoby M. Kočner niekedy nepoznal mieru: „Raz nás spolu zatkli,“ vrátil sa J. Füle do študentských rokov, keď kamaráti chodievali ku Kočnerovcom na chatu pod Maliným Brdom. „Vypili sme si v hoteli Hrabovo, vedľa neho mal tú chatu. Išli sme z baru, neboli sme triezvi a stála tam Tatra 613-ka, papalášske auto. Maroš povedal, že to je neviem koho a že to je strašný... tri bodky. Myslím, že sme mu odlomili stierače, neurobili sme žiadnu mega škodu. Na ďalší deň sme prišli do toho istého baru, čašník šiel dozadu, podľa všetkého zavola policajtov a oni prišli a zatkli nás. To sme boli štyria spolužiaci, jeden je už mŕtvy, druhý v base... Zobrali nás do štyroch rôznych miestností a potom došli za mnou: vaši kamaráti sa už priznali, priznajte sa aj vy. Našťastie, nikto sa nepriznal, to by nás okamžite vyhodili zo školy. Nakoniec sme zistili, že tá 613-ka nebola niekoho, čo Marian povedal, ale podpredsedu vtedajšieho Federálneho zhromaždenia ČSSR, ktorý sa volal Marko, nikdy som o ňom nepočul. Nakoniec nás pustili, v noci, a Kočner bol taký oprsklý, že povedal tým policajtom: keď ste nás sem doviezli, tak nás aj odvezte. Sedeli sme v policajnom žiguláku na zadnom sedadle štyria. Tam sa štyria chlapi nevojdú, takže sme mali ruky vzadu, ponad plecía. A Marian mi hovorí, že na zadnom okne majú pištoľ a obušok: čo im zoberiem? Ja mu: ty ko..., toto už nie. A on si vopchal obušok do rukáva vetrovky. Šlohol policajtom obušok. Potom ho mal zavesený na internátnej izbe na Mlynoch na stene.“

Záver

Predstavili sme šesticu charakterových vlastností Mariana Kočnera ako zástupnej toxickéj celebrity. Vygenerovali a opísali sme ich na základe hĺbkových rozhovorov s ľuďmi, ktorí mali s M. Kočnerom blízky kontakt na osobnej a/alebo profesionálnej úrovni. V kontexte širších zistení dlhodobého kolektívneho výskumu o celebritnosti M. Kočnera, na ktorý týmto textom nadväzujeme, je zaujímavé detegovanie vzťahu medzi mediálnymi rámcami, ako vyplynuli z obsahovej analýzy rozličných typov médií zaoberajúcich sa M. Kočnerom v rokoch 1998 – 2016 (Rončáková, Virostková, Polievková a Kravčák 2023) a týmito vlastnosťami.

T. Rončáková, L. Virostková, P. Polievková a P. Kravčák pomenovali 12 mediálnych rámcov používaných pri hovorení o M. Kočnerovi:

- Čičikov,
- mafiózo,
- dôležitý hráč,
- toxická osoba,
- nadobčan,
- Čierny Peter,

- boháč,
- spin doctor,
- Jánošík,
- narcis,
- šoumen,
- inovátor.

Ich súvislosť s nami identifikovanými vlastnosťami naznačuje tab. č. 1:

Tab. č. 1: Súvislosť medzi vlastnosťami M. Kočnera a jeho mediálnym rámcovaním

vlastnosť	rámce
podnikavosť	Čičikov, boháč
túžba po moci a vplyve	mafiozo, toxická osoba, Čierny Peter, narcis
komunikačná zdatnosť	spin doctor
arogancia a agresivita	nadobčan
sieť kontaktov	dôležitý hráč
tvorivosť a inteligencia	Jánošík, šoumen, inovátor

Rámec Čičikov v zmysle podnikavého špekulanta priamo nadväzuje na podnikavosť M. Kočnera, rovnako ako (bulvárny) rámec boháča, keďže práve v podnikavosti sme identifikovali spojitosť s túžbou po luxuse.

Rámec mafioza vychádza z Kočnerovej túžby po moci a vplyve, ku ktorým vedú (aj) nečisté skratky a zdá sa, že M. Kočner im neodolal. Práve preto sa stal toxickou osobou, ktorá svojou povestou „pofidérneho“ človeka „na pomedzí“ bežného sveta a podsvetia zamoruje všetko, v čom sa angažuje. Následne je diskreditujúce sa s takou osobou čo i len ukazovať na verejnosti, takže pôsobí ako Čierny Peter. Jej to však nebráni užívať si svoju schopnosť čokoľvek „zariadiť“ – preto sme pod túto osobnostnú vlastnosť zaradili aj rámec narcisa.

Rámec spin doctora sa priamo vzťahuje na Kočnerovu komunikačnú zdatnosť, ktorú si dobre uvedomoval a snažil sa ju využiť na šírenie vlastných interpretácií a manipulácií. Rámec nadobčana (kde sme počas výskumu poukazovali konkrétne na čierne stavby a nelegálne výrubu, bez ohľadu na zákony a pravidlá) odráža aroganciu a agresivitu. Rámec dôležitého hráča súvisí s Kočnerovou vedomou systematickou snahou pohybovať sa v „dobrej spoločnosti“ a posilňovať svoj spoločensko-politický, ekonomický aj mediálny vplyv.

Posledná vlastnosť tvorivosti a inteligencie neprekvapivo inšpirovala tri mediálne rámce s potenciálom pozitívnejšieho emočného náboja: Jánošík, šoumen a inovátor. M. Kočner v pozícii pomáhača chudobným (napr. v kauze KIA), šaša, ale nie hlúpeho (napr. pri rozdávaní miliónov a sľubovaní MHD zadarmo pri kandidatúre na bratislavského primátora) aj technologického progresívca schopného „vidieť za roh“ (napr. v kauze pezinská skládka, kde propagoval novátorský ekologický plazmový spaľovač) naplno využil svoju schopnosť originálne myslieť a šikovne svoje nápady odprezentovať.

Môžeme teda konštatovať, že tento čiastkový výskumný pohľad na M. Kočnera ako zástupnú „toxickú celebritu“ nás priviedol k poznaniu charakterového mixu, ktorý môže takémuto typu osoby pomôcť na celebritné výslnie: schopnosť a vôľa (v každom režime) zarábať peniaze, hoci aj bezohľadne, zanechávajúc za sebou mŕtvolu (v prenesenom zmysle pošliapaných priateľstiev) a nachádzajúc si nových spojencov (podobne loviacich v mútnych vodách), vďaka ktorým si možno systematicky upevňovať moc a vplyv. Tieto vlastnosti vyformujú významného hráča, ale na to, aby sa dostal do hľadáča médií a verejnosti, treba ešte niečo: schopnosť a vôľu predvádzať sa, informovať, vysvetľovať, zaujať škandalóznymi i vtipnými (často v jednom) nápadmi.

Literatúra

- HACEK, J. a STANKOVÁ, M. 2022. Dve črty jednej celebrity – Mediálny obraz Mariana Kočnera. In: KRAVIAROVÁ, Marianna – REGURTOVÁ, Lenka (eds.): *Médiá a text 8*. Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, 2023, s. 91 – 97. ISBN 978-80-555-3168-7. Dostupné na: <https://www.pulib.sk/web/pdf/web/viewer.html?file=/web/kniznica/elpub/dokument/Kraviarova3/subor/9788055531687.pdf>.
- KRAVČÁK, P. a POLIEVKOVÁ, P. 2022. Rámčovanie osoby Mariana Kočnera v komentároch (2009-2017). In: KRAVIAROVÁ, Marianna – REGURTOVÁ, Lenka (eds.): *Médiá a text 8*. Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, 2023, s. 108 – 118. ISBN 978-80-555-3168-7. Dostupné na: <https://www.pulib.sk/web/pdf/web/viewer.html?file=/web/kniznica/elpub/dokument/Kraviarova3/subor/9788055531687.pdf>
- KUBINYI, P. a STANKOVÁ, M. 2021. Titulok ako komentatívny prvok v novinárskych prejavoch venovaných Marianovi Kočnerovi. *Otázky žurnalistiky*, roč. 64, č. 3 – 4, s. 104 – 114.
- RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. a HACEK, J. 2021. Metodologické východiská výskumu celebritizácie Mariana Kočnera v slovenských médiách. In: *Otázky žurnalistiky*, roč. 64, č. 3 – 4, s. 90 – 103.
- RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. a kol. 2023. *Sláva a tieň. Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*. Ružomberok : Verbum.
- RONČÁKOVÁ, T., VIROSTKOVÁ, L., POLIEVKOVÁ, P., KRAVČÁK, P. 2023. The Media Framing of a Toxic Celebrity. How the Slovak Press Portrayed the Businessman Accused of Journalist's Murder. In: *Communication Today*, 2024, roč. 14, č. 2, s. 140 – 153. ISSN 1338-130X. Dostupné na: <https://doi.org/10.34135/communicationtoday.2023.Vol.14.No.2.10>
- RONČÁKOVÁ, T. a VIROSTKOVÁ, L. 2023. Obraz Mariána Kočnera v novinových komentároch 1998 – 2012. In: KRAVIAROVÁ, Marianna – REGURTOVÁ, Lenka (eds.): *Médiá a text 8*. Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, s. 98 – 107. ISBN 978-80-555-3168-7. Dostupné na: <https://www.pulib.sk/web/pdf/web/viewer.html?file=/web/kniznica/elpub/dokument/Kraviarova3/subor/9788055531687.pdf>
- RONČÁKOVÁ, T. 2021. Osoba Mariána Kočnera v kontexte mediálnej celebritotvorby. Teoretické zarámčovanie problematiky. In: KRAVIAROVÁ, Marianna – PEKNUŠIA-

- KOVÁ, Eva (eds.): *Médiá a text 7 (II. časť)*. Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, s. 67 – 75. ISBN 978-80-555-2831-1
- RONČÁKOVÁ, T. 2022. Prvé mediálne zmienky o Mariánovi Kočnerovi: denníky SME a Slovenská republika v rokoch 1995 – 1997. In: POLIEVKOVÁ, Petra (ed.): *Celebritizačné procesy v médiách*. Ružomberok : Verbum, s. 12 – 13. ISBN 978–80–561–1008–9. Dostupné na: <https://www.ku.sk/fakulty-katolickej-univerzity/filozoficka-fakulta/katedry/katedra-zurnalistiky/publikacie/celebritizacne-procesy-v-mediach.html>
- SÁMELOVÁ, A. 2021a. A Brilliant Celebrity with a Controversial Public Role. In *Celebrity and Crisis, Celebrity in Crisis* [abstracts]. Bologna: Alma Mater Studiorum Università di Bologna, s. 1-1.
- SÁMELOVÁ, A. 2021b. Fenomén táraniny v mediálnej celebritizácii Mariána Kočnera. In *QUAERE 2021*. Hradec Králové: Magnanimitas, s. 866 – 871. https://www.vedeckekonference.cz/library/proceedings/quaere_2021.pdf
- SÁMELOVÁ, A. 2023. From a Television Ownership to Prison: The Ambivalent Role of Media in Promoting Narratives of a Toxic Celebrity. [V recenznom posudzovaní časopisu *The International Journal of Press/Politics*]. Prezentované na konferencii: *9th annual conference of The International Journal of Press/Politics*, ktorá sa konala 12. – 13. októbra 2023 v Edinburghu v Spojenom kráľovstve Veľkej Británie a Severného Írska.
- ŠTEPANOVIČOVÁ, N. 2023. *Vývoj mediálneho obrazu Mariána Kočnera* [diplomová práca]. Ružomberok: Katolícka univerzita v Ružomberku.

Prof. Terézia Rončáková, PhD., (nar. 1980 v Žiline) po skončení štúdia žurnalistiky na FF UK v Bratislave (2002) pôsobila ako novinárka v tlačovej agentúre SITA, v *Katolíckych novinách* a vo *Vatikánskom rozhlas*e v Ríme. Súčasne obhájila dizertačnú prácu na Katolíckej univerzite v Ružomberku (2006). Habilitovala sa na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (2012) a inaugurovala na Katolíckej univerzite v Ružomberku (2023). Vedecký záujem sústreďí na publicistický a náboženský štýl a na žurnalistickú žánrológiu. Pôsobí na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity v Ružomberku. Angažuje sa ako členka Spoločenstva Ladislava Hanusa, združenia mladých katolíckych novinárov Network Slovakia a Fóra pre verejné otázky.

Kontaktná adresa:
Filozofická fakulta KU v Ružomberku
Hrabovská cesta 1B
034 01 Ružomberok

terezia.roncakova@ku.sk

Štúdia vznikla v rámci riešenia grantového projektu VEGA č. 1/0203/21 Vplyv médií na spoločenský status celebrit: premeny mediálneho obrazu Mariana Kočnera v slovenskej spoločnosti.

Marián Kočner v textoch novinára Petra Tótha

Marián Kočner in texts of journalist Peter Tóth

PETER KRAVČÁK

KATOLÍCKA UNIVERZITA V RUŽOMBERKU

Abstrakt: Hlavnú časť svojej novinárskej kariéry strávil Peter Tóth ako reportér a komentátor Denníka SME. Takmer po celý čas, ako v mienkotvornom denníku pracoval, poznal aj podnikateľa, neskôr trestne stíhaného a vo viacerých politicko-spoločenských kauzách zapleteného Mariana Kočnera. Z verejne dostupných zdrojov, výpovedí a súdnych pojednávaní vieme, že Tóth pre Kočnera minimálne po roku 2014 pracoval a odvádzal pre neho aj kontroverzné „služby“, ako napríklad sledovanie novinárov. Na základe analýzy časti textov, ktoré Peter Tóth o Marianovi Kočnerovi písal ešte ako aktívny novinár, sa snaží dať predložený príspevok náhľad do situácie novinár – podnikateľ a identifikovať, či požíval verejne činný Marian Kočner mediálnu náklonnosť poskytovanú novinárom Petrom Tóthom už skôr. Prispel Peter Tóth v rokoch 1994 až 2000, ako aktívny novinár denníka SME, k postupne budovanému celebritnému statusu Mariana Kočnera?

Príspevok je súčasťou širšieho spoločného výskumu katedry žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity v Ružomberku a Katedry žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave pod názvom *Vplyv médií na spoločenský status celebrit: premeny mediálneho obrazu Mariána Kočnera v slovenskej spoločnosti* (VEGA č. 1/0203/21).

Kľúčové slová: Peter Tóth. Marian Kočner. Denník SME. Gamatex. Technopol. Kauza.

Abstract: Peter Tóth spent the main part of his journalistic career as a reporter and commentator for Daily newspaper SME. Almost all the time he worked in the opinion-forming newspaper, he also knew businessman Marian Kočner, who was later prosecuted and involved in several political and social cases. We know from publicly available sources, statements and court hearings that Tóth worked for Kočner at least after 2014 and also performed controversial “services” for him, such as monitoring journalists. Based on the analysis of some of the texts that Peter Tóth wrote about Marian Kočner while he was still an active journalist, the presented article tries to give an insight into the situation of a journalist-entrepreneur and to identify whether the publicly active Marian Kočner enjoyed the media affection provided to the journalist Peter Tóth earlier. Did Peter Tóth helped in the years 1994 to 2000, as an active journalist of the daily SME gradually build celebrity status of Marian Kočner?

The contribution is part of a wider joint research of the Department of Journalism of the Faculty of Philosophy of the Catholic University in Ružomberok and the Department of Journalism of the Faculty of Philosophy of the Comenius University in Bratislava under the title *Media influence on the social status of celebrities: changes in the media image of Marián Kočner in Slovak society* (VEGA No. 1/0203/21)

Keywords: Peter Tóth. Marian Kočner. Daily newspaper SME. Gamatex. Technopol. Case.

Tóth pracuje pre Kočnera

Peter Tóth pracoval pre Mariana Kočnera. V začiatkoch dnes už ich verejne známej aktívnej spolupráce o podnikateľovi písal pozitívne články na svojom súkromnom webovom portáli datel.sk. Táto angažovanosť mala smerovať napríklad k založeniu politickej strany Cieľ, čo mal Marian Kočner v pláne, a dokonca zbieral pre ňu aj podpisy od občanov. Neskôr Kočner požiadal Tótha, aby pre jeho video reláciu Na pranieri sledoval vybraných novinárov slovenských médií. Peter Tóth mal zabezpečiť kompromitujúce materiály, ktoré by Kočner následne medializoval. Časť tejto pokútnej agendy Petra Tótha vidieť v niekdajšej kauze tzv. Lipšicovho stáda⁶³ (Rusnáková 2019 a Soltész 2018).

V lete 2017 Tóth s Kočnerom spoločne strávili dovolenku na Kočnerovej jachte v Chorvátsku. A keď o rok neskôr Mariana Kočnera zatkla polícia pre podozrenie z falšovania úradnej listiny – zmieniek, ktoré mu údajne vystavil niekdajší generálny riaditeľ televízie Markíza Pavol Rusko, Tóth bol Kočnerovým prvým kontaktom na slobode. Bol poverený „poupratovaním“ Kočnerovho domu. Kočner mu poskytol svoj mobilný telefón s heslom a kázal mu kontaktovať viacerých ľudí, ktorí mu údajne mali pomôcť. Vyplýva to zo svedectiev samotného Petra Tótha, ktoré povedal počas vypovedania na súdoch ku kauzám, kde bol Marian Kočner obvinený (Tóđová 2021). Kočner navyše Tóthovi pravidelne z väzby telefonoval a posielal mu aj tzv. motáky.⁶⁴

Toto sa dialo predovšetkým v rokoch 2014 až 2018.

Metodológia

Uvedená známosť a blízka spolupráca viedla autorov projektu VEGA aj k snahe zistiť, či M. Kočner mal s P. Tóthom rovnaký vzťah už v minulosti, ale najmä, či sa odzrkadlil na práci novinára Petra Tótha. Zamerali sme sa na čas, keď pracoval ako investigatívny novinár a komentátor pre Denník SME v rokoch 1994 až 2003 (Burčík 2013).

Peter Tóth prišiel do Denníka SME v novembri 1994 z dnes už neexistujúceho Slovenského denníka. Naším cieľom bolo preto vyhľadať všetky texty Petra Tótha, ktoré napísal pre Denník SME a zistiť, koľkokrát, v akom kontexte a s akým podtónom, resp. konotáciou písal o Marianovi Kočnerovi.⁶⁵

Na identifikáciu publikovaných textov o Marianovi Kočnerovi v Denníku SME v sledovanom období sme aplikovali dve metódy.

⁶³ Išlo o zverejnenie krátkych textových správ (SMS), v ktorých si poslanec Gábor Grendel, blízky spolupracovník Daniela Lipšica, písal s viacerými novinármi. Kočner tak poukazoval na ich blízky vzťah z čoho mala vyplývať neobjektívnosť novinárov. Tí sa bránili tvrdeniami, že ide o bežnú komunikáciu novinárov s politikmi, prostredníctvom ktorej pracovníci médií bežne získavajú informácie.

⁶⁴ Moták – utajený list alebo písomnosť posielaný z väzenia zadržanou alebo odsúdenou osobou.

⁶⁵ Predložený článok prezentuje analýzu textov od novembra 1994 do júna 2000. Komplexná analýza práce Petra Tótha ako novinára Denníka SME, teda až do roku 2003, vo vzťahu k Marianovi Kočnerovi bude publikovaná v blízkej budúcnosti.

Využili sme elektronickú databázu spoločnosti Newton Media, ktorá nám pomohla identifikovať najväčšiu časť textov spravodajského aj publicistického charakteru. Následne sme zo všetkých textov identifikovali tie, ktorých autorom bol Peter Tóth.

V Denník SME v rokoch 1994 až 2000 písal Tóth v absolútne prevažnej väčšine svoje publicistické články pod plným menom. V spravodajstve sa však podľa vtedajšej zvyklosti denníka vyskytovala najmä v počiatočných rokoch aj skratka *pt*, ktorá patrila Petrovi Tóthovi. Aj celé meno Peter Tóth, ale aj skratka *pt* boli predmetom nášho výskumu.

Aby sme si boli istí, že digitálne dohľadávanie takmer 30 ročných textov bolo spoľahlivé⁶⁶, zvolili sme aj metódu ručného prehľadávania novín z uvedených rokov. Potvrdilo sa, že digitálny archív Newton Media nedokázal so 100 percentnou spoľahlivosťou zachytiť všetky texty, v ktorých bol Marian Kočner citovaný, parafrázovaný alebo len zmieňovaný.

Najbližšie miesto k Ružomberku, kde sú dostupné archívne vydania novín Denníka SME⁶⁷ je Národná knižnica v Martine. Podnikli sme desiatky výjazdov, aby sme údaje verifikovali a náš výskum pokryl tie roky, ktoré prezentuje v predstavenom texte.

Tak databáza Newton Media, ale aj naše dohľadávanie nebolo zamerané len na celé meno Marian Kočner⁶⁸, ale aj na skratky ako Marian K. Osobný výskum preukázal, že Peter Tóth v niektorých textoch nepísal priamo o Marianovi Kočnerovi, ale hovoril o ňom a jeho spolupracovníkovi Štefanovi Aghovi skryte, ako o predstaviteľovi, resp. predstaviteľoch spoločnosti Gamatex, čo sme ráтали za nepriamu zmienku.

Tab. č. 1: Množstvo textov, kde Peter Tóth cituje, parafrázuje alebo zmieňuje Mariana Kočnera⁶⁹

Rok	Počet textov
1995	6
1996	10
1997	1
1998	18
1999	8
2000	3

Prvé texty zachytávame v roku 1995. Ide o Kauzu Technopol, resp. o únos Michala Kováča mladšieho do Rakúska. Venovalo sa im 18 odsledovaných textov zo 46. Všetky zvyšné dosiaľ identifikované novinárske výstupy spomínajú Mariana Kočnera v súvislosti s kauzou Gamatex (Sámelová 2023, s. 45). Iná téma sa v súvislosti s Petrom Tóthom ako autorom a Marianom Kočnerom ako „respondentom“ v Denníku SME neobjavuje.

⁶⁶ Elektronickou a verejne dostupnou verziou novín z tohto obdobia nedisponuje ani redakcia Denníka SME, ani Univerzitná knižnica v Bratislave, Vedecká knižnica v Banskej Bystrici a dokonca ani Slovenská národná knižnica v Martine.

⁶⁷ Využili sme študovňu mikrofilmov Slovenskej národnej knižnice v Martine, kde sú uvedené vydania dostupné.

⁶⁸ V tom čase ešte médiá o ňom písali ako o Mariánovi Kočnerovi.

⁶⁹ Prieběžný výsledok ešte neskončeného prieskumu textov Petra Tótha o Marianovi Kočnerovi v Denníku SME.

Tóth píše o Kočnerovi – kauza Technopol

Tóth sa spoznal s Kočnerom počas kauzy vyšetrovania zavlčenia Michala Kováča mladšieho do cudziny v roku 1995 (Tóth 2013, s. 13).

Na syna prezidenta Slovenskej republiky bol v zahraničí vydaný zatykač pre podozrenie z ekonomických podvodov. Jedným z obvinených v celej kauze je aj jeho podnikateľský kolega, v textoch ako „*obchodný partner*“ – Marian Kočner.

Prípadu zavlčenia sa Tóth intenzívne venoval ako novinár a práve v tej súvislosti po prvý raz spomína vo svojich textoch aj Kočnera.

V 46 textoch použije Tóth Kočnerove priezvisko v titulku len trikrát⁷⁰. Dva prípady súvisia s kauzou Gamatex (pt 1998, s. 2). Uvedené texty vrátane nadpisov sú vecné, spravodajské a opisujú Kočnera a jeho konanie neutrálnym spôsobom. Pomyselnou novinárskou druhou stranou v tomto spore bol pre Mariana Kočnera riaditeľ TV Markíza Pavol Rusko – toho Tóth spomenul v nadpisoch textov deväťkrát.

Raz spomína Tóth Mariána K. v titulku aj v súvislosti s aférou Technopol. Bolo to v novembri 1995, keď Mariánovi Kočnerovi po nočnom výbuchu začalo v noci horieť auto. Tóth mu dáva priestor na vyjadrenie, kde Kočner popiera akékoľvek styky s mafiou a podsvetím, ale aj nepriateľov: „*Pokiaľ by niekto chcel tvrdiť, že toto je vybavovanie si účtov medzi mafiánmi, tak to nie je pravda. Nie som v žiadnej mafii a ani som nikdy nebol. Voči nikomu nemám žiadne poľznosti a s nikým nemám spory. Ak ide mafia niečo také urobiť, najprv na to človeka upozorní. Mňa nikto na nič neupozorňoval*“ (Tóth, 1995, s. 1). V článku vyznieva pozitívne a nevinne, pričom polícia napríklad nedostala priestor vysvetliť, s čím si spája požiar Kočnerovho auta.

Kočnera v tomto texte predstavuje Peter Tóth ako človeka, ktorého slovenský občan nemeckého pôvodu Peter Krylov obvinil z účasti na obchodnom podvode proti Technopolu. Až v iných textoch o kauze Technopol píše o „*trestne stíhanom podnikateľovi*“ (pt 1996, s. 2), ktorého musí vypočúvať polícia (pt 1995, s. 2).

Tóth v tom čase neoficiálne pracoval v tzv. paralelnej tajnej službe, ktorá podľa jeho výpovede slúžila na odhaľovanie nekalej činnosti politikov, zneužívanie oficiálnej tajnej služby štátu – Slovenskej informačnej služby (SIS) či obranu demokracie (Burčík 2013).

Z tejto jeho angažovanosti, ale aj dôkazov, ktoré ako novinár a člen paralelnej tajnej služby získal, vyplýva aj postoj, ktorý je v jeho publicistických textoch o kauze Technopol pomerne ľahko čitateľný: spochybňuje kroky polície SR vo veci vyšetrovania a otvorene polemizuje nad svedectvami v Nemecku odsúdeného Petra Krylova a jeho obvineniami o zapojení Mariána Kočnera (aj Michala Kováča ml. a ďalších) do podvodu v súvislosti s Kauzou Technopol.

„*Ďalším nedostatkom je absencia vecnej súvislosti medzi nahováraním na spáchanie trestného činu a delením peňazí. Dodajme, že major Valenčík neuvádza žiaden dôkaz, ktorý by usvedčoval, že M. Kováč ml., Martin S.-M. a Marián K. nahovárali Krylova na podvod. Toto nahováranie však vyvracia van der Werff a popierajú ho aj všetky obvinené osoby.*

⁷⁰ Rovnako trikrát použije skratku Marián K. Tieto prípady súvisia s novinárskymi výstupmi o Kauze Technopol.

Fatálnym prešlapom vyšetrovateľa, ktorý sa pod citované uznesenie podpísal, je obvinenie spomínaných osôb bez toho, aby vypočul muža, ktorý tvrdil, že bol nimi nahováraný,“ píše Tóth v jednom zo svojich textov (Tóth 1996, s. 5).

Kočnera, okrem spomenutého prípadu s výbuchom mercedesu, ani raz necituje (Kočner, 1996, s. 5)⁷¹. Spomína ho len ako obchodného partnera Michala Kováča ml., obvineného slovenského podnikateľa a neskôr človeka, ktorý dostal v celej kauze milosť od prezidenta Michala Kováča st. Kto je Marián Kočner, prečo bol v celej kauze zapletený, aký je jeho podiel „viny“, ktorá mu je kladená a prečo dostal milosť od prezidenta sa v textoch o kauze Technopol z pera Petra Tótha nespomína.

Tóth píše o Kočnerovi – kauza Gamatex

Väčšina textov v sledovanom období je o tzv. Kauze Gamatex, ktorá prepukla v roku 1998. Spolu ide o 28 textov, kde priamo zmieňuje Mariána Kočnera alebo iný ekvivalent jeho mena ako Marián K., M. Kočner a pod.

Len v prvých dvoch textoch Tóth uvedie Kočnera v kontexte, ako jedného z „*obvinených v kauze finančného podvodu proti spoločnosti Technopol*“ (jo, pt, 1998, s. 2). Spomenie tiež, že prezident Kováč mu v tejto súvislosti udelil milosť. Rovnako, že v rokoch 1996 a 1997 boli výbušninami zničené jeho automobily. Uvádza ho výlučne ako podnikateľa s textilom a spolumajiteľa firmy Gamatex, ktorá obchoduje s textilom.

Viac sa podobná konotácia o netuctovej minulosti Mariána Kočnera v textoch Petra Tótha v súvislosti s Kauzou Gamatex neobjavuje. Ďalej ho opisuje výlučne ako „*spolumajiteľa firmy Gamatex*“ alebo „*podnikateľa*“.

Zo všetkých dohľadaných textov o kauze od Petra Tótha sme našli štyri prípady, kde je citovaný len zástupca Gamatexu – Štefan Agh alebo Marián Kočner, v jednom prípade obaja. Neexistuje tu oponentúra v podobe vtedajšej názorovej protiváhy, riaditeľa televízie Pavla Ruska. V jednom z menovaných prípadov je však oponentom redaktorka televízie Anna Ghanamová. V uvedených novinárskych výstupoch prevažuje naratív pravdy, ktorú v kauze pretláča Gamatex a jeho predstavitelia. Nejde však o zásadné tvrdenia, ktoré by vo vnímaní verejnosti mali kauzu otočiť v prospech Kočnera a Gamatexu.

Obzvlášť, ak v súvislosti s aférou dal Tóth bez reakcie oponenta (Kočnera alebo Agha) dvakrát priestor aj Pavlovi Rusko a jedenkrát jeho advokátovi Martinovi Škublovi.

Najsilnejšie je vyjadrenie z 15. októbra 1998, keď v spravodajskom texte Tóth dáva priestor len M. Kočnerovi, a dokonca aj jeho spoločníkovi Š. Aghovi bez protireakcie niekoho z oficiálneho vedenia Markízy.

„...M. Kočner na začiatku pojednávania vložil do súdneho spisu kópiu originálu pozvánky na sporné valné zhromaždenie, ktorú podľa jeho slov podpísal P. Rusko. ‘Pán Rusko, ktorý tvrdil, že valné zhromaždenie nebolo nikdy zvolané, klamal,’ uviedol v tejto súvislosti Koč-

⁷¹ V jednom prípade mu denník poskytuje priestor na písomné vyjadrenie, kde sa Marián Kočner ohradzuje voči anonyrne odvysielanému dokumentu STV, kde televízia vysiela nahrávku Mariána Kočnera, ktorý tam vystupuje ako sprostredkovateľ medzi prezidentom SR Michalom Kováčom a odsúdeným za kauzu Petrom Krylovom.

ner. Jeho spoločník Š. Agh na margo námietky P. Ruska zo zaujatosti V. Šebestovej vyhlásil: *‘Myslím si, že oddáva spor. Zrejme mu dochádzajú právne argumenty. Myslím si, že chce pripraviť Markízu-Slovakia o licenciu a spolieha sa na to, že po konštituovaní novej rady dostane licenciu buď na inú spoločnosť, alebo nejakým spôsobom na STS.‘*“(pt 1998, s. 2)

Badateľné je, že kým na začiatku sporu bol frekventovanejším zdrojom informácií pre P. Tótha Pavol Rusko, postupom času a medializovaním kauzy dostáva v jeho novinárskych výstupoch viac priestoru M. Kočner, resp. predstaviteľa Gamatexu. Tento fakt však môžeme dať aj do súvislosti s tým, že Pavol Rusko odišiel žiť dočasne do zahraničia, pretože tvrdil, že na Slovensku sa bojí o svoj život, kým Marián Kočner chodil do Markízy a vydával sa za jej nového spolumatiteľa.

Tóth pre uskutočnenie jednej reportáže dokonca v televízii prespal, aby monitoroval situáciu v čase, keď v televízii prespávali aj niektorí jej zamestnanci a pred budovou sa uskutočňovali verejné zhromaždenia a protesty proti obsadeniu televízie (Tóth 1998).

Tóth s postupným vývojom kauzy obracia pozornosť od snahy Mariána Kočnera zabiť na TV Markíza smerom k štátu. Tento postoj v publicistických textoch je však logický, keďže snaha spolitizovať kauzu krátko pred parlamentnými voľbami a využiť ju vo svoj prospech viacerými verejnými a v priamom prenose vysielanými vystúpeniami v enormne sledovanom prípade bola zjavná v radoch politikov vtedajšej opozície, ktorými boli napríklad Mikuláš Dzurinda či Robert Fico. Tóth však tento fakt viac-menej opomína a, naopak, vystríha, ako sa kauzu bude snažiť využiť vládna moc okolo Vladimíra Mečiara.

„Reakcia Mečiarovej strany zároveň nasvedčuje, akým spôsobom sa bude predseda vlády a HZDS usilovať využiť kauzu Markíza vo svoj prospech. Opozíciu, ktorej preferencie sa po druhom vstupe Gamatexu do Markízy pravdepodobne zvýšia, obviní z pokusu o štátny prevrat destabilizovaním spoločenskej situácie a vyhrocovaním politického konfliktu. Prípadný násilný zásah Kočnerovej ochranky v priestoroch Markízy by tomuto scenáru nepochybne iba prospel. Podráždenie občanov je prirodzené a nikto im nemôže vyčítať, že na miesto “Dost bolo Kočnera” skandujú heslo “Dost bolo Mečiara”. Mariána Kočnera bez ohľadu na to, či je to tak, alebo nie, považujú iba za nástroj Mečiarových politických a mocenských chůtok. Postoj riaditeľa SIS, šéfa STV, policajných orgánov a iných reprezentantov vyhrotil nielen prípad Markíza, ale aj celú politickú situáciu v krajine omnoho viac ako “návrat” Gamatexu do tejto televízie. Úloha tejto firmičky totiž prestáva byť v tejto chvíli zaujímavá, pretože karty začal miešať niekto silnejší.“ (Tóth 1998).

V tejto súvislosti je zaujímavé, že napriek viacerým kontaktom Tótha s Kočnerom v súvislosti s dňom v TV Markíza novinár verejne nekonfrontoval podnikateľa s otázkou, či je celé dianie krátko pred voľbami politickou objednávkou, resp. prečo k nemu dochádza v tomto čase. Kočner naznačoval, že ide o obchodný spor, ale protestujúca verejnosť ho považovala za nástroj v rukách vlády a Vladimíra Mečiara, ktorý chce krátko pred voľbami umlčať populárnu televíziu. Kočner tieto mienky verejnosti prostredníctvom textov Petra Tótha nedementoval, nepoprel – Tóth sa ho na to vo zverejnených rozhovoroch a textoch ani priamo nepýtal – z čoho sa skôr zdá, že či už úmyselnou, alebo neúmyselnou snahou oboch bolo tieto nálady v spoločnosti skôr podporiť a nahráť tak vtedajšej opozícii.

S postupom rokov je Peter Tóth ako autor oveľa kritickejší k Pavlovi Ruskovi ako riaditeľovi televízie Markíza. Z textov je zjavné, že táto súvislosť má spojitosť aj so správaním sa televízie, ktorá vo svojom spravodajstve dávala výraznejší a pozitívny priestor len vy-

branej časti politikov – napríklad Rudolfovi Schusterovi a jeho strane SOP. Televízia dáva napríklad priestor a prináša reportáž z narodeninovej oslavy Mikuláša Černáka v tom čase podozrivého z viacerých podvodov, vydierania a vražd. Objavujú sa aj výpovede redaktora, ktorý tvrdil, že Pavol Rusko mu zasahoval do práce a nedovolil informovať o spojení ukrajinskej mafie s vraždou Jána Duckého (Tóth 1999, s. 4). Tóth tak televíziu pod vedením Ruska považuje za neobjektívne médium slúžiace politickým, spoločenským a ekonomickým záujmom riaditeľa (Tóth 1999, s. 4).

Nevieme, či už aj táto skutočnosť zasiahla do jeho konštatovania: „*Aj keď nie sú známe detaily finančného vyrovnaní, zdá sa, že faktickým víťazom sporu je Gamatex. Od začiatku totiž požadoval iba to, aby Pavol Rusko našiel formu na vyrovnanie pohľadávky voči ESPE Studiu, ktorú od neho odkúpila spoločnosť Gamatex... Po uzavretí zmluvy o kúpe spoločnosti Gamatex je zrejmé, že najmä jej dnes už bývalí majitelia Marián Kočner a Štefan Agh predišli riziku, ktoré pre nich vyplýva zo začatia správneho konania o odňatí licencie...*“ (Tóth 2000, s. 6).

V každom prípade tu opomína, že aj Ruskovi muselo záležať na tom, aby Markíza nestratila licenciu.

Gamatex možno považovať za víťaza v zmienke, že získal peniaze, ktoré požadoval: „*nám nikdy nešlo o to, aby sme niekomu Markízu zobrali, ale aby Markíza Slovakia splatila svoje dlhy,*“ hovoril v roku 2000 Marián Kočner v novinárskom texte Petra Tótha. Ten vsaj aj tu dáva priestor Kočnerovi, aby celú kauzu opätovne politizoval a postavil do svetla, že Kočner (zabúda na podiel na dohode zo strany P. Ruska) vlastne zachránil celú tému od ďalšieho zneužívania politikmi: „*Nielen v predchádzajúcom, ale aj v tomto volebnom období sa v kauze Markíza usilovali angažovať vládni politici, a to aj najvyšší štátni funkcionári. Aj preto je dobre, že sa nám podarilo prípad uzavrieť,*“ povedal Kočner (Tóth 2000, s. 1).

Záver a diskusia

V zborníku, ktorý je výsledkom rozsiahlej práce výskumného tímu, autori konštatujú, že to boli aj niektoré médiá, ktoré sa svojím prístupom a pričasto nekritickým zobrazovaním Mariana Kočnera pričínili o vytvorenie jeho statusu úspešného podnikateľa s rôznymi prívlastkami, pričom v niektorých rokoch mohol svojím mediálnym účinkovaním budiť dojem celebrity (Rončáková, Vírostková, Polievková, Kravčák 2023, s. 80).

Na základe nášho čiastkového výskumu však môžeme konštatovať, že v rokoch 1995 až 2000 sa Peter Tóth ako redaktor a komentátor Denníka SME o tento status a cieleňý pozitívny obraz vo verejnosti nepričinil.

Konštatujeme však, že Kočnerovu spojitosť s výlučne kontroverzným a negatívnym dianím, ktoré sa okolo neho dialo a bolo medializované (napríklad: obvinenie zo spoluúčasti na finančnom podvode v afére Technopol, výbuch auta, snaha o ovládnutie súkromnej televízie Markíza a pod.), nie vždy patrične ozrejmil tým, že by im venoval dostatočnú informačnú pozornosť a kontextové vysvetlenie pre čitateľa práve v súvislosti s Kočnerom.

Kočner tak zo zverejnených textov o Kauze Technopol napríklad vychádza ako podnikateľ, ktorý sa pre svoj obchodný vzťah s Michalom Kováčom mladším a firmou Tech-

nopol náhodou a nechtiac ocitol v diskreditačnej a vykonštruovanej trestnoprávnej „kampani“, zhorí mu auto, očierňujú ho v televízii, ale to všetko je len vedľajším efektom aktivity, ktorá bola zo strany polície a štátu (SIS) spustená voči prezidentovi M. Kováčovi st. a jeho synovi.

V kauze Gamatex je pre Tótha víťazom Marián Kočner a jeho rovnomená firma. Ak by sme vec brali z finančného pohľadu, kde mu Pavol Rusko musel vyplatiť požadované peniaze za podiely, čo najskôr odmietal, tak je to pravda. Tóth však svoje tvrdenia opiera o konštatovania, že Kočner a Agh zabránili dohodou s Ruskom odobratiu licencie na vysielanie TV Markíza – a tým de iure jej zániku. Druhý argument Tótha je, že ukončením kauzy zabránili ďalšej politizácii celej témy.

Tento argument však rovnako platí na Pavla Ruska. Ten sa síce snažil tému politizovať a využiť tak náklonnosť verejnosti voči televízii vo svoj prospech. Kočner sa ale nikdy v textoch Petra Tótha od tejto politizácie nedištancoval a nesnažil sa ani dementovať alebo vysvetliť, či nie je jeho skrytým a vedľajším zámerom (a možno primárnym) politické dianie a výsledok volieb na Slovensku v roku 1998 ovplyvnený kauzou okolo vlastníctva Markízy. Tento moment akoby vyhovoval aj Petrovi Tóthovi, ktorý sa na uvedené z verejne dostupných materiálov Kočnera ani nepýtal.

Kočner teda vychádza z Tóthových textov v kauze Gamatex spočiatku ako síce neštandardný podnikateľ, ktorý je ale úspešný a dokáže vo svojich sporoch víťaziť a získať či zobchodovať, čo chce a potrebuje.

Literatúra

- BURČÍK, M. 2013. Exnovinár, ktorý tajil prácu pre tajných: Nechcel som zatažovať. In sme.sk. <https://domov.sme.sk/c/7024741/exnovinar-ktoryy-tajil-pracu-pre-tajnych-nechcel-som-zatazovat.html>
- jo, pt. 1998. Pozorovatelia nevyklučujú politické pozadie včerajších udalostí v TV Markíza In *Denník SME*, 19. 8. 1998. 2.
- KOČNER, M. 1996. Obvinený Marián K. protestuje In *Denník SME*, 16. 5. 1996, s. 5.
- RONČÁKOVÁ, T., VIROSTKOVÁ, L., POLIEVKOVÁ, P., KRAVČÁK P. 2023. Mediálne rámcovanie Mariana Kočnera In Rončáková, T., Sámelová A. (eds): *Sláva a tieň. Mediálna cesta Mariána Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*, Verbum – vydavateľstvo Katolíckej univerzity v Ružomberku, s. 80 – 88.
- RUSNÁKOVÁ, L. 2019. Lipšicovo stádo In *Hospodárske noviny*. <https://hnonline.sk/focus/politika-s-spolocnost/1878804-lipšicovo-stado>
- SÁMELOVÁ, A. 2023. Kočnerove kauzy In Rončáková, T., Sámelová A. (eds): *Sláva a tieň. Mediálna cesta Mariána Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*, Verbum – vydavateľstvo Katolíckej univerzity v Ružomberku, s. 45 – 53.
- SOLTÉSZ, A. 2018. Väzenský elev Kočner sa učí nové veci In *noviny.sk*. <https://www.noviny.sk/komentare/361886-vazensky-elev-kocner-sa-uci-nove-veci>
- TÓDOVÁ, M. 2021. Peter Tóth svedčil proti Kočnerovi v ďalšej kauze: väčšinu motákov zničil, len pár mu ich zostalo na stole In *dennikN.sk*. <https://dennikn.sk/2498791/pe->

ter-toth-svedcil-proti-kocnerovi-v-dalsej-kauze-vacsinu-motakov-znicil-len-par-mu-
ich-zostalo-na-stole/

TÓTH, P. 1995. Kauza Technopol nielen očami Petra Krylova, roč. 4, č. 67, In *Denník SME*, 20. 3. 1996, s. 5.

TÓTH, P. 1995. V sobotu vybuchol mercedes Mariána K, ktoré P. Krylov obvinil v kauze Technopol, roč. 3, č. 262, In *Denník SME*, 13. 11. 1995, s. 1.

TÓTH, P. 1998. Markízu riadili zamestnanci, aj keď Gamatex dával výpovede a jeho bodyguardi strážili, In *sme.sk*, <https://www.sme.sk/c/2165438/markizu-riadili-zamestnanci-aj-ked-gamatex-daval-vypovede-a-jeho-bodyguardi-strazili.html>

TÓTH, P. 1998. Štátna moc vstúpila do kauzy Markíza In *sme.sk*, <https://komentare.sme.sk/c/2165434/statna-moc-vstupila-do-kauzy-markiza.html>

TÓTH, P. 1999. Ako TV Markíza obhajovala Olega T. In *Denník SME*, 17. 6. 1999, roč. 7, s. 4.

TÓTH, P. 1999. Keď netlačí kapustu STV, robí to Markíza, roč. 7 In *Denník SME*, 13. 5. 1999, s. 4.

TÓTH, P. 2000. Faktúra za Ruskove dlhy, roč. 8 In *Denník SME*, 4. 7. 2000, s. 6..

TÓTH, P. 2000. Záver kauzy: Markíza kúpila Gamatex, roč. 8 In *Denník SME*, 4. 7. 2000, s. 1

TÓTH, P. 2013. *Krycie meno Bežec. Mój príbeh spravodajského dôstojníka*, Dixit, s. 13.

pt. 1995. Termín vypočutia M. Kováča ml slovenskými orgánmi na území Rakúska nie je známy In *Denník SME*, roč. 3, 25. 10. 1995, s. 2.

pt. 1996. Dvom z kauzy Technopol vrátili cestovné pasy In *Denník SME*, roč. 4, 13. 12. 1996, s. 2.

pt. 1998. M. Kočner nebude akceptovať P. Ruska ako generálneho riaditeľa TV Markíza In *Denník SME*, roč. 6, č. 215, 18. septembra 1998, s. 2.

pt. 1998. M. Kočner do 11. októbra výpoveď redaktorky TV Markíza Anny Ghanamovej neprijme In *Denník SME*, roč. 6, č. 216, 19. septembra 1998, s. 2.

pt. 1998. Pojednávanie v spore P. Rusko verzus Gamatex bolo odročené na neurčito In *Denník SME*, roč. 6, č. 238, 15. 10. 1998, s. 2.

Peter Kravčák, PhD., (nar. 1983 v Považskej Bystrici) po skončení štúdia žurnalistiky na FF KU v Ružomberku (2007) pôsobil ako regionálny novinár v Ružomberku, kde pracoval pre mestskú televíziu Ružomberok, televíziu TA3 a spoluzakladal regionálny časopis a portál Ružomerský magazín. Súčasne obhájil dizertačnú prácu na Katolíckej univerzite v Ružomberku (2010). Vedecký záujem sústredí na oblasť televízie, regionálnych médií, etiky žurnalistiky, nových médií a pod. Pôsobí na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity v Ružomberku. Aktuálne je členom riešiteľského kolektívu projektu VEGA *Vplyv médií na spoločenský status celebrit: premeny mediálneho obrazu Mariána Kočnera v slovenskej spoločnosti*.

Kontaktná adresa:

Filozofická fakulta KU v Ružomberku

Hrabovská cesta 1B

034 01 Ružomberok

peter.kravcak@ku.sk

What Era Ends with the Fall of a “Celebrity”: Selected Aspects of the Media Image of Marian Kočner

HEDVIGA TKÁČOVÁ

KATOLÍCKA UNIVERZITA V RUŽOMBERKU

JÁN HACEK

UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE

Abstrakt: Štúdia sa zaoberá skúmaním mediálneho obrazu Mariana Kočnera od roku 2004 až po jeho zatknutie v roku 2021 za údajné objednanie vraždy novinára Jána Kuciaka. Skúmaním celebritizácie výskum odhaľuje naratív oscilujúci medzi jeho pozitívnym, neutrálnym a negatívnym zobrazovaním. Zdôrazňujúc úlohu bulvárnych a dezinformačných médií, štúdia odhaľuje Kočnerovu toxickú premenu, ktorá zaujala aj investigatívnych novinárov. Skúmanie celebritizácie zahŕňa analýzu predchádzajúcich štúdií a poukazuje na novú éru. Kočnerova éra znamená ukončenie tradičnej mediálnej paradigmy celebritizácie, pričom zdôrazňuje rastúci význam digitálnych platforiem pri formovaní dnešného mediálneho obrazu. Táto transformačná zmena predstavuje éru, v ktorej účinok presahuje tradičné médiá. Ide tak o zásadný prechod k novému spôsobu celebritizácie, ktorej dominujú digitálne platformy, individuálne osobnosti a ich naratívy.

Kľúčové slová: Marian Kočner, celebrita, mediálny obraz, digitálne platformy, výskumné zistenia

Abstract: The study delves into Marian Kočner’s intricate media journey, spanning from 2004 to his arrest in 2021 for the order to murder journalist Ján Kuciak. Examining celebritization dynamics, the research uncovers a narrative oscillating between positive, neutral, and negative portrayals. Emphasizing the roles of tabloid and disinformation media, the study reveals Kočner’s toxic transformation, captivating investigative journalists. The exploration of celebritization includes an analysis of prior studies, predicting a new era. Kočner’s era signifies the conclusion of a traditional media-rooted celebrity paradigm, highlighting the growing importance of digital platforms in shaping public images. This transformative shift represents an era where influence extends beyond traditional media. Thus, Kočner’s era marks a crucial transition into contemporary celebritization dynamics, dominated by digital platforms, individual narratives, and personalities.

Keywords: Marian Kočner, Celebrity, Media Image, Digital Platforms, Research Findings

“There was a time when we didn’t have to choose, when our celebrities and our heroes tended to be one and the same. People became famous for great deeds. [...] But celebrity and heroism went their separate ways some time ago. It’s become easier to obtain celebrity status, harder to be a hero. And when celebrity worship goes up against hero worship, the celebrities usually win.” (The Washington Post, Jones 2014)

Introduction

Celebrity is a phenomenon present in daily life and draws the attention of social science and media research. There are celebrities on different continents, who are closely linked to the media, especially television. Fame is often seen as a starting point for thinking about the production of celebrities, and these two terms are not mutually exclusive but maintain a complex relationship of interdependence (Pasteur de Faria and Oliven 2020). In examining a media image, we can focus on two terms that are interrelated but only to a certain extent. As M. Milner (2010) asks, *“Is there a difference between being famous and being a celebrity? [...] ‘fame’ is defined as ‘public estimation, reputation, popular acclaim’ and ‘celebrity’ is defined as the state of being celebrated, fame, a famous or celebrated person”* (p. 380).

The exploration of the notion of celebrity and its intervention in the social and media spheres has been the subject of academic debate for several years. As the phenomenon is nowadays mainly associated with the media and social networks, we will also focus on the aspects that preceded the emergence of Instagram pseudo-celebrities and their perception today. The British views, based on a psychological approach, highlight research in psychology, such as the study by A. North et al. (2005), which distinguishes heroes from celebrities. When investigating these two concepts, biases may arise. While heroes gain recognition after their deaths, the status of celebrities often relies on acceptance and positive feedback in society. This perspective is supported by the text *“Too many celebrities, not enough heroes.”* Jones (2014) notes, *“Yes, we admire heroes, but we are mesmerized by celebrities.”*

As T. Tse et al. (2018) argue, traditionally, the term “celebrity” refers to famous individuals across all professions, with a particular emphasis on the sports and entertainment industry. The results of conference at Catholic University in Ružomberok refer to the area where celebrities in the sport industry represent their own environment, enjoying respect and media stardom. This can be evidenced by the fact that athletes appear in advertisements as marketing products, and sports channels and web portals are becoming increasingly popular. This is quite a natural phenomenon. As L. Lazar and M. Pop (2021) confirm, that the term “celebrity” refers to a person who is known to society in general for his achievements in areas other than those of the supported class of items. It can be, for example, an actor, an entertainer, a singer, a sports figure, etc.

Experts assert that celebrities inherently possess a “news value,” making them conduits of pertinent information, a direct outcome of their celebrity status (Corbett and Mori 1999). Simply put, a celebrity actor or, for example, celebrity athlete wields as much influence on shaping opinions within a specific field as an expert in that field.

The study of celebritization is particularly intriguing during periods of economic, political, and social change. As J. Gaffney and D. Holmes point out, “*celebrity can reveal what comes and goes, including what people strive for or reject*” (Gaffney and Holmes 2007, p. 1). According to the authors, analyzing the emergence or demise of a celebrity helps us comprehend not only the phenomenon of the specific celebrity—such as its general knowledge, ubiquity, or true or false value (Marshall 1997)—but also sheds light on the broader context. It is noteworthy that the study of the celebrity process clarifies and explains the era in which the celebrity operates (Gaffney and Holmes 2007). However, the examination of the celebrity process also delves deeply into the phenomenon of “*celebrities*” and a process called “*celebrification*” (Milner 2010), elucidating the intricacies of celebritization in both negative and positive dimensions throughout a celebrity’s lifetime.

The dual journey of “celebrities sculpting”: The process of creating a positive as well as negative celebrity

The intrinsic “news value” embedded within celebrities is emphasized by scholars such as J. B. Corbett and M. Mori (1999), who portray them as purveyors of relevant information. This inherent quality stems directly from their elevated celebrity status, which gives them a distinctive platform to disseminate messages and influence public discourse. Moreover, as noted by A. Sámellová, T. Rončáková, and P. Kravčák (2023), individuals engaging in private or public activities lacking signs of public benefit, or conflicting with such principles, surprisingly become subjects of celebritization as well (p. 16). This interplay of positive and negative forces intricately shapes the evolution of celebrities, rendering them dynamic cultural representations with the capacity to inspire and reflect the complexities of contemporary society.

Several decades ago, J. Boorstin (1962) observed this phenomenon, noting that celebrities will go to great lengths to maintain their name and presence in the media spotlight. They may not even care whether the process of their celebrity will be positive or negative; what is crucial is that the celebritization process is ongoing. This is also why Boorstin describes celebrities as a “pathological phenomenon of pseudo-events” developing within the mass media culture of the 20th century (1962, p. 9). This characterization underscores the intricate dance between celebrities and the media, where calculated visibility coexists with the allure of unexpected revelations, shaping the narrative of fame in the current era.

In the upcoming text, we will dive into various aspects of celebrity research. Furthermore, we will elucidate the outcomes derived from the examination of the personality of Marian Kočner and his representation in the Slovak media. Given that M. Kočner can be considered a noteworthy figure who traversed the realms of Slovak society and media for an extended period, his influence naturally imprinted enduring marks. Within this framework, we will synthesize and present the findings from sub-researches, that are tied to Kočner’s status as a celebrity.

The nature of celebrity media image – previous descriptive and analytic studies

In our study, we focus on the personality of Marian Kočner and his image in the media. First of all, we will summarize and present the results of sub-researches that are associated with his celebrity status.

The media has a clear power to set public agendas, that is, to focus people's attention on some problems rather than others (Nownes 2019). In correlation with this observation when studying the media image of Marian Kočner, we encountered three ways of portraying him.

(1) The first group of texts refers to his positive image and the presentation of his person, mainly in the tabloid media. Since it is natural for this type of media to create a celebrity that will attract readers in the long run, the name of Marian Kočner gradually began to attract attention.

(2) The second way of portraying his person can be described as negative and mainly associated with the cases in the media that began to emerge around him. However, it is not surprising that the tabloid media reported them the same.

(3) The third group of texts can be described as texts with neutral language. These are mainly texts originating from daily media coverage and press coverage. Based on the examination we present below, we can confirm that the media took a standard approach to reporting in this case, as in other similar cases.

A series of research studies dedicated to exploring the nature of celebrity media image, illustrated by the case of the Slovak businessman Marian Kočner, shed light on various aspects of media portrayal and public perception, thus contributing valuable insights to a broader understanding of celebrity culture.

In their recent study, J. Hacek and M. Stanková (2023a) conducted a comprehensive analysis of Marian Kočner's media representation, focusing on journalistic discourse in Slovak media from 2004 to 2017. The research timeframe, crucially marked by the murder of Ján Kuciak in 2018, witnessed a surge in texts associating Kočner and Kuciak. The study identified three thematic lines – positive, negative, and neutral – depending on the individuals linked to Kočner (see Figure 1). Through linguistic analysis, Hacek and Stanková (2023a) unveiled the subtleties of Kočner's celebritization, emphasizing recurring appellations that, even when negatively connotated, evolved into neutral and routine expressions, contributing to stereotype formation. This linguistic oscillation mirrored Kočner's transition from a positively depicted celebrity businessman to a figure associated with a darker and more controversial image. The linguistic aspect enhances our understanding of the intricate dynamics between media, language, and the evolution of celebrity personas in contemporary society. Furthermore, the study's findings emphasize the dynamic nature of Kočner's media image, rooted in temporal and societal contexts, prompting inquiries into the catalysts driving shifts in public perception.

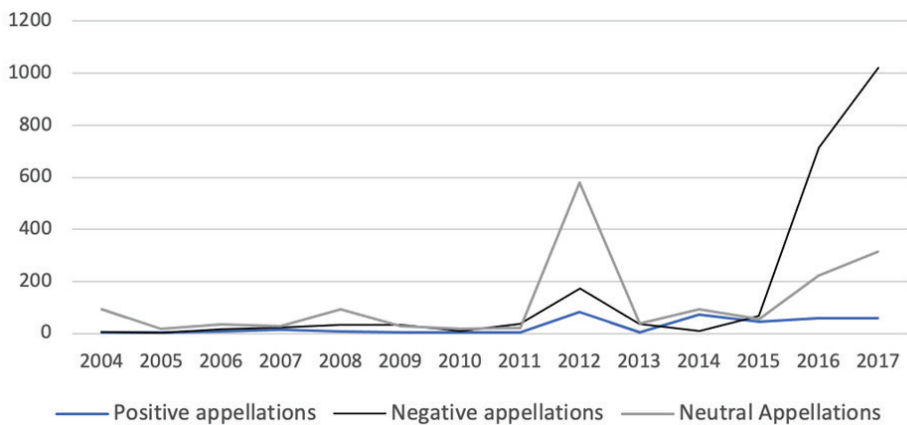


Figure 1. The use of appellations associated with Marian Kočner (2004 – 2017) (Hacek and Stankova 2023a, p. 74).

Finally, a description of selected aspects that determined the media image of M. Kočner from 1995 to the present. A group of authors led by T. Rončáková and A. Sámelová dedicated themselves to this task, and their findings were published in the form of a scientific monograph in 2023. The monograph, titled “*Fame and Shadow: Marian Kočner’s Media Journey to the Status of a “Toxic Celebrity,”*” represents the final output of a scientific research project supported by the Scientific Grant Agency of the Ministry of Education, Science, Research, and Sports of the Slovak Republic and the Slovak Academy of Sciences – VEGA no. 1/0203/21, focusing on the influence of the media on the social status of celebrities, particularly examining changes in the media image of Marian Kočner in Slovak society. This summary work includes several stimulating analyses, which shed light on the celebrity image of M. Kočner throughout the entirety of his media existence. This journey spans from the initial interest of the media in M. Kočner, through his progressively increased presence in traditional media and tabloid press, to his media portrayal in disinformation outlets and on Facebook.

In their investigation, T. Rončáková, P. Kravčák, and P. Polievková immersed themselves in the textual analysis centered on the initial media engagements of M. Kočner, with a particular focus on scrutinizing newspaper articles spanning from 1995 to 1997. The three authors confirmed that journalistic activism played a significant role in Kočner’s media presence. Within the newspaper SME, the portrayal of M. Kočner was predominantly positive (50%) or neutral (42%), framing Kočner’s persona primarily as a “victim”. This framework was closely tied to the political landscape of the time, with Slovakia striving for democracy and integration into Western Europe, threatened by the populist authoritarian government of then-Prime Minister V. Mečiar. The media and journalists were active participants in this political struggle, aligning themselves on one side or the other. M. Kočner successfully gained favor with President Michal Kováč, who was facing persecution from V. Mečiar, and consequently gained support from anti-Mečiar newspa-

pers such as SME. On the contrary, at the opposite end of the opinion spectrum, the Slovak Republic newspaper investigated portrayed M. Kočner negatively, framing him as a mafia-type fraudster and speculator. Rončáková, Virostková, Kravčák, and Polievková acknowledge the paradox that, over time, it seems “*the anti-democratic daily Slovak Republic was closer to the truth in its portrayal of M. Kočner, reflecting the reality of the situation. They question whether this alignment with reality was to the credit of its publishers*” (p. 61). The research concludes by asserting that the “*media’s approach to M. Kočner at the end of the 1990s lacked journalistic caution, skepticism, or a commitment to impartiality*” (2023, p. 62).

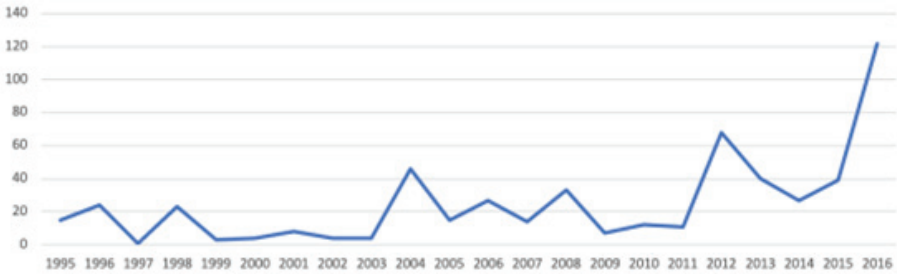


Figure 2. Illustration of the distribution of texts that inform about M. Kočner over time (Rončáková, Virostková, Polievková and Kravčák 2023, p. 82)

The development of media interest in Marian Kočner was also examined by J. Hacek and M. Stankova (2023b), and their analysis reminds us that in individual years there are visible differences in his portrayal in the media, which may have different reasons. His celebrity status was primarily based on tabloid information. Especially from 2004 to 2010 he was portrayed positively, but especially financial scandals changed his image to negative. However, in the case of news media (news agencies), he was portrayed neutrally. We can conclude that in this case the attractiveness and familiarity of the portrayed person also played a role and helped to keep the attention of the recipients (Hacek and Stankova 2023b).

N. Štepanovičová and T. Rončáková (2023) examined differences in the media portrayal of M. Kočner between tabloid and serious media. The authors emphasized that Marian Kočner was virtually absent in tabloids from 1998 to 2003. During this period, tabloid media, as we know them today, were emerging in the Slovak media market and were striving to establish themselves in society. The research confirmed mostly neutral-sounding reports, which simultaneously portrayed M. Kočner mainly as an “*important player*” and somewhat less as a “*rich man*”. However, both dominant portrayals were very superficial, lacking the ambition to assess or morally evaluate Kočner’s actions. According to the authors of the research, it appears that “*tabloid media prefer not to take a stand and remain at the superficial level of ‘making a living’ on the name of a well-known person, content with the fact that the person is well-known*” (Štepanovičová and Rončáková 2023, p. 114).

It appears that the neutral tone towards M. Kočner was sustained for an extended period within disinformation media, persisting even when M. Kočner became a suspected

orchestrator of the murder of journalist Ján Kuciak and his fiancée Martina Kušnírová. This phenomenon is exemplified by the stance expressed on the disinformation website Hlavné správy, which posits that “*the truth regarding the suspected murder of a journalist and his fiancée aimed at M. Kočner is somewhere in the middle*”. Through speculative narratives within the disinformation media scene, the findings of the law enforcement authorities are relativized. Disinformation websites, that were studied by H. Tkáčová, not only present official information, sourced from serious opinion-forming media, but also supplement it with their observations about the person and the situation surrounding M. Kočner. The practices of the disinformation media scene also include highlighting the reactions and narratives of M. Kočner’s opponents, allowing them to construct “*counter-stories*” (i.e., information with a conflictual nature), and so forth (Tkáčová, 2023).

As we already mentioned, the celebrityization of Marian Kočner is not linked to social networks but to the media, yet there is a presentation of him on Facebook, through the profiles of the media that informed their recipients about him. M. Belianská focused on ten selected Facebook profiles of Slovak media between 2012 and 2022. An interesting finding was that some media used ironic phrases or sarcasm in their posts about M. Kočner. These descriptions were published to share references to the original journalistic content. As Belianská notes, his image on social networks has long been presented in a socially acceptable way. Part of the media perceived him as a celebrity, as a well-known businessman, and even as a person whose opinion is of interest to society. The author cites, as an example, a poll that surveyed who the personalities of Slovak social life would vote for (Belianská 2023).

The examination of Marian Kočner as an object of investigative journalism also deserves special attention. L. Virostková notes that coverage of his activities reflects a separate area in Slovak investigative journalism. In the text, she mentions journalists who reported on Kočner for a long time for various reasons. For instance, his suspicious interactions with politicians or individuals connected to the mafia, along with equally dubious practices concerning real estate transfers, have been highlighted (Virostková 2023). These cases require journalists to adopt a specific approach and act in the public interest, as emphasized by the author in her study on investigative journalism (Virostková 2022). Kočner’s responses to media coverage became valuable resources for investigative journalists, enabling them to scrutinize details that could unveil new revelations, whether extracted from interviews with him as well as from his press conferences. This text describes all the cases in which Marián Kočner has presented his arguments to the media. Furthermore, the author offers a list of practices used by Slovak journalists in their work on topics related to Kočner, which are generally applied by investigative journalists (Virostková 2023, p. 155).

The celebrity image phenomenon that won’t happen again

From the results of our examination of the texts associated with the formation of the image of Marian Kočner, we can conclude numerous significant findings. It is clear, that the

image of the described person was created at a time when television had a considerable influence on the formation of public opinion in Slovakia. In addition to television, the texts included in our investigation also came from tabloids, for which Marian Kočner was a grateful person. Looking back at the image of the celebrity under scrutiny today in 2023, we can see that the “begging” of media favor was evident in Kočner’s case.

Speaking of the celebrity image phenomenon, which will not be repeated, we can state that:

- 1) The era of Marian Kočner marks the conclusion of a celebrity paradigm anchored in traditional media, including television and the tabloid press. It indicates today’s shift away from the conventional modes of forming fame and celebrity seen in the past;
- 2) The establishment of a long-term agenda and the construction of Kočner’s image in the media lacked reinforcement from self-presentation on social media. Celebritization of Marian Kočner confirms that traditional media, both offline and online, find themselves unable to compete singularly with the influence of social networking and individual self-presentation in the contemporary landscape of celebritization and image building;
- 3) In the age of digital media and social networks, influencers are emerging as a new category of celebrities who shape their popularity and influence through online content. Their ability to forge a direct and personal connection with fans offers a distinctive model of modern celebrity-making. This form of celebritization distinguishes itself from traditional models, as influencers often leverage their authenticity, everyday experiences, and personal narratives, transforming the dynamics of public perception;
- 4) While traditional media, such as television and newspapers, continue to play a role, influencers are actively cultivating a strong personal brand on social media platforms that encompasses their personality, values, and lifestyle. Collaborations with various brands on sponsored content, coupled with consistent interaction with fans, further strengthen their visibility. This is why they prioritize visual content for their audience—delivering high-quality photos and videos—which plays a pivotal role in constructing the influencer’s image and their overall “celebritization”;
- 5) The evolving dynamics of information dissemination and perception formation underscore the increasing importance of digital platforms and online personal narratives in shaping public images. This transformative shift challenges the traditional or past notions of celebrity, as illustrated in the example of M. Kočner, reflecting a contemporary era where the power of influence is not confined to the pages of newspapers or television screens. In contrast, it extends into the vast realms of social media, and through individual storytelling and direct personal connection with fans, it reaches a contemporary audience.

Conclusions

Considering the research findings presented and our analysis, one could argue that the era of Marian Kočner symbolizes the culmination of traditional celebrity, a phase in

which celebrity status was exclusively confined to the portrayal in conventional media and lacked support from self-presentation on social platforms. In this context, it can be predicted that the increase in celebritization of various persons will be even more dramatic thanks to the dominance of social platforms. The reason is, among other things, the ubiquity of the Internet, the low financial costs of using it, the intuitive participation and unlimited social interaction of users, or the lack of regulation of these media platforms. These shifting dynamics of information sharing, and perception underscore the growing significance of digital platforms and online personal narratives in celebritization, a phenomenon vividly exemplified by the rise of influencers.

In conclusion, it can therefore be concluded that the era of Marian Kočner signifies not only the end but also a pivotal transition, moving away from a reliance on traditional media. This transition underscores the transformative role played in digital spaces and individual online representation in shaping the trajectory of contemporary celebrity culture. It beckons a new era where the narrative of fame is not confined to the traditional confines of newspapers and television but finds its power and resonance in the vast landscapes of social media and personalized digital storytelling, reshaping the very essence of what it means to be a public figure in the modern age.

Concluding the text, in which we began by reflecting on the notions of celebrity or hero, we can state that its portrayal varied according to the type of media, and journalists. In several research findings, it has been shown that a celebrity can take on a distinctly positive, as well as a negative media image. We can say that we have not encountered a hero in our examination of the image of Marian Kočner. The hero does not exist in our texts, although it might seem so from the media image at some stages. At the end of an ending era, what remains is a media-created toxic celebrity who is awaiting the final court decision in the case of the order to murder journalist Ján Kuciak. Yes, even based on our analysis, we can confirm that “*it’s become easier to obtain celebrity status, harder to be a hero*” (The Washington Post, Jones 2014).

References

- BELIANSKA, M. 2023. Marian Kočner na Facebooku. In RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. et al. *Sláva a tieň: Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity*. Ružomberok: Verbum, p. 145 – 152.
- CORBETT, J. B., MORI, M. 1999. Medicine, media, and celebrities: news coverage of breast cancer, 1960–1995. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 76 n. 2, p. 229 – 249.
- GAFFNEY, J., HOLMES, D. 2007. *Stardom in Postwar France*. Oxford: Berghahn Books.
- GROUT, H. 2019. European Celebrity in Historical Perspective. *Contemporary European History*, vol. 28 n. 2, p. 273–282.
- HACEK, J., STANKOVÁ, M. 2023a. Dve črty jednej celebrity – Mediálny obraz Mariana Kočnera. In KRAVIAROVA, M., REGRUTOVÁ L. (eds.) *Médiá a text 8*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, p. 91 – 97.

- HACEK, J., STANKOVÁ, M. 2023b. Vývoj mediálneho záujmu o Mariana Kočnera. In RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. et al. *Sláva a tieň: Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*. Ružomberok: Verbum, p. 73 – 79.
- JONES, L. 2014. Too many celebrities, not enough heroes. In *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/opinions/too-many-celebrities-not-enough-heroes/2014/02/28/dbfc3f5c-98e0-11e3-80ac-63a8ba7f7942_story.html
- KRAVČÁK, P., POLIEVKOVÁ, P. 2022. Rámcovanie osoby Mariana Kočnera v komentároch (2009-2017). In KRAVIAROVA, M., REGRUTOVÁ L. (eds.) *Médiá a text 8*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, p. 108 – 118.
- LAZAR, L., POP, M. 2021. Impact of Celebrity Endorsement and Breaking News Effect on the Attention of Consumers. *Studia Universitatis*, vol. 31, n. 3, p. 60 – 74.
- MARSHALL, D. 1997. *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- MILNER, M. 2010. Is Celebrity a New Kind of Status System? *Society*, vol. 47, n. 5, p. 379 – 387.
- NORTH A. et al. 2005. Distinguishing heroes from celebrities. *British Journal of Psychology*, vol. 96, n. 1, p. 39 – 52.
- NOWNES, A. 2019. Can Celebrities Set the Agenda? *Political Research Quarterly*, vol 74, n. 1, p. 1 – 14.
- PASTEUR DE FARIA, L., OLIVEN, R. 2020. How to become a fake celebrity: the resurrection of Hebe Camargo, the Brazilian godmother. *Horizontes Antropológicos*, vol. 26 n. 56, p. 117 – 137.
- RONČÁKOVÁ, T., KRAVČÁK, P., POLIEVKOVÁ, P. 2023. Počiatky Mariana Kočnera v médiách. In RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. et al. *Sláva a tieň: Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*. Ružomberok: Verbum, p. 54 – 62.
- RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. et al. 2023. *Sláva a tieň: Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*. Ružomberok: Verbum.
- RONČÁKOVÁ, T., VIROSTKOVÁ, L., POLIEVKOVÁ, P., KRAVČÁK, P. 2023. Mediálne rámcovanie Mariana Kočnera. In RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. et al. *Sláva a tieň: Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*. Ružomberok: Verbum, p. 80 – 88.
- ŠTEPANOVIČOVÁ, N., RONČÁKOVÁ, T. 2023. Marian Kočner v bulvárnej tlači. In RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. et al. *Sláva a tieň: Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*. Ružomberok: Verbum, p. 107 – 115.
- TKÁČOVÁ, H. 2023. Marian Kočner na dezinfoscéne. In RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. et al. *Sláva a tieň: Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*. Ružomberok: Verbum, p. 129 – 136.
- TSE, T. et al. 2018. A clown, a political messiah or a punching bag? Rethinking the performative identity construction of celebrity through social media. *Global Media and China*, vol. 3, n. 3, p. 141 – 157.
- VIROSTKOVÁ, L. 2022. Investigative Journalism at Times of War and Propaganda. *Otázky žurnalistiky*, vol. 65, n. 1-2, p. 14 – 28.

VIROSTKOVÁ, L. 2023. Marian Kočner ako objekt investigatívnej žurnalistiky. In RONČÁKOVÁ, T., SÁMELOVÁ, A. et al. *Sláva a tieň: Mediálna cesta Mariana Kočnera k statusu „toxickej celebrity“*. Ružomberok: Verbum, p. 153 – 157.

PhDr. ThDr. Hedviga Tkáčová, PhD., (born 1985 in Gelnica) teaches at the Department of Journalism, Faculty of Arts and Letters, The Catholic University in Ružomberok. For eleven years, she worked at the Faculty of Philosophy and Religious Studies of the University of Žilina in Žilina, where her research interest in religions and new religiosity originates. This interest, in connection with the media, translates not only into the academic but also into the publishing field. She is the author of two monographs, one university textbook, and two scripts. She has published dozens of professional works, including almost 20 scientific studies registered in the Scopus and WoS databases. With topics in the context of religious studies and journalism, she actively participates in scientific conferences at home and abroad.

Contact address:

Katolícka univerzita v Ružomberku
Hrabovská cesta 1/B
034 01 Ružomberok

hedwiga.tkacova@ku.sk

Doc. Mgr. Ján Hacek, PhD., (born 1984 in Čadca) works at the Department of Journalism, Faculty of Arts Comenius University in Bratislava - since 2019 he is the head of the department. He defended his dissertation thesis Parental Mediation on the Internet at the Catholic University in Ružomberok (2011). He habilitated in 2020 with his habilitation thesis Open sources and data for journalists in Slovakia at Comenius University in Bratislava. His areas of research include data journalism, media research, typography, and media education. He also researches recipients' loyalty to news portals and university education of journalists. Among his publications, we can point to *The Correlation of Usability, Familiarity, Satisfaction and Reputation with the Loyalty of Student Users of News Websites, or Open Sources in the Last Text of Ján Kuciak*.

Contact address:

Univerzita Komenského v Bratislave
Filozofická fakulta
Gondova ulica 2
811 02 Bratislava

jan.hacek@uniba.sk

The study was created within the grant project VEGA no. 1/0203/21 The influence of media on the social status of celebrities: transformations of the media image of Marian Kočner in Slovak society.

Predkladaný zborník zaiste vyvolá v čitateľoch (ktorí budú, predpokladám, väčšinou študenti, akademici a novinári) mnoho otáznikov. Spomeňme niektoré: (1) Je celebritizácia a priori negatívny jav? (2) Prečo potrebujeme celebrity v médiách? Ako sa nimi stať? Kto produkuje celebrity a kto potom za ne a ich „mediálne činy“ nesie aj zodpovednosť? (3) Dokážu novinári priznať svoje zlyhanie vo veci celebritizácie kriminálnikov, mafiánov, ľudí pohybujúcich sa na hrane či aj za hranou zákona? (4) Prečo médiá nedávajú priestor autoritám namiesto celebrít? (5) Majú konzumenti/recipienti očakávať, že médiá rezignujú na objektívne informovanie verejnosti, budú názorovo čoraz vyhranenejšie a v nich pracujúci novinári budú pracovať výsostne podľa toho, kam ich subjektivizácia dovedie? (6) Podľa psychológov sú ľudia zvedaví na negatívu. Zaujímajú nás vojny, nešťastia, nepokoje ... Ako by však médiá mali pristupovať k negatívite tak, aby na jednej strane splnili svoju úlohu (in)formovať verejnosť, ale na druhej strane aby zbytočne neprehľbovali ďalšie zákopy a nejatrili ďalšie rany? (7) Aký je vplyv médií, v tomto ohľade zvlášť („negatívnych“) celebrít na duševné zdravie populácie?

Podobných otázok určite len pribudne. Žurnalistika ako veda či teória hľadá svoje nástroje, ako o týchto témach hovoriť, ako ich analyzovať, kvalifikovať i kvantifikovať. Nie vždy sú takéto nástroje poruke, ale nazdávam sa, že ich treba hľadať a používať. Je správna snaha o objektivizáciu aj výsledkov akademickej vedeckej a výskumnej činnosti. „Ja“ má svoje miesto, ale ani médiá – najmä tie, ktorá sa usilujú o službu verejnosti – nemôžu podľahnúť len čírej subjektivite.

Na základe svojej novinárskej skúsenosti považujem dva vybrané príspevky – presnejšie obsah a to, čo predkladajú – za mimoriadne znepokojivé pre budúcnosť žurnalistiky. V prvom prípade ide o rozhovory so štyrmi reportérkami verejnej služby, ktoré uskutočnila Michaela Vetešková: „Analyzovaná data naznačujú, že oslovené novinárky promeňujú své chováni od objektívneho nestranného zpracovávaní zpráv směrem k osobnímu a do určité míry až angažovanému přístupu a považují to za správné.“ Reportérka Dana „sama si buduje vlastní kodex a řídí se svými vnitřními etickými pravidly.“ Nečíta sa to ľahko a v každom novinárovi by mali „zablíkať“ výstražné kontrolky. Napadajú dve dôležité otázky: (1) Ako do novinárskej etiky zapracovať aj emócie a vlastné prežívanie? Do akej miery je možné dať priestor svojmu „ja“ a vnútornému cíteniu, hoci aj v najťažšej chvíli, akou je napríklad smrť nevinných? (2) Je ešte nádej na zachovanie novinárskej objektivity, aspoň v spravodajstve? (3) Je novinár sám sebe aj etickým kódexom? Kam dovedie novinára takáto etika? (Na um sa vynára postava Považského z príbehu o premene vtedajšieho mediálneho obrazu Hany Ponickéj.)

Podobne znepokojivá, aj keď z iného súdka, je analýza Matúša Jána Capka, podľa ktorej vybraní moderátori („spravodajskej“) televízie neváhali v pre nich osobnej téme rezignovať na snahu o objektivizáciu, neváhali prijať úlohu angažovaných aktivistov v konkrétnej silne ideologizovanej téme a vybrali si len jeden pohľad – ako píše M. J. Capko, hovorili za ľudí vo svojej komunite. Nechávam na posúdenie ďalších mediálnych teoretikov a od-

borníkov, či je takýto prístup správny a obhájitelný podľa základných žurnalistických pravidiel, ktoré sú – alebo aspoň boli – súčasťou vysokoškolského novinárskeho vzdelania. Ako však napísali Renáta Cenková a Karolína Červená, „v USA je jedným z ‚trendov‘ riešení krízovej komunikácie inscenovanie verejného procesu v médiách – právnici nie sú povinní mimo súdnej siene vznesené obvinenia preukazovať“. Tento trend, domnievam sa, sa začína prejavovať už aj na Slovensku a médiá len potvrdzujú svoj status siedmej veľmoci a akejsi súdnej siene, do ktorej však už mnohí aktéri – na opačnej strane novinárskeho mikrofónu – vstupujú s nálepkou odsúdený.

Dôležité je, že žurnalistické pracoviská na Slovensku naďalej dávajú priestor uvažovať a premýšľať nad tým, čo a ako formuje verejnú mienku. Myšlienky majú dôsledky – a „príklady“, ktorý poskytujú „celebrity“ forsírované zábavným priemyslom, zanechávajú hlboké stopy v duši divákov. Možno aj tu nájdeme kľúč, prečo je naša spoločnosť atomizovaná a bez tmelu, ktorý by posilňoval vzájomnú dôveru a už spomínanú spolunáležitosť.

Oceňujem, že zborník je kolektívnou prácou, ktorá dáva nádej, že vďaka spolupráci domácich i zahraničných akademických centier je možné odborne, kvalitne a profesionálne byť odvážni aj tam, kde to vôbec nie je ľahké. Takže – ešte stále aj na univerzitách existujú hrdinovia, nielen celebrity, ktorí odolávajú plynutiu času (ako cituje S. Druckero-vú prof. J. Rusnák). Spolu s pápežom Františkom môžeme doplniť: ktorí plávajú proti prúdu.

Matúš Demko

(výňatok z recenzného posudku autora)

Terézia Rončáková (ed.)

PROMINENT – CELEBRITA – OUTSIDER

Premeny mediálneho obrazu známych ľudí vo verejnom priestore

V roku 2023 vydalo

VERBUM – vydavateľstvo Katolíckej univerzity v Ružomberku

Hrabovská cesta 1A

034 01 Ružomberok.

Prvé vydanie.

Autori: Matúš Ján Capko, Renáta Cenková, Karolína Červená, Ursula Dyrzcz, Jaroslav Franc, Ján Hacek, Peter Kravčák, Jozef Mergeš, Veronika Müllerová, Terézia Rončáková, Juraj Rusnák, Mária Stanková, Hedviga Tkáčová, Joanna Urbaš, Michaela Vetešková

Grafická úprava: Marek Hasák

Obrázok na obálke: [SmileTemplates.com](https://www.smiletemplates.com)

ISBN 978-80-561-1085-0