


---

# Masová média

---

Jan Jirák  
Barbara Köpplová

---

  
portal

7009



Některé McLuhanovy myšlenky rozvinul o necelých dvacet let později americký sociální vědec Neil Postman. Přistoupil k rozčlenění lidských dějin i vývoje individua podle dominantní podoby určitých médií a podobně jako McLuhan byl přesvědčen, že každé médium s sebou přináší určitou podobu využívání intelektuálních schopností. V orální kultuře to byla paměť, v dobách knihtisku vysvětlování; pak podle Postmana následovalo období showbyznysu založené na vnímání obrazů. Dominance obrazových médií vyvolala podle Postmana povrchní a nesouvislé vnímání informací (Postman 1992, Postman 1999).

Řada teoretiků převzala McLuhanovo členění, ovšem s vědomím, že posledním stupněm ve vývoji už není nástup elektřiny, nýbrž rozvoj „nových médií“. Například Werner Faulstich se pokusil jednotlivá období určit i časově:

- ve fázi A převládají primární média nebo lidé jako médium a toto období trvá zhruba do roku 1500; lidské médium bylo médiem malých skupin;
- ve fázi B dochází k přesunu těžiště na sekundární média nebo tištěná média. Jedná se o období mezi lety 1500 a 1900; tištěná média byla zpočátku individuální a později masová;
- ve fázi C dochází k přesunu těžiště na terciární neboli elektronická média od roku 1900 až zhruba do konce 20. století; byla to převážně masová média;
- ve fázi D dochází k převaze kvartárních neboli digitálních médií; tato etapa nastupuje od konce 20. století; se svým trendem k individualizaci již výrazně znamená počátek nastupujícího tisíciletí... (Faulstich 1998:31)

K tradici technologického determinismu lze počítat i práci Marka Postera *The Second Media Age* (Druhý mediální věk, 1995), v níž autor fakticky dělí vývoj médií pouze do dvou – pro něj vzájemně protikladných – etap. Na jedné straně je „první mediální věk“ vyznačující se technologiemi šíření (broadcasting) z jednoho centra k periferiím s vysokou mírou integrace a malou mírou reciprocity. I když Poster užívá výraz broadcasting (tedy „vysílání“), odkazuje tím ke každému šíření typu centrum–periferie, tedy i k distribuci novin a časopisů. Proti této epoše klade „druhý mediální věk“ založený na vzniku komunikačních sítí, v nichž je princip šíření nahrazen principem interakce mezi jednotlivými uzlovými body sítě, tedy s vyšší mírou reciprocity a menší mírou integrace (Poster 1995, viz též Holmes 2005:7n. a zde podkapitolu 3.2.1.3).

Svěráznou kombinací komunikačně-technologického a sociálně-historického přístupu představuje pokus amerického historika Irvinga Fanga. Ten v knize *A History of Mass Communication* (Dějiny masové komunikace) vychází z toho, že pro vývoj

euroamerické civilizace jsou příznačné „informační revoluce“, a rozlišuje „...šest etap v západních dějinách, které sahají od 8. století před Kristem do nedaleké budoucnosti...“ (Fang 1997). Tyto etapy přitom vnímá jako zásadní zlomy (proto „revoluce“) v chování a uspořádání společnosti, i když v hlubším podloží jeho úvah je přítomna i teze o kumulaci komunikačních možností. Má tím na mysli následující etapy:

1. používání písma,
2. rozšíření tisku,
3. nástup masových médií („...masověmediální revoluce,“ píše Fang, „začala v západní Evropě a na východě Spojených států někdy v polovině 19. století sblížením inovací v produkci papíru a tiskařských metodách s užitím telegrafu, který změnil způsob, jímž je informace zpracována...“, Fang 1997:43),
4. „zábavní revoluci“, jež začala v Evropě a Americe na sklonku 19. století,
5. rozvoj situace, v níž se domácnost díky telefonu, vysílání, možnostem pořizování nahrávek, inovacím v tisku a univerzální dostupnosti levných poštovních služeb stává ústředním místem pro přijímání informací a zábavy, a konečně
6. příchod „informační dálnice“, která se buduje „...z konvergence počítače, vysílání, satelitu a zobrazovacích technologií...“ (Fang, 1997:190).

#### 1.2.1.1 Vývoj komunikace jako součást vývoje společnosti

Práce, které vykládají dějiny médií jako proměny technických možností komunikace, se často věnují zkoumání mechanismů prosazování a přijímání inovací v oblasti komunikace. V tomto aspektu se nejvíce blíží zkoumání a interpretaci sociálního a historického kontextu (i v perspektivě technologického determinismu je zřejmé, že přijetí komunikační inovace má společenský rozměr).

Nelze totiž např. přehlédnout, že mnohá technická vylepšení komunikačních možností vznikla podstatně dřív, než kdy se rozšířila. Brian Winston (1998) připomíná jako příklad, že princip faxu byl předveden již před polovinou 19. století a přenos obrazu (tedy princip televize) v polovině osmdesátých let téhož století. Ilustrativní je Winstonova připomínka, že telegraf fungující na principu elektromagnetických vln byl představitelům britského námořnictva předveden vynálezcem Francisem Ronaldsem již v roce 1816. „Představitelé britského námořnictva v přesvědčení, že semafor je jediným nástrojem pro signalizaci na velkou vzdálenost, přednosti elektromagnetické technologie jednoduše odmítli,“ konstatuje Winston a dodává: „Téměř každá technologie má své Ronaldsy“ (Winston 1998:7). Sám pak nabízí schéma přijímání inovací vycházející z principu „společenské potřeby“ (bez níž k přijetí nedojde) a rozkládá celý proces do tří etap: na fázi prototypů, vynálezu a rozšíření (podobně rozlišuje fáze vynálezu, inovace, šíření a regulace Stöber 2004).



Zaměření pozornosti na technické inovace a proměny komunikačních možností nemusí být nutně známkou technologicky deterministického přístupu. Podle Faulsticha jsou technologie pouhým předpokladem a východiskem pro vznik nových médií, nejsou s nimi však identické. Technické vynálezy mohou vyvolat proměnu médií, ale také nemusí (Faulstich 2004:18). Již zmíněný Brian Winston nabídl ve své knize *Media Technology and Society* (Mediální technologie a společnost, s podtitulem *Dějiny: Od telegrafu po internet*) výklad vývoje médií založený právě na základě proměn technických možností, a to těch, které jsou závislé na elektrických a elektronických systémech. Jeho přístup je však technologickému determinismu značně vzdálen – nechápe společnost jako určenou jejími komunikačními možnostmi, nýbrž pouze zdůrazňuje proměny komunikační technologie jako téma a píše sociální dějiny komunikačních technologií. Věnuje se dynamice vývoje technologických proměn a jejich šíření a slábnutí. Jeho pojetí je výkladem úsilí člověka o

1. ovládnutí zvuku a jeho přenášení na velkou vzdálenost od telegrafu po telefon (tedy v rovině sekundárního média),
2. přenášení zvuku a obrazu od bezdrátové telegrafie přes rozhlas po televizi (tedy v rovině terciárního média),
3. vývoj „myslících strojů“ (tedy počítačové techniky) od mechanických počítačů k integrovaným obvodům a osobním počítačům a
4. vytvářením sítí – od telegrafických a telefonních po kabelové, satelitní a počítačové (Winston, 1998).

„Použil jsem tento výklad,“ píše v závěru knihy, „abych se vzepřel technologickému determinismu a doložil, že primárními faktory technologické změny jsou společenské, politické, ekonomické a kulturní faktory“ (Winston 1998:341). Winston tedy neobrací příčinnou souvislost tak, že by činil ze způsobů komunikace prostý důsledek společenských, politických, ekonomických a kulturních změn. Jen poukazuje na to, že tyto změny jsou primární a že technologické změny se do nich zapojují až jako sekundární. To v žádném případě neznamená, že by v danou chvíli a v daném kontextu měly být méně důležité než jiné faktory nebo že by na vývoj společnosti neměly vliv či se na něm nepodílely – jen se tím poukazuje na to, že jimi společenský vývoj nezačíná a (výhradně) od nich se neodvíjí. Jak připomíná Postman, vzájemné ovlivňování společenského a technického vývoje, jež se promítá do proměn komunikačních možností člověka, je komplikované a plně nezamýšlených důsledků: „...je otázka, zda by bylo možné nalézt jednu jedinou technologii, která by

ve snaze vyřešit jeden problém nevytvořila nové problémy...“ (Postman 1999:62). Již roku 1913, jak připomíná Pürer, vydal Wolfgang Riepl knihu *Das Nachrichtenwesen des Altertums* (Zpravodajství starověku, Riepl 1913). Právě od Riepla pochází zásada (v německém akademickém diskurzu označována jako „Rieplův zákon“), podle níž „nově přicházející média stará nikdy zcela nepotlačí, nýbrž je nutí, aby přijala jiné úkoly a hodnotové oblasti“. Riepl poznal, jak bychom dnes řekli, souvislost mezi komunikací a společenskou proměnou.“ (Pürer 2003:35)

I když ve většině prací periodizujících vývoj komunikace a médií se hledisko komunikačně-technologické a sociálně-historické prolínají a doplňují, jak jsme to viděli u Fanga i Winstona, přece jen lze najít autory, kteří v podstatě rezignují na komunikačně-technologickou perspektivu a soustřeďují se na sociálně-historický kontext, do něhož komunikační prostředky vstupují jako jedna z institucí a jsou formovány společenskou situací, distribucí a výkonem moci, konkrétní podobou každodennosti apod. a současně je spoluvytvářejí. Rozdíl mezi komunikačně-technologickou a sociálně-historickou perspektivou vystihl německý mediální historik Kurt Koszyk, když uvažoval o přístupu ke studiu dějin médií:

...co tím míním, lze ukázat na rozdíl, který spočívá v tom, zda se soustředíme na stálé technologické zdokonalování, např. na rozšiřování a vylepšování rozhlasových a televizních přijímačů či jiných technických zařízení spotřebního charakteru, nebo zda zkoumáme, jaké důsledky má rozšíření technických médií pro člověka a tím rovněž pro společnost. Akceptování technických novinek, částečně pod vlivem reklamy, ještě nic neříká o tom, v jakém společenském prostředí se odehrávají (jaké vládnou politické, kulturní, společenské předpoklady) a zda jsou tyto technické proměny skutečně rovněž faktorem společenské proměny, jak působí na změny chování příjemců a zda se dotýkají jádra veřejného vědomí... (Koszyk, 1992:33)

Tak je zcela oprávněné chápat dějiny komunikace a médií jako jev úzce spjatý s vývojem společnosti a s institucemi, které si společnost buduje. Znamená to vykládat vývoj médií nejen podle objevených se technologických inovací, ale současně (a možná především) ve vazbě k jejich společenskému významu, k jejich postavení ve společnosti, případně jejich společenským funkcím či rolím. Proto se taky tyto výklady nejčastěji soustřeďují na ty komunikační prostředky, které podporují komunikační procesy na vyšších stupních zespolštění, tedy především na úrovni terciárních médií.

I sociálně-historický přístup si v některých případech zachovává představu, že existuje těsná vazba mezi uspořádáním společnosti a jejími komunikačními mož-



nostmi. Rozdíl je v tom, že „sociocentricky“ orientované výklady vřazují komunikační prostředky do kontextu vývoje jako jeho součást, nikoli jako jeho příčinu či podmínku. Německý sociolog Niklas Luhmann (1927–1998), významný představitel systémové teorie společnosti konce 20. století, doporučuje sledovat vztah mezi komunikací a společností ve třech globálních fázích společenského vývoje (o vztahu médií a společnosti viz dále podkapitulu 1.3, zvláště výklad o přechodu od tradiční k moderní společnosti). Luhmannovi byl cizí technologický determinismus, kladl větší důraz na dynamiku uspořádání společnosti a považuje její komunikační možnosti a zvyklosti za součást společenského vývoje, nikoli za jeho příčinu. Je v tomto smyslu zcela jistě více „sociocentrický“ než např. Innis a v jeho pojetí jsou změny v komunikaci provázány systémovými změnami ve společnosti, leč změny v komunikaci nejsou jejich hybatelem, spíš důsledkem. Možná proto se více než na média soustřeďuje na dominantní sociální a kulturní systémy a jejich vliv na komunikační možnosti člověka a institucionalizované komunikační chování. Luhmann rozlišuje tři základní sociální systémy lišící se mimo jiné i dominujícími komunikačními možnostmi:

1. **Primitivní, resp. archaické společenské řády:** Pro archaické společnosti, založené na společném žití, je typická přímá komunikace mezi přítomnými, jež současně limituje velikost těchto společností – jejich hranice jsou tam, kde již nelze uskutečňovat konkrétní interakci a také přímou komunikaci bezprostředním kontaktem.
2. **Městsky uspořádané vysoké kultury:** Jakmile s vývojem písma již nebyla bezpodmínečně nutná přítomnost komunikujících a bylo možné překlenout větší prostorové a časové distance (a dokonce oslovit i neznámé osoby), byla dřívější úzká omezení překročena.
3. **Technicko-průmyslově založený společenský systém:** Se vznikem multimediálních technologií je poprvé v dějinách lidstva možné oslovit rozsáhlý počet lidí ve víceméně stejnou dobu a na různých místech a zprostředkovávat jim stejná sdělení (Luhmann 1975:13n.).

Kromě snah o periodizaci smíšenou (takovou, kde se periodizace buduje zčásti na proměnách komunikačních technologií, zčásti na proměnách společenských, jak jsme to viděli u Winstona) najdeme v literatuře i výklad vývoje komunikace a médií jako sociálního jevu, tedy **sociální dějiny komunikace**. Jejich společným rysem je hledání **společenského rozměru komunikace** (na rozdíl od rozměru individuálního, psychologického). Mezi takové výklady je možné počítat např. text německého

autora Dietera Prokopa *Boj o média* (Der Kampf um die Medien) z roku 2001 (česky 2005). Pro Prokopa je klíčovou společnou dimenzí **obecná dostupnost komunikace**, sleduje tedy **proměny všech podob veřejné komunikace a snah o její kontrolu**, nikoli její technické zvládnutí. Proto si všímá veřejných shromáždění, divadla, církevních obřadů, cirkusu, bulvárního tisku, kabaretu, filmu, reklamy i televize. Svůj výklad začíná athénskou demokracií a končí ho na přelomu 20. a 21. století komunikací v podmínkách nadnárodního kapitalismu (Prokop 2005). „Boj o média“, tedy zápas o ovládnutí veřejného prostoru, je pro něj bojem zájmů:

Dějiny médií byly vždy bojem, který proti sobě a mezi sebou sváděli vládcí, ti, kteří média nabízejí, umělci, novináři a publikum. ... Každý z nich sleduje jiné zájmy. Mediální struktury se stabilizovaly po určité době jako výsledek ukončení zájmových střetů – které byly vybojovány násilím, mocí na trhu nebo pomocí politických kompromisů.“ (Prokop 2005:9)

V podstatě platí, že komunikačně-technologický a sociálně-historický pohled jsou od sebe jen těžko oddělitelné. Sociální dějiny médií či komunikace mohou jen těžko přehlížet význam technologických proměn – zvláště proto, že některé z nich (např. vynález knihtisku, vynález telegrafu nebo rozšíření vysílání či digitální technologie) se zcela nepochybně promítly do života společnosti. Naproti tomu podřízený výklad vývoje společnosti technickým možnostem komunikace je silně redukcionistické: přehlíží důležitost ostatních faktorů podmiňujících vývoj. Přitom zvláště pro člověka, který prožil přelom 20. a 21. století, je mimořádně lákavé na takovou „mediocentrickou“ perspektivu přistoupit. Závratné změny ve způsobu komunikace (mobilní telefony, e-mail, internetové vyhledávání a obchodování, včetně aukcí, Skype, ICQ, facebook, e-ziny ad.) mají tak očividné důsledky, že se zdá, jako by snad ani nemohly vzniknout z jiné příčiny než právě díky „novým“ komunikačním možnostem. Je těžké odolat představě, že nebytí telekomunikačních sítí propojujících celou zeměkouli, nemohly by vzniknout globální ekonomické trhy se všemi důsledky, jako je třeba taktické přesouvání spekulativního kapitálu či oslabování národních ekonomik (a s tím i národních států). Lze však tento vývoj chápat *výhradně* jako důsledek nově zaváděných komunikačních technologií? Podmínky vzniku nadnárodních konglomerátů a globálního trhu jsou zcela nepochybně daleko početnější a nelze je redukovat pouze na to, že moderní technologie vytvořily komunikační možnosti pro rychlé přesouvání spekulativního kapitálu mezi jednotlivými burzami světa. A existence takových komunikačních prostředků, jako je mobilní telefon či e-mail, jsou spíš výsledkem tlaku těch, kteří je mohou využít



pro své komunikační potřeby, než nějakým „impulzem“, který si vynutil využití. Pozdne moderní společnosti vyznačující se posunem od *organizované modernity* (Keller 2004:30n.) ke *společnosti sítí* (Keller 2004:34n.) měly pro *sítová média* zřetelné praktické využití, a proto se jejich sociální potenciál rozvinul z roviny pouhé technologické inovace do podoby skutečného komunikačního prostředku (nejenže mobilní telefonní sítě podpořily např. vznik globálních finančních trhů, ale tyto trhy přispěly významnou měrou k rozvoji mobilních telefonních sítí).

### 1.2.2 Vývoj masových médií

Doposud jsme se věnovali přístupům k výkladu vývoje lidské komunikace a komunikačních médií jako celku, v němž vývoj *masové* komunikace a *masových* médií představuje – jak je patrné např. z periodizace DeFleura a Ballové-Rokeachové – jen jednu z vývojových etap. Prokopův zájem o obecně dostupnou – tedy veřejnou – komunikaci nás vede blíže k tématu masových médií, neboť ta jsou jejím nejvýraznějším projevem.

I při omezení na masová média a komunikaci, kterou zajišťují, se však setkáme s pozoruhodně bohatým rejstříkem přístupů – jak ostatně odpovídá i bohatosti a mnohotvárnosti samotného tématu. Většinou se za počátek – za jakousi „před-masovou“ epochu médií – považují společenské změny spojené s epochou raného novověku a symbolicky zastupované vynálezem tiskařského lisu s vyměnitelnými literami. Tim se do centra zájmu dostávají společenské změny provázející modernizaci společností a nápadný **rozvoj veřejnosti a veřejné komunikace**, tedy předpoklady, z nichž vlastní masová média vzešla. Řada prací se soustřeďuje na **média jako faktor modernizace tradiční společnosti** a v tom případě se fakticky věnuje masovým médiím a jejich bezprostředním předchůdcům (viz dále kapitola 1.3).

V procesu modernizace společností – což je klíčový pojem, z něhož je třeba při úvahách o vývoji masových médií vycházet – se formují některé významné charakteristiky terciárních médií, jež pak jako konstitutivní rysy masových médií určují jejich podobu, jak ji můžeme identifikovat později. Jsou to podle norského historika médií Svennika Høyera především

...a) *technologie a ekonomie* produkce, b) *politika* a to, jak se vztahuje k ústavně zaručené svobodě tisku atd. na jedné straně a jak se současně vztahuje k politickým závazkům tisku na straně druhé, a konečně c) *žurnalistika*... Ve vývoji se může důležitost jednotlivých těchto dimenzí měnit: někdy a někde je pro chování žurnalistiky důležitější politika než osvojování nových technologií, zatímco někde jinde to může být ve stejnou dobu přesně naopak... (Høyer 1998:3)

Počátek vlastních masových médií pak bývá spojován s **rozvojem technických možností produkce** velkého množství výtisků stejných sdělení v relativně krátké, předem známé a často pravidelné periodě (vydávání periodického tisku, promítání filmů, vysílání programů) a současně **sociálních podmínek pro jejich užívání** (proměnami publika se budeme zabývat v kapitole 3) a **ekonomické zhodnocení**. Autoři tak kladou nástup masových médií buď do začátku 19. století (a spojují ho s rozvojem tzv. masového tisku), nebo na závěr 19. století (ve spojení se společenskými, ekonomickými a kulturními změnami té doby, viz podkapitulu 1.2.2.2.5), nebo dokonce do počátku 20. století (v souvislosti s nástupem filmu), a někdy až do dvacátých až třicátých let 20. století (s nástupem masového rozhlasového vysílání) – vždy v závislosti na tom, o které zemi či kultuře autoři uvažují. Platí totiž, že technické možnosti výroby a šíření masových médií byly v zásadě k dispozici obecně, leč masová média se prosazovala v různých sociálních kontextech v různou dobu a v různé intenzitě v závislosti na konkrétních socioekonomických, politických a kulturních podmínkách. Tak třeba bulvární tisk se od první třetiny 19. století rozvíjel v USA a Francii, ve druhé polovině století např. v Anglii a Německu, v českém prostředí se projevil výrazněji až v meziválečném období 20. století, i když i v českém prostředí najdeme první tituly využívající některé bulvární produkční postupy již na konci 19. století. Podobně je pro USA v meziválečném období příznačné masové užívání komerčního rozhlasového vysílání („zlaté časy rádia“), stejně jako masová obliba komerčně orientované filmové produkce v prvních dvou desetiletích 20. století. V evropských podmínkách byl rozvoj rozhlasového vysílání také rychlý, např. v Německu bylo koncem roku 1923 pouze 467 rozhlasových přijímačů, ale v červenci 1924 jich bylo už přes 100 tisíc a po roce pravidelného vysílání už na půl milionu. Ve třicátých letech s rozšířením levného lidového rozhlasového přijímače dosáhli nacionální socialisté téměř úplného rozšíření rozhlasu do každé rodiny. Když se Lyn Gorman a David McLean snaží vyložit, kdy se ustavuje periodický tisk jako masové médium ve Velké Británii a USA, připomínají, že

...noviny existovaly dávno předtím, než se z tisku stalo masové médium. Jenže společenské a ekonomické změny na sklonku 19. století, spolu s nejvýznamnějšími technologickými posuny, vedly k nástupu novin zaměřených na masovou čtenářskou obec, a také ji přitahující. ... Za zcela zásadní změny v ekonomické organizaci tisku v závěru 19. a prvních dvou desetiletích 20. století byli odpovědní tiskoví baroni. Jejich vysokónákladové noviny přilákaly pozornost během války jako nosiče propagandy a prostředky podpory morálky národa. (Gorman–McLean 2003:5)



Do popředí se tak dostávají dějiny (terciárních, tedy masových) médií jako aspekt vývoje konkrétní společnosti, tedy jako dějiny sociální (viz box 1.7). Dějiny médií se tak stávají dějinami masových médií a ty lze vnímat i jako **dějiny národních médií** (dějiny českých médií, dějiny italských médií), popř. jako **dějiny médií nějakého rozsáhlejšího regionu** (dějiny skandinávských médií, dějiny médií zemi Beneluxu, dějiny médií střední Evropy). Lze na ně také nahlížet jako na **dějiny konkrétního masového média** (dějiny televize, dějiny časopisů) či **konkrétního produktu masové komunikace** (dějiny žurnalistiky, dějiny zpravodajství, dějiny zábavy či dějiny reklamy). Ve všech těchto případech vstupuje pak do hry jako významný aspekt kontext, tedy dějinný vývoj prostředí, do něhož jsou dějiny médií vsazeny – a tomu se podřizuje i periodizace jejich vývoje.

#### Box 1.7 Sociální dějiny médií

Šíře záběru daná orientací na „komunikaci“, nikoli na „médiá“, vede k nezvladatelně širokému přístupu k zachycení proměn daného jevu v čase a v souvislosti s měnicemi se společenskými podmínkami. Již zmíněná kniha *A Social History of the Media* (Sociální dějiny médií) britských historiků Arthura Briggse a Petera Burkeho (2002) se snaží tento problém vyřešit a soustřeďuje se na „komunikaci informací a idejí slovem a obrazem prostřednictvím řeči, písma, tisku, rozhlasu, televize a v poslední době i internetu“ (Briggs–Burke 2002:2). Autoři počínají svůj výklad „tiskovou revolucí“, tedy Gutenbergovým vynálezem knihtisku, a sledují roli komunikačních médií v procesu modernizace evropských společností jako vztah zespolečnění komunikací prostředků k proměnám společenských systémů. Autoři probírají jednotlivé epochy vývoje modernizujících se společností a hledají vzájemné interakce mezi proměnami společnosti a proměnami jejich komunikačních možností. Po „tiskové revoluci“ přecházejí k roli médií při formování veřejnosti a veřejné sféry v raně moderní Evropě. Pak probírají proměny společnosti symbolicky vyjádřené posunem od užívání páry k zavádění elektřiny. Do 20. století vstupují výkladem o ekonomických, sociálních a politických podmínkách nástupu a rozšíření komunikačních prostředků, které se stanou dominantou života rozvinutých (post)industriálních společností na jeho sklonku. Dvacáté století zkoumají jako epochu informace, edukace a zábavy. Svůj výklad uzavírají úvahou o vstupu do éry kyberprostoru.

Sociální dějiny médií se ale mohou soustřeďovat i na některý vybraný aspekt mediální produkce a vykládat sociálně-historický kontext jeho proměn. Například Mitchell Stephens nabídl v knize *A History of News* (Dějiny zpravodajství, Stephens 1997) výklad vývoje zpravodajství v USA, Martin Conboy pro změnu sestavil stručné dějiny britského novinářství v knize *Journalism: A Critical History* (Žurnalistika: kritické dějiny, Conboy 2004).

Sociální dějiny různých aspektů existence předmasových a masových médií a mediální produkce vedou již i ke snahám o hledání obecnějších rámců, do nichž se vývoj médií zařazuje, tedy o interpretace sociálních dějin médií. James Curran se pokusil o popis několika nejčastějších či nejvlivnějších rámců v knize *Media and Power* (Média a moc, 2002). Na příkladu britských médií rozlišuje mimo jiné **liberální tezi o svobodě médií** a posilování jejich role ve společnosti, tedy rámec, v němž vývoj médií spadá do „příběhu“ o vývoji ústavní vlády, který zachycuje „*nástup parlamentu, ustavení vlády práva, erozi panovnické moci, rozvoj moderních politických stran a – jako konečné vyvrcholení teleologické historie – příchod masové demokracie. ... Ústřední tezí liberálních dějin médií je to, že tento proces demokratizace je zvláště podporován rozvojem masových médií.*“ (Curran 2002:4) Tento výklad role médií byl nepochybně vlivný v českém prostředí v době transformace společnosti a jejích institucí v první třetině devadesátých let 20. století. Dále připomíná relativně nové pojetí dějin médií založené na (podle Currana populistické) **tezi o demokratizaci kultury**. „Příběh“ o demokratizaci kultury je založen na napětí „*mezi padouchem a hrdinou. Padouchem' je viktoriánská inteligence a její následovníci, kteří se snaží vnutit svůj kulturní vkus lidu. Hrdinou' je trh, který nutí média, aby cítila odpovědnost vůči požadavkům lidu. ... Zlidovění médií je zobrazováno jako triumf demokracie, v němž se podařilo dosáhnout toho, že preference lidu mají svou váhu...*“ (Curran 2002:14) Je zřejmé, že tento přístup, byť nepřiznaně rezonoval s reálným rozvojem médií v českém prostředí nejspíše od roku 1994, kdy se v českém prostředí prosadila komerční celoplošná televize. Kromě těchto dvou rámců připomíná Curran ještě další „příběhy“ dějin médií, a to např. feministický, libertariánský a antropologický.

Snad nejvlivnějším textem, který se věnuje sociálním (a politickým) dějinám médií v obecné rovině, je monografie německého filozofa z okruhu mladší generace frankfurtské školy Jürgena Habermase *Strukturální přeměna veřejnosti s podtitulem Zkoumání jedné kategorie občanské společnosti* (Strukturwandel der Öffentlichkeit. Zu Einer Kategorie der öffentlichen Gesellschaft) z počátku šedesátých let 20. století (česky Habermas 2000), zabývající se analýzou dynamiky vývoje vztahů společnosti a veřejné komunikace (podrobněji v kapitole 3).

#### 1.2.2.1 Periodizace vývoje masových médií

I když se soustředíme pouze na proměny masových médií a jejich bezprostředních předchůdců, znovu před námi vyvstane problém *periodizačního kritéria*, stejný jako u periodizace vývoje lidské komunikace, do jejíhož kontextu jsme výše nastup masových médií vložili. Podobně jako u výkladu vývoje lidské komunikace jako celku,



můžeme i u vývoje masových médií hledat rozlišitelné etapy podle **použité technologie** nebo podle **významných společenských rysů** (příp. kombinací obojího).

Aplikovaná **technologie** je nepochybně jedním z užitečných kritérií, podle nichž můžeme uspořádat poznatky o vývoji médií. Použitá technologie totiž současně vypovídá o možnostech oslovení publika a uplatnění médií ve veřejném prostoru obecně, tedy o ustavování médií jako *společenské instituce* veřejné komunikace, tedy zavedeného a přijímaného způsobu, jak organizovat veřejnou komunikaci. Periodizace se může lišit podle toho, jak jemné technologické rozdíly vnímá.

Chápeme-li **média jako sociální jev**, tedy jako projev politického/veřejného života modernizující se společnosti, nezbývá nám než soustředit se na ta média, která se zásadním způsobem podílejí na konstituování veřejnosti – jinými slovy na média, jež v sobě nesou určitý **žurnalistický znak** (zpravodajství, komentář, viz např. Conboy 2004 nebo Williams 1998). Především díky němu se stávají významnou **součástí veřejného a politického života společnosti**, a to obsahem (aktuálností apod.) i četností výskytu (periodicitou). Tento pohled nám nabízí méně obvyklé, ale užitečné rozlišení **žurnalistických a nežurnalistických médií**. Do první skupiny bude patřit především většina periodického tisku (novin a časopisů), dále rozhlas, televize a část produkce dostupné na internetu (internetové verze „papírových“ periodik, zpravodajské servery, některé blogy). Do druhé skupiny lze zahrnout většinu neperiodického tisku (knihy, kinematografii, samostatnou vnější reklamu (např. billboardy). Přechod mezi nežurnalistickými a žurnalistickými médii je plynulý. Například část filmové produkce z oblasti filmového dokumentu má velmi blízko k novinářskému projevu (ostatně filmové zpravodajství bylo po několik desetiletí součástí filmového představení). Také řada časopiseckých titulů má více než k žurnalistice blíže k reklamě (např. nejrůznější časopisy zaměřené na konkrétní produkty, třeba na auta nebo na vybavení domácností) nebo public relations (řada firem vydává nejrůznější bulletiny pro své zákazníky nebo pro zaměstnance).

Média jako funkce či aspekt modernizace společnosti jsou pochopitelně daleko více spojena s modernizačním procesem samým, který probíhal v jednotlivých společnostech v různých dobách, v různé intenzitě a s akcentem na různé projevy. V některých společnostech byl silněji spojen s otázkou prosperity nastupující či rozvíjející se buržoazie a zhodnocením jejího ekonomického potenciálu, jinde – např. v českém prostředí – byl silněji spojen s problematikou národní identity a státnosti (viz též Anderson 2003).

Chceme-li vysledovat roli, postavení a vývoj médií v tomto procesu a současně vzít v úvahu i proměny technologických možností, jen těžko můžeme navrhnout

nějakou „univerzální“ periodizaci, neboť modernizační proces měl a má specifické charakteristiky (jednotlivé etapy či jevy nelze vysledovat ve všech modernizujících se společnostech ve stejnou dobu a se zcela shodnými projevy). S vědomím tohoto omezení lze nabídnout např. tento přístup k periodizaci vývoje médií:

1. **Vznik tisku a předchůdců periodického tisku** (do počátku 17. století). Nástup médií je, jak jsme opakovaně připomněli, spojen s modernizačním procesem. Za klíčový jev období vzniku tisku je třeba považovat důsledky Gutenbergova vynálezu knihtiskařského lisu s vyměnitelnými litými literami v polovině 15. století (viz dále box 1.8). Řada projevů veřejné komunikace, o nichž se domníváme, že je umožňují masová média (tedy komunikační možnosti otevřené pro nás Gutenbergovým vynálezem), se ale utvářela již v předchozí době (některé „protožurnalistické“ rysy vykazovala psaná korespondence, poslové sloužili jako distributoři zpráv, minesengři a trubadúři poskytovali nejen zábavu, ale také informace apod.). Komunikační aktivity, které spojujeme s médii, jsou ale pochopitelně ještě podstatně staršího data. Rozvoj médií je např. jistě spojen s rozvojem veřejné komunikace, ale její dějiny „*obecně sahají v evropském prostoru hluboko do antiky*“, vždyť

...Řekové a později Římané disponovali institucionalizovanými formami veřejné výměny myšlenek (primárně politického charakteru) na agoře, popř. polis a fóru ve formě veřejných projevů před politickou elitou. Veřejný projev byl řeckými (Aristoteles) a římskými (např. Cicero, Quintilian) zásadami rétoriky značně rozvinutý. Svůj význam měly pro veřejnou komunikaci v antice také veřejně přístupné nápisy na veřejných budovách. Připomenout je třeba kromě toho také především římská „acta diurna“ (také „acta orbis“), druh římských státních novin (acta diurna = denní akta – Pürer 2003:214).

Gutenbergův vynález přišel do doby, v níž mnohé společnosti hledaly cestu z politických a ekonomických omezení daných feudalismem, „světským panováním kněží“ a vlastním tradičním uspořádáním. Jako předchůdci pozdějších masových médií se začaly objevovat první nástroje veřejné komunikace v moderním slova smyslu – letáky, pamflety, jednolísté příležitostné tisky a ručně psané noviny. Významným rysem, který souvisí s dalším rozvojem tisku, se stal vznik a postupný rozvoj pošty, tedy distribuční sítě, díky níž se mohla sdělení šířit v prostoru.



2. **Vznik a počáteční vývoj periodicky vydávaného tisku** (17. století). Na počátku 17. století se začínají objevovat tištěné noviny, které vycházely s nízkou (na dnešní poměry), ale přece jen zjevnou pravidelností (periodicitou) a dostávaly systematictější podobu. I když o prvenství se vedou spory, je jisté, že na více místech Evropy začala ve druhém desetiletí 17. století vycházet periodika, a to především ve městech, která se nacházela kolem hlavních obchodních cest. Tyto tisky se postupem času začaly objevovat nejprve v týdenních intervalech, v průběhu století přecházely na vydávání dvakrát týdně. Vznik těchto periodik souvisel se společenskými a ekonomickými proměnami, jimiž procházely tehdejší společnosti. Během 17. století, jehož první polovinu poznamenala třicetiletá válka, „vznikly pevné závislosti mezi konjunkturou či úpadkem jednotlivých trhů i komodit“ (Köpplová–Köppl, 1989:27), což spolu s dalšími faktory (např. rozvojem manufaktur a obchodování s dováženým zbožím) zdůraznilo potřebu rychlejšího a pravidelného informování nejen o cenách, ale i mezinárodní situaci (např. války představovaly potenciální riziko i naději obchodníků). V tomto období se také formují a uplatňují zásahy a opatření na omezení rozvoje tištěných periodických médií a zformovaly se první představy o roli tisku v „nové“, tedy měšťanské společnosti, a to v podobě obhajoby práva na svobodu projevu (John Milton vydal spis *Areopagitica* obhajující právo na neomezované vydávání tisku v roce 1644). V polovině 17. století začal v Lipsku Timotheus Ritzsch vydávat *Einkommende Zeitungen* – list pokládaný za první deník. V něm vydavatel pravidelně nabízel informace o dovozu zboží ze zahraničí, významných událostech (např. válkách), pohybech cen apod. I když mezi novinami od svého počátku existovaly jisté rozdílnosti, „z hlediska grafické úpravy a formy jejich obsahu si byly noviny různých zemí v 17. století často velmi podobné“ (Wilke 2000:67). Druhá polovina 17. století je také dobou, kdy dochází k postupné diferenciaci periodického tisku a vzniká nový druh tištěných médií – časopis. Počátek rozvoje časopisů se zpravidla spojuje s vědeckými časopisy a klade se do Francie (*Journal des Scavans*, vydávaný od roku 1665 Denisem de Sallo) a do Anglie (*Philosophical Transactions*, rovněž z roku 1665). O něco později, 1682, začal vydávat Otto Mencke periodikum nazvané *Acta Eruditorum*, list rovněž určený společnosti učenců. (Wilke připomíná, že podle posledních výzkumů lze pro Německo označit za první odborný časopis *Miscelanea curiosa Medico-physica* z roku 1670.) Jak vysvětluje Wilke, „...tak jak noviny vzešly z obchodních dopisů a korespondence diplomatů, tak vzešel učený časopis z vědecké korespondence. Tak se neformální kanály učené komunikace převedly na veřejně přístupné, periodicky vycházející médium. Byla to nejen událost v dějinách médií a komunikace, nýbrž rozhodující posun v šíření novo-

*dobé vědy...*“ (Wilke 2000:74). Tyto časopisy však byly určené celé tehdejší odborné veřejnosti.

3. **Diferenciace tištěných periodik** (18. století). Urbanizace, vzrůst vzdělanosti, rozšíření osvícenských idejí, s tím související rozvoj veřejnosti a politické uvědomování v 18. století a utváření a postupná ekonomická a politická emancipace měšťanské společnosti představuje období, kdy se tisk postupně stával prostředkem politické debaty a nástrojem měšťanstva v boji o politickou moc. Tím se současně tisk také stal „předmětem ostrých střetnutí mezi nastupující buržoazií a státním aparátem v jednotlivých zemích“ (Köpplová–Köppl 1989:27). Postupně se utvářející politická role tisku vedla k rozvoji politické (názorové) žurnalistiky, založení velkých deníků typu *Neue Züricher Zeitung*, *Vossische Zeitung* nebo později *The Times* a k rozšíření nabídky různých typů periodik. Kromě zpravodajsky zaměřených novin se objevily časopisy, často s moralistním a polemickým zaměřením, a ty se postupem času dále diferencovaly. V tisku se začaly prosazovat jako autoři, redaktori a vydavatelé výrazné literární a politické osobnosti (např. spisovatelé Jonathan Swift a Daniel Defoe v Anglii či Gotthold E. Lessing nebo Christoph Martin Wieland v Německu, na severoamerickém kontinentu Benjamin Franklin, později ve Francii Jean-Paul Marat nebo z našich osobností uvedme alespoň Josefa Dobrovského). Na sklonku 18. století, v období boje za nezávislost ve vznikajících USA a Velké francouzské revoluce, se projevila politická síla tisku a jeho potenciál šířit a přenášet poznatky a ideje a umožňovat veřejnou diskusi o politických tématech. Současně s tím zesílily požadavky na zákonem garantovanou svobodu projevu (požadavek těsně spojený s tiskem), které našly svůj praktický výraz v Prvním dodatku k Ústavě Spojených států amerických.

4. **Rozvoj periodického tisku jako politického a ekonomického fenoménu** (19. století). Součástí dějin médií se tak právě v průběhu tohoto století stala tři klíčová témata: „právo na svobodu projevu, složitý vztah mezi médií a politiky a vliv industrializace a technologie“ (Chapman 2005:11). „Dlouhé“ 19. století, jehož základní kontury a směřování určila do značné míry Velká francouzská revoluce a uzavřely až změny spojené s výsledky první světové války v druhém desetiletí 20. století, je někdy považováno za určující období pro vývoj médií v následném období až do nástupu síťových médií (a možná i nadále). Jak připomíná Jane Chapmanová, tato představa vychází z poznání, že „různé části světa byly přitahovány k sobě raně moderními technologiemi, takže zeměkoule se stávala stále menším místem. Na úsvitu 20. století již byly železnice, telegrafní spojení, rotačky, telefony, psací stroje a řádkové



*sázecí stroje vzájemně propojeny tak, že ovlivňovaly nejen rozsah a rychlost globálního šíření informací, ale i povahu a způsob prezentace příslušného obsahu*" (Chapman 2005:4). Podobně Neil Postman charakterizuje 19. století:

...důsledkem bylo, že 19. století přineslo velkou přehršli obdivuhodných a pro převládající kulturu převratných vynálezů: telegrafii, fotografii, rotačku, telefon, psací stroj, fonograf, transatlantický kabel, elektrické osvětlení, film, lokomotivu, rakety, parník, rentgenové záření. Revolver, stetoskop, vůbec nemluvě o stravování z konzerv, bulvárním tisku a moderních časopisech, reklamních agenturách a moderní byrokracii, a dokonce (ačkoli to není tak jednoznačné) spínací špendlík... (Postman 1999:51).

Dodejme, že 19. století je také obdobím, kdy se prokázala životaschopnost tisku jako podnikatelského odvětví. Již ve třicátých letech tohoto století se objevily noviny s vyšším nákladem (v USA tzv. penny press, jako byl např. *New York Sun* Benjamina H. Daye, 1833, ve Francii představovaly tzv. petits journaux, např. *La Presse*, 1836, Émila de Girardina či ve stejný den vydaný deník *Le Siècle* Armanda Dutacquea). Tento směr vývoje médií pak na sklonku století vyvrcholil tzv. north-cliffovskou revolucí (viz dále podkapitulu 1.2.2.2.5), která předznamenala komercializaci mediální produkce a její postupné ovládnutí celého mediálního sektoru ekonomickými principy a marketingovou mentalitou – tolik příznačnou pro 20. století, a zvláště jeho poslední třetinu a začátek nového tisíciletí. Celé „dlouhé“ 19. století lze alespoň pro evropské poměry přitom velmi hrubě rozdělit rokem 1848 na dvě dosti odlišné etapy. První etapa se vyznačuje především první průmyslovou revolucí a jejími důsledky (např. dalším rozvojem urbanizace a alfabetizací). To vytvořilo technologické i společenské předpoklady pro rozvoj tisku – došlo k nárůstu počtu titulů i ke zvýšení nákladů. V této době se také začínají od sebe oddělovat periodika pro vzdělanější čtenáře (tzv. seriózní noviny, resp. tisk kvality) a tituly pro široké masy (masový tisk). Druhá etapa, poznamenaná zvláště v Evropě událostmi roku 1848 a jejich důsledky, znamenala pro dějiny médií vznik a rozvoj stranického tisku, zakládání zpravodajských agentur, v osmdesátých letech pak i využívání fotografie, na sklonku století nástup filmu. Přelom 19. a 20. století pak pro vývoj médií znamenal v řadě zemí především výrazný příklon ke komerčnímu využití tisku. Rozvoj tištěných médií je od první poloviny 19. století spojen s technickými inovacemi v tiskárenství (např. Königův rychlolis a později rotačka, zavedení páry, později elektriny) a postupně i s využitím nových možností přenosu sdělení (telegraf a později telefon).

5. **Nástup a rozvoj obrazových a elektronických, resp. vysílacích médií** (20. století). „Krátké“ 20. století, jehož počátek někteří autoři hledají v uspořádání světa po konci první světové války a konec v rozpadu bipolárního světa po vyhasnutí studené války (Hobsbawm 1997), znamenalo ve vývoji médií nejen nástup a rozvoj nejprve auditivních (rozhlas), později audiovizuálních médií (rozhlas, televize) a s tím spojené proměny tištěných médií, ale i intenzivní zapojení médií do politického života (bylo to přece mimo jiné „století propagandy“), stejně jako jejich využití pro obchodní účely (bylo to koneckonců i „století reklamy“). V tomto období došlo k tomu, že se mediální produkce stala nedílnou součástí každodenního života obrovského množství lidí, kteří film, rozhlas, časopisy a denní tisk začali stále více považovat za součást své kultury. Sdělení produkovaná médii se stala natolik dostupná, běžně konzumovaná a populární, že dala podnět k úvahám o nové – masové – kultuře vyznačující se mimo jiné průmyslovou výrobou, distribucí a komercializací kulturních projevů a jejich vskutku masovou spotřebou a výrazným důrazem na obrazovou složku sdělení. Americký historik Daniel Boorstin mluví v této souvislosti o „grafické revoluci“ 19. a 20. století způsobené nejprve fotografií a pak televizí (Boorstin 1962). Vývoj médií určil nejen technologický rozvoj (film, rozhlas, televize), ale především společenské a politické zvraty tohoto období. Navíc se média a fakt medializace staly významným tématem uvažování o společnosti. „Výsledkem byla nejen dostupnost nových a rozličných médií – vedle malby a tiskařství – s jejich komerčním potenciálem (od fotografie, filmu a televize k rozhlasu), ale i vzrůstající vědomí mediace, tedy záznamu a přenášení informací spojených s produkcí slyšitelných a viditelných skutečností“ (Hardt 2004:10). Pro první polovinu 20. století je neodmyslitelný z hlediska vývoje médií nejen nástup komerčně úspěšné kinematografie (levná představení zábavně zaměřených filmů v „nickel-odeonech“ a hollywoodská produkce) a rozhlasového vysílání, ale také systematické využití médií jako propagandistického nástroje masové povahy nejprve v první světové válce, pak v sovětském Rusku (a SSSR) a v hitlerovském Německu. Následný vývoj po druhé světové válce se – ve světě rozděleném studenou válkou – vyznačoval především nebývalou komercializací médií a jejich postupným podřízením se nárokům tržní logiky v západních zemích a dalším rozvojem přístupu k médiím jako k prostředkům systematického ideologického a propagandistického působení v zemích východního bloku. Zvláště komercializace médií, projevující se nejen např. v síle bulvárních listů (jakým byl třeba úspěch německého bulvárního listu *Bild-Zeitung* založeného Axelem Springerem v roce 1952), ale hlavně dominancí televize, určila další směřování médií od šedesátých let 20. století. Vývoj ve 20. století



nepochybně poznamenala také zvyšující se rychlost přenosu mediovaných sdělení – přímý přenos umožněný telekomunikačními sítěmi a satelity nakonec minimalizoval závislost mezi vzdáleností a dobou přenosu a nastolil zcela nově otázky spojené s kontrolou médií (např. ve válečné situaci) a s pochopením sdělení (společenský význam a kontext události ve zpravodajství či estetický a umělecký rozměr díla jako by se ztrácely za bombastickou atraktivitou rychlosti, bezprostřednosti a autenticity „dodání“ čtenářům, divákům či posluchačům).

6. Vznik a rozvoj „síťových“ digitálních médií (poslední desetiletí 20. století do současnosti). Od šedesátých let 20. století se začala připravovat komunikační změna, která zásadním způsobem ovlivnila další vývoj médií i společnosti. Jednalo se o vývoj sítí, které by dovolily propojení vzdálených počítačů a tím omezily riziko ochromení jednoho centra a tím celé sítě a poškození či ztráty údajů. Původně šlo o projekt Ministerstva obrany USA, který se později vyvinul v akademickou síť (ARPANET) a dnešní internetové prostředí. Vývoji napomohl nejen rozvoj satelitního a kabelového přenosu dat, ale také – a možná především – digitalizace dat a jejich přenosu a nakládání s nimi. Přelom 20. a 21. století se odehrával ve znamení nástupu a rozvoje internetových médií, tedy komunikačních prostředků založených na rozvoji telekomunikací a počítačových sítí. Přenos dat urychlil celou řadu činností (např. realizaci burzovních operací) a napomohl liberalizaci a globalizaci finančních trhů po roce 1989. Vedl také k oslabení pozice „tradičních“ médií, především periodického tisku a rozhlasu, a změnil i podobu televizního vysílání. Po počáteční vlně nadšení z nových komunikačních možností, které „digitální předěl“ a nově vytvořený „kyberprostor“ měly otevírat (demokratizace, zapojení více občanů do veřejné diskuse, přechod od pasivního konzumentství k aktivnímu individuálnímu či skupinovému uživatelskému, více viz podkapitulu 3.1.4.3.4 o interaktivitě), nastalo na počátku 21. století vystřízlivění motivované vzrůstajícím výskytem sociopatologického chování umožňovaného internetem (zneužívání nelegálně získaných dat, internetové pirátství, internetový terorismus a v individuální a skupinové rovině např. zneužívání falešné identity). Zdánlivá neregulovatelnost internetu vedla také k novým snahám politických elit o manipulaci veřejným míněním s jeho pomocí.

#### 1.2.2.1.1 Periodizace vývoje českých médií

Periodizace, kterou jsme tu nabídli, je pokusem o zohlednění trendů, jež se někde rozvinuly v plné síle, jinde jen málo nebo se zpožděním. Vývoj médií byl – v podstatě až do devadesátých let 20. století – úzce spjat se společenským, kulturním

a politickým kontextem, v němž se média vyvinula, a je s ním v některých aspektech spjat dodnes, byť globalizační trendy mnohá historická specifika stírají, nebo spíše jen zdánlivě překrývají.

Pokud sledujeme vývoj českých médií po stránce technologické a strukturní, v zásadě se rozvíjejí v souladu s rozvojem médií v ostatních evropských zemích. Tak jako každý podobný národní systém vykazuje svá specifika v závislosti na vlastním společensko-kulturním rozvoji, tak je tomu i u českého knižního, periodického tisku, agenturní žurnalistiky, rozhlasu, televize a dalších médií.

První písemné památky doložené na našem území pocházejí z 9. století, jsou psány hlaholicí a jsou spojeny se staroslověnským písemnictvím (např. zlomky liturgických textů v *Kyjevských listech* a v tzv. *Vídeňských hlaholských listech* z 10. století nebo právní spisy, jako je *Soudní zákoník pro světské lidi*). Pro písemnictví, liturgii, teologii, právní vědu i každodenní život bylo příznačné, že se na tomto území utvářela svébytná jazyková, kulturní a vzdělanostní situace daná setkáváním více jazykových prostředí, především latinského, německého a českého v jednom kulturním, politickém a společenském kontextu. Tato situace se promítla i do vývoje periodického tisku.

Společenské i výrobní podmínky pro rozvoj médií se na území dnešní České republiky postupně ustavovaly především od druhé poloviny 15. století. V této době pronikl na české území knižní tisk, tedy krátce poté, co Gutenberg začal svůj vynález používat (tisky vydané do roku 1500 se označují jako „prvotisky“ čili „inkunábule“). Nejstarším prokázáním tiskem na našem území jsou latinská *Statuta Arnesti* (Statuta arcibiskupa Arnošta z Pardubic), vytištěná v roce 1476 v tiskárně pracující pod patronací pražské kapituly, umístěné dočasně v Plzni. Za první český tisk, při jehož výrobě bylo použito knižnické techniky vyvinuté Gutenbergem, se také často považuje *Kronika trojanská*, pocházející možná z roku 1468. Jedná se „o výrobek větší tiskařské dílny, která měla sídlo v Plzni a tiskla též latinská díla“ (Šalda 1968:32). Prvenství *Kroniky trojanské* však dosud nebylo s určitostí prokázáno.

V 16. a 17. století se tiskárny dále rozvíjely a jeho vývoj je spojen se jmény celé řady významných tiskařů (např. Jan Severýn z Kapí Hory, ale především Jiří Melantrich Rožďalovický z Aventýny či Daniel Adam z Veleslavína) a s celou řadou dobově významných institucí (tiskárny zakládala Jednota bratrská, jezuitský řád i pražské arcibiskupství).

V první čtvrtině 16. století se také začaly konstituovat podmínky pro budoucí distribuci tisku. V průběhu 16. století se rozvíjelo pravidelné poštovní spojení, které nejprve umožnilo pravidelné sdělování novinek v korespondenci a posléze dovolilo pravidelnou distribuci tiskovin. V roce 1527 bylo zřízeno spojení



mezi Vídní a Prahou, o málo později spojení mezi Prahou a Řeznem přes Plzeň. V 17. století je rozvoj poštovního spojení nejvíce spojen s rodem Thurn-Taxisů a Paarů (Thurn-Taxisové získali již na počátku 16. století titul říšských generálních pošt-mistrů). Ve druhé polovině 17. století pak přibyla spojení mezi Prahou, Drážďany a Lipskem a mezi Prahou a Slezskem. Souběžně se rozvíjela poštovní trať vedoucí z Vídně přes celou Moravu do Vratislavy.

Proces modernizace společnosti obývající prostor dnešní České republiky byl silně ovlivněn existencí vícejazyčné kultury a zvláště v období od poslední čtvrtiny 18. století byl zřetelně ovlivňován silící vlnou identifikace českého jazykového a kulturního živelu s národním společenstvím. Tento ideově emocionální („národ-otvorný“) aspekt modernizace se promítl i do vývoje médií, resp. tisku, „neboť vyrovnání s kulturou a veřejným životem německým stalo se na dlouhou dobu ideologií hospodářské a politické emancipace česky „cítící“ populace. Německy i česky psaná periodika se vyvíjejí na našem území již od 17. století. Německé noviny vycházely již ve druhé polovině 17. století (pražský tiskař Jan Arnolt vydával v roce 1686 *Ordinari Postzeitungen*), první noviny vydané v češtině na našem území se datují rokem 1719. Tehdy vydal tiskař Karel František Rosenmüller *Pražské poštovské noviny* (podrobněji viz Beránková 1981:25n.). Souběžná existence periodik vycházejících v různých jazycích je pro toto území typická. Na území dnešní České republiky vznikaly a vycházely do roku 1938 (resp. 1945) početné listy národnostních menšin, z nichž největšího počtu dosahovaly právě německé deníky a časopisy, často se značným politickým i kulturním významem i pro českou společnost. Počátky vývoje českých médií tedy těsně souvisely s politickým a hospodářským rozvojem měšťanstva, resp. buržoazie, jejíž příslušníci se často identifikovali s procesem národně kulturní a vzdělanostní aktivizace a postupné politické emancipace (procesu, který se nejčastěji označuje jako „české národní obrození“).

Pokud jde o další média, jejich vstup do českého prostředí se v podstatě také odehrál ve stejné době jako v jiných zemích. První filmové představení se na území dnešní České republiky odehrálo ve druhé polovině devadesátých let 19. století a je spojeno se jménem českého režiséra a kameramana Jana Kříženeckého. První stálou filmovou projekci založil Viktor Ponrepo v roce 1907. Pravidelné rozhlasové vysílání bylo zahájeno v roce 1923 a pravidelné televizní vysílání v roce 1953.

Zatímco z pohledu technologického a strukturálního odpovídá vývoj jazykových českých médií v podstatě vývoji médií v dalších zemích, jakmile se pokusíme včlenit proměny médií do kontextu sociálních, politických a kulturních dějin sledovaného prostoru, je periodizace jejich vývoje daleko složitější. Z toho pohledu lze

vývoj českých médií utřídit do těchto základních etap (pro vývoj tištěných médií viz též Sekera 2008):

1. **Etapa vývoje tisku v procesu osvětové a národně kulturní aktivizace** (od osmdesátých let 18. století do konce padesátých let 19. století)  
Médií se v této etapě rozuměl periodický tisk, knihy, brožury, soukromá korespondence a podstatným způsobem také divadlo. Tato média „plnila roli zprostředkovatele iniciačního podnětu pro sociální integraci a její stabilizaci“ (Sekera 2008:15). Aktivizační role médií spočívala v tom, že „ctižádostí tvůrců obsahů různých mediálních produktů bylo přesvědčit dosud „národně neutrální či zcela neoslovené skupiny obyvatelstva pro svou verzi ideového zaujetí“ (Sekera 2008:15).
2. **Etapa podílu tisku na procesu široké kolektivizace veřejnosti** (od počátku šedesátých let 19. století do přelomu osmdesátých a devadesátých let 19. století)  
V této etapě jsou nejdůležitějšími médii periodický tisk, brožury, letáky a knihy, ale veřejnou, resp. politickou úlohu má také divadlo a lidová či kramářská píseň. Média v této etapě „tvorí představu národní (politické) veřejnosti, staví se do role, že ji sama reprezentují, a do značné míry to odpovídá skutečnosti, neboť většina obyvatelstva nemá volební právo a postrádá tak legitimní nástroj k přímému vlivu na politickou moc a rozhodování“ (Sekera 2008:14).
3. **Etapa podílu tisku a dalších médií na procesu modernizační politické, estetické a kulturní diferenciaci veřejnosti** (od první poloviny devadesátých let 19. století do první poloviny dvacátých let 20. století)  
Významnými médii tohoto období zůstávají noviny, časopisy, brožury, letáky, plakáty, ale také pohlednice a knihy. K nim se přidává film a na počátku dvacátých let také zpravodajské agentury a rozhlasové vysílání. Podstatným rozlišujícím rysem tohoto období je „zvýšení efektivity rozhodujícího podílu tištěných médií na rozrůžňování společenské struktury do rozšiřujícího se spektra různě zaměřených zájmových, odborných, profesních a politických skupin...“ (Sekera 2008:12).
4. **Etapa podílu médií na politickém a každodenním životě státoprávně stabilizovaného prostoru Československé republiky až do jejího ohrožení** (od první poloviny dvacátých let 20. století do roku 1938)  
Významnými médii tohoto období jsou tisk politických stran, časopisy, film, rozhlas a od přelomu dvacátých a třicátých let také bulvární deníky. Média se stávají součástí každodennosti, výrazně pronikají do volnočasových aktivit jako jedno z řešení, jak realizovat požadavek naplnění volného času zábavou, a podílejí se na formování životního stylu. Jedná se o období skutečného rozmachu mediální komunikace v českém prostředí.



5. **Etapa podílu médií na reglementované pseudověřejné komunikaci v podmínkách druhé republiky a nesvéprávného územního útvaru Protektorátu Čechy a Morava a současně na mimolegální aktivizaci potlačovaného veřejného mínění (od podzimu 1938 do května 1945)**

Tisk, rozhlas i film se staly součástí podmaňování života obyvatel okupovaných území a současně se začala rozvíjet média, která byla součástí protinacistického odboje, do kterého se zapojila řada mediálních profesionálů (zvláště novinářů). Odbojový (tzv. ilegální) a exilový tisk a zahraniční vysílání z Londýna i Moskvy, kde působilo mnoho českých novinářů a publicistů, sehrály významnou roli při posilování pozitivního vlasteneckého myšlení.

6. **Etapa korigované restaurace komunikačního, společenského a politického prostoru Československa (od května 1945 do února 1948)**

Dalším jasně omezeným úsekem ve vývoji českých médií jsou léta 1945–1948, kdy se ustavují na základě Košického vládního programu zcela podstatné změny v charakteru mediální komunikace, předznamenávající již v mnohém vývoj mediální komunikace téměř pro celou druhou polovinu 20. století u nás.

7. **Etapa podílu médií na transformaci politického systému a podřízení médií řízenému systému státní propagandy (od února 1948 do přelomu padesátých let)**

V tomto období se buduje systém důsledné reglementace médií (s krátkou cézurovou konce šedesátých let, viz dále), kdy státní (resp. stranická) moc využívala média pro vědomou manipulaci veřejností. Významnými médii v tomto působení se kromě existujícího celostátního periodického tisku a rozhlasu stal i tisk regionální a lokální, kinematografie a od roku 1953 televize.

8. **Etapa podílu médií na rozvolňování kontroly veřejného prostoru a politické aktivizaci veřejnosti (od přelomu padesátých let do konce let šedesátých)**

Od konce padesátých let 20. století ztrácí postupně systém přísné kontroly médií a jejich využívání na funkčnosti a začínají se objevovat náznaky konstituování autentické veřejné sféry v kulturních časopisech (např. *Světová literatura* založená v roce 1958), ve filmové produkci a na půdě nově vznikajících „divadel malých forem“. Tento proces vyvrcholil v období pražského jara zřetelnou emancipací médií a jejich přeměnou v reálnou a v podstatě autonomní politickou sílu.

9. **Etapa podílu médií na restauraci („normalizaci“) centrálně řízeného systému propagandistického působení (od počátku sedmdesátých let do poslední čtvrtiny let osmdesátých)**

V období sedmdesátých a osmdesátých let, které předznamenala invaze vojsk Varšavské smlouvy v srpnu 1968, se média podílela na dobově podmíněné „sovětské verzi hegemonie“, pro kterou bylo typické vytváření dojmu loajality, privatizace každodenního života a institucionalizace mediálního eskapismu.

10. **Podíl médií na transformaci společnosti z centrálně řízeného modelu ne-tržní ekonomiky a kontroly veřejného prostoru v tržněekonomickou společnost (od sklonku osmdesátých let do současnosti)**

Po roce 1989 se média stala součástí politické, společenské a ekonomické transformace české společnosti. Zbavila se služebné závislosti na státu (fáze deetatizace), rychle se stala součástí nově se konstituující tržní ekonomiky (privatizace většiny mediálního sektoru a vznik duálního systému) a přizpůsobila se dobovému trendu ekonomizace mediální produkce (komercializace). České prostředí pružně přijalo technologické inovace (mobilní sítě, internet).

### 1.2.2.2 Vybrané kapitoly z dějin masových médií

Paralelně k těmto obecným vývojovým etapám nebo ke studiu médií jednotlivých společností, kultur či politických celků je možné sledovat proměny jednotlivých aspektů mediální produkce, např. dějiny žurnalistiky nebo dějiny zábavy.

Máme-li v krátkosti postihnout nejvýznamnější předpoklady vývoje masových médií (tedy tématu, které je samo o sobě velmi obsáhlé), musíme se velmi selektivně soustředit jen na to, co mělo zásadní konstitutivní vliv na ustavení masových médií a jejich dnešní podobu. Tyto předpoklady jsou dvoji povahy: společenské (vnější) a systémové (vnitřní). V této části nám půjde především o systémové předpoklady (i když společenským se nevyhneme). Soustředíme se proto především na následující rysy: základním předpokladem vzniku masových médií je **vynález knihtisku**, jeho význam se pokusíme přiblížit v podkapitole 1.2.2.2.1. Dalším předpokladem vývoje masových médií je nástup a rozvoj tiskovin, které vycházely pravidelně, tedy **periodického tisku** (podkapitola 1.2.2.2.2), a rozvoj specializované činnosti, jež tyto tiskoviny plnila a stala se postupně institucí se zásadním společenským, politickým a kulturním významem pro proces modernizace společnosti (o tom viz též podkapitola 2.1.1). Vznikem a vývojem této činnosti, tedy **žurnalistiky**, se budeme věnovat v podkapitole 1.2.2.2.3. A protože nástup masových médií spojujeme s rozvojem moderní, kapitalistické společnosti, domníváme se, že prvním komunikačním prostředkem, který naplňuje alespoň v zárodku znaky masovosti, je tzv. **masový tisk**. O jeho nástupu a vývoji se zmíníme v podkapitole 1.2.2.2.4. Výklad uzavíráme připomínkou komercializace médií na přelomu 19. a 20. století (podkapitola 1.2.2.2.5).