

Motal, Jan

Reprezentace religiozity v českých televizích

Sacra. 2010, vol. 8, iss. 2, pp. 32-53

ISSN 1214-5351 (print); ISSN 2336-4483 (online)

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/118548>

Access Date: 16. 02. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

Reprezentace religiozity v českých televizích

Jan Motal, FF MU, Ústav religionistiky
e-mail: 260975@mail.muni.cz

Abstract

The article aims to analyze four periodic religious programmes in the czech television broadcasting. Results of the analyses are interpreted as the dichotomy in forms of religiosity representation in the broadcasting: in the case of the public service institution (Czech television) and the community oriented television (TV Noe) the religiosity is represented explicitly, in the commercial media implicitly. The profit-oriented broadcasters understand the religious programmes as entertaining shows, Czech television aims to educate and provides explanation, TV Noe is evangelistic. The thesis describes particular forms of religiosity in the broadcasting, focusing on the „traditional“ interpretation of the religion in the case of the Czech television and TV Noe and the alternative religiosity presented in the shows of the profit-oriented broadcasters.

Key words

Alternative religiosity, christianity, media, television, Czech television, TV Noe, TV Barrandov, Prima TV

Klíčová slova

alternativní religiozita, křesťanství, média, televize, Česká televize, TV Noe, TV Barrandov, Prima TV

1. Úvod

Média nejsou jenom jedním z dominantních témat veřejné debaty o vlivech na společnost, v níž žijeme. Jsou především producentem i spotřebitelem významů, a tedy i odrazem toho, jak společnost, z níž vyrůstají, tyto významy vnímá. Média se ale podílí i na socializaci jedince (Burton–Jirák 2003: 23). Televize je často považována za médium nejvlivnější,¹ čímž může pro výzkumníka být ideálním vstupem do prostoru vztahů médií a náboženství. Nezávisle na tom, jaký skutečný vliv televize má na společnost, již zkoumáme, je cenným svědectvím o jejím symbolickém vesmíru. A to přesto, že nepřináší přímý odraz, ale spíše velmi živý, proměnlivý a o mnoho hran lánaný paprsek významů sociální reality, která mediální produkty a instituce vytváří i konzumuje.

¹ Že se tak televize vnímají samy, dokazuje např. i postoj dnes již bývalého ředitele zpravodajství a aktuální publicistiky ČT na konferenci Institutu pro média Metropolitní univerzity Praha „Politika, komunikace, média“ konané v březnu 2010. Jaký význam přikládají televizi teoretici nebo i kritici médií, lze demonstrovat na argumentaci Neila Postmana v jeho *Ubavit se k smrti* (Postman 1999).

Tato studie² si klade za cíl vstoupit do teoretického zkoumání tohoto dynamického vztahu se zaměřením na to, jakých reprezentací nabývá náboženství v televizích a jaký vztah má k jejich institucionálnímu statusu.

Práce je omezena na prostor výzkumu, který byl proveden na vzorku cyklických³ pořadů v českých televizích, tj. televizích se sídlem v České republice, produkujících původní, v domácím prostředí vzniklý obsah. Za českou televizi je považováno médium, jemuž byla udělena licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání a jež vysílá celoplošně. Tím je zvýznamněn vztah k české společnosti jak z hlediska produkce, tak příjemce.⁴

2. Média jako dynamický proces

2.1 Médium jako proces

Jakkoliv to zní samozřejmě, jednou z důležitých vlastností médií je jejich procesualita (Burton–Jiráček 2003: 60). Mediální komunikace je proces, nikoliv statický odraz významových struktur ve společnosti. Tento proces lze popsat modely, které sice nikdy zcela nevycerpávají – a ani nemohou – charakter této komunikace, ale umožní nám zvýraznit některý z jejích aspektů. Tím nejjednodušším a i v laickém diskurzu zřejmě nejběžněji přijímaným je model *přenosový*, který „[...] vykládá proces komunikace z pohledu produkce sdělení, tedy – obrazně řečeno – ze strany nabídky“. (*Ibid.*) Nejde však o jednosměrný vektor, ale o vzájemné působení: zjednodušeně řečeno nepůsobí jen médium na diváka, ale i divák na médium.

Do komunikace vstupují i další faktory, jako prostředí, šumy a především i technologie, která se u některých populárních teoretiků, jako je Marshall McLuhan nebo Neil Postman, stala základním prizmatem náhledu a hodnocení médií. Vliv technologie je dobře demonstrovatelný na tzv. gutenbergovské revoluci, jejíž vliv můžeme vidět i v proměně chápání Bible, jejím snesení z tabuizované izolace do každodenního života (Václavík 2008: 322). Příchod nového média je zároveň i reflexí překonávaného stavu, je „znovuzpracováním starého prostředí“, jak poznamenává McLuhan (2000: 255). Vliv technologie však nelze přeceňovat, jak upozorňuje John Hartley na příkladu Francouzské revoluce, „zakládající událost[i] politické modernity“, která byla „[...] propagována a rozšiřována na Gutenbergově dřevěném lisu, předmoderní technologii založené na zemědělském mechanismu v té chvíli starém 300 let“ (2008: 50).

Tento poznatek je důležitý v současné mediální situaci, k jejíž charakteristice lze využít tezi Manuela Castellse o *informačním kapitalismu* (2000: 18), novém techno-ekonomickém systému, u jehož zrodu stojíme. Ten zahrnuje široké

² Práce vychází z bakalářské diplomové práce *Reprezentace religiozity v českých televizích* (Motal 2010a). V tomto textu je upozaděna problematizace termínu náboženství, reflexe jeho použití a kontextu práce s tímto termínem. Namísto toho je akcentována reflexe otázek souvisejících s mediálním prostorem. Podrobnější data k výzkumu a další reflexe a diskuse jsou k dispozici v textu bakalářské práce. Některé teze byly ve vztahu k aktuálnímu vysílání pořadu ČT *Za zrcadlem* rovněž v publicistickém článku „Religiozita za zrcadlem“ v kulturním magazínu *A2* (Motal 2010b).

³ Tedy pravidelných, se stabilní frekvencí ve vysílacím schématu. Cyklické pořady byly zvoleny proto, že jsou důležitým prvkem programotvorné činnosti televizi a jejich zařazení do schématu je signálem, že televize je ochotna *dlouhodobě* zpracovávané téma v dané formě financovat a vysílat.

⁴ Metoda výzkumu je popsána v (Motal 2010a), kde jsou i přiblíženy bližší parametry výběru. Všechny pořady byly sledovány buď v týdenním cyklu či odpovídajícím počtu dílů v delším cyklu, jde-li o týdeníky, vždy ve stejném vysílacím čase, v období od 1. 1. 2010 do 20. 4. 2010.

spektrum oblastí a zvýznamňuje vztahy informačních technologií, elektroniky, ekonomie a biologie, která s jinými obory konverguje (*Ibid.*: 29). I když Castells upozorňuje na persvazivní charakter technologických revolucí (*Ibid.*: 16), nejde jen o další technokratickou interpretaci. Informační kapitalismus zvýrazňuje svoji komplexnost a totalitu.⁵ Výraznou úlohu informace můžeme chápat jako posílení komunikace vůbec. Vzniká bipolární opozice mezi *Sítí* (The Net) a *Já* (Self), kolem níž se stále silněji současné společnosti strukturují (*Ibid.*: 3), aby přeměnila modernistický sen o stabilitě v nestálou identitu. Ta vstupuje do vzájemné komunikace a ve svém komplexu komunikuje globálně, prostřednictvím médií. Nemusí však jít jen o nadnárodní komunikaci, ale i o akceleraci informačních toků v národním měřítku.

Pro tento prostor provázaný sítěmi významů, komunikačních kanálů, vztahů, institucí a skupin s různými postoji, zájmy a vlivy je těžké použít „pouze“ přenosový model, který je vhodný pro zjednodušené chápání celého procesu. Mediální teorie přináší alternativní modely, jako je např. Newcombův *rituálový model*, jenž je „[...] nelineární a zdůrazňuje příjemce a interpretaci sdělení a interaktivitu a subjektivitu účastníků komunikace a jejich vázanost na komunikační situaci a existující očekávání“ (Burton–Jiráček 2003: 61).

Přesun od chápání textu jako stabilního, technologicky a institucionálně determinovaného a přenášeného za účasti dalších faktorů k příjemci, tj. přesun od chápání textu jako „zakódovaného“ sdělení k zdůraznění konzumenta, charakterizuje Hartley pohybem v triádě *autor – text – čtenář* cestou od středověku přes modernu k tzv. postmoderně (2008: 20–21). Tento hodnotový řetězec významů („value chain of meaning“) ve svém aktuálním stádiu problematizuje interpretaci. Významy totiž nejsou v konzumní kultuře⁶ věcem imanentní, ale jsou vytvářeny kontextem spotřeby (*Ibid.*: 16). Zatímco dříve tyto významy garantoval autor (Bůh, teolog) nebo text (v moderní společnosti jsou významy věcem vlastní a studují je odborníci), tedy v zásadě „profesionálové“, dochází k určité „laicizaci“ interpretace ve věku „postmoderním“.

Pokud se tedy touto optikou znovu podíváme na náš zjednodušený přenosový model, zjistíme, že z něj musíme odstranit simplifikující teorie „podkožní injekce“ nebo „zázračné střely“, mezi veřejností, ale i některými odborníky např. z psychologických oborů velmi oblíbené. Tyto teorie vidí účinek médií jako jasně popsateľný, metaforicky vyjádřený představou injekce, kterou média své obsahy „vstříknou“ publiku do žil, a všichni reagují stejně (Burton–Jiráček 2003: 357). To však není žádnou novinkou, už McLuhan zdůrazňoval participační povahu televizní zkušenosti (McLuhan 2000: 227).

2.2 Dynamika v praxi: média a náboženství

Komplex mediální situace lze demonstrovat na konkrétních příkladech. Jedním z nich je *teleevangelismus*. Jeho představitelé Jerry Falwell a Pat Robertson apelovali prostřednictvím televize na konzervativní hodnoty a působili i jako politické síly – Falwellův význam po vítězství Ronalda Reagana, kterého podporoval, vzrostl (Václavík 2008: 332). Nicméně přímý vliv mediálního materiálu

⁵ Tj. ve smyslu zásahu do všech vrstev lidské společnosti.

⁶ Tj. v té, která zvýznamňuje konzumenta, oproti předchozím obdobím, kdy byl významný produkt (moderna) či producent (středověk).

nesmíme přeceňovat – jak upozorňuje Václavík, „[...] v době největšího rozkvětu teleevangelismu [...] se [poměr pravidelných diváků u náboženského vysílání s celkovou populací] pohyboval někde mezi 5 až 10 % [...]“ (2008: 332). Lze se tedy domnívat, že spíše teleevangelismus podpořil obecně konzervativní nálady u těch, kteří je už zastávali. Měl tak spíše posilující a utvrzující roli v procesu, který však sám přímo nezpůsobil.

Podobně v roce 1991 PBS oznámila zrušení jednoho z dílů cyklu názorových dokumentů *Point of View*, který natočilo gay aktivistické hnutí *AIDS Coalition to Unleash Power* o demonstraci proti postojům katolické církve ke kondomům a homosexualitě (Perebinossoff 2005: 176–177). Některé menší stanice však pořad vysílaly, čímž si např. KCET vysloužila od kardinála Rogera M. Mahonyho obvinění z vydíraní církve gay aktivisty. Kardinál vyzval věřící k bojkotu stanice, což vyvolalo opačný efekt. Celková sledovanost pořadu stoupla – z ratingu 1,3 a share 2,3 na rating 4,5 a share 9,0.⁷ Intervence církve tedy zvedla sledovanost, nicméně paradoxně způsobila propad zisků stanice – KCET dosáhla finanční ztráty až 55 000 dolarů.

Tyto dva příklady nám pomohou prakticky ukázat, jak nelineárně funguje mediální komunikace a jak komplexní jsou vztahy médií a náboženství. Teleevangelismus demonstruje, že nelze přeceňovat samotnou mediální komunikaci a je potřeba se vzdát zmíněných zjednodušujících „podkožních injekcí“. Významy totiž nezasahují jenom publikum a v krystalické podobě, ale dochází k jejich pohybu ve společnosti. Ten popisuje *teorie dvou- a víceúrovňového toku komunikace*: v první fázi působí média na názorové vůdce, v dalších fázích pak nabývá na významu interpersonální komunikace a interpretace se opět proměňuje (Burton–Jiráková 2003: 358). Dochází tak ke konzumaci nejen přímé, ale i následné, konzumaci již zkonzumovaného mediálního produktu, jeho re-prezentace.

Druhý z příkladů demonstruje další aspekty mediální komunikace, které budou mít význam i pro náš výzkum. Především fakt, že konzumace obsahů nemá vždy stejný vliv na médium (vzestup sledovanosti – pokles zisků), protože zároveň mohou působit, a lze se domnívat, že vždy působí i další faktory. Jedním z nich je *cenzura*, která nemusí být prováděna vždy jen politickou mocí, ale i nátlakovými skupinami a institucemi. Hodnocení pořadů např. přináší *Christianity Today* a je významným indikátorem, podle kterého se řídí nejen diváci, ale i sami producenti (Perebinossoff 2005: 167).

3. Český kontext médií a religiozity

3.1 Detektor a cenzura v českém mediálním prostředí

Důležitým příkladem, který nám umožní rychle vklouznout do mediální reality současné české společnosti, je *Detektor České televize*. Tento pořad nebyl vydáván za náboženský, ale populárně-naučný, a měl odhalovat tajemství ze světa „vědy, umění a společenského života“. Přesto se v něm objevovaly prvky známé nejen z alternativních náboženských směrů, jako je UFO, telepatie, mimotělní zkušenosti, komunikace se zemřelými atp.

⁷ Rating udává sledovanost, tj. procento z cílové skupiny, která se dívala na konkrétní stanici, share je proti tomu podíl na celkové sledovanosti v daném časovém úseku na všech stanicích.

Proti pořadu se zvedla vlna kritiky a byl stažen.⁸ V čele tohoto tažení byli členové sdružení Sysifos⁹ i Rada pro popularizaci vědy AV ČR, která Radě ČT, orgánu, jenž je zodpovědný za kontrolu činnosti České televize, poslala i otevřený dopis. V něm mj. pořadu vyčítá, že „[...] zcela neguje metodu kritického myšlení a předkládá divákům nesmyslná tvrzení různých esoteriků a psychotroniků [...]“. Respondenti byli označeni za „pseudovědce“ a záhady za vymyšlené. Pozoruhodná je formulace, že „[...] Detektor je směsí výmyslů a lží, které nemají s reálným světem nic společného a záměrně klamou diváky“¹⁰.

I když motivace členů sdružení Sysifos mohou být i náboženské (např. Jiří Grygar je dlouhodobě otevřeným propagátorem katolického křesťanství a jeho vztahu k vědě), primárně se prezentují jako sdružení odborníků, lidí s kritickým přístupem, vědů. S tím souvisí nejen personální propojenost s Akademií věd ČR, ale i společný postup členů obou institucí proti pořadu. Tento projev lze i v kontextu dalších aktivit sdružení chápat jako antikultovní, jako tendenci potlačovat alternativní formy religiozity. Vyjdeme-li z klasifikace Davida G. Bromleyho a Ansona Shupeho (Lužný 1997: 132), můžeme Sysifos označit za hnutí sekulárně-racionální.

Česká televize pořad velmi rychle stáhla a další debata na veřejnosti utichla. Podíváme-li se do historie programu České televize posledních deseti let, jde o symptomatický přístup. Prakticky se v něm totiž nenachází prostor pro vyjádření *alternativní religiozity*,¹¹ a dokonce ani větší prostor pro jinou než křesťanskou interpretaci náboženství. Jediný větší cyklus v poslední době, který se snažil mapovat komplex náboženství světa, bylo *Prolínání světů* s průvodcem Tomášem Halíkem, tedy katolickým knězem. Podobně *Duchovní kuchyně*, jejíž analýza je rovněž součástí této práce, byla připravována Alešem Rolečkem a Martinem Putnou.¹² Z našeho výzkumu vyplývá hypotéza, že objevuje-li se v produkci České televize někde alternativní religiozita, je buď zesměšňována (*Duchovní kuchyně*), nebo halena pod jiná témata (*Bojová umění aneb Jednota osobnosti*) a není vydávána za náboženskou. Nicméně právě poslední jmenované pořady jsou v zásadě jediné cykly, v nichž se téma alternativní religiozity objevuje.¹³

Námětem této práce není studium forem cenzury či autocenzury v médiích, nicméně pracovní lze považovat prostor České televize za cenzurovaný směrem k alternativním náboženským hnutím, a to za významného příspěví tlaku sekulárně-racionálních (Sysifos), ale i náboženských (zástupci katolické církve) antikultovních hnutí. Tento postřeh prohloubíme analýzou konkrétního materiálu

⁸ „ČT pozastavila pořad Detektor“, *Novinky.cz* [On-line]. 19. 3. 2008 [Cit. 15. 4. 2010]. Dostupné z: <<http://www.novinky.cz/kultura/135716-ct-pozastavila-porad-detektor.html>>.

⁹ Jiří Heřt, „Detektor – mýtický televizní hybrid“ [On-line]. 1. 2. 2008 [Cit. 6. 5. 2010] Dostupné z: <<http://www.sysifos.cz/index.php?id=vypis&sec=1201891616>>.

¹⁰ „Otevřený dopis Rady pro popularizaci vědy AV ČR Radě ČT: Detektor je směsí výmyslů a lží“, *Britské listy* [On-line]. 21. 2. 2008 [Cit. 6. 5. 2010]. Dostupné z: <<http://www.blisty.cz/art/39098.html>>.

¹¹ V tomto textu termín používáme ve shodě s jeho použitím u (Hamplová 2008). Diskuse k jeho problematičnosti je v (Motal 2010a) a v krátkosti v následující kapitole.

¹² Oba jsou katoličtí autoři. Aleš Roleček působil dokonce v Římě jako redaktor Radia Vaticana, poté v nakladatelství Vyšehrad, Martin Putna se účastnil předrevolučních náboženských aktivit v disentu a byl jedním z iniciátorů České křesťanské akademie.

¹³ Mluvíme-li o tom, jak se v televizích reprezentuje religiozita, vycházíme vždy z cyklických pořadů tematicky přímo na náboženství zaměřených nebo obsahujících prvky religiozity ve významné míře. Zcela vynecháváme analýzu hrané tvorby, zpravodajství, publicistiky, reklam, videoklipů aj.

a zasadíme do kontextu role veřejnoprávního média; předtím je však nutné pokusit se charakterizovat společenský prostor, v němž se nacházíme.

3.2 Česká společnost a náboženství

Česká televize jako médium veřejné služby je zavázána normami českého právního řádu a svým Kodexem, který jí mimo jiné ukládá rozvrstvit programový prostor věnovaný náboženství vzhledem k aktuálnímu vztahu společnosti k duchovní oblasti.¹⁴ Viděli jsme, že dochází k vyloučení alternativní religiozity z cyklických pořadů ČT, a mohlo by se zdát, že odpovídá postojům české společnosti. Opak je pravdou.

Sociální realita ve vztahu k náboženství v České republice dlouhodobě není vůbec přehledná. Oproti populárním tezí o ateistickém národě a nevěřících Čechů je skutečnost pestřejší. Především v určitých situacích česká společnost náboženské autority přijímá jako garanty morálky a je ochotna je v určitých mezích následovat. Příkladem toho může být sametová revoluce, která spolu se snahou o obnovu „morálky“ díky působení významných disidentů, jako Václav Havel, vedla i k oživení vztahu k náboženství. Symbolem tohoto může být angažmá katolického kněze Václava Malého. Ten byl mj. moderátorem masových protirežimních setkání na Letenské pláni, kde, jak připomíná Václavík, téměř třičtvrtémiliónový dav recitoval Otčenáš (2010: 130).

V druhé polovině 90. let však dochází k úpadku institucionalizované religiozity (*Ibid.*: 159), jejímž symbolem mohou být křesťanské církve, a privatizaci religiozity. Lze konstatovat, že dochází k recesi náboženství podobně jako jinde v Evropě, náboženství je „neviditelné“ (Knoblauch 2003: 267). Podle výzkumu *Detradicionalizace a individualizace náboženství* (DIN 2006) (Hamplová 2008) až 64% procent mužů a 46% žen uvádí, že se nehlásí k žádnému náboženskému vyznání. Na první pohled by tedy současné situaci odpovídala skladba ČT, která dává prostor náboženské redakci marginálně, a pokud, potom především křesťanské, ve shodě s tím, že 61% obyvatel je bez vyznání a 34% vyznání římskokatolického. Můžeme hodnotit nedůslednost ČT ve zbývajících marginálních procentech, nicméně na první pohled tento stav konvenuje programové skladbě.

Nicméně je zřejmé, jaké problémy s sebou nesou definice náboženství. Přivedeme-li do analýzy i to, co můžeme ve shodě s Hamplovou označit jako *alternativní religiozitu*,¹⁵ obraz se promění. I když dochází v evropském prostoru k erozi náboženství, jak poznamenává Knoblauch, počet Evropanů, kteří zažili neobvyklý transcendentální zážitek, se zvyšuje – oproti 20% v roce 1970 je to v současnosti 60% (Knoblauch: 271). Nicméně je potřeba zdůraznit, že málokdo chápe tyto zkušenosti jako náboženské a v českém prostoru se tato skutečnost nemusí zásadně lišit.

Především z DIN 2006 vyplývá, že v náboženské zákraky, peklo nebo nebe věří méně lidí než v existenci nadpřirozené síly, účinek amuletů nebo horoskopů (Hamplová 2008: 710). K *alternativní religiozitě* více inklinují ženy a je populárnější

¹⁴ Kodex České televize, čl. 7, odst. 2.

¹⁵ Tento termín lze užít i jako *alternativní formy náboženství*, které se objevují mimo tradičně chápané církve (Knoblauch 2003: 271). I přes zatíženost konotacemi a možnou vágnost budeme chápat v tomto textu religiozitu jako objekt našeho zájmu podobně jako Hamplová (2008: 705), a to i pro návaznost na teze v jejím příspěvku k náboženské situaci v ČR.

mezi mladými lidmi. I když vysokoškolské vzdělání implikuje nedůvěru k těmto jevům, jde o poměrně slabý efekt. Důležitý poznatek vychází ze vztahu mezi návštěvností bohoslužeb v dětství a sympatiemi k *alternativní religiozitě* v pozdějším věku. Tato sympatie je běžnější u lidí, kteří nechodili na bohoslužby v dětství pravidelně, a jak poznamenává Hamplová, zvýšená inklinace k *alternativní religiozitě* je sledovatelná u těch, kteří vyrůstali v prostředí Československé církve husitské (*Ibid.*: 715). Tradiční formy náboženství vyznávají spíše starší lidé a lze sledovat i vliv nižšího vzdělání, je však důležité si uvědomit, že právě starší lidé byli v těchto formách socializováni.

Česká společnost tedy na jednu stranu deklaruje nedůvěru k institucionalizované religiozitě, na druhou stranu však zvýrazňuje to, co je „náboženské“ implicitně. Právě cíle kritiky antikultovních hnutí jsou ve společnosti více rozšířenou formou religiozity než tradiční formy. Z tohoto hlediska vidíme, že médium veřejné služby, Česká televize, nejenže neodráží náboženské rozvrstvení společnosti, ale v chápání svého přístupu k tomu, co je to „náboženské“, zůstává tradiční, tj. rozumí mu tak, jak je to vymezeno chápáním světových náboženských systémů, jako je buddhismus, judaismus, křesťanství atd.

3.3 Religiozita v prostoru českých televizí

Mediální prostor České republiky je vymezen *duálním systémem*. Pokud se budeme věnovat jenom výseči našeho zájmu, tj. televizím, potom zde stojí Česká televize jako veřejnoprávní médium zřízené zákonem a odpovědné volenému orgánu, Radě České televize,¹⁶ a vedle ní média, která budeme nazývat soukromými nebo privátními. Termín „privátní“ se vztahuje k faktu, že nejsou zřízena zákonem, a tedy jejich zodpovědnost není směřována k voleným orgánům, nicméně neměl by implikovat, že jde o média nezávislá – nejsou totiž často ekonomickými solitéry, jsou umístěny v náročnější síti ekonomických a organizačních vazeb a rovněž jejich činnost se řídí speciálními normami, ať už vyplývají z Právního řádu ČR, nebo jsou normami vnitřními. Vlastnická struktura média je významný faktor pro stabilitu a v důsledku programovou tvorbu média. Nahlédneme-li do ekonomických struktur např. Prima TV, zjistíme, že do média vstoupily MTG Broadcasting A. B. a GES MEDIA EUROPE B. V., tedy nadnárodní korporace. Intence a vliv nadnárodních zájmů mohou být odlišné u různých mediálních skupin, nicméně dá se říci, že v komerčním (privátním) sektoru je cílem generovat zisk (Burton–Jiráček 2003: 103), ve veřejnoprávním naplňovat cíle činnosti instituce dané zákonem. Televize nevysílají určitý program proto, že je obsah a forma daného programu jejich vnitřní potřebou, ale uspokojují svoje (ekonomické, společenské) potřeby vysíláním programu určitého obsahu a formy, protože mediovaná sdělení uspokojují příjemce – ať už jde o evangelizaci, zisk nebo veřejnou službu.

Náš výzkum jsme omezili na původní české provozovatele, tj. ta média, která nejsou postavena na přejatých programech – jakkoliv to neimplikuje český kapitál. Při prozkoumání programových schémat celoplošných vysílatelů objevíme jedinou televizi explicitně zaměřenou na náboženství (TV Noe). Specifické místo má náboženská tvorba (sic!) ve vysílání České televize, ostatní média s termínem „náboženský“ ve svých cyklech neoperují, tj. nemají explicitně náboženský obsah

¹⁶ Zákon 483/1991 Sb.

nebo se k němu nehlásí. Přesto se však v rámci jejich schématu objevují pořady, v nichž jsou náboženské významy výrazně zastoupeny: *EZO.TV* nebo *Volejte věštce*. Pro potřeby analýzy byly vybrány tyto pořady: *Volejte věštce* (Prima TV), *EZO.TV* (TV Barrandov), *Kulatý stůl* (TV Noe) a *Duchovní kuchyně* (Česká televize).

4. Analýzy jednotlivých pořadů

4.1 Volejte věštce

Prima TV je první českou privátní stanicí, vysílat začala již v roce 1993 jako Premiéra TV na území Prahy a středních Čech. Celostátně vysílá na základě rozšíření licence z roku 1993, název Prima používá od roku 1997. V současnosti provozuje tři programy zaměřené na různé cílové skupiny: „rodinnou“ Prima TV (zde je i *Volejte věštce*), na mladé muže zaměřenou Prima COOL, na ženy cílený program R1.¹⁷

Základní cílovou skupinou je tedy rodina, v sebecharakterizaci používá Prima TV termíny jako „atraktivita“, „lifestylové pořady“, „zábavná show“ či „zábava“. Programotvorná činnost stanice se tedy zaměřuje na odpočinek a zábavu, čemuž odpovídá i absence vzdělávací role (ta je přítomna pouze jako infotainment¹⁸).

Pořad *Volejte věštce* se vysílá každý den po půlnoci a připravuje jej Prima TV ve spolupráci s firmou Media Support, která „[...] se orientuje především na rozvoj technického zajištění soutěží a her po telefonu. Jedná se o loterie, znalostní soutěže, kvízy, zábavné pořady atd.“¹⁹ Media Support tak zajišťuje i další relace, jako např. *Ber nebo neber, 5 proti 5* nebo *Za kačku svlíkačku*, pořad formátovaný jako erotická telefonická soutěž.²⁰

Volejte věštce je komplexní telefonický produkt, který intervenuje i do dalších médií – Hey rádia (denně mimo středu od 22:00 do 24:00) nebo Frekvence 1 (všední dny od 22:00 do 24:00). Nejde tak o vlastní pořad média nebo prostý nákup cizího produktu – jde o spolupráci mezi médiem a společností provozující telefonické služby, která jej nabízí i jiným subjektům. Tím může poskytovat svůj produkt levněji, než kdyby jej vyráběla přímo televize. Telefonní linka nabízí mimo vstup do studia i spojení k dalším, vybraným věštčům, případně poslech „moudrých vět“ (při čekání aj.). Volaný zůstává na placené lince po celou dobu výkladu, čímž se služba liší od *EZO.TV*.

4.1.1 Analýza produktu

Ve sledovaném období provázelo pořadem ve studiu celkem pět „věštkyň“ – Jana Skálová, Martina Boháčová, Ivana Regina Sádlová, Jana Demeterová

¹⁷ „Představení společnosti“, *Prima TV* [On-line]. 24. 7. 2009 [Cit. 6. 4. 2010]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/predstaveni-spolecnosti>>.

¹⁸ Infotainment označuje druh zpravodajství, jehož obsahy i forma jsou podřízeny cíli příjemce pobavit, tj. jde o informace zábavného charakteru. Zde použito širěji, nejen v rámci zpravodajství.

¹⁹ „O nás“, *Mediasupport* [On-line]. 2008 [Cit. 6. 4. 2010]. Dostupné z: <<http://mediasupport.cz/onas.html>>.

²⁰ Abychom měli lepší představu o kontextu výroby, v níž se nachází *Volejte věštce*, demonstrujeme intence pořadu *Za kačku svlíkačku* reklamní informací: „Hrajte o kusy oblečení, o odhalení ladných křivek nebo hrajte o jiné vnydy, a sice zajímavé dárky, hračky, po kterých každý chlap touží, ale většinou si je sám nekoupí!“ („ZA KAČKU SVLÍKAČKU“, *Mediasupport* [On-line]. 2009 [Cit. 6. 4. 2010]. Dostupné z: <http://mediasupport.cz/za_kacku.html>.) To je opravdu docela jiný prostor, než např. ten, v němž operuje Centrum náboženské tvorby ČT.

a Helena Kubešková – s tím, že pravidelné střídání po dnech bylo narušeno pouze Janou Demeterovou, která pořad uváděla hned dvakrát za sebou. Na základě dostupného materiálu tak lze vyvozovat, že pořadem provádějí pouze ženy, a to různého charakteru i rekvizit, které používají. Jejich sebezprezentace sice odkazuje k tomu nebýt výstřední a většinou pracují s kartami, nicméně zvláště v oblečení a doplňcích se liší.

Jana Skálová měla ve studiu jako rekvizity např. bílý hrníček s květinovým vzorem a sovu, byla oblečená v jednoduchém červeném chlupatém svetru a vystupovala jako služebně nejstarší slovy „provázím vás již dlouho“. Její výklad nebyl příliš zaujatý, nepřítomný výraz spíše než věštkyňi evokoval stereotypy spojené se staršími učitelkami z nižších stupňů vzdělávacího systému.

Oproti ní Ivana Regina Sádlová s rekvizitami kalichem s tmavou tekutinou a váčkem, ve výrazném červeném topu s bílým tričkem zaujímala výrazně dominantní postoj, ruku ležérně opřenou o opěradlo křesla. I svým mladistvějším vzezřením, uhrančivým pohledem, hlubokým, ostrým hlasem a mnohem ráznějším stylem komunikace prozrazovala stylizaci do ženy vědmy. Projev Sádlové evokoval mystiku, životní zkušenosti a tajemství, mnohem více než spíše funkcionální projev předchozích věštkyň. Vztah, který navazovala Sádlová s volajícími, byl přímější, nejen v průběhu telefonátů zabíhala do osobních zkušeností a svého vlastního života a celkově vytvářela atmosféru chápací a přátelské ženy. Sádlová se i více než ostatní snažila navazovat s volajícími bližší kontakt, jako např. v typickém rozhovoru:

Sádlová: „Zkoušku jste obstáli, to vidím ráda [...] Běžte k doktorovi, určitě, hm, jo?“ Volající: „Já vám potom zavolám!“ Sádlová: „No jasně že jo!“

Podobně Jana Demeterová, navazující na konzervativnější mód většiny věštkyň (a jejíž zvláštností byl výrazný kříž kolem krku), udržovala kontakt s volajícími či diváky na velmi osobní rovině i mimo telefonáty. Charakteristickou byla situace, kdy nečekaně zvedla levou ruku s „božím okem“ (modrý amulet s bílým kruhem a černou tečkou):

Demeterová: „Já chci pozdravit paní Martu, paní Marta má veliký zdravotní problémy, beru do ruky boží oko, takže, paní Marto, vy se nebojte a na tu operaci běžte, protože vám vyšla vyšší karta!“

Struktura pořadu je postavená na volajících, tedy dotazech a odpovědích věštkyň, a v mezích na výkladech vztahujících se k obecným tématům. Systém „věštění“ je postaven na základních informacích – jménu a datu narození. Ty většinou věštkyňním stačí, aby na jejich základě vyložily karty a následně v komunikaci, v níž upřesňují svoji odpověď, poskytly volajícím výklad. Neodkrývají žádný systém, na jehož základě rady či vysvětlení udílí, většinou zůstávají u velmi obecných interpretací:

Sádlová: „Karty nelžou, je to práce s podvědomím, nadvědomím a vědomím.“

Věštkyň často operují s „informacemi“, které k nim proudí, dokonce se objevují i „informační útoky“, mluví o „karmě“, „karmickém zadání“, nadvládách planet ve znameních i v delších časových obdobích. Karmické zadání je nejčastěji chápáno jako určitý životní úděl, kterému je však možné se i vzepřít, neznamená to, že se naplní automaticky, ale je to úkol, jakýsi vektor lidského života:

Boháčková: „Vaším karmickým zadáním je, abyste pro svoji rodinu vybudovala pevné zázemí, dům, půda, rodinné kořeny, ten vztah bude fungovat, pouze

pokud v něm bude plynout dostatek financí a vy se budete moci shodnout s vaším karmickým zadáním.“

Energie člověka vedou, mohou ho „nutit“, věštba ale přináší i konkrétnější indicie, jako jsou pohlaví či typ člověka, s nímž se volající setká, „zpráva“, která může přijít, charakter období (pročišťování) apod. I když se ve většině případů věštkyně nevyhýbají odpovědi, zvláště jde-li o problémy související s lékařskou pomocí, jsou zdrženlivé.

Ve sledovaném vzorku se neobjevil žádný explicitní vztah k náboženství nebo verbální tematizace religiozity. Nicméně přesto zdroj „informací“, z nichž věštkyně čerpají, je podle jejich vlastních slov jednoznačně mimosvětový, případně jde o síly, které zůstávají racionálnímu přístupu ke světu neviditelné – síly, energie. Systém skutečnosti, který věštkyně interpretují, je postaven na světě provázaném energiemi a silami, které se projevují skrze naše životy, jež ovlivňují. Lze je ale i na dálku čist různými věšteckými metodami a ovlivňovat tím, že se posílají energie skrze amulety, talismany atd.

Věštkyně fungují jako profesionálky v tom smyslu, že komunikace s mimosvětovým či neviditelným není dána každému, ale je potřeba k ní být určitým způsobem vybaven. Velmi důležitým momentem je zdůrazňování podpory, akcent toho, že věštkyně jsou tu pro vás vždy, vyzdvihování vnitřní síly člověka. Typickým příkladem je rozhovor s ženou (ročník 1959), která má finanční problémy a ptá se na vztah s partnerem:

Sádlová: „Nebudeme říkat, že nám je padesát, teprve nám je padesát, protože se vám otevírá nový život [...] (šťastný smích volající) Budete hodně zamilovaná.“

Některé informace, které věštkyně poskytují, mají tak konkrétní charakter, že se lze domnívat, že zásadně ovlivní postoje člověka, jako tomu bylo u opakovaně volající ženy, jejíž vnučka je na léčení z drogové závislosti:

Skálová: „Ona je bezdětná? Já tady vidím dítě.“ Volající: „Cože?“ Skálová: „Já tady vidím, že tady později bude miminko!“ Volající: „Ano?“ Skálová: „No.“ Volající: „A bude partner? [...] Jé, paní Jano, [...] to jste hodná, víte co, mně jde taky, aby žila jednou plnohodnotným životem [...] To jste hodná [...] já se vám zase jednou ozvu a budu vám děkovat, věřím tomu.“

Pokud bychom se pokusili typologizovat myšlenkový systém *Volejte věštce* na základě popsaných náboženských společenství, můžeme jej zařadit do eklektických proudů nové religiozity. Podle typologie J. G. Meltona bychom podobné motivy našli u skupin ze *spiritualistické, psychické a New Age rodiny* (Lužný 1997: 45), především samotné věštění, mimosmyslové vnímání, jež věštkyně ke svému výkladu používají, i snahu o psychickou kultivaci volajících. Jen velmi těžko lze spojit myšlenkovou strukturu *Volejte věštce* s konkrétním hnutím.

4.2 EZO.TV

Oproti Prima TV je TV Barrandov výrazně mladší médium: televize začala vysílat 11. ledna 2009 jako stanice provozovaná společností navazující na AB BARRANDOV, a. s., dříve CINEPONT, a. s., operující na českém mediálním trhu jako produkční společnost již od roku 1991 a napojená na filmové ateliéry na Barrandově.²¹ Majoritní podíl ve stanici má Moravia Steel. Programově se stanice

²¹ Úplný výpis z obchodního rejstříku, vedeného Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 892.

hlásí k plnoformátovému vysílání založenému na širokém spektru žánrů a původní tvorby, opět spíše rodinného, zábavného charakteru. Nicméně pokud bychom měli vyjít z licence, důraz má být kladen na interaktivitu s divákem, podporu české dokumentární a hrané tvorby, práce studentů uměleckých oborů a živé kontaktní pořady.²² Náboženská tvorba není součástí licence ani programového schématu, podobně jako u Prima TV, základním zaměřením stanice je filmová a seriálová tvorba a zábava. *EZO.TV* zde figuruje jako zábavní pořad, produkováný stejnojmennou mediální institucí mezinárodního charakteru – na rozdíl od společnosti Media Support se *EZO.TV* zaměřuje výlučně na produkci pořadu s „věštcí“, a to ve 14 zemích. Je součástí skupiny Telemedia, která je světovým výrobcem telefonických televizních pořadů, a *EZO.TV* se v jejím rámci specializuje na známé věstce.²³

4.2.1 Analýza produktu

Ve sledovaném období prováděli pořadem pouze dva věštcí, a to Vlastík Plamínek a Alenka Pastelka. Studio i pseudonymy evokují domáckost, přátelskost. I když je charakter obou věstců rozdílný, snaží se i domácky, přátelsky působit. Zatímco Vlastík Plamínek působí uklidňujícím, konzervativnějším dojmem, Pastelka je energičtější, výraznější. Ani Pastelka však vizuálně nepůsobí mimo meze decentního, seriózního stylu – šedá košile a černý svetr, jednoduché, přírodní korále a červené dřevěné náušnice. Podobně jako ve *Volejte věstce* i zde mají věštcí k dispozici rekvizity (např. růže v květináči u Plamínka, velká oranžová svíce u Pastelky), některé mají i svůj příběh, jako Plamínkova růže, posel jara se jménem „Andrea“.

Oba používají při výkladu více metod, od různých karet přes automatickou kresbu, sypaní mořského písku na pyramidu, mandalu, numerologii až po přijímání zprávy ze sádrového andílka. Obrazová kompozice je doplněna reklamami na další věstce, kteří jsou divákům k dispozici a jejichž zaměření je podobně různorodé: grafologie, tarot, jasnovidce, „shaman“ (sic!), numerologie, andělské zprávy, nositel boží pečetě, léčitel ... Volající pouze pokládají otázku, poté je hovor přerušen a výklad je poskytován mimo placený hovor. Na jednu stranu toto opatření můžeme interpretovat jako snahu uchránit volající od větších výdajů, na straně druhé nemohou v době výkladu interagovat s věstci, což je při konkrétnějším výkladu pozoruhodné.

Konkrétní metody věštění jsou často ukázány velmi podrobně a jsou strukturovanější než ve *Volejte věstce*. Např. Antonii (narozena 1954) podává Plamínek výklad na základě kroužení „difúzní koulí“, kterou pak pokládá na lotosovou mandalu:

Plamínek: „Vnímám drobnou citlivost v oblasti dvanácterníku a slinivky na některé druhy jídel [...] v oblasti srdíčka drobná arytmie [...] psychosomatická zátěž, náhlý výkyv, který vás neohrozí, je možné to léčit bylinnou terapií a ukazuje se v kouliče 150 g kozlíku a 80 g meduňky a 20 g heřmánku dvakrát denně, ráno a před spaním. Vaříte minutu a louhujete deset minut.“

²² Rozhodnutí o udělení kompenzační licence, sp. zn.: 2008/153/řeh/BAR.

²³ „Co je EZO.TV?“, *EZO.TV* [On-line]. [Nedatováno] [Cit. 12. 5. 2010]. Dostupné z: <<http://cz.ezo.tv/?page=content&cid=aboutus>>.

Zajímavou metodu aplikuje Plamínek se sádrovým andílkem, kdy přes něj přijímá poselství: drží sošku, dlaň pravé ruky na jeho těle, naslouchá a mluví poněkud změněným hlasem, jako by mluvil andílek jeho ústy:

Plamínek: „Chceš-li žít život ve svém zralém věku, užij si jej, dej životu radost [...] Pamatuj, není pro tebe nic důležitějšího než pohoda, vyrovnanost a dobrá mysl. Pak budeš pod boží ochranou [...] Tak se staň.“

Když odkládá sochu, pokračuje Plamínek už civilním hlasem: „Tohle poselství nemám dovoleno dál rozkódovat, abych nenarušil energii toho, co vám bylo sděleno. Já věřím, že to, co vám bylo sděleno, jste vnímala.“ Celkově je komunikace, i když bez přímého verbálního kontaktu s diváky, traktována jako velmi intenzivní styk, smyslový, citový i energetický.

Oba věštky mimo komunikaci energiemi a posílání energií rozvíjejí vztah s diváky specifickou formou blízkou rituálu, chápeme-li jej dle Turnera jako uspořádaný děj v čase odlišném od běžného režimu, zaměřený často na mystické bytosti či síly (Goethals 1997: 118). Např. u Pastelky „rituální“ činnost slouží k přenosu energie a probíhá ve sledovaném pořadu přímo:

Pastelka: „Chci vám dát dárek, aby vám bylo dobře, otevřené čakry, kdo máte chuť a čas to dělat, zujte se, posadte se na židle nebo gauče, nesmíte se opírat, nikde nic nesmí být zkríženýho, nohy rovné, zlaté řetízky nebo prsteny sundat, ubírá nám to energii, posadit se a natáhnout páteř [...] máme zavřené oči, zhluboka se nadechneme [...] úplně budeme cítit svůj dech až v korunní čakře, to je temeno hlavy, levou rukou si sáhneme na temeno hlavy, opět to opustíme to místo a tam, kde jsme si sáhli, tam si vizualizujeme neboli představíme trychtýř [...] ruce na kolenou dlaněmi vzhůru, bosé nohy se dotýkají podlahy nebo koberce a vy pravidelně dýcháte, a teď já do vás začínám posílat energii reiki, univerzální životadárnou energii fialové barvy, přidávám zlatou a zelenou [...] teď právě pocítujete první stupeň reiki přes dálkový symbol a vnímáte lehounké teplo, lehounké brnění, a je to velice příjemné a celá ta energie jde přes ten trychtýř do vašich čaker. Přidávám energii reiki dvě [...] dávám vám symbol čokurej čokurej čokurej, je to zesilovač [...] všechny tyto symboly [...] vám budou léčit na buněčné úrovni traumata, která máte hluboko zakořeněná [...]“

Speciální formou komunikace došlo k oddělení od ostatního obsahu (speciální instrukce, pohyby těla, koncentrace Pastelky atd.) a vytvoření „odlišné“ časovosti. I když byl rituál přerušen zvonkem a telefonátem, Pastelka instruovala diváky, aby otevřeli oči, a navázala po telefonátu a posílání energií dokončila. Po celou dobu měla vztyčené ruce dlaněmi k divákům. Dalších volajících se pak Pastelka ptala, zda rituál prováděli, a dostala i pozitivní odpověď od volající Jany (narozená 1981), která za energii poděkovala a podle svých slov cítila brnění a měla zpoceně ruce. Jak Pastelka vysvětlila, účinky se projevují až v dalších dnech a energie, která díky němu do člověka vstoupila, jej „bude měnit“.

Zmíněné rituály tedy operují s energiemi či s „universem“, v případě konkrétních rituálů prováděných přímo ve vysílání vytváří specifický kolektivní zážitek – jsou na jednu stranu komunikací mezi věštkyní, která rituál vede, a divákem, který jej provádí u obrazovky, na druhou stranu spojují praktikováním stejných činností i diváky mezi sebou navzájem. Posiluje se tak vztah mezi všemi účastníky vysílání a přetavuje zkušenost masového média do nové roviny – vzniku neosobního kolektivu navzájem neznámých praktikujících toho stejného rituálu. Důležitá je změna

ve způsobu komunikace s divákem, oddělení prostoru speciálním uložením těla, zavřením očí, oddělením od ostatního vysílání (rituál musel být před přerušením telefonátem pozastaven), což odkazuje k povaze rituálu jako čehosi „ohraničeného“. Rituál však nemá charakter hry či nápodoby božského, nevychází ze zhodnocování transcendentálního obrazu, je spíše využitím sil, jejich ovládnutím.

4.2.2 Koncepce myšlenkového systému EZO.TV

Na rozdíl od *Volejte věštce* věštkyně EZO.TV věnují více pozornosti explikaci systému, na jehož základě svoji činnost provádí. K čemu svoji činnost Pastelka vztahuje, podala formou vysvětlení, proč nemůže odpovědět na budoucnost zdravotního stavu vážně nemocného muže:

Pastelka: „Dostáváme do informačního pole jenom to, co je nám posláno [...] my jsme napojeni na centrální databázi univerza, ano, ale ty vysoký světelný bytosti, mistři světla, nám posílají jen takový info, který máme vědět [...] funguje to tak, že já se zeptám na zdraví nebo něco, ale oni nám sami řeknou, co je potřeba [...]“

Věštkyně a věštkyně v EZO.TV se tedy vztahují ke struktuře řádu, v níž jsou nejen uloženy informace o stavu věci a jejich budoucnosti, ale je zároveň i „osudem“, určitým rámcem, v němž se člověk pohybuje a který jej ovlivňuje. Není však fatální v tom slova smyslu, že by byl deterministický. Zároveň potvrzují existenci osob, bytostí duchovního charakteru, které jsou oddělené od našeho pozemského života a operují s tímto řádem. Tento transcendentální systém je prochnut energiemi, které lze posílat a přijímat a které působí do čaker, zde se Pastelka odvolává na reiki. S energiemi se ale pracuje globálně, lze předpokládat, že samotný systém věštění je postaven právě na těchto energiích. Eklektický systém, využívající i např. motivů z angeologie, lze popsat v intencích *alternativní religiozity*, kde by platila podobná teze jako v případě *Volejte věštce*.

4.3 Kulatý stůl

TV Noe je jedinou explicitně náboženskou stanicí u nás. Je provozována společností Telepace, s. r. o., a specifická je v kontextu českých televizí i přístupem ke svému obchodnímu statusu. Je sice zapsaná v obchodním rejstříku z nutnosti určené zákonem,²⁴ a má tedy právně-komerční základ, otevřeně se však hlásí k myšlenkám neziskového sektoru a její příjmy plynou z darů a grantů.²⁵ Organizační systém je postaven na občanském sdružení, konfesijně zaměřeném (katolické křesťanství), které pořádá kulturní a vzdělávací aktivity. Telepace zajišťuje mj. i příspěvky do Křesťanského magazínu České televize.

TV Noe vysílá na základě licence z roku 2006,²⁶ a to přes satelit ASTRA 3A. Svým zaměřením je konfesijní, na vzdělávání a informace zaměřenou stanicí, která tak stojí z hlediska programové tvorby v ostrém protikladu k Prima TV a TV Barrandov. Charakter stanice je evangelizační, i když jej nemůžeme označit přímo za teleevangelismus – kodex stanice²⁷ vychází z hodnot a cílů, jimiž jsou šíření evangelia, závaznost *Katechismu katolické církve*, konfesijnost s vědomím

²⁴ Zákon 231/2001 Sb.

²⁵ „Kodex TV Noe“, *TV Noe* [On-line]. 1. 11. 2006 [Cit. 2. 5. 2010]. Dostupné z: <<http://www.tvnoe.cz/kodex-tv-noe.html>>.

²⁶ Rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 26. 1. 2006, č. j. Ru/1/2006.

²⁷ „Kodex TV Noe“, *ibid.*

ekumenického kontextu, absence reklam a apolitičnost, aktivní zapojování diváků do vysílání. Důležitým prvkem vysílání je i společná modlitba, jíž je nejčastěji každodenní *Anděl Páně*. Podobně jako jsme viděli v případech „rituálů“ v *EZO.TV* i zde můžeme tedy pozorovat vznikání virtuálního společenství na základě participace na společné aktivitě (u *EZO.TV* přenos energie, zde modlitba), jakkoliv je prováděna samostatně, navzájem oddělenými jedinci. Její rituální charakter se vztahuje přímo k božskému, obsahuje radostný i tragický moment, radostný z jejího účinku a tragický v obsahu utrpení Ježíše Krista (Goethals 1997: 130–131).

4.3.1 Analýza produktu

Kulatý stůl je besední pořad vysílaný v pátečním prime time (20:05) a funguje na formálně jednoduchém principu: ve studiu mimo moderátorky nebo moderátora sedí hosté, od dvou po čtyři. Zvláštností je, že každé vysílání pořadu má speciální znělku, která vizuálně i hudebně odráží téma: *60 let od Barbarské noci* využívalo archivního materiálu z období prvních let totality, *Setkání mládeže s biskupy* mělo modře laděnou, moderní grafickou znělku se siluetami aktivních mladých lidí, *Ekvádor* využíval materiál natočený na cestě hostů do Ekvádoru.

Otázky, které moderátorka klade, rozvíjí sice stanovené téma, na druhou stranu mají silně informativní charakter, podobně hosté sami více informují, než diskutují. Typickým příkladem může být díl *Setkání mládeže s biskupy*, v němž se moderátorka páterů Kamila Obra a Kamila Straky a mladého laika Lukáše Matyše dotazovala na historii jejich práce s mládeží v rámci předvelikonočních diecézních setkání a informovala servisně o tom, kdy která setkání budou probíhat i v jiných diecézích. Zcela pomíjela možná konfliktní témata, nevstupovala do debaty, byla silně submisivní. Zajímavá je i velmi formální expozice, kdy se velmi často hosté představují detailně tím, jak se k práci, kterou dělají, dostali atp.

Stanislava Vidumská, která *Setkáním mládeže s biskupy* prováděla, se snažila o uvolněnou atmosféru, neustále se usmívala a projevovala hostům velký respekt. Tento charakter debaty nalezneme ve většině sledovaných dílů, a dá se tedy říci, že je charakteristický pro celý cyklus. Všichni zúčastnění vytváří atmosféru společného zájmu, což odpovídá i charakteru stanice, který bychom mohli nazvat jako komunitní. Pořad je navíc kontaktní, tedy mohou do něj vstupovat diváci, jakkoliv jsou telefonáty spíše minimální. Moderátoři využívají často e-mailové dotazy a velmi hojně předčítají i přání všeho dobrého či přísliby modlitby a potvrzení účasti na činnosti respondentů. Výzvy k modlitbě za aktivity respondentů i za činnost televize jsou však součástí prakticky celého vysílání. Vztah s diváky je prohlubován i jinak, např. v díle *Ekvádor* byl prvním volajícím jako odměna slíben suvenýr, který štáb ze země přivezl.

Tematicky se ve sledovaném období pořad vzhledem k výročí protiřeholní akce komunistického režimu věnoval ve třech dílech právě této události s tím, že 14. 4. 2010, v den výročí, byl zařazen do vysílání výjimečně.²⁸ Dalšími tématy mimo předvelikonoční diecézní setkání s mládeží bylo ještě mateřství s akcentem na přirozené porody a dvakrát Ekvádor, jednou jako soukromá cesta dvou manželů a podruhé jako cesta štábu TV Noe, který se vypravil za tamními křesťany. Jednou byl hostem kardinál Vlk.

²⁸ Zde je i vidět, jaký význam pořadu sama stanice přisuzuje.

Jako host bývá vždy preferován křesťan, příp. člověk, který je na téma odborník, nejsou zde např. odpůrci či jiné, alternativní názorové skupiny. Myšlenková struktura je tak koherentní a drží se linie bezkonfliktní „televize dobrých zpráv“: hodnotou je mateřství, přirozený porod, rodina, manželství, komunikace, společenství, aktivní mládež, církev a konformnost s jejím životem a názory. Církví je zde myšlena katolická církev, sledovaný materiál v podstatě odpovídal deklarované snaze o konfesijnost s tím, že v něm prakticky nebyl prostor pro argumenty jiných konfesí než katolické. Kněží jsou důsledně oslovováni „otče“ a moderátorka či moderátor (sám kněz) s nimi hovoří s náležitou úctou.

4.3.2. Analýza souvisejícího produktu *Otazníky: Okultismus*

Zajímavým pořadem, který sice nespadá do sledovaného vzorku, ale jeho charakter dokresluje, byl díl *Otazníků* (formát prakticky totožný s *Kulatým stolem*) ze dne 29. 2. 2008 na téma *Okultismus*. Hostem byl kazatel a exorcista Vojtěch Kodet a bibliista a rovněž kněz Jaroslav Brož. Expozice pořadu byla postavena na otázce „Kde se vzalo zlo?“, přičemž Brož vložil katolickou doktrínu o zle jako nedostatku víry a o Zle v podobě inteligentní duchové (sic!) bytosti, Satana. Tím bylo téma, zahrnující z pohledu naší terminologie alternativní náboženské směry, exponováno jako problematika styku se Satanem a i takto bylo dále traktováno. I když Kodet prohlásil, že „[...] nikdo nikoho nechce přesvědčovat, brát názor, ale naši povinností, kteří známe Boha, je na to upozornit[...]“, beseda se nesla v duchu výkladu církevní dogmatiky a její demonstrace na konkrétních příkladech. Tato tendence byla často doplňována drobnými emocionálními detaily, jako když např. Kodet přirovnával boj se zlem okultismu k boji se zlem drog, heroinem nebo pervitinem, a tak *de facto* spojoval drogy a okultismus. Přímo tematizované bylo např. New Age, reiki, karty, hovory s anděly či novopohanství, přičemž poslední ze zmíněných bylo vysvětleno jako obdoba „pronárodů“ v Bibli²⁹ a označeno za převládající způsob života. Zajímavostí diskuse bylo i to, že telefonické vstupy do studia byly vyloučeny, mohl se pouze nadiktovat vzkaz.

Na příkladu *Kulatého stolu* TV Noe, kvůli tématu souvisejícímu s výzkumem, doplněného o jeden záměrně sledovaný díl *Otazníků*, lze demonstrovat religiózní charakter TV Noe – ta vychází striktně z církevní doktríny římskokatolické, vyhýbá se v diskusi konfliktům a alternativním názorům a působí spíše jako výklad než diskuse. I ze zaměření stanice tak můžeme konstatovat, že ač je TV Noe soukromoprávní, z našeho výběru vybočuje svým komunitním charakterem a je jediným případem ze zkoumaných vzorků, u něhož nacházíme explicitní snahu být vnímán v kontextu nějakého náboženského směru.

4.4 Duchovní kuchyně

Česká televize je médium veřejné služby, tj. jak již bylo řečeno, je zřízena zákonem a financována především z koncesionářských poplatků. Burton a Jirák poznamenávají, že „[t]eoreticky platí, že jsou Čro a ČT díky koncesionářským poplatkům média více nezávislá na komerčních tlacích“ (2003: 106). Média veřejné služby jsou však i proto pod značným společenským tlakem, a to nejen u nás,

²⁹ Zde rozuměj negativně, srv. Např. Lv 26,38: „Zahynete mezi pronárody a pohltní vás země vašich nepřátel,“ nebo De 18,14: „Tyto pronárody, které si podrobíš, poslouchají mrakopravce a věštce, ale tobě to Hospodin, tvůj Bůh, nedovolil.“

ale např. v Británii BBC „[...] musí přece jen usilovat o značný zájem publika a slušnou sledovanost, aby dokázala, že veřejnost nevynechává finanční prostředky nadarmo, a aby se měla o koho opřít v případě, že by potřebovala žádat o zvýšení koncesionářských poplatků [...]“ (*Ibid.*: 106–107).

Z hlediska svého legislativního rámce má ČT dávat prostor náboženskému vysílání a je taky (mimo TV Noe) jedinou českou televizí, která přímo kategorii „náboženský pořad“ používá. Zde je důležité upozornit na Kodex ČT, který přímo akcentuje křesťanské paradigma:

Česká televize při vědomí evropské kulturně-historické tradice věnuje v různých žánrech a pořadech pozornost biblickým tématům a jejich významu pro kulturní vývoj a mravní postoje včetně různých úhlů pohledu na jejich historické i současné interpretace (křesťanské církve, judaismus).³⁰

Jakkoliv se tak na první pohled médium veřejné služby má pohybovat v určitém diverzifikačním náboženském prostoru, jeho konkrétní program je vektorován už na úrovni norem s vědomím příslušnosti k určité religiozní interpretaci a je ovlivňován převážně antikultovním diskurzem. Stejně jako v jiných televizích i v České televizi se religiozita objevuje v mnoha podobách ve zpravodajství, publicistice, filmové tvorbě apod., nicméně specifické místo zaujímá přímo v programu stanicí deklarovanou kategorií „náboženských pořadů“, což v době provádění analýzy byly především tyto cykly: *Cesty víry*, *Křesťanský týdeník* a *Sváteční slovo*. Mimo cyklické pořady se ve vysílání velmi často objevují bohoslužby nebo pohřební mše (např. *Svatodušní bohoslužba* nebo *Tomáš kardinál Špidlík – poslední rozloučení*). Tím se však penzum náboženských pořadů nevyčerpává.

Nadhlédneme-li totiž nad žánrovou typologii deklarovanou samou televizí, objevíme množství pořadů silně religiozně zaměřených i v jiných kategoriích, jako je např. *Duchovní kuchyně* nebo *Bojová umění aneb Jednota osobnosti* („vzdělávací pořad“). Náboženské tvorbě se věnuje Česká televize systematicky a z posledních let to jsou v rámci cyklů reprezentativní zástupci, jako *Prolínání světů*, *Za obzorem* nebo *Exit 316*. Již na první pohled vidíme, že jádro programu v posledních letech tvoří zásadně katolická setkání (mládež, papež) a svátky, ekumenické a pravoslavné bohoslužby a explicitně deklarované křesťanské cykly pro mládež. Zcela chybí podobné pořady zaměřené na příznivce buddhismu, islámu aj. Pokud se tato témata objevují, pak pouze jako součást pořadů traktovaných křesťansky orientovaným průvodcem (Tomáš Halík – *Prolínání světů*) nebo jako součást jiné tematiky (*Bojová umění aneb Jednota osobnosti*).³¹

4.4.1 Náboženská redakce ČT

ČT byla s křesťanskou optikou spojena od svých počátků. První porevoluční cyklus výlučně zaměřený na náboženství byl totiž *Křesťanský magazín*, který začalo připravovat Televizní studio Brno po nástupu Věry Mikuláškové v roce 1990 (Malý 2006: 43). Podobně první významnou, s náboženstvím spojenou akci, kterou televize přenášela, byl přímý přenos z návštěvy Jana Pavla II. na Velehradě. V roce 1995 vzniká v Brně nová tvůrčí skupina Jiřího Floriana, která se zaměřuje

³⁰ Kodex České televize, čl. 7, odst. 3.

³¹ Autor této práce vychází z dlouhodobého sledování programové činnosti České televize a vlastních analýz všech zmíněných cyklů v průběhu několika let.

na náboženské pořady a po zániku systému tvůrčích skupin vzniklo dramaturgické centrum náboženské tvorby, které existuje dodnes.³²

Důležité je, že je stále vedeno Jiřím Florianem, jehož tým má de facto od roku 1995 oficiální monopol na pořady s náboženskou tematikou, nejsou-li na klíč jako *Bojová umění...* nebo *Detektor*. Tento fakt je o to významnější, že např. i pořady nevydáváné za náboženské, jako *Duchovní kuchyně*, produkuje právě toto centrum. Stejně důležitý fakt pro pochopení produkčních mechanismů ČT je ten, že Jiří Florian patří mezi předrevoluční, tajně vysvěcené křesťanské kněze. Vysvěcení proběhlo ve skupině Felixe Davidka, který v době totality budoval paralelní církevní struktury.

Obecnou náboženskou tvorbu České televize lze tedy už po analýze programu a institucionálního systému charakterizovat jako deklarativně diverzitní, nicméně vnitřně silně křesťansky a antikultovně cílenou.

4.4.2 Analýza produktu

Pořad *Duchovní kuchyně* vznikl v Centru náboženské tvorby ČT Brno a signifikantní pro něj je i náboženské směřování autorů: scenárista Josef Nerušil připravoval již dříve pořad *Cesty víry*, jeden z průvodců a „mistr“ Aleš Roleček dokonce působil v Římě jako redaktor Radia Vaticana, poté v nakladatelství Vyšehrad. Martin Putna se účastnil předrevolučních náboženských aktivit v disentu a byl jedním z iniciátorů České křesťanské akademie. Oba moderátoři se rovněž podíleli na námětu pořadu.

Duchovní kuchyně je uzavřený cyklus o stravovacích návycích jednotlivých náboženství, rámcovaný přípravou konkrétního jídla. Na začátku každého dílu mistr (Roleček) vyšle žáka (Putna) na základě jeho dotazu po „nejlepším náboženství“ ochutnat jeho kuchyni, na konci se pak (často za veselého hudebního podkresu) vrací žák přírodou do mistrovky chaty a ten mu uvaří dezert se speciálním, často parodickým výkladem. Pořad je většinou³³ proložen vstupy odborníka, vědce z Ústavu religionistiky FF MU.

Mistr, žijící v přírodě, je jaksi vydělen z okolního dění a je v pořadu traktován jako vnější autorita, k níž se žák utíká, je mu vždy dáno poslední slovo a je ručitelem výkladu. Každé náboženství paroduje svým moučníkem, jako např. v *Judaismu* symbolikou každého úkonu a přísady a filosofickým výkladem, který demonstruje náročnost předpisů judaismu. Formálně je pořad vždy ještě doplněn skeči Martina Putny, kdy v průběhu výkladu respondentů či vaření i on sám paroduje dané náboženství.

Zatímco u Rolečka lze považovat úroveň parodování za víceméně konstantní, i v díle *Katolicismus* Putna mnohem více ve svých sekvencích diverzifikuje: zatímco *New Age* alegoricky inscenuje textově upravenou koledou jako narození nového, falešného (postmoderního, neviditelného) spasitele nebo v *Antickém Řecku* ze symboliky vzdělanosti, vína a homosexuality nakonec zůstává jen víno a homosexualita, v *Protestantství* již pouze tuká velikonočními vejci a v *Katolicismu* se dokonce objeví v parodické roli jen na chvíli na začátku jako asketický mnich, který se vrhá po kořících.

³² V době dokončování této studie došlo na pozici vedoucího centra ke změně. Jiřího Floriana nahradil Patrick Diviš.

³³ Ve sledovaném období s výjimkou dílu *Judaismus*.

Příklad *Katolicismu* je signifikantní i v tom, jak je celý pořad formálně složen. Zmíněná parodická sekvence s kořinky je ještě otupena následnou scénou s bratrem Norbertem, který sám mluví o asketickém ideálu jako extrému. Jestliže vidíme mnicha, který relativizuje rigoróznost svého stavu, žertuje o „odřezávání biskupa“, které se prý „také děje v některých církvích“, případně proklamuje, že katolictví je natolik liberální, že i na rozdíl od některých protestantských církví dovoluje jíst prakticky vše, to vše navíc ve chvíli, kdy jako postní jídlo peče kachnu a její religioznost spatřuje v tom, že bude „absolutně pěkně vypečená“, dostáváme se do styku s velice uvolněnou interpretací katolictví. Tento komunikační mód jako by vycházel vstříc předpokládanému hedonismu a pohodlí diváka.

Mnich jako by reprezentoval typ sice vzdělaného a zbožného muže, jehož zbožnost však neomezuje jeho život. Expozice Norberta je navíc obrazově spojena s knihovnou a glóbusem a další rozhovory probíhají v místnostech plných nejen barokních artefaktů. Historicismus evokuje především určitou úroveň, tradici a všeobecné kulturní povědomí: toto je evropská historie, toto jsou evropské kořeny. Kosmopolitismus se objevuje i v narážkách na češství, když Norbert instruuje pomocnou sílu, aby pozorně připravovala knedlíky: „[Když se to nepovede, n]ebude z toho krásný nadýchaný rakousko-uherský knedlík, ale zcela český blemt.“

V ostré opozici stojí díl o New Age, v němž respondentka nejen nemá konkrétní instituci, která by ji zaštitila, ale není pro diváka jednoznačně čitelná a pohybuje se v profánním prostoru obývacího pokoje v paneláku. Tento „amatérismus“ je ještě doplněn nesmělostí respondentky a podivným „tancem“ na konci, do kterého je zatažen i celý štáb. Omezený prostor, absence konkrétních, specifických obrazových detailů, ale i verbální distanc respondentky od termínu New Age vytváří prostor, v němž se komplexní náboženské hnutí prezentuje pouze přes jídlo. Jeho příprava je však iniciována výběrem na základě pohybu kyvadélka, a tak jako by i jeho příprava byla vzhledem k obecným kulturním hodnotám diváka, jež můžeme očekávat, problematizována. Tuto interpretaci podporuje Putna inscenovanou scénkou se dvěma pastýři. Ti se zastavují po narážkách na „postmodernost“ u kolébky, v níž „spasitel“ není vidět. Pastýř Putnovi vysvětluje, že New Age je přece cítit ve veškeré přírodě, ptá se: „Cítíš ho?“ A Putna s dvojnásobným výrazem odpovídá: „Cítím.“ Závěrečné přikládání vajec do podpaží jako procítění energie (navíc u katolické sakrální stavby!) nebo nepříjemné, až jedovaté barevné pozadí výkladu odborníka Dušana Lužného celkové relativizující či zpochybňující vyznění podtrhuje.

Podobný interpretační mód náboženství můžeme doložit i u dílu *Antické Řecko* anebo u *Ateismu* – v druhém z pořadů lze navíc nalézt odkazy na zednářskou symboliku a ateismus je spojen s nevýraznou chutí. *Katolicismus*, *Protestanství* i *Judaismus* jsou naproti tomu postaveny na pozornější práci s detailem a prostředím a rozhovor je veden ve více publicistické rovině, Putna je submisivnější a spíše jen poslouchá. Navíc v *Judaismu* zcela chybí odborník, jeho roli – ovšem formálně zcela jinak, bez statického záběru – obstarává brněnský rabín Moše Chaim Koller. Putna ve svých skecích prochází turistickými místy židovské Prahy s velkou žlutou nafukovací rybou, která na jednu stranu odkazuje ke *gefилte fiš*, na druhou stranu k pouťovým dárkům a zbytečným suvenýrům, které se na turistických místech Prahy prodávají. „Pouťový“ charakter však nijak neakcentuje. Výjimečný je cyklus

oproti ostatním analyzovaným i v tom, že jako jediný je bezkontaktní, nevstupují do něj přímo diváci.

Struktura religiózních významů *Duchovní kuchyně* je zahlušenější než v případě *Křesťanského magazínu*, *Exitu 316* nebo *Cest víry* snahou o odstup. Je v posledních letech druhým pokusem České televize mapovat různá náboženství, tím „serióznějším“, tj. traktovaném v důvěryhodnějším módu, bylo *Prolínání světů*. I zde však byl průvodcem a osobou, s níž je výklad náboženství spojen, katolický kněz. *Duchovní kuchyně* je tedy na úrovni reprezentativnosti a předvedení zcela v intencích ostatní náboženské tvorby České televize: průvodci i autoři jsou minimálně sympatizanti, ne-li přímo kněží katolické církve. Prostředky, které k interpretaci ostatních církví *Duchovní kuchyně* volí, jsou postaveny na nadsázce a parodii. Ta je u judaismu nebo křesťanství citelně slabší než u starořeckého náboženství, New Age nebo ateismu.

5. Interpretace

Na základě analýz můžeme sledovaný vzorek interpretovat a zhodnotit takto: Mimo Českou televizi jde o *formálně*, a tedy i produkčně nenáročné tvary, u soukromých televizí mimo TV Noe outsourcované, tj. produkované samostatnými subjekty (nebo ve spolupráci). Obsahy lze rozdělit do dvou kategorií: první lze charakterizovat jako publicistickou a jejím jádrem je mapovat především křesťanské svědectví o světě (TV Noe, většina pořadů ČT), explikovat, pokud možno nekonfliktně, především křesťansky orientovanou interpretaci religiozity a udržovat od *alternativní religiozity* odstup. Tato kategorie je většinou *explicitně náboženská*³⁴ a buď se přímo hlásí ke křesťanské religiozitě (TV Noe), nebo se snaží stavět do objektivní pozice. Ta je však určena většinou katolicky orientovanou produkcí.

Druhou kategorií jsou pořady určené jako servis či služba a jejich typickými zástupci jsou *EZO.TV* nebo *Volejte věštc*. Smyslem těchto pořadů je v kontaktním prostoru s divákem vytvářet konkrétní náboženskou či implicitně náboženskou zkušenost formou telefonátů. Pořady se orientují na odhalování skrytého a na praktické rady, vyhýbají se otevřeně náboženské naraci a uzavírají se do kategorie „zábavných“ pořadů. Můžeme je tedy označit za *implicitně náboženské* a nalezneme je na komerčních stanicích.

Explicitně náboženské pořady chápou náboženství jako systém ve smyslu „tradičních“ forem, jako je křesťanství, judaismus, islám, problematizují, parodují či přímo oponují alternativním náboženským směrům. Pokusy o jejich integraci do vysílání ztroskotaly i díky zájmovým skupinám, které zvláště na veřejnoprávní televizi útočí. Vztah k náboženství lze v těchto pořadech charakterizovat dekretem *Nostra aetate*:

Katolická církev neodmítá nic, co je v těchto náboženských pravdivé a svaté. S upřímnou vážností se dívá na jejich způsoby chování a života, pravidla a nauky. Ačkoli se v mnohém rozcházejí s tím, co ona věří a k věření předkládá, přece jsou nezřídka odrazem Pravdy, která osvěcuje všechny lidi. Sama však

³⁴ K explicitní a implicitní religiozitě srv. (Waardenburg 1997: 123). Adjektiva zde používáme v intencích Waardenburgovy terminologie.

hlásá a je povinna neustále hlásat Krista, který je „cesta, pravda a život“ [...].³⁵

Můžeme tedy říci, že explicitně náboženské pořady mají blízko ke katolické pozici vztahu k jiným náboženstvím, implicitně či explicitně obsahují křesťanské významy a hodnoty a svými postoji se mohou blížit či splývají s tzv. antikultovním hnutím, a to jak náboženským (TV Noe, ale implicitně i v České televizi, jako např. u relativizace spasitelské hodnoty New Age), tak i sekulárně-rationálním.³⁶ Právě sekulárně-rationální antikultovní hnutí zároveň mají na produkci České televize výrazný vliv.³⁷ Implicitně náboženské pořady vůbec kategorii náboženství nepoužívají, jakkoliv využívají symbolů a významů tradičně s náboženskými systémy spojených (andělé). Jejich religiózní systém lze popsat jako *alternativní religiozitu* využívající prvky novopohanství či New Age.

Pohlédneme-li do institucionálního podloží pořadů, nabízí se otázka, proč tomu tak je. Jak jsme se pokusili demonstrovat na výzkumech Hamplové, v České republice se obrušuje vztah k „náboženství“ – na jedné straně je „tradiční“ u těch osob, které se hlásí ke křesťanským církvím, na straně druhé je privátní, kdy nemusí vždy operovat s nějakým jasným systémem nebo příslušností ke skupině, ale je spojen s výraznými religiózními postoji a představami. Věštcí, amulety, horoskopy aj. jsou zřejmě přijatelnější pro mnohem větší skupinu Čechů než kategorie první, i proto mohou privátní televize zhodnocovat právě tento segment. Je jen logické, že tak činí implicitně, tj. nedeklarují své vysílání jako náboženské.

„Zábavní“ charakter těchto mediálních produktů umožňuje televizím zasáhnout velkou šíří různých náboženských představ, protože nevyžaduje deklarativně se přihlásit k nějaké konkrétní náboženské skupině a poskytovat exkluzivní interpretaci jako TV Noe. To by ani nebylo výhodné, jakkoliv se to může zdát z hlediska konstrukce cílové skupiny racionální: jestliže smyslem privátních televizí je generovat zisk, je potřeba vynaložit co nejmenší prostředky na to, aby byl zasažen co největší počet diváků. Zvláště v nočním čase, kdy je ztrátové investovat větší finanční částky, privátní televize outsourcují do samostatných, telefonii využívajících subjektů, které však nepřipravují pouze daný pořad, ale poskytují dlouhodobou službu svým klientům a takto vlastně jen v určitém čase intervenují do dalšího média. Právě to, že divák konzumuje, tj. divák očekává, že mu médium poskytne nějakou službu, servis, která uspokojí jeho potřeby, je základní orientační prvek těchto pořadů. Vytvářet zisk na základě reklamy v neprofitním čase je ekonomické sci-fi, zajistit tedy přísun peněz na základě platby za službu je ideálním řešením potřeb subjektů, které v daném čase vysílání zajišťují: televize a telefonických společností.

Naproti tomu TV Noe a dokonce i Česká televize vytváří své pořady především v okruhu křesťansky orientovaných tvůrců, ne-li přímo kněží. To zásadně ovlivňuje jejich produkci – zatímco u TV Noe explicitně, u České televize bez vnější reflexe. Cílem stanic není zisk: u TV Noe je to evangelizační činnost, u média veřejné

³⁵ *Nostra aetate* [On-line]. 23. 8. 2007 [Cit. 7. 5. 2010]. Dostupné z: <http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651028_nostra_aetate_cs.html>.

³⁶ Dělení antikultovních hnutí pochází od Davida G. Bromleyho a Ansona Shupeho, srv. (Lužný 1997: 132).

³⁷ Této tezi se nevěnujeme do hloubky, stačí odkázat na případ *Detektoru*. Tvrzení si však žádá podrobnější analýzu, na níž zde není prostor.

služby jsou cíle definované legislativně a mají se zaměřovat na celé spektrum ve společnosti přítomných interpretací náboženství. To však přímo nečiní, a to i díky vlivu dalších, vnějších zájmových skupin, jako je klub skeptiků Sysifos nebo vědecká obec, které si kladou nárok na to, ovlivňovat interpretaci reality ve veřejnoprávním médiu z pozice svého společenského postavení. Naopak, Česká televize se v cyklech vztahuje k jiným náboženstvím spíše ve smyslu dekretu *Nostra aetate* s vědomím křesťanských kořenů evropského vnímání toho, co to je „náboženství“.

Seznam použité literatury

- Bible: Písmo svaté Starého a Nového zákona*. 2005. Český ekumenický překlad, vydání vč. deuterokanonických knih. Praha: Česká biblická společnost.
- Burton, G. – Jiráček, J.** 2003. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal.
- Castells, M.** 2000. *The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I: The Rise of The Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Goethals, G.** 1997. „Escape from time: Ritual Dimensions of Popular Culture“. In: Hoover M., S. – Lundby, K. (eds.), *Rethinking media, religion and culture*. Thousand Oaks – London – New York: Sage Publications.
- Hamplová, D.** 2008. „Čemu Češi věří: dimenze soudobé české religiozity“. *Sociologický časopis / Sociological Review* 44, 4, 703–723.
- Hartley, J.** 2008. *Television Truths*. Oxford: Blackwell.
- Knoblauch, H.** 2003. „Europe and Invisible Religion“. *Social Compass* 50, 267–274.
- Lužný, D.** 1997. *Nová náboženská hnutí*. Brno: Masarykova univerzita.
- Malý, P.** 2006. *45 let brněnského studia České televize. Diplomová práce*. Brno: Katedra mediálních studií a žurnalistiky FSS MU.
- McLuhan, M.** 2000. *Člověk, média a elektronická kultura. Výbor z díla*. Brno: Jota.
- Motal, J.** 2010a. *Reprezentace religiozity v českých televizích. Bakalářská diplomová práce*. Brno: Masarykova univerzita.
- Motal, J.** 2010b. „Religiozita za zrcadlem“. *A2* 15, 13.
- Perebinosoff, P. – Gross, B.** et al. 2005. *Programming for TV, radio and the Internet. Strategy, development and evaluation. Second edition*. Oxford: Focal press – Elsevier.
- Postman, N.** 1999. *Ubavit se k smrti*. Praha: Mladá fronta.
- Václavík, D.** 2008. „Náboženství a média“. In: Nešpor, Z. – Václavík, D. et al., *Příručka sociologie náboženství*. Praha: SLON, 321–341.
- Václavík, D.** 2010. *Náboženství a moderní česká společnost*. Praha: Grada.
- Waardenburg, J.** 1997. *Bohové zblízka. Systematický úvod do religionistiky*. Brno: Masarykova univerzita – Georgetown.

Normy a úřední dokumenty:

Kodex České televize.

Rozhodnutí o udělení kompenzační licence, sp. zn.: 2008/153/řeh/BAR.

Rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 26. 1. 2006, č. j. Ru/1/2006.

Úplný výpis z obchodního rejstříku, vedeného Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 892.

Zákon 483/1991 Sb.

Zákon 231/2001 Sb.

Internetové zdroje:

„Co je EZO.TV?“, *EZO.TV* [On-line]. [Nedatováno] [Cit. 12. 5. 2010]. Dostupné z: <<http://co.ezo.tv/?page=content&cid=aboutus>>.

- „ČT pozastavila pořad Detektor“, *Novinky.cz* [On-line]. 19. 3. 2008 [Cit. 15. 4. 2010].
Dostupné z: <<http://www.novinky.cz/kultura/135716-ct-pozastavila-porad-detektor.html>>.
- „Kodex TV Noe“, *TV Noe* [On-line]. 1. 11. 2006 [Cit. 2. 5. 2010]. Dostupné z: <<http://www.tvnoe.cz/kodex-tv-noe.html>>.
- „Nostra aetate“, [On-line]. 23. 8. 2007 [Cit. 7. 5. 2010]. Dostupné z: <http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651028_nostra-aetate_cs.html>.
- „O nás“, *Mediasupport* [On-line]. 2008 [Cit. 6. 4. 2010]. Dostupné z: <<http://mediasupport.cz/onas.html>>.
- „Otevřený dopis Rady pro popularizaci vědy AV ČR Radě ČT: Detektor je směsí výmyslů a lží“, *Britské listy* [On-line]. 21. 2. 2008 [Cit. 6. 5. 2010]. Dostupné z: <<http://www.blisty.cz/art/39098.html>>.
- „Představení společnosti“, *Prima TV* [On-line]. 24. 7. 2009 [Cit. 6. 4. 2010]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/predstaveni-spolecnosti>>.
- „ZA KAČKU SVLÍKAČKU“, *Mediasupport* [On-line]. 2009 [Cit. 6. 4. 2010]. Dostupné z: <http://mediasupport.cz/za_kacku.html>.
- Heřt, J.** „Detektor – mýtický televizní hybrid“ [On-line]. 1. 2. 2008 [Cit. 6. 5. 2010]
Dostupné z: <<http://www.sysifos.cz/index.php?id=vypis&sec=1201891616>>.