

Nic ve zlém, nic v dobrém (otazníky a vykřičníky počítačové publicistiky)

Petr Koubský

*Motto: Když si to s někým rozházet, tak s každým.
Jiří Suchý, Jiří Šlitr*

Je v lidské povaze zvednout hozenou rukavici; stejně tak je obvyklé, že vás to zvednutí pak dost často mrzí. Právě tak si, pokud vás to zajímá, připadám teď já – někde napůl mezi člověkem, který přijal nabídnutou výzvu, a absolutním idiotem. Jsem docela zvědav, který z obou pocitů převáží po dopsání této statě – ale skoro bych si troufl prorokovat. Slova do vlastních řad většinou končívají špatně. Jestliže jsem přesto přijal návrh organizačního výboru semináře PROGRAMOVÁNÍ'92 – napsat úvodní slovo pro diskusi o počítačové publicistice – mám pro to, krom několika osobních a pošetilých, jen jediný racionální důvod. Jsem přesvědčen, že problémy počítačové publicistiky namnoze přesahují ji samu, že se týkají širší obce odborníků, a že věci pomůže, bude-li se o ní veřejně hovořit. Pak již mnoho nesejde na kvalitě předřečníkové – podstatné je, že se rozprava vůbec rozběhne. Budu se snažit být ve svých soudech a názorech alespoň poctivý, když už nemohu být objektivní – to u pohledu zevnitř prostě nejde.

Zdržím se hodnocení konkrétních periodik i osob (s jedinou výjimkou, kde jsem si však jména osob vypůjčil jako symbol pro pojmenování jevů a věcí obecnějších). Nečiním tak z alibismu; považuji však za nesprávné a neprofesionální veřejně hodnotit práci kolegů – a ovšem konkurentů – v tomtéž oboru. Herec taky nemá hodnotit jiné herce, od toho jsou divadelní kritici – a diváci. Herec má hrát. – Krom toho si myslím, že zásadní problémy počítačové publicistiky opravdu jsou neosobní a nadosobní. Považuji za užitečné držet se této roviny. Osobně laděná polemika, jakých odborným počítačovým tiskem již několik proběhlo (popel i na mou hlavu), možná potěší čtenáře bulvárnějšího vkusu, ale věci nepomůže. Jde nám o věc?

Status quo

V Československu dnes vychází, pokud vím, jeden týdeník specializovaný na počítače (Computerworld), 6 měsíčníků s týdně zaměřením (Bajt, Chip, P+C, PC World, Počítač

aktivně, Softwarové noviny), dva nepravidelně (Computer Echo, PC Info) a nadto nejméně tři měsíčníky, zabývající se počítači ve zhruba polovině svého rozsahu (Amatérské rádio, Elektronika, Sdělovací technika). Jde o periodika velmi rozdílného zaměření, od luxusního reprezentačního magazínu pro manažery po hackerský skoro-samizdat, od časopisů převážně inzertních po razantně kritické, od ryze českých a slovenských periodik po československé mutace stejnojmenných zahraničních časopisů, od velkých redakčních týmů po one man show. Tolik rozdílu, kolik si jen lze představit; a přece, což je opravdu překvapivé, mají zmíněné časopisy více společného než rozdílného.

Především mají společné problémy, mezi nimiž se o první místo svorně dělí polygrafie a distribuce. Tiskárenských kapacit již našťastí není tak zoufalý nedostatek jako na začátku roku 1990; pokud dnes chcete tiskárnu, seženete ji, i vybrat si můžete. Jejich služby však zůstávají drahé a nespolehlivé. I ty nejúspěšnější počítačové časopisy jsou z hlediska velké tiskárny nízkonákladovými periodiky; a jako takové jsou odsouvány do pozadí zájmu. Jeden z počítačových měsíčníků se na přelomu let 1991/92 dostal do dvouměsíčního, jiný do téměř čtyřměsíčního výrobního skluzu – bez vlastního zavinění. Cítím s nimi a rezignovaně očekávám, kdy se něco podobného přihodí nám. Ovlivnit to nijak nemohu, snad jen přechodem do (zatím hypotetické) tiskárny, kde jako zákazník budu pánem.

Distribuce je oříškem ještě tvrdším, neboť zde přežívá monopol PNS. Již loni jsem si dovolil napsat: PNS by měla buď urychleně zmizet ze světa, nebo neméně urychleně začít normálně fungovat – volí však zlatou střední cestu. Letos mohu dodat jen tolik, že na této cestě se navíc chová tvrdě tržně. Její distributorské podmínky (volná remitenda, tj. de facto komisař prodej, velmi citelné finanční postihy za nedodržení termínů ze strany časopisů, nulová možnost postihu při nedodržení termínů ze strany PNS) jsou takové, že by soudný člověk smlouvu s PNS nikdy nepodepsal, kdyby ovšem měl jinou možnost. Alternativní distribuční síť srovnatelná s PNS prostě neexistuje. Drobných distributorů tisku jsou ovšem stovky, jsou však vesměs specializováni na malý region (několik na jeden okres, desítky na Prahu). Náš časopis prodá asi třetinu nákladu přes PNS, třetinu prostřednictvím předplatného (předplatitelskou agendu si ovšem vedeme sami), zbylou třetinu představují přímé dodávky do prodejen Knihy, soukromých trafik, zmíněným drobným distributorům, prodejnám výpočetní techniky a počítačové literatury apod. Kolegové z jiných periodik na tom jsou, pokud vím, v zásadě stejně. Celkový stav distribuce je katastrofální a de facto znemožňuje volnou soutěž mezi časopisy – nemluvě o tom, že poškozují jak nás (ušlý zisk), tak čtenáře (nedostanou volně koupit to, o co mají zájem).

Přejdeme-li od otázek elementárního přežití na rovinu jen o stupeň vyšší, pak se domnívám, že největším problémem počítačových periodik je jejich malá prestiž. Za nedostatek prestiže si většinou každý může sám – v tomto případě však jen částečně. Odborný tisk má malou prestiž skutečně i proto, že dosud neprokázal své kvality a schopnosti; ale také proto, že podceňování publicity je mezi našimi firmami a odborníky hluboce zakořeněno. Tento úsudek opírám o skutečnost, že zahraniční firmy mají k našemu odbornému tisku vztah podstatně lepší než firmy domácí. Týká se to programů na recenzii,

tiskových zpráv a v podstatě jakékoli informace: novinář je považován za cosi mezi špiónem a blbem, a je s ním tak i nakládáno.

O relevantní informaci: Co chce čtenář

Pokud přijmeme jako předpoklad, že devět desetin naší dospělé populace se o výpočetní techniku nezajímá, a že zbylé desetiny se opět devět desetin nezajímá o odborný tisk, pořád zbývá plus minus sto tisíc lidí, pro něž má obsah počítačových periodik určitý význam.

Co chce čtenář a na co má plné právo, to všichni víme: relevantní a pravdivou informaci. Prakticky vzato: oddělit zpravodajství od komentáře a obé od placené inzerce. Je hlavním – a jediným vskutku neodpuštělným – nedostatkem počítačové publicistiky, že výše uvedené složky od sebe zatím nedovede nebo nechce oddělit se stoprocentní účinností.

Jednou z hlavních příčin tohoto stavu (nikoli omluvou pro něj) je obecně nízká kultura novinářské práce v ČSFR. Z televizních zpráv každý den dostáváme porci nedůsledného, málo profesionálního zpravodajství smíchaného s názory, sympatiemi a antipatiemi příuš a dam redaktorů. Obdobně vypadá většina hlavních denšků; s takovými vzory před očima se nelze daleko dostat. Domácí počítačový tisk by měl proto vycházet z *dobrých* (opakuji, dobrých) zahraničních vzorů. O což se, myslím, i snaží. Jenže naše pozice je nesoouměřitelná; žádný z tuzemských časopisů nemá pozici, prestiž a kapitál takového Byte International nebo PC Magazine.

Velmi běžným důsledkem smíšení žánrů je existence skryté reklamy (ať již chtěné či nechtěné, zaplacené či nezaplacené). Skrytá reklama je především prohřešek na čtenáři; informaci v publicistickém článku přijímáme bez filtru, kterým – třeba i podvědomě – prosíváme veškerou zjevnou inzerci. Skrytá reklama může nabývat nejrůznějších podob, forem a stupňů, od drobného profesionálního pochybení přes morálně zavrženšhodný skutek až po podvod ve smyslu práva trestního. Neznám jediný náš počítačový časopis, který by jí byl zcela prost; někde se však ocitá nedopatřením nebo výjimečně, jinde programově. Vypěstuje-li se časem tolerance čtenářů k různým formám skryté reklamy, bude to znamenat celkový úpadek počítačové publicistiky.

Vhodným předmětem věcné diskuse by bylo vymezení hranic skryté reklamy: smím napsat do recenze, že program XYZ je vynikající (mám-li to čím doložit)? Kde jsou slušné meze hodnocení, za nimiž už začíná propagační kampaň? Zatím se mi zdá, že vše záleží na lidech, jejich cti a morálce, že není možné stanovit obecná pravidla. Současné ovšem chápu tisíce a jednu možnost zneužití tak gumové zásady.

Otázka profilu periodika má samozřejmě více dimenzí; většina z nich však zdůstává věci názoru příslušné redakce. Někteří lidé se domnívají, že odborný tisk má plnit výraznou roli výchovnou, že má formovat názory a postoje, že časopis má být profilován

určitým vyhraněným stanoviskem. Tento postoj sdílím v míře velmi omezené. Jsem naopak pro to, aby odborný časopis byl prostorem pro střetávání nejrůznějších názorů; redakce nemá patent na rozum. Na druhé straně máme svůj systém preferencí (podpora československých výrobců, podpora autorizovaného prodeje, prosazování zákonných norem), který nijak neskrýváme; neprosazujeme je ovšem proklamativním způsobem.

O řemeslu

Novináři i nezávislí publicisté v počítačových časopisech by podle mého soudu potřebovali mnohem více základní řemeslné zručnosti: lépe psát, rutinovaněji zpracovávat zpravodajství. Všichni zapomínáme, nebo nevíme, že dobrý novinář je především skeptik až cynik: ničemu nevěří, snaží se jít po skryté příčině, pod povrch věci. Počítačové časopisy spíš popisují a opisují.

Většina autorů má zásadní slabiny ve stylu: stavba věty, volba výrazových prostředků, práce s jazykem, rytmus a spád, titulek – všechno nebo skoro všechno špatně. V zásadě to asi není tím, že bychom *vůbec* neuměli dělat svou práci – neumíme ji však dělat dobře pod neustálým a nepolevujícím časovým tlakem. Už jsem dostal pár dopisů zhruba v tomto smyslu: „Pane Koubský, ten a ten váš článek bych uměl napsat mnohem lépe, přestože se tím na rozdíl od vás neživím.“ Ano, věřím tomu, že by ho lépe napsat dovedli; ale myslím si, že ne každý z nich by to svedl tak dobře, jak by chtěl, za dvacet nebo třicet minut, které mi byly vymezeny.

V počítačových časopisech se nelze vyhnout vysvětlujícím, didaktickým pasážím i celým článkům. Dar srozumitelného výkladu není dán každému; u některých autorů však není problém ani tak v nedostatku pedagogického talentu, jako spíše v tom, že vysvětlují (často velmi suverénně) něco, čemu sami nerozumějí!

Traktorista oře, dentista trhá, redaktor *rediguje*. Jinými slovy, dělá z rukopisů články. Články v našich počítačových časopisech jsou často redigovány zcela nedostatečně. Mnohým z nich by i ten nejprimitivnější způsob zredigování – škrtat, seškrtat až na holou podstatu – ohromně pomohl.

O informační demokracii: Causa Martin Maniš

Přejdu k záležitosti zcela konkrétní a dobře známou, z níž snad lze vytěžit jistou sumu obecnějších poznatků. Zhruba před rokem [1] užasli členáři Computerworldu nad článkem *Poněkud drahá konverzní utilita*, razantně napsanou zápornou recenzí na nejrozšířenější domácí textový editor Text1602 (*pozor, skrytá reklama!*). Tak vešlo do povědomí jméno Martina Maníše. Než se pořádně stihla otevřít diskuse, následovalo z pera téhož autora několik dalších článků ve stejném duchu – kromě CW také v PCW a SWN.

Pokud mám zaujmout vlastní stanovisko: Martin Maniš především umí psát. Jeho lehký, živý, ostře sarkastický styl není zajisté žádný zázrak, je však na úrovni běžné

například u kvalitní politické publicistiky. Už tím působí v počítačovém tisku trochu jako zjevení; upozorňuje svou přítomností na to, jak málo literárně nadaných autorů v našem oboru máme. – Dalším výrazným rysem tvorby pana Maniše je jeho důsledný uživatelský přístup k věci. Čerta starého se zajímá o to, co je implementačně obtížné, co bude v další verzi, kolik práce dalo co naprogramovat; vidí jen klady a ovšem zápory z hlediska uživatele – proto se stará často více o vzhled ovládacích prvků než o bohatství a kvalitu funkcí. Žebříček hodnot, kterým pan Maniš poměřuje kvalitu programů, je okázale subjektivní. K tomu se často přidává i letitý výrazný rys Manišových recenzí – časté drobné a občasné závažnější věcné chyby a opomenutí.

Martin Maniš, nejkritizovanější náš kritik, si zaslouží důraznou výtku za své nepřesnosti a omyly. (Omylní jsme všichni, ale málo naplat, čím autoritativněji prouášíte své soudy, tím větší pozor musíte dávat na jejich obsah.) Bohužel, jeho četní oponenti obvykle volí cestu zdánlivě snazší: napadají jeho svérázný styl (velmi početilý; bez ohledu na podstatu věci tím jen ukazují, oč lépe vládne jazykem a výrazovými prostředky Maniš než oni sami), a vytýkají mu jednostranně uživatelský pohled (ale pro koho se tedy píšou programy? Kdo má být arbitrem jejich kvality?).

Subtilnějšího problému se dotkl komentátor SWN Ivan Straka, když v rámci své polemiky s panem Manišem napsal [2]: „V Manišových článcích postrádám zájem o čtenáře a snahu po objektivním hodnocení. (...) Chce být svůj a originální, leč pouze on. Ve Špíglu by jeho způsob psaní působil zcela přirozeně. (...) Minulá doba nás poznamenala všechny, i když si dost lidí myslí opak. Někteří z těch, co ze domnívají, že jsou nepostizitelní, se cítí býti vyvoleni spasiteli, a dávají to hlučně najevo. (...) Vykládají si pravidla podle svého, a cítí se v důsledku toho jako revolucionáři při dobývání Zimního paláce.“ Mně se zdá, že je dost nebezpečné posílat druhého do Špíglu – člověk se tím sám tak trochu ocitá tamtéž. Řeč je vlastně o samé podstatě informační demokracie: většina z nás si uvědomuje, že svoboda tisku se nerovná právu tisknout *cokoli*. Ale obvykle se již nedohodneme, kde leží hranice mezi selekcí nesmyslů, dezinformací a zlých úmyslů na jedné straně, a potlačováním názoru odlišného od našeho na straně druhé. Je na redakcích, aby tuto hranici každodenně vytyčovaly a bránily, podle vlastního úsudku a na vlastní odpovědnost; zájem a názory čtenářů zde slouží jako pomocná zpětná vazba; tou hlavní je vlastní – řekněme raději profesionalita než svědomí.

Co mne znervózňuje na cause Maniš nejvíce, je právě ten přemířěný zájem o ni samotnou – o jeho články i jeho osobu. Ve stabilním prostředí nemívá osamocení výstřední názor velkou váhu. Způsob psaní pana Maniše je neobvyklý, sporný, možná ne vždy korektní, ale *normální* – všude a v každém oboru se najde někdo, koho baví hrát roli enfant terrible. *Ne*normální je naopak reakce okolí. Rádi a hojně hovoříme o myšlenkové pluralitě; její základní formou však není polemika, ale paralelnost názorů.

O objektivitě a odpovědnosti: Jemné umění recenze

Recenze programových produktů jsou možná tím nejdůležitějším – a určitě tím nejdiskutabilnějším – co se na stránkách počítačových časopisů objevuje. Napsat dobrou recenzi je těžké, kvalitních recenzentů je chronický nedostatek – ty z nich, kteří patří k našim stabilním spolupracovníkům, považuji za jedno z největších bohatství redakce.

Hovoří-li se o odpovědnosti recenzenta, myslí se tím téměř vždy odpovědnost vůči výrobci nebo prodejci software: vždyť eventuálním záporným posudkem může být, chudák nebohý, ekonomicky poškozen! Dosud jsem se neseťkal s úvahou o odpovědnosti recenzenta vůči čtenáři, který ovšem – pokud koupí šmejd na základě neodůvodněně kladné recenze – bude poškozen neméně. Jestliže v počítačovém tisku, jak všichni víme, převládá kladný hodnotící tón nad záporným, má to několik příčin.

Především, vyloženě nekvalitní software se obvykle vůbec nedostane do rukou recenzentů. Kdo si představuje, že firmy posílají software redakcím jaksi automaticky, je na velkém omylu. Přestože poslední dobou zaznamenáváme spolu s kolegy z jiných časopisů jisté zlepšení, pořád si značný podíl recenzovaných programů musíme výslovně vyžádat; poměr vyžádaných a nevyžádaných produktů odhaduji na 1:1, přičemž u tuzemského software je výrazně vyšší než u zahraničního. Některé firmy se stále ještě snaží podmiňovat poskytnutí software právem autorizace nebo jiného ovlivnění obsahu recenze – s těmi se pochopitelně nedohodneme na ničem.

Dále, většina autorů autocenzurou potlačuje záporné hodnocení. Jednak z kolegiality („je to programátor jako já, taky by se mi nelíbilo, kdyby někdo kritizoval můj program, nejsem bez viny, abych házel kamenem“), jednak ze ztotožnění kritiky s útokem („nechci, aby měl potíže – mou vinou“). Zahraniční programy pak často vycházejí z hodnocení recenzentů překvapivě hůř než tuzemské, neboť tam jsou uvedené zábrany snadno potlačeny.

O skryté reklamě již byla řeč. Nyní k záležitosti ještě choulostivější: platí se v některých časopisech za kladnou recenzi? Nehodlám se zabývat pověstmi bez důkazů; osobně nevěřím, že k tomu došlo. Je však zřejmé, že ve většině periodik existuje jemné předivo vztahů – řekněme mezi tónem článků o výrobcích firmy XY a množstvím inzerátů téže firmy. Příčina a následek nebývají v tomto případě jednoznačně určeny: také bych raději inzeroval tam, kde o mně píšou pochvalně – už z hlediska efektivity inzerátu. Tato věc je, realisticky vzato, těžko vyhnutelná – všechny odborné časopisy jsou na inzerci existenčně závislé. Poškozen je však čtenář, který se nutně ocitá v pochybnostech, zda jsou předkládané informace objektivní.

I když však odhlédneme od všech zjevných i skrytých vazeb, zůstává zde základní problém: jak psát recenzi? Mohu snad říci jen to, čeho jsem se dočkl v pasáži o skryté reklamě: nevěřím, že lze najít obecně platné zásady. Namísto zásad je třeba hledat lidi – lidi obdařené dvojjediným talentem počítačovým a literárním, současně čestné (aby

nevedli hodnocení ku přímému či nepřímému prospěchu svému) a povahově zralé (aby recenze sdělila více o výrobku než o recenzentovi). Takový požadavek je nemalý, leč splnitelný. Do našich časopisů již dnes píše několik velmi dobrých a několik vynikajících recenzentů, a věřím, že k nim přibudou další.

O nezávislosti

Ekonomika odborného časopisu je výrazně determinována hlavním – a jediným opravdu důležitým – zdrojem příjmů: poplatky za inzerci. Je třeba říci naplno, že *nezávislý* je pouze ten sdělovací prostředek, který je nezávislý ekonomicky; jakákoli jiná definice nezávislosti je hraní se slovíčky. Můžeme třeba říci, že *nezávislý* je ten časopis, jehož zaměření a obsah jsou dány výhradně vůlí redakce, bez vnějšího ovlivňování. Je to vcelku pravda, jenže když věc postavíte takhle, nedozvíte se to hlavní – odkud se ta nezávislost bere.

Chudý člověk (nebo časopis) může zajisté být nezávislý ve své duši; ne však již zcela ve svých činech. Relativní bohatství (nebo, řekněme, absence základních materiálních starostí) je nutnou (ovšemže nikoli postačující) podmínkou nezávislosti. A opravdu nezávislý časopis musí být docela slušně zamožený. Třeba i proto, aby měl dost prostředků na soudní výlohy, pokud jej významná firma zažaluje za článěk, demaskující její nekorektní obchody. Odkud vezme časopis potřebné prostředky? Jedině z poplatků za inzerci – zaplacených, ovšemže, firmami, o nichž se zřítla nebo pozítíí může odhalit ještě něco horšího.

Jinudy cesta nevede. V prvním přiblížení můžete klidně odhadnout, že nejnezávislejší je ten časopis, ve kterém je nejvíce inzerátů. Druhou otázkou ovšem je, k čemu své nezávislosti používá: zda k tomu, aby mohl psát dobře a svobodně, anebo k tomu, aby v příštím čísle měl inzerátů ještě více. Ta první strategie vede (pravděpodobně) k úspěchu v dlouhodobé časové perspektivě, ta první (určitě) k úspěchu rychlému, (možná) na úkor vlastní budoucnosti.

Na konec

Krátce po dokončení první verze tohoto příspěvku jsem si přečetl [3] dvojitý rozhovor s šéfredaktorem Bajtu Ladislavem Zajíčkem a bývalým šéfredaktorem Computerworldu, nyní výkonným ředitelem HDG Vítězslavem Jelínkem. Potěšilo mne, že mnoho jinůi vyslovených názorů se shoduje a mnoho jiných neshoduje s tezí, jichž jsem se zde letmo dotkl. Nad rozhovorem jsem si znovu uvědomil, že skutečně potřebujeme otevřenou diskusi, jejímž cílem nebude pokofit druhého, ale sám vědět víc. Pokud jsem takové výměně názorů trochu pomohl nebo alespoň nezabránil, pak tohle nesouvislé povídání snad k něčemu bylo. Lepší stav počítačového tisku by mohl napomoci k obecně lepším poměrům v celém oboru. Jsou zde líkavé možnosti a zrádná úskalí. Řečeno s Woody Allenem, teď pãjde o to, abychom možnosti využili, úskalím se vyhnuli a přišli včas domů k večerí.

Literatura

- [1] **Martin Maniš:** Poněkud drahá konverzní utilita. Computerworld 24/91, str.22
- [2] **Ivan Straka:** Mám-li být upřímný (III). Softwarové noviny 3/92, str.58
- [3] **-hoš:** Rozhovor ducha s hmotou. Computerworld 17/92, str.12

Autor: Petr Koubský
 Softwarové noviny
 Dykova 8
 100 00 Praha 10
 (nebo P.O.Box 226, 111 21 Praha 1).
 Tel.: (02) 256 290, tel/fax: (02) 253 485