
Masová média

Jan Jirák
Barbara Köpplová


portál

7009

složení a jeho distribuci s pomocí rozmanitých a prostředkujících technik, aby se dostaly

3. k masovému, disperznímu a anonymnímu publiku (k velkému, rozptýlenému a neorganizovanému počtu lidí), a to
4. veřejně, tedy bez omezení přístupu,
5. převážně jednosměrně, tedy bez možnosti výměny role podavatele a příjemce, popř. s technologicky organizovanou interaktivitou, a
6. nepřímou, tedy s odloženou a institucionalizovanou zpětnou vazbou, a to vše
7. s určitou periodicitou produkce, která je
8. nabízena pravidelně, resp. průběžně,
9. přičemž toto publikum je složeno z jednotlivců zapojených do svých sociálních vztahů a aktivně nakládajících s tím, co jim média nabízejí (viz též Kunčzik, 1995:17).

1.2 Masová média v historickém kontextu

Jak jsme již naznačili v předchozí části, masová média jsou spojena s procesem modernizace společnosti, tj. s přechodem od jejího tradičního uspořádání k modernímu, které je charakterizováno rozvojem tržních vztahů, industrializací, urbanizací a dalšími procesy (o nichž bude podrobněji zmínka v podkapitole 1.3). Masová média se v těchto procesech ustávají, rozvíjejí a podléjí se na jejich průběhu a formování. Stávají se tak součástí dějin společnosti i lidstva a v jejich průběhu, které si kladou za cíl vyložit dějiny moderních společností (ať už jako celku, nebo jednotlivých národních společenství), nemůže vykládat role a vývoje masových médií chybět. Někteří autoři se dokonce domnívají, že vklad médií do vývoje společnosti je zásadní, možná dokonce určující. Sama média nejsou ale pouze součástí moderních dějin, ale zároveň jednou z kapitol v daleko delším procesu vývoje komunikačních možností člověka. „Úkolem dějin médií je ptát se, za jakých společenských podmínek se komunikace realizovala, uplatňovala,“ shrnuje vídeňský historik médií Wolfgang Duchkowitz, „a opačně, jaký byl stav komunikace, aby mohla vzniknout určitá společenská forma“ (Duchkowitz 1985). Podobně Boyer a Hanerz konstatují, že sociálněvědní přístup k analýzám médií má tendenci „shlukovat se kolem dvou analytických pólií: (1) vnímat média v zásadě jako lidské reprezentace a epistemické možnosti ..., nebo (2) vnímat lidské reprezentace a epistemické možnosti

jako něco, co je v podstatě podmíněno sociálními technologemi a ekologiemi médií samotných“ (Boyer–Hanerz 2006: 5).

Tyto dva pohledy – na jedné straně média jako součást dějin komunikačních možností, na druhé straně média jako faktor (proměnná) modernizace industrializujících se společností – se vzájemně doplňují a inspirují a někdy spolu i soutéží. Některé přístupy kladou větší důraz na to, čím je vývoj médií podmíněn, jiné si více všimají toho, co sám vývoj médií způsobuje. Jak poznamenávají Briggs a Burke v knize *A Social History of the Media* (Sociální dějiny médií) s příznačným podtitulem *Od Gutenbergga po internet*,

...pokud jde o historiky a odborníky z oblasti sociálních věd, existuje dlouhotrvající rozdíl mezi těmi, kdo kladou důraz na strukturu [médií], a těmi, kdo zdůrazňují [jejich] roli. Na jedné straně jsou ti, kteří zdůrazňují, že počítače jako takové nemají žádné důsledky, rozhodně ne větší, než jsou důsledky gramotnosti (včetně vizuální gramotnosti a počítačové gramotnosti). Důsledky existují pouze pro jedince, kteří tyto nástroje užívají. Na druhé straně jsou ti, kteří naznačují, že užívání nového prostředku komunikace nevyhnutelně mění pohled lidí na svět, a to přinejmenším z dlouhodobého hlediska, pokud ne okamžitě. Jedna strana obviňuje druhou, že nakládá s obyčejnými lidmi jako s pasivními, jako s předměty, které jen prodávávají dopad gramotnosti či computerizace. Z druhé strany přichází obvinění, že první strana naopak nakládá s médii, včetně tisku, jako s pasivními, jako se zrcadlem kultury a společnosti, a ne jako s hybateli měnicími kulturu a společnost... (Briggs–Burke 2002:14).

Noviny, časopisy, rozhlas, televize jsou zcela nepodchybně konstitutivním rysem současných (post)industriálních společností a současně významnými realitami našeho každodenního života. Média představují fascinující oblast poměrně rychle přijímaných a využívaných **technologických inovací**. Současně jsou to **sociální instituce** veřejného a politického života na jedné straně a prostředky naplnění soukromí a potřeby zábavy a rekreace na straně druhé. Jsou ale i svěbytnou **formou kulturní produkce**, jejíž některé aspekty (např. žurnalistika) jsou pro média typické. Zcela nepodchybné je, že média se podléjí na podobě našeho každodenního života a jsou jedním z příznačných rysů naší současnosti.

Jedním z významných témat, která je třeba řešit při studiu těchto zespolčených prostředků komunikace a proměn jejich role ve společnosti, je **problém periodizace** jejich vývoje a s tím spojená otázka nalezení **ohajitelného periodizačního kritéria**, jinými slovy uspořádání výkladu vývoje médií do smysluplných a navzájem odlišitelných etap, které by dokázaly onu „cestu k dnešní situaci“ vyložit

(viz též Jiráč-Köpplová 2006, text, z něhož tato podkapitola nejvíce vychází). Snažíme-li se vysledovat, které přístupy k řešení otázky periodizace vývoje médií se v dostupné literatuře uplatňují, dojdeme ke zjištění, že do popředí vystupují dvě krajní polohy, jež se v různé míře a intenzitě promítají do všech návrhů periodizace médií. Tak bychom mohli s jistotou dávkou zjednodušení identifikovat na jedné straně přístup (1) **komunikačně-technologický**, vyznačující se jednak obecně „civilizačním“ záberem a častým důrazem na proměny technického zajištění mezilidské komunikace, a na druhé straně přístup (2) **sociálně-historický**, pro nějž je charakteristický především zájem o modernizaci společnosti, vývoj komunikačních možností jako společenských institucí a jejich podíl na ekonomickém, politickém a kulturním vývoji společnosti. Snad v žádném návrhu periodizace vývoje se však nevyskytuje čistě komunikačně-technologický, nebo čistě sociálně-historický přístup.

Vývoj masových médií bude předmětem zájmu této podkapitoly, v níž se nejprve pokusíme zařadit vývoj masových médií do kontextu vývoje lidské komunikace vůbec (1.2.1 Periodizace vývoje lidské komunikace). Pak se pokusíme vnitřně uspořádat vývoj samých masových médií a jejich bezprostředních předchůdců (1.2.2 Etapy ve vývoji masových médií). Ve výkladu se budeme snažit připomínat alespoň ilustrativně i vývoj médií v českém prostředí, resp. na území dnešní České republiky.

1.2.1 Periodizace vývoje lidské komunikace

Poměrně vlivná část literatury vřazuje vývoj masových médií do vývoje lidské komunikace jako takové. Masová média se v této perspektivě jeví především jako nebyvalé zmnožení komunikačních možností člověka překonávající bariéry prostoru i času a umožňující celospolečenskou komunikaci – do doby jejich vzniku nebyvalých, ba nepředstavitelných rozměrů. Masová média se v tomto kontextu stávají součástí výkladu proměn a rozvoje **komunikačních technologií**, nebo jinými slovy snahy o postižení vývoje komunikačních možností člověka. Jedná se fakticky o uspořádání výkladu dějin lidské komunikace do celků vyznačujících se nějakým dominantním typem komunikace, přičemž převažující užití nějakého média, primárními médii počínaje, resp. závažné zdokonalení komunikačních možností, se považuje za distinktivní rys odlišující od sebe jednotlivé etapy. Tento přístup také uvažuje o lidské komunikaci jako celku, a proto i o všech typech médií, jak jsme je vymezili výše (1.1.2.2). Dokonce by se dalo říci, že třídění na primární,

sekundární, terciární a kvartární média, jak jsme se už zmínili, jsou až výsledkem snahy o proniknutí do proměn vývoje lidské komunikace.

Sandra Ballová-Rokeachová a Melvin DeFleur (1996) se pokusili shrnout dosavadní poznatky o vývoji lidské komunikace a periodizovat její proměny právě podle převažujícího způsobu komunikace v daném období. Tyto epochy nepředstavují střídání jednotlivých způsobů komunikace, nýbrž jejich přidávání ke stávajícím komunikačním možnostem uživatelů (podobně uvažoval i německý historik Wolfgang Riepl, viz zmínka o tzv. Rieplově zákoně v podkapitole 1.2.1.1). Tim autoři docílují – vcelku optimistické – představy neustále se kumulujících možností, které člověk ke komunikování má (sami ostatně o vývoji uvažují z pohledu „*stále dokonalejších epoch komunikace*“, s. 21). V každé následující epoše se v nejrůznější podobě a s proměňujícími se funkcemi uchovávají komunikační možnosti předcházejících epoch. Rozlišili přitom pět základních etap ve vývoji lidské komunikace:

1. **epochu znamení a signálů**, jejíž počátek kladou do protohumánní fáze vývoje člověka;
2. **epochu mluvení a jazyka**, jejíž počátek kladou do období před 90–40 tisíci lety;
3. **epochu psaní**, jejíž počátek kladou do období před pěti tisíci lety;
4. **epochu tisku**, která začíná v polovině 15. století v souvislosti s Gutenbergovou konstrukcí tiskařského lisu s vyměnitelnými literami;
5. **epochu masové komunikace**, jejíž počátek kladou fakultativně buď na začátek 19. století (v souvislosti s „*příchodem novin určených obyčejným lidem*“), nebo na počátek 20. století (v souvislosti s „*objevením a všeobecným rozšířením*“ filmu a později i vysílacích médií, tedy rozhlasu a televize – DeFleur–Ballová-Rokeachová, 1996:21n.).

Autoři uvažují i o tom, že na sklonku 20. století možná přechází lidstvo do šesté etapy vývoje komunikace, do **epochy počítačů** (i když se na tuto možnost dívali s jistotou skepsí danou stupněm rozvoje komputerizace v druhé polovině osmdesátých let 20. století, kdy text vznikl: „*Abychom získali nový systém masové komunikace, musí běžnému uživateli být dostupný jak hardware, tak dovednosti k tomu, aby byl v každodenním životě schopen užívat počítače tak, jak užívá ostatní média*“, DeFleur–Ballová-Rokeachová, 1996:346).

Jak je vidět, tam, kde převažuje komunikačně-technologická perspektiva, soustřeďuje se výklad a periodizace na vývoj v rovině **technického zajištění komu-**

nikace. Tento pojem může nabýt více poloh – může být projevem zájmu o komunikaci prostředky a sledovat je jako součást sociálních, politických a kulturních dějů. Za příklad takového přístupu může posloužit práce amerického historika Irvinga Fanga, o níž se zmíníme dále (Fang 1997).

Je vyjádření „technocentrické“ podobě hledá tato perspektiva komunikace-technologie důsledky daného typu komunikace/media pro společnost, nebo se dokonce pokouší od převládajícího média odvodit charakter či uspořádání společnosti. Tím se dostává do polohy, v níž uvažuje o společnosti jako určité převládající komunikacím médiem. Tento **technologický determinismus** byl typicky jímán komunikacím médiem. Tento technologický determinismus byl typicky např. pro představitel tzv. torontské školy, zvláště pro Harolda Innise a Marshalla McLuhana (viz též box 1.6).

Box 1.6 Torontská škola, Harold Innis a Marshall McLuhan

Pod pojmem „torontská škola“ se rozumí soubor úvah o závislosti uspořádání společnosti na převládajícím komunikačním médiu, které se rozvíjely od čtyřicátých a padesátých let 20. století na univerzitě v kanadském Torontu, kde v té době působil historik ekonomie Harold Innis (1894–1952) a jeho žák, literární historik Marshall McLuhan (1911–1980).

Innis uvažoval o tom, že každé médium má nějaký „sklon“ (bias) k podpoře určitého typu společenských vztahů a vazeb a že tento sklon určuje podobu společnosti. V knihách *Empire and Communications* (Impérium a komunikační prostředky, Innis 1950) a *The Bias of Communication* (Sklon komunikace, Innis 1951) nastínil představu, že komunikační prostředky mají zásadní vliv na informace, které přenášejí, a v důsledku pak i na uspořádání společnosti, v níž se používají, a že komunikační médium uživané v dané době má sklon podporovat časový, nebo prostorový rozměr komunikačních procesů. Podle Innise měla média v „epoše před tiskem“ (Kámen, jíl či pergamenu) sklon podporovat spíše časový rozměr než prostorový. Tato „těžká“ média bylo obtížné přenášet z místa na místo, zato se vyznačovala odolností vůči „zubů času“. Naproti tomu taková média, jako je papír, jsou „lehká“, je snazší je přenášet, ale snáze podléhají zkáze, mají tedy sklon podporovat spíše prostorový rozměr komunikace, ale zároveň je jejich průvodním rysem menší trvalost stvrzených závazků (např. smluv).

Na tyto úvahy navázal McLuhan a stal se jedním z prvních autorů, kteří přistoupili ke členění vývoje podle toho, které médium (který typ komunikace) v dané etapě převládá. McLuhan proslul především dvěma studii. V první, nazvané *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (Gutenbergova galaxie – Jak vznikl člověk typografický, 1962), se zamýšlel nad rozhodujícím významem vynálezu knihtisku pro lidstvo. V této knize McLuhan rozdělil vývoj do čtyř období:

1. První z nich označuje za **období orální kmenové kultury** a popisuje je jako „svět ucha“ jako dobu akustického prostoru.
2. Druhé období označuje jako **dobu psané kultury** (rukopisů), pro níž je příznačné, že hláskové písmo nahrazuje akustické vnímání sdělení vnímáním vizuálním a svět ucha vystřídá „svět oka“.
3. Třetí období podle McLuhana představuje „Gutenbergova galaxie“ s tiskovou knihou, která se stala nejen prvním masovým výrobkem, ale také prvním uniformním, opakovatelným „konzumním zbožím“.
4. Gutenbergovu galaxii střídá podle McLuhana další období spojené s nástupem elektřiny. Toto období se někdy analogicky k McLuhanovu pojmenování epochy tisku označuje výrazem „Marconiho galaxie“ (McLuhan 1962).

Bylo by jistě lákavé pokračovat v řadě „galaxií“ a období digitálních počítačových sítí a telekomunikačních spojení označit za „Gatesovu galaxii“.

McLuhan interpretoval komunikační prostředky jako „extenze člověka“, jako zmnovení jeho poznávacích a komunikačních možností, jako posílení a rozšíření smyslu, jak vysvětluje v druhé významné knize *Jak rozumět médiím* (Understanding Media) z roku 1964 (McLuhan 1987, česky 1991). Zde se věnoval úvahám nad tím, jak proměňuje užívání nejrůznějších médií život člověka (za médium McLuhan považuje všechno, co nějak umožňuje možnosti člověka zmochňovat se světa – pohybem i smyslovým poznáním). Kniha je uvozena kapitolou s názvem *Médiem je poselstvím*, v níž autor nabízí představu, že každé médium, každá nová „extenze člověka“, každá technologie vnaší do lidských záležitostí nové měřítko a to samo o sobě je poselstvím, jež vyovídá o člověku a o společnosti. V téže knize také použil výraz „globální vesnice“ jako metaforu pro společnost, kterou užívání nejrůznějších médií sblíží.

McLuhanovy práce se staly předmětem mnoha dalších analýz a interpretací. Vyhraněny technologický determinismus torontské školy byl řadou teoretiků a historiků odmítán jako utopistický, až příliš optimistický, jako přístup, který nevidí manipulační moc elektronických médií (viz též MacDonald 2006:505n.). Naproti tomu některých McLuhanových vizi – např. jeho představy, že lidstvo se díky rozvoji komunikačních prostředků sblíží natolik, že bude žít v jakési „globální vesnici“ – se zmocnily politické elity prosazující rozvoj počítačových sítí a využily je k jejich a své podpoře.

Technologický determinismus „mcluhanovského typu“ se projevuje v řadě dalších prací – zvláště v těch, které se věnují interpretaci role televize a později síťových médií. Za pokračovatele této tradice je možné považovat např. Joshua Meyrowitze, který se v knize *Všude a nikde* (No Sense of Place) věnoval roli televize (Meyrowitz 1985, česky 2006), nebo Rogera Fidlera, jenž v knize *Mediamorphosis* z roku 1997 rozebíral proměny vyvolané „novými“, tedy síťovými médii (Fidler 1997).

Některé McLuhanovy myšlenky rozvinul o necelých dvacet let později americký sociální vědec Neil Postman. Přistoupil k rozčlenění lidských dějin i vývoje individuua 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 poznamenává 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).

Svráznou kombinaci 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 „myslicích 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 neznámá, 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 plné 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 rozdílu, který spočívá v tom, zda se soustředíme na stále 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 oprávněně 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 zespolečnění, 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. Roudil 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 provázeny 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 zítí, 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 určitou dobu 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 podřízení výkladu 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 nebyť 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 leko 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. Později moderní společnosti vyznačující se posunem od *organizované modernity* (Keller 2004:30n.) ke *společnosti sítí* (Keller 2004:34n.) měly pro *síťová média* zjevné 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 společnosti 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 společnosti – 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 vyloužit, 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 nejrůznějšími 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 vysokonákladové 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 záberu daná orientací na „komunikaci“, nikoli na „médiá“, vede k nezvladatelně širokému přístupu k zachycení proměn daného jevu v čase a v souvislosti s měnícími 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 ideji slovem a obrazem prostřednictvím řeči, písma, tisku, rozhlasu, televize a v poslední době i internetu“ (Briggs-Burke 2002:2). Autoři počinají svůj výklad „tiskovou revolucí“, tedy Gutenbergovým vynálezem knihtisku, a sledují roli komunikačních médií v procesu modernizace evropských společností jako vztah zespolečnění komunikacních 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 interpretaci 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 rámeček, 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 tezi 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 jejich 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 následovnici, 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 nejpozději 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 nástup masových médií vložili. Podobně jako u výkladu vývoje lidské komunikace jako celku,

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

Aplikovaná technologie je nepochybně jedním z užitečných kritérií, podle nichž máme uspořádat poznatky o vývoji médií. Použitá technologie totiž současně vypovídá o možnostech osvovení publika a uplatnění médií ve veřejném prostoru obecně, tedy o ustavování médií jako společenské instituce veřejné komunikace, tedy zavedení 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, nezbyvá 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 důsledek 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 veřejné 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 zásady 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 pokládáný 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-

době vědy...“ (Wilke 2000:74). Tyto časopisy však byly určeny 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, redaktoři 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 uveďme 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

...absolutem byla. Je 19. století přineslo velkou přehlednější obdruhobodných a pro převládající kulturu generativních vynálezů: telegrafii, fotografii, rotaci, telefon, psací stroj, dále kulturu generativních vynálezů: elektrické osvětlení, film, lokomotivu, rakety, parník, kongres, transatlantický kabel, elektrické osvětlení, film, lokomotivu, rakety, parník, kongresové autobusy, Revolver, stereoskop, vlnbeč, nemluvě o stravování z konzerv, balování, váření masa a moderních časopisech, reklamních agenturách a moderní byrokraci, a dokonce i školní ročníky tak jednoduše) spinaci špendlík... (Postman 1999:51).

Dodejme, že 19. století je také obdobím, kdy se prokazovala 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* Benjamin H. Daye, 1833, ve Francii představovaly tzv. *petits journaux*, např. *La Presse*, 1836, *Émilia de Girardina* či ve stejný den vydaný deník *Le Siècle* Armand Darcagnac). Tento směr vývoje médií pak na sklonku století vyvrcholil tzv. *north-darwinovskou* revolucí (viz dále podkapitola 1.2.2.2.5), která předznamenala komercializaci mediální produkce a její postupně ovládnutí celého mediálního sektoru ekonomickými principy a marketingovou mentalitou – tolik příznačnou pro 20. století, a vrchol 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 odlišovat 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 jejími důsledky, znamenala pro dějiny médií vznik a rozvoj stranického tisku, zakládání zpravodajských agentur, v osmdesátých letech pak i využívání fotografů, na sklonku století nástup filmu. Přelom 19. a 20. století pak pro vývoj médií znamenal v řadě zemi 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, zavření páry, později elektřiny) a postupně i s využitím nových možností přenosu sdělení (telegraf a později telefon).

5. Nástup a rozvoj obrazových a elektronických, resp. výtlačných médií (20. století). „Krátké“ 20. století, jehož počátek někteří autoři hledají v uspořádání světa po konci první světové války a konce 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 medlnou součástí každodenního života obrovského množství lidí, kteří film, rozhlas, časopisy a denní tisk začali stále více považovat za součást své kultury. Sdělení produkovaná médií se stala natolik dostupná, běžné 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 „graftické revoluci“ 19. a 20. století způsobené nejprve fotografií a pak televizí (Boorstin 1962). Vývoj médií určitě nejen technologický rozvoj (film, rozhlas, televize), ale především společenské a politické zvráty tohoto období. Navíc se média a fakt mediálizace staly významným tématem uvažování o společnosti. „Výsledkem byla nejen dostupnost nových a rozličných médií – vedle malby a tiskárství – s jejich komerčním potenciálem (od fotografie, filmu a televize k rozhlasu), ale i vzrůstající vědomí mediace, tedy záznamu a přenosu informací spojených s produkcí a šířením mediálních 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 nebyvalou komercializací médií a jejich postupným podřízením se zájmu 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 dominantní televizí, určila další směřování médií od šedesátých let 20. století. Vývoj ve 20. století

nepochybně posunemala také zvyšující se rychlost přenosu mediovaných sdělení – přímý přenos umožněný telekomunikačními sítěmi a satelity nakonec minuloval zátěžnost mezi vzdáleností a dobou přenosu a nastolil zcela nové 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 sítě, 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 vině 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 zobecnění 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 strukturální, 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 knižtisku, 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. *Videňských 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 knižtisk, 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 knižtiskařské 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 tiskárství dále rozvíjelo a jeho vývoj je spojen se jmény celé řady významných tiskařů (např. Jan Severýn z Kapí Hory, ale především Jiří Melantrich Rožďalovický z Aventýnu či Daniel Adam z Veleoslavína) 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

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 (trv. 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 cenzurou konce šedesátých let, viz dále), kdy státní (resp. stranická) moc využívala média pro vědomou manipulaci veřejnosti. 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 netržní 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 dvojí 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 podkapitulu 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).

Použitá literatura

- ABERCROMBIE, N.–LONGHURST, B. (1998): *Audiences*. London: Sage.
- ADORNO, T. (1997): *Estetická teorie*. Praha: Panglos.
- ADORNO, T. (2009): *Dialektika osvícenství: filosofické fragmenty*. Praha: OIKOYMENH.
- ALTHEIDE, D. L. (1995): *An Ecology of Communication*. New York: Aldine de Gruyter.
- ALTHEIDE, D. L. (2002): *Creating Fear*. New York: Aldine de Gruyter.
- ALTHEIDE, D. L.–SNOW, R. P. (1991): *Media Worlds in Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.
- ALTHUSSER, L. (1971): *Ideology and ideological state apparatuses*. In: *Lenin and Philosophy and Other Essays*. UK: New Left Books (cit. podle Watson, 1998).
- ALTSCHULL, J. H. (1995): *Agents of Power*. New York: Longman.
- ANDERSON, B. (2003): *Pomyslná společnost*. In: Hroch, M.: *Pohledy na národ a nacionalismus*. Praha: Slon, s. 239–269.
- ANDREWS, A. (1859): *History of British Journalism*. London: Richard Bentley.
- ANG, I. (1985): *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. New York: Methuen.
- ANG, I. (1991): *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.
- ARENDTOVÁ, H. (1994): *Krise kultury*. Praha: Mladá fronta.
- ARENDTOVÁ, H. (2002): *Mezi minulostí a budoucností*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.
- AUSTIN, J. L. (2000): *Jak udělat něco slovy*. Praha: Filosofie.
- BABE, R. E. (1998): An Ecology of Communication: Cultural Formats of Control. *Canadian Journal of Communication*. Vol. 2, No. 2.
- BAGDIKIAN, B. H. (1997): *The Media Monopoly* (5. vyd.). Boston: Beacon.
- BALL-ROKEACH, S.–DeFLEUR, M. L. (1976): A dependency model of mass media effects. *Communication Research* 3:3–21.
- BANDURA, A. (1977): *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- BARKER, M.–BROOKS, K. (1998): *Knowing Audiences: Judge Dredd, Its Friends, Fans and Foes*. Bedfordshire: University of Luton Press.
- BARTHES, R. (1967): *Nulový stupeň rukopisu. Základy sémiotiky*. Praha: Československý spisovatel.

- BARTHES, R. (2004): *Mytologie*. Brno: Dokořán.
- BAUDRILLARD, J. (1970): *La société de consommation*. Paris: Éditions Denoël.
- BAUDRILLARD, J. (1973): *Le Miroir de la production ou l'illusion critique du matérialisme historique*. Prix Castorman.
- BAUDRILLARD, J. (1981): *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. St. Louis: Telos Press.
- BAUMERT, D. P. (1928): *Die Entstehung des deutschen Journalismus. Eine sozialgeschichtliche Studie*. München/Berlin.
- BECK, U. (2004): *Riziková společnost. Na cestě k jiné modernitě*. Praha: Slon.
- REDNARIK, P.-REIFOVÁ, I. (2008): Normalizační televizní seriál: socialistická konstrukce reality. *Shorník Národního muzea v Praze. Řada C – Literární historie*, sv. 53/1–4.
- BELL, D. (1988): *Kulturní rozpor kapitalismu*. Praha: Slon.
- BENJAMIN, W. (1979): *Dělo a jeho záruč*. Praha: Odeon.
- BERÁNKOVÁ, M. (1981): *Dějiny žurnalistiky. I. díl. Český periodický tisk do roku 1918*. Praha: Novinář.
- BERELSON, B. (1949): What „Missing a newspaper” means. In: Lazarsfeld, P. E.–Stanton, E. N. (eds.): *Communication Research 1948–1949*. New York: Harper and Brother.
- BERELSON, B. (1952): *Content Analysis in Communication Research*. New York: The Free Press.
- BERELSON, B.–SALTER, P. (1946): Majority and Minority Americans: An Analysis of Magazine Fiction. In: *Public Opinion Quarterly* 10:168–190.
- BERELSON, B.–JANOWITZ, M. (eds.) (1950): *Reader in Public Opinion and Communication*. Glencoe, IL: The Free Press.
- BERGER, A. A. (1998): *Media Analysis Techniques*. Thousand Oaks–London–New Delhi: Sage.
- BERGER, P. L.–LUCKMANN, T. (1999): *Sociální konstrukce reality*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.
- BÍLEK, P. (2006): Od ústně tradované literatury k hypertextu; a přitom trochu zpět. In: Ong, W. J.: *Technologizace slova*. Praha: Karolinum.
- BIOCCA, F. A. (1988): Opposing Conceptions of the Audience. In: Anderson, J. (ed.): *Communication Yearbook* 11, Newbury Park, CA, and London: Sage, s. 51–80.
- BLUMER, H. (1946): Collective Behavior. In: Lee, A. M. (ed.): *Principles of Sociology*. New York: Barnes and Noble.
- BLUMLER, J. G.–GUREVITCH, M. (1995): *The Crisis of Public Communication*. London, New York: Routledge.
- BLUMLER, J. G.–KATZ, E. (1974): *The Uses of Mass Communication*. Thousand Oaks: Sage.
- BLUMLER, J. G.–KAVANAGH, D. (1999): The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication* 16: 209–230.
- BOORSTIN, D. (1962): *The Image, or What happened to the American Dream*. Harmondsworth: Penguin.
- BOURDIEU, P. (2002): *O televizi*. Brno: Doplněk.
- BOYER, D.–HANNERZ, U. (2006): Introduction: Worlds of Journalism. *Ethnography*, 7 (1):5–17.
- BRADDOCK, R. (1958): An extension of the „Lasswell Formula”. *Journal of Communication*, 8:88–93.

- BREED, W. (1955): Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. *Social Forces* 33:326–335.
- BRIGGS, A.–BURKE, P. (2002): *A Social History of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- BRUHN–JENSEN, K. (1986): *Making Sense of the News*. Aarhus: Aarhus University Press.
- BRYANT, J.–THOMPSON, S. (2002): *Fundamentals of Media Effects*. New York: McGraw-Hill.
- BUDIL, I. (1995): *Mýtus, jazyk a kulturní antropologie*. Praha: Triton.
- BURTON, G.–JIRÁK, J. (2001): *Úvod do studia médií*. Brno: Bannister & Principal.
- BUSTAMANTE, E. (2004): Cultural industry in the digital age: some provisional conclusions. *Media, Culture & Society* 26(6):803–820.
- BÜCHER K. (1926): *Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde*. Tübingen: H. Laupp.
- CAMPBELL, Ch. P. (1995): *Race, Myth and the News*. London–Tousand Oaks–New Delhi: Sage.
- CARDOSO, G. (2006): *The Media in the Network Society*. Lisabon: CIES.
- CAREY, J. (1992): *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- CAREY, J. (1996): The Chicago School and mass communication research. In: Dennis, E. E.–Wartella, E. (eds.): *American Communication Research: The Remembered History*. Mahwah, NJ: Erlbaum, s. 21–38.
- CARLSSON, U. (2003): *The rise and fall of NWICO: From a vision of international regulation to a reality of multilevel governance*. *Nordicom Review* (24) (2):31–67.
- CASTELLS, M. (2000): *The Rise of Network Society*. Oxford: Blackwell.
- CASTELLS, M. (2001): *The Internet Galaxy, Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- ČIŠAŘOVÁ, Z.–KŘEŠTANOVÁ, V. (2002): *Zákon o regulaci reklamy*. Praha: Linde Praha.
- COHEN, B. (1963): *The Press and Foreign Policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- COMAN, M. (2005): Cultural Anthropology and Mass Media. In: Rothenbuhler, E. W.–Coman, M. (eds.): *Media Anthropology*. Thousand Oaks–London–New Delhi: Sage.
- CONBOY, M. (2004): *Journalism. A Critical History*. London–Thousand Oaks–New Delhi: Routledge.
- COOK, T. E. (1998): *Governing With the News*. Chicago: The University of Chicago Press.
- CROTEAU, D.–HOYNES, W. (2000): *Media/Society*. Thousand Oaks–London: Pine Forge Press.
- CURRAN, J. (1979): *Capitalism and control of the Press, 1800–1975*. In: Curran, J.–Gurevitch, M.–Wollacott, J. (eds.): *Mass Media and Society*. Beverly Hills: Sage.
- CURRAN, J. (2000): Nový pohled na média a demokracii. In: Jirák, J.–Řichová, B.: *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, s.116–164.
- CURRAN, J.: (2002): *Media and Power*. London and New York: Routledge.
- CURRAN, J.–SEATON, J. (1997): *Power Without Responsibility*. London and New York: Routledge.
- Československá vlastivěda (1933): *Sv. VII: Pisemnictví*. Praha: Bohumil Janda „Sfinx” (Pod protektorem Masarykovy Akademie práce).
- DAHL, H. F. (1994): The pursuit of media history. *Media, Culture & Society* 16, 551–563.
- DANESI, M. (2002): *Understanding Media Semiotics*. London: Arnold.
- DAVIDSON, W. P. (1983): The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly* 47:1–15.

- DEARING, J. W.-ROGERS, E. M. (1986): *Agenda-Setting*. London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage.
- DEBORD, G. (1982): *Society of the Spectacle and other Films*. London: Rebel Press.
- DE-FLEUR, M., BALLOVÁ-ROKĀČOVÁ, S. (1996): *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum.
- DEMERS, D. (2002): *Global Media: Menace or Messiah?* Cresskill: Hampton Press.
- DEUZE, M. (2005): What is journalism? *Journalism* Vol. 4(6): 442-464.
- DEUZE, M. (2007): *Mishmash*. Cambridge: Polity Press.
- DEVEREUX, E. (2005): *Understanding the Media*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- DEWEY, J. (2000): *Liberalism and Social Action*. New York: Prometheus Books.
- DJERF-PIERRE, M. (2002): The Logic and Practice of Writing Journalism History. *Nordicom Review*, 23, 1-2:85-94.
- DOMINGUEZ, J. R. (1983): *The Dynamics of Mass Communication*. McGraw-Hill.
- DONSBACH, W. (1999): Journalism Research. In: Brosius, H. B.-Holtz-Bacha, Ch. (Hrsg.): *German Communication Yearbook*. Cresskill: Hampton Press.
- DONSBACH, W.-TRAUGOTT, M. W. (2008): *The Sage Handbook of Public Opinion*. Los Angeles-London-New Delhi-Singapore: Sage Publications.
- DONSBACH, W.-WOLLING, J. (1995): *Redaktionelle Kontrolle in der regionalen und überregionalen Tagespresse. Ein internationaler Vergleich*. In: Schneider, B.-Reumann, K.-Schiwy, E. (Hrsg.): *Publizistik. Beiträge zur Medienentwicklung*. Konstanz: UVK Medien Verlagsgesellschaft.
- DOUBRAVOVÁ, J. (2002): *Semiotika v teorii a praxi*. Praha: Portál.
- DOVIFAT, E. (1986): *Publizistik als Wissenschaft*. *Publizistik* 1:3-10.
- DOYLE, G. (2002): *Understanding Media Economics*. London-Thousand Oaks: Sage.
- DUCHKROWITSCH, W. (ed.) (1985): *Mediengeschichte*. Wien-Köln-Graz: Hermann Böhlau Nachf.
- DURKHEIM, É. (2004): *Spočesná díla práce*. Brno: CDK.
- DUSSEL, K. (2004): *Deutsche Tagespresse im 19. und 20. Jahrhundert*. Münster-Hamburg-Berlin-Wien-London-Zürich: LIT Verlag.
- DYER, R. (1977): *Entertainment and Utopia*. *Movie* 24.
- DYER, R. (1985): Taking Popular Television Seriously. In: Lusted, D.-Drummond, P. (eds.): *TV and Schooling*. London: BFI.
- EAGLETON, T. (1983): *Literary History: An Introduction*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- EQ, U. (2004): *Meze interpretace*. Praha: Karolinum.
- EQ, U. (2009): *Teorie semiotiky*. Praha: Argo.
- ELDRIDGE, J. (ed.) (1993): *Getting the Message: News, Truth and Power*. London and New York: Routledge.
- ELDRIDGE, J. (ed.) (1995): *News Content, Language and Visuals: Glasgow University Media Reader*. London and New York: Routledge.
- ELEY, G. (1989): Nations, Publics and Political Cultures. In: Calhoun, C. (ed.): *Habermas and Public Sphere*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- ENGELSING, R. (1966): *Massenpublikum und Journalistentum im 19. Jahrhundert in Nordwestdeutschland*. Duncker & Humblot, Berlin.

- BNZENSBERGER, H. M. (1972): Constituents of the theory of the media. In: McQuail, D. (ed.): *Sociology of Mass Communication*. London: Penguin Books.
- BNZENSBERGER, H. M. (1985): Bausteine zu einer Theorie der Medien. In: Prokop, D. (ed.): *Medienforschung*, vol.2. Frankfurt: Fischer.
- ERIKSEN, T. H. (2005): *Tyrannie okamžiku*. Brno: Doplněk.
- ERICSON, R. V.-BARANEK, P. M.-CHAN, J. B. L. (1990): *Representing Order*. Toronto: Open University Press.
- ETTEMA, J. S. (1982) *The organizational context of creativity: A case study from public television*. In: Ettema, J.-Whitney, D. C. (eds.): *Individuals in Mass Media Organizations: Creativity and Constraint*. Beverly Hills, CA: Sage.
- FAIRCLOUGH, N. (1995): *Media Discourse*. London: Arnold.
- FANG, I. (1997): *A History of Mass Communication*. Newton, MA: Focal Press.
- FAULSTICH, W. (1998a): *Grundwissen Medien*. München: UTB für Wissenschaft.
- FAULSTICH, W. (1998b): *Medien zwischen Herrschaft und Revolte*. Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht.
- FAULSTICH, W. (2004): *Medienwandel im Industrie- und Massenzeitalter (1830-1900)*. Göttingen: Vandenhoeck and Ruprecht.
- FEDERMAN, J. (ed.) (1998): *National Television Violence Study*. Santa Barbara, Ca: Regents of the University of California, vol. 3.
- FESTINGER, L. (1957): *A Theory of Cognitive Dissonance*. Evanston, Il.: Row, Peterson.
- FIDLER, R. (1997): *Mediamorphosis. Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- FISHMAN, M. (1980): *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press.
- FISKE, J. (1990): *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
- FISKE, J. (1987): *Television Culture*. London: Routledge.
- FORTUNATI, L. (2005): Mediatization of the net and internatization of the mass media. *Gazette* 67(1):27-44.
- FOUCAULT, M. (1994): *Diskurz, autor, genealogie*. Praha: Svoboda.
- FOUCAULT, M. (2002): *Archeologie vědění*. Praha: Hermann a synové.
- GALLUP, G. (1948): *Průvodce po výzkumu veřejného mínění*. Praha: Orbis.
- GALTUNG, J.-RUGE, M. (1965): The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 1:64-90.
- GAUNTLETT, D. (1998): Ten things wrong with the „effects model“. In: Dickinson, R.-Harindranath, R.-Linné, O. (eds.): *Approaches to Audiences*. London-New York-Sydney-Auckland: Arnold.
- GERBNER, G. (1956): Towards a general model of communication. *Audio-Visual communication Review*, 4:171-199.
- GERBNER, G.-GROSS, L.-MORGAN, M.-SIGNORELLI, N. (1994): Growing up with television: The cultivation perspective. In: Bryant, J.-Zillmann, D. (eds.): *Media Effects: Advances in theory and Research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, s.17-41.
- GERBNER, G.-GROSS, L.-MORGAN, M.-SIGNORELLI, N.-SHANAHAN, J. (2001): Growing up with television: The cultivation perspective. In: Bryant, J.-Zillmann, D. (eds.): *Media Effects: Advances in theory and Research*. (2. vyd.) Mahwah, NJ: Erlbaum.
- GERBNER, G. et al. (1980): The „meanstreaming“ of America: violence profile number 11. *Journal of Communication* 30/2:53-69.

- GILES, D. (2003): *Media Psychology*. Mahwah, London: LEA.
- GOKESMITH, J.-WU, T. (2000): *Kdo řídí Internet*. Praha: Argo, Dokořán.
- GORMAN, L.-MCLEAN, D. (2003): *Media and Society in the Twentieth Century*. Oxford: Blackwell Publishing.
- GRAMSCI, A. (1971): *Selections from the Prison Notebooks*. London: Lawrence & Wishart.
- GROSSBERG, L.-WARTFELLA, E.-WHITNEY, D. Ch. (1998): *MediaMaking: Mass Media in a Popular Culture*. Thousand Oaks-London: Sage.
- GROSSMAN, L. K. (1985): *The Electronic Republic*. New York: Viking.
- GUMG (1976): *Bad News*. London: Routledge and Kegan Paul.
- GUMG (1980): *More Bad News*. London: Routledge and Kegan Paul.
- GUMG (1982): *Really Bad News*. London: Routledge and Kegan Paul.
- GUNTER, B. (1997): *Measuring Bias on Television*. Luton: John Libbey Media.
- GUNTER, B.-MCALFEER, J. (1997): *Children and Television*. London: Routledge.
- HABERMAS, J. (1973): *Erkenntnis und Interesse. Mit einem neuen Nachwort*. Frankfurt/Mein: Suhrkamp.
- HABERMAS, J. (2000): *Strukturalní přeměna veřejnosti*. Praha: Filosofia.
- HACHEMEISTER, L.-RAGER, G. (2000): *Wer beherrscht die Medien?* Mnichov: C. H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung.
- HALL, S. (1980): Encoding and decoding in the television discourse. In: Hall, S.-Hobson, D.-Lowe, P. (eds.): *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, s. 197-208.
- HALL, S. (2006): Encoding/Decoding. In: Madrid, P.-Thornham, S. (eds.): *Media Studies*. New York: New York University Press, s. 51-61.
- HALL, S.-CRITCHER, S.-JEFFERSON, T.-CLARKE, J.-ROBERTS, B. (1978): *Policing the Crisis*. London: Macmillan.
- HALLIN, D. C.-MANCINI, P. (2004): *Comparing Media Systems*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HALLIN, D. C.-MANCINI, P. (2008): *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál.
- HAMELINK, C. (1979): *The new international information order*. Paris: UNESCO.
- HAMELINK, C. (1983): *Cultural Autonomy in Global Communications*. Norwood: Ablex.
- HARDT, H. (2001): *Social Theories of the Press. Constituents of Communication Research, 1840s to 1920s*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- HARDT, H. (2004): *Myths for the Masses*. Oxford: Blackwell Publishing.
- HARDY, J. (2008): *Western Media Systems*. Oson, New York: Routledge.
- HARRINGTON, A. a kol. (2006): *Moderní sociální teorie*. Praha: Portál.
- HARTLEY, J. (1992): *Understanding News*. London: Routledge.
- HARTLEY, J. (1996): *Popular Reality*. London: Arnold.
- HEINRICH, J. (2001): *Medienökonomie I*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- HERMAN, E. (1999): *The Myth of the Liberal Media*. New York: Peter Lang.
- HERMAN, E.-CHOMSKY, N. (1988): *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*. New York: Pantheon.
- HERZOG, H. (1944): What do we really know about daytime serial listeners? In: Lazarsfeld, P. F.-Stanton, F. N. (eds.): *Radio Research 1942-1943*, New York: Duell, Sloan and Pearce.
- HJARVAARD, S. (2008): The mediatization of society. A theory of media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review* 29(2):105-134.
- HOBBSAWM, E. (1997): *Věk extrémů*. Praha: Argo.

- HOBSON, D. (1980): Housewives and the Mass Media. In: Hall, S.-Hobson, D.-Lowe, A.-Wills, P. (eds.): *Culture, Media, Language: Working Papers in Media Studies 1972-1979*. London: Hutchinson, s.105-114.
- HOBSON, D. (2004): Everyday People, Everyday Life. In: Feilitzten, C. von: *Young People, Soap Operas and Reality TV*. Göteborg: Nordicom.
- HODGE, R.-KRESS, G. (1988): *Social Semiotics*. Cambridge: Polity Press.
- HOCH, K. (1913): *Noviny*. Praha: E. Topič.
- HOLMES, D. (2005): *Communication Theory. Media, Technology and Society*. Thousand Oaks-London: Sage.
- HOLTZ-BACHA, Ch.-KUTSCH, A. (eds.) (2002): *Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- HØYER, S. (1998): Constructing Epochs in the History of the Press. *Nordicom Review*, 19, 2:3-16.
- HØYER, S.-LAUK, E. (2003): The Paradoxes of Journalistic Profession. *Nordicom Review*, 2:3-17.
- HØYER, S.-PÖTTKER, H. (2005): *Diffusion of the News Paradigma 1850-2000*. Göteborg: Nordicom.
- HRABÁNEK, J.: *Tiskové právo československé*. Spolek posluchačů Vysoké školy politické a sociální v Praze, rozmnoženo jako rukopis.
- HUDEČ, V. (1982): *Úvod do teorie žurnalistiky*. Praha: Novinář.
- HUTCHINSON, D. (1999): *Media Policy. An Introduction*. Oxford: Blackwell Publishers.
- CHAPMAN, J. (2005): *Comparative Media History*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- CHLUPÁČ, M. (1978): *Propaganda jako společenský jev*. Praha: SPN.
- INNIS, H. (1950): *Empire and Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- INNIS, H. (1951): *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- IVENGAR, S. (1991): *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- JARREN, O.-BONFADELLI, H. (2001): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. Bern-Stuttgart-Wien: Pau Haupt-UTB.
- JENSEN, K.-B. (2002): From Media History to Communication History. *Nordicom Review*, 23, 1-2:85-94.
- JERÁBEK, H. (1997): *Paul Lazarsfeld a počátky komunikačního výzkumu*. Praha: Karolinum.
- JHALLY, S. (1990): *The Codes of Advertising: Fetishism and the Political economy of Meaning in the Consumer Society*. New York: Routledge.
- JHALLY, S.-LEWIS, J. (1992): *Enlightened Racism: The Cosby Show, Audience, and the Myth of American Dream*. Boulder: Westview Press.
- JIRÁK, J.: Diskuse o užívání spisovné češtiny z hlediska medializace veřejné a soukromé komunikace. *Naše řeč* LXXXIX/březen 2006, s. 15-21.
- JIRÁK, J. (1998): *Analýza zpravodajských pořadů Českého rozhlasu*. Praha: Centrum pro mediální studia CEMES UK FSV. Nepublikováno.
- JIRÁK, J.-DVOŘÁKOVÁ, T. (2008): *Koncepce klasifikace audiovizuálních produktů podle věkových skupin*. Praha: Centrum pro mediální studia CEMES UK FSV. Nepublikováno.
- JIRÁK, J.-KÖPPOVÁ, B. (1995): Kontury vývoje vzdělávání českých novinářů. *Dějiny a společnost*, 5/1995, s. 10n.

- JIRÁK, J.-KÖPPLOVÁ, B. (1986): Fakulta sociálních věd. In: *Dějiny Univerzity Karlovy IV*. Praha: Karolinum, s. 533-542.
- JIRÁK, J.-KÖPPLOVÁ, B. (2003): *Media a společnost*. Praha: Portál.
- JIRÁK, J.-KÖPPLOVÁ, B. (2006): K vývoji novinářského povolání. In: *Acta Musei Nationalis Pragae, Rada C – Literární historie, Svazek LI* (2006), číslo 1-4:19-27.
- JIRÁK, J.-KÖPPLOVÁ, B. (2006): K periodizaci vývoje medií. In: *Acta Musei Nationalis Pragae, Rada C – Literární historie, Sv. LI/1-4*:27-32.
- JIRÁK, J.-RICHOVÁ, B. (2000): *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum.
- JOWETT, G. S.-JARVIE, I. C.-FULLER, K. H. (1996): *Children and the Movies. Media Influence and the Payne Fund Controversy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- JOWETT, G. S.-O'DONNELL, V. (1992): *Propaganda and Persuasion*. Newbury Park, London-New Delhi: Sage.
- JUNKOVÁ, B. (2008): *Infocábava v současné psané publicistice*. In: Jaklová, A. (ed.): *Člověk-jazyk-komunikace. České Budějovice: JČU*.
- KATZ, E. (1957): The Two-Step Flow of Communication: an Up-To-Date Report on an Hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, 21, 1:61-78.
- KATZ, E.-BLUMLER, J. G.-GUREVITCH, M. (1974): Utilization of Mass Communication by the Individual. In: Blumler, J. G.-Katz, E. (eds.): *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Quantifications Research*. Thousand Oaks: Sage, s.19-32.
- KELLER, J. (2004): *Dějiny klasické sociologie*. Praha: Slon.
- KERSHAW, B. (1994): Framing the audience for theatre. In: Keat, R.-Whiteley, A.-Abercrombie, N. (eds.): *The Authority of the Consumer*. London: Routledge.
- KERSHAW, B. (1996): The politics of postmodern performance. In: Campell, P. (ed.): *Analyzing Performance*. Manchester: MUP.
- KLAPPER, J. T. (1960): *Effects of Mass Media*. New York: Free Press.
- KLAUS, V. (2007): *Modrá, nikoliv zelená planeta*. Praha: Dokořán.
- KLOSKOWSKÁ, A. (1967): *Masová kultura, její systém a aktéři 1948-1956*. Praha: Libri.
- KNAPIK, J. (2006): *V zajetí moci. Kulturní politika, její systém a aktéři 1948-1956*. Praha: Libri.
- KOM (2007) 833: *Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí. Sdělení Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů*. Brusel 20. 12. 2007.
- KOMENSKÝ, J. A. (1984): *Labyrint světa a ráj srdce*. Praha: Odeon.
- KONČELÍK, J.-CEBE, J.-KÖPPLOVÁ, B.-NEČAS, V.-KRYŠPÍNOVÁ, J. (2007): Řízení tisku v letech 1939-1945: analýza protektorátních tiskových porad. *Mediační studia*, 2:3, s. 272-291.
- KÖPPLOVÁ, B.-KÖPPL, L. (1989): *Dějiny světové žurnalistiky I: Celý svět je v novinách*. Praha: Novinář.
- KÖPPLOVÁ, B.-VOJTEK, J. (1978): *Vývoj britského tisku od druhé poloviny 19. století do 70. let 20. století*. Praha: Univerzita Karlova.
- KOSZYK, K. (1992): Probleme einer Sozialgeschichte der öffentlichen Kommunikation. In: BOBROWSKY, M.-DUCHKOWITSCH, W.-HAAS, H. (eds.): *Medien und Kommunikationsgeschichte*. Wien: Wilhelm Braumüller, s. 29-36.
- KOŤÁTKO, P. (1998): *Význam a komunikace*. Praha: Filosofia.
- KRAUS, J. (2008): *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Praha: Karolinum.

- KROTZ, F. (2009): Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change. In: Lundby, K. (ed.): *Mediatization. Concepts, changes, consequences*. New York: Peter Lang, s. 21-40.
- KUNCZIK, M. (1988): *Concepts of journalism. North and South*. Bonn: PES.
- KUNCZIK, M. (1990): *Die manipulierte Meinung. Nationale Image-Politik und internationale Public Relations*. Köln, Sien: Böhlau Verlag.
- KUNCZIK, M. (1995): *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum.
- KUNCZIK, M.-ZIPPFL, A. (2001): *Publizistik*. Köln-Weimar-Wien: Böhlau Verlag. UTB. 2001.
- LAMSER, V. (1969): *Komunikace a společnost*. Praha: Academia.
- LASSWELL, H. (1927): *Propaganda Technique in the World War*. New York: Knopf.
- LASSWELL, H. (1948): The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, L. (ed.): *The Communication of Ideas*. New York: Harper, s. 32-51.
- LAURIN, A. (1928): Toulavé zprávy. In: *Přítomnost*, roč. IV., č. 49, 15. 12. 1928.
- LAZARSPFELD, P. F.-BERELSON, B.-GAUDET, H. (1948): *The People's Choice*. New York: Columbia University Press.
- LAZARSPFELD, P. F.-KATZ, E. (1955): *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. Glencoe, Ill: Free Press.
- LENIN, V. I. (1953): *Co dělat?* Spisy, sv. 5, Praha: Svoboda.
- LENER, D. (1958): *The Passing of Traditional Society*. Glencoe, Ill: Free Press.
- LEWIN, K. (1947): *Channels of Group Life*. Human Relations 1:143-153.
- LEWIS, J. (2001): *Constructing Public Opinion*. New York: Columbia University Press.
- LEWIS, J.-INTHORN, S.-WAHL-JORGENSEN, K. (2005): *Citizen or Consumer?* Berkshire: Open University Press.
- LIESSMANN, K. P. (2008): *Teorie nevzdělanosti*. Praha: Academia.
- LIPPMANN, W.: *Public Opinion*. Free Press: New York. 1965 (1. vyd. 1922, 1. obnovené vyd. 1949).
- LOWERY, S. A.-DeFLEUR, M. L. (1995): *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*. White Plains, NY: Longman.
- LUHMANN, N. (1975): Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien. In: SCHATZ, O. (ed.): *Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien?*, Graz: Styria im Styria Pichler, s. 13-30.
- LUHMANN, N. (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Köln-Opladen: Westdeutscher Verlag.
- LUHMANN, N. (1999): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, sv. II.
- LULL, J. (1980): The Social Uses of Television. *Human Communication Research* 6(3):197-209.
- LUNDBY, K. (2009): Media Logic: Looking for Social Interaction. In: Lundby, K. (ed.): *Mediatization. Concepts, changes, consequences*. New York: Peter Lang, s. 101-118.
- MacBRIDE COMMISSION (2004): *Many voices, one world: Towards a new, more just and more efficient world information and communication order*. 25th anniversary edn. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- MACDONALD, M. (2006): Empire and communication: media wars of Marshall McLuhan. *Media, Culture & Society*, 28(4):505-520.

- MACYRA, V. (1988): *Čudný sen*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- MALAMUTH, N. M. - CHECK, J. E. P. (1980): Penile tumescence and perceptual responses to violent and sexually degrading depictions of women. *Journal of Personality and Social Psychology* 10:528-547.
- MALITZKE, G. (1963): *The Psychology of Mass Communication*. Hamburg: Verlag Hans Bredow-Institute.
- MANGUEL, A. (2007): *Dřívější čtení*. Brno: Host.
- MARSHALL, P. D. (2004): *New Media Cultures*. London, New York: Arnold.
- MARK, K. - ENGELS, R. (1952): *Nimocká ideologie*. Praha: Svoboda.
- MAZZOLENI, G. - SCHULZ, W. (1999): „Mediation” of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication* 16:247-261.
- MCCOMBS, M. E. - SHAW, D. L. (1972): The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly* 26:176-187.
- MCGUIRE, W. J. (1986): The myth of massive media impact: Savagings and salvagings. In: Comstock, G. (ed.): *Public Communication and Behavior I*. Orlando, FL: Academic Press, s. 173-257.
- McCHESNEY, R. W. (1999): *Rich Media, Poor Democracy*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- McCHESNEY, R. W. (2008): *The Political Economy of Media*. New York: Monthly Review Press.
- McLUHAN, M. (1962): *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLUHAN, M. (1987): *Understanding Media*. London: ARK.
- McLUHAN, M. (1991): *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon.
- McLUHAN, M. (2000): *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: Jota.
- McNAIR, B. (1998): *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- McNAIR, B. (2004): *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál.
- McNAIR, B. (2007): *An Introduction to Political Communication*. Oxon, New York: Routledge.
- McQUAIL, D. (1983, 1987, 1994, 2000): *Mass Communication Theory. An Introduction*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- McQUAIL, D. (1984): *Communication*. London-New York: Longman.
- McQUAIL, D. (1992): *Media Performance*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- McQUAIL, D. (1997): *Audience Analysis*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- McQUAIL, D. (2005): *McQuail's Mass Communication Theory*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- McQUAIL, D. (2009): *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- McQUAIL, D. - BLUMLER, D. - BROWN, J. R. (eds.) (1972): *Sociology of the Mass Media*. London: Penguin Books.
- McQUAIL, D. - WINDAHL, S. (1993): *Communication Models*. London: Longman.
- MČS (1987): *Mluvnice češtiny 3*. Praha: Academia.
- MEDSGER, B. (2005): Evolution of Journalism Education in the US. In: Burgh, H. de: *Making Journalists*. London and New York: Routledge, s. 205-226.
- MENCHER, M. (1991): *News Reporting and Writing*. Dubuque, IA: Wm. C. Brown Publishers.
- MENZ, F. (1989): Manipulation strategies in newspapers: a program for critical linguistics. In: Wodak, R. (ed.): *Language, Power and Ideology*. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

- MERTON, R. (1957): *Social theory and Social Structure*. Glencoe: Free Press.
- MEYER, T. - Hinchman, L. (2002): *Media Democracy. How the Media Colonize Politics*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- MEYROWITZ, J. (1985): *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- MEYROWITZ, J. (2006): *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum.
- MÍKA, Z. (2008): *Zábava a slavnosti staré Prahy*. Praha: Ostrov.
- MILLER, W. L. (1990): *Media and Voters*. Oxford: Clarendon Press.
- MILTON, J. (1945): *Areopagetica, aneb řeč o svobodě tisku*. Praha: Družstevní práce.
- MITCHELL, A. (1983): *The Nine American Lifestyles*. New York: Warner.
- MOCNÁ, D. (1996): *Červená knihovna*. Praha-Litomyšl: Paseka.
- MOKREJŠ, A. (2005): *Veřejnost: skutečnost - iluze - fikce*. Praha: Triton.
- MONACO, J. (2004): *Jak čist film*. Praha: Albatros.
- MOORES, S. (1993): *Interpreting Audiences*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- MORLEY, D. (1980): *Nationwide Audience: Structure and Decoding*. London: Routledge.
- MORLEY, D. (1986): *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- MORLEY, D. (1993): Active audience theory: pendulums and pitfalls. *Journal of Communication* 14:13-19.
- MOSCO, V. (1996): *Political Economy of Communication*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- MUKAŘOVSKÝ, J. (1936): *Estetická funkce, norma a hodnota jako sociální fakty*. Praha: Fr. Borový.
- MURDOCK, G. - GOLDING, P. (1974): For a Political Economy of Mass Communications. In: MILIBAND, R. - SAVILLE, J. (eds.): *Socialist Register*. London: Merlin Press, s. 205-234.
- MUSIL, J. (1962): *Sociologie soudobého města*. Praha: Svoboda.
- NERONE, J. C. (ed.) (1995): *Last Rights. Revisiting Four Theories of the Press*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- NEWCOMBE, T. (1953): An approach to the study of communicative acts. *Psychological Review* 60:469-499.
- NICHOLS, J. - McCHESNEY, R. W. (2009): The Death and Life of Great American Newspapers. *Nation* 18. 3. 2009, http://www.thenation.com/doc/20090406/nichols_mcchesney.
- NIMH (National Institute for Mental Health) (1983): Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties. In: Wartella, E. - Whitney, D. C. (eds.): *Mass Communication Review Yearbook*. Beverly Hills, CA: Sage, vol. 4:23-35.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1973): Return to the concept of powerful mass media. *Studies of Broadcasting* 9:67-112.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1980): *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut*. München: Piper.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1996): *Öffentliche Meinung*. Frankfurt am Main: Ullstein.
- NOELLE-NEUMANN, E. - SCHULZ, W. - WILKE, J. (2002): *Fischer Lexikon Publizistik, Massenkommunikation*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH.
- NORDENSTRENG, K. (1984a): *The Mass Media Declaration of UNESCO*. Norwood: Alex.

- SCHEIDE S. J. (2000): *Průběhová literatury*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV ČR, v.v.i.
- SCHULZ, W. (2000): *Průběh a důsledky politické komunikace*. In: Jirák, J.-Řichová, B.: *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum.
- SCHULZ, W. (2004): *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. *European Journal of Communication*, Vol. 19(1):87-101.
- SCHULZ, W.-HAGEN, L.-SCHREIDER, H.-REIPOVÁ, I. (1998): *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.
- SCHULZ, W.-HAGEN, L.-SCHREIDER, H.-REIPOVÁ, I.-KONČELÍK, J. (2004): *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.
- SISEK, F. (1982): *Freedom of the Press in England, 1476-1776*. Urbana: University of Illinois Press.
- SISEK, F.-PETERSON, T.-SCHRAMM, W. (1963): *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- SLATER, D.-TACHI, J. (2004): *Research: ICT innovations for poverty reduction*. UNESCO.
- SMĚRNICE RÁDY 2007/85/ES. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:332:0077:01:CS:HTML>
- STATE OF THE NEWS MEDIA REPORT (2004) http://www.stateofthenewsmedia.org/2004/narrative_overview_intro.asp?media=1
- STEPHENS, M. (1997): *A History of News*. Forth Wrth: HBC Publishers.
- STEPHENSON, H.-MORÉ, F. (1990): *Journalism Training in Europe*. Luxembourg: Commission of EC.
- STEVENSON, N. (1985): *Understanding Media Cultures*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- STÖBER, R. (2004): *What Media Evolution Is?* *European Journal of Communication*, Vol. 19(4):483-505.
- STÖBER, R. (2005): *Deutsche Pressgeschichte*. Konstanz: UVK, Verlagsgesellschaft.
- STREET, J. (1997): *Remote Control? Politics, Technology and „Electronic Democracy“*. *European Journal of Communication*, Vol. 12(1):27-42.
- SUCHÝ, A. (2007): *Mediační zlo - mýty a realita*. Praha: Triton.
- ŠALDA, J. (1968): *Od rukopisu ke knize a časopisu*. Praha: SNTL.
- ŠARADÍN, P. (2001): *Historické proměny pojmu ideologie*. Brno: CDK.
- ŠTĚPÁNEK, V. (1965): *Teorie literatury*. Praha: SPN.
- TEJKALOVÁ, A. (2008): *Mediační reprezentace českých handicapovaných sportovců*. *Pražské sociální vědní studie*. Mediační řada, MED-013. Praha: Fakulta sociálních věd UK.
- THOMPSON, J. B. (1984): *Studies in the Theory of Ideology*. Cambridge: Polity Press.
- THOMPSON, J. B. (1997): *Scandal and Social Theory*. In: Lull, J.-Hinerman, S.(eds.): *Media Scandals*. Cambridge: Polity Press.
- THOMPSON, J. B. (2004): *Média a modernita*. Praha: Karolinum.
- THOMSON, O. (1977): *Mass Persuasion in History*. Edinburgh: Paul Hartus Publishing.
- THUSSU, D. K. (2009): *News As Entertainment*. Los Angeles-London-New Delhi: Sage.
- TÖNNIES, F. (1922): *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Springer.
- TRAMPOTA, T. (2006): *Zpravodajství*. Praha: Portál.
- TUCHMAN, G. (1972): *Objectivity as Strategic Ritual*. *American Journal of Sociology* 77 (January): 660-679.

- TUCHMAN, G. (1978): *Making News*. New York-London: The Free Press.
- TUNSTALL, J. (1971): *Journalists at Work*. London: Constable.
- TUNSTALL, J. (1977): *The Media Are American*. London: Constable.
- TUNSTALL, J. (1993): *Television Producers*. London and New York: Routledge.
- TUNSTALL, J. (2001): *Media Occupations and Professions*. Oxford: Oxford University Press.
- TUNSTALL, J.-PALMER, M. (1991): *Media Moguls*. London and New York: Routledge.
- TUROW, J. (1984): *Media Industries*. White Plains, NJ: Longman.
- Van DIJK, J. (1999): *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage.
- Van DIJK, T. A. (1998): *Ideology: a multidisciplinary approach*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- Van DIJK, T. A. (1988): *News Analyses*. New Jersey: LEA.
- VIRČÍK, J. a kol. (1974): *Místo masových komunikačních prostředků v systému propagandy. Otázky teorie a výskumu propagandy v masových komunikačních prostředcích*. Bratislava: Pravda.
- VIRILIO, P. (2004): *Informatická bomba*. Červený Kostelec: Pavel Mervart.
- VODIČKA, F. (1969): *Struktura vývoje*. Praha: Odeon.
- VOIT, P. (2006): *Encyklopedie knihy*. Praha: Libri.
- VONKA, R. J. (1928): *Proč má Komenský místo na výstavě „Presse“*. *Duch novin*, Vol. I/1928, s. 162-176.
- VSS (1996): *Velký sociologický slovník I a II*. Praha: Karolinum (VSS I, VSS II).
- VYMAZAL, J. (1991): *Koncepce masové komunikace v sociologii*. AUC OXOG-1989. Praha: Karolinum.
- VÝROST, J.-SLAMĚNÍK, I. (eds.) (1998): *Aplikovaná sociální psychologie I*. Praha: Portál.
- WATSON, J. (1998): *Media Communication*. London: Macmillan Press Ltd.
- WEAVER, D.-WILHOIT, C. G. (1986): *The American Journalist*. Bloomington, IN: University of Indiana Press.
- WEBER, M. (1998): *Politika jako povolání*. In: Weber, M.: *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: OIKOYMENH, s. 246-296.
- WEISCHENBERG, S. (2001): *Nachrichten-Journalismus*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- WEINER, R. (1996): *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*. New York: Macmillan.
- WELKE, M. (1977): *Zeitung und Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert*. In: *Presse und Geschichte*. Mnichov.
- WELLEK, R.-WARREN, A. (1996): *Teorie literatury*. Olomouc: Votobia.
- WERTHAM, F. (1954): *The Seduction of the Innocent*. New York: Rinehart.
- WESTLEY B. H.-MACLEAN, M. (1957): *A conceptual model for mass communication research*. *Journalism Quarterly* 24:31-38.
- WHITE, D. M. (1950): *The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News*. *Journalism Quarterly* 27(3):383-390.
- WILKE, J. (1983): *Leitideen in der Begründung der Pressefreiheit*. *Publizistik* 28, 4:512-524.
- WILKE, J. (1984): *Nachrichtenauswahl und Medienrealität in vier Jahrhunderten. Eine Modellstudie zur Verbindung von historischer und empirischer Publizistikwissenschaft*. Berlin: de Gruyter.
- WILKE, J. (2000): *Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte*. Köln-Weimar-Wien: Böhlau Verlag.

- WILLEMEN, P. (1978): Notes on subjectivity. *Screen* 19/1.
- WILLIAMS, K. (1998): *Get Me a Murder a Day!* London: Arnold.
- WILLIAMS, R. (1958): *Culture and Society 1780/1950*. New York: Harper and Row.
- WILLIAMS, R. (1965): *The Long Revolution*. Harmondsworth: Penguin.
- WINDAHL, S.-SIGNITZER, B.-OLSON, J. T. (1992): *Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication*. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage.
- WINSTON, B. (1998): *Media Technology and Society*. London and New York: Routledge.
- WINTERHOFF-SPURK, P. (ed.) (1995): *Psychology of media in Europe: The state of the art, perspectives for future*. Opladen: Westdeutcher Verlag.
- WRIGHT, C. R. (1960): Functional Analysis and Mass Communication. *Public Opinion Quarterly* 24:606-620.
- WUTTKE, H. (1875): *Die deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung. Ein Beitrag zur Geschichte des Zeitungswesens*. Leipzig: Joh. Wilh. Kager.
- YOUNG, M. L. (1992): *Dictionary of Polling. The Language of Contemporary Opinion Research*. New York: Greenwood Press.
- ZELIZER, B. (2004): *Taking Journalism Seriously*. Thousand Oaks-London-New Delhi: Sage.
- ZOONEN, J. van (1992): *The Women's Movement and the Media: Constructing a Public Identity*. *European Journal of Communication* 7, 4:453-476.