

Média, historie a historici

Jan Jiráček — Barbara Köpplová



MEDIA, HISTORY, HISTORIANS

The text is focused on the relation between historiography and the media and the role of historians as experts in the process of producing mediated (fictional as well as factual) representations of historical events.

KEYWORDS:

history; historiography; mass media; media representation; fiction; responsibility

O současných společnostech se někdy hovoří jako o „mediálně nasycených“,¹ což je eufemistické pojmenování faktu, že tištěná, vysílací i internetová média iniciují a spoluutvářejí veřejný život společnosti, včetně zásadních rozhodovacích procesů, postupují a organizují každodenní život jednotlivců, dávají slovům a obrazům významy a jsou tak politickou, společenskou a kulturní silou svého druhu. Jedinečné postavení médií jako instituce disponující nepřímou politickou a přímo ekonomickou a symbolickou (ideologickou) mocí vede k pravidelně se vracejícím úvahám o přílišném vlivu médií, jejich utlačovatelské roli, dominanci ve veřejné sféře — blížící se svébytnému typu hegemonie, nazývané například „mediální demokracie“ či rovnou „mediokracie“.²

Ostatní významné společenské instituce (dobře je to vidět třeba na politických aktérech, ale také na burze, umění a nakonec i na akademické sféře) se s existencí silného hráče v podobě médií snaží vyrovnat, s médii se utkávají nebo se jejich mocenský potenciál pokoušejí využít ve svůj prospěch, popřípadě rezignují, tlak existence médií akceptují a přizpůsobují se mu (jako je tomu například ve sportu, kde fenomén přímého přenosu a potřeba divácké atraktivity vedly v řadě odvětví ke změnám v pravidlech). Média jsou díky tomuto společenskému postavení nadána jakousi vlastní „subjektivitou“ (nadneseně bychom mohli mluvit o jejich „sebeuvědomění“), prožívají sama sebe, reflektují své postavení ve společnosti a snaží se je využít. Přestože nemají vnitřně hierarchizovanou strukturu a organizaci, jejich počínání namnoze působí koordinovaně — což jejich vliv na společnost (nebo alespoň dojem tohoto vlivu) dále posiluje.

Ze společenského postavení a politického i kulturního vlivu médií vyplývá, že historie a historiografie se musí existenci médií věnovat, sledovat jejich postavení v konkrétní historické situaci, analyzovat jejich podíl na sledovaných minulých dějích (i na

1 „Ti z nás, kteří žijí v západních a dalších vysoce industrializovaných společnostech, obývají kultury a světy, které bývají popisovány jako mediálně nasycené,“ poznamenává Tim O’Sullivan v úvodu knihy *Jak studovat média*, srov. Tim O’SULLIVAN — Brian DUTTON — Phillip RAYNER, *Studying the Media*, London — Sydney — Auckland 1994, s. 1.

2 François-Henri de VIRIEU, *La Médiacratie*, Paris 1990; Thomas MEYER (with Lewis HINCHMAN), *Media Democracy. How Media Colonize Politics*, Cambridge 2002.



jejich současných interpretacích), chápat je jako součást (a nepochybně i spoluhybatele) společenského a politického dění. Existence médií se ale dotýká historikovy práce nejen jako předmět jeho zájmu, ale i v jiných rovinách — a každá tato rovina klade na historika zvláštní nároky povahy nejen odborné, leč i profesně etické. Bez nároku na úplnost soustředujeme se v následující úvaze na dvě oblasti, které považujeme za významné z hlediska vztahu mezi historií jako výkladem minulosti (a historikem jako autorem tohoto výkladu), médií a společností.

Tedy zaprvé, média jsou nejen svébytným politickým a sociálním aktérem, jenž stojí sám o sobě za pozornost, ale jsou také jedním z *dobových pramenů*, které má historik k dispozici, aby si mohl doplnit představu o době, v níž se pokouší vyznat a kterou se chystá vyložit. Vytěžení těchto zdrojů je heuristická práce svého druhu a žádá zvláštní průpravu, jejíž základní obrys se pokusíme načrtnout v podkapitole *Média jako pramen*.

Současně jsou ale média velkým konkurentem historikovy práce, jelikož nabízejí vlastní, sugestivní a namnoze svérázný výklad minulosti v podobě dokumentární (články s historickou tematikou, dokumentární filmy, televizní pořady, multimediální projekty, populární vzdělávací, osvětové časopisy), fiktivní (historické filmy a seriály, romány, komiksy aj.) a stále masivněji i v podobě hybridní (hrané dokumenty, soutěže typu „reality show“ s historickou tematikou, interaktivní vzdělávací programy s herními prvky apod.). To vše vytváří zvláštní oblast populární kultury produkující vlivné obrazy minulosti.³ Na tomto mediálním (popkulturním) historismu se dějepisci často podílejí (např. v roli poradců), ale o jeho konečné podobě většinou nerozhodují. Otázka angažování se v samotné mediální produkci staví historika mimo jiné před dilema kompromisu mezi vlastním historickým poznáním a licencí vyplývající z ekonomického zájmu média, ideového, resp. hodnotového naladění doby či žánru, v němž je historické poznání (často v podobě zkrácené, zjednodušené či ka-

3 Inspirativní příspěvek k výkladu tohoto heterogenního a vnitřně velmi rozmanitého pole představuje například sborník sestavený Milenou Bartlovou a vydaný pod názvem *Pop History* v roce 2003. I když klíčovou dimenzí, kolem které jsou texty zorganizovány, je problém věrohodnosti, nabízejí příspěvky především plastickou představu o žánrové a formátové pestrosti kulturní produkce s historizující tematikou, srov. Milena BARTLOVÁ (ed.), *Pop History*, Praha 2003. Rozpracovaná je tato tematika v kontextu studia populární kultury, viz např. Ondřej DANIEL — Tomáš KAVKA — Jakub MACHEK a kol., *Populární kultura v českém prostoru*, Praha 2013 (zde například poznámky o ostalгии Iny Marešové či Karoliny Čwiek-Rogalské o filmu Habermannův mlýn) či Petr A. BÍLEK — Blanka ČINÁTLOVÁ, *Tesilová kavalérie. Popkulturní obrazy normalizace*, Příbram 2010. Za pozornost stojí příspěvky v šesti sbornících *Film a dějiny* vycházející v letech 2015–2017, za nimiž jako klíčová organizační a editorská osobnost stojí Petr Kopal (např. Petr KOPAL, *Film a dějiny*, Praha 2005). Téma pochopitelně rezonuje i v zahraniční literatuře — připomeňme de Grootovy práce a koncept „public history“, který akcentuje skutečnost, že mediální historická fikce není pouhým mimetickým, napodobivým obrazem převládajících „mainstreamových“ interpretací minulosti v době vzniku mediálního díla, nýbrž je svébytnou symbolickou konstrukcí, formovanou na pozadí dobové místní a národní situace (Jerome DE GROOT, *Public and Popular history*, Routledge 2015 či Jerome DE GROOT, *Remaking History: The Past in Contemporary Historical Fictions*, Routledge 2015).

rikované) využito. Dilema vztahu historického poznání a minulosti jako tématu mediální produkce se pokusíme naznačit v podkapitole *Problém mediálního historismu*.

Dodejme, že třetí rovina vztahu historika a médií je rovina popularizační a osvětová, resp. komentátorská a sebepropagační. Média jsou jedním z mála komunikačních nástrojů, jimiž může historik (jako kterýkoliv jiný badatel) oslovit veřejnost a seznámit ji s výsledky své práce (což přináší užitek nejen veřejnosti, ale i samotnému badateli, jelikož v mediálně plně saturovaných společnostech se viditelnost ve veřejném prostoru často považuje za známku úspěchu v oboru: imperativ „kdo není v médiích, jako by nebyl“ platí i pro akademickou sféru, ať si to přiznává nebo ne). Vedle toho mají média stále zřetelnější tendenci obsazovat historiky do role odborníků na současnost a vybízejí je k tomu, aby prizmatem své odbornosti komentovali současné dění. Zvláště zřetelná je tato tendence tam, kde skuteční komentátoři se znalostí věci chybějí, například při zpravodajském a publicistickém pokrytí událostí v jinak málo sledovaných zemích (tak se kupříkladu dostali do pozice analytiků událostí tzv. egyptského jara po roce 2010 egyptologové, byť jejich hlavní orientace směřovala k starověkému Egyptu), ale zaznamenat tento sklon můžeme i v souvislosti s domácí problematikou. Výsledkem je, že historičky a historikové se vyjadřují k různým aspektům české státnosti, k prožívání státních svátků, integraci do nadnárodních struktur, migrační vlně, vztahům mezi státy, výsledkům voleb v různých zemích, vzdělávací politice státu apod. Tato oblast by si zasloužila samostatné pojednání v kontextu jevu zvaného *mediální expert* (jeho kvalifikací je nejen příslušná odbornost historika, psychologa, lékaře, politologa atd., ale také jeho prostá fyzická dostupnost, ochota vystupovat v médiích a schopnost vyjadřovat se srozumitelně a k široké škále témat) a v této úvaze jsme ji chtěli pouze připomenout.

MÉDIA JAKO PRAMEN

Dobová zpravodajská a publicistická produkce je v historických pracích často využívána jako významná výpověď o době, v níž vznikla: výpověď doplňující poznatky získané studiem archivních a jiných materiálů o cenný rozměr každodennosti a atmosféry doby. Nejen noviny a časopisy, ale také filmové týdeníky a dokumenty či rozhlasové a televizní relace nabízejí materiál, který budí dojem, že je v něm zachycena autentická atmosféra, nálady, postoje, hodnoty a mohou sloužit jako pramen vypovídající například o směřování politické strany, zájmech státu, o kulturní politice či o každodennosti.

Povědomí o limitech této (zčásti domnělé) autenticity jsou pochopitelně běžnou výbavou každého historika, který s médii jako pramenem historického poznání pracuje. Není pro něj obtížné interpretovat dobové zprávy s vědomím určujících zájmů vydavatele (později i vysílatele), omezené dostupnosti informací, důsledků konkurenčního boje mezi vydavatelskými domy, vlivu politického klimatu doby, převládající komunikační technologie, vztahu politického systému k médiím apod.

Svízelnější je promítnout do vyhodnocení dobových mediálních výstupů důsledky zažitě praxe samotné mediální produkce, tedy dobově podmíněnou praxi samotné mediální produkce. Na konečnou podobu mediálních sdělení — včetně zpravodajství



a publicistiky — totiž vedle výše zmíněných vnějších faktorů působí i to, jaké postupy, rutiny a nakonec i představy o „dobře odvedené práci“ se v dané době na mediálních výstupech podílejí a spoluurčují jejich podobu. Zpravodajství tedy není (třebas nepřesným, pokřiveným či předpojatým) obrazem skutečnosti, nýbrž společensky a kulturně podmíněnou sociální konstrukcí skutečnosti svého druhu — skutečností, jež má své vnitřní zákonitosti a mimomediálním světem se spíše jen inspiruje.⁴ Ostatně fakt, že média mají vlastní sémiotický systém, jímž dokáží signalizovat, jakou váhu předkládaným zprávám (a událostem, k nimž zprávy odkazují) přisuzují, jasně napovídá, že zpravodajství má vysoce interpretativní a subjektivní povahu. Tak umístění na první stranu deníku či na začátek zpravodajské relace nese bezpochyby význam důležitosti, rozdělení do rubrik je fakticky umělou strukturací sociální reality s překvapivě pevně danými třídicími kritérii (jen pro příklad: do sportovní rubriky „patří“ informace o sportovních kláních, nikoliv ale zprávy o korupci ve sportovních svazech, ty se ocitají v domácím či zahraničním zpravodajství).

Americký sociolog David Altheide od sklonku sedmdesátých let 20. století rozpracovává koncept tzv. mediální logiky, tedy souboru pravidel, postupů a rutin, jež určují způsob a konečnou podobu produkce mediálních organizací.⁵ Řečeno s odkazem na koncept dobové estetické normy rozpracovaný Janem Mukařovským, mediální produkce podléhá v čase se proměňující „dobové mediální normě“, jež se dotýká i zpráv: jejich výběru, řazení i způsobu zpracování. Konkrétní podoba dobové mediální normy zpravodajství je závislá na celé řadě faktorů od zažitých produkčních rutin (např. již zmíněné způsoby naplňování zavedených rubrik) přes očekávání relevantních aktérů po hodnotovou orientaci společnosti a vnitro- i mezinárodně politický kontext (zřejmý je např. častější výskyt zpráv ze zemí, které jsou v tu dobu pro zemi, kde zprávy vycházejí, důležité — jak je patrné kupříkladu z četných zpráv o Francii v meziválečném Československu) po organizaci práce. Geopolitická situace např. ovlivňuje podobu sítě stálých zahraničních dopisovatelů a naopak zřízené zpravodajské posty ovlivňují zpětně podobu zpravodajství (zvláště v epoše televizního zpravodajství je udržování stálého zpravodajského štábu na zahraniční misi finančně dost náročné, takže je tlak na to, aby korespondent „vyráběl“ zprávy i v době, kdy se

4 K pojmu „sociální konstrukce reality“ viz Peter L. BERGER — Thomas LUCKMAN, *Sociální konstrukce reality. Pojednání o sociologii vědění*, Brno 1999 (první, newyorské vydání originálu je ovšem z roku 1966), k jeho využití pro výklad role médií v procesu poznání viz např. Gabriel WEIMANN, *Communicating Unreality. Modern Media and the reconstruction of Reality*, Thousand Oaks, CA — London — New Delhi 2000.

5 První text rozpracovávající koncept mediální logiky vydal David Altheide spolu s Robertem Snowem v roce 1979. Tehdy se pomocí tohoto pojmu snažili vysvětlit, jak mohou další subjekty (politické strany, korporace) nepřímo ovlivňovat obsah médií tím, že poznávají postupy výběru, redakčního zpracování a výroby zpráv a využívají těchto poznatků ve svůj prospěch. Altheide a Snow tak vysvětlovali způsob práce public relations (David ALTHEIDE — Robert P. SNOW, *Media Logic*, Beverly Hills, CA 1979) a postupem času dospěli k radikálnímu soudu, že moderní metody ovlivňování zpravodajských výstupů jsou tak účinné, že znemožňují efektivní výkon novinářské profese v její tradiční podobě a vedou k jejímu zániku, viz David ALTHEIDE — Robert P. SNOW, *Media Worlds in the Postjournalism Era*, Hawthorne, NY 1991.



v místě jeho působení nic zásadního neděje — mediální obraz příslušné země je tak nadsazen). Důležitý a nepřehlédnutelný je i tlak zaváděných technologií. Zásadní vliv na obsah a podobu zpravodajství tištěných médií měla např. rychlost, cena a dostupnost spojení mezi reportérem a redakcí či mezi redakcí a tiskárnou nebo dostupnost a možnosti reprodukce obrazového materiálu. Televizní zpravodajství dává zřetelně přednost zprávám, k nimž má obrazový materiál (popř. ho dodává v podobě „ilustračních záběrů“).

K tomu je třeba přičíst skutečnost, že povědomí o dobové mediální logice mají i významní aktéři z politické, ekonomické a koneckonců i kulturní sféry a snaží se je využít ve svůj prospěch. Během 20. století tato snaha zásadním způsobem zesílila a profesionalizovala se do podoby public relations, spindoctoringu apod. Všechny tyto aktivity využívají znalost výrobních rutin médií, jejich preferencí a postupů při výběru zpráv a ovlivňují nepřímo obsah médií tím, že jim vycházejí vstříc. Konečnou podobu zpravodajství tím pochopitelně do značné podoby ovlivňují.

Historika, který pracuje s dobovými médii, staví tato skutečnost před nutnost brát v potaz i stav a vývoj samotných médií: jejich vnitřní organizaci, technické vybavení, způsob práce, jakož i normativní nároky na média formulované v legislativě i v očekávání uživatelů a možnosti ostatních aktérů na mediální produkci přímo i nepřímo působit. Český historik, dodejme, ne vždy najde potřebné poznatky v dostupné literatuře z oblasti dějin českých médií. O to víc je třeba, aby si připomínal, co všechno ovlivnilo konečnou podobu sdělení, jež má před sebou a které považuje za autentickou výpověď o době, kdy vzniklo.

PROBLÉM MEDIÁLNÍHO HISTORISMU

Jedním ze základních problémů spojených s existencí masových a síťových médií ve veřejném prostoru je otázka vztahu mezi tím, co média produkuje, a „mimomediální“ (fyzickou, sociální, kulturní, psychickou) realitou. Média mají — historickým a technologickým vývojem ustavené — postavení jisté autority, jejíž interpretace světa má ve společnosti poměrně vysokou míru hodnoty „pravdivosti“. Faktorů, které se na utváření tohoto postavení médií podílely, je víc, připomeňme jen ty nejpodstatnější. S rozvojem médií je spojen nástup žurnalistiky a v jejím rámci zpravodajství. To začíná být zhruba od poloviny 19. století (nejprve v USA, později v některých částech Evropy)⁶ chápáno jako zvláštní typ výpovědi o světě, jehož podstatou je věrnost předloze. Možnost věrného zachycení světa (tzv. objektivita) posléze podpořila sílící ikonita zpravodajství, tedy fotografie, přenos autentického zvuku v rozhlasu a konečně filmový a televizní obraz.

6 Norský historik médií Svennik Høyer upozorňuje na to, že v Evropě se „new American journalism“ spojený s důrazem na popis události, respektování zpravodajských hodnot, rozhovory s účastníky, strukturování zprávy do tzv. obrácené pyramidy a dodržování principu novinářské objektivita začal prosazovat „drobnými krůčky i velkými skoky od 60. let 19. století po dobu více než padesáti let“, Svennik HØYER — Horst PÖTTKER (edd.), *Difusion of the News Paradigm 1850–2000*, Göteborg 2005.



Pro veškerá média ale platí v plné míře „poněkud manichejské rozdvojení jejich podstaty“, o němž se zmiňuje Miroslav Petříček v souvislosti se vztahem filmu k historii: „Film [...] spočívající na fotografické technice záznamu obrazu je právě proto ze samé své (technické) povahy neklamně ‚realistický‘, dokonce dokumentární, protože aparát nemůže sám o sobě lhát, ať jakkoliv zkresluje [...]. Toto přesvědčení se ale vzápětí hroutí, jakmile se obrátíme druhým směrem [...]: k jeho iluzionismu, varietním kouzlům, k vizualizaci ‚nemožného‘ a vůbec ke všemu tomu, co shrnuje prosté slovo ‚filmový trik‘.“⁷ S mírným zjednodušením se dá říci, že podobně rozdvojenou podstatu ve vztahu k realitě (a realističnosti jako iluzi reality) mají všechna námi sledovaná média, ať už disponují onou „fotografickou technikou záznamu“ nebo jen slovem.

Média, jak již bylo řečeno v úvodu, nabízejí široké veřejnosti sugestivní a mnohostranný, ovšem „současný“ obraz minulosti — obraz, který konkuruje výkladu minulosti, jež nabízí historie a historiografie, a má nepochybně nesrovnatelně početnější publikum. Tento současný mediální obraz minulosti je sestaven z velmi pestré a různorodé mozaiky výstupů sahající od zpravodajství⁸ přes analytické články, populární naučné knihy z oblasti literatury faktu, popularizující historické časopisy či specializované historické televizní kanály, dokumentární filmy a televizní besedy po historické romány, hrané seriály a filmy,⁹ komiksy, počítačové hry či televizní soutěže. To vše dohromady vytváří sféru svěbytného, byť vnitřně rozrůzněného mediálního historismu — ovšem s různou mírou závaznosti ke stavu historického poznání, neboť jednotlivým výše připomenutým typům mediálních výstupů je přiznávána různá míra práva na autorskou licenci nebo naopak povinnosti zachovávat věrnost shromážděným poznatkům o minulosti. To ale mediálnímu historismu neubírá na síle, neboť „historická tematika zaujímala v moderní české kultuře zvláštní postavení,“ upozorňuje Jiří Rak v úvodu své úvahy o roli filmu v proměnách moderního českého historismu. „Díla čerpající náměty z národní minulosti totiž plnila obvykle ještě jiné funkce, než bylo uspokojování estetických potřeb publika. [...] Společně sdílený obraz minulosti byl nejprve jednou ze základních složek formujícího se kolektivního národního vědomí a později byly odkazy na historické události používány i jako argumenty v politickém boji.“¹⁰ Tento historismus je živou rovinou kolektivního vědomí, na jehož kultivaci se média (nejen film) významně podílejí.

7 Miroslav PETŘÍČEK, *Filmové dějiny*, in: Petr Kopal (ed.), *Film a dějiny*, Praha 2005, s. 13–16, zde s. 13.

8 Pokud jde o zpravodajství, například zprávy o „jedinečných“, „převratných“, „zásadních“ archeologických objevech tvoří běžnou součást zpráv: mívají narativní strukturu příběhu o nalezeném pokladu, popřípadě jsou traktovány jako nalezení stopy, jež způsobí zvrat v detektivním pátrání. Do televizních zpravodajských relací bývají často zařazeny na závěr jako tečka za událostmi dne, tedy na pozici oddechové, pozitivní kuriozity (pověstného „zvířátka nakonec“).

9 Zvláště hrané filmy s historickou tematikou byly a jsou velmi populární: vždyť jedním z neúspěšnějších snímků v dějinách světové kinematografie je hollywoodský historický příběh *Ben Hur* z roku 1959 oceněný jedenácti soškami Oscara.

10 Jiří RAK, *Film v proměnách moderního českého historismu*, in: P. Kopal (ed.), *Film a dějiny*, s. 17–29.



Sugestivnost mediálních obrazů minulosti je dána celou řadou faktorů, z nichž patrně nejvlivnější jsou dva: převažující příběhovitost v prezentaci těchto obrazů a hlavně možnost vytváření iluze vizuálního obrazu minulosti: „[...] iluze nezbytná ke znovuoživení doby, jež minula, je [...] podmínkou co možná nejrealističtější, nejvěrohodnější reprezentace minulosti,“ poznamenává M. Petříček.¹¹ Dodejme, že podřízení se historickým faktům — bohužel — sugestivnost mediálních obrazů nepodporuje. Naopak, sugestivnost mediálních obrazů minulosti¹² se snadno dává do služeb obrazům minulosti, jež známá fakta posunují, přizpůsobují či zcela ignorují.

Historik a historické poznání mají v konstituování mediálního historismu svou nezaměnitelnou a vnitřně rozpolcenou úlohu: na jedné straně se odborník na příslušnou oblast studia minulosti na podobě mediálních obrazů minulosti podílí (zpravidla v roli odborného poradce nebo přímo vystupujícího experta), na druhé straně se cítí povolán je „z pozice historika“ hodnotit a vyjadřovat se k jejich způsobu nakládání s historickými fakty.

Role poradce, jakkoliv významná, v sobě skrývá podstatné profesně etické dilema. Trefně je vyjádřil historik Petr Koura, který byl odborným poradcem problematického seriálu České televize *Bohéma*, jenž byl veřejnosti představen na začátku roku 2017. Seriál tematicky zaměřený na prostředí české kinematografie od druhé republiky do první třetiny padesátých let 20. století vyvolal dosti bouřlivé reakce, které se týkaly především (často drobných, ale namnoze zcela samoúčelných) faktografických nepřesností. Koura ke kritice poznamenává: „Snažím se si z podobné kritiky moc nedělat. Jednak je primární odpovědnost na tvůrcích, já jim jen radím, a pak je ta kritika obvykle podložena spíš pocity a domněnkami než fakty.“¹³

Symptomatické distancování se od odpovědnosti obsažené ve formulaci „je primární odpovědnost na tvůrcích“ vystihuje významný rozměr dilematu: historik vkládá své expertní znalosti do formování obrazu minulosti, jehož výslednou podobu není schopen zásadním způsobem ovlivnit.

Vnitřní rozpor nepostrádá ani druhá poloha vztahu historika k mediálnímu obrazu minulosti, tedy role recenzenta. Svým soudem historik mediální obraz minulosti posvětčuje (nebo naopak odsuzuje). Příznačné je, že tak začasť činí bez nároku na pozici autority. Když historik Václav Kaška hodnotí film Julia Ševčíka *Masaryk*, považuje za nutné do úvodu zařadit otázku „Jaké jsou největší chyby filmu pohledem historiků?“¹⁴ Naznačuje tím, že „pohled historiků“ je svým způsobem výlučný a že mohou existovat i jiné „pohledy“, které mediální produkt budou hodnotit zcela

11 M. PETŘÍČEK, *Filmové dějiny*, s. 13.

12 „Obrazy“ v tomto případě rozumíme všechna zpracování historické tematiky: obrazem svého druhu je stejně dobře esej o Marii Terezií v sobotní příloze deníku (Daniela TIN-KOVÁ, *Osvícenkyní proti své vůli*, Lidové noviny, příloha *Orientace* 13. a 14. 5. 2017, s. 19–20) jako diskuse v rámci pořadu České televize *Historie.cs* či historický film nebo televizní seriál.

13 Zbyněk VLASÁK, *Petr Koura o Bohémě, Janu Tesařovi a potápkách. S kritikou musíme počítat*, Právo: Salon, 9. 3. 2017, s. 5.

14 Václav KAŠKA, *Když skutečnost nestačí*, *Živá historie* 4, 2017, s. 62.



odlišně. Pohled historika se tak dostává do pozice jednoho z alternativních pohledů (tedy ne nepodobného Kourově „odpovědnosti na tvůrcích“).

Kaška ale ve zmíněném textu připomíná další podstatnou rovinu vztahu médií a historie: „Hlavní problém filmu *Masaryk* spočívá v počátečním sdělení, že byl natočen ‚podle skutečné události‘. Ale celá jedna dějová linie, tedy zhruba polovina filmu, se ve skutečnosti odehrála zcela jinak“.¹⁵ Média podporují sugestivnost svých obrazů odkazy na mimomediální realitu. Tyto odkazy jsou různě silné: „na motivy“ skutečné události je přece jen o něco slabší než „podle“ skutečné události (podobné je to s adaptacemi literárních děl: je-li něco natočeno na motivy románu, můžeme v zásadě počítat s tím, že vazba mezi dílem a jeho převedením do jiného díla bude velmi volná). Vždy se ale jedná o komunikační strategii, která podporuje iluzi autentické a minulé skutečnosti respektující výpovědi. To ovlivňuje i pozice historika či historičky v roli odborného poradce při vzniku mediální fikce typu „historický film“ či „historický televizní seriál“. Stává se totiž součástí této strategie a rozhodující není jeho odborná pomoc, nýbrž především jeho samotná existence. Historik se stává argumentem, proč daný mediální produkt konzumovat, garantem, že zaklínadlo „podle skutečné události“ platí. V obecnější rovině se přítomnost historiků v roli odborných poradců podílí na budování dominance mediálního historismu nad ostatními obrazy minulosti.

* * *

Vztah mezi médii, historií a historiky je nepochybně — především vzhledem k permanentní snaze médií aktualizovat minulost jako formu komentování současnosti, zábavu i osvětu — velmi těsný a současně naplněný vnitřním napětím. Svým způsobem je to vztah nerovný: média vytvářejí silný a přesvědčivý obraz minulosti, který ve veřejném prostoru upoutává podstatně víc pozornosti než odborná historiografická produkce, současně využívají odborníky z oblasti historických věd k posílení tohoto obrazu a navíc jsou fakticky jediným účinným komunikačním prostředkem, jímž mohou reprezentanti oboru oslovit širší veřejnost.

RÉSUMÉ:

The media are important sources of knowledge available to historians as a genuine account of the past. At the same time the media play a crucial role in shaping the construction of the past in collective memory of the society. For scholars in the field of historiography it is crucial to be aware of this double relation between the media and history. On the one hand they have to be aware of internal and external factors which influence the media products in a given period (from political context down to technological conditions or production routines); on the other they participate in the process of constructing the mediated representation of history (mostly as experts). Both positions assume a specific responsibility — especially the role of an expert (advisor) is a complicated one since the historian has to face the fact that the media are not obliged to accept his or her expertise.

15 Tamtéž.

Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D., vedoucí katedry mediálních studií Metropolitní univerzity Praha a člen katedry mediálních studií Fakulty sociálních věd UK, mediální teoretik a překladatel, ve své odborné práci se věnuje problematice mediální výchovy a roli masových médií ve společnosti (jan.jirak@mup.cz).

Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc., členka katedry mediálních studií Metropolitní univerzity Praha a spolupracovnice katedry mediálních studií Fakulty sociálních věd UK, věnuje se dějinám masových médií, specializuje se na vývoj německojazyčných médií v českém prostředí (barbara.kopplova@mup.cz).

