

## Severo/středoevropský model neboli model demokraticko-korporativistický

Model, který jsme nazvali demokraticko-korporativistický, se rozvinul v severní a střední Evropě – ve Skandinávii, Beneluxu, Německu, Rakousku a Švýcarsku. Země, kterými se budeme zabývat v této kapitole, si jsou, podobně jako tomu bylo u středomořských zemí, geograficky blízké a stejně jako každá z našich tří skupin zemí mají tradici častých a intenzivních kontaktů, v tomto případě často posilovaných vzájemnými spory. Z jazykového hlediska se odlišují, třebaže mezi nimi jsou tři země se silnou německy mluvící populací a holandsština, norština, dánština a švédština jsou jazykově příbuzné němečině, která sloužila, stejně jako později angličtina, jako *lingua franca* této oblasti.

Zejména v některých skupinách zemí docházelo k silné výměně znalostí a vzájemný vliv pojetí kultury a politiky byl obzvláště silný – například mezi Rakouskem, Švýcarskem a Německem, mezi skandinávskými zeměmi a mezi Belgií a Nizozemskem;<sup>61</sup> silně provázaný historický vývoj ovšem ovlivnil komunikační systém napříč celým regionem. Interakce mezi těmito zeměmi byla často konfliktní povahy. Také konflikt je však sociálním vztahem a často představoval export nebo vzájemné ovlivnění kulturního modelu. Jak ukážeme, „kolosální válka církevní propagandy“ (Anderson, 1983), která započala Lutherovou revoludou proti církvi, se hrála

<sup>61</sup> Skandinávské demokracie se dosud v řadě politických rozhodnutích shodují: nezávisle na členství v Evropské unii (jejím členem není Norsko), v roce 1952 byla ustavena Nordická rada, jejímž cílem byla integrace politiky těchto zemí.

obzvláště důležitou úlohu při utváření společné kultury a společné veřejné sféry v severní a střední Evropě: formovala nejen náboženskou víru, ale také politické struktury a praxi médií včetně skutečnosti, že se rodící tisková média stala v celé oblasti platformou pro vyjádření hluboce zakořeněných konfliktních politických a církevních subkultur.

Země probírané v této kapitole mají vyjma Německa relativně málo obyvatel: název demokraticko-korporativistického modelu je silně ovlivněn analýzou Petera Katzensteina (1985) *Small States in World Markets* (Malé státy na světové tržnici). Jak uvádí Katzenstein, malé země severní a středozápadní Evropy převzaly na počátku 20. století politické modely, které představovaly kompromis a společný podíl na moci mezi hlavními organizovanými silami společnosti a rozšíření sociálního státu, který Německo a Rakousko přejaly z větší části po druhé světové válce (termínem střední Evropa v této kapitole rozumíme Rakousko, Švýcarsko a Německo. Polsko, Maďarsko a Česká republika sice sdílejí se zeměmi demokraticko-korporativistického modelu značnou část historie, ale jejich komunistická zkušenost zjevně odlišuje jejich politickou a mediální tradici od probíraných zemí). Jak ukážeme v poslední části této kapitoly, Katzenstein připisuje historický původ tohoto politického modelu vzorci historického vývoje, v jehož rámci byly konzervativní síly katolické církve a aristokratických vlastníků půdy mnohem slabší než v zemích jižní Evropy, kde se vyvinul model polarizovaného pluralismu. Jak ukážeme, tento model úzce souvisí s evolucioním modelem mediálního systému.

Společná historie zemí této oblasti a intenzita jejich interakce jak v období míru, tak v době války znamená, že i přes řadu rozdílů mezi nimi jejich mediální systémy spolu sdílejí řadu důležitých vlastností. Můžeme je označit jako tři „koexistence“, které považujeme za specifika demokraticko-korporativistických zemí – tři systavy prvků mediálního systému, které se v jiných systémech společně neobjevují (nebo jen v odlišných historických okamžicích) a které můžeme považovat (zejména pokud budeme brát jako „normální“ model liberální) za neslučitelné, během 20. století však v demokraticko-korporativistických zemích koexistovaly.

Za prvé, pro demokraticko-korporativistické země byla typická vysoká míra politického pluralismu – sklon médií vyjadřovat odlišnosti formou stranění a nové sociální rozdělení, které koexistuje s intenzivním vývojem masového tisku. První z těchto dvou prvků, politické stranění, během posledních dvaceti let zjevně oslabil. Dorniváme se, že historická zkušenost silně obhajujícího tisku je charakte-

ristická nejen pro vývoj médií v severní a střední Evropě, ale nadále podstatným způsobem ovlivňuje žurnalistiku, strukturu médií a způsob jejich interakce s dalšími sociálními silami. Ve všech těchto zemích se rozvinuly silné komerční mediální trhy a demokraticko-korporativistické země si nadále udržují vysokou úroveň nových nákladů, jak ukazuje tabulka 2.1; Norsko, Finsko a Švédsko mají společně s Japonskem nejvyšší náklad novin na světě. O něco nižší má Dánsko, Německo, Nizozemsko a Rakousko. Podstatně nižší výsledky má z této skupiny zemí jen Belgie. Jak je patrné nejen z tohoto příkladu, nachází se Belgie částečně mezi demokraticko-korporativistickým modelem a modelem polarizovaného pluralismu.

Druhá „koexistence“, která tento model odlišuje od demokraticko-korporativistického modelu, úzce souvisí s předchozí: jak jsme naznačili v druhé kapitole, vysoká míra politického pluralismu médií probíhá souběžně s vysokou úrovní žurnalistické profesionalizace, a to včetně silného konsenzu v otázce profesních norem, představě o naplňování společného veřejného zájmu a vysoké míry autonomie na ostatních společenských silách. I zde původní podoba vztahu těchto dvou prvků oslabila; oslabení politického pluralismu napříč Evropou detailněji rozebereme v osmé kapitole. Nicméně věříme, že tradiční koexistence politického pluralismu a novinářského profesionalismu je v demokraticko-korporativistických zemích natolik důležitým historickým faktorem, že ho musíme vysvětlit, a zároveň prvkem, který je stále důležitý pro pochopení mediálních systémů. Tato „koexistence“ znamená, že země demokratického korporativismu sdílejí společné vlastnosti s modelem polarizovaného pluralismu (relativně vysoký stupeň politického pluralismu, stranění, externí pluralitu tisku) a některé vlastnosti s liberálním modelem (silný vývoj mediálních trhů a profesionalismus).

Třetí „koexistence“ souvisí do určité míry s rolí státu. V demokraticko-korporativistických zemích sahá tradice určitých forem samovlády zpět do dřívějších historických období a liberální instituce v nich byly ustaveny, s výjimkou Rakouska a Německa, velmi brzy. Z tohoto hlediska existuje silná tradice omezení státní moci – jedním z nejdůležitějších projevů toho je brzký vývoj svobody tisku. Na druhou stranu ve 20. století došlo v demokraticko-korporativistických zemích k rozvoji silné sociální politiky státu a dalších forem aktivní státní intervence a tyto tendence se projevují výrazným angažováním veřejného sektoru v mediální sféře. To odlišuje demokraticko-korporativistický model od liberálních zemí.

## Počátky tištěných médií

Země severní Evropy – na kontinentě i v Británii – byly průkopnicí svobody tisku. Principy publicity, které jsou charakteristické pro parlamentní demokracii (Humphreys, 1996) i pro tisk jako sociální instituci, se rozvinuly brzy a silně. V některých případech souvisel vznik prvních novin s tržním kapitalismem, zatímco v jiných souvisel s politickými nebo náboženskými spory. Jak ukážeme podrobněji v další části této kapitoly, silný rozvoj tisku v severní Evropě souvisel se slabou pozicí *ancien régime* (starého režimu), která plynula z rostoucí moci liberálního. Vzorec historického vývoje se v případě jednotlivých zemí odlišoval, ale vývoj tištěných médií spojený s nárůstem gramotnosti střední třídy je klíčový pro rozvoj médií ve všech demokraticko-korporativistických zemích. Mnohem déle než v malých zemích si aristokracie a absolutistický stát udržely silnou pozici v Německu a v Rakousku-Uhersku. V těchto zemích byl přechod k liberálnímu uspořádání zdoluhavější a konfliktnější, podobně jako v zemích demokratického pluralismu. Ničméně rozkvět obchodnické a průmyslové střední třídy byl pro podporu většiny institucí v rámci nového uspořádání společnosti, včetně masového tisku, postačující.

Obchodníci – jejichž široké obchodní zájmy z nich udělaly první konzumenty novin – měli veelku brzy dominantní postavení v Nizozemsku, ve Švýcarsku a v Belgii. Ve Skandinávii se silněji vyvinul průmysl až koncem 19. století. Avšak feudální instituce neměly takové postavení jako jinde v Evropě a rodící se měšťanstvo se často ve spojení s nezávislými rolníky dostalo k moci relativně brzy a hrálo klíčovou úlohu v rozvoji tisku. Gustafsson a Hadenius v souvislosti s titulem považovaným za první švédské moderní noviny, založeným v roce 1830, uvádějí: „Čtenářskou základnu listu *Aftonbladet* představovali vlastníci dołb, obchodníci a intelektuálové – piliře preindustriální společnosti. Potřebovali efektivní prostředek komunikace a list jim ho poskytl.“ (Gustafsson a Hadenius, 1976:32). Nejenže *Aftonbladet* přinášel inzerci a obchodní a politické informace užitečné pro rodící se tržní společnost, vyjadřoval také touhu nové střední třídy po liberální politice a ekonomických reformách (Hadenius a Weibull, 1999). Jak poznamenávali Hadenius a Weibull (132), „konzervativní síly nebyly schopny vydávání listu zastavit“.

Švédsko bylo první zemí světa, která zavedla principy publicity a svobody tisku. Jeho ústava z roku 1776 uznala jak právo na přístup k úředním dokumentům,

tak svobodu tisku. V některých obdobích sice došlo ke zvratu k dřívější situaci, ale z dlouhodobějšího hlediska se Švédsko posunulo směrem k právnímu systému, který upřednostňoval právo občanů účastnit se politického života a oceňoval svobodný tok informací jako základní prvek demokracie – což byly příznivé podmínky pro vývoj tisku. Svobodu tisku zavedly relativně brzy také ostatní severoevropské země: Norsko v roce 1814 (Wolland, 1993), Nizozemsko v roce 1815 (van Lenthe a Boerefijn, 1993), Dánsko v roce 1834 (Søllinge, 1999). Belgie uznala svobodu tisku ústavou z roku 1831 a v roce 1848 upustila od takzvané znalostní daně (Van Gompel, 1998), o několik let dříve než Británie. Později přišla tisková svoboda do Rakouska (1867) a Německa, kde byly konflikty mezi tiskem a státními cenzory<sup>4</sup> běžné až do roku 1874, kdy se za Bismarcka prostřednictvím říšského tiskového zákona (*Reichspressegesetz*) vláda zřekla předběžné cenzury a umožnila vznik národních novin (Sandford, 1976; Humphreys, 1994).

Tyto legislativní mezníky urychlily vzestup tisku, ale byly zároveň odrazovým můstkem k podstatnému nárůstu tiskových nákladů, ke kterým došlo souběžně s postupným vývojem tržních institucí, občanské společnosti a národního státu. První noviny-letáky vyšly jako předchůdci moderních novin ve velkých městech – v Amsterodamu, kde byl vydán první *coranto* (oběžník) pravděpodobně již roku 1607,<sup>5</sup> Kolíně nad Rýnem, Frankfurtu nad Mohanem a v Antverpách. Tato města se nacházela na trase podél hlavních evropských obchodních cest, kde byla silná poptávka nejen po ekonomických a obchodních zprávách, ale také po zpravodajství o politických událostech, které by mohlo ovlivňovat obchod. To zdůrazňuje ve svém popisu počátku veřejné sféry i Habermas (1989:16):

S rozmachem obchodu vyžadovala tržní orientace obchodníků častější a přesnější informace o vzdálených událostech... Velká obchodní města se zároveň stávala centry výměny zpráv; organizace této výměny se stala imperativem podobným kontinuitě výměny komodit a cenových papírů.

Tato informační výměna na sebe původně vzala podobu newsletterů kolujících mezi obchodníky více či méně soukromě. Podle Habermase získalo šíření zpráv opravdu veřejný rozměr (nutno mít na paměti, že „veřejnost“ v tomto období stále před-

<sup>4</sup> První anglicky psané newslettery byly vytvářeny v Amsterodamu a dovezeny do Anglie v roce 1620 (Clark, 1994: 6).

stavovala jen malou část populace) a tisk se v moderním slova smyslu rozvinul společně s vytvořením moderního správního státu regulujícího rodící se trh. Jiny- mi slovy, vývoj tisku souvisel s rozvojem racionálně-legální autority, jejíž zásadní úlohu v rámci demokraticko-korporativistických zemí probereme v další části této kapitoly.

V Německu se první periodika nebo *Messrelationen* přinejmenší shrnutí nejdůležitějších událostí začala objevovat již na začátku 16. století, byť první, které vycházely pravidelně, byly od roku 1609 *Aviso* ve Wolfenbuttelu a *Relation* ve Štrasburku. První deník *Einkommende Zeitungen* byl v Německu založen v roce 1650 v Lipsku. Zatímco v německy mluvící části Švýcarska začal roku 1610 vycházet deník *Ordinari Wochenzeitung* a v roce 1780 se objevil *Neue Zürcher Zeitung*, který lze považovat za první prototyp moderního seriózního deníku, osm let před londýnským *The Times*. V roce 1798 založil knihkupec Johann Friedrich Cotta svůj *Allgemeine Zeitung*, který se stal nejdůležitějším listem první poloviny 19. století. Tomuto ranému rozvoji tisku v severní a střední Evropě následoval v 19. století dramatický nárůst nákladů, který skončil primátem zemí demokratického korporativismu z hlediska čtenosti novin.

Zrod masového tiskového trhu se zakládal na několika strukturálních prvcích, které odlišovaly tyto země od ostatních. Jedním z klíčových faktorů byl zjevně časový vzestup masové gramotnosti. Historici zabývající se gramotností tvrdí, že Evropu před rokem 1800 lze rozdělit z hlediska gramotnosti do tří skupin zemí. První skupina zahrnuje Švédsko, Dánsko, Finsko, Island, Skotsko, Ženevu, Nizozemsko, část Francie, Anglie a Německo, které již dosáhly určité míry masové gramotnosti. Další, geograficky příbuzná skupina zemí měla nižší, ale stále relativně vysokou míru gramotnosti, zatímco nejnižší úroveň gramotnosti se týkala jižní a východní Evropy. Časný rozvoj gramotnosti v severní Evropě úzce souvisel s protestantskou reformací, která principiálně zdůrazňovala, že každý člověk „by měl umět číst a vidět tak na vlastní oči, co Bůh káže a nařizuje v Písmu svatém“, řečeno slovy švédského církevního zákona z roku 1686 (Johansson, 1981:156–157). Organizované šíření gramotnosti s obecnou podporou církve a státu<sup>63</sup> bylo v tomto období

<sup>63</sup> Švédská církev například prováděla v některých oblastech zkoušky farníků posuzující jejich schopnost číst již ve dvacátých letech 16. století a během století následujícího, po církevním zákonu z roku 1686 vedlo toto systematické zavádění gramotnosti k posunu k masové gramotnosti. Prokázání gramotnosti se stalo důležitým při udělení svátosti konfirmace a kon-

běžné pro většinu severní Evropy. Některé části Německa měly povinnou školní docházku už v 17. století. Obrázek 3.1 ukazuje úroveň gramotnosti na konci 19. století: země demokratického korporativismu s výjimkou Rakouska a Belgie měly úroveň přesahující 90 % a z tohoto ohledu měly světový primát<sup>64</sup>.

Vývoj masové gramotnosti úzce souvisel s počátkem industrializace a rozvojem tržních institucí, které různým způsobem přispěly k nárůstu tisku s masovým nákladem. Jak jsme uvedli, poptávka po informacích zvýšila i politickou motivaci zakládat noviny jako hlas rodící se buržoazie. Zároveň poskytovaly ekonomický a kulturní kontext, v jehož rámci mohly být noviny zavedeny jako forma podnikání financovaná inzercí a prodejem a za účelem expanze novinového trhu mohly inovovat svou technologii i obsah. Fáze vzestupu tisku v demokraticko-korporativistických zemích mají úzkou paralelu s etapami v zemích liberálního modelu a do jisté míry i s Francií, která na konci 19. století rovněž zažívala vzestup tisku s masovým nákladem (i když v jejím případě byl tento vývoj částečně obrácený). Hadenius a Weibull (1999) uvádějí, že švédští mediální podnikatelé napodobovali britský i francouzský model. V případě Švédska byl liberálním stockholmským průmyslníkem Larsem Johanem Hiertou v roce 1830 založen *Aftonbladet* – v momentě, kdy se začal ve Spojených státech šířit *penny press*. A podobně jako on přinesl mnohem bohatší obsah než předchozí listy – „politické komentáře, sloupky, zprávy parlamentu a zahraniční zprávy“ (132). K dalšímu rozšíření nákladu přispěl od roku 1864 *Dagens Nyheter* a roku 1889 byl založen první opravdový list s masovým nákladem *Stockholms-Tidningen*.

Jako na další možný důvod vysokých nákladů novin nordických zemí poukazuje Sellinge (1999) na „lokální patriotismus“: Dokonce i v nejmenších městech chtějí mít občané své vlastní lokální noviny. Vysoký náklad lokálního tisku zůstává charakteristickým prvkem všech skandinávských zemí a do určité míry i dalších demokraticko-korporativistických zemí (např. Německa a Švýcarska). „V tomto smyslu je lokální patriotismus – vysoká úroveň občanské angažovanosti v rámci lokálních komunit – historicky spojen s faktem, že se silně rozvinuly liberální institu-

firmární certifikát byl pak podmínkou pro udělení svátosti manželství (Johansson, 1981). To barlo roli zejména na venkově. Jak poukážeme dále v textu, vyznačují se skandinávské země jen mírnými historickými rozdíly úrovně gramotnosti městských a venkovských oblastí.

<sup>64</sup> V demokraticko-korporativistickém systému panoval intenzivní poštovní styk (Vincent, 2000). Habermas zdůrazňuje jako důležitý krok pro vznik veřejné sféry vytvoření původně obchodnického soukromého poštovního systému.

ce jak v rurálních oblastech severní Evropy, tak v městských oblastech. Na rozdíl od demokraticko-korporativistických zemí se tam nerozlišovalo mezi liberálními městy a venkovem s převládajícími tradičními hierarchickými vztahy nebo jejich klientelistickým nástupcem, mezi rurálními a městskými oblastmi neexistoval ani výrazný rozdíl v úrovni gramotnosti. Kořeny a důsledky této odlišnosti probereme důkladněji dále.

### Mezi trhem a straněním

Vzestup prvních novin nastal nejen z důvodu rozvoje obchodu, ale také kvůli náboženským konfliktům, k nimž došlo po protestantské reformaci, a při politických rozepích, které provázely zrod národních států. Už od začátku je patrná dualita novin jako instituce trhu a nástroje politického konfliktu, zdroje informací obchodníků a prostředku k utváření a mobilizaci mínění, která je charakteristická pro noviny severní a střední Evropy. Například ve Švédsku vyšly první pravidelné noviny *Ordinari Post Tidender* v roce 1645, jejich předchůdcem byl list *Hermes Gothicus* vydávaný od roku 1624. Oba listy se objevily v kontextu třicetileté války (1618–1648). List *Ordinari Post Tidender* byl založen, „když kancléř Axel Oxensterna, vládnoucí místo neploleté královně Kristýny vycítil potřebu intenzivní národní propagandy. Švédsko utrpělo v třicetileté válce porážku a morálka národa byla na nízké úrovni.“ (Hadenius a Weibull, 1999:129) Podobně Salokangas uvádí, že expanze finsky psaného tisku, ke které došlo mnohem později, v druhé polovině 20. století, úzce souvisela s finským národním hnutím.

Koexistence mediálního stranění a masového nákladu, která je pro vývoj severní a střední Evropy charakteristická, zjevně pramenila z protestantismu a kalvinismu. Jak vysledovala Elizabeth Eisensteinová (1979:406), „protestanti a tiskaři měli společného mnohem více než katolíci a tiskaři“. „Protestantismus byl prvním hnutím svého druhu, ať už náboženského nebo světského, které využilo tisk k propagaci a agitaci proti zavedeným institucím. Reformátoři se nevědomky stali za pomoci pamfletů namířených k posílení lidové podpory a určených čtenářům neznalých latiny průkopníky revolučního a burcování davů“ (Eisenstein, 1979:304; srovnej Edwards, 1994). Protestantství přispělo nejen k šíření gramotnosti, ale také k rozvoji médií s masovým nákladem a stalo se průkopníkem tradice využívání tisku jako nástroje církevního, politického a sociálního přesvědčování. Tato tradice se

postupně rozšířila na katolíky i na další oblasti společenského života mimo církev. Eisensteinová také uvádí, že protestantismus měl svým důrazem na diskusi a kritické myšlení alespoň v některých svých formách úzkou souvislost s racionálnítou osvícenství. Pokud víme, bylo na toto téma dosud provedeno jen málo výzkumů, ale pravděpodobně lze vysledovat červenou nit, která spojuje protestantskou etiku s duchem žurnalistiky, tak jako protestantská etika souvisí s duchem kapitalismu: dispozice diskurzu byly přeneseny z náboženství na sekulární veřejnou sféru a vytvořily kulturní model upřednostňující čtení, argumentaci, šíření a obranu vlastních názorů, které povzbudily veřejnost ve „srovnávání odlišných názorů, samostatném přemýšlení a vybírání si mezi alternativami namísto bezmyšlenkovitého následování silných vzorů“ (Briggs a Burke, 2002:81).<sup>46</sup>

Protestantská reformace a politické konflikty, které způsobila, mnoho zemí severní a střední Evropy natrvalo rozdělila na stoupence odlišných vyznání a náboženské rozdíly byly často provázány s rozdělením politickým a ekonomickým. Tyto rozpory pak ovlivňovaly mediální systémy, v některých případech ve spojení s etnickým a jazykovým rozdělením a na konci 19. století vždy kombinované s třídním rozdělením společnosti – stejně jako měly vliv na ostatní společenské a politický život během 20. století. Jednou z nejpodstatnějších vlastností demokracie-korporativistických zemí je jejich silné rozdělení na politické a kulturní subkomunity – na tento jev se často poukazuje jako na segmentovaný pluralismus. Mediální instituce měly podobně jako politické strany sklon vycházet z těchto komunit. Tato skutečnost posílila sílu mediálních institucí (stejně jako politických stran) a udržela tradici ideologicky pluralitního tisku se silnou obhajující funkcí.

Nejvýraznějším příkladem segmentovaného pluralismu je příliřovost („verzuiling“) holandské společnosti popsaná v Lijphartově (1968) proslulé analýze. Brants a McQuail (1997:54) píšou:

Holandská společnost byla mezi počátkem 20. století a polovinou šedesátých let (zejména prvních dvacet let po druhé světové válce) nejtýpističtější příkladem „segmentovaného pluralismu“ s vertikálně organizovaným společenským hnutím, vzdělávacími a komunikačními systémy, dobrovolnickými spolky a politickými

<sup>46</sup> K tomuto kulturnímu prostředí přispělo zřejmě také židovství jako další gramotná kultura převládající ve střední Evropě.

stranami (které často překračovaly hranice sociálních vrstev) podle náboženství a ideologických hranic.

Koncept „segmentovaného pluralismu“ byl původně představen Lorwinem (1971) pro označení zřejmých konsolidovaných náboženských a ideologických rozporů, které nacházel nejen v Nizozemsku, ale také v dalších malých evropských zemích, jako jsou Rakousko, Švýcarsko a Belgie. V případě Nizozemska byly hlavními pilíři protestantská, katolická a socialistická subkultura, které se zorganizovaly na konci 19. století za účelem zachování si autonomie na tehdy (a nyní opět) dominantní konzervativní liberální kultuře.

Jednou z hlavních vlastností segmentovaného pluralismu jsou vlastní kanály sociální a komunikace jednotlivých subkomunit (Lijphart, 1968; Brants a McQuail, 1992; Nieuwenhuis, 1992; Van der Eijk, 2000).

Nejenže katolíci a protestanti zakládali své vlastní školy, politické strany, odbory, zaměstnavatelské organizace a nemocnice, ale také své vlastní společenské organizace, cestovní agentury, sportovní spolky. Náboženská příslušnost občana rozhodovala o komunitě, ve které žil, od koležky až do hrobu. Katolíci se například učil aritmetice v katolické škole, šachům v katolickém mládežnickém klubu, hrál fotbal za katolický tým, učil se psát na stroji v katolickém kurzu, trávil prázdniny s katolickou skupinou, a někdy dával dokonce přednost nakupování u katolického obchodníka... Hledání útočisté v rámci skupiny bylo považováno za předstupuň osamostatnění... Tisk byl jako hlavní komunikační médium klíčovými nástrojem tohoto procesu půlřování. Udržoval skupinu pohromadě a dával jí možnost vyjádřit se. Existovaly katolické, protestantské a socialistické deníky a týdeníky a každá skupina měla také svůj ilustrovaný tisk. (Wighbold, 1979:193)

Tato funkce tisku zřejmě přispěla k vysokému nákladu tisku v severní a střední Evropě a k ústřední roli, kterou hrál tisk v životě společnosti. Hluboká kořenů náboženských, etnických a ideologických skupin, intenzita sporů mezi nimi a síla institucí, které vybudovaly, stimulovala vývoj tisku, který dosáhl téměř neuvěřitelné popularity v rámci členstva jednotlivých skupin, pro které bylo čtení tisku zásadní součástí participace v náboženské, politické nebo etnické komunitě. Jak píše v případě Švédska Hadenius a Weibull (1999:135):

Spojení mezi listy a politickými stranami také znamenalo, že se četba novin rozšířila mezi většinu sociálních skupin. Odbory po svých členech například požadovaly, aby četly stranický vázané listy a ustavily tak pravidelné čtenářské návyky mezi dělnickou třídou.

Ve Švédsku ustavily strany a další společenské a náboženské organizace na konci 19. století dobrovolné čtenářské spolky.

Rozsah a formy „segmentovaného pluralismu“ se v jednotlivých zemích demokracieho korporativismu velmi lišily. Při strukturaci sociálního, politického a kulturního života hrály ve všech zemích ústřední roli organizované sociální skupiny a byly s nimi úzce propojeny důležité části mediálního systému: tisk se v rámci sociálních skupin vyvíjel jako nástroj identifikace a organizace, prostředek diskuse, srovnání a mediace konfliktů. První finský deník *Åbo Tidningar*, založený roku 1771, například zastupoval švédskou elitu v Turku, která tehdy Finsku vládla. O pět let později se objevil první finský psaný deník, rovněž v Turku. A tisk nacionalistického finského hnutí se stal na počátku následujícího století organizačním nástrojem osvobození země od švédské okupace. V reakci na tento pokus zavedla švédská komunita svůj vlastní tisk (Salokangas, 1999).

V Belgii reprezentovalo stranění zároveň etnolingvistické, náboženské a ideologické rozdělení. Nejenže zde vycházel vlámský a francouzský tisk, ale i v jejich rámci existovaly odlišnosti založené na politické příslušnosti: Katolické, socialistické a liberální listy se silnými vazbami na politické strany vycházely až do devadesátých let 20. století (Burgelman, 1989). Ve Švýcarsku byl tisk samozřejmě vždy spojen s různými jazykovými skupinami, i když úroveň meziskupinových konfliktů nebyla tak vyhraněná jako u jiných jazykové rozdělených zemí.

Ve Švédsku a v dalších skandinávských zemích, kde nebylo náboženské nebo etnické rozdělení tradičně tak důležité, bylo politické stranění spojeno se společenskými třídami nebo s ideologií a noviny byly provázány se stranami a odbory. „Pro strany bylo zjevně nemožné, aby existovaly bez podpory tisku ve formě zprávo-dajské pozornosti a konkurujících si názorů úvodníků,“ jak poukazuje Gustafsson a Hadenius (1976:35). „Noviny byly důležité pro komunikaci v rámci stran i pro

dialog mezi nimi.<sup>66</sup> Jako první se objevily liberální noviny, počínaje listem *Aftonbladet* v roce 1830. Sociálnědemokratické, konzervativní a agrární noviny vznikly v 19. století nebo před počátkem století 20. Socialistické noviny byly často řízeny na regionální úrovni s podporou dobrovolných přispěvatelů nebo stranických členů (Hadenius, 1983). Fakt, že se socialistické deníky zrodily z lokálních stranických organizací, je dobrou ilustrací šellingenského „lokálního patriotismu“ a je bezpochyby spoluodpovědný za stabilně vysoký náklad regionálního tisku ve Švédsku.

Ještě v roce 1977 dva norští badatelé psali: „Skandinávská politická žurnalistika je pevně zakotvena v politických stranách. V Dánsku představuje podíl stranických deníků 92 % (1968) tisku, ve Finsku 45 % (1972), ve Švédsku 97 % (1974) a v Norsku 87 % (1973)“ (Høyer a Lorentzen, 1977). Dánský „systém čtyř listů“ toho o „stranickém paralelismu“ hodně vypovídá. Ve Skandinávii polovina 19. století měla v každém městě střední velikosti každá ze čtyř hlavních stran své vlastní noviny (Cheesman a Kyan, 1991). V Kodani si ostatní menší kulturní a politické skupiny ustavily své vlastní „národní“ listy, někdy s přílohou věnovanou některému z dalších velkých měst (Šellinge, 1999).

Østbye (1991) v souvislosti s norským případem uvádí, že třebaže vazby mezi stranami a novinami ztratily od dvacátých do třicátých let svoji důležitost, většina novin v sedmdesátých letech otevřeně deklarovala politickou příslušnost. Podobně ve Finsku na přechodu etnicky vyhraněné noviny navázala „velká éra“ stranického tisku od roku 1905 do začátku třicátých let 20. století, kterou provázal vznik komunistického tisku ve čtyřicátých letech. V roce 1910 nemělo jen 20 ze 117 novin jasnou stranickou příslušnost, a v roce 1925 dokonce jen 11 ze 109 (Salokangas, 1999).

<sup>66</sup> Gustafsson (1980) uvádí čtyři funkce tisku jako sociální instituce nastiněné švédskou vládou v letech 1830–1850. Důležitost funkce v souvislosti s organizovanými skupinami je zásadní:

Poskytovat informace občanům, aby si mohli utvářet názory na společenské otázky. Komentovat společenské události, a to buď nezávisle, nebo v zastoupení organizované sociální skupiny.

Jako záručka společnosti dozrát na aktivity těch, kteří mají ve společnosti moc. Posilovat komunikaci v rámci a mezi politickými skupinami, odbory a dalšími dobrovolnými sociálními skupinami.

V Německu a v Rakousku bylo stranění více než s náboženstvím nebo etnicitou přímárně spojeno s ideologií a společenskou třídou, podobně jako tomu bylo ve Skandinávii. Liberální a radikální listy (včetně *Neue Rheinische Zeitung*, jehož jedním ze zakladatelů byl Karl Marx) se objevily zároveň s revolucí roku 1848 a sociálnědemokratické listy byly zakládány počátkem šedesátých let 19. století. Nejduležitější z nich *Vorwärts* byl založen roku 1876. Německý novinář této doby byl spíš „publicista“ propagující ideje než reportér. Největší rozkvět stranického tisku nastal během Východní republiky, kdy byla přibližně jedna třetina tisku provázána s politickými stranami – zbytek představoval obchodní tisk *Generalanzeiger* a relativně apolitické lokální tituly – *Heimatzeitungen*. Politické strany spojené s katolickou církví měly více než 400 listů, sociální demokraté 200 a komunisté kolem 50 (Humphreys, 1994, 1996). Šlo o období zásadních novinek ve formách politické žurnalistiky – například s vývojem ilustrovaných periodik, jako byl *Arbeiter-Illustrierte Zeitung* (Hardt, 1996). Právě v tomto kontextu popsal Weber (1946:99) novináře jako „typ profesionálního politika“. Ostrá politická polarizace výmarského období a její následky byly doprovázeny vytvořením silně politické komerční mediální říše Alfreda Hugenberg, stoupence nacistů a vedoucího činitele extrémní pravicové strany Německé národní lidové strany (DNVP), který vytvořil první evropský multimediální konglomerát zahrnující masový tisk, zpravodajskou agenturu, reklamní agenturu a filmovou produkci. Hugenbergovy listy v té době věvodily jak stranickému tisku, tak tradičním seriózním hospodářským titulům a zjevně sloužily jak politickým, tak ekonomickým účelům. Instrumentalizace německého tisku průmyslníkem Hugenbergem se významnou měrou podobá modelu polarizovaného pluralismu – Východní republika je považována za jeho klasický příklad – avšak s tím rozdílem, že šlo o komerčně úspěšné listy s výrazně vyšší úrovní nákladu, než nalézáme kdekoli v oblasti Středomoří. S nacistickým uchopením moci se kontrola tisku neobvykle čistou formou institucionalizovala jako nástroj politické propagandy včetně převzetí Hugenbergova vlastního impéria.

K návratu extrémní formy polarizovaného pluralismu, která převládala v Německu během výmarského období, už po druhé světové válce nedošlo. Určitým způsobem došlo ale k obnově stranického charakteru německého tisku. Společenská politika směřující k rekonstrukci německého tisku byla dvojí. Na jedné straně se Spojené státy – částečně aby vylepšily tržní pozici své vlastní telegrafické služby a mediálního průmyslu – pokusily exportovat americký model neutrálního komerční-

ního tisku (Blanchard, 1986), na druhé straně spojenci zpočátku při úsilí posilovat „denačfikaci“ přidělovali licence novinám spojeným s jednotlivci nebo s organizacemi, které zastávaly jasnou pozici proti ideologii poraženého nacistického režimu. První noviny, které získaly licenci v americké zóně, byly *Frankfurter Rundschau*, založené skupinou tří komunistů, tři sociálních demokratů a levicového katolíka (Standford, 1976; Humphreys, 1994). *Frankfurter Rundschau* stále vychází a stále těhne k politické levici. Britské okupační síly explicitně podporovaly zejména myšlenky takzvaného *Parteilichungszeitungen*, pluralitního tisku uspořádaného podle různé ideologické orientace.

Historická zkušenost Rakouska se podobá zkušenosti německé v tom, že se silný stranický tisk rozvinul v období politické polarizace na počátku 20. století a po druhé světové válce byl do jisté míry oživen. Během okupace získala každá ze tří hlavních politických stran třetínu prostoru v novinách. Stranický tisk přežil v korporativistickém Rakousku – model podobný Skandinávii – snadněji než v liberálním Německu. Někteří analytici popisují stranický tisk Rakouska sedmdesátých let jako nejsilnější v Evropě: přibližně polovina rakouských listů tehdy byla spojena se stranami včetně bulvárních listů socialistů a křesťanských demokratů a titulu *Arbeiter Zeitung* socialistické strany založeného v roce 1889, který měl čtvrtý největší náklad. Na konci devadesátých let pokračoval jako nezávislý list s podílem 3,7 % na novinovém trhu a přežily také tři opravdu stranické listy, největší z nich s nákladem kolem 65 tisíc výtisků.

Jak jsme uvedli v druhé kapitole, stranický tiskový paralelismus, nebo politický paralelismus obecně, má řadu rozměrů: může se projevovat vlastnictvím zpravodajského média; stranickou příslušností novinářů, vlastníků a manažerů; v modelech čtenosti; a v mediálním obsahu. V demokraticko-korporativistických zemích byl ve všech těchto rozměrech tradičně silný. Z hlediska vlastnictví bylo důležitou součástí mediálního systému všech zemí demokratického korporativismu přímé spojení novin se stranami, s odbory, církvemi a dalšími společenskými organizacemi. To platí zejména pro politickou levici, kde socialistické strany a odbory tradičně podporovaly svá vlastní média – někdy přímo a někdy prostřednictvím družstevních spolků členů strany – a očekávaly, že jejich noviny budou odrážet jejich organizační strukturu (Hadenius a Weibull, 1999:134). Konzervativní a zejména liberální skupiny přímo vlastnily noviny také, měly však častěji sklon spoléhat se na podporu novin vlastněných soukromými podnikateli, kteří misli ekonomické a politické

cile (Gustafsson a Hadenius, 1976; Picard, 1988; Weibull a Anshelm, 1991). Jak píše Hadenius:

Za každým nesocialistickým listem, který byl založen během první dekády 19. století, stáli lidé s dvěma cíli: ovlivňovat mínění a vydělávat peníze. V některých případech komerční zájem jasně dominoval, ale mnohdy měly politické a komerční cíle stejnou váhu.

Jak vlastníci, tak novináři obvykle měli určitou politickou příslušnost a často se v politice aktivně angažovali. Tabulka 6.1 vycházející z výzkumu norských novinářů na počátku sedmdesátých let autorů Høyera a Lorentzena (1977) ukazuje podíl norských novinářů, kteří patřili k nějaké politické straně, zastávali stranickou funkci nebo byli členy zastupitelstva.

Tabulka 6.1 Politická aktivita norských novinářů v sedmdesátých letech 20. století

Členové zastupitelstva	Stranické zaměření listu			Editori	Novináři
	Socialističtí	Séfredaktori	40 %		
Funkce v politické straně	Buržoazní	26	6	32 %	12 %
	Socialističtí	83	82		9
Člen politické strany	Buržoazní	59	32		51
	Socialističtí	92	95		28
	Buržoazní	74	54		75
					46

Zdroj: Hoyer a Lorentzen (1977:99)

Čtenost novin byla tradičně rozdělena podle stranické příslušnosti a tato tendence byla obzvláště silná mezi socialisty a v rámci náboženských komunit v „polarizovaných“ společnostech. Weibull v roce 1983 zjistil, že ve Švédsku bylo mezi stoupenčí všech stran běžné čtení „vlastního listu“, tedy listu strany, ke které čtenář patří. To platilo zejména o sociálních demokratech, jejichž listy byly na podporu těchto členů závislé.<sup>67</sup> Tento zvyk často přetrvál i poté, co organizační spojení

<sup>67</sup> Hadenius (1983) rozlišuje mezi novinami, které byly „intradistribbuovány“, to znamená šířeny zejména mezi členy strany, což platilo hlavně pro listy sociálních demokratů, a listy, které byly „extradistribbuovány“, tj. šířeny mimo stranu i v rámci komunity stranických členů. Druhý z typů byl charakterističtější pro konzervativní noviny.



ní listy demokraticko-korporativistických zemí mají v mediálním systému obecně jiné postavení, než je tomu v Británii. Netěší se tak centrálnímu postavení na novém trhu – ve většině zemí je vyšší agregovaný náklad seriózního a regionálního tisku. Neexistuje zde ani tak ostrá třídní segmentace novinového trhu. Bulvární tituly zde mají více čtenářů ze střední třídy než v Británii. V některých případech mají vyšší úroveň vzdělání, než je tomu u čtenářů novin obecně (Høst, 1999:114).

To platí například pro norský bulvár *Dagbladet*, který má výraznou kulturní rubriku. V demokraticko-korporativistických zemích je běžné, že lidé čtou jak seriózní tisk, tak bulvár. Bulvár často v těchto zemích není tak senzacechtivý jako bulvár britský, i když německý *Bild* se svým více než čtyřmiliónovým nákladem nebo *Neue-Kronenzeitung* se jím velmi blíží.

Rozšíření komerčních listů zaměřených na širokou veřejnost je jedním z nejdůležitějších momentů vývoje médií v demokraticko-korporativistických zemích ve 20. století. Politický tisk, který měl na počátku století dominantní postavení, byl vytlačěn komerčním tiskem. Jak uvádí Søllinge (1999), v Dánsku dosáhlo na počátku 20. století rozšíření novin v zásadě 100% domácností. Došlo k tomu v době politicky orientovaného tisku založeného na systému čtyř stranických listů, jde tak o působivý důkaz o schopnosti politického tisku rozšiřovat publikum novin. Znamenalo to také, že se noviny již nemohly nadále šít získáváním nových čtenářů – těch, kteří dosud noviny nečetli –, ale jen přesvědčováním čtenářů jiných listů, aby se přeorientovali na jiný titul, nebo četli dva listy zároveň. Søllinge se domnívá, že toto soupeření o čtenáře nemohlo být založeno jen na apelování na stranickou příslušnost, ale muselo být spojeno s jinými prostředky. Výsledkem byl vzestup „všeobecných“ novin, rozrůznění obsahu novin a zmenšení prostoru pro politický komentář. Průkopníkem tohoto procesu byl kodaňský deník *Politikeren*, který roku 1905 opustil svůj formát tradičního politického listu a proměnil se na „všeobecný“ list. V oblasti regionálního tisku uvádí Salokangas (1999) příklad Finska, kde na každém regionálním trhu existovaly na počátku 20. století nejméně dvoje noviny. Jedny se ve většině případů přeměnily na všeobecný list a získaly vedoucí postavení na trhu, zatímco noviny se slabším postavením na trhu většinou posílily své politické zaměření, aby si udržely svůj minoritní podíl na trhu. Docházelo tak k institucionalizaci koexistence politického a komerčního tisku.

Jak uvedeme dále, rovnováha se později výrazně vychýlila v neprospěch politického tisku a dnes v demokraticko-korporativistických zemích jasně převládají

mezi stranami a novinami odeznělo, a hrál důležitou úlohu v novinářské i politické kultuře, posiloval svazky mezi občany a stranami a představa, že noviny přirozeně zastávají určitý názor, který je důležitý pro jejich vlastní vazbu k cílovému čtenářstvu. Politický paralelismus se také projevoval v obsahu listů a souvisí s žurnalistickou kulturou, v níž hrála důležitou úlohu role názorového editora a komentátora (Donsbach a Klett, 1993).

Souběžně s rozkvětem stranických listů a novin partikulárních skupin se v severní a střední Evropě rozvinul silný komerční masový tisk. Obecně k tomu došlo o něco později než v liberálních zemích, částečně z důvodu opožděné industrializace a pomalejšího přechodu k masovému trhu, které přinesl segmentovaný pluralismus. V případě Německa brzdil až do konce 19. století vývoj komerčních novin vládní monopol na inzerci (Donsbach a Klett, 1993). Po jeho ukončení a poté, co noviny začaly s novou praktikou prodeje, se na základě předplatného velmi rychle rozvinul komerční mediální trh. Jak ukazuje Standford (1976), německý tisk si rychle vytvořil komplexní strukturu složenou z mnoha segmentů a vrstev, což platí i o všech zemích demokratického korporativismu. Jednou z nich byl nezávislý seriózní tisk, jehož hlavním představitelem byl *Allgemeine Zeitung* Johana Friedricha Cotta, později následovaný titulem *Frankfurter Zeitung* založeným roku 1856 a *Berliner Tageblatt* z roku 1871. Druhý segment sestával ze stranického tisku iniciovaného roku 1810 konzervativci a jejich *Berliner Abendblätter*, později následovaný liberálním a socialistickým tiskem. Třetím segmentem byl masový tisk, který se objevil kolem sedmdesátých a osmdesátých let 19. století a expandoval na počátku 20. století s příchodem *Boulevardzeitungen*, novin prodávaných na ulicích, jejichž inovací byla široká sportovní rubrika. *Boulevardzeitungen* se vyvinul jak v Německu, tak v Rakousku. Konečně se také vyvinul silný regionální a lokální tisk.

Ve Švédsku došlo k největšímu boomu nezávislého/komerčního tisku ve dvacátých letech a ve čtyřicátých letech po něm následovalo zavedení odpoledních bulvárů (Hadenius a Weibull, 1999). „Bulvár“ ve smyslu „populárních“ novin s masovým nákladem často prodávaný na ulicích, více zaměřený na lidsky jímavé příběhy a zábavu, než je tomu u „seriózních“ novin, existuje ve většině demokraticko-korporativistických zemí a v řadě z nich má významné postavení. V Rakousku má například *Neue Kronenzeitung* 40% podíl na trhu. Britské tituly s „červeným záhlavím“ jsou často považovány za paradigmatický příklad bulvárních listů; ve skutečnosti je ale případ Británie vcelku neobvyklý a bulvární tituly nebo populár-

komerční noviny. Nicméně tradice silného politického tisku má nadále podstatný vliv na mediální systémy severní a střední Evropy.

### Stát a média

Stát podle našeho názoru za masová média odpovídá. Za prvé je odpovědný za legislativní zajištění formální i reálné záruky svobody slova a svobody tisku. Novinářům musí být zaručeno právo získávat informace a šířit své poznatky. Odpovědnost státu je ale ještě širší. Stát má při službě demokracii a svým občanům odpovědnost za vytvoření a udržení informačního a tiskového systému, který by vyhovoval mnoha rozdílným názorům (Gustafsson, 1980:104).

Jak jsme uvedli, liberalismus zvrátil v severní Evropě už záhy a většinu demokraticko-korporativistických zemí od počátku 19. století charakterizovala omezená moc státu. V mediální sféře se to projevovalo silnou ochranou svobody tisku a poskytováním veřejného přístupu k veřejným informacím.

Liberální tradici na počátku 20. století ovšem významným způsobem pozměnil vývoj demokratického korporativismu. Demokratický korporativismus, jak detailněji ukážeme v poslední části kapitoly, vzešel z procesu vyjednávání mezi sociálními skupinami, které představovaly prominentní zájmy vlastníků kapitálu, pracovníků či agrárníků. Klíčovou součástí tohoto vyjednávání bylo rozšíření sociálního státu a právě silný sociální stát patří mezi specifika zemí severní a střední Evropy. Jde o jeden z nejdůležitějších rozdílů mezi politickou strukturou a kulturou demokratického korporativismu a liberálních zemí. Toto specifikum se projevuje také ve středomořských zemích ve Francii a v Itálii; méně v Řecku, Španělsku a Portugalsku, kde sice stát hrál důležitou sociální roli, ale ideologie sociální demokracie byla mnohem slabší. V tomto ohledu existují rozdíly i mezi demokraticko-korporativistickými zeměmi. Katzenstein (1985) rozlišuje mezi takzvaným sociálním korporativismem, který převažuje v Rakousku, Norsku a Dánsku, a liberálním korporativismem, jehož příkladem jsou Belgie, Nizozemsko a zejména Švýcarsko<sup>68</sup>. Modelu

<sup>68</sup> Švédsko řadí Katzenstein mezi tyto dvě skupiny, Finskem se nezabývá. Sociální korporativismus se v Katzensteinově analýze rodí tam, kde jsou dominantní sociálnědemokratické strany, a je charakteristický obzvlášť silným sociálním státem. Liberální korporativismus vzniká v oblastech dominujících buržoazních stran a je charakteristický výraznější tržní orientací politiky. V obou případech je však politika ovlivňována vyjednáváním napříč třídami a ostatními sociálními odlišnostmi.

liberálního korporativismu se blíží také Německo. V Německu ovlivnila vývoj relativně liberálního systému touha mediální sféry omezit státní moc a vynout se tak znovunastolení totality. Demokraticko-korporativistické země obecně jsou i přes tyto odlišnosti charakteristické relativně vysokou mírou sociálních výdajů i dalších forem aktivních zásahů státu do ekonomického a sociálního života včetně aktivní politiky v oblasti průmyslu. Politická kultura demokraticko-korporativistických zemí tihne ke zdůrazňování povinnosti státu poskytovat všem občanům a skupinám podmínky nutné pro jejich plnou participaci na fungování společnosti. Gustafssonův názor citovaný v úvodu této kapitoly – Gustafsson zvou tezi uvádí jako důkaz silného konsenzu ve věci sociální role tisku v sedmdesátých letech 20. století – odráží uplatnění této filozofie na média, která jsou v zemích demokratického korporativismu vnímána nejen jako soukromé komerční podniky, ale jako sociální instituce, za které je stát do velké míry odpovědný. Tato tradice se v mediální politice projevuje v několika podobách: systémem dotací tisku, silnější regulací mediálního průmyslu než v liberálním modelu, s důrazem na úlohu veřejné služby.

Kromě Švýcarska a Německa funguje ve všech zemích demokratického korporativismu přímá podpora tisku. Dánsko, které vybočuje z Katzensteinovy kategorizace sociálních a liberálních korporativistických zemí, je se svým Úřadem pro podporu tisku, jenž zajišťuje nízkouročené půjčky tisku, ojedinělým případem<sup>69</sup>. Nicméně Dánsko má také systém podpory lokálních nekomerčních rádií (Peteresen a Siune, 1997). Všechny země disponují také nepřímou finanční podporou, obvykle ve formě daňových úlev a snížení poštovního a někdy i telekomunikačních poplatků. Tyto způsoby podpory mají počátek v šedesátých letech 20. století, kdy rostoucí koncentrace tisku ohrožovala pluralitu, která byla během 20. století charakteristickým prvkem tisku severní Evropy. Rozvíjející se mediální trhy ohrožovaly zejména noviny s politickými vazbami, které byly zpravidla druhým nebo třetím listem místního trhu: důsledkem byly jak rapidní pokles množství konkurujících si listů, tak vyloučení existence odlišných redakčních názorů a ohrožení funkce tisku jako diskusního fóra rozdílných sociálních skupin. Například ve Švédsku byly ohroženy především listy sociální demokracie a stran ze středu politického spektra. Tyto strany nejsilněji podporovaly dotace tisku, zatímco mezi komerčně nejspěš-

<sup>69</sup> Někteří autoři, jako jsou například Peteresen a Siune (1992) nebo Humpbrey (1996:106), popisují dánské financování jako přímý dotáční systém, zatímco jiní (Sellinge, 1999) jako systém bez přímé podpory.

nější listy nejčastěji patřily tituly liberální nebo konzervativní (Gustafsson, 1980; Cheesman a Kyhn, 1991; Østbye, 1991).

V některých zemích směřuje státní podpora na všechny noviny bez výjimky, jiné systémy se zaměřují jen na ekonomicky slabší noviny, nebo na listy „zvláštní povahy“ – ve většině případů ty, které zastupují politické strany nebo jiné typy sociálních skupin (například noviny, které slouží etniku Samiů v Norsku). Rada zemí tyto systémy kombinuje (Humphreys, 1996:105; Murschetz, 1998). Podpora většinou představuje malý podíl z obrátu velkých komerčních listů, ale pro ekonomicky slabší tituly může být velmi důležitá. Hadenius a Weibull (1999) odhadují, že ve Švédsku představují dotace u těchto listů v metropolitních oblastech 5–35 % příjmů.

Avšak ani systémy podpory nedokázaly odvrátit silné trendy novinových trhů, které stály u jejich zrodu, tj. postupnou koncentrací kapitálu, ani nahrazení politiky vyhraněných titulů „všeobecně zaměřenými“ novinami. Je však prokazatelné, že systémy podpory tento trend v demokraticko-korporativistických zemích zpomalily a v jisté míře zachovaly pluralismus dřívějšího období. V Norsku například počet regionálních trhů s více jak jedním titulem klesl mezi lety 1972–1999 z 20 na 10. Høst (1999) nirměně předpokládá, že by bez státní podpory zaniklo všech deset zbývajících „jiných“ titulů. Soudí také, že systém státní podpory zodpovídá za rozšíření regionálních týdeníků s často odlišnými politickými názory, které do jisté míry nahradily politicky vyhraněné deníky dřívějšího období. Systémy podpory také mohly mírně přispět k pokračujícím vysokým nákladům novin v severní Evropě. Podle Høstova odhadu by novinový náklad v Norsku bez podpory v roce 1997 představoval 514 výtisků na tisíc obyvatel místo aktuálního nákladu 589 výtisků. Diskuse zabývající se systémem podpory byly vždy spojeny s otázkou, zda státní podpora novin nevede k případnému ideologickému tlaku ze strany státu a marginalizování role „hlídácho psa“. Nezdá se však, že bychom měli pro něco takového v případě demokraticko-korporativistických zemí důkazy. Média byla ve skutečnosti vstřícnější k politickým elitám v padesátých letech 20. století před zavedením systému podpor než v sedmdesátých letech, kdy dochází k nástupu severoevropského „kritického profesionalismu“ žurnalistiky, v době, kdy byla státní podpora nejvyšší. Dotace jsou přidělovány podle jasně stanovených kritérií – v souladu se silnou rolí racionálně-legální autority v demokraticko-korporativistických zemích. To společně s procesy vyjednávání a kompromisu, které jsou pro demokratický korporativismus

charakteristické, zamezuje politickým manipulacím s dotacemi za účelem nátlaku na noviny. Dotace novinám byly v posledních dekáдах ve většině zemí omezeny společně s všeobecným ústupem sociálního státu. Nadále ale zůstávají důležitým prvkem mediálních systémů většiny demokraticko-korporativistických zemí.

Demokraticko-korporativistické země mají sklon kombinovat silnou ochranu svobody tisku s podstatnou mírou regulace – což vychází z předpokladu, že média jsou společenské instituce, a ne pouhé soukromé podnikání. Většina zemí disponuje zákony proti pomluvě zakazující mediální obsahy, které by očerňovaly určité sociální skupiny. Rada zemí – například Německo, Rakousko a Nizozemsko – má také zvláštní zákony zakazující šíření nacistické propagandy, popírání holocaustu a podobně. Norské zákony zakazují reklamu, která je v rozporu s obecnou rovností mezi poblavími<sup>20</sup> (Wolland, 1993:128); Švédsko zakazuje reklamu zacílenou na děti. Regulace komerčního vysílání obecně zahrnuje omezení celkového množství reklam, frekvenci komerčních přestávek ve vysílání a propojování reklamy s jednotlivými obsahy a zároveň požadavky politického pluralismu. V Belgii, Dánsku, Švédsku a Švýcarsku je zakázána nebo přísně regulována placená politická reklama v televizi.<sup>20</sup> V Rakousku, Dánsku, Finsku, Německu a Švédsku je regulován přístup stran do elektronických médií během volební kampaně (Farrell a Webb, 2000:107). Všechny země poskytují stranickému předvolebnímu vysílání bezplatný televizní čas. Podle Danziger (1986) existuje právo na odpověď v Rakousku, Belgii, Dánsku, Finsku, Německu, Norsku a Švýcarsku. Silné tiskové rady, které má většina demokraticko-korporativistických zemí, odrážejí také sklon těchto zemí vnímat média jako sociální instituci a současně alespoň principiálně omezovat logiku obchodní soutěže. Tyto instituce ovšem obecně nebyvají napojeny na stát.<sup>21</sup> Z tohoto hlediska odrazejí odlišnou stránku politické kultury demokratického korporativismu: sílu občanské společnosti a sklon postupovat institucím občanské společnosti funkcí, které by jinak vykonával stát. Silné tiskové rady v demokraticko-korporativistických zemích způsobem snižují váhu státních intervencí, než jakou by měly za jiných podmínek: zákon týkající se urážky na cti je evidentně méně důležitý

<sup>20</sup> Farrell a Webb uvádějí také Finsko; Salonkangas nám (v osobním rozhovoru) sdělil, že ve Finsku placená politická reklama síce není zakázána, ale příliš se neuzívá.

<sup>21</sup> V Dánsku tisková rada ustavuje zákon. V některých zemích je ekvivalent tiskové rady pro oblast vysílání napojen na stát (například Rozhlasová rada ve Švédsku).

než v liberálním systému nebo v systému polarizovaného pluralismu. Tiskové rady probereme dále v souvislosti s profesionalizací žurnalistiky.

Obzvlášť silným příkladem aplikace myšlenky sociálního státu na oblast médií představuje koncepce vysílání v zemích demokraticko-korporativistického systému. V případě tištěných médií stát sice zasahuje do úpravy tržních mechanismů, ale systém je z velké části liberální a založený na soukromém vlastnictví a trhu. Naopak v případě vysílání byla role státu až do osmdesátých či devadesátých let 20. století naprosto dominantní a dosud je důležitá. Vysílání bylo vnímáno jako součást *res publica*, jako instituce s velkým vlivem na společnost, než aby zůstala pod kontrolou soukromých zájmů a musela být spravována autoritou státu jako zástupcem obecných zájmů. Komerční vysílání zavedly země demokratického korporativismu obecně relativně pozdě. Jejich systémy vysílání veřejné služby byly dobře financovány a z hlediska malého podílu inzerce na jejich celkových příjmech byly relativně „čisté“. Klady silný důraz na veřejnou službu jako opak zábavní funkce a byly odrazem jevu, který Bastiansen a Syvertsen (196:141) nazývají v případě Norska „étosem sociálnědemokratického osvícenství“. Byly navíc uspořádány způsobem, který posiloval myšlenku, že slouží širokému spektru zájmů společnosti. Vrátime-li se k tabulce 2.4, která ukazuje postavení a „čistotu“ systému veřejného vysílání podle několika ukazatelů, je patrné, že se demokraticko-korporativistické země odlišují právě silným důrazem na tuto instituci. Z hlediska podílu na publiku vedou žebriček Dánsko a Rakousko. Dánsko a Švýcarsko (s vyššími náklady na systém vysílání v několika jazycích) mají společně s Británií nejvyšší náklady v přepočtu na obyvatele. Norsko je jedinou zemí, kde vysílání veřejné služby nemá komerční příjmy, ty jsou minimální také v případě Švédska.

### Rízení vysílání veřejné služby

Záměr zřizovat systémy veřejného vysílání, které by sloužily obecnému zájmu, zjevně nastoluje otázku, jak by tyto systémy měly být řízeny. Z tohoto ohledu existuje mezi zeměmi demokraticko-korporativistického systému několik variant. Z hlediska čtyř modelů řízení vysílání veřejné služby uvedených v druhé kapitole – vládního, parlamentního, profesního a občanského modelu – představují demokraticko-korporativistické země různé kombinace posledních tří typů. Nepřekvapí, že v souvislosti se silným důrazem na konsenzus mezi různými politickými skupina-

mi, který je pro demokratický korporativismus charakteristický, došlo k posunu od vládního modelu, který je nadále silný v řadě zemí polarizovaného pluralismu – všechny země vyvinuly mechanismus, jak izolovat veřejnoprávní vysílání od kontroly politickou majoritou. Ve vysílání poskytuji docela vysokou úroveň autonomie mediálním pracovníkům a v tomto aspektu se podobají profesionálnímu modelu, jehož klasickým příkladem je BBC. Avšak ve srovnání s liberálním systémem poskytují demokraticko-korporativistické země v řízení veřejného vysílání často silnější úlohu organizovaným politickým silám, a to buď přímo politickým stranám (jak je tomu u parlamentního modelu), nebo prostřednictvím jiných „sociálně relevantních skupin“, než jsou politické strany (občanský model).

Zvláštním a neobvyklým příkladem systému založeného na zastoupení organizovaných sociálních skupin je systém nizozemský. Nizozemské vysílání bylo původně uspořádáno podle stejné „pilířové“ struktury, jaká převládala u tištěných médií. Čas veřejně vlastněných rozhlasových kanálů byl rozdělen mezi vysílací organizace spojené s existujícími pilíři společnosti: katolická KRO, protestantská NCRV, socialistická VARA. AVRO byla jako neutrální organizace podporována liberální subkulturou. Financování i vysílací čas byly mezi tyto organizace rozděleny podle politických kritérií a od šedesátých let 20. století podle rozsahu jejich členství, sledovaného podle rozsahu předplatného jejich programových titulů. Stejným způsobem byla uspořádána televize. V roce 1967 byla ustavena společná zastřešující organizace Nizozemská vysílací nadace (NOS). NOS produkovala hlavní každodenní zpravodajské programy a sportovní pořady. Tento krok představuje začátek procesu standardizace a sekularizace, který později v souvislosti s komercializací akce-roval, jak ukážeme podrobněji v osmé kapitole (Brants a McQuail, 1997). V roce 1976 – s postupným oslabováním „pilířovosti“ nizozemské společnosti – umožnila nová legislativa vytvoření neutrálnějších/liberálnějších vysílacích organizací, TROS a Veronica (ta byla komerčně orientovaným vysíláním, které vzešlo z pirátské stanice), stejně jako EO, napojená na evangelickou církev (Nieuwenhuis, 1992).

Jednotlivé vysílací organizace, které vzešly z pilířového systému, stále existují, ale rozdíly mezi nimi jsou mnohem menší, než byly za předchozí generace.

Nizozemský systém byl založen na „**externím pluralismu**“ (Hoffman Riem, 1996), který představovaly jednotlivé vysílací společnosti zastupující rozdílné sociální skupiny. Ostatní demokraticko-korporativistické země dávají ve vysílání přednost internímu pluralismu: snahou je zastupovat různé organizované hlasy

společnosti v rámci jedné mediální organizace (nebo v případě jazykové pluralitních společností, jako jsou Švýcarsko nebo Belgie, v rámci systémů uspořádaných podle jazyka).

**Interní pluralismus.** Ve smyslu, v jakém s tímto pojmem pracuje Hoffmann-Riem, zahrnuje jak obsah vysílání – po němž je požadováno, aby reflektoval různorodost perspektiv v rámci společnosti – tak strukturu vysílacích organizací, které často představují zástupce různých sociálních, politických a kulturních skupin. Tím se vysílací systémy demokraticko-korporativistických zemí liší od liberálních zemí. „Profesionální model“, představovaný BBC, je založen na oddělení vysílání od vlády i od stran a od dalších organizovaných sociálních sil. Teoreticky je pluralismu dosaženo udržováním odstupu politiky od řízení vysílání a ponecháním pravomoci zaznamenávat různorodost společnosti neutrálním profesionálům. Na rozdíl od toho se demokraticko-korporativistické země přiklánějí k modelu, ve kterém je zaručen pluralismus zastoupením různorodosti politických a sociálních sil v řízení vysílání. Jak uvádějí Porter a Hasselbachová (1991:5–6), když píšou o německém systému:

Tato interpretace pluralismu z jistého ohledu upravuje liberální model široce přijímaný anglosaským myšlením. V Německu jsou politické strany trvalými institucemi veřejného života a ústava jim připisuje tu nejsilnější pluralitní roli... jsou vnímány jako politický hlas občanské většiny překračující partikulární zájmy. Koncept všeobíhajícího demokratického státu, sociálního a právního státu (*sozialer Rechtsstaat*), který čerpá svou legitimitu z politické reprezentace občanů v parlamentu tak nahradil klasičtější myšlenku liberalismu vycházející od sociálních skupin bránících občanské svobody proti absolutnímu vládci. Silně spolehání se na politické strany vede přirozeně k tomu, že politické frakce pronikají do všech prvků života Německa, včetně systému vysílání. Ústavní soud pohlíží nejen na politické strany, ale také na další zájmové spolky, jako na „zprostředkující stly“, které předcházejí parlamentnímu rozhodování a jsou pro demokratické utváření veřejné vůle nezbytné. Nestranické zájmy tak byly rovněž hierarchizovány, aby naplňovaly řadu regulačních povinností státu, jako jsou rozdělování veřejných fondů charitám, kolektivní vyjednávání a veřejné zakázky. V neposlední řadě mají mandát účastnit se regulace vysílání.

Tento model, který Kelly (1983) nazývá „systém politiky ve vysílání“, je nejsilnější zastoupen v Německu, Rakousku a odlišným způsobem také v Belgii, zatímco o severských zemích lze tvrdit, že se kloní spíše k profesnímu modelu, který probíráme ve druhé kapitole.

Německý systém je komplexní také díky federálnímu uspořádání Německa, vysílání spadá pod autoritu zemských vlád a v každé ze spolkových zemí je řízena jiným způsobem. Federální uspořádání německého vysílání, které vzešlo z reorganizační zprávy německého mediálního systému západními spojenci po porážce nacistického režimu, bylo zamýšleno jako další z garancí pluralismu a jako obrana proti případné monopolizaci politické moci jakýmkoli politickým hnutím. Z tohoto ohledu zavádí do německého systému určitý stupeň externího pluralismu, zejména tím, že jsou země řízeny odlišnými politickými koalicemi a tyto politické rozdíly se často projevují rozdílným řízením vysílání veřejné služby. To se odráží také v soukromém vysílání: stanice RTL, kterou vlastní Bertelsmann a je licencovaná v Severním Porýní-Vestfálsku, kterému vládnou sociální demokraté a zelení, je obecně vnímána jako politicky mírně nalevo od dalšího důležitějšího komerčního vysílatele Sat 1, který je licencován v konzervativním Bavorsku (Patterson a Donsbach, 1993; viz obr. 6.1).

Veřejnoprávní organizace, které sídlí ve všech spolkových zemích, jsou řízeny radami, které jsou na státu nezávislé a nejčastěji jsou složeny jak z představitelů politických stran jmenovaných podle proporčního zastoupení, tak z představitelů „sociálně relevantních skupin“ včetně odborů, církvi, průmyslových a profesních asociací a dalších. S tím, jak snaha o politickou rovnováhu ovlivňuje zaměstnávání novinářů i dalších klíčových osob, proporční zastoupení proniká do organizace hlouběji. Rady regulující soukromé vysílání jsou uspořádány podle podobných principů a některé země požadovaly po komerčních vysílacích, aby sami dobrovolně ustavili programové rady s obdobným zastoupením, i když tyto rady mají pouze poradní charakter. Německý systém tak je, společně s jinak velmi odlišným nizozemským systémem, klasickým příkladem „občanského“ vysílacího systému založeného na zastoupení nejen politických stran, ale i organizované občanské společnosti. Někteří tento systém ostře kritizují. Jednou z námitek je, že jsou to nakonec strany, kdo celému systému dominují, a to částečně z toho důvodu, že zástupci „sociálně relevantních skupin“ jsou často navázáni na strany. V tomto ohledu by německý systém zapadal do „parlamentního“ modelu řízení vysílání. Další námitkou je,

že německý systém neumožňuje zastupovat sociální zájmy, které nejsou formálně organizovány a nejsou zahrnuty ve struktuře korporativistického zastoupení.

Měli bychom zmínit ještě jednu vlastnost německého systému. V Německu hraje při dohledu na vysílání výjimečně důležitou úlohu Federální ústavní soud. To je pravděpodobně způsobeno silným postavením tradiční racionálně-legální autority v Německu a federálním charakterem regulace vysílání, který často ponechává rozhodnutí týkající se ústřední politiky vysílání na soudu. Ústavní soud sehrál důležitou roli v mnoha případech ochrany nezávislosti vysílání, když se federální nebo zemská vláda pokusily získat nad ním silnější kontrolu (Humphreys, 1994:161-162).

Také rakouský vysílací systém je silně založen na filozofii politické reprezentace. Původně vycházel z parlamentního modelu s radou ředitelů jmenovaných podle proporčního stranického zastoupení. V roce 1967 při snaze posílit její nezávislost byla rada rozšířena na devět členů jmenovaných federální vládou, šest jmenovaných parlamentem podle proporčního zastoupení, po jednom jmenovaném za každou spolkovou zemi, šest radou diváků a posluchačů a pět jmenovaných zaměstnanci. Zároveň byla posílena pozice ředitele. Avšak podobně jako v Německu je větší na ředitelů navázána na politické strany. Politické strany mají v Rakousku silnější postavení a „Proporzionsprinzip“ nadále ovlivňuje zaměstnávání na mnoha úrovních, jak ve vysílání, tak v mnoha oblastech rakouského života.

Belgie původně měla systém založený na externím pluralismu, který se podobal nizozemskému systému. Po druhé světové válce se ale posunula směrem k jednotnému systému a poté v šedesátých letech 20. století ke dvěma systémům, francouzskému a vlámskému, které jsou postaveny na interním pluralismu, s řediteli jmenovanými podle proporčního zastoupení. Podle Burgermana (1989:179-180) se „mění složení rady vysílání veřejné služby pokaždé po nových všeobecných volbách ... členové rady ředitelů jsou považováni ... explicitně za „mandantů“ politických stran ... rada užívala doslova argument, že jen fyzická reprezentace politických stran může garantovat objektivitu zpravodajských pořadů“. Belgie se ze všech demokraticko-korporativistických zemí nejvíce blíží svým stranicko-politickým charakterem vysílacího systému stejně jako jinými prvky modelu polarizovaného pluralismu<sup>73</sup>.

<sup>73</sup> Stranická politizace belgického systému vysílání souzní se stranickou politizací veřejné administrativy v Belgii obecně (Keman, 1996: 240) a je jedním z charakteristických prvků, které Belgie sdílí se zeměmi polarizovaného pluralismu. Belgie nikdy neměla zvláštní míru ideolo-

Severské země směřují spíše k „profesionálnímu“ modelu, to znamená k systému, ve kterém je vysílání vnímáno jako nepolitická instituce sloužící společnosti jako celku, třebaže se úroveň její izolace od politiky různí. V případě Švédska se logika občanského/korporativistického modelu odráží ve skutečnosti, že vlastnictví Švédské vysílací korporace je od šedesátých let 20. století rozděleno mezi „lidová hnutí“, jako odbory, organizace spotřebitelů a církve, dalších 40 % je rozděleno mezi tisk a podnikatelskou sféru (Weibull a Anshelm, 1992; Gustafsson, 1996; Hulten 1997). Švédský systém je svou relativně vysokou mírou autonomie na politickém vlivu obecně považován za velmi blízký systému BBC (Humphreys, 1996:156-157). Jak zdůrazňují Weibull a Djerf-Pierre (2000), v šedesátých letech 20. století došlo k posílení profesionalizace. Švédské veřejnoprávní vysílání se posunulo směrem k postojí odpovědnosti za dohlížení na politický systém a jeho vliv na politický život vzrostl. Dánský a norský systém byly pravděpodobně více ovlivněny parlamentním modelem, avšak se stále relativně vysokou mírou autonomie. V Dánsku vzešla forma externího pluralismu ze skutečnosti, že vedení Dánského rádia (DR) obecně patřilo k politické levici, zatímco vedení novější TV2 jako veřejnoprávního vysílatele se zařazovalo reklamou vzešlo z pravice.

I když vysílání je v demokraticko-korporativistických zemích charakteristické důležitou rolí organizovaných sociálních a politických sil ve společnosti, je třeba poznamenat, že míra stranění byla ve vysílání celkově nižší než v případě tisku. Jasně vyjádření stranických názorů zabráňují veřejné vlastnictví a vnitřní pluralismus - koexistence zástupců různých sociálních skupin v rámci jedné organizace: různé skupiny navzájem kontrolují svou moc a převládá zde vědomí práce pro povat všechny. Ve většině případů ale po dlouhá léta fungovaly jen jeden nebo dva kanály a zákon vyžadoval politickou a ideologickou vyváženost jejich programů, zejména v případech hlavního zpravodajského vysílání. Model BBC jako nezávislého a „neutrálního“ vysílacího systému ovlivnil všechny země, a to i v případě, kdy byla jeho implementace v severní a střední Evropě často výrazně obměněna

gické polarizace, což může být částečně způsobeno náboženským a církevním jádrem sociálních rozporů. Polarizace také mohla vzrůst v poslední době s posílením protipřístěhováleckých pravicových stran. Belgie s modelem polarizovaného pluralismu sdílí vysoký stupeň fragmentace stranického systému a nízkou úroveň stability vlády: počtem třiceti osmi vlád v letech 1945-1996 se blíží Itálii (Keman, 1996).

silnou úlohou stran a sociálních skupin. V tomto ohledu mohla televize přispět k sekularizaci společnosti severní a střední Evropy (toto téma detailněji probereme v osmé kapitole) mimo jiné také zavedením modelu nestranné žurnalistiky, která postupně ovlivnila profesní kulturu zpravodajských médií.

### Profesionalizace

Média demokraticko-korporativistických zemí mají tradičně silné vazby na organizované politické síly. Mohli bychom si myslet, že tyto vazby budou brzdit profesionalizaci žurnalistiky. Avšak ve skutečnosti jsou demokraticko-korporativistické země charakteristické raným a výrazným rozvojem novinářského profesionalismu. Jak v případě Švédska vysvětluje Høyer a Lorentzen (1977), vysoký náklad tisku umožnil zpravodajským organizacím kumulovat podstatné ekonomické zdroje a nabídnout tak novinářům slušné platy. Nebyli proto nuceni hledat si jiné zdroje příjmu. Zaměstnávání novinářů tiskových médií na plný úvazek se stalo běžným – což byla velmi odlišná situace od Chalabyho popisu počátků francouzské žurnalistiky, během nichž byli novináři zaměstnáni mnoha rozdílnými aktivitami, často v oblasti umění, literatury a politiky a jejich svěbytná profesní identita se rozvíjela jen pomalu (Chalaby, 1996). Současně se otevřela řada příležitostí pro sociální interakci novinářů pracujících na plný úvazek navzájem, a to i přes ideologické, náboženské a politické rozdíly, které v oblasti žurnalistiky existují. Podle Høyera a Lorentzena první asociace norských novinářů byla vytvořena v roce 1883, rok před ustavením parlamentu a v roce „nepřekonatelných politických rozepří“ (1977:102). „Souběh těchto událostí nemá zdánlivě žádnou logiku“, píšou, „po období horších politických konfliktů v tisku okamžitě dochází ke snaze sjednotit novináře. Proč k tomu ale nedošlo dříve?“ Vysvětlují to takto: „Straničné konflikty spojily editory a politické redaktory celého národa. To, že parlament sloužil jako místo jejich setkávání, mělo až druhotný význam, mnohem důležitější byly společné investigativní akce a probírání společných zájmů (102).“

Ve Skandinávii a v dalších částech severní Evropy byly založeny první novinářské svazy a tyto organizace jsou doposud ve srovnání se svými protějšky v liberálních zemích či zemích polarizovaného pluralismu velmi silné. Zformování první profesní asociace v Norsku v roce 1883 předcházelo vytvoření britského Novinářského institutu (Institute of Journalists) o sedm let. V Nizozemsku byla první novinář-

ská asociace (NJK) založena v roce 1894; další svazy postupně následovaly, byly ustaveny na základě náboženských a politických vazeb.<sup>73</sup> V Německu vznikla v roce 1895 centrální novinářská organizace Verband deutscher Journalisten- und Schriftstellervereine. Ve Švédsku byl v roce 1874 ustaven Klub publicistů (Publicists Club), organizace pro novináře a vydavatele, který se zabýval především etickými otázkami žurnalistiky (Weibull a Börjesson, 1992); Svaz novinářů byl založen roku 1901 (Høyer a Lorentzen, 1977). Finský novinářský svaz vznikl roku 1921. Tyto svazy trpěly v prvních desetiletích politickým rozdělením, ale ve třicátých a čtyřicátých letech se s upevňováním demokratického korporativismu vyvinuly v silné a jednotné organizace.<sup>74</sup> Nejstarší tiskový klub, Presseclub Concordia, byl založen v Rakousku v roce 1859 a spojil přední rakouské novináře a zahraniční zpravodaje. Existují také organizace, které ustavují pravidla pro novinářskou práci ve vztahu ke zvláštním událostem; v případě Německa je nejdůležitější Bundespressekonferenz – podobající se Westminster Lobby v Británii nebo japonskému Tiskovému klubu – která organizuje tiskové konference a ustavuje pravidla pro nejdůležitější politické a parlamentní zpravodajství. Tyto organizace mají také pravomoc rozhodovat o pokutách (většinou symbolické povahy) pro novináře, kteří ustavená pravidla nerespektují.

Novinářské svazy jsou dnes většinou jednotné. Stejně je tomu u dalších „vrcholných asociací“ demokraticko-korporativistických zemí bez sektářského nebo politického rozdělení (třebaže někdy existují také kluby sjednocující novináře podobné politické nebo náboženské orientace) – s širokou škálou členské základny sahající od téměř univerzálního členství až po 50–60% podíl (například v Německu /Schoenhach, Stuerzebecher a Schneiderová, 1998:221/ a v Nizozemsku /van Letha a Boerefijn 1993/), což je z hlediska srovnání stále vysoký podíl. Tyto organizace se aktivně zapojovaly do diskusí týkajících se etiky a svobody tisku i čistě ekonomických otázek. Podle Heinonena (1998:175) téměř všichni švédští novináři tvrdí, že pravidelně čtou dvouměsíčník svého svazu, a Humphreys (1994) uvádí, že německý novinářský svaz má spíše charakter „asociace praktikujících novinářů“

<sup>73</sup> Různé svazy podstoupily v souvislosti s procesem depolitizace proces integrace a tři hlavní novinářské svazy se sloučily v roce 1965 do jednoho: Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ).

<sup>74</sup> Podle Høyera a Lorentzena byl vývoj profesionalismu ve Skandinávii apožděn politickými vzburnami a politickým rozdělením tisku. Avšak při srovnání s jinými zeměmi se zde profesionalismus rozvíjel brzy a silně.

a editorů než odborového svazu". Novinářské svazy mají často formální prostor pro své stanoviska v rámci projednávání mediální politiky obdobně jako asociace vlastních médií, podobně jako je tomu u dalších „vrcholných organizací“ demokraticko-korporativistických zemí.

Demokraticko-korporativistické země tihnou k relativně silným formalizovaným systémům autoregulace tiska. Tiskovou radu mají všechny země s výjimkou Belgie. Nejsilnější z nich je známa Švédská tisková rada, jejíž původ sahá až k honorárnímu soudu ustanovenému Klubem publicistů v roce 1916 (Weibull a Börjesson, 1992). Její silná pozice vychází z několika předpokladů: má pravomoc vymáhat pokuty od novin a vyžadovat otitštění svých rozhodnutí; je řízena soudcem a zástupci mediálního průmyslu tvoří menšinu jejích členů; je doplněna tiskovým ombudsmenem, který pomáhá při vyšetřování stížností a moderuje projednávání stížností na straně veřejnosti. Teší se také vysoké míře legitimacy mezi švédskými novináři a vydavateli – což je nakonec důležitější než moc vymáhat pokuty. Podle výzkumu Weibulla a Börjessona (1992) jsou výbornou ilustrací síly samoregulace švédských médií reportáže o vyšetřování vraždy švédského premiéra Olofa Palmeho z roku 1986: po celé dva roky vyšetřování nebyl podezřelý ve švédských novinách nikdy jmenován, což je v případě Británie nebo Itálie nepředstavitelné. Norská tisková rada pracuje od roku 1936 a také zahrnuje zástupce veřejnosti (stejně jako nizozemská) a poskytuje pomoc členům veřejnosti, kteří přicházejí s nějakou stížností, i když sama nemá možnost legislativních sankcí. Heinonen (1998:181) uvádí, že rozhodnutí Finské tiskové rady jsou zveřejňována v periodiku novinářského svazu a 40 % novinářů tvrdí, že je čte pravidelně, a 96 % příležitostně. Německá tisková rada se skládá jen ze zástupců novinářů a vydavatelů a v tomto smyslu je slabší než rada rakouská, jejíž rozhodnutí bývají často ignorována dominantním bulvárním listem *Neue Kronenzeitung* (Humphreys, 1996:61–62).

Tiskové rady bývaly v demokraticko-korporativistických zemích častější než státem ustaveny novinářskými nebo vydavatelskými společnostmi nebo oběma subjekty společně. V některých případech byla silným motivačním faktorem obava ze státní regulace. Jejich fungování je založeno na etických kodexech, které byly ustaveny novinářskými nebo vydavatelskými organizacemi (Laitila 1995) a jsou tak přijatelné pro novináře a vydavatele (například Heinonen, 1998:180). Od tohoto vzorce se odchyluje pouze Dánsko: jeho tisková rada byla ustavena v roce 1992 Zákonem o odpovědnosti médií (*Media Liability Act*), který do zákona zavedl etický kodex,

který byl přijat vydavateli o čtvrt století dříve. Novinářský svaz jej odmítl schválit a vyjádřil se v tom smyslu, že by konkrétní novináři a noviny měli docházet k vlastním etickým rozhodnutím (Kruuse, nedatováno). Etická kultura dánské žurnalistiky se ale nijak dramaticky neodlišuje od kultury ostatních skandinávských zemí. Podle Humphreysa a dalších (Článek XIX; Humphreys, 1996) jsou tiskové rady Švédska, Nizozemska a Norska považovány za neefektivnější ze všech.

Formální žurnalistické vzdělání také mnohdy slouží k posílení vlastní profesní identity, i když se ve většině případů objevilo v demokraticko-korporativistických zemích až po vzniku novinářských organizací a systémech samoregulace. Ve Finsku bylo zavedeno ve dvacátých letech, když byl po občanské válce vytvořen centrální univerzitní systém a novinářské vzdělávání bylo ustaveno společně se vzděláváním v ostatních profesích. Podobně jako ve většině demokraticko-korporativistických zemí bylo až do šedesátých let malého rozsahu. Ve Švédsku byl první univerzitní kurz žurnalistiky zahájen v roce 1930 v Göteborgu a první diplomový program byl zaveden v roce 1960. V Norsku se formální žurnalistické vzdělávání datuje od roku 1951. V Nizozemsku bylo žurnalistické vzdělávání vedeno v rámci systému „přílůž“ až do ustavení prvního obecně přístupného programu v roce 1966 v Utrechtu.

V demokraticko-korporativistických zemích má žurnalistika poměrně vysokou míru autonomie. Donsbachův a Pattersonův (1992) výzkum novinářů v Británii, Německu, Itálii a ve Spojených státech zjistil, že němečtí novináři uvádějí tlaky středního managementu a editorů jako omezení své práce nejméně ze všech, toto omezení zmiňovalo jen 7 % německých novinářů ve srovnání se 14 % amerických novinářů, 22 % britských a 35 % italských novinářů. Společně se švédskými novináři také nejméně často uvádějí, že by jejich zprávy upravoval někdo další v newsroomu: „Zprávy, které připravují, jsou obvykle tištěny nebo odvysílány bez dalšího zásahu.“ Tato zjištění souhlasí s Esserovým (1998) výzkumem britských a německých newsroomů, který ukázal, že v případě německých newsroomů chybí hierarchická struktura typická pro Británii a němečtí novináři pracovali samostatněji bez minimálního dohledu.<sup>75</sup> Kultura německé žurnalistiky je silně ovlivněna totalitní

<sup>75</sup> Esser ve své srovnávací studii o organizaci newsroomu ve Velké Británii a v Německu příše o dvou zcela odlišných modelech praxe. Hlavní rozdíl spočívá v mnohem jasnějším rozdělení rolí v případě Velké Británie, než je tomu v Německu. Neexistuje tam jasné rozdělení mezi rolí reportéra, editora a komentátora. Dokonce třebaže německé noviny rozlišují svým zařazením mezi zpravodajskými naracemi a komentáři, z hlediska organizační struktury není odlišení těchto funkcí výrazné. Esser to zdůvodňuje odlišnou profesní kulturou; německá



zkušenosti a s tímto dědictvím částečně souvisí hodnota připisovaná autonomii. Němečtí novináři se těší větší sociální jistotě, což platí pro zaměstnance demokraticko-korporativistických zemí obecně. To zřejmě zvyšuje jejich autonomii, byť jsou noviny jako *Telefonbetriebe* neboli „ideologické podniky“ vyňaty ze zákona upravujícího účast pracovníků v managementu, který je uplatňován na jiná odvětví (to dobře ilustruje zásada německé kultury, že funkci novin je „uplatňovat ideologický dohled vzhledem k informacím a vyjadřování názorů“).<sup>76</sup> Německo ovládalo v sedmdesátých letech diskuse týkající se *innere Pressefreiheit* neboli vnitřní svobody tisku – svobody novinářů v rámci zpravodajských organizací. V té době se objevily snahy snížit ochranu vlastnických výsad při využití „ideologických podniků“<sup>77</sup> výjimek a poskytnout novinářům větší pravomoc účastnit se rozhodování v rámci mediálních organizací. Několik novin a časopis *Stern* zavedly redakční statut, který novinářům taková práva poskytoval (nejsilněji přešel u levicového deníku *Taz*); ale legislativa ustavující taková práva byla často potlačena vlastníky médií (Humphreys, 1994:108–110; Holtz-Bacha, 2002) a toto hnutí po sedmdesátých letech upadlo. V osmdesátých letech, kdy bylo zavedeno soukromé vysílání, vyžadovaly někteří spolkové země, aby organizace vysílatelů vyjednaly redakční status chránící novinářskou autonomii jako prostředek k posílení pluralismu mediálních obsahů a k zabránění instrumentalizace soukromého vysílání.

Nizozemští novináři v šedesátých a sedmdesátých letech úspěšně získali status redaktora (*redactiestatuten*), který chránil jejich nezávislost. Podle van der Eijka tento status vysvětluje, proč odklon od piliřového uspořádání (probíraný v minulé části) „nenechal otevřené pole pro ustavení zcela komerčního nebo bulvárního tisku“ (316). V Nizozemsku a v Německu je poskytována státní ekonomická podpora

profesní kultura tradičně více inklinuje ke komentáři a k hodnocení. Navíc většina tisku Velké Británie byla postavena na modelu hlavních celostátních listů, které fungovaly jako vzor jak z hlediska obsahu, tak z hlediska organizačních postupů. Celostátní noviny byly schopny díky svým bohatým zdrojům zavést segmentovanou organizaci s profesemi naplňujícími velmi specifické role. V kontrastu k tomu nadvláda regionálního tisku v Německu znamenala méně flexibilní organizaci s menší délkou práce.

<sup>76</sup> Věta o „ideologickém dozoru“ vychází z direktivy Evropské unie o účasti zaměstnanců v obchodních podnicích, která zemím poskytuje možnost výmout z ní takzvané „ideologického podniky“. Tři demokraticko-korporativistické země, Německo, Rakousko a Švýcarsko, vyušly k vynětí zpravodajských médií této regulace (Holtz-Bacha, 2002). Jak ukážeme dále, němečtí novináři mají sklon pracovat pro noviny, jejichž politika je podobná jejich vlastní. Je možné, že právě to je jedním z důvodů omezených zásahů editorů a šéfredaktorů – že politického nasměrování je částečně dosaženo již v procesu náboru zaměstnanců.

jen v případech, kdy mají novináři úplnou redakční autonomii (Humphreys, 1996). Norský Redaktørplakaten neboli redakční kodex stejně jako etický kodex norské tiskové asociace poskytují šéfredaktorovi jedinečnou pravomoc v rozhodování, co bude otisknuto, a zapovídají vydavatelé právo kontrolovat obsah; to mu musí být přiznáno norským soudem. Zásahy vlastnicků vedly k příležitostným masovým rezignacím novinářů norských novin a k zániku listu *Middordalend* v roce 1987 (Wolland, 1993:120–121). Vysoká úroveň profesionalizace v zemích demokraticko-korporativismu znamená, že téma instrumentalizace médií, která je (jak jsme ukázali v páte kapitole) velkým problémem zemí polarizovaného pluralismu, není v zemích severní a střední Evropy hlavním zájmem ani mediálního vzdělávání, ani veřejných debat o médiích. V demokraticko-korporativistických zemích je o toto téma pravděpodobně ještě menší zájem než v zemích liberálních. Zvláště ní výjimku lze nalézt v Německu, kde byl Axel Springer, vlastník pravicevého *Bildu a Welts*, v šedesátých a sedmdesátých letech předmětem ostré kontroverze (Humphreys, 1994:92ff).<sup>77</sup> Diskuse o politických důsledcích vlastnictví médií obecně bývají častěji strukturálního než instrumentálního charakteru: zabývají se více úpadkem tematické a obsahové rozmanitosti spojeným s koncentrací médií a sklonem „buržoazních“ centralistických a praviceových listů vytlačovat levicové listy prostřednictvím obchodní soutěže než rolí individuálních mediálních vlastníků jako politických aktérů.

Rozvoj úrovně novinářské autonomie a velká různorodost zpravodajských médií jako nezávislých společenských institucí má co do strukturální roviny komplexní historickou genezi. Třebaže se profesní etika a solidarita významně rozvinuly už na počátku 20. století, politický obsah žurnalistiky intenzivně kontrolovali vlastníci, nebo v případě stranického tisku stranická hierarchie. „Redakční rada kontrolovala pevnou rukou, kdo se z novinářů může vyjadřovat k politice“ (Olsson, 2002:61). Podle Olssonova komentáře k historii švédského tisku měli v padesátých letech prostí komentátoři podřadnější postavení než novináři úzce spojení se světem politiky a „zpravodajští reportéři se sociální odpovědností“. Ti druzí byli loajální k vůdcům stran a společenských organizací, přičemž hráli roli „aktivních zastánců modernizace a pokroku“. „Zpravodajská žurnalistika měla právo angažovat se

<sup>77</sup> Politika Springerova tisku je ústředním tématem knihy *Zpracená čest* Kathryn Blumové (Böll, 1975).

v každodenní politice – s podmínkou, že nebude kontroverzní (165).“ V šedesátých letech se ve Švédsku (Hadenius, 1983; Djerrf-Pierre, 2000; Olsson, 2002), jakož i v dalších zemích (například Wigbold 1979; van der Eijk 2000) upustilo od podmínky nekontroverzní žurnalistiky a začala se péstovat kultura kritického profesionalismu. „Novináři si prosadili právo kritizovat politické a společenské elity a soustředit pozornost na sociální problémy často s aktivistickým přístupem. Měli ambici kontrolovat jednání politických vůdců a ovlivňovat jak veřejnou diskusi o sociálních a politických tématech, tak politiku prováděnou veřejnými institucemi“ (Djerrf-Pierre, 2000:254). Aktivistická tendence, která se projevovala také vyžadováním „vnitřní svobody tisku“, vzala v sedmdesátých letech za své a novináři se od té doby mnohem méně chápou jako mobilizátoři aktivního občanství. Avšak kritická orientace vůči institucím přetrvává i s přesvědčením, že by novináři měli aktivně určovat zpravodajskou agendu.

K posunu ke „kritickému profesionalismu“ došlo jak v tištěných médiích, tak ve vysílání – v té době striktně veřejném –, a to jak v komerčním, tak ve stranickém tisku. Hadenius (1983:300) v případě švédského tisku na počátku tohoto období poznamenal:

Pro noviny bylo většinou téměř nemyslitelné obnažit nebo kritizovat svou vlastní stranu. Dnes je obecným pravidlem, že člen strany je předmětem stejné kritiky jako opoziční strany... Na novináře se dnes kladou zcela odlišné nároky než dříve. Nejsou dirigováni ani od politiků, ani od organizací. Požadují, aby zpravodajské sloupky novin nepodléhali politickým principům. Stojí však za povšimnutí, že zpravodajství má do dnes silný politický podtón.

Hadenius dále vysvětluje, že i do stranických listů – stejně jako do komerčních – byli novináři najímáni na základě kritéria profesionality a mohli přecházet z jedné zpravodajské organizace do druhé: byli jednoduše součástí profesní kultury, která pokračovala politické vazby. Zatímco z ekonomického hlediska stranické listy soustředily s komerčními a podobně jako komerční nechtěly, aby na ně čtenáři pohlíželi jako na „stranické kydy“. V Hadeniově rozboru lze nalézt velmi silnou koexistenci politického paralelismu a profesionalizace, která je jednou ze specifických demokraticko-korporativistického modelu a která byla silná zejména v období, které Hadenius

popisuje.<sup>78</sup> Novináři je profesionál, který respektuje pravidla a zásady, na nichž se shodla celá profese, a trvá na autonomii žurnalistické praxe nedotčené politickými zásahy.<sup>79</sup> Zároveň si uchovává politickou/ideologickou identitu, a to jako jednotlivec i jako součást zpravodajské organizace, a často aktivně usiluje o zasahování do světa politiky.

## Úpadek a stálost politického paralelismu

Vývoj postupného odklonu stranických listů od předcházející silné politické identifikace, tak jak ho Hadenius zaznamenal v osmdesátých letech, zjevně pokračoval Weibull a Anshelm (1991:38) nacházeli o dekádu později mnohem zásadnější proměnu než Hadenius:

Tisk je tradičně spojen s politickými stranami: svou stranickou orientací oficiálně deklarují na své komentářové stránce téměř všechny noviny – čtyři pětiny s nescialistickým a jedna pětina se socialistickým zaměřením. Až do poloviny sedmdesátých let byla stranická orientace znatelná také v prezentaci zpráv, ale poslední dekády znamenaly zejména pro moderní profesionální žurnalistiku anglosaského typu zlom.

V sedmdesátých letech si držel v mnoha zemích demokratického korporativismu důležitě postavení opravdový stranický tisk, který dnes v zásadě neexistuje. Dnes už také zmizel výrazný politický paralelismus celého mediálního systému. Odpolitizování novin přišlo společně s procesem obecnější sekularizace společnosti, kterou se budeme detailněji zabývat v osmé kapitole. Zmensila se členská základna tradičních masových stran a tyto strany ztratily mnohé ze své symbolické a reprezentativní funkce ve prospěch rostoucí role jiných socializačních institucí, rostoucí fragmentarizaci společnosti a konci strukturovaných sociálních rozporů (Dalton, 1988;

<sup>78</sup> Hoyer a Lovrentzen (1977: 109) píší o „ambivalenci vůči politikům ... jednak z důvodu vzájemné kolegiality, jednak kvůli rivalitě a „dvojnásobnosti profesionální kultury“ a zmiňují výzkumy ukazující například, že na počátku sedmdesátých let 74 % norských novinářů souhlasilo s myšlenkou, že by novináři měli být nesávislí na stranách a podle 62 % musí být loajální ke (stranické) politice listů.

<sup>79</sup> Holtz-Bacha (2002) také uvádí, že v Německu panoval nejnásilnější redakční statut v listech, které vlastnila sociálnědemokratická strana.

Panebianco, 1988). Tento proces „sekularizace“, který byl v šedesátých a sedmdesátých letech již v plném proudu, byl v následujících dekadách posílen „komerční záplavou“, která proměnila vysílání – postupně akcelerovala také v tištěných médiích. Tento proces zjevně oslabil vazby mezi médií a národními politickými systémy. Existuje jasná tendence, která směřuje k médiím mnohem silněji zakotveným v tržní ekonomice a směřujícím k širokým cílovým skupinám, která se pomalu vymaňuje z úzkého směřování politiky. Podle tohoto trendu „už nejsou diváci a čtenáři vnímáni jako stoupenec určitého sociálního či náboženského proudu, ale prostě jako individuální spotřebitelé“ (Nieuwenhuis, 1992:207).

Pokles politického paralelismu se v demokraticko-korporativistických zemích projevuje několika způsoby. Tabulka 6.2 uvádí údaje o stranické afilii dánských novin, jak je obsahuje Søllinge (1999). Prudký nárůst počtu „nezávislých“ listů ve vztahu k politicky vázaným souvisí s koncentrací novinového trhu: celkové množství listů pokleslo mezi roky 1960 a 1995 z 88 na 37 % a většina z těch, které přetrvaly, měla regionální monopol, což tlumilo jejich politické směřování, protože usilovali o získání čtenářů skomírajících listů odlišného politického přesvědčení. Poslední sociálnědemokratický list *Akraeft*, který byl založen Konfederací odborových svazů a vycházel 130 let, zamíkl roku 2001. Podobná data uvádí Salokangas (1999) pro Finsko. Hadenius a Weibull (1999) tvrdí, že zatímco 75 % švédských novin představujících 80 % nákladu nadále deklaruje určitou politickou vazbu, vliv těchto vazeb na obsah oslabily profesní normy. Autoři také uvádějí podíl populace, která čte noviny korespondující s jejich vlastními politickými vazbami. Ten s rostoucí dominancí liberálních listů v letech 1979–1997 poklesl jak u konzervativců, tak u sociálních demokratů (u těch mnohem podstatněji, z 32 na 15 %). Podle Schoenbacha, Stuerzebechera a Schneiderové (1998:225) data šetření prováděných mezi novináři v letech 1980–1982 a 1992 ukazují, že „jeden z důležitých prvků profese – možnost předat svůj vlastní názor dalším lidem a mít tak politický vliv – ustoupil ve prospěch podstatnějších hodnot projevujících se více v rámci každodenní pracovní rutiny... Posílila také orientace na poskytování služby. Více novinářů se soustředilo na snahu nabídnout něco publiku a méně jich chtělo publikum vybudit, poučit nebo vzdělat“. Jejich poznatky především ukazují nárůst počtu novinářů hlásících se k roli „bavičů“, těch, co chtějí psát o tom, „co si publikum myslí“. Tato zjištění souzní s Djerf-Pierrovou (2000) analýzou obsahu švédských

televizních zpráv, která odhalila vzestup „konformního“ postoje vůči zpravodajskému publiku.

Tabulka 6.2 Politická afilie dánských novin

	1960	1970	1980	1990	1995	2000	2002
Sociální demokracie	14	7	7	7	1	1	0
Sociální liberálové	7	4	3	2	2	2	2
Nezávislí sociální liberálové	2	2	2	2	1	1	1
Konzervativní	15	8	4	1	1	1	1
Nezávislí konzervativci	2	1	2	2	2	0	0
Liberálové	36	27	14	13	5	5	5
Nezávislí liberálové	2	2	7	7	9	9	9
Komunisté/Socialisté	1	2	2	1	0	0	0
Ústavní nezávislí	8	9	12	16	15	14	14
Celkem	88	52	49	47	37	33	32

Pro demokraticko-korporativistické země je setrvání u politického paralelismu stejně důležité jako nové trendy. Přetschová (2001:64) dospěla k závěru, že se vztah mezi politiky a novináři „ve Spojených státech vyznačuje více na média orientovaným stylem a v Německu více politicky motivovaným stylem interakce“. Její analýza naznačuje určitou podobnost s modelem zaznamenaným u italských médií v páté kapitole, ve kterém se novináři účastní procesu vyjednávání mezi politickými silami a do velké míry hrají podle pravidel politického procesu. V případě Německa proběhla polemika o míře politizace žurnalistiky. Někteří teoretici, například Köcherová (1986), Donsbach (1995) a Donsbach a Klett (1993), soudí, že německá žurnalistika směřuje (s využitím Köcherových slov) k „misijní“ orientaci, usilující o vyjadřování a formování názorů. Donsbachova data ukazují, že německí a italscí novináři se mnohem častěji hlásí k myšlence, že „důležitou součástí žurnalistické práce je prosazování určitých hodnot a myšlenek (71, resp. 74 %), než je tomu u Britů (45 %). Švédů (36 %) a amerických novinářů (21 %), a také se častěji hlásí k „obhajující“ roli novinářské práce. Jeho data ukazují, že německí novináři častěji kombinují role reportéra, editora a komentátora, což je mezi italskými a britskými novináři méně časté a v případě švédských a amerických novinářů ještě výjimečněj-

ší.<sup>80</sup> Role reportéra a komentátora se míjí také v Belgii. V kontrastu se Švédskem (podobně jako Belgie) je Německo charakteristické polarizovaným pluralismem, což souzní s tradičním vzorcem polarizovaného pluralismu a s pokračujícím ústředním postavením politických stran v Německu. Tento názor na druhou stranu odmítají Schoenbach, Stuerzebecher a Schneiderová (1998) a Weischenberg, Löffelholz a Scholl (1998), poslední z autorů trvají na tom, že „ke konvergenci v žurnalistice došlo v západních demokratických zemích z ekonomických, technologických a vzdělanostních důvodů“ (251).

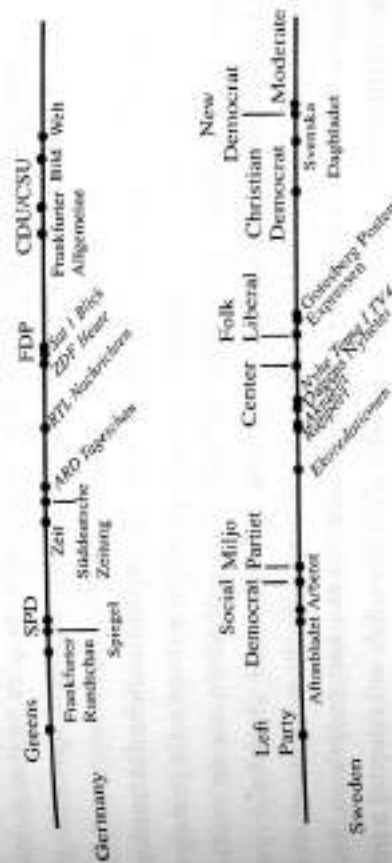
Kindelmann (1994) ve své studii volebních reportáží z německého Bundestagu v roce 1990 zjistil, že německá média při informování o stranách a kandidátech zastávají určité názory. Schulz (1996) v reakci na Kindelmannovy výsledky zdůrazňuje, že poněkud tendenci byly také německé televizní zprávy, i když v menší míře (srovnej Keppinger, Brosius a Staab, 1991; Hagen, 1993). Stojí za to dodat, že německý tisk během volebních kampaní politické strany otevřeně nepodporuje. V tomto ohledu se od britského populárního tisku liší i *Bild*, ačkoli je považován za list politické pravice a vůči politickým kandidátům prezentuje nejotevřenější hodnotové soudy ze všech (Semetko a Schoenbach, 1994:53), avšak otevřeně své sympatie neproklamuje (jeho titulek tvrdí, že je „*unabhängig - überparteilich*“ - „nezávislý - nadstraničský“).

Výzkum Pattersona a Donsbacha ukazuje silný externí pluralismus německých médií - a také médií švédských, který převládá i přes výraznou snahu o oddělení zpráv od komentářů (193; také Donsbach, Wolling a von Blomberg, 1996). V tomto výzkumu byli novináři požádáni, aby umístili strany a zpravodajské organizace na linii politického spektra od levice po pravici. Graf 6.1 ukazuje výsledky pro Německo a Švédsko.

V obou zemích, stejně jako v případě Itálie a Británie, umístili respondenti zpravodajská média široko napříč celého spektra a televizní vysílání seskupili relativně blízko středu, což odráží požadavek vnitřního pluralismu, zatímco noviny se z hlediska politických sklonů velmi lišily. Naopak novináři Spojených států umístili všechny zpravodajské organizace zmiňované průzkumem mezi Republikánskou a Demokratickou stranou. Tato podoba externího pluralismu tisku je charakteristickým rysem napříč celým regionem, alespoň co se týká celostátních listů. Regionální

80 To podporuje Esserova zjištění.

Graf 6.1. Levoprávná pozice německých a švédských médií



Strany nad linkou, média pod linkou. Televize a zpravodajské kanály jsou kurzívou.

Zdroj: Patterson a Donsbach [1993].

tituly jsou většinou všeobecně zaměřenými listy, které se vyvíjejí jasně politické linii. Odlišné politické názory existují souběžně s novým důrazem na vnitřní pluralitu - každý list informuje o širokém spektru názorů hlavních politických stran. Politické inklinace nejsou již tak vyhraněné, jako tomu bylo v minulosti, a málokdy nabývají podoby úzké identifikace s jednou stranou. Ideologické sklonky ale existují i nadále. Například o Nizozemsku (2000:312, 319) píše van der Eijk:

Noviny v důsledku ztráty svého vztahu k *zuit* (pířiti) postupně redefinovaly svůj základní profil a tento proces vedl v určitých momentech k vzájemnému odlišení a v jiných situacích k nerozlišující snaze oslovit úplně všechny (univerzalismus). Většina celostátních novin vsadila na odlišnost, aby tak oslovila publika podle levo-pravé orientace a životního stylu... Například *Trouw* je ze své podstaty zjevně pokrokové křesťanský a otevřený tématům spojovaným se zeměmi třetího světa, ochranou životního prostředí a progresivní teologií. Naopak *Die Telegraaf* je svým tónem sociálně a politicky konzervativnější, třebaže vyjadřuje určitou distanci ke všem politickým stranám a jejich strategickému a taktickému manévrování. *Volkscourant* se orientuje ze všech celostátních deníků nejlíněji na postmateriální hodnoty, jako jsou vzdělání, multikulturalismus a socioekonomická rovnost, navíc představuje pozitivní fascinaci politickým světem, kterou sdílí s konzervativnějším a akademicky orientovaným *NRC-Handelsblad*.

Podle van der Eijka obsahová analýza ukázala, že se tendenční orientace projevuje různým způsobem v obsahu zpráv, včetně skutečnosti, že „čím více se politické názory stran vyjadřované v termínech levice-pravice liší od názorů novin, tím jsou noviny ke stranám kritičtější“ (329).

Odlíšná politická orientace tisku v demokraticko-korporativistických zemích přetrvává i přesto, že novináři v jednotlivých zemích přijali v různé míře princip odělování komentářů od zpráv (jeden novinář může psát oboje, ale ne současně a ne v jednom článku, jak se děje v italském stylu *postone* - „směska“ - pozn. red.) a přešli k „objektivnějšímu“ stylu psaní. V tomto ohledu se forma externího pluralismu, která dnes existuje v zemích demokratického korporativismu, liší od formy uplatňované v zemích polarizovaného pluralismu, kde se komentář a informace mísi mnohem promiskuitněji. Politická orientace se projevuje mnohem silněji u zpravodajství ve vzorcích výběru a v jednotlivých důrazech než u explicitních komentářů.

### Vývoj, struktura a kultura politiky

Podle Katzensteina (1985) se systém demokratického korporativismu rozvinul ve Skandinávii, v Beneluxu a ve Švýcarsku ve třicátých letech z řady politických kompromisů, které souvisely s bojem těchto zemí proti velké hospodářské krizi a se snahou vyhnout se polarizaci a kolapsu demokracie, k níž došlo v sousedním Německu a v Rakousku, podobně jako na jihu Evropy - ve Španělsku a v Itálii. Tyto kompromisy představovaly dohody o sociálním smíru pro pracující, dohodu týkající se plánů na ekonomickou a politickou stabilizaci, která šla napříč sociálními třídami a v řadě případů se týkala širší politické koalice, zahrnující jak leví

ci, tak pravici, z nichž některé pokračovaly ve svých aktivitách jako exilové vlády během nacistické okupace. Výsledný systém se podle Katzensteina „odlišuje třemi prvky: ideologií sociálního partnerství vyjádřeného na národní úrovni; relativně centralizovaným a koncentrovaným systémem zájmových skupin; a dobrovolnou a neformální koordinací konfliktních cílů prostřednictvím kontinuálního politického vyjednávání mezi zájmovými skupinami, státní byrokracií a politickými stranami“ (32). Rakousko a Německo přejaly velkou část tohoto modelu po druhé světové válce, i když podle Katzensteinovy analýzy byl v případě Německa poněkud proměněn dominantní úlohou politických stran a některými dalšími rozdíly. Korpora-tivistickému vyjednávání ve třicátých letech předcházela ve většině zemí dohoda o přijetí proporcího zastoupení, ke které došlo v mnoha zemích na počátku 20. století. Země demokratického korporativismu tihnou spíše k systému s mnoha politickými stranami a k principu konsenzu, než k systému dvou majoritních stran. S použitím Lijphartových (1999) slov: mají sklon k širokým koalicím, ve kterých nemá žádná strana majoritu, a uplatňují sdílení moci jak mezi stranami, tak mezi zájmovými skupinami a kulturními komunitami. Švýcarsko a Belgie mají systémy založené na čistém konsenzu a ostatní země mají nejčastěji smíšené systémy se sklonem ke konsenzuální politice. Tihnou také spíše k umírněnému než k polarizovanému pluralismu (Sartori, 1976) - v případě Německa a Rakouska k posunu tímto směrem dochází po druhé světové válce.<sup>21</sup>

Podle Katzensteina se demokratický korporativismus v severní Evropě mohl rozvinout díky relativně slabému postavení a rozdělení politické pravice, a z toho plynoucí neschopnosti zablokovat převahu levice - což kontrastuje s většími zeměmi, jako jsou Německo, Francie a země jižní Evropy. V Nizozemsku, ve Skandinávii a ve Švýcarsku se feudalismus nikdy nerozvinul příliš silně. Zájemní měšťanstva a nezávislé rolnictví byly vůči aristokratické vlastnické půdy relativně silné. „Jednotliví výrobci/pěstitelé žijící v komunitách“ byli často ekonomicky aktivnější než velcí vlastníci půdy a rolníci-bezzemci. Politická autorita se často „soustředila do rukou výrobců-obchodníků“ (157). Ve Švýcarsku, Nizozemsku, Belgii a Dánsku měli velký vliv obchodníci angažovaní v dálkovém obchodě, zatímco ve Skandinávii byli podstatně důležitější nezávislí rolníci. Existence nezávislého rolnictví - například v Dánsku byli rolníci osvobozeni (od držitelů půdy) v osmdesátých letech 18. sto-

<sup>21</sup> Data týkající se polarizace a počet politických stran uvádí tabulka 3.2.

Já a zemská reforma proběhla na počátku 19. století – znamenala, že ve Skandinávii a v dalších menších zemích byly nezávislé agrární strany schopny uzavírat aliance s liberálními nebo socialistickými proudy, zatímco v jižní Evropě a v dalších oblastech se silným feudalismem kontrolovala hlas vesnického obyvatelstva aristokracie. Ekonomicky slabá aristokracie se ve Skandinávii často věnovala obchodu, aby vůbec přežila, a její zájmy se tak příliš nelíšily od zájmů městské buržoazie. Tato sociální struktura byla příznivá pro brzký triumf liberálních institucí, který se projevil časným vývojem svobodného tisku.

**Ústřední postavení organizovaných sociálních skupin.** Jednou z nejdůležitějších vlastností demokraticko-korporativistického systému je ústřední role organizovaných sociálních skupin včetně politických stran, odborů a zaměstnaneckých spolků, náboženských komunit a řady dalších typů „sociálně relevantních skupin“. Korporativistický systém je založen na existenci silných, sjednocených „vrcholových organizací“, které mohou při vyjednávání s jinými skupinami zastupovat zájmy svých členů. Takové skupiny jsou v korporativistickém systému formálně integrovány do procesu vytváření politiky a mají v mnoha případech status veřejných institucí a vykonávají to, co je v jiných systémech funkcí státu – například řídí systém sociálních dávek, nebo v případě Nizozemska veřejně vysílání. Korporativistické vyjednávání ve třicátých letech 20. století vedlo k institucionalizaci organizovaných sociálních zájmů v demokraticko-korporativistických zemích, ale tradice této samostatné organizovanosti sahá o řadu století nazpět. Model intenzivního občanského života, který Putnam (1993) popisuje v případě severní Itálie, se velmi brzy prosadil také ve většině severní Evropy, v Německu a ve Švýcarsku. Důležitou součástí historie těchto zemí včetně obchodních měst Nizozemska, Německa a švýcarských kantonů byly regionální komunity s právem na vlastní samosprávu. Obchodníci vytvářeli akciové společnosti a další formy sdružení; řemeslníci utvářeli cechy; v mnoha případech nezávislý selský stav utvářel selská družstva; důležitou úlohu při vývoji organizační kultury hrála také protestantská tradice samosprávných náboženských kongregací. Jelikož občanská společnost je závislá na toku veřejně dostupných informací, je postavení této formy občanské společnosti bezpochyby důležitým faktorem vzestupu čtenosti novin severní a střední Evropy. A jak jsem již v této kapitole uvedl, noviny se od počátku staly zásadním bojištěm při konfliktech mezi těmito skupinami. Je důležité zdůraznit, že tradice organizování občanů se neomezovaly pouze na města, ale existovaly také na ves-

ní. Silný rozdíl mezi urbánním a rurálním kontextem, který byl charakteristický pro středomořské země – a brzdil růst nákladů novin v jižní Evropě –, na severu neexistoval v takové míře. Nejsilnější rozdíl mezi městem a venkovem v rámci demokraticko-korporativistických zemí spočívá ve čtenosti novin a byl patrný v případě Rakouska – které mělo jako součást rakousko-uherské říše podobnou feudální historii jako země jižní Evropy.

V 19. století se v demokraticko-korporativistických zemích rozvinuly silné masové politické strany, nejdříve sociálnědemokratické, po nichž následovalo zakládání masových konzervativních a agrárních stran<sup>62</sup>. Tyto strany si vybudovaly silnou strukturu, která pronikala až do základů společnosti, se síťmi institucí, které je pojily s jejich členy. V mnoha případech měly silné vazby na další typy společenských organizací včetně odborových svazů, podnikatelských asociací a církevních komunit. Byly úzce svázané s hlavními prvky rozdělení zájmů a kulturní identitou společnosti – třídou, vyznáním a jazykem – a jejich členové k nim byli silně loajální. V souznění s modelem, který Lorwin (1971) označuje jako *segmentovaný pluralismus*, představovalo jejich voličstvo do velké míry oddělené subkultury.

Ústřední postavení organizovaných sociálních skupin a politických stran se odráží v mediálních systémech různě. Lze na ně pohlížet z hlediska role, kterou politické strany a „sociálně relevantní skupiny“ hrají při řízení veřejného vysílání a regulaci mediálních systémů. Projevuje se také pozici novinářských sdružení a asociací, které se svým početným členstvem a důležitostí organizace podobají ostatním vrcholovým sdružením demokraticko-korporativistických zemí a podobně jako ony jsou součástí procesu utváření mediální politiky a zároveň bývají zastoupeny ve vysílacích radách a podobných orgánech. A co je nejdůležitější, ústřední postavení společenských organizací v demokraticko-korporativistických zemích souvisí s vysokou mírou politického paralelismu, který přetrvával po většinu 20. století. Noviny hrály důležitou interní roli v rámci politických subkomunit při sledování stran a při stmelování strany a vedení dialogu se svými členy, ale také jako důležité médium při vyjadřování názorů různých politických proudů veřejné sféry a účasti na procesu vyjednávání mezi politickými stranami a sociálními

<sup>62</sup> Nejstarší socialistická strana byla založena v Německu (v šedesátých letech 19. století). Následovalo Dánsko v roce 1871. Nejmladší ze zemí tohoto modelu je finská socialistická strana, zatímco finská konzervativní strana je nejstarší (založena roku 1907). Nicméně většina z nich se objevila na konci první světové války.

skupinami, které jsou pro demokratický korporativismus a konsenzuální vládnutí nepostradatelné. Tradičně velký prostor věnovaný debatám, komentářům a interpretacím souvisí s politickou kulturou založenou na vyjednávání a diskusi. Tisk hrál tradičně velkou roli jak při vyjadřování rozdílů mezi stranami a skupinami, tak při mobilizaci nerozhodných voličů a při moderování procesu vyjednávání. Pfetsch (2001:64; srovnej Keman, 1996) při shrnutí poznatků svého srovnávacího výzkumu vztahu médií a politiky v Německu a ve Spojených státech uvádí:

Politická jednání jsou v Německu typická tradičně silnou a ústavně zakotvenou úlohou politických stran. Úspěch politického programu je výsledkem komplexního procesu vyjednávání a kompromisů mezi parlamentními skupinami a stranickými organizacemi, které doprovází snaha o získání mediální podpory během vyjednávání.

Jak jsme zmínili v páte kapitole, tento typ komunikačního procesu, ve kterém hrají strany a další organizované sociální skupiny ústřední roli, se tím, co demokraticko-korporativistické země do určité míry sdílejí se středomořskými zeměmi, zejména s Itálií, zároveň blíží tomu, co James Curran nazývá „radikálně demokratickou“ veřejnou sférou. Curran (1991:30) „radikálně demokratickou“ veřejnou sférou spojuje se zeměmi severní Evropy, kterými se zabýváme v této kapitole, a zastává názor, že:

...demokratický mediální systém by měl zastupovat všechny významné zájmy přítomné ve společnosti. Měl by usnadňovat jejich participaci na veřejné sféře, umožnit jim, aby přispívaly k veřejné debatě a ovlivňovat veřejnou politiku. Média by také měla usnadňovat fungování zastupitelských organizací a otevřít své vnitřní procesy veřejnému zkoumání a vůli veřejného mínění. Ústřední úloha médií by měla být definována jako napomáhání spravedlivému vyjednávání nebo artikulaci soupeřících zájmů prostřednictvím demokratického procesu.

Curran pokračuje srovnáním této myšlenky s liberálním systémem, ve kterém jsou média vnímána jako vertikální kanály komunikace mezi soukromými občany a vládou: podle Currana koncepce radikální demokracie „pohlíží na média jako na komplexnější artikulaci vertikálních, horizontálních a diagonálních kanálů komunikace mezi jednotlivci, skupinami a mocenskými strukturami. Jsou ztělesněním jisté ochrany partikulárních zájmů v moderních liberálních demokraciích a jejich prosazování prostřednictvím kolektivních organizací typu politických stran a násta-

kových skupin a skrze strategické preskupování aliancí a koalicí“ (31) Curranův koncept popisuje podstatný prvek mediálních systémů demokraticko-korporativistických zemí, ve kterých mediální instituce dlouho patřily mezi „prostředky k vytváření koalicí“ (Lijphart, 1977; Colomer, 1996), jejichž prostřednictvím jsou řízeny mezikupinové vztahy. Samozřejmě, jak také Curran uznává, veřejná sféra řízená tímto způsobem nemusí být nutně „radikální“, ani natolik demokratická jako ideál, který prosazuje: Vazby mezi médií a organizacemi vedly v demokraticko-korporativistických zemích k pluralismu a zaručily zastoupení široké škály zájmů, často však také vedly k omezení pluralismu na ustavené organizační formy. Stejně jako u ostatních systémů probíraných v této knize, musíme i na demokraticko-korporativistický systém nahlížet zároveň jako na systém demokratické komunikace a systém sociální a politické moci.

**Úloha státu.** Úloha státu má v demokraticko-korporativistických zemích dvě stránky. Na jedné straně existence regionálních svobod a rané vítězství liberálních institucí ukazují na důraz na filozofii omezení moci státu. To se projevuje časovým rozvojem svobody tisku i postavením zákonů upravujících přístup veřejnosti k úředním informacím. Tato tradice v zemích demokratického korporativismu posilovala i důrazem na roli společenských organizací, které na sebe často přebíraly odpovědnost, jež by byla jinak připisována státu. To je na mediálním poli patrné u nizozemského vysílání veřejné služby, kde je odpovědnost za vysílání delegována prostřednictvím vysílacích organizací na „píliře“. Podobné je to i u systému samoregulace tisku, který je společný většině demokraticko-korporativistických zemí. Na druhou stranu demokratický korporativismus představuje partnerství mezi sociálními organizacemi a státem a vytváří společenskou dohodu, která se objevila společně s korporativistickým systémem, a prostřednictvím sociálního státu, aktivní politiky průmyslu a dalších forem intervencí přinesla největší rozšíření role státu ve společnosti. Švédský koncept *folkkhem* neboli „lidových domů“ původně založený na konzervativních představách o národní jednotě, který přejal a rozšířil vůdce sociálních demokratů Per Albin Hansson v roce 1928, kdy se demokraticko-korporativistický systém začal prosazovat ve Švédsku (Åsard a Bennett, 1997) a byl založen na myšlence, že stát má odpovědnost při zasahování do ekonomiky a do řady oblastí života, aby tak zajistil pokrok a rovnost. Intenzita a formy sociálního státu a dalších forem státních intervencí se liší stát od státu a od osmdesátých let je sociální stát na ústupu, ale obecně se demokraticko-korporativistické země

vyznačují aktivní sociální roli státu. Švédsko mělo v devadesátých letech 20. století z hlediska podílu HDP největší vládní výdaje ze všech evropských zemí, následováno Dánskem a Nizozemskem (Lane a Ersson, 1991:328). Jak jsme uvedli, tato obecná charakteristika demokraticko-korporativistických společností se projevuje silným postavením veřejného vysílání a systémem dotací tisku a zároveň všeobecným vnímáním médií nikoli jako čistého podnikání, ale jako sociálních institucí, za které stát zodpovídá. To je hlavním rozdílem mezi demokraticko-korporativistickým modelem a liberálním modelem, ve kterém hraje stát podstatně slabší roli, ať jako finančník, nebo regulátor.

**Profesionalismus novinářů, „ideologie sociální spoluúčasti“ a racionálně-legální autorita.** Jednou z odlišujících vlastností demokraticko-korporativistického systému médií je koexistence politického paralelismu a žurnalistického profesionalismu. Politický paralelismus je samozřejmě úzce spjat s mocenskou pozicí stran a společenských organizací. Žurnalistický profesionalismus souvisí s „ideologií sociální spoluúčasti“, kterou Katzenstein popisuje jako jednu z hlavních vlastností demokratického korporativismu, současně s umírněným pluralismem, který vzešel z ideologie a praxe sociální spoluúčasti, a také s tradicí racionálně-legální autority, která demokratickému korporativismu předchází. Katzenstein (1985:88) píše, že „i když se to nezasvěceným může zdát paradoxní, nemusí se pragmatická spolupráce a ideologický konflikt vzájemně vylučovat“. Demokratický korporativismus v sobě zahrnuje proces vyjednávání, jehož prostřednictvím usilují o dosažení konsenzu strany a skupiny s rozdílnými ideologiemi a sociálními zájmy. Takto jsou vytvářeny vládnoucí koalice i politika a takto jsou také řízeny vztahy mezi dělníky a managementem a další konflikty sociálních a ekonomických zájmů. I přes velkou politickou různorodost vedl proces kontinuálního vyjednávání ke kultuře a k procedurám přizpůsobení a spolupráce. V demokraticko-korporativistických zemích vedl tento trend k posunu směrem k umírněnému pluralismu, a to ruku v ruce s tím, jak si některé části společnosti udržely odlišnou identitu, ale potlačily své požadavky a vzrůstala jejich snaha dodržovat základní pravidla hry.<sup>83</sup>

<sup>83</sup> To se také odráží v relativně vysoké důvěře připisované politickým institucím. Například Eurobarometer 55 ukazuje, že se všechny demokraticko-korporativistické země těší vyšší důvěře ve vládní instituce, než je průměr EU. Srovnejte Borre (1995) a Lischtaug a Wiberger (1995). Almond a Verba (1963) rovněž zmiňují vyšší důvěru v instituce v Německu, Británii a Spojených státech ve srovnání s Itálií.

Demokratický korporativismus tak „vstřebává pokračující utvrzení politických rozdílů prostřednictvím politické spolupráce“ (Katzenstein, 1985:88).

Koexistence politického paralelismu a profesionalismu novinářů odráží obecný charakter demokratického korporativismu: politická různorodost jde souběžně s žurnalistickou kulturou, která se projevuje relativně vysokou mírou konsenzu a zájmem k standardům práce a ke spolupráci v institucích, jako jsou novinářské odbory, tiskové rady a *Bundespressekonferenz*. V druhé kapitole jsme jako jednu z určujících vlastností žurnalistického profesionalismu nabídli pojetí žurnalistiky jako veřejné záruky, koncepci založenou na službě žurnalistiky veřejnému zájmu, který překračuje ve společnosti přítomné zájmy partikulární. Věříme, že tato ideologie souvisí s dalšími dvěma vlastnostmi novinářského profesionalismu; s vývojem odlišné kultury žurnalistiky a s dosažením relativní autonomie novinářů ve vztahu k ostatním sociálním aktérům. Jedním ze základních rozdílů mezi systémem polarizovaného pluralismu – kde je profesionalismus novinářů méně rozvinut – a demokratickým korporativismem a liberálním systémem, kde je pokročilejší, je to, že v systému polarizovaného pluralismu nabízí politická kultura obecně slabší podporu myšlenky veřejného zájmu překrývajícího jednotlivé skupiny či ideologie. Naopak politická kultura demokratického korporativismu obsahuje explicitní představy o obecném společném zájmu. To se projevuje například švédským konceptem „folkhem“, který je odmítnutím liberálního individualismu i marxistického konceptu třídního boje a je postaven na myšlence, že duch spolupráce partikulárních zájmů společnosti může vzniknout tam, kde se mohou všichni občané plně účastnit života společnosti. To se stalo konsenzuální ideologií švédské společnosti až do chvíle, kdy ji v sedmdesátých letech 20. století začal ohrožovat neoliberalismus (od té doby začal demokratický korporativismus zjevně slábnout, třebaže zcela nezanikl). Z tohoto ideologického konsenzu vychází kultura švédské žurnalistiky, která i přes vytrvalý politický paralelismus spočívá ve sdílené představě odpovědného novináře sloužícího cílům společenského pokroku. Ačkoli je Švédsko velmi jasným příkladem svého druhu, prošly podobným vývojem také ostatní země demokratického korporativismu.

Katzenstein ve výkladu „paradoxů ideologické různorodosti a sociální spoluúčasti demokratického korporativismu zdůrazňuje prominentní roli technických odborníků, kteří „poskytují společný rámec a přijatelná data“ (88), jež slouží jako základ vyjednávacího procesu. To je výrazem intenzivního vývoje racionálně-legální



autority v demokraticko-korporativistických zemích, tedy tobo, co demokratickému korporativismu předchází, a je důležité pro pochopení míry profesionalismu novinářů v tomto systému. Nejdůležitější koncept racionálně-legální autority rozvinul samozřejmě Max Weber. Základní myšlenka systému pravidel založených na univerzálním legislativním rámci sahá k Hegelově *Filosofii právo* a má hluboké kořeny v německé historii. Jedním z klíčových prvků systému racionálně-legální autority je nástup administrativních pracovníků vybraných podle jejich kvalifikace, a nikoli podle principu patronství. Tito lidé se řídí ustavenými pravidly a jsou relativně nezávislí na vnější kontrole a teoreticky slouží národu jako celku. Takový systém ustavil v 18. století v brandenburském Prusku Hohenzollernové, aby vyvážili moc zemské aristokracie a posílili svou pozici po napoleonské invazi (Shefter, 1977:423 ff). Ve Skandinávii „začala hrát ústřední roli centralizovaná, mocná a relativně nezávislá byrokracie“ (Esping-Anderson, 1985:48) už v 17. století a upevnila své postavení počátkem 19. století. Například v Dánsku sjednotil „zákon z roku 1685 servisní poplatky (*service due*) a nahradil decentralizovaný systém vystavený na zemské aristokracii systémem centralizovaným a byrokraticky řízeným státem“ (Katzenstein, 1985:159). Laegried a Olsen (1984:210) o norské občanské společnosti, která dominovala státu od počátku 19. století, píšou:

Jejich ideologie se přiblížila Weberovu pozdějšímu konceptu ideální byrokracie založené na racionálně-legální autoritě. Za hlavní poslání státních úředníků bylo považováno uplatňování uzákoněných pravidel, nacházení patřičných řešení a dohled nad veřejným zájmem nepokrouceným případnými vnějšími tlaky. Jejich modelovou rolí bylo objektivní a nestranné rozhodování a funkce jejich předpokladané loajality bylo dbát o nestrannost legislativního systému.

Kromě toho se klientelismus ve většině demokraticko-korporativistických zemí nikdy pevně neuchytil (s částečnou výjimkou Rakouska a Belgie).<sup>61</sup>

Silná tradice racionálně-legální autority ovlivňuje mediální systémy zemí demokratického korporativismu několika způsoby. Za prvé, jak jsme uvedli ve třetí kapitole, rozšíření novin souvisí s rozvojem racionálně-legální autority stejným způsobem, jako souvisí rozšíření trhu s parlamentní demokracií. Za druhé, relativní

<sup>61</sup> K otázce absence klientelismu v severní Evropě srovnej Papakostas (2002) a Randeraad a Wolfram (2002).

autonomie vysílání veřejné služby v demokraticko-korporativistických zemích má souvislost s nezávislým charakterem veřejných institucí obecně. Za třetí, mediální systémy demokraticko-korporativistických zemí jsou často podstatně ovlivňovány legislativními institucemi. Nejvýraznější je to zřejmě v Německu, kde Federální ústavní soud hrál důležitou roli při obraně nezávislosti systému vysílání veřejné služby, v okamžiku, kdy politici na federální i zemské úrovni usilovali o získání silnější kontroly (Humphreys, 1994:161). Za čtvrté, vzorec racionálně-legální autority snižuje možnost instrumentalizace médií, která je často charakteristickým rysem systémů polarizovaného pluralismu. Jelikož distribuce zdrojů i rozhodování probíhá na základě transparentních pravidel, jsou pro úspěch v podnikání a v dalších společenských snahách méně podstatné partikulární tlaky a aliance. Vlastníci médií tak nemají tolik důvodů využívat svá média jako prostředky nátlaku a vyjednávání a občasný zájem ostatních nejsou tak silně motivovány k tomu, aby za tímto účelem vstupovaly na pole médií. Tento argument dále rozpracujeme v následující kapitole, jelikož jde o vlastnost, kterou země demokratického korporativismu sdílí s liberálními zeměmi. V systému demokratického korporativismu dochází ke kombinaci formálně neutrálních legislativních a administrativních institucí s vysoce institucionalizovaným zastupitelským procesem, jehož prostřednictvím dochází k politickým rozhodnutím, která vedou ke snížení důležitosti médií jako prostředku uplatňování politického tlaku mimo tento systém. V procesech vysoce organizovaných vyjednávání jsou podnikatelské a další sociální zájmy formálně zastoupeny zastřešujícími asociacemi a nemůže docházet k jejich systematické diskriminaci nebo opomíjení ani v případech, že by postrádali vazby na některé politiky nebo mocenské frakce. Nutno dodat, že v demokraticko-korporativistických zemích pracuje proti instrumentalizaci také ekonomika novinového průmyslu: noviny byly buď ziskové komerční podniky, nebo byly finančně podporovány reprezentativními institucemi, jako jsou strany, církve a odbory, jsou tak méně náchylné dostávat se pod kontrolu jednotlivých mecenášů.

Vysoká úroveň profesionalismu novinářů má konečné sklon rozvíjet se ve spo-  
lečnostech s tradiční racionálně-legální autoritou. To je částečně otázkou shody

mezi sociálními institucemi, otázkou kulturní rezonance a vzájemného vlivu: ve společnosti, kde jsou široce rozšířeny myšlenky profesních komunit se speciální kvalifikací, pravidly praxe, společenskými funkcemi, etnickým systémem a z nich pramenících požadavků autonomie, je pravděpodobnější, že se tomuto modelu budou přizpůsobovat i novináři. V Německu se představa žurnalistiky jako profese rozvinula na konci 19. století v souvislosti se snahou jiných povolání redefinovat se jako profese.<sup>85</sup> Například Karl Bücher, který měl významný vliv na vzdělávání novinářů v Německu, tvrdil, že se novináři svou společenskou funkci podobají státním zaměstnancům, a z tohoto důvodu by mělo být jejich systematické vzdělávání podporováno státem (Hardt, 1979). Weber, který psal pravidelně pro *Frankfurter Zeitung*, žurnalistiku vylíčil jako „politické povolání“, jako součást světa politiky. Zároveň uvádí, že „odpovědnost novinářů je mnohem větší ... než odpovědnost učenců ... jak ukázala válka. A to z toho důvodu, že neodpovědné jednání novinářů a jeho často hrozivé důsledky si lidé ze své přirozené podstaty dobře pamatují.“ Ve Weberově interpretaci žurnalistiky koexistovala politická angažovanost, etika veřejné služby a představa o společných standardech jednání.

Existuje také souvislost mezi racionálně-legální autoritou a professionalismem novinářů, a zejména s interakcí mezi žurnalistikou, administrativou a právním státem: existence úředních a právních postupů a autorita, která slouží jako společný jmenovatel a rámec, usnadňující vývoj sdílených standardů žurnalistické praxe a ideologie veřejné služby novinářů. Tyto postupy a autority poskytují novinářům společné zdroje a společná kritéria posuzování toho, co stojí za zaznamenání. Cit pro pravidla hry, která ustavily, poskytuje společný normativní rámec a konkretizuje myšlenku „veřejného zájmu“, který překračuje zájmy dílčí. Jak ukážeme v následující kapitole, podobné souvislosti můžeme nalézt u zemí liberálního modelu.

## Shrnutí

Země severní a střední Evropy se liší skupinou vlastností, jež jsme nazvali „třemi koexistencemi“, které je jednak odlišují od liberálního a polarizovaného pluralistické-

<sup>85</sup> Vývoj professionalismismu probíhal v Německu odlišně od Británie a Spojených států zejména v tom ohledu, že profesionální spolupracovníci se státem na ustavení vzdělávacích a regulačních institucí. Došlo k tomu relativně brzy a v masovém měřítku; německý model profesního vzdělávání byl často napodobován v jiných oblastech. (McClelland, 1990)

ho modelu, jednak se jim podobají. Mezi tyto „koexistence“ patří souběžný vývoj silných komerčních masových médií a médií s platých s politickými a občanskými skupinami; koexistence politického paralelismu a novinářského profesionalismu a koexistence liberálních tradic tisku a tradice silného zasahování státu do oblasti médií, která nejsou vnímána jako čistě soukromé firmy, ale jako sociální instituce.

Kombinace raného vývoje trhu, kultury podnikatelského kapitalismu a liberálních politických institucí, spolu s podporou gramotnosti, která přišla s protestantskou reformací, přinesly časný a mohutný rozvoj novinových trhů severní a střední Evropy. Tyto země si dodnes zachovaly výjimečně vysokou úroveň čtenosti novin a silný komerční novinový průmysl. V dobách náboženských sporů a etnicko-lingvistických a politických střetů byl tisk užíván jako nástroj šíření idejí a k organizování občanské společnosti. Silný politický tlak ruku v ruce s partikulárními zájmy a rozdílnými pohledy sociálních skupin tak byl spojen s komerčním tiskem. Systém demokratického korporativismu, který se na počátku 20. století rozvinul v těchto zemích, institucionalizoval klíčovou úlohu, již hraly v těchto systémech organizované sociální skupiny (strany, odbory, zájmové skupiny a kulturní a náboženské skupiny), a podtrhl důležitost procesu vyjednávání a sdílení moci mezi nimi. Právě v tomto kontextu se rozvinula výrazná forma politického paralelismu, v němž masová média sloužila jako nástroj veřejné diskuse zastupující různé sociální, politické a ekonomické zájmy, které mohly jejich prostřednictvím projednávat důležité témata, bojovat o konsenzus a budovat symbolický základ umožňující konečnou dohodu. I přes proces homogenizace, který vedl ke změně rovnováhy mezi komerčním a politickým tiskem a přes rozšíření modelu „neutrálního“ profesionalismu, jsou demokraticko-korporativistické země stále charakteristické významnou mírou politického paralelismu.

Jak zdůrazňuje Katzenstein, demokratický korporativismus je typický souběhem širokého spektra stran a organizovaných skupin s odlišnými zájmy a ideologiemi. Jde o tradiční rozdělení společnosti, které má za následek široce přijatou shodu ohledně pravidel sdílení moci, eliminaci přílišných odlišností a dosažení kolektivních dohod ve prospěch „obecného blaha“. Média se tradičně vyznačují podobnou dualitou, na kterou odkazujeme jako na koexistenci politického paralelismu a profesionalismu: tradičně jsou výrazem rozdělení a různorodosti společnosti, nicméně fungují jako součást profese se silnou instituční koherencí, konsenzem týkajícím se vlastních pravidel jednání a výraznou autonomií na dalších společenských institu-

cích. Domníváme se, že zkušenosti demokraticko-korporativistických zemí podpořují argument uvedený v druhé kapitole, že politický paralelismus a žurnalistický profesionalismus nemůžeme vnímat jako jednorozměrné a že mezi nimi může dojit ke koexistenci. Jinak řečeno, zkušenost demokraticko-korporativistických zemí ukazuje, že mohou existovat i jiné formy profesionalismu novinářů kromě neutrálního profesionalismu, který je typický pro liberální model.

Demokraticko-korporativistické země jsou konečně typické raným a mohutným rozvojem liberálních institucí a rozvojem občanské společnosti. Moc státu je tradičně omezená, což se odráží v raném rozvoji svobody tisku a v dalších prvcích otevřené veřejné sféry, včetně silného práva na přístup k vládním informacím. Demokraticko-korporativistické vyjednávání vedlo k institucionalizaci silného sociálního státu; a demokraticko-korporativistické země jsou „sociálními státy“, pro něž je typická ideologie kolektivní odpovědnosti za obecné blaho a důraz na participaci všech skupin občanů. To se na poli médií odráží silným konsenzem v otázce povinnosti státu hrát pozitivní roli garantu rovných příležitostí v komunikaci za účelem „obecného dobra“, a to ve vztahu ke všem politicky relevantním názorům.

## Severoatlantický model neboli liberální model

Liberální model nebo také angloamerický model médií, jak je často nazýván, je v určitém ohledu jediným modelem, který mediální studia analyzovala jako skutečně koherentní model. Zatímco jen zřídka došlo ke konceptualizaci ostatních mediálních systémů jako koherentních celků, k „angloamerickému“ modelu bylo přistupováno jako k mnohem koherentnějšímu, než ve skutečnosti je. Fakticky existují výrazné rozdíly mezi Spojenými státy – které jsou čistým příkladem liberálního systému – a Británií, kde měly výraznější slovo konzervatismus, liberální korporativismus a sociální demokracie. Také Kanada a Irsko, jako další dva zástupci liberálních mediálních systémů, jimž se budeme věnovat, se v řadě ohledů velmi odlišují. Například téma národní identity je v obou zemích prezentováno zcela odlišně, než je tomu u liberálního modelu. Všechny tyto země ale mají také podstatné vnitřní odlišnosti. Nejzřetelnější je to v případě Británie, kde je velký rozdíl mezi seriózním a masovým tiskem a nápadně – třebaže stále menší – rozdíly mezi způsoby vedení tiskových a vysílacích médií. Nicméně převažují výrazné společné prvky mediálních systémů čtyř zemí, kterými se budeme v této kapitole zabývat. Jde o země, jejichž mediální vývoj je silně provázan s politickými a kulturními sférami vlivu. Ve všech zemích došlo k poměrně brzkému rozvoji bulvárních novin, které zpočátku působily téměř bez státních intervencí, získaly dominantní převahu a marginalizovaly stranické, odborové, náboženské a další typy nekomerčních médií. V každé z těchto zemí získal převahu informativní styl žurnalistiky, silnou tradici má politická neutralita – s velmi podstatnou výjimkou britského tisku. Ve

všech čtyřech zemích se rozvíjel kvalitní profesionalismus novinářů. Komerční vysílání hraje ve třech zemích (s výjimkou Irska) důležitější roli, než je tomu v kontinentální Evropě (i když v tomto ohledu je podstatný rozdíl v případě Spojených států, kde mělo vysílání veřejné služby vždy minoritní postavení, a ostatních tří zemí, kde hrálo ve vývoji médií ústřední roli). Všechny čtyři země mají dlouhou tradici izolace politiky od veřejného vysílání a regulačních orgánů.

### Liberalismus a vývoj komerčního masového tisku

J. S. Mill kdysi napsal, že charakter Británie ovlivnily dva hlavní vlivy: „komerční podnikání a náboženské puritánství“ (citováno podle Alticka, 1957:24). Spolu s politickými konflikty, které vedly k rozvoji parlamentní demokracie a otevírání veřejné sféry, to byly hlavní síly, jež stály za silným časným vývojem tisku v Británii. Při šíření gramotnosti hrálo stejně jako v demokraticko-korporativistických zemích důležitou úlohu protestantství, třebaže náboženské skupiny se často bránily rozšíření materiálů k výuce také o profánní texty. Ve Spojených státech, kde byla vína protestantismu na počátku obzvláště silná, byla mezi bílou populací začátkem 19. století téměř úplná gramotnost (počet negramotných mezi černochy zůstal do 20. století vysoký). Pro vývoj tisku bylo – stejně jako v demokraticko-korporativistických zemích – zásadním předpokladem rozšíření trhu a s ním spojených společenských tříd. „Byla to právě atmosféra na Královské burze v City (Royal Exchange), kavárny, doky, přeplněné ulice, cechovní domy a obchody, které zrodily londýnské noviny“ (Clark, 1994:35). Anglická revoluce byla navíc první z velkých revolucí, které přivedly na svět moderní pojetí politiky, a součástí této politické transformace byl vzestup „čtvrtého stavu“.

První newsletters<sup>66</sup> kolovaly po Anglii mezi rozšiřující se komunitou obchodníků počátkem dvacátých let 17. století. Publikování domácích zpráv však bylo započeno až do roku 1641, kdy propukl konflikt mezi trůnem a takzvaným Dlouhým parlamentem. V roce 1642 začala anglická občanská válka, která vzešla z náboženských konfliktů podobných konfliktům, jež stály u zrodu třicetileté války na kontinentě, a z konfliktů mezi pozemkovými zájmy a finančními zájmy soustředícími se

v londýnském City, které sehrávaly čím dál podstatnější roli v britské ekonomice. V rámci propagandistického boje bylo vytištěno velké množství politických traktátů a pamfletů, které podnítily čtení sekulární literatury. Počátkem 18. století se podstatně změnil anglický politický systém. Král či královna mohli vládnout jen prostřednictvím parlamentní většiny, přičemž parlament kontroloval veřejné finance – původně nezávisle na královské domácnosti, schvaloval jmenování ministrů a měl exkluzivní právo odvolávat soudce. Rozšiřující se královská kontrola ekonomiky a tradiční privilegia cechů umožnily počátkem dvacátých let 17. století ekonomickou politiku *laissez faire*. Významně posílila náboženská tolerance. Zrušením licenčního zákona (Licencing Act) v roce 1695 byl učiněn hlavní krok k zavedení svobody tisku. Jak s ohledem na politickou kulturu uvádí Hill (1961:3): „Politika se stala předmětem racionálního posuzování, diskutovaným z hlediska zájmu, zkušenosti, obecného rozumu, a nikoli už věci božského práva, posvátných textů a zkoumání archiválií.“ Vývoj politických stran a rozdělení parlamentu na vládu a opozici měly důležitý dopad na vývoj médií. „Od časů vlády královny Anny používali politici, kteří nedisponovali mocí, tisk k soustavné mobilizaci veřejného mínění a k tlaku na nastupující administrativu. To vyvolávalo vlnu kontrapropagandy a do londýnského tisku tak proudily peníze vydělané předplatným nebo čerpané z veřejných fondů z obou stran“ (Harris, 1978:95). Součástí tohoto modelu politického soupeření bylo financování prvního deníku *Daily Courant* vládou.

Konec platnosti licenčního zákona (Licencing Act) v roce 1695 vedl k rozmachu novin, následující dekádu vzniklo v Londýně dvacet titulů a také v regionech začaly vznikat regionální listy. S nekontrolovatelným rozmachem tisku nebyly spokojeny politické elity, ale několik nezdařených vládních pokusů o znovunastolení systému udělování licencí, z nichž jedním byl roku 1712 Stamp Act<sup>67</sup> uvalující daně na noviny, pamflety, inzerci a papír, vedly k okamžitému poklesu nákladů novin. V roce 1789 bylo kolkovné zvýšeno a zpřísněno, v roce 1797 to bylo následkem růstu radikálních politických aktivit v souvislosti s masivním nárůstem nákladů politické literatury. Znovu došlo k tomuto opatření v letech 1815 a 1819. Táž transformace anglické společnosti, která vedla k zavedení parlamentních pravidel, představovala také omezení svobod, eliminaci staré kontroly ekonomiky a privilegií a rozšíření industriálního kapitalismu a vedla k vyšší ekonomické nerovnosti a rozšíření měst-

<sup>66</sup> Noviny ve formě osobní korespondence šířící se v uzavřeném okruhu příjemců (pozn. překl.).

<sup>67</sup> Zákon o kolkovném (poznámka překladatele).

ské i vesnické chudiny. Jak „znalostní daň“, tak rozšířená kontrola tisku – například stáhání z důvodu hanobení státu – byly do velké míry motivovány obavou třídy vlastníků, že by šíření tisku mohlo vést k politickým nepokojům chudých. Tyto represivní prostředky ve skutečnosti nezabránilly rozvoji vlivného radikálního tisku. Stáhání z důvodu hanobení státu nebo kvůli jiným tiskovým přestupkům čas to zvýšila náklady radikálně orientovaného tisku a vedla k šíření nekolokovaných novin a pamfletů – z nichž nejznámější byl Cobbettův *Political Register* –, které na počátku 19. století dosáhly ohromných nákladů (Curran, 1979; Chalaby, 1998). Tyto restriktce zpzdily rozvoj komerčního masového tisku v Británii až do padesátých let 19. století.

Britské tiskové instituce i novinářské a legislativní praktiky byly s většinou svých základních prvků exportovány do kolonií Severní Ameriky a také do Irska (kam se prodával velký podíl nákladu londýnských novin až do vyhlášení irské nezávislosti). Spojené státy se přiblížily svobodě tisku americkou revolucí. Kolkovaci povinnost byla v roce 1765 rozšířena britským parlamentem na britské kolonie (některé kolonie už dříve institucionalizovaly své vlastní „daně z vědomosti“), což se však stalo jednou z hlavních třetích ploch mezi Británií a koloniemi a kolkovací povinnost byla později zrušena ještě před americkou deklarací nezávislosti. První dodatky Ústavy Spojených států následně učinil ze svobody tisku základní legislativní princip, byť se moderní pojetí svobody tisku neprojevovalo okamžitě. V počátečních letech americké republiky panovala ve věci prvního dodatku podstatná dvojnásobnost. Jeho význam byl často znovu definován, buď přenecháním regulace tisku jednotlivým státům namísto federální vlády (ve znění „Kongres by neměl schvalovat žádné zákony překračující svobodu slova nebo tisku“), nebo jako odkaz na tradiční anglický princip svobody slova, který zakazuje „předběžná omezení“ formou licencování nebo cenzury, ale nebrání trestání vydavatelů za zločiny jako *hanobení státu* nebo *nepodnutí vládního úředníka* (Levy, 1985). Širší „libertariánská“ interpretace se prosadila během sporů ohledně zákona o pobuřování (Sedition Act) v roce 1798 a kriminalizovala publikování čehokoli, co by „znevažovalo“ federální vládu. Poté co roku 1800 opozice vyhrála volby, bylo od Sedition Act upuštěno. Libertariánská teorie se prosadila ruku v ruce s rozvojem soupeřících politických stran a politickou strukturou, kterou autoři ústavy nepředpokládali. Nasledovala řada konfliktů týkajících se významu a omezení svobody tisku. Během první světové války bylo například zakázáno rozesílání radikálních publikací a anglický překlad cizojazyč-

ných publikací musel mít vládní imprimatur. V roce 1925 vydal stát Minnesota zákon povolující zásah proti „nactiutruhačným“ publikacím vedoucí ke klíčovému rozhodnutí Nejvyššího soudu (*Near v. Minnesota*), který potvrdil uplatňování prvního dodatku ústavy jednotlivými státy. Avšak základní princip, že tisk má právo kritizovat vládu, po roce 1800 zcela zvitězil.

Nejvýraznější odlišnosti vývoje médií severoatlantických zemí je raný a razantní rozvoj komerčního tisku, který na konci 19. století dominoval a vedl k marginalizaci jiných forem mediálních organizací. Ve Spojených státech došlo k rozvoji komerčního tisku ve třicátých letech 19. století díky *penny press*<sup>88</sup> (Schudson, 1978; Schaller, 1981). V Británii, kde liberální politická tradice neměla tak dominantní postavení jako ve Spojených státech, brzdila rozvoj komerčního tisku „vědomostní daň“, a to až do jejího zrušení v padesátých letech 19. století. V Kanadě se začaly ve třicátých letech 19. století objevovat imitace amerického *penny press*, avšak řada autorů datuje opravdový rozkvět komerčního tisku až do pozdější doby osmdesátých a devadesátých let 19. století. Podobně se v roce 1859 objevil první *penny press* v Irsku a v roce 1905 vyšly první moderní noviny, když nový vlastník *The Irish Independent* proměnil tento list na finančně úspěšný titul, který byl zaměřen na podnikatelskou komunitu napříč náboženským a politickým spektrem. Dávody pomalejšího vývoje komerčního tisku v Irsku probereme později.

Třebaže komerční revoluce začala již ve třicátých letech 19. století, svého vrcholu dosáhla v sedmdesátých a devadesátých letech 19. století současně s rozvojem rozsáhlého novinového průmyslu v souvislosti s úplným rozvojem průmyslového kapitalismu, jehož součástí byla „rozsáhlá tovární výroba, městské dělnictvo, strategická centra kapitálových investic a masivní výroba standardizovaných výrobků“ (Baldasty, 1992:52). Rozvoj novin typu Pulitzerova *Worldu* vycházejícího od roku 1883 a *Daily Mailu* z roku 1896 vedl k masové čtenosti zasahující všechny společenské třídy. Náklady novin v liberálních zemích po zavedení televize poklesly a dnes už nedosahují takové výše jako v některých zemích kontinentální Evropy a východní Asie, ale stále zůstávají relativně vysoké (jak ukazuje tabulka 2.1). Nejvyšší v žebříčku je z liberálních zemí Británie s přibližně 400 výtisky na tisíc obyvatel, což je srovnatelné s řadou demokraticko-korporativistických zemí, zatímco

<sup>88</sup> *Penny press* byl levný, masám přístupný tisk (výtisk za jednu penici), spojovaný rovněž s poklesem stylem žurnalistiky (pozn. překl.).

Spojené státy, Kanada a Irsko se s náklady mezi 263 a 191 výtisky na tisíc obyvatel pohybují pod náklady demokraticko-korporativistických zemí, ale nad zeměmi polarizovaného pluralismu.

Komerčializace vedla nejen k nárůstu nákladů, nýbrž také transformovala noviny z malých podniků, které byly často ztrátové a vyžadovaly dotace od bohatých jednotlivců, komunit čtenářů, politických stran nebo státu, na vysoce kapitalizované a velmi výnosné podnikání. V sedmdesátých letech 19. století patřily velké novinářské společnosti mezi největší výrobní společnosti ve Spojených státech. To naopak vedlo k proměně politické role tisku. Povaha této transformace a její vliv na demokracii byly předmětem jedné z nejdůležitějších diskusí mediálních studií v liberálních zemích. Tyto debaty probíhají ponejvíc v Británii, i když v určité podobě se objevily ve všech čtyřech zemích.<sup>80</sup> Tradiční interpretace týkající se liberálního mediálního systému, která dominovala mediálním studiem i globálně rozšířenému veřejnému diskursu, byl názor, že „rostoucí hodnota novin jako inzertního média jim postupně dovolila setrást vládní nebo stranickou kontrolu a stát se tak nezávislým prostorem pro názory veřejnosti“ (Altick, 1957:322). Tento názor byl zavržen revizionistickými badateli v sedmdesátých letech 20. století, kteří vnímali komerčializaci tisku jako podemlání jeho role v rámci demokracie, a to kvůli koncentraci mediální moci v rukou partikulárních sociálních zájmů – zejména podnikatelských – a kvůli oscilování tisku od hlasatele politických názorů k propagaci konzumu. Tato debata úzce souvisí s tématem diferenciac, které probíráme ve čtvrté kapitole – s otázkou, zda komerčializace znamenala odloučení mediálního systému od politiky, nebo kolonializaci veřejné sféry podnikáním.

Asi je pravda, že komerčializace osvobodila noviny ze závislosti modelu od závislosti na dotacích přicházejících od politiků či od státu, které byly standardními prostředky financování tisku před polovinou 19. století. Komerčializace znamenala, že by tisk ztratil veškeré vazby na politické strany, ani že by přestal mít jakoukoli politickou roli; namísto toho se tisk, redaktoři a vlastníci postupně stali nezávislými politickými hráči. Featherling (1990:96) k případu Kanady napsal:

<sup>80</sup> V případě Spojených států vyjádřil revizionistický názor například Schiller (1981), Steele (1990) a Baker (1994).

Devadesátá léta 19. století představovala vzestup takzvané nezávislé žurnalistiky, to znamená velkých, často jednotlivých listů, které byly nezávislé na politických stranách, aniž by nezbytně byly alespoň nestranní. Jinak řečeno, nezávislá žurnalistika představovala vzestup redaktora jako plnohodnotného hráče v politické hře namísto úlohy pouhého politikova nástroje.

Ve Spojených státech došlo k nárůstu nákladu novin na konci dvacátých let 20. století po rozšíření volebního práva na v zásadě všechny bílé muže bez ohledu na majetek. Šlo o období největšího rozvoje masových politických stran, s nimiž byly noviny nade vše důvěrně spojeny, třebaže stranění začalo od konce 19. století oslabovat. Ve všech čtyřech zemích měly první generace komerčních novin stranní charakter, ačkoli ten přiležitostně mnil tvář, a jejich vlastníci se často aktivně podíleli na strannické politice. Reprezentanty této doby jsou Hearst, který usiloval o demokratickou nominaci na prezidenta, a Lord Beaverbrook, který v roce 1948 sdělil Královské tiskové komisi (Royal Commission on the Press) – byt ne zcela upřímně – „že vydává noviny „pouze za účelem propagandy“. Tržní logika navíc jasně posměnila a omezila politické angažování tisku a jeho vlastníkům a povzbuzovala útlum otevřeného stranění – jak ukážeme, více to platí o Spojených státech a Kanadě než o druhé straně Atlantiku –, tlačila je tak k zohlednění veřejného mínění a názorů inzerentů a k opuštění klíčového místa stránek s politickými názory, kterému se těšily na počátku 19. století.

Je pravdou, že komerčializace novin vedla v liberálních zemích k zániku různých forem nekomerčních médií v rámci mediálních systémů. Tocqueville v *Demokracii v Americe* (1969:519) napsal, že „noviny mohou přežít jen tehdy, pokud budou poskytovat prostor pocitům nebo principům, které jsou společné velkému množství lidí. Noviny tak vždy představují sdružení, jehož členové jsou jeho pravidelnými čtenáři.“ Měl zde pravděpodobně na mysli jak strannický tisk, tak noviny spojené s různými dalšími druhy sociálních uskupení. Nárůst nákladu novin začal ve Spojených státech ve třicátých a čtyřicátých letech 19. století, v období reformního hnutí (nejdůležitějším bylo hnutí za odstranění otroctví), s nímž byla spojena řada novin (Nord, 2001). Jak jsme již uvedli, v Británii vzkvétal v době platnosti daní z vědomosti radikální nekolkovaný tisk, z něhož velká část byla spojena s dělnickým hnutím; ten, podobně jako americké listy popsané Tocquevillem, zanikl, jakmile komerční tisk dostal příležitost expandovat (Curran, 1978; Chalaby, 1998).

Ovšem s tím, jak se začal šířit komerční tisk s masovým nákladem, vazby mezi novinami a sdruženími, které byly tak klíčové pro Tocquevillovu analýzu i pro další námi zkoumané modely mediálních systémů, vzaly z velké míry za své.

Liberalní země tak nemají příliš různorodé spektrum typů novin, které je charakteristické pro demokraticko-korporativistický systém – kromě komerčního tisku měly ostatní typy tisku během 20. století marginální postavení. Nikdy zde neexistovaly stranické listy, které se objevily na konci 19. století v kontinentální Evropě – tituly přímo spojené s organizacemi politických stran, z nichž asi nejdůležitější výjimkou je britský komunistický *Daily Worker* (později *Morning Star*), který měl v roce 1950 náklad 115 tisíc. Jak ukážeme, poněkud odlišným případem je Irsko. Jde samozřejmě o novější politický systém a stranické listy zde přetrvaly do konce 20. století. Měly většinou minoritní postavení, i když časopis strany Sinn Féin *An Phoblacht/Republican News* se těšil významnému vlivu (Horgan, 2001:148). Stranické tituly existovaly také v Quebecu, poslední z nich zanikl v roce 1962 (Gagnon, 1981:27). Náboženské listy nehrály v žádné ze zemí příliš důležitou roli, ačkoli jich několik existovalo například v Irsku.<sup>60</sup> I přes zánik radikálního nekolikovaného tisku hrál v Británii důležitou úlohu dělnický tisk. *Daily Herald* jako jeho nejdůležitější představitel během 20. století byl v letech 1922–1929 ve vlastnictví Trades Union Congress (Sněm odborů, TUC), který si udržel redakční kontrolu nad listem až do roku 1961, kdy list pohltila Mirror group (aby ho později koupil Murdoch a přeměnil na *The Sun*). Zánik dělnického tisku i přes jeho vysoký náklad – který byl z velké části způsoben tím, že inzertním nevyhovovala jeho politika, ale měli také malý zájem oslovovat převažující dělnické publikum – je hlavním argumentem revisionistické školy britských mediálních studií proti myšlence, že komercializace vede ke svobodné čtvrté mocnosti, jež není ovlivněna mocí. Ve Spojených státech a v Kanadě se objevil rozvinutý komerční tisk ve velké míře ještě před dělnickým hnutím a dělnické listy získaly jen marginální pozici. Největším titulem Spojených států byl týdeník *Appeal to Reason*, který v roce 1912 dosáhl nákladu 760 tisíc. Součástí mediální krajiny Spojených států a Kanady byly také cizojazyčné listy a titu-

<sup>60</sup> Ve Spojených státech vychází *The Christian Science Monitor* a řada mediálních produktů vlastní Církve Ježíše Krista Svatých posledních dnů ve státě Utah. *The Washington Times* je také financován Církví sjednocení. Náboženské vysílání se datuje zpět do počátků rozhlasu, ale významně se rozšířilo až s nástupem kabelové televize v sedmdesátých letech. 20. století (Hoover, 1988) a lze ho vnímat jako počátek posunu k většímu externímu pluralismu elektronických médií.

ly jiných etnik, z nichž většina měla hybridní charakter. Přežily na trhu a někdy i vydělavaly peníze, ale jako svou hlavní roli vnímaly spíš reprezentaci určité sociální skupiny než čisté podnikání. Sloužily skupinám, které média hlavního proudu často v rasově stratifikované společnosti nebrala v potaz, a jejich hlavní funkcí bylo politické stranění.<sup>61</sup> Nejdůležitější černošské listy jako *Chicago Defender* a *Pittsburgh Courier* dosáhly v první polovině 20. století nákladu 200–300 tisíc výtisků. Dnes jsou největšími etnickými médii média španělskojazyčná. Ty nicméně čím dál víc kopírují standardy komerčního a profesního modelu, i když jejich obsah odráží odlišné zájmy latinoamerické komunity (Rodriguez, 1999).

I když je raný vývoj komerčního tisku s masovým nákladem všem liberálním zemím společný, vyvinula se tržní struktura současného tisku zcela odlišným způsobem. Británie měla třídne stratifikovaný novinový trh, který byl charakteristický silným rozdílem mezi „seriózním“ tiskem se čtenářstvem převážně ze střední vyšší třídy a senzacechtivým bulvárem, který se dále rozlišoval na tituly „středního trhu“ a tituly „masového trhu“. Naopak ve Spojených státech a v Kanadě převládaly regionální listy se čtenářstvem napříč sociálními třídami, pouze newyorský trh, kde mají dominantní postavení z hlediska nákladu *Post* a *Daily News*, je relativně srovnatelný s britským novinovým trhem (bulvární listy mají také některá další velkoměsta Severní Ameriky – například Chicago a Toronto – ovšem už ne s tak vysokým nákladem jako britské deníky). Hlavní důvod spočívá zřejmě v prosté skutečnosti, že Británie má celostátní novinový trh, který může uživit řadu novin (v roce 1998 třináct národních deníků) zaměřených na rozdílné segmenty trhu. Rozlehlost Spojených států a Kanady technicky neumožňovala existenci celostátních deníků až do chvíle, kdy pokrok v telekomunikacích umožnil levně zaslání velkého množství dat na velké vzdálenosti (*USA Today* bylo založeno roku 1982 a *The New York Times* zavedl své národní vydání rovněž v osmdesátých letech; kanadský *National Post* byl založen roku 2000). Obě země zároveň mají federální systém. Novinové trhy zde jsou v zásadě regionální a stejně jako ve většině oblastí světa vede i zde ekonomika inzerci živých regionálních novinových trhů k monopolu jednoho listu zaměřeného na širokou cílovou skupinu. V případě Iraska bulvární trh existuje, ale z velké části mu dominuje britský dovoz, který představuje

<sup>61</sup> Srovnaj například Bekken (1997). Mnoho z nich samozřejmě importovalo novinařskou kulturu podobnou kultuře polarizovaného pluralismu nebo modelu demokratického korporativismu ze svých původních zemí.

vuje přibližně 20 % nákladu deníků a 26 % nedělního nákladu. Britský novinový trh je unikátní jasným rozlišením na seriózní tisk a masové (bulvární) tituly, které trhu dominují – v roce 1994 bulváry masového trhu představovaly 54 % nákladu národních deníků a bulvár středního trhu tvořil dalších 27 %. Tomu se asi nejvíce podobá Německo, avšak postavení *Bildu*, který nepřekonatelně vládne trhu „pouličních listů“, zde konkuruje regionální tisk.

### Politický paralelismus

V Severní Americe a v Británii hrál rozvinutý komerční tisk průkopnickou roli ve vývoji „na fakta zaměřeného diskurzu“, jak jej označuje Chalaby (1996). Komerční listy prosazovaly zprávy na úkor politické rétoriky a komentářů, které převládaly v předchozím tisku. Staly se inovátory vývoje organizační struktury vhodné pro rychlé a přesné shromažďování zpráv a také rozvoje kulturní formy faktického informování. Chalaby v rámci srovnání francouzských a angloamerických novin z počátku 20. století píše, že britské a americké listy uváděly více informací, informace byly přesnější a aktuálnější; měly širší záběr a sítě korespondentů po celém světě a konečně se také více soustředily na fakta, aniž by je mísily s osobními názory, což bylo typické pro francouzskou žurnalistiku. Žurnalistika liberálních zemí si ve srovnání s kontinentální žurnalistikou, která kladla větší důraz na komentář, uchovávala výraznou orientaci na informační a narativní styl psaní, ačkoli se tyto rozdíly zmenšily.

Často se předpokládá, že tento typ „na fakta zaměřeného diskurzu“ přirozeně souvisí s postojem politické neutrality a s představou, že silný komerční tisk nevyhnutelně znamená nízkou míru politického paralelismu.

...od padesátých let 19. století se začali angloameričtí novináři hlásit k novinářskému požadavku neutrality a objektivity ... i když to, co psali, bylo politicky náladové, obecně nepřipouštěli žádnou politickou loajalitu ani preferenci. Důraz na zprávy a informace angloamerickým novinářům neposkytoval příliš prostoru k vyjádření jejich názorů. (Chalaby, 1996:311)

Mezi liberálními zeměmi ve skutečnosti existují zásadní rozdíly v míře rozšíření politické neutrality a stranění. Ve Spojených státech, v Kanadě a Irsku je politická neutralita typickým postojem novin. Také pro vysílání je ve všech čtyřech zemích

charakteristická neutralita, avšak s podstatnými změnami, které souvisejí s nárůstem kanálů a s deregulací vysílacího průmyslu. Na druhou stranu pro britský tisk je nadále charakteristický externí pluralismus. Není náhodou, že se koncept „pluralismu stran a tisku“ rozvinul právě v Británii, kde tisk i přes komerční charakter a přes důležitou postavu diskurzu zaměřeného na fakta zdůrazňované Chalabym vždy odrážel rozdělení stranické politiky.

Nemá smysl pokoušet se charakterizovat americké noviny tak, že bychom jim připisovali odlišné pozice v politickém spektru nebo různé způsoby stranění, jak tomu bývá v případě evropských novin. Jak uvádíme v šesté kapitole, Patterson a Donsbach (1993) zjistili, že zatímco v Británii, Švédsku, Německu a Itálii novináři umísťují hlavní celostátní noviny napříč širokým politickým spektrem, jejich američtí soupeřtíci umísťovali všechny hlavní zpravodajské organizace do úzkého rámce mezi Demokratickou a Republikánskou stranu. Rada amerických novin prezentuje ve svých úvodních relativně konzistentní politickou orientaci, ta se ale jen v omezené míře přenáší do jejich zpravodajství.<sup>90</sup>

Například *The San Diego Union-Tribune* je podle své úvodníkové strany silně republikánským listem. V sedmdesátých letech 20. století byl jedním z posledních listů s jasnou stranickou orientací, a teprve relativně nedávno přešel k politické neutralitě – a stále si svým editorialem udržuje vyhraněnější identitu než většina amerických listů. Nicméně během nejostřejšího stranického konfliktu současné historie – sporů týkajících se výsledku prezidentských voleb v roce 2000 – přebíral velkou část obsahu ze zpravodajského servisu *The New York Times*. *The New York Times* zastával v těchto sporech opačné redakční stanovisko – v rámci americké žurnalistiky ovšem panuje představa, že to je pro zpravodajské informace irelevantní. Jsou však výjimky – případy, kdy reportéři pocítují (nebo předpokládají) nátlak ze strany vedení média, aby splňovali redakční linii listu (existují také mnohem častější případy, kdy jsou redaktoři nuceni neodchylovat se od kompromisních názorů sdílených většinou listů; o tom detailněji dále v textu). Existují také tituly, které příliš neoddlují ideovou linii redakce od zpravodajských informací. Zvláštním případem je *The Washington Times* založený v osmdesátých letech 20. století nadací Cirkve sjednocení reverenda Sun Myung Moon, který se měl stát konzervativní

<sup>90</sup> Některé empirické výzkumy amerických médií ukázaly korelaci mezi redakčním postojem a zpravodajským pokrytím, například Nacos (1990) zjistil, že noviny měly sklon užívat spíše zdroje souznající s jejich redakční politikou. Avšak tyto rozdíly jsou relativně malé.



alternativu tisku hlavního proudu. Rozdíly mezi novinami také odrážejí regionální odlišnosti politické kultury, téměř všechny jsou regionálního charakteru. *San Francisco Chronicle* píše o pochodu gayů jiným způsobem než listy takzvaného biblického pásu.<sup>35</sup> Ve většině případů se ale americké noviny z hlediska politické orientace nijak významně neliší. Princip neutrality je silný v současné americké žurnalistice zejména tam, kde představovaly noviny v 19. století nejsilnější politické straně – ve volebních kampaních, v jejichž rámci americké noviny dbají na zachování vyváženosti vůči dvěma hlavním stranám, zařazují na první místo zprávy střídavě o jedné a o druhé straně.

Pro kanadské noviny platí podobná charakteristika; jen *National Post* je z hlediska své jasně ideologické orientace obecně považován za spíše pravicový. Většina popisů kanadských médií zmiňuje určitou specifickou kulturu frankofonní žurnalistiky v Québecu (Gagnon, 1981; Saint-Jean, 1998; Hazel, 2001) se silnějším důrazem na komentář (podobnost s francouzským tiskem) a silnější tradici politické angažovanosti novinářů, z nichž řada během šedesátých let a sedmdesátých let vstoupila do politiky (například René Lévesque). Nicméně to neznamená, že by u quebeckého tisku došlo k rozvoji externího pluralismu. Podle mnoha výpovědí je zde v poslední době patrný posun k profesní normě neutrality (Pritchard a Savageau, 1998; Saint-Jean 1998).

V Irsku se přešlo k uplatňování neutrality tisku později. Vývoj komerčního tisku zpomalila relativní chudoba země a konkurence britského dovozu novin. Byla zde také odlišná politická situace: Irsko bylo až do počátku 20. století spravováno koloniální vládou a prodělalo revoluci následovanou občanskou válkou. Straničský systém se upevnil až ve dvacátých a třicátých letech. Za těchto podmínek „byly noviny nuceny zastávat ideologii některé ze stran v rámci konfliktů, ožehavých témat a každodenních bojů“ (Brown, 1991 /1937/:53). Pozitivnější řečeno, zpolitizované noviny sebraly výjimečně důležitou roli při politické mobilizaci, která formovala irský demokratický systém, podobně jako dříve v případě Spojených států, Británie a Kanady (Carty, 1981; Curran, 1996) – tedy ostatních tří zemí zpracovávaných touto studií. Tři nejdůležitější listy odrážely rozdílnou politickou tradici až relativně pozdě; původní penny press *Irish Times* nejdříve unionisticky orientovaný s poz-

<sup>35</sup> Jde o starý jhs USA, kde se těší silnému postavení konzervativní křesťanství. (Pozn. překl.)

dějším posunem k neutralitě, *Irish Independent* podporující až do roku 1979 stranu *Fianna Gael* a *The Irish Press* blízký straně *Fianna Fail*, jejíž vůdce Eamon De Valera tento list založil roku 1931 a vedl ho po většinu jeho historie. Dnešní stranická afinita a ideologická orientace dvou stávajících listů – *Irish Press* ukončil vydávání v devadesátých letech – se příliš neliší (Kelly a Treutzeschler, 1992).

Skutečnost, že se nejdůležitější listy Spojených států, Kanady a Irska z hlediska politické orientace neodlišují, samozřejmě nutně neznamená, že by žádnou orientaci neměly. Všechny se v zásadě shodují v centralistické orientaci (jak ukazuje výzkum Pattersona a Donsbacha – v rámci jejich výzkumu byla všechna hlavní média umístěna mezi Republikánskou a Demokratickou stranu), zároveň se však zaměřují na názory čtenářů bílé střední třídy, kteří jsou cílovou skupinou upřednostňovanou inzerenty. Orientace na střed a na politický „hlavní proud“ je vlastně orientace politická. Jak uvádíme v druhé kapitole, užívání termínu *neutrální* není ve vztahu k „angloamerickému“ stylu žurnalistiky míněno ve smyslu „hodnotově nezabarvený“ nebo zcela prostý názor; akademici z liberálních zemí odmítli tuto představu již dávno. Tato média se staví do pozice médií zaměřených na všechny a starají se základní hranice rozdělení mezi ustavenými politickými silami ve společnosti.

Británie je zcela odlišným případem. Straničká pouta britských novin se podobně jako u jiných zemí v poválečném období oslabila (tomuto trendu se budeme detailněji věnovat v osmé kapitole). Jak uvádí Seymour-Ure (1996:214) „tisk se pro strany stal méně předvídatelným a ovladatelným“. Noviny přestaly být z hlediska podpory jedné či druhé strany konzistentní, slabla tendence přebírat agendu straničských vůdců a noviny se méně soustředily na rétoriku straničské politiky. Docházelo k vzestupům a poklesům tohoto trendu. Seymour-Ure tvrdí, že k růstu tendence stranění došlo v osmdesátých letech, kdy Margaret Thatcherová čelila převládajícímu konsenzu v britské politice. Upustilo se od něj, když klesala popularita Konzervativní strany a listy na pravici se od ní začaly distancovat.

I přes tento obecný trend směřující k omezení politického pluralismu je dnešní politická orientace britských novin stejně zřetelná jako jinde v Evropě, s určitou výjimkou Itálie a Řecka. Spektrum politických názorů ovšem není tak široké – Británie se vyznačuje umírněným pluralismem a její politika má silnou orientaci tlučnoucí ke středu. Nicméně ve zpravodajských obsazích se projevuje silná a jasná politická orientace v rámci hranic britského politického spektra.

Výrazná politická orientace je charakteristická zejména pro bulvární tisk. Ve většině zemí je součástí stylu bulvární nebo populární žurnalistiky odmítání objektivního popisu události a prezentace novinových článků, jako by promlouvaly za běžného občana a za „obecné mínění“, často s použitím mobilizujícího útočného tónu. V Británii a v Německu přebírá bulvár postoje praviceového populismu zdůrazňujícího nacionalismus, antikomunismus, tradicionalistické názory na roli národa a na další sociální otázky. Zároveň šíří nepřátelství vůči politikům. Britský bulvár se často prosazuje na trhu sponžením kampaní v kauzách, o kterých předpokládá, že si získají popularitu (Harcup a O'Neill, 2001). Kromě tohoto populistického postoje britské bulvární tituly zastávají také intenzivní stranici postoje. Stranění je typické zejména v období voleb, kdy je explicitnější, a to mnohem víc než třeba u německého *Bildu*, který síce zastává praviceovou ideologickou orientaci, ale otevřeně nepodporuje žádnou politickou stranu. Například před volební kampaní roku 1997 používal *The Mirror* – po mnoho let jediný (kromě roku 1997) bulvár podporující Labour party – slogan „Loajální k Labour, loajální k vám“ a volební propagandě věnoval po mnoho dní přibližně první šest stran. Dva příklady titulků tehdejšího zpravodajství: „MUTINY: 59 špičkových lékařů *Mirroru* řeklo, že pokud tento týden zvitězí toryové, NHS [národní systém zdravotnictví] se zhroutí“; „Tony Blair odpovídá na vaše dotazy“<sup>44</sup>. Součástí kampaně byla i „dívká z třetí strany“, t. j. každý den se objevovala jiná „Blairova kočka“, aby řekla, proč volí Blairovu stranu. Pět let předtím si Sun Ruperta Murdocha nárokoval podíl na vítězství konzervativců známým titulkem: „Vyhral to Sun!“ (11. dubna 1992). Ať už bylo toto vychloubání pravdivé, či nikoli, představuje postoj, který se zásadně liší od severoamerických novin, jež jakýkoli vliv na výsledky voleb odmítají (britské listy postupují v tomto smyslu jednou tak, a jindy zcela naopak a mnohdy jsou co do své politické role rezervovanější).

Seriózní listy používají rafinovanější a interpretativnější styl psaní než typické severoamerické listy.<sup>45</sup> Poslední výzkumy ukázaly, že 83% britských novinářů tvrdí, že pro novináře bylo „naprosto nebo velmi důležité uvádět analýzy a interpreta-

<sup>44</sup> *The Mirror*, 28. duben, 1997.

<sup>45</sup> Takový je alespoň náš dojem z četby britských novin. Pro tento případ nemáme výslovy obsahové analýzy srovnatelné s daty pro americké nebo francouzské noviny a nevíme o žádné srovnatelné empirické studii. Semetková a kol. (1991: 159–160) komparativní studii volebního zpravodajství zjistili, že britská média uváděla přibližně dvojnásobně více americká kontextové poznámky novinářů, ačkoli byly poznámky amerických novinářů přímější

se komplexních problémů“, zatímco mezi americkými novináři zastávalo podobný postoj 48% novinářů (Henningham a Delano, 1998:153). Titulek typu „Whitehall zapomněl na náš dluh“ (*The Independent*, 27. února 1997, u článku o nemoci veteránů z války v Perském zálivu) by byl příliš hodnotící, než aby se objevil jako hlavní zpráva amerických novin na srovnatelném místě jako zpráva o domácí politice. Stejně tak „Brownův výrok je velkým selháním“ (téhož dne v reportáži o reakci finančních trhů na tvrzení labouristického stínového ministra financí).

Také britské seriózní listy mají různou politickou identitu. Lze ji nacházet v politické afiliaci jejich čtenářů. Jak ukazuje tabulka 7.1, členost britských celostátních listů – jak bulvárních, tak seriózních – se politicky velmi odlišuje, podobně jako tomu je u novin polarizované pluralitních nebo demokraticko-korporativistických zemí. Například v roce 1997 podporovalo 57% čtenářů *Daily Telegraphu* a 42% čtenářů *Timesu* konzervativce, zatímco mezi čtenáři *Independentu* to bylo 16% a čtenáři *Guardianu* 8%. Příkladem odlišné politické orientace – mimo období volební kampaně – může být zveřejnění Zprávy o rase Parekhovy komise z roku 2000, která vyprovokovala obrovskou kontroverzi v tisku, který se zaměřil na argument, že historický koncept Británie vzešel z rasové exkluze.<sup>46</sup> Žádný z hlavních listů zprávu bezvýhradně nepodpořil; jak jsme ukázali, stejně jako tisk ostatních liberálních zemí se britský tisk vyznačuje silným sklonem k centrismu a tato zpráva (povětšinou práce akademiků) se příliš odkláněla od středu dokonce i v případě labouristického tisku. Kontrastující interpretace jasně ukázaly odlišnou politickou orientaci britských listů. Tabulka 7.2 srovnává pár prvních odstavců článku v *Telegraphu* a v *Guardianu* z 12. října 2000. *Daily Telegraph* se snaží zdůraznit spojení labouristické vlády s informací, která zdůvodňuje demisi Jacka Strawa na základě tlaku novinářů (uvádí obrázek vlastního titulu z předchozího dne – „Straw chce přepsat naši historii“). Uvnitř listu se pokračuje v článku Strawovým komentářem a je tam umístěn článek s titulkem „Více bílých se stává obětmi rasové motivovaných zločinů“. Naopak *Guardian* si všimá Strawovy snahy od zprávy se distancovat

<sup>44</sup> Často negativní, ať už byl tématem jakýkoli politik. To ale není totožné měřítko s tím, které používáme v páté kapitole při srovnání francouzských a amerických médií.

<sup>45</sup> Konzervativní bulvár *Daily Mail* (11. října 2000) otiskl na přední straně s pozadím ve tvaru britské vlajky útok na labouristickou vládu: „Nabýskaná prázdnota Dómu, laciné ikony staré Británie ... a myšlenka, že být Britem, znamená být rasistou. To je vláda, která nejvýše nic neví o naší historii, ale ještě méně jí na ní záleží.“

a nenaznačuje, že by tato snaha byla „ústupkem“. Vlnu za kontroverzi přisuzuje spíš extrémní levici než Labouristické straně.

**Tabulka 7.1** Paralelismus mezi stranami a čteností britských novin

Bulvární tisk	Strana podporované čtenář			
	Konzervativní	Labouristická	Liberalní demokraté	
Sun	1997	30%	52%	12%
	1992	45	36	14
	1997	14	72	11
Mirror	1992	20	64	14
	1997	49	29	14
	1992	65	15	18
Express	1997	49	29	16
	1992	67	15	14
Seriózní tisk	1997	57	20	17
	1992	72	11	16
	1997	42	28	25
The Guardian	1997	8	16	19
	1992	15	55	24
The Independent	1997	16	47	30
	1992	25	37	34

Zdroj: Scammell a Harrop (1997:161). Tituly jsou seřazeny podle nákladu.

Liberalní model tak představuje případy s nezvykle vysokou (Británie) i nezvykle nízkou (Spojené státy, Kanada, Irsko) mírou politického paralelismu v oblasti tisku. To dokazuje, že rozvoj komerčního trhu médií politický paralelismus automaticky nevylučuje. Proč však existují tak velké rozdíly mezi britským a severoamerickým tiskem? Jedno z možných vysvětlení vycházející z oblasti politické kultury probereme v další části kapitoly. Další vysvětlení poskytují již zmínované rozdíly ve struktuře trhu. Stejně jako umožňuje konkurenční trh britských celostátních médií segmentaci trhu podle společenských tříd, může být také příčinou segmentace podle politické afiliace způsobem, který se u lokálních monopolizovaných trhů Severní Ameriky (stejně jako menšího trhu celostátních médií Irska) neobjevuje.

V souvislosti s politickým paralelismem britského tisku musíme zmínit ještě dvě věci. Skutečnost, že novinový trh odrážel politické rozdělení, neznamená, že byl přesným zrcadlovým obrazem: od nástupu labouristů docházelo k silné nerovnováze ve stranění a většina listů – s výjimkou *Mirror*, *Guardian* a *Independent* – byla stabilně usazena na politické pravici (Negrine, 1994; Curran a Seaton, 1997). Je možné, že současně s posunem labouristů doprava a některých pravicových listů k „pragmatictější“ orientaci dochází i zde ke změně: jinými slovy, je možné, že rozvazání stranických vazeb, k němuž docházelo od začátku sedmdesátých let a dočasně se vrátilo na scénu, vyústilo v zánik politického paralelismu, třebaže je zatím na takoveto závěry příliš brzy. V Británii je dominance pravicových listů jedním z důvodů silného revizionistického proudu, který vystoupil proti názoru, že komerční tisk znamená svobodnou čtvrtou moc vyjadřující názory veřejnosti.

**Tabulka 7.2** Odlišné narace o přístěhovalectví v britském tisku

<i>The Daily Telegraph</i>	<i>The Guardian</i>
<p>Straw ukazuje typicky britský ústup ohledně tiskových zpráv o rasismu.</p> <p>JACK STRAW se včera jménem vlády distancoval od zprávy o „multikulturalismu“, která vyprovokovala bouřlivou reakci na otázku, co znamená být Britem.</p> <p>Ministr vnitra byl nucen odmítnout klíčová zjištění Komise o budoucnosti multiethnické Británie. Měrou téměř před třemi lety sám zřídil.</p> <p>I když komise není součástí vlády, ministerstvo vnitra přijalo její čtyřsetstránkovou zprávu jako „příhodný“ příspěvek k diskusi o vztazích mezi rasami.</p> <p>Ve sporu o obrazu britství ve zprávách se mluví o „šklamu k rasismu“ a volá se po „připravení“ britské historie – jak odhalil v úterý <i>The Daily Telegraph</i>. Pan Straw i Downing Street se od těchto závěrů distancovali.</p>	<p>Straw vzkázal levici: Buďte hrdi Britové. Neptejte se, nechávejte patriotismus extrémní pravici, naléhá ministr vnitra.</p> <p>Ministr vnitra Jack Straw včera obvinil politickou levici, že nebojuje proti „úzkému, exkluzivnímu a konzervativnímu“ vnímání britské identity a trpí nedostatkem patriotismu.</p> <p>Pan Straw deklaroval, že je hrdý, že je Brit, a zdůraznil, že nepřijímá argumenty části liberální levice nebo nacionalistické pravice, že by měla Británie jako sourodého národa byla mrtva. Existence lidí hrdých na označení „Černí Britové“, nebo „čínští Britové“ ukazuje, že „britství“ má budoucnost.</p> <p>Pan Straw uvedl, že současnou moderní výzvou je smířit enormní škálu ras, přízvučků a postojů v zemi do jedné sdílené identity. „Převést to je ještě obtížnější, jelikož se levice odtrhla ke konceptu patriotismu zády a přenechala toto pole extrémní pravici,“ řekl ministr.</p>

V Británii se blízkost tisku politickému systému projevuje také rozsáhlejšími informacemi o politice, které se soustředí více na strany. Semetková a kol. (1991) popisují ve srovnávací studii zpravodajské pokrytí voleb ve dvou zemích v osmdesátých letech 20. století. Britské zpravodajství popisují jako „rozsáhlejší, různorodější, více zaměřené na strany, s méně jednostrannými komentáři a ohleduplnější“ než americké volební zpravodajství (142).<sup>97</sup> Tyto rozdíly připisují z velké části odlišnostem politické kultury, které vedly britské novináře ke „kněžskému“ postoji vůči volebnímu zpravodajství a k názoru, že volby jsou velmi důležité a novinaři jsou za zprostředkování názorů stran odpovědní. Autoři tvrdí, že „strukturovanější charakter britského stranického systému, ideologicky jasnější podoba stran a v důsledku i vyšší úroveň politizace britské společnosti jako celku mohly přispět k vnímání postavení politických aktivit veřejnosti jako relativně důležitějších. (5)<sup>98</sup> Jinými slovy, moc britského stranického systému a blízkost médií tomuto systému se projevují nejen externím pluralismem, ale také skutečností, že se zpravodajské pokrytí soustředí více na strany a jejich názory – Semetková a kolektiv například zjistili, že v Británii agenda volebního zpravodajství velmi úzce kopirovala agendy jednotlivých stran – a obecně se mnohem více zaměřovala na politiku. Existují důkazy, že se tento „kněžský“ a stranicky orientovaný postoj ke světu politiky v posledních letech proměnil ve prospěch američtějšího stylu informování, který vyvolala tržní orientace novinářů při rozhodování, co považovat za zajímavý příběh (Fransin a Richardson, 2002).

Na rozdíl od tisku má mediální vysílání všech čtyř zemí silnou tradici politické neutrality. Radiové i televizní vysílání byly vždy z velké míry záležitostí veřejné politiky. V případě Británie byly BBC i Independent television (ITV) vázány požadavky nestrannosti a vyváženosti zpravodajství a aktuální publicistiky. Počátek

<sup>97</sup> Zjištění, že „jednostranné“ komentáře jsou běžnější ve Spojených státech než v britském tisku, se může zdát při stranicím charakteru britského tisku potvrzené touto studií podivně. Semetková a kol. to zcela nevyšvětlují, předpokládají sldon stranik je vyjádřen mnoha způsoby, které nelze zahrnout pod „jednostranné komentáře“; například titulky nebo výběrem zpráv a citací. V případě Spojených států nejsou jednostranné komentáře svým charakterem obecné stranici, ale odrážejí cynický postoj novinářů vůči politikům obecně. Obecně rozdíly, které byly zjištěny při pokrytí voleb v těchto dvou zemích, jsou zřejmě způsobeny nejen ideologičtějším stranickým systémem, ale silnou pozici vysílání veřejné služby v Británii a také skutečností, že profesionalizovaný politický marketing se zde vyvíjel mnohem pomaleji.

<sup>98</sup> Je třeba zmínit, že ve srovnání s jinými evropskými zeměmi ukazují některé výzkumy relativně nízkou míru důvěry v politické instituce Británie. Viz Eurobarometer 55:7.

uplatňování vyváženého zpravodajství o vládě i o opozici sahá do období druhé světové války, kdy se Labouristická strana stala součástí vlády a posléze se v roce 1945 sama ujala moci. Británie měla v počátcích rozhlasového vysílání systém jedné dominantní strany a o labouristické opozici informovala jen omezené (Seaton a Pimlott, 1987, kap. 7). BBC i ITV dodržovaly během předvolebních kampaní pravidla pro volební zpravodajství, které přidělovalo jednotlivým stranám vysílací čas (v roce 1983 například platil poměr 5:5:4 pro konzervativce, labouristy a alianci, Semetková a kol. 1991, 42–43). Britské vysílání zároveň k volbám přistupovalo se silně „kněžským“ postojem, takže zpravodajství a publicistika BBC během volebního období rozšířily své vysílání, což je u vysílání veřejné služby běžné ve většině Evropy.

Když se ve Spojených státech rozvířily diskuse o regulaci rozhlasového vysílání, komerční vysílatelé přišli s úspěšnou argumentací, že by vysílací frekvence měly být pod kontrolou, protože slouží veřejnosti jako celku, zatímco neziskové stanice spouštěné institucemi, jako jsou odbory, církve a univerzity, popisovali jako „propagandistické“ stanice sloužící partikulárním a sektářským zájmům (McChesney, 1994). Doktrína spravedlnosti (Fairness Doctrine) vyžadovala po amerických vysílatelích poskytování „vyváženého“ informování o kontroverzních tématech až do poloviny devadesátých let, ačkoli v evropských systémech tento typ zavedeného politického pravidla přidělování prostoru – zejména během voleb – neexistoval a novináři pečlivěji posuzovali „zaznamenávanost“ jednotlivých politických událostí. Jak ukážeme v následující části kapitoly, přispívaly v americkém vysílání k prosazování neutrality také vlivy trhu, podobně jako tomu bylo v případě tanního tisku. Vysílací trh USA byl zároveň velmi oligopolistický se třemi síťmi, které soupeřily o stejné masové publikum. Podobně jako v oblasti zábavy usilovaly o „nejméně problematické programování“, ve zpravodajství se snažily o překlenutí politických a ideologických rozdílů. Musely dokonce eliminovat regionální odlišnosti, které jsou většinou příčinou malé různorodosti amerických novin z hlediska jejich politické orientace. Ve všech čtyřech zemích přinesl tento politicky neutrální postoj určitou míru prestiže a kredibility vysílání, které tisk v některých momentech svého vývoje postrádal. Klasický film Franka Capry *Pan Smith přichází* (Mr. Smith Goes to Washington) natočený ve třicátých letech, kdy byl tisk Spojených států stále ještě ještě silně stranici, ukazuje vlastnický novin jako politické ničemy, kteří

manipulují informacemi proti vůli lidu. Na druhou stranu rozhlas je prezentován jako zdroj objektivních informací.

V oblasti vysílání můžeme v současnosti zaznamenat projevy změny související s posunem politiky k vysílání směrem k neoliberalismu a k prostředí s velkým množstvím kanálů. Doktrína spravedlnosti (Fairness Doctrine), která požaduje „vyvážené“ informování o kontroverzních veřejných tématech a kterou stoupení volného trhu považují za neospravedlnitelné vměšování vlády do obsahu vysílání, byla v roce 1987 opuštěna a došlo k rozšíření silné ideologických, většinou praviceových rozhlasových programů. V televizní oblasti spustila síť Fox Ruperta Murdochova svou zpravodajskou divizi, která také přejímá zřetelný příklon k pravici. V roce 2003 během války v Iráku se Fox i rozhlasový gigant Clear Channel snažili oddílit od své tržní konkurence obzvláště výrazným „patriotistickým“ postojem. Mezi diváky Fox News převládají republikáni a konzervativci, na rozdíl od tří tradičních sítí a CNN, jejichž diváci se politicky od celkové populace nijak výrazně neliší (Pew Research Center, 2003:13).

### Profesionalizace

Profesionalismus novinářů je v liberálních zemích rozvinut relativně silně. Z profesí se stala svébytná komunita a z novinářství sociální činnost s vlastním hodnotovým systémem a s velkou autonomií a jasnými standardy provozování zakoreněnými v ideologii veřejné služby. Pokud sledujeme situaci žurnalistiky v liberálních systémech, v povaze a významu profesionalizace objevíme řadu kontradikcí. Profesionalizace žurnalistiky začala v určitém smyslu v momentě, kdy se zrodil komerční tisk a začal najímat reportéry na plný úvazek. V úplných počátcích byli tito reportéři většinou placeni velmi málo a měli nízký sociální status. Byly však i výjimky, téměř od počátku existovaly reportéřské hvězdy, jejichž veřejná reputace jim poskytovala moc při vyjednávání s vlastníky novin. Například Henry Villiard souhlasil s prací pro *Herald* Jamese Gordona Bennetta během občanské války pouze za podmínky, že list nebude zastávat antilincolnovskou ideologii, kterou vyznával (Kluger, 1986:99–100). To však nebylo typické a úroveň etiky byla tehdy nízká. Nízké mzdy vedly k tomu, že reportéři měli sklon ke korupčnímu jednání, platby podle množství řádků – například podle délky napsaného sloupce – vedly k senzácečnosti, přikraslování a deformování obsahu (Smythe, 1980).

Kolem osmdesátých let 19. století – v době, kdy koncept profesionalizace získával rostoucí prestiž v širší veřejnosti – došlo ve Spojených státech k zásadní diskuzi o tom, zda je profesionalizovaná žurnalistika vůbec zapotřebí (Dickens-Garcia, 1989; Marzolf, 1991) a tehdy byla definována koncepce později označená Siebertem, Petersonem a Schrammem jako teorie sociální odpovědnosti. Došlo k tomu na pozadí rostoucí konkurence v novinovém průmyslu – šlo o období senzacivně „plutvé žurnalistiky“, která vedla k řadě reformních návrhů, včetně návrhu na zavedení dotovaných nekomerčních novin a licencování novinářů. První profesní publikace začaly vycházet v osmdesátých letech 19. století – *The Journalist*, *Newspaperdom*, *Fourth Estate* a *Editor and Publisher*. V roce 1903 byla založena a v roce 1912 otevřena Kolumbijská novinářská škola, došlo k tomu v době, kdy existovaly tři profesionální školy žurnalistiky a přibližně tucet vysokých škol a univerzit s novinářskými kurzy. V roce 1910 přijala Kansaská státní asociace tisku (Kansas State Press Association; státní tiskové asociace začaly fungovat v padesátých letech 19. století původně jako společenské instituce) první etický kodex. V roce 1923 byla založena Americká společnost vydavatelů novin, která rovněž vydala první národní etický kodex. Současně začali specializovaní novináři zakládat své profesní komunity včetně nejdůležitějšího Washingtonského tiskového sboru. Jak uvádí Kernell (1986), političtí korespondenti chápali zpravodajství z Washingtonu čím dál častěji jako představení dlouhodobější kariéry. Řada z nich posilovala stabilitu své kariéry prací pro více listů – byli tak méně závislí na konkrétních zaměstnavatelích. Úroveň jejich odbornosti rostla a současně se spíše než na zaměstnavatele změnila jejich vazba na kolegy a zdroje. Rostla také úroveň vzdělání reportérů a uvádění podtitulků identifikujících autory, které se staly v polovině 20. století běžným standardem.

V Severní Americe souviselela profesionalizace žurnalistiky s posunem k politicky neutrálním monopolním novinám a hlavní forma profesionální práce byla založena na konceptu „objektivity“ – tj. na myšlence, že zprávy by měly být odděleny od názorů, a to jak žurnalistů, tak vlastníků. To znamenalo změnu v organizační struktuře, jejímž důsledkem bylo také odvolání vlastníků z každodenního řízení novin a přenesení tohoto úkolu na profesionální novináře. Současně s tímto vývojem docházelo k odklonu od instrumentalizace novin. Výjimky tu byly vždycky: Někteří vlastníci médií nadále vnímali své vlastnictví jako prostředek k ovlivňování veřejného mínění a uplatnění pravidelné kontroly nad zpravodajstvím i edi-

Tabulka 7.3 Procentuální podíl amerických měst s konkurujícími deníky

1880	61,4
1910	57,1
1920	42,5
1930	20,5
1940	12,7
1954	6,0
1960	4,2
1986	1,9

Schudson (1978; 2001) na druhou stranu poukazuje na změny v americké politické kultuře, ke kterým došlo na konci 19. a na počátku 20. století, včetně poklesu důležitosti politického stranění a rostoucího důrazu na neutrální analýzu. Tento argument podrobněji probereme v druhé polovině kapitoly, kde pojednáme vývoj racionálně-legální autority a vliv pokrokového hnutí na americkou žurnalistiku. Zde je třeba učinit poznámku k politickému kontextu období, kdy začal v americkém tisku převažovat neutrální professionalismus. Šlo o dobu, kdy probíhala silná diskuse ohledně politické role „tiskových baronů“, o níž píše Upton Sinclair (1919, v knize *The Brass Check – Mosazná známka*). S politickým sjednocením roku 1932 nastupuje v americké politice dlouhé období nadvlády Demokratické strany a vlastní tisku se ocitli ve velmi delikátní situaci. Bylo to poprvé v americké historii, kdy politické rozdělení odráželo třídní rozdíly, přinejmenším v oblastech mimo jih Spojených států; dělnická třída dávala přednost demokratům a podnikatelé podporovali republikány. V dřívějších dobách se stranické rozdělení řídilo spíše regionálními rozdíly. Bylo to také poprvé, kdy v tisku došlo k vážné nerovnováze z hlediska stranění – jeho vlastníci patřili ze své podstaty k vyšší třídě a měli tendenci podporovat Republikánskou stranu; přibližně dvě třetiny amerických novin éponovaly Rooseveltovi. Vlastníci novin se tak ocitli mimo hlavní proud veřejného mínění a v rámci populární kultury měli velmi špatné renomé. Jak jsme již uvedli, zloduchem Caprova filmu *Pan Smith přichází* (Mr. Smith Goes to Washington) je novinářský boss, který využívá své listy, aby zabránil hlavnímu hrdinovi komunikovat s veřejností. Po založení Novinářského cechu docházelo k napětí uvnitř spravodajských organizací a v otázce Rooseveltova Nového údelu se novináři se svými politickými názory často rozcházel s názory vlastníků. Svou roli sebraly také odborové svazy a mnoho dalších okolností. *Pan Smith přichází* zachycuje vlast-

torialem. V polovině 20. století byl ve Spojených státech nejvýraznějším z nich plukovník Robert McCormick, vlastník *Chicago Tribune* a newyorského *Daily News* a Henry Luce, majitel titulů *Time* a *Life* (McCormick zemřel v roce 1955, ale jeho jmenování nástupci pokračovali v jeho politice několik dalších dekad; Luce zemřel v roce 1967). Další vlastníci zřejmě pokračovali v zásadích do médií v době, kdy cítili ohrožení svých životně důležitých ekonomických nebo politických zájmů a k určitému tlaku, který prosazoval konformitu „vuči politice“ docházelo ze strany vlastníků v rámci zpravodajských organizací vědycky (Breed, 1955). Avšak míra instrumentalizace tisku jako obecného principu během 20. století ve Spojených státech podstatně poklesla.

Raný a výrazný rozvoj této formy profesionalizace, jejímž pilířem byl princip objektivitativy a jež souvisela s intenzivním ústupem stranicko-tiskového paralelismu, je jednoznačně jedním ze specifických vývoje médií Severní Ameriky a jeho původ zaslouhuje diskusi. Byly nabídnuty dvě základní interpretace a obě jsou svým způsobem důležité. První je ekonomická. Tuto argumentaci nejsystematičtěji rozvinul Baker (1994). Podle něj posun směrem k politicky neutrálním novinám byl výsledkem přechodu od tisku financovaného čtenáři k tisku financovanému inzercí, který souvisel s trendem koncentrace mediálních trhů. S vzestupem obchodních středisek a značkového marketingu, který začal na konci 19. století, vzrostly také příjmy novin a periodik z reklamy ze 44 % v roce 1879 na 70,9 % v roce 1929 (15). Inzerenti často otevřeně upřednostňovali noviny, jejichž obsah se soustředil na „štatnější obraz života“, a vyhýbali se politicky kontroverzním tématům, která by mohla urazit čtenáře a snížit efektivitu inzerce (viz například Baldasty, 1992:78). Přestože by řada oddaných čtenářů dala přednost novinám s jasnou politickou orientací, inzerce hnala noviny k tomu, aby zvyšovaly náklad. Inzerce tak spolu s množstvím ekonomickými faktory, tedy s faktem, že největší výdaje jdou na první výřitek a velké noviny tak mají z hlediska výdajů velkou výhodu, vedly k silnému trendu koncentrace novinových trhů. Tabulka 7.3 uvádí procentní podíl amerických měst s konkurenčními novinami (americký novinový trh je téměř výhradně regionální). Trend směrem k monopolizaci byl silný zejména v letech 1910–1950 – tedy v období, kdy v americké žurnalistice zakofenila jako profesní norma objektivita. Baker vysvětluje prosazení této normy jako projev rutinního vyřazování útočných textů, které by mohly omezit zvyšování nákladu.

niky médií jako antidemokratické manipulátory veřejným míněním, ale také podněcuje novináře, aby rezignovali na „objektivní“ zpravodajství a výslovně odsoudili zkorumpované nepřátele. V té době byla na základě diskuse o možné regulaci tisku ustavena Hutchinsonova komise, jejíž zpráva z roku 1947 vyslovila myšlenku tisku jako celospolečenské záležitosti a vyzývala k profesionalizaci. Zároveň navrhla, aby v případě, že profesionalizace nebude úspěšná, bylo přistoupeno k veřejné regulaci. Vlastníci médií měli v tomto kontextu ekonomické i politické důvody k přijetí požadavku profesionalizace, která omezovala možnost využívat tisk jako nástroj vlastní politické intervence, ale také by minimalizovala politické napětí, které by mohlo ohrozit podnikání, a prostřednictvím normy objektivit poskytl alternativní mechanismus kontroly novinářů.

Jak jsme uvedli, v Británii byl politický paralelismus na mnohem vyšší úrovni. Instrumentalizace tisku vlastníky ustoupila během 20. století, třebaže pravděpodobně nikoli v takové míře jako v Severní Americe. Částečné zvrácení tohoto trendu přinesl Rupert Murdoch, který vstoupil na britský novinový trh v roce 1969 a trval na kontrole politického obsahu svých médií, která používal ke svým záležitostem do politiky (Shawcross, 1992). (Ve Spojených státech byla Murdochova role omezená relativně marginálním postavením jeho novinového vydavatelství a televize Fox neměla ve svém programu zpravodajství až do konce devadesátých let 20. století). Podobným způsobem uplatňoval své právo politické kontroly svých listů Conrad Black v Kanadě (Taras, 1999:212–214) a zejména v případě listu *The National Post* zastával silně nepřátelské vztahy k liberálnímu premiérovi Jeanu Chretienovi. Black, který vlastní *Daily Telegraph* vycházející v Británii, se později vzdal kanadského občanství a v roce 2001 prodal své kanadské tituly mediálnímu konglomerátu Can West, který měl v Kanadě dominantní postavení a jehož vlastníci podporovali Liberální stranu.<sup>50</sup> Po této akvizici se projevíly určité spory ohledně prosazování politiky společnosti Can West, která vyžadovala, aby její regionální noviny sledovaly na svých redakčních stránkách zřetelnou politickou linii. Can West tvrdila, že tím nijak neovlivňuje podobu zpravodajství, ale někteří novináři poukazovali na ohrožení profesní autonomie touto společností (Brown, 2002).

<sup>50</sup> Conrad Black také koupil *The Jerusalem Post* a prosadil v tomto listu konzervativnější linii, což vedlo k pozdější rezignaci šéfredaktora Erwina Frenkela, jehož reakci na princip autonomie novinářů uvádíme ve druhé kapitole.

Professionalismus se v Británii a v Severní Americe rozvinul zřejmě slaběji, nebo nesouroději (vyjma žurnalistiky vysílacích médií), což potvrzuje také přežívající stranění britského tisku a vměšování vlastníků. Žurnalistika se stejně jako v ostatních liberálních zemích silně profesionalizovala v tom smyslu, že novináři mají vlastní soustavu kritérií pro výběr a prezentaci zpráv. V Británii to úzce souvisí s intenzivním rozvojem tisku jako samostatného průmyslu, čímž se silně odlišuje například od Itálie, kde nejsou standardy novinářské práce tolik odděleny od standardů politických. Jak uvádí Chalaby (1998:107), s rozvojem tiskového průmyslu „žurnalistika začala informovat o politice na základě svých vlastních potřeb a zájmů a zpracovávala témata ze své vlastní perspektivy a podle profesních hodnot“. V Británii se na druhou stranu rozvinulo specializované profesní vzdělávání později než v Severní Americe (Henningham a Delano, 1998) a až do osmdesátých let 20. století mělo jen relativně málo britských novinářů vysokoškolské vzdělání. Žurnalistika byla z tohoto hlediska relativně dlouho poloprofesionálním zaměstnáním bílých limečků (Tunstall, 1971:59–60). Výzkumy potvrzují, že britští novináři nejsou v otázce způsobu sběru informací tak úzkostliví jako jejich kolegové ve Spojených státech (Henningham a Delano, 1998). To zřejmě souvisí s vysoce konkurenčním charakterem britského tisku a jeho slabší etickou samoregulací i s pojetím žurnalistiky jako veřejné služby.

Pokud vezmeme v potaz autonomii novinářů, je obraz poněkud nejednoznačný. Jak ukážeme dále, novináři vysílacích médií se v Británii zřejmě těší větší autonomii než jejich kolegové z komerčních médií ve Spojených státech a v Kanadě. Když deník *The Times* vlastnil v šedesátých a sedmdesátých letech kanadský vydavatel Thompson, byli novináři chráněni prostřednictvím jmenování čtyř nezávislých ředitelů, jejichž jedinou funkcí bylo zajištění editorialske nezávislosti. Také britský *Guardian* je řízen radou, jejíž statut odděluje redakční a podnikatelskou kontrolu. Ve Spojených státech žádná podobná formální kontrola editorské autonomie nikdy neexistovala. Britští mediologové často označují šedesátá a sedmdesátá léta 20. století za vrchol autonomie novinářů, po které následoval posun k centralizovanější redakční kontrole (Curran a Leys, 2000:232). V případě *The Times* bylo dosaženo nové dohody ohledně redakční autonomie, když byl list v roce 1979 ve Spojených státech zakoupen Murdochem, nakonec se však prokázala jako neefektivní (Shawcross, 1992). U britského tisku je autonomie novinářů zřejmě obecně menší než u severoamerického tisku, zejména u bulvárních listů. V Donsbachově

(1995) výzkumu, si novináři často stěžují, že jejich texty byly pozměněny, „aby někomu politicky stranily“ a britští novináři se z hlediska procentuálního podílu odpovědí na tuto otázku řadí na druhé místo za italské novináře; 6 % odpovědělo, že k této praxi nechází alespoň příležitostně ve srovnání s 8 % procenty italských novinářů, 2 % amerických novinářů a 1 % německých a švédských novinářů (nutno zmínit, že v Británii se politikou zabývá ve srovnání s Itálií menší množství zpráv. Další výzkum ukázal, že 44 % britských novinářů tvrdí, že museli čelit „nepatřičným editorským zásahům“ do svých textů (Henningham a Delano, 1998:154).

Formální profesní organizace novinářů se v liberálních zemích rozvinuly jen málo, alespoň ve srovnání s demokraticko-korporativistickými systémy. Samoregulace profese probíhá především neformálně v rámci jednotlivých zpravodajských organizací a v širší kolegiální kultuře novinářů. Ve Spojených státech patřilo v osmdesátých letech 20. století do největší profesní asociace Sdružení profesionálních novinářů jen 17 % žurnalistů a podobného podílu dosahovaly také odbory, ať už se to týká Novinářského cechu (The Newspaper Guild), či Americké federace televizních a rozhlasových pracovníků (American Federation of Television and Radio Artist; Weaver a Wilhoit 1991:106–107). Pro rozvoj etických standardů a společné novinářské kultury hrálo důležitou úlohu také Americké sdružení redaktorů novin (American Society of Newspaper Editors, ASNE). V Británii byla v roce 1890 vytvořena profesionální asociace Novinářský institut (Institute of Journalists), avšak během 20. století byla zastíněna Národní unií novinářů (NUJ), která se postupně stala vlivnou odborovou organizací, do níž patřili skoro všichni novináři. Z tohoto hlediska měla Británie se svým vlivným odborovým hnutím silné kolektivní novinářské organizace, i když spíše v kontextu svazů než profesních asociací. NUJ byla během vlády Thatcherové silně poškozena útokem na odbory, ačkoli v devadesátých letech se do určité míry obrodila a mezi její členy patřilo 62 % britských novinářů (Henningham a Delano, 1998). Odnoží NUJ jsou Irští novináři. Odborové členství je v Kanadě, podobně jako členství v Kanadské asociaci novinářů, vzácné, s výjimkou Quebecu, kde téměř všichni novináři patří do Syndikátu novinářů (Syndicat de Journalistes). Quebec má také neobvyklou tradici militantního boje novinářů o redakční moc, spojenou zejména v šedesátých a v sedmdesátých letech se snahou vyjednat „profesní doložky“, které by chránily autonomii novinářů v rámci zpravodajské organizace (Clift, 1981; Saint-Jean, 1998).

V liberálních zemích jsou ve srovnání s demokraticko-korporativistickými zeměmi málo rozvinuty také formální instituce autoregulace médií, třebaže se zde rozvinuly více, než je tomu ve středomořské oblasti. Irsko nemá ani zpravodajskou radu (news council), ani radu pro stížnosti čtenářů. Nemají je ani Spojené státy, kde se zpravodajské organizace vehementně zdráhaly podvolit jakémukoli vnějšímu vměšování. Výjimkou se stala jen Tisková rada Minnesoty ustanovená v roce 1970 (šlo snad o jediný případ skandinávského vlivu na politickou kulturu Minnesoty).<sup>100</sup> Na druhé straně spektra se nachází Quebec, který má relativně silnou tiskovou radu, jež nedisponuje politickou mocí, ale je podporována z veřejných prostředků a posuzuje stížnosti na veškeré noviny, ať už jsou členy rady nebo nikoli (Clift, 1981). Ostatní kanadské provincie mají relativně slabé dobrovolné tiskové rady, které jsou financovány novinovým průmyslem. Británie se v roce 1991 přesunula od velmi slabé tiskové rady k Radě pro stížnosti čtenářů (Press Complaints Commission, PCC) a hodlala se tak vyhnout legislativnímu pojetí ochrany soukromí a práva na odpověď kontinentálního stylu. Zejména bulvární listy kladou v Británii silný důraz na sexuální skandály, a to jak veřejných, tak soukromých osob. PCC má zjevně silnější postavení než její předchůdci a je prvkem, který spojuje britský mediální systém s demokraticko-korporativistickými zeměmi, i když ekonomicky hraje prim novinový průmysl, což „ilustruje přetrvávající britskou tendenci samoregulaci se raději vyhnout“ (Humphreys, 1996:61).

V liberálních zemích funguje novinářská autoregulace primárně neformálním způsobem v rámci jednotlivých zpravodajských organizací. Její vývoj se datuje od konce 19. a počátku 20. století. Například v roce 1913 zavedl Pulitzerův newyorský list *World* interní Úřad pro jazykovou správnost a novinářskou etiku (Bureau of Accuracy and Fairness) za účelem snížení počtu stížností z důvodu nactiutrhání (Marzolf, 1991:66–68). Časem se tento úřad stal součástí obecnější organizace editorského procesu. Zpravodajské organizace liberálních zemí jsou charakteristické rozsáhlou redakční hierarchií s řadou úrovní „kontrol a hodnocení“ práce jednotlivých novinářů, čímž se odlišují od většiny kontinentálních novin, ve kterých pracují novináři spíše samostatně a s jen malým redakčním dohledem (Donsbach, 1995; Esser, 1998).

<sup>100</sup> Organizace nazvaná Národní rada zpravodajství (National News Council) existovala od roku 1973 do roku 1983. Financovala ji soukromá nadace a jednou z jejích funkcí bylo posuzování stížností týkajících se etiky médií a spolupráce se zpravodajskými organizacemi.



Z toho je jasné, že při zblednutí autonomie novinářů má profesionalizace, jak se vyvíjela v liberálních společnostech, dvě stránky. Omezuje vlastníky a často slouží ke zvýšení autonomie novinářů a zabraňuje instrumentalizaci médií. Zároveň novináře, od nichž se očekává, že se zřeknou jakýchkoli nároků na využití svého postavení jako platformy pro vyjadřování svých vlastních politických názorů, vede k tomu, že přijmou profesní rutinu a redakční hierarchii.<sup>101</sup> Jak jsme již uvedli, rozvoj novinářských odborů ve dvacátých a třicátých letech 20. století je pravděpodobně jedním z důvodů, proč vlastníci médií posun k profesionalizaci začali považovat za svůj vlastní zájem. Rovnováha mezi omezením novinářů a vlastníků se v jednotlivých obdobích liší a je rozdílná také list od listu. Někdy se vychýlí směrem k vlastníkům natolik, že profesionalizace ve skutečnosti usnadňuje instrumentalizaci tisku. Smith (1975:35) ve své analýze kampaně tehdy největšího britského listu *Express* zaměřené proti labouristům, k níž došlo během voleb v roce 1945, cituje redaktora tvrdícího, že „dokonce i zaměstnanci patřící k socialistům – a bylo jich mnoho – psali své krátké materiály s profesionálním gustem. Byl to jednotný boj muže proti muži, byla to záškodnická práce a myslím, že jsme v tom byli velmi dobří.“ Výraz profesionalizace zde nabývá užšího smyslu: „Profesionál“ je novinář, který zvládl rutinu psaní politických zpráv bulvárního stylu, politiky dělí na hrdiny a padouchy a apeluje tak na emoce čtenářů. Novináři pocítují kolektivní pýchu, že toho jsou schopni i přes své vlastní politické názory. Rozvoj této podoby profesionalismu je klíčový pro pochopení, jak je možné, že se valná většina britských novinářů tradičně hlásí k politické levici, zatímco většina novin je na pravici.

V Severní Americe se dominantní podoba profesionalismu liší svým úzkým sepeřím s konceptem objektivity. To však zároveň omezuje autonomii novinářů. Americký autor této knihy strávil v osmdesátých letech hodně času rozhovory s novináři, kteří psali o konfliktu ve Střední Americe. Američti i evropští novináři

<sup>101</sup> Jednou ze zajímavých ilustrací vlivu těchto tlaků je případ A. Kenta MacDougalla, reportéra listu *The Wall Street Journal*, který po odchodu do důchodu napsal článek, ve kterém se přiznal k marxismu a vzkal ostatním radikálům, aby klidně pracovali pro list blavného proudu. To vedlo k rozruchu ohledně „skrytého radikálního vlivu“ tisku, ale analýza MacDougallových reportáží ukázala, že se ve většině případů nijak nelišily od reportáží ostatních novinářů. Kócherová (1986) zjistila, že britští novináři mnohem méně přebírají „misionářskou“ orientaci směřující k vyjadřování názorů a usměrňování veřejného mínění, než je tomu u novinářů německých. Politické sklonky britských novin samozřejmě nemusí být stejné jako sklonky jednotlivých novinářů.

ří často kritizovali profesionalitu těch druhých. Američané měli tendenci tvrdit, že evropští novináři pracují „neprofesionálně“, protože byli příliš zpolitizováni a do svých reportáží vždy vkládali své vlastní názory. Evropští novináři tvrdili, že neprofesionálně pracují naopak Američané, protože se nechávají příliš omezovat zásadami vyváženosti a „objektivit“ a protože nepoužívají nezávislý úsudek. Když například vyrazili na venkov, aby napsali o události, která vypadala jako vládní masakr neozbrojených rolníků, ale při práci na příběhu museli vyvážit výpovědi místních obyvatel odmitavými tvrzeními armády a americké ambasády, výsledná narace jako by neměla názor na to, která z výpovědí je pravdivá (Pedelty, 1995). Evropané je tak nepovažovali za „poctivé svědky“, ve smyslu zmiňovaném Freidkelem, který citujeme v rozboru pojetí profesionalismu v kontinentální Evropě ve druhé kapitole. Velká část výzkumů médií liberálních společností se věnovala otázce profesních rutin a toho, jak je možné, že vedou k podřízenosti zpravodajských médií nikoli vůči politickému přesvědčení vlastníků, ale vůči dominantnímu názoru politických elit. Za pozornost zde stojí koncept profesních rutin. Kvůli relativně silné profesionalizaci žurnalistiky v liberálních systémech si mediální vzdělávání v těchto oblastech vyvinulo odlišný přístup k tomuto konceptu a vysvětluje zpravodajskou ideologii především kulturními předpoklady a strukturálními omezeními, která jsou v těchto profesních praktikách skrytá zakotvena, než na základě osobních názorů nebo politických vztahů novinářů, instrumentální kontroly uplatňované vlastníky nebo politických tlaků zvenčí zpravodajské organizace (Sigal, 1973; Tuchman, 1978; Gans, 1979; Gitlin, 1980; Hallin, 1986; Ericson, Baranek a Chan, 1987; Schlesinger, 1987).

Podobně ambivalentní je vztah profesionalismu a komerčních vlivů na žurnalistiku. Raný rozvoj profesionalismu byl na konci 19. století přinejmenším stejně odpovědí na vliv komerční konkurence, jako obavou z politické manipulace médií, a jak uvádí E. L. Godkin v knize *The Nation* (citováno podle Marzolf, 1991:27), reakcí na „převládající duch ... vulgarity, obscennosti a bezbřehé senzacechtivosti“, který byl charakteristický pro žlutý tisk tohoto období. „Oddělení cirkve od státu“, jež se stalo klíčovou metaforou amerického novinářského profesionalismu, mělo dvojitý dopad. Znamenalo oddělení názorů novin vyjádřených na straně editoria, tj. názorů, které odrážely názor vlastníka, a zpravodajských stránek, jež byly produktem profesionálních novinářů. Představovalo také rozlišení obchodního sektoru zpravodajské organizace a newsroomu. Nicméně profesionalismus se rozví-

nul zejména v kontextu tržně orientovaných médií a vstřebal do sebe velkou část tohoto kontextu. Profesionální rutiny žurnalistiky kladou v liberálních společnostech silný důraz na svou blízkost zájmové publiku. A jednou z hlavních funkcí již zmiňovaného mnohaúrovňového procesu editování vždy byla produkce zpráv, které se uplatní na trhu. Donsbach (1995) tak zjistil, že 36 % amerických a 28 % britských novinářů uvádí, že jejich texty byly pozměněny, aby „zvýšily zájem publika“, ve srovnání s 18 % švédských, 14 % italských a 7 % německých novinářů.

Profesionalismus, jak jsme si ho zde definovali, se v posledních dvaceti letech podstatně oslabil. Jak jsme uvedli, mnoho mediologů soudí, že autonomie novinářů byla od svého vrcholu v šedesátých letech podstatně nabourána. Ve Spojených státech bylo v posledních letech narušeno „oddělení církve od státu“ a stále více se stírá bariéra mezi obchodní stránkou a redakčními postupy zpravodajských organizací zastupovaných vlastníky. Podstatné se také zvýšilo napětí mezi vlastníky a novináři, kteří pocítili podkopávání své profesionální integrity (Squires, 1993; Underwood, 1993; Hallin, 2000). Přebal *Columbia Journalism Review* z července/srpna 1998 hlásá: „Boj o peníze: Jak žurnalistiku kazí touha po zisku“. V oblasti tisku je tento posun důsledkem poklesu nákladů a toho, že se novinové společnosti v šedesátých a osmdesátých letech staly součástí korporátního vlastnictví, tedy dřívou tendenci, které společně vyústily v intenzivní tlak na zpravodajské organizace, aby věnovaly pozornost nákladu a konečným finančním výsledkům. U elektornických médií vedla deregulace vysílání a rostoucí konkurence k podobnému, ve skutečnosti ještě silnějšímu, důsledku.

### Role státu

Liberální země jsou ze své definice těmi, v nichž je sociální role státu relativně omezená a role trhu a soukromého sektoru jsou relativně silné. Británie byla místem zrodu industriálního kapitalismu a Spojené státy centrem jeho vzestupu během 20. století. V obou zemích se silně rozvinuly instituce trhu a liberální ideologie – a to zvláště na mediálním poli, kde se obě tendence projevují rychlým a časným rozvojem průmyslu komerčních médií a prosazením liberální teorie svobodného tisku postavené na občanské společnosti a nezávislém trhu. Ve všech čtyřech zemích byla státní podpora tisku po celé 20. století minimální. Ve Spojených státech a v menší míře i v Kanadě bylo vždy dominantní formou komerční vysílání

a v Británii bylo zavedeno o generaci dříve než v kontinentální Evropě; Irsko odolávalo jejímu zavedení mnohem déle.

Nicméně v rozvoji kapitalistické společnosti hrál stát vždy významnou roli a i v těch nejliberálnějších společnostech měl při rozvoji médií důležitou úlohu. Mezi čtyřmi zeměmi, kterými se zde zabýváme, existují z hlediska role státu podstatně odlišnosti. Dokonce i v případě Spojených států, nejtísnějšího příkladu liberálního modelu, nelze zcela ignorovat roli státu. Stát vybudoval původní komunikační infrastrukturu – poštovní systém –, která umožnila rozvoj tisku. Také se zaručil za vznik infrastruktury tisku prostřednictvím veřejného vzdělávání. Politická třída navíc ruku v ruce s rozmachem stranických novin pohlížela na tisk nejen jako na podnikání, ale také jako na důležitou veřejnou instituci, a podle toho ji také podporovala (Cook, 1998). Dotované sazby poštovního větné práva vydavatelů vzájemně si vyměňovat výtisky bez poplatků byly ohromně důležité pro přežití začínajících novin, podobně jako vládní zakázky tisku a finanční podpora redaktorů (Smith, 1977). Tyto formy sponzoringu začaly ztrácet na důležitosti až po roce 1860 se zřízením Vládního tiskového úřadu (Government Printing Office) a se zavedením reform státní správy a rozvojem novinami vlastněných distribučních sítí, které snížily potřebu dotací poštovních sazeb (i když zůstaly v platnosti). Poštovní služba získala novou regulační roli v roce 1912, kdy byly noviny požádány, aby vyplnily místopřísežné prohlášení o nákladu a vlastnictví, což usnadnilo vývoj transparentního inzertního trhu (Lawson, 1993). Novináři získali také určitá legislativní práva, která byla potvrzením státního uznání, že je tisk důležitou sociální institucí. Jedním z těchto práv bylo také právo na utajení zdroje informací, které v mnoha zemích zaručují zvláštní zákony (podobný zákon existuje také v Británii, nikoli však v Kanadě).

I když nelze roli státu pominout, je pravdou, že vývoj médií ve Spojených státech charakterizuje výrazné omezení role státu. Zásadní je zde legislativní tradice spojená s prvním dodatkem ústavy, který jasně odlišuje mediální systém Spojených států od většiny evropských systémů. Téměř všechny evropské ústavy obsahovaly záruky svobody tisku, ale obecně řečeno jde pouze o jeden z mnoha legislativních principů, který by měl být v rovnováze s principy soukromí, sociální péče, politického pluralismu, veřejného pořádku a dalších. Legislativní předpisy i politická kultura Spojených států zacházejí s prvním dodatkem ústavy velmi absolutistickým způsobem, to znamená, že je ve Spojených státech politicky i legislativně

neudržitelná řada typů regulace médií, které jsou v Evropě běžné – pravidla ochrany soukromí, regulace politické reklamy, prostor věnovaný politické komunikaci a zákony práva na odpověď. Jednou z oblastí, v nichž hrál ve Spojených státech stát v určitých momentech historie velmi důležitou roli, je regulace koncentrace médií. Dvěma důležitými momenty bylo oddělení „bílé“ a „modré“ sítě NBC Federální komunikační komise (Federal Communication Commission, FCC) v roce 1945 a Svrchované dekrety (Paramount Decrees) z roku 1948, které oddělily hollywoodská studia od vlastníků kin. Zdálo se, že dalším příkladem této tradice bude antimonopolní rozsudek proti Microsoftu, ale Bushova administrativa nastoupila měkké linie a případ skončil bez dramatického rozuzlení. Lze říci, že stát v USA intervenoval proti koncentraci médií stejně aktivně jako většina evropských států. Antimonopolní intervence se samozřejmě navzájem nevylučují s převládající liberální ideologií Spojených států, a především vzhledem k velikosti mediálního trhu Spojených států jsou opodstatněné.

Bez ohledu na velikost byly Spojené státy jedinou industrializovanou zemí, která zavedla telefonní a telegrafní systém v rámci soukromého vlastnictví a poté systém vysílání s dominantním komerčním vysíláním. Systém veřejnoprávního vysílání (PBS) byl zaveden teprve v roce 1967 a zůstal ve srovnání s jinými zeměmi nepodstatný. Méně než 50 % jeho financí pramenil z vládních zdrojů (v roce 1990 pocházelo 16 % od federální vlády a 30 % od státních a regionálních úřadů, zatímco zbytek pocházel od diváků, korporátních sponzorů a komerčních zdrojů) a jeho celkové výdaje byly přibližně jeden dolar na hlavu ve srovnání s 38 dolary na hlavu britského veřejnoprávního vysílání (Twentieth Century Fund 1993; Hoynes 1994).

Regulace komerčního vysílání bývá ve Spojených státech popisována jako „regulace pozdviženým obočím“, FCC totiž nevydává žádná zvláštní nařízení týkající se programu vysílání. Nicméně státní regulace ve Spojených státech ovlivnila sektor komerčního vysílání podstatným způsobem. Od třicátých do osmdesátých let 20. století musela být vysílací licence každé tři roky prodlužována FCC a tento proces prodlužování přinesl spolu s Doktrínou o novinářské etice (Fairness Doctrine) a požadavkem, aby držitelé licencí sloužili „obecnému blahu a potřebám veřejnosti“, řadu zásadních důsledků. Byly ochráněny trhy zavedených vysílatelů a došlo k poružení rozvoje neutrálního, vnitřně pluralitního stylu zpravodajství se silnou distancí vůči komerčním tlakům. Zároveň byly občanským skupinám poskyt-

nuty mechanismy, jak čelit nekvalitním vysílacím praktikám vysílání – což v šedesátých letech využily v několika případech skupiny pro občanská práva (Horwitz, 1997). Bylo tak také zabráněno šíření potenciálně kontroverzních programů. V devadesátých letech se proces prodlužování licencí stal formalitou, doktrína o novinářské etice byla zrušena a Spojené státy se významně posunuly k čistě tržnímu modelu vysílání. Nicméně i dnes vedou konvergence mediálního průmyslu a utváření multimediálních konglomerátů. Tato tendence jde ruku v ruce se zájmy přesahujícími oblastí telekomunikace, tradičního audiovizuálního průmyslu a nových odvětví internetu a celý systém vzájemné provázanosti vede k tomu, že vysílací společnosti mají stále pádný důvod udržovat si dobré vztahy se státem, který bude nadále hrát ústřední roli při určování základních pravidel těchto odvětví. Tento zájem jasně dokazují finanční částky, kterými mediální průmysl obdarovává politiky a politické strany (Lewis, 2000).

Silnou liberální tradici v Británii ovlivnilo dědictví konzervativního etatismu a neotřesitelné postavení dělnického hnutí, jehož integrace do systému moci posunula Británii ve čtyřicátých letech k liberálnímu korporativismu, který se v řadě ohledů podobá demokratickému korporativismu probranému v šesté kapitole (Curran, 2000). Británie však nemá psanou ústavu a pro legislativní rámec je klíčová doktrína parlamentní suverenity. Svoboda tisku tak zůstává důležitou součástí kulturní tradice, ale nikoli privilegovaným legislativním principem, jak je tomu ve Spojených státech. Tiskový sektor si v zásadě udržel liberální charakter bez dotací i bez regulačních zásahů, avšak hrozbu intervencí představovalo vytvoření PCC. Regulace je nadále diskutována právě ve spojitosti s častými poukazy na neefektivitu PCC. Důležitým prvkem britské tradice silného postavení státu je systém takzvaných D-upozornění (D-notice), která zabráňují publikování informací, jež by mohly ohrozit „národní bezpečnost“. Dalším důležitým regulativem je Zákon o úředním tajemství, který umožňuje potrestat novináře i úředníky za úniky citlivých informací. Americké novináře například velmi zmátlo, když se v roce 1996 *Mirror* sice dostal k informacím o vládním rozpočtu, který měl být představen Parlamentu až o den později, ale namísto jejich zveřejnění je vrátil vládě. Stíhání podle Zákona o úředním tajemství jsou vzácná, ale jsou součástí širší politické kultury, která souvisí se silným postavením stranické disciplíny takzvaného westminsterského systému, v jehož rámci nedochází k otevřeným unikům interních politických infor-

mací, jak se děje v roztržitém americkém politickém systému. V Británii bývá Zákon na ochranu cti méně nakloněn tisku, než je tomu ve Spojených státech.

Nicméně rozdíl mezi Spojenými státy a Británií jsou ještě markantnější v oblasti vysílání, jelikož Británie si vybudovala silný systém vysílání veřejné služby. BBC byla založena na ideologii, která odmítla „jak vlvy trhu, tak politiky ve prospěch efektivity a plánovaného růstu pod kontrolou odborníků“ (Curran a Seaton, 1997:144), k níž v prvních letech její první ředitel John Reith přidal paternalistický charakter. V roce 1954 se Británie stala první z velkých evropských zemí, které spustily komerční vysílání. Její vysílací systém si přesto udržel silný důraz kládený na veřejnou službu. BBC a ITV soupeřily o publikum, ale nikoli o příjmy. Zatímco byla BBC závislá na licenčních (koncesionářských) poplatcích, ITV na inzerci. A Nezávislý úřad pro vysílání (Independent Broadcasting Authority, IBA), který reguloval komerční vysílání až do přijetí Zákona o vysílání z roku 1990 britským parlamentem, byl silnější institucí než FCC, od níž se velmi lišil. Úřad nebyl pouhým regulačním orgánem, ale byl držitelem licence na komerční vysílání, která mu umožňovala uzavírat smlouvy se společností ITV týkající se poskytování licencí k programům a mít rozhodující pravomoc v programových záležitostech. Z tohoto důvodu se často odkazovalo na BBC a ITV jako na „systém veřejného vysílání“. Dobrým důkazem této zvláštní struktury je Channel 4, který deklaroval poslání veřejné služby jako součást systému komerčního vysílání a byl nucen vysílat programy určené menšinám a podporovat nezávislou produkci. Independent Television Commission, která v devadesátých letech nahradila IBA, už není držitelem licence, ani neschvaluje programovou strukturu a inzerci, ale stále má větší vliv než americká FCC. Podobně jako tomu je v Evropě, je i britské vysílání včetně BBC stále více ovlivňováno pravidly trhu, ačkoli v Británii má systém veřejného vysílání nadále silnější postavení než ve většině Evropy.

Obavy o národní kulturu vedly v Kanadě a v Irsku ke změně logiky liberálního modelu. Oba státy jsou menšími zeměmi sousedícími s velkými státy s tímž hlavním jazykem a (do jisté míry právem) čelily hrozbě, že by jim v případě čistě tržní orientace médií dominoval americký a britský mediální průmysl. V Kanadě měla zvlášť silný vliv na politiku vysílání filozofie „buď stát, nebo Spojené státy“. Kanada měla vždy duální systém komerčního a veřejného vysílání, ale veřejnoprávní Kanadská vysílací korporace (Canadian Broadcasting Corporation, CBC) na počátku vysílání dominovala (až do roku 1958 byla jak veřejným vysílatelem, tak regu-

lačním orgánem komerčního vysílání) a nadále má silnější postavení než vysílání veřejné služby v USA (v roce 1997 měla například 9% podíl na publiku ve srovnání s 2% podílem americké PBS). Kanada legislativou také chránila svá domácí tisková média a umožňovala inzertním srážet si inzertní výdaje z daní jen v případě, že směřují do Kanadou vlastněných médií. Zároveň omezovala dovoz „lokalizovaných“ vydání amerických časopisů s inzercí zacífenou na kanadský trh. Tuto politiku nedávno odsoudila Světová obchodní organizace (WTO) a Kanada ji revidovala. Americké časopisy představují přibližně 80% kanadského trhu. V Kanadě se také mnohem intenzivněji než ve Spojených státech diskutuje regulace etiky tisku a koncentrace médií, avšak bez následného uvedení regulace do praxe. Kanada má Zákon o úředním tajemství, který je podobný britskému, a má také restriktivnější zákony o ochraně cti než mají Spojené státy.

Irsko je postkoloniální zemí, jejíž politická kultura je kombinací liberalistické tradice a silné oficiální nacionalistické ideologie. Má za sebou dějiny ekonomické závislosti a slabého vývoje domácího kapitálu, které podobně jako v jiných postkoloniálních společnostech – například v Řecku – vyústily v postautonomní tradici intervencionistického státu (Bell, 1985). Vysílání veřejné služby tak mělo v Irsku dominantní postavení a volně dostupná komerční televize byla zavedena až v roce 1998. Irské veřejnoprávní vysílání je z velké míry financováno z komerčních zdrojů, které v roce 1998 představovaly 66% příjmů (viz tabulka 2.4).<sup>10</sup> Irsko na rozdíl od Kanady svůj tiskový průmysl nechránilo, třebaže cenzura publikací označovaných katolickou církví za nemorální sloužila kdysi k částečnému omezení importovaných publikací (Horgan, 2001:12-13). V současnosti představují britské tituly přibližně 20% nákladu denního tisku. Až do roku 1967 platil Zákon o cenzuře publikací (Censorship of Publications), který vzešel z politických konfliktů občanské války dvacátých let 20. století a Irsko jeho prostřednictvím (podobně jako Británie) uplatňovalo restriktive informování médií o konfliktu v Severním Irsku.

Vztah státu a médií není jen otázkou regulace, dotací a státního vlastnictví. Představuje také tok informací – včetně předstáv, symbolů a interpretačních rámců. V tomto smyslu není zcela jasné, zda jsou média nezávislejší na státu v liberálních zemích, nebo ve zbývajících dvou systémech: i když rétorika liberálních zemí

<sup>10</sup> Později zavedení komerční televize bylo také způsobeno malým rozsahem irského trhu a zejména konkurencí britské televize.

tíhne ke zdůrazňování protichůdného vztahu médií a státu a ačkoli stát má slabší roli regulátora, finančníka a vlastníka, než je tomu u jiných systémů, nemusí to nezbytně znamenat, že by stát měl menší vliv na proces produkce zpráv. Jednoznačně zde vyvstává potřeba rozsáhlejšího srovnávacího výzkumu.

Součástí novinářské kultury angloamerických zemí je zjevné konkurenční postoj vůči státním úředníkům. Projevuje se mimo jiné intenzivním rozvojem investigativní žurnalistiky a důrazem kladeným na skandály, které jsou od dob Watergate legendární zejména ve Spojených státech, kde je relativně snadný přístup k vládním informacím. Zároveň dominuje představa o státu jako „primárním poskytovateli“ – myšlenka, že produkce zpráv je založena na informacích a interpretacích poskytovaných státními úředníky – , pramenící z angloamerických mediálních studií (Hall a kol., 1978). Mnoho výzkumů také poukazuje na silný institucionalizovaný vztah mezi novináři a vládními úředníky v liberálních systémech, který je asi nejpatrnější na příkladu westminsterského lobby systému v Británii. Vzájemná závislost mezi státem a mediálními institucemi vede k tomu, že jejich struktura odráží vzájemné propojení: zpravodajské organizace jsou do velké míry uspořádány podle systému specializovaných novinářů, který propojuje reportéry s jejich zdroji v rámci státu, a státní organizace jsou do velké míry uspořádány podle potřeb médií. Podle některých odhadů je více než polovina zaměstnanců Bílého domu angažována do aktivit public relations, jejichž velkou částí jsou jednání s médií (Grossman a Kumar, 1981:83–84). V liberálním systému (a v posledních letech do určité míry také v demokraticko-korporativistickém systému) vyžadovali státní úřady i novináři existenci neutrálního úřadu zastupujícího veřejnost, který by stál stranou stranických sektářských zájmů a poskytl základ pro tak silný vztah (i přes jeho zcela odlišnou formu), jako je v jižní Evropě vztah vycházející z běžných stranických vazeb mezi novináři a politiky. Zpravodajské obsady jsou v důsledku těchto vztahů silně ovlivňovány informacemi, agendou a interpretačním rámcem státních institucí.<sup>105</sup>

Nutno zmínit, že úzký vztah zpravodajských médií a státu byl silně ovlivněn vývojem „státní politiky národní bezpečnosti“. Jak Spojené státy, tak Británie jsou světovými mocnostmi, které vlastní jaderné zbraně a výrazně se angažují v meziná-

<sup>105</sup> K tomuto tématu je k dispozici dost literatury, mezi klíčové patří práce Sigrida (1973), Garse (1979), Hallina (1986), Hermana a Chomského (1988) a Bennetta (1990).

rodních konfliktech. Oba mediální i státní systémy spolupracují ve válečných situacích: ani Spojené státy, ani Británie nezavedly během druhé světové války formální cenzuru tisku, ale v obou zemích probíhala intenzivní spolupráce médií se státem. V poválečném období docházelo k podobné spolupráci mnohem méně, i když se zcela nevytratila (například v reakci na teroristické útoky 11. září se setkali představitelé Hollywoodu s vládními úředníky k vytvoření společné strategie, jak přispět k „válečnému úsilí“, podobně jako tomu bylo během druhé světové války). Kultura „národní bezpečnosti“ podstatně přispěla k předstávě, že novináři i vládní úředníci z určitého ohledu reprezentují společný veřejný zájem, a vedla k institucionalizovanému vztahu důvěry a vzájemné závislosti. V některých okamžicích panovalo mezi médií a státem v otázce „národní bezpečnosti“ napětí – v Británii například v případě suezské krize a později Severního Irsku; ve Spojených státech v souvislosti s Vietnamem nebo Střední Amerikou. Stát odpověděl různými omezeními a tlaky na média a tok informací (již jsme zmínili britský D-notice systém). Newton a Artingstall (1994) ve srovnávací analýze, která zkoumala uplatňování cenzury v devíti západních demokraciích, zjistili, že k ní nejčastěji docházelo v Británii, ve Spojených státech a ve Francii – ve třech jaderných velmocích.<sup>106</sup> Jak uvádějí, byla Británie v tomto ohledu na čele před ostatními zeměmi. To může být odrazem skutečnosti, že se Spojenými státy sdílí status světové velmoci, ale představi je mnohem centralizovanější stát a postrádá ústavní omezení vládní cenzury, které existuje ve Spojených státech. Fakt, že liberální země jsou často světovými mocnostmi, vyžaduje zásadní přehodnocení představy, že by stát hrál v těchto systémech jen omezenou roli, i představy o tisku jako nezávislém „čtvrtém stavu“.

## Rízení vysílání

Na rozdíl od systémů kontinentální Evropy, v nichž politický pluralismus vyžaduje „fyzickou přítomnost“ stran ve vysílání, liberální systém předpokládá, že vysílací systém musí být oddělen od stranické politiky a řízen neutrálními profesionály bez

<sup>106</sup> Jejich studie je založena na případech uvedených v periodiku *Index of Censorship* za období 1972–1990. Ostatních šest zemí se umístilo v tomto pořadí: Kanada, NSR, Itálie, Rakousko, Dánsko a Švédsko (demokraticko-korporativistické země tak mají nejnižší množství případů vládní cenzury). Jelikož výskyt cenzury nekoreloval s velikostí populace, autoři seřadili země podle prostého počtu případů cenzury.

straničských vazeb, aby sloužil plurální společnosti. Klasickým případem takzvaného profesního modelu je BBC. Ve skutečnosti se její formální struktura neliší od vládní kontrolované nebo parlamentního systému: generální ředitel a rada ředitelů jsou do úřadu jmenováni královnou – v důsledku tedy premiérem na základě souhlasu opozice. Vytvnila se ovšem silná kulturní norma očekávající, že ředitelé budou „významní lidé, kteří zastávají nejvyšší hodnoty“ a v rámci úsilí o udržení nezávislosti britského vysílání budou věci politickým tlakům vybírání jako zástupci společnosti coby celku, a nikoli jako zástupci politických stran. Obdobně jsou bez ohledu na stranické vazby vybírání také novináři, producenti a další tvůrčí profese, které se těší výrazné autonomii; jak uvádí Jeremy Tunstall (1993), BBC je tradičně „produktivně orientovaným“ podnikáním.

Také BBC je ovlivňována politickými tlaky (Etzioni-Halevy, 1987; Curran a Seaton, 1997). Ty byly citelné zejména během osmdesátých let, kdy BBC zažívala konflikty s Margaret Thatcherovou, podobně jako regionální vlády a další instituce, které zůstávaly mimo její kontrolu. Nejostřejším konfliktem byla aféra kolem *Real Lives* v roce 1985, kdy ministr vnitra požadoval, aby guvernér BBC stáhl dokument o severním Irsku, jehož součástí byl rozhovor s vůdcem Sinn Féin. Rozhodnutí guvernérů BBC zrušit naplánovaný program vysílání vyprovokovalo čtyřlídřavou dvacetihodinovou stávkou novinářů BBC; pořad byl později odvysílán v pozmeněné formě. Napětí se znovu projevilo v roce 2003, kdy vláda Tonyho Blaira ostře zaútočila proti tomu, jak BBC pokrývala téma manipulace informací o Iráku. Z komparativistického hlediska mají však zaměstnanci BBC i zaměstnanci ITV vysokou míru autonomie a nejdůležitější politická omezení vysílání vycházejí nikoli z politických zásahů zvenčí, ale zevnitř profesní komunity a její politiky centristické pozice a z konsenzuální představy o „odpovědném“ profesionálním vysílání.

Kanadské a irské systémy veřejného vysílání jsou ve skutečnosti vytvořeny podle BBC, třebaže v případě Irska kontrolovalo vysílání až do roku 1961 ministerstvo a v letech 1932 až 1948 bylo „v zásadě vládní hlásmou troubou“ (Horgan, 2001:70). Vysílání veřejné služby Spojených států má komplikovanou strukturu pramenící z jeho decentralizovaného charakteru a ze závislosti na soukromých dotacích i veřejném financování. Nicméně nejdůležitější celoamerická instituce, Corporation for Public Broadcasting (CPB), se svou institucionální formou podobá britskému, kanadskému či irskému modelu – jde o nezávislou veřejnou korporaci, jejíž ředitele jmenuje prezident státu, za předpokladu, že budou politicky nezávislí.

Systém amerického veřejnoprávního vysílání sice nikdo neprostudoval v komparativní perspektivě, ale dá se předpokládat, že čelil silnějším politickým tlakům (viz například Twentieth Century Fund 1993:36) než britská BBC, jde totiž o mnohem marginálnější instituci bez srovnatelné prestiže a oficiálního zdroje financování typu koncesionářských poplatků (rozmanité návrhy přidělit vysílání zdrojů financování z všeobecných daňových příjmů byly zamítnuty). Zároveň je předmětem tlaků od svých sponzorů, včetně regionálních státních vlád a korporátních dárců (Hoynes, 1994).

Naprostá většina vysílání ve Spojených státech je samozřejmě komerčního charakteru. Svým vztahem k politickému systému se však americké komerční sítě nijak dramaticky neodlišují od vysílání veřejné služby v Británii, Irsku a Kanadě. Jsou samozřejmě autonomní na politické kontrole, úplnou svobodu ve vztahu k politickým vlivům ovšem nemají.<sup>102</sup> Vychází to částečně ze skutečnosti, že vysílání je – podobně jako podnikání v oblasti telekomunikací, ve kterém se vysílání sítě angažují čím dál víc – regulováno vládou a vlastníci sítě mají velký zájem na bezproblémových vztazích s politickými představiteli. Zároveň – a opět je tu podoba s vysíláním veřejné služby v Británii, Irsku a Kanadě – legitimata komerčního vysílání ve Spojených státech závisí na etickém nebo neutrálním profesionalismu. Ve skutečnosti se však liší mnohem silnějšími komerčními vlivy. Z tohoto ohledu je míra profesní autonomie u BBC vyšší než u amerických sítí, kde jsou tvůrčí profesionálové včetně novinářů – zejména od osmdesátých let 20. století – pod silnější kontrolou obchodních ředitelů.

Instituce regulující komerční vysílání v liberálním modelu fungují jako nezávislé regulační orgány s velkou politickou autonomií, které se podobají centrální bance. Například radni FCC jsou jmenováni prezidentem a potvrzení americkým Kongresem. Jejich jmenování často bývají relativně zpolitizovaná: svou roli hrají stranické vazby radních a kongres zasahuje, když neschvaluje s rozhodnutím FCC. Úřad sám ale pod prezidentskou kontrolu nespadá a musí jednat podle úředního zákona, který zamezuje vlivu stranické politiky.

<sup>102</sup> Lze zaznamenat řadu příkladů těchto vlivů. Některé z Nixonova období vypočítává Porter (1976), z Reaganova období pak Herztgaard (1988). V poslední době se televizní sítě podvolily tlaku Bushovy administrativy neukazovat videonahrávky dané do oběhu Usámov bin Ládinem. BBC podobné tlaky odbyla tvrzením, že se rozhodne sama podle správoдавské hodnoty bin Ládínových nahrávek.

## Vývoj, struktura a kultura politiky

Buržoazní revoluce proběhla v Británii ze všech zemí nejdřív. Jak jsme již uvedli, brzký rozvoj parlamentarismu a trhu společně s vysokou úrovní gramotnosti, která souvisela s protestantstvím, vedly k rychlému rozvoji tisku. Britské liberální instituce včetně výsady svobody tisku do velké míry přešly i do Irska a severoamerických kolonií. Jak uvádí Tocqueville, Spojené státy se velmi záhy staly liberální společností. Jejich sociální struktura byla na počátku 19. století (samozřejmě kromě otrokářského systému na jihu USA) relativně rovnostářská, charakteristická velkým množstvím malých producentů – řemeslníků a svobodných farmářů – „yeomanů“ (ve Spojených státech nikdy neexistovala opravdová rolnická třída), z nichž byli téměř všichni gramotní. Ve dvacátých letech 19. století bylo volební právo rozšířeno na všechny bílé muže a brzy nato se rozvinul masový tisk. Základními souvislostmi svobody tisku a síly komerčního mediálního průmyslu jsme se již zabývali. Ve zbytku této kapitoly probereme některé specifické prvky politické struktury a kultury liberálních zemí a také méně zřejmou souvislost mezi liberalizací a mediálním systémem, včetně otázky případného vlivu na profesionalizaci žurnalistiky.

## Umírněný pluralismus

Už jsme se zmínili, že rozlišení mezi polarizovaným a umírněným pluralismem má v případě kontinentální Evropy zásadní dopad na média. Polarizovaný pluralismus bývá spojován s komentářově orientovanou žurnalistikou, vyšší mírou politického paralelismu a s prolínáním politického a mediálního systému, zatímco umírněný pluralismus napomáhá spíše rozvoji všeobecných komerčních médií a neutrálního profesionalismu. Země jižní Evropy tihnou k polarizovanému pluralismu, zatímco demokraticko-korporativistické země směřují spíše k umírněnému pluralismu. Liberální země jsou ještě víc umírněně pluralistické, i když mezi nimi existují podstatné odlišnosti. Jak uvádíme ve čtvrté kapitole, tyto rozdíly souvisejí s vývojem politiky: polarizovaný pluralismus se objevuje tam, kde byl silný *ancien régime* a konfliktní zavádění liberálních institucí bylo velmi zdlouhavé. Umírněný pluralismus je typičtější pro země, kde brzy zvítězil liberalismus – jako tomu je v případě čtyř zemí, kterými se zde zabýváme. Odlišnosti v politické polarizaci jsou podle nás důležité pro pochopení rozdílů mezi liberálními zeměmi a zeměmi kontinentál-

ni Evropy, ale také mezi liberálními zeměmi samými, zejména v otázce politického paralelismu tisku.

Za připomínku stojí argument Louise Hartz, který uvádí v *The Liberal Tradition in America* (1955). Hartz vychází z Tocquevillova poznatku o chybějící feudální minulosti Spojených států a tvrdí, že americká politika postrádá ideologické rozdělení, které je typické pro politiku evropskou. Liberalismus zde nikdy nemušel soupeřit s opoziční konzervativní ideologií, která by vycházela z feudalismu a v momentě vzestupu dělnické třídy bylo dominantní postavení liberalismu natolik silné, že se socialistické hnutí nemohlo plně rozvinout. Hartz tvrdí, že „se socialismus objevuje nejen v podobě boje proti kapitalismu, ale také proti pozůstatkům feudalismu“ (9); jeho ideologie třídního boje nevychází přímo z objektivní skutečnosti ekonomické nerovnosti, ale je také vymezením vůči politickým konfliktům buržoazie a zemské aristokracie. Existuje jistá návaznost socialistické ideologie na konzervatismus, který byl spojen se starým režimem: oba individualistickou ideologií liberalismu popírají kolektivistickou ideologii, která hce nastolit „rovnější“ společenský řád.

To, že Spojené státy jsou prosty ideologických rozdílů, samozřejmě neznamená, že by neprožívaly politické konflikty. Americká občanská válka v 19. století byla nejkrvavější válkou na celém světě. Historie amerického dělnictva je mnohem násilnější než historie dělnictva většiny evropských zemí. Aktuálnější dění není výjimkou: v roce 1967 bylo během detroitských nepokojů zabito 43 lidí, zatímco v roce 1968 při demonstracích ve Francii zemřeli čtyři lidé a v roce 1975 během portugalské revoluce byli zabiti dva lidé. Tyto politické konflikty vycházejí z hlubší odlišnosti zájmů, které souvisejí s rasovým, třídním a geografickým rozdělením. Ekonomická nerovnost je ve Spojených státech obecně větší než v evropských zemích se silnými sociálními státy. Sociální nerovnost se ovšem neprojevila odlišnými politickými ideologiemi nebo systémem politických stran uspořádaných kolem takového ideologií. Americký systém politických stran je založen na dvou univerzalistických centristických stranách, které sledují liberální politickou kulturu, jež je považována za samozřejmou. Tento hegemonistický a pevně dogmatický liberalismus

je skrytým základem, z něhož povstaly specifické fenomény americké kultury. Vezměme jen mimořádnou moc Nejvyššího soudu a kult uctívání ústavy, na němž

se zakládá. Jelikož přesunutí nejvyšší politiky do oblasti soudů vyžaduje apriorní uznání předem daných principů, jež jsou následně interpretovány legislativou, jsou soudní jednání tak, jak fungují v Americe mimo federální rovinu, nemyšlitelná bez přijetí Lockova kréda na celonárodní úrovni, které je ultimativně zaznamenáno v ústavě. (Hartz, 1957:9)

Zdá se, že stejnou logiku lze aplikovat na institut neutrálního profesionalismu masových médií: Ta by byla nemyšlitelná bez základu širěji sdílených hodnot a předpokladů, jejichž zahrnutí do zpráv není považováno za projev politického stranění.<sup>106</sup> Novináři nikdy nemohou přinášet pouhá fakta. Musí do události vkládat význam, což lze provádět s „náležitou nestranností“ (abychom použili britského vyjádření) jen tehdy, když hlavní političtí aktéři nezastávají ostře kontrastující světové názory.

Británie naopak prožila feudalismus i silné socialistické hnutí. Její politické strany jsou tradičně politicky jednotnější a ideologicky soudržnější než strany americké. Labouristická strana se zjevně identifikovala se sociálními zájmy třídy pracujících a její oficiální ideologií byla až do ideologické proměny New Labour v devadesátých letech ideologie socialistická. Británie se v období 1955–1985 podle Laneova a Erssonova indexu ideologické polarizace blížila evropskému průměru, nicméně v pačesátých letech byla tato polarizace vyšší než později. Vysoká úroveň ideologické různorodosti neboli silnější „tematizace“ ideologie, abychom použili Luhmannova termínu, je částečným důvodem tradičně silnějšího politického paralelismu britských novin, ale musíme dodat, že tento rozdíl má svůj vnější důvod: Externí pluralita tisku je způsobena tím, že působí především v celostátním měřítku a v tržně konkurenčním prostředí než v prostředí monopolním a celostátním. Británie při srovnání s řadou zemí kontinentální Evropy charakterizuje umírněný pluralismus: Antisystémové strany mají zanedbatelné postavení a společně předpokládají stranické politiky – parlamentní demokracie, tržní ekonomika spojená s relativně silným sociálním státem a britský nacionalismus – jsou velmi stabilní. Z tohoto společného základu zjevně vychází politická nezávislost britských vys-

<sup>106</sup> Gans (1979) tak uvádí skupinu „převládajících hodnot“, které američtí novináři považují za projev běžného rozumu a stojí mimo politickou kontroverzi.

lacích médií. A britský tisk se zpravidla prezentuje jako zástupce „lidu“ obecně, třebaže je pro něj typická stranická rozrůzněnost.

Postoje Kanady, se silnější ideologickou různorodostí, než mají Spojené státy, se nachází mezi Spojenými státy a Británií. Má silnou tradici toryovského konzervatismu a postavení socialistů bylo silnější než ve Spojených státech, i když nikoli takové, jakému se těšili v Británii (Horwitz, 1966). V Irsku se mísí silná liberální tradice s výrazným nacionalismem, které vedly ke konsenzuální politické kultuře: Rozdělení mezi irskými politickými stranami vychází z rozkolu týkajícího se politické smlouvy s Británií (Treaty with Britain) z roku 1922 a je spíše symbolického než obsahového charakteru. Irsko dosahuje nižší hodnoty Laneova a Erssonova indexu polarizace než všechny evropské země (v zásadě se blíží nule). Tato mírná až nízká úroveň politické polarizace v kombinaci s podmínkami mediálního trhu (rozhodujícími zejména v případě Kanady) jsou dobrým předpokladem tradice politické neutrality novinářů.

### Individualizovaný pluralismus

V liberálních systémech není na politickou reprezentaci pohlíženo jako na angažmá organizovaných sociálních skupin – stran a sdružení – v politickém procesu, ale z hlediska odpovědnosti vlády vůči jednotlivým občanům. I v tomto jsou Spojené státy výjimkou a jsou extrémním případem takzvaného *individualizovaného pluralismu*, o kterém píšeme v druhé kapitole, zatímco Británie tihne spíše k modelu kontinentální Evropy a Kanada s Irskem se pohybuje někde mezi nimi. Spojené státy mají samozřejmě také řadu organizovaných zájmových skupin, které hrají důležitou roli v politickém procesu. Ty však jako političtí aktéři nedisponují silnou legitimitou – je na ně často ironicky poukazováno jako na „nátlakové skupiny“ – a nejsou formálně integrovány do politického procesu takovým způsobem, jakým k tomu dochází zejména v demokraticko-korporativistických zemích. Británie má silnější tradici korporativismu a také stranické vlády. Zároveň jsou však její zájmové skupiny méně jednotné a slaběji integrované do formálního politického procesu, než je tomu u kontinentální podoby demokratického korporativismu – podobně jako Spojené státy tihne Británie k pluralismu „otevřenému pro všechny“, ve kterém „mnohočetné zájmové skupiny ... vyvíjejí nekoordinovaným a soupeřivým způsobem tlak na vládu“ (Lijphart, 1999:16). Britská politická kultura prosazuje pojetí,



že jednotliví členové parlamentu slouží veřejnosti jako celku. To je v souladu se skutečností, že se média liberálních společností neprezentují jako hlásné trouby sociálních skupin, ale jako poskytovatelé informací jednotlivým občanům, nebo jako hlas „běžného člověka“. O čtvrtém stavu se podobně jako o parlamentu předpokládá, že stojí nad partikulárními společenskými zájmy.

Individualizovaný pluralismus stojí v souladu s profesním modelem řízení médií, který usiluje o udržení organizovaných sociálních skupin, nadřazen veřejnému vysílání. Kontrast britské politické kultury a politické kultury demokraticko-korporativistických systémů dobře ilustrují názory Johna Reithe na vztahy BBC k organizovaným sociálním skupinám:

Jestliže TUC (Kongres odborových svazů – Trade Union Congress) byla okázaným zastáncem kolektivismu, BBC bylo stejně rozhodným stoupencem liberálního individualismu ... Reith ... vnímal svůj vlastní odpor vůči „nátlaku“ TUC jako součást svého osobního tažení proti organizovanému nátlaku obecně. Etika nepřátelství vůči organizacím prostoupila také jeho zaměstnanec. V širším kulturním ohledu byla BBC daleka konzervatismu ... na seznamu předválečných moderátorů byla řada předních a nápaditých mluvčích tehdejší doby... Na druhou stranu, politika stran a sociálních organizací hlásala něco jiného. BBC by podporila reformu jen takovým způsobem, který sama schvalovala: tj. „nestranickým způsobem“, svou obhajobou skrze mluvčí, kteří promlouvali sami za sebe... (Seaton a Pimlott, 1987:137).

Ve čtvrté kapitole jsme uvedli zajímavý příklad tohoto rozdílu mezi liberálními zeměmi a zeměmi demokraticko-korporativistickými: Po zavedení regionálního rádia v osmdesátých letech 20. století Británie zakázala politickým stranám a církvím vlastní vysílací licence, zatímco skandinávské země takového vlastnictví naopak podporovaly (Bedens a Petersen, 1992).

### Většinový systém

Všechny čtyři liberální systémy tihnou k většinové politice. Britský westminsterský systém, který v zásadě sdělejí Irsko a Kanada, je klasickým případem většinového systému. Všechny tyto země kromě Irska mají poslanecké okrsky (vždy s jedním poslancem) založené na volebním systému „první bere vše“, a nikoli na proporcčním zastoupení, všechny mají relativně malý počet politických stran a všem systémům

dominují dvě velké všeobecně zaměřené strany. Ve Spojených státech je většinový systém modifikován federalismem a (stejně jako v Kanadě) oddělením mocí. Avšak i tyto dvě země můžeme stále nazývat většinovými, alespoň podle Lijphartovy teze o koeficientu exekutiva/strany. Stejně jako u ostatních vlastností liberálních systémů předpokládá i většinový systém existenci jednotného veřejného zájmu, který stojí v určitém smyslu nad zájmy partikulárními: strany nesoutěží o větší nebo menší podíl na moci, ale o reprezentaci národa jako celku.

V případě regulace a řízení vysílání vede většinový systém k posunu k profesionálnímu modelu, který je modelem vyskytujícím se u všech liberálních zemí. Ve většinovém systému neexistuje možnost sdílení moci: veřejné vysílání musí být kontrolováno buď přímo majoritou, nebo je od politické kontroly zcela odděleno. Jak jsme ukázali v případě středomořských zemí, které mají vládou kontrolované systémy, vede tento způsob ke snižování věrohodnosti u publika a k ostrým konfliktům mezi vládou a opozicí, a tyto systémy tak mají omezenou možnost na delší dobu přežít změnu vlády a opozice. Alternativou většinového systému je profesionalizace, která se rozvinula v tradičních demokraciích, i když v mladším irském systému, kde došlo k oddělení od vládní kontroly v roce 1961, se rozvíjela o něco později.

Obecně vzato, zkušenosti z liberálních zemí ukazují, že koncepce většinové politiky posiluje představa, že média, stejně jako ostatní politické instituce, zastupují jednotný obecný zájem společnosti a z tohoto pohledu bývá většinový systém spojován s profesionalizací a s oddělením médií od partikulárních sociálních skupin a s normou objektivitu.

### Racionálně-legální autorita

Jak ve Velké Británii, tak ve Spojených státech byla stranická politika v polovině 19. století založena na všezahrnujícím systému patronátů. Nicméně ve většině států byly aktivní síly „racionalizující buržoazie“ (Sheffer, 1977), které působily směrem k neutrální profesionalizované administrativě. To bylo částečně motivováno představou, že komplexní systém národních trhů nemůže fungovat bez předvídání, pravidly řízené politické a soudní struktury a efektivního administrativního aparátu, který by poskytoval široce dosažitelnou infrastrukturu umožňující ekonomický růst a řízení mnohostranných procesů industrializace. V Británii začala

reforma státního aparátu rokem 1870 a ve Spojených státech proběhla o něco později. Obě země mají nyní silné neutrální administrativní systémy založené na meritokratickém náboru a povyšování pracovníků a oddělení státní služby od stranické politiky (Hecko, 1984; Rose, 1984). Až do 20. století přežívala v řadě městských zastupitelství Spojených států klientelistická politika, ale na národní úrovni se většinou vytratila. V Irsku se po dlouhou dobu držel clientský systém co do vztahu politiků k jejich lokálnímu voličstvu (Carty, 1981).<sup>107</sup> I když zde rovněž fungovaly státní služba a soudní systém velmi podobné britským vzorům.

Důležitou součástí racionálně-legální autority liberálních zemí je také soudní systém disponující značnou mocí. Autonomie soudního systému se částečně zakládá na decentralizovaném charakteru systému *common law*, který připisuje důležitou úlohu porotám a právu vycházejícím spíše z justičních precedentů než z legislativy (v Británii i v jejich dřívějších koloniích komplikoval systém porot uplatňování státní kontroly nad tiskem). Ve Spojených státech přispěl k posílení právního systému také konstitucionalismus. Právní systém, jak uvádí Wiebe (1967), se rozšířil v období racionalizace vedoucí k zavedení reformy státní služby, jako bylo zavedení soudnictví, často se souhlasem dalších rezortů vlády, a poskytl tak širší rámec národní politiky, který by partikulární stranický systém poskytnout nemohl. Tento trend doprovázely ve Spojených státech další reformy sloužící k omezení stranicko-politické kontroly veřejné administrativy, mezi nimi také fenomén nestranických voleb – pro většinu Evropanů bizarní koncept –, běžný pro řadu regionálních vlád především západních států USA, v jejichž průběhu se musí američtí voliči probrat haldou letáků, aby přišli na případné stranické vazby kandidátů do lokálních úřadů (nestranické volby má v některých oblastech také Irsko).

Rozvoj racionálně-legální autority má pro mediální systém řadu důsledků. Za prvé stanoví kulturní kontext, v němž je na představení neutrálního profesionalismu pohlíženo jako na přijatelnou a žádoucí. Profesionalismus novinářů se začal rozvíjet víceméně souběžně s profesionalizací veřejné administrativy a s rostoucí autoritou soudů. Novináři a vlastníci médií se ve Spojených státech často a intenzivně angažovali v Pokrokovém hnutí, jež před stranickou politikou dávalo přednost neutrální veřejné administrativě (Nord, 2001). Progresivismus je kvůli tomu

<sup>107</sup> Carty uvádí, že Irsko – podobně jako středomoraké země – je katolickou zemí, která se industrializovala poměrně pozdě a kde až do 20. století přetrvávala kultura venkovského rolnictva.

často považován za zdroj profesní kultury americké žurnalistiky (Gans, 1979).<sup>108</sup> Jak jsme již uvedli, Schudson (1978) tomuto kulturnímu kontextu přisuzuje vzestup renomé principu objektivity v americké žurnalistice.

Za druhé, rozvoj racionálně-legální autority poskytuje autoritativní zdroje informací, které lze považovat za politicky neutrální a které poskytují základ informativního modelu žurnalistiky, který je ve Spojených státech tradičně stabilní. V sedmdesátých letech 19. století se například v rámci politické arény řešily případy obvinění jednotlivých stran z volebního podvodu (běžný zpravodajský materiál povolebního období). Neexistovaly ovšem žádné neutrální zdroje informací a noviny se účastnily stranického boje s preferencí vůči jedné, či druhé straně. Na konci století se většina těchto soubojů přesunula z politické arény k soudům a noviny stále „objektivnějším“ způsobem informovaly o argumentech právníků obou stran a o rozhodnutí soudu. Jedním z rozdílů, na který přišel ve své srovnávací studii amerického a francouzského zpravodajství o přístěhovalectví Benson (2000:438), byla výrazná převaha politicky neutrálních zdrojů (byrokratů, soudních zdrojů a nezávislých jednotlivců) v amerických zprávách ve srovnání s francouzskými.

Za třetí, silné postavení racionálně-legální autority omezuje snahy mediálních vlastníků vytvářet stranici aliance a uchýlovat se tak k onomu typu instrumentálníce, který je běžný především ve středomořských zemích. Jak jsme uvedli, důležitým počátečním vlivem reformy státní služby bylo ukončení mecenášství, které v 19. století propojovalo vlastníky novin a editory se stranici clientskou sítí. Obecně řečeno, podnikatelská sféra má – včetně vlastníků médií – menší motivaci přímo se angažovat ve stranické politice, protože weberovský stát se zakládá na univerzalistických pravidlech, která s akterými s podobnou sociální pozicí zacházejí rovným způsobem. To neznamená, že by podnikatelská sféra neměla žádný zájem na politických rozhodnutích, nebo že by se je nesnažila ovlivňovat. Legislativní a administrativní pravidla liberálních společností ve skutečnosti často slouží k institucionalizaci vlivu podnikání na veřejnou politiku, ačkoli v určitých momentech mohou dalším sociálním skupinám usnadnit cestu k uplatňování vlivu. Většina analýz FCC to například vnímá jako obecně ochraňující zájem zavedených vysílatelů, byť v šedesátých letech 20. století, kdy soud rozšířil tzv. standing rights,

<sup>108</sup> V následujícím textu se budeme zabývat Ryfeovým názorem na ambivalentní vztah mezi žurnalistickým profesionalismem a politickou kulturou progresivismu.

aby do regulačních rozhodnutí mohlo zasahovat širší spektrum sociálních skupin a proces se stal pluralitnějším (stejně jako jiným způsobem v osmdesátých letech 20. století, kdy se více podnikatelských subjektů začalo zajímat o telekomunikační politiku; Horwitz 1989). Americký stát je obecně vnímán jako silně prosáklý různými sociálními zájmy, částečně tomu tak je z důvodu federalismu a rozdělení moci. Podnikatelská sféra se aktivně snaží ovlivňovat politická rozhodnutí, která mají vliv na její zájmy, zejména prostřednictvím lobbování a sponzorováním kampaní. Mediální korporace v tom nejsou výjimkou. V roce 1998 například mediální společnost utratila za lobbying 28,5 milionů dolarů, o něco víc než bezpečnostní a investiční firmy, ale méně než letecké společnosti, výrobci elektroniky nebo zbrojařské firmy (Lewis, 2000). Vztah mezi mediálními společnostmi a politiky ale obecně probíhá spíš napříč politickými stranami, než aby přebíral podobu stabilních stranických aliancí nebo klientelistických sítí. Přinejmenším do deregulace v osmdesátých letech FCC upřednostňovala vysílání sítě obecně, nikoli sítě spadající pod republikány nebo sítě spojované s demokracií. Pravidla úředního zákona, podle kterého americký regulační orgán pracuje, by zavedení takového modelu velmi znesnadňovala. V Británii je tento postup běžnější – Robert Maxwell, vlastník *Mirroru*, byl členem parlamentu –, nicméně stále méně frekventované než ve stře-domoňských zemích.

Konečně, racionálně-legální autorita podporuje především profesionální model řízení a regulace vysílání, jak ukazuje pasáž věnovaná úřednímu zákonu a FCC. Pracovníci BBC tak mají podobný status jako státní úředníci; jsou samoregulačními se útvary profesionálů, podobně jako vyšší státní úředníci, kteří jsou povyšováni a hodnoceni nezávisle na politických intervencích, obdobně jako jsou státní zaměstnanci oddělení od vnějších politických aktivit.

## Shrnutí

S odlišným charakterem mediálního systému liberálních zemí souvisí rané upravení liberálních institucí v Británii a v jejich dřívějších koloniích. Sociální a politické aspekty jejich historie šly ruce v ruce s ranou industrializací, omezenou mocí vlády, silnou racionálně-legální autoritou, umírněným a individualizovaným pluralismem a majoritářstvím. Tento model je charakteristický silným rozvojem komerčního tisku a jeho nadvládou nad jinými formami řízení tisku, brzkým rozvojem

komerčního vysílání, relativně silnou profesionalizací žurnalistiky, silnou tradicí fakticky zaměřené žurnalistiky a silným renomé normy objektivity. Většinou již koncem 19. století se média institucionálně oddělila od politických stran dalších organizovaných sociálních skupin a vměšování státu do mediálního sektoru bylo ve srovnání s demokraticko-korporativistickým systémem či systémem polarizovaného pluralismu jen malé.

Jak jsme již uvedli, mezi čtyřmi probíranými zeměmi existují výrazné rozdíly, a to natolik velké, že nelze lehkovážně užívat termín „angloamerický“ model médií. Britský a v menší míře také irský a kanadský systém sdílíji některé podstatné vlastnosti se systémy kontinentální Evropy – zejména systémy demokraticko-korporativistických zemí –, a to jak z hlediska politických institucí a kultury, tak z hlediska mediálních systémů. Nejzřetelněji se to projevuje stabilním postavením vysílání veřejné služby a udržováním stranicko-tiskového paralelismu v případě britského tisku. To nabourává běžnou představu, že by komercializace automaticky vedla k rozvoji politicky neutrálních médií. V liberálním systému médií existuje také řada tlaků a rozporů: Panuje zde napětí mezi reálnou situací soukromého vlastnictví a očekáváním, že by média měla sloužit veřejnému blahu. S tím úzce souvisí napětí mezi etikou profesionalismu novinářů a vlivy komercialismu. Ve společnostech se silnou „národní bezpečností“ existuje také pnutí mezi liberální tradicí svobody tisku a nátlakem vládní kontroly.

Jak jsme uvedli v úvodu, liberální model je celosvětově považován za normativní ideál. Z jistého hlediska je ironií, že média liberálních zemí jsou často (a nikoli neprávem) předmětem intenzivní kritiky v rámci samotného systému. Například jen 15 % britské veřejnosti tvrdí, že důvěřuje médiím, což je zdaleka nejmenší míra důvěry v celé Evropské unii, druhou nejnižší vykazuje Řecko, kde v roce 2001 věřilo tisku 43 % veřejnosti. Británie se také mezi zeměmi Evropské unie řadí na poslední místo z hlediska prestiže novinářů (Evropská komise 2001:B7, B81). Mezinárodní pozornost věnovaná liberálnímu modelu je z mnoha hledisek pochopitelná. Liberální země mají dlouhou a silnou tradici svobody tisku. Mají také mimořádně úspěšný kulturní průmysl. O BBC lze bez váhání tvrdit, že si zaslouží svou pověst modelového systému veřejného vysílání, a to jak svou relativně stabilní politikou nezávislosti, tak dobrým vyvážením naphování vkusu veřejnosti a zaměřením na veřejnou službu. V oblasti žurnalistiky se liberální země staly jednoznačnými průkopníky zavádění důležitě informačně orientované žurnalistiky. Velké americké

zpravodajské organizace zůstávají z určitého hlediska velmi impozantními institucemi v oblasti shromažďování zpráv.

Avšak ostatní vlastnosti liberálních systémů jsou již méně atraktivní. V nákladech novin nejsou na čelní pozici, jejich náklady jsou dokonce menší než u většiny demokraticko-korporativistických zemí. Charakteristickým prvkem britského tisku je stranicí nevyváženost s velmi vysokou mírou instrumentalizace, u amerického tisku pak nedostatek různorodosti. Jak britský tisk, tak americká televize jsou typické vysokou mírou komercializace, která výrazně ovlivňuje žurnalistickou etiku a vyvolává otázky, do jaké míry žurnalistika slouží veřejnému zájmu. V souvislosti s atraktivitou tradice spojené s prvním dodatkem americké ústavy si můžeme klást otázku, zda například slabá ochrana soukromí nebo nedostatek regulace kampaní patří mezi následování vhodné ideály. Jak ukážeme dále, liberální model je modelem budoucnosti, neboť většina mediálních systémů se zásadním způsobem posouvá jeho směrem. Avšak podobně jako u ostatních systémů, k jeho rozvoji došlo v rámci velmi zvláštního sociálního a politického kontextu spojeného se specifickými tlaky a rozpory a mediální studia by měla přinejmenším opustit představu, že je přirozeným ukazatelem pro všechny mediální systémy.

## Budoucnost tří modelů

V předchozích kapitolách jsme popsali tři odlišné modely mediálních systémů a řadu rozdílů jednotlivých zemí. Nicméně je zřejmé, že odlišnosti mezi těmito modely a míra variací mezi národními státy se s postupem času podstatně snížily. V roce 1970 byly rozdíly mezi třemi skupinami zemí shromážděnými v našich třech modelech velice výrazné; o generaci později, počátkem 21. století již byly rozdíly narušeny do takové míry, že si musíme položit otázku, zda dosavadní národní varianty mediálních systémů nenahrazuje jeden globální mediální model, a to přinejmenším mezi rozvinutými kapitalistickými společnostmi, jimiž se zabýváme. Jak uvádí McQuail (1994), země, kterými se zde zabýváme, mají stále podobnější mediální kulturu. V této kapitole se zaměříme na proces konvergence či homogenizace, ale nejdřív shrneme změny evropských mediálních systémů, které probíhají zmíněným směrem. Pak přejdeme k otázce, jak lze tuto změnu vysvětlit, k jejím omezením a protichůdným tendencím a probereme důsledky pro teorii médií. Zejména se zaměříme na diskusi o „diferenciaci“, kterou jsme zmínili ve čtvrté kapitole.

### Triumf liberálního modelu

V Evropě i v Severní Americe začal zjevně dominovat liberální model – stejně jako ve větší části světa –, jeho struktura, praxe a hodnoty do velké míry nahrazují vlastnosti jiných mediálních systémů, které jsme probírali v předchozích kapitolách. K tomuto tvrzení je nutné přidat další důležité vlastnosti, jak ukážeme poz-

dějí, existují některé zásadní protichůdné tendence, které v mnoha zemích omezuji šíření liberálního modelu nebo jeho samotnou transformaci. Shrnující označení změn evropských mediálních systémů jako posunu k liberálnímu modelu, který ve své nejčistší formě převládá v Severní Americe, je smysluplné.

Stranické noviny a další média spojená s organizovanými sociálními skupinami – média, jejichž primárním účelem byla mobilizace kolektivních akcí a intervence do veřejné sféry a která hrála kdysi ústřední roli jak v demokraticko-korporativistickém, tak v polarizované pluralitním systému – ustoupila ve prospěch komerčních listů, jejichž účelem je produkovat zisk zprostředkováním informací a zábavy jednotlivým spotřebitelům a prodávat zájem spotřebitelů inzerentům. Ve Finsku, které je typickým příkladem demokraticko-korporativistického systému, poklesl tržní podíl listů s politickými vazbami ze 70 % v roce 1950 na něco přes 50 % v roce 1970 a méně než 15 % v roce 1995 (Salokangas, 1999:98). Polemický styl psaní ustoupil „anglosaské“ praxi oddělování zpráv od komentářů a důrazu na informace, naraci, senzaci a zábavu namísto prosazování idejí. Stále dominantnější postavení má model profesionalismu novinářů založený na principech objektivity a politické neutrality.

Předchozí monopoly vysílání veřejné služby vystřídala komerční záplava osmdesátých a devadesátých let ve prospěch smíšených systémů, ve kterých mají komerční média čím dál dominantnější postavení. Vysílání se transformovalo z politické a kulturní instituce s minimálním vlivem na trh v průmyslovou instituci, v níž mají ústřední postavení kvóty sledovanosti, a to dokonce i v případě vysílateřů veřejné služby, kteří musí bojovat za udržení svého podílu na trhu. Styl televizní a rozhlasové žurnalistiky se posunul od informační podoby uspořádané kolem systému politických stran k dramatictějšímu, osobnějšímu a populárnějšímu systému, který se zrodil ve Spojených státech (Brants, 1985, 1998). Podobně prošlo liberální zrcí odvětví telekomunikací.

Také podoba politické komunikace se změnila, došlo k odklonu od stranicko-centristického modelu vycházejícího ze sociálních skupin uspořádaných stejně jako starý systém novin k mediocentrickým vzorcům, které zahrnují marketing stran a jejich vůdců zacílený na masu individualizovaných spotřebitelů. Politické strany, podobně jako noviny, rozměňují svou ideologickou identitu a vazby na konkrétní sociální skupiny a zájmy, aby mohly oslovovat co nejširší elektorát – stávají se tak „univerzalistickými“ stranami. Tím, jak se jednotliví straniční vůdci

stávají čím dál častěji jádrem image strany, je politika čím dál „personalizovanější“ a „předsednicktější“. Politika se také stává „profesionalizovanější“, zejména tím, jak jsou strany a kampaně stále méně vedeny řadovými členy a aktivisty – jejichž množství klesá – a obvykle odborníky na politický marketing, kteří se často rekrutují z oblasti médií. Nejčistším příkladem tohoto modelu je Berlusconiho Forza Italia – strana původně vytvořená na zelené louce bez členů, v níž hraji klíčovou řídící roli političtí a mediální profesionálové a která existuje jen jako marketingový nosič pro individuálního vůdce; jde však o obecný trend, patrný také u New Labour Tonyho Blaira nebo u sociálních demokratů Gerharda Schrödera. Tím, jak masová média nastolují agendu čím dál nezávisleji a jak ustupuje „dryáčnická“ politika mitníků, aktivistických kampaní a v některých zemích patronství uvolnilo cestu na televizi založeným kampaním zaměřeným na masové publikum, stává se politika více mediocentrickou. To, co platí pro volby, platí i obecně pro komunikaci související s procesem vládnutí.

Tyto změny můžeme shrnout tvrzením, že evropské mediální systémy, které mají v demokraticko-korporativistickém i polarizovaném pluralistickém modelu úzké vazby na politický systém, se postupně oddělily od politických institucí. Tato „diferenciace“ mediálních systémů od politických systémů – v jazyce strukturálně-funkcionalistické teorie – je jednou ze základních vlastností liberálního modelu a v severoatlantických zemích se obecně objevuje mnohem dříve než v kontinentální Evropě. „Diferenciace“ médií od politického systému neznamena, že by média ztratila veškeré vazby na svět politiky. Ve skutečnosti se obecně tvrdí, že média, tím jak jsou čím dál nezávislejší na stranách a dalších politických aktérech a jak tito aktéři ztrácejí schopnost usměrňovat formování kultury a názorů, hraji v politickém procesu stále důležitější roli. Diferenciace namísto toho znamená, že mediální systémy fungují podle vlastní odlišné logiky, která do velké míry nahrazuje logiku stranické politiky a vyjednávání mezi organizovanými sociálními zájmy, s nimiž byla kdysi spojena. Jak uvádí Mazzoleni (1987), zvláštní „mediální logika“ začala převládat nad kdysi v evropských médiích vládnoucí „politickou logikou“, která se podřizovala potřebám stran a politických lídrů.

S konceptem diferenciace jako prostředkem pochopení změn evropských mediálních systémů jsou spojeny určité problémy. Souvisejí zejména s citelnou dvojnáctností odlišného pojetí „mediální logiky“. Problém je v tom, jde-li o *profesní*, nebo *komerční* logiku. Jak ukážeme na konci kapitoly, existují určité obtíže – pro struk-

turalně-funkcionalistický přístup, z něhož pojetí diferenciace vychází, typické -, jak zohlednit sociální a politickou moc. Nicméně myšlenka silného oddělení mediálních systémů Evropy od politického systému a jejich postupné přibližování liberálnímu modelu je dobrým východiskem pojednání o procesu konvergence.

Co posiluje sblížení mediálních systémů a jejich konvergenci s liberálním modelem? Většina studií se zaměřuje na „amerikanizaci“ a modernizaci, které napač úzce souvisejí s globalizací a s komercializací (Negrine a Papathanassopoulos, 1996; Swanson a Mancini, 1996; Blumler a Gurevitch, 2001). Pokusíme se ujasnit, jak tyto čtyři procesy – společně s pátým příbuzným procesem, který nazveme sekularizací – ovlivnily evropské mediální systémy a jaké jsou mezi nimi souvislosti. Začneme amerikanizací a obecnějším zkoumáním exogenních sil homogenizace, tj. sil vládnoucích za hranicemi evropských společností, které posilovaly posun ke konvergenci s liberálním modelem. Pak se podíváme na endogenní faktory včetně „sekularizace“ evropské společnosti a politiky a komercializaci evropských médií. Poslední dva oddíly kapitoly se zaměří na omezení a tendence, které směřují proti procesu homogenizace a na koncept modernizace a diferenciace.

### Vnější síly homogenizace-amerikanizace a vývoj globální novinářské kultury

Myšlenka „amerikanizace“ se od šedesátých let stala populárním východiskem analýz proměn mediálních systémů v Evropě, kdy teoretici kulturního imperialismu zaměřili svou pozornost na kulturní moc Spojených států a její vliv na mediální systémy po celém světě (Schiller, 1969, 1973, 1976; Boyd-Barrett, 1977; Tunstall, 1977). Nejenže se evropská média a komunikační procesy začaly podstatným způsobem podobat americkému modelu, ale od konce 19. století existuje jasné svědectví o přímém americkém vlivu v intenzivním napodobování amerického stylu žurnalistiky. Tento model pokračoval v meziválečném období rostoucím vlivem Hollywoodu a amerických zpravodajských agentur a po druhé světové válce ještě zesílil, když se Spojené státy staly politickým, ekonomickým a kulturním hegemonem (Schou, 1992). V osmdesátých letech tento trend akceleroval v souvislosti s globálním posunem k neoliberalismu. Dnes si amerikanizaci obecně spojujeme s konzervativním vlivem neoliberalismu, ale jak upozornila řada akademiků (například Gundle, 2000), „americkým snem“ byla v Evropě silně ovlivněna také levicová kultura.

Proces popsaný teoretiky kulturního imperialismu je zkrátka jedním z *vnějších* vlivů, který představuje nahrazení jedné kultury druhou importovanou kulturou. Jak soudíme, ve skutečnosti jsou změny evropských mediálních systémů pod vlivem procesů *interní* změny evropských společností, třebaže samozřejmě souvisejí také s integrací evropských zemí do globální ekonomiky. Nicméně *vnější* vlivy jsou zjevně podstatnou součástí celého příběhu, a proto před tím, než přejdeme k interním procesům změny, které se obecně označují termínem „modernizace“, začnem celistvějším studiem amerického vlivu a širšího vývojového procesu globální žurnalistické kultury – včetně vlivu technologie.

Jak jsme uvedli v předchozích kapitolách, mezinárodní vlivy byly součástí vývoje médií od úplného počátku. Největší vliv na média jižní Evropy měla média francouzská a intenzivní interakce mezi zeměmi severní Evropy byla pro formování jejich mediální kultury velmi důležitá. Vzájemné ovlivňování probíhalo mnoha směry. Například německá žurnalistika měla podstatný vliv na americká média. Před tím, než Joseph Pulitzer roztočil svůj novinový průmysl, pracoval pro velká německojazyčná média. Němečtí zpravodajští fotografové, kteří se během třicátých let přesunuli do Spojených států, ovlivňovali velkou měrou americkou fotožurnalistiku (stejně jako ve stejné době evropští filmaři, kteří se přesunuli do Hollywoodu). Jak jsme již uvedli, počátek amerického vlivu na evropská média se datuje zhruba na konec 19. století. V páté kapitole jsme například ukázali, že rodící se francouzský masový tisk byl zjevně ovlivněn tiskem americkým a jeden z nejdůležitějších listů, *Le Matin*, vlastnil Američan, který o něm tvrdil, že se stane „unikátním listem ... který nebude zastávat žádný politický názor ... listem precizních telegrafických zpráv ze světa“ (Thogmartin, 1998:93-94). Schudson (1995) uvádí, že praxi rozhovorů zavedli v Evropě američtí reportéři. Americký vliv zesílil po druhé světové válce, kdy se Spojené státy staly dominantní politickou a ekonomickou velmocí. Nešlo o něco, k čemu by došlo jednoduše. Blanchardová (1986) uvádí, že šlo skutečně o důsledek organizované snahy vedené Americkou společností novinových redaktorů (American Society of Newspaper Editor) a americké státní administrativy propagovat ve světě americké pojetí svobody tisku a profesionalismu novinářů. Hlavním cílem „tažení za svobodu tisku“ bylo znovuzavedení demokracie do evropských zemí, které zažily fašismus, a podpora protifašistické politiky. Důležitou součástí tohoto tažení byl vliv uplatňovaný spojenci na mediální systém Německa, Rakouska a Itálie během jejich poválečné okupace. Toto úsilí současně posílilo

sféru vlivu a postavení trhu amerických zpravodajských agentur a masových médií obecně. Snaba, kterou Blanchardová popisuje, se z velké míry soustředila na mezinárodní agentury – Spojené národy a UNESCO – a z formálního hlediska měla jen omezený úspěch, jelikož americké návrhy byly často odmítány. Přispěla však k rozšíření principů liberálních médií, které posílily své dominantní postavení.

Jestliže „tažení za svobodu tisku“ ve čtyřicátých a padesátých letech souviselo s politickými cíli boje proti fašismu a později se studenou válkou, pak další iniciativy a asociace byly důsledkem postupující globalizace mediálního průmyslu. Trhy musely pronikat na širší pole a expandovat a v jejich rámci vznikal hlad po informacích. Tím vznikla potřeba koordinace iniciativ směřujících k jejich profesionálnímu zpracování. Zároveň bylo nutné synchronizovat politické a ekonomické síly, které by takový vývoj podpořily. Jednou z asociací, které tyto cíle podporovaly, byla Světová novinářská asociace (*World Association of Newspapers, WAN*) založená v roce 1948, která v současnosti sdružuje 71 národních asociací a jako své cíle deklaruje:

1. Bránit a propagovat svobodu tisku a ekonomickou nezávislost novin coby základní podmínku této svobody.
2. Přispívat k rozvoji vydávání tisku rozvojem komunikace a kontaktů mezi vedoucími novin z různých regionů a kultur.
3. Posilovat spolupráci mezi členskými organizacemi, na národní, regionální nebo celosvětové úrovni.

WAN o tyto cíle usiluje prostřednictvím vzdělávacích programů, konferencí, publikací a lobbování u mezinárodních organizací a vlád. Její Kodex novinářské práce schválený v roce 1981 jasně odráží vliv liberálního pojetí svobody tisku a profesionalismu. Bod 1 potvrzuje základní princip svobody tisku; bod 2 nezbytnost nestrannosti; bod 3 oddělení zpráv od komentáře; bod 11 zdůrazňuje nezávislost tisku na jakémkoli vnějším tlaku „ať ze strany vlády, politických stran, komerčních zájmů, nebo jednotlivců“. Globální komerční novinový průmysl zjevně odmítl symbiózu mezi politikou a novináři, která kdysi představovala základní vlastnost demokraticko-korporativistického a polarizované pluralitního modelu, ve prospěch rodičích se „obecného chápání“ liberální svobody médií; to je do velké míry typické pro „mezinárodní mediální kulturu“, jak ji popisuje McQuail (1994).

Role WAN je dobrou ilustrací Tunstallova (1977) argumentu, že americký vliv na globální kulturu médií částečně pramenil z klíčové úlohy Spojených států, kterou hrály při „produkci vědění“. Formální novinářské vzdělání a akademické studium komunikačních věd byly na konci druhé světové války ve Spojených státech na vzestupu. Institute, které je zaštiťovaly, vytvářely kompaktní a exportovatelnou doktrínu založenou na liberálním pojetí svobody tisku a myšlenice neutrální profesionalizace, která hluboce ovlivnila kulturu médií v Evropě a po celém světě.<sup>109</sup> Dobrým důkazem Tunstallovyh slov je vliv *Čtyř teorií tisku* na studium médií a mediální vzdělávání po celém světě – vliv, který, jak uvádíme v první kapitole, zabránil teoretické konceptualizaci jiných mediálních systémů. Podobně Barnhurst a Nerone (2001:276) ve své analýze amerikanizace designu novin dospěli k závěru, že „američtí konzultanti propagací modernistického stylu jako účinného nosiče regionální žurnalistiky a inzerce posílili citlivost vůči designu. Pro posílení své argumentace poukazovali na zdánlivě neutrální oporu v dosažitelných výzkumech čtenosti a principů psychologie“. (Barnhurst a Nerone uvádějí, že techniky amerického designu ztělesňovaly liberální ideologii a roli novin jako institutu trhu, a nikoli světa politiky.)

Dodnes je nedostatek systematických výzkumů novinářského vzdělávání, zejména na srovnávacího charakteru. Dá se však předpokládat, že americké pojetí novinářského vzdělávání hrálo důležitou roli při změnách kultury novinářství v celosvětovém měřítku. Dochází k důležitému trendu zdůrazňování silnější úlohy formálního vzdělávání novinářů, což má význam samo o sobě – i bez ohledu na obsah takového vzdělávání – z toho důvodu, že vývoj samostatného vzdělávacího procesu novinářů zdánlivě téměř nevyhnutelně posiluje vývoj žurnalistické kultury oddělené od stranické politiky. Navíc se domníváme, že obsah novinářského vzdělávání zdůrazňuje pojetí role médií prosazovanou WAN.<sup>110</sup> Zdá se, že Spíchal a Sparks (1994) sdílejí právě tento názor, když svůj výzkum žurnalistického vzdělávání ve 22 zemích uzavírají tvrzením, že se žurnalistika díky šíření společných vzdělávacích praktik posouvá od řemesla k profesi. Také Weaver (1998) ve své studii vycházejí-

<sup>109</sup> Podobně Drake a Nicolaidis (1992) uvádějí, jak transformace mezinárodních telekomunikačních systémů v osmdesátých letech vycházela z nového vnímání telekomunikací ze strany expertů.

<sup>110</sup> Při prezentaci počáteční verze našeho výzkumu na novinářské škole v Dortmundu profesor Gerhard Kopper zdůraznil, že studenti se učí liberálnímu konceptu neutrálního profesionalismu.



cí z výzkumu novinářů ztůrazňuje důležitost formálního vzdělávání pro utváření globální novinářské kultury.

Příklad WAN – která byla ve svých počátcích silně ovlivněna americkými vydavateli, později se však stala mezinárodní institucí – také dokládá další důležitý vliv, který má na vývoji globální mediální kultury podíl, jenž má mnohem větší rozsah než „amerikanizace“, a to intenzivní celosvětová interakce mezi novináři. Dochází k ní v řadě kontextů. WAN sídlící v Paříži pořádá mezinárodní shromáždění novinářů a dalších pracovníků médií, podobnou roli hraje řada dalších institucí, včetně European Journalism Training Association založené evropskými školami a žurnalistickými instituty. Novináři jsou ve vzájemném intenzivním kontaktu také při referování o mezinárodních událostech nebo o mezinárodních institucích (Hallin a Mancini, 1994). Tento typ kontaktů nevede automaticky k homogenizaci; výzkumy novinářů „pokryvajících“ instituce Evropské unie v Bruselu poukazují na míru dominance národní politické agendy jejich reportáží.<sup>111</sup> To však vede k šíření technik, praktik a hodnot stejným způsobem, jakým se započal vývoj národní novinářské kultury, když se novináři shromáždžovali při sbírání informací o vznikajících institucích národní politiky. K této interakci dochází také v rámci globálního toku informací. Novináři velmi intenzivně sledují světová média, z nichž většina sídlí ve Spojených státech a v Británii, jednak proto, že reprezentují velké a mocné mediální organizace, jednak proto, že *Herald Tribune*,<sup>112</sup> *Financial Times* a další zástupci globálního ekonomického tisku jsou psány anglicky,<sup>113</sup> CNN a BBC World Service

<sup>111</sup> Řada těchto výzkumů shrnul Schlesinger (1999), který poznamenává, že europeizované správodajství je produkováno především pro velmi elitní publikum, zatímco média, která oslovují masové publikum, sledují agendu národní politiky.

<sup>112</sup> Rieffel (1984: 114) poukazuje na vliv listu *Herald Tribune* na francouzské novinaře. Zajímavým aktuálním příkladem amerického vlivu je, že *Le Monde* začal nedávno poskytovat jako přílohu verzi listu *The New York Times*.

<sup>113</sup> Ekonomický tisk je neiglobalizovanějším sektorem médií. To není nijak překvapivé, protože kapitál je globalizovaný zcela jinou měrou, než je tomu u vlády či dalších oblastí společenského života, o kterých spravodajská média informují. Ekonomickému tisku po celém světě zjevně dominuje z hlediska žurnalistického stylu styl převládající v liberálních zemích. To je částečně způsobeno tím, že velké množství hlavních hráčů tohoto segmentu pochází z liberálních zemí: *Financial Times*, Dow Jones, Reuters, Bloomberg. Pravděpodobně to také souvisí s faktem, že ekonomická žurnalistika byla vždy do velké míry informačního charakteru a připomínala tak počáteční období žurnalistiky. Funkci tisku mimo jiné také bylo, že finančním poskytoval informace, které potřebovali pro svá rozhodnutí. Ekonomické listy samozřejmě slouží také k šíření myšlenek – například k šíření neoliberalismu – a jako fórum pro diskusi politických otázek. Jelikož podnikatelská komunita – především v zemích liberál-

v rozhlasové i televizní podobě. Novináři také intenzivně využívají mezinárodní spravodajské agentury včetně globálních televizních agentur, jako jsou Reuters TV a Worldwide Television News. Globální sdílení zpráv se rozmáhá jak působením nových informačních technologií, které novinářům stále víc usnadňují získávání informací z celého světa pouhým stisknutím tlačítka, ale také prostřednictvím komercializace a zdůrazňování nízkonákladového shromažďování zpráv. To vše směřuje k posilování společného pojetí role novinářů – výborným příkladem je vliv legendární aféry Watergate na žurnalistiku po celém světě – a společný styl prezentace zpráv.

Zaměřili jsme se na žurnalistiku, ale k podobným procesům dochází i v dalších oblastech mediální a komunikační praxe. Blumler a Gurevitch (2001:400; srovnej také Plasser 2000) uvádějí, že během volebních kampaní v letech 1996 a 1997 se „experti britské Labouristické strany a Clintonova týmu navzájem sledovali a sdíleli své taktické zkušenosti...“.

## Úloha technologie

Technologie lze vnímat jako další „vnější“ vliv posilující homogenizaci. V jedné z nejzajímavějších kapitol knihy Elizabeth Eisensteinové *The Printing Revolution in Early Modern Europe* (Revoluce tisku v rané moderní Evropě, 1983) postavené na myšlence původně vyslovené McLuhanem, který tvrdí, že vynález knihtisku vedl k procesům standardizace, která během následujících několika století ovlivnila řadu prvků kultury společnosti. Styl psaní, podoba písma i řada sociálních činností, o kterých knihy pojednávaly (Eisensteinová užívá jako příklad svět módy), se šířily do všech zemí, kam se rozšířil tiskový průmysl. Analýza Eisensteinové připomíná, že každá technologická inovace vede posléze k rozsáhlému vzájemnému přispůsobení jednotlivců i sociálních institucí. Lidé mají tendenci přebírat styl chování, formy, struktury a v tomto případě i komunikační procesy, které jsou s novou technologií spojeny, a tento vliv často vede ke společné kultuře jednání v různých sociálních kontextech. K podobnému závěru dochází Golding (1977:304) v analýze šíření západního pojetí profesionalismu novinářů do rozvojových zemí: „Přenos profes-

ního modelu – je charakterizována vysokou úrovní konsenzu na základě ideologických předpokladů, je zřejmé, že převažal „objektivní“ styl prezentace.

sionalismu probíhá paralelně s přenosem technologie, což můžeme vnímat jako problém technologické závislosti."

Vliv technologie nelze oddělit od sociálního kontextu, ve kterém dochází k přijetí a zavedení technologie masové komunikace. Například knižtisk jistě rozšířil řadu komunikačních postupů. Avšak, jak jsme již uvedli, v různých politických kontextech došlo k rozvoji odlišných tiskových médií a jejich zánik byl způsoben spíše ekonomickými a sociopolitickými vlivy než změnou technologie tisku. Nicméně není pochyb, že proces homogenizace souvisí s technologickou inovací. Při rozšíření nadnárodního vysílání a multiplikaci různých kanálů hrály změny televizní technologie důležitou roli pro narušení existující struktury médií. Význam těchto změn probereme na následujících stranách. Technologie usnadnila v mnoha ohledech sdílení mediálních obsahů bez ohledu na hranice národních celků a novináři po celém světě získali prostřednictvím počítačových obrazovek přístup ke stejným obrázkům a informacím. Tuto roli po určitou dobu sehrávaly zpravodajské agentury, které poskytovaly zprávy psané jednotným stylem s využitím standardizovaného způsobu sběru informací. Dominantní zpravodajské agentury během 20. století byly agentury britské, které hrály velmi důležitou úlohu při šíření liberálního módele žurnalistiky. Dalším, aktuálnějším příkladem je služba podobná databázi Evělina produkované European Broadcasting Union (EBU), která zprostředkovává záběry natočené podle společných standardů dodávané všem evropským uživatelům. Vlivným nástrojem šíření standardizovaných reportérských formátů je CNN a také internet. S technologickou změnou pravděpodobně souvisí také vzestup žurnalistického profesního vzdělávání. Stejně jako je psané slovo stále častěji nahrazováno multimediálními formami prezentace, smazávají se také hranice mezi produkcí a prací novinářů a technologie hraje v novinářské praxi centrální roli. V tomto kontextu záleží mnohem méně na tom, zda mají novináři k politice co říci, důležité je, zda umí vytvořit přesvědčivou televizní naraci nebo účinné grafické znázornění na obrazovce počítače. To vede k potřebě specializovaného vzdělávání novinářů, a vytváří se tak globální kultura technické odbornosti, která je relativně nezávislá na kontextu národních politických kultur. Podobné procesy se odehrávají i v dalších oblastech politické komunikace, například užívání počítačů v politických kampaních může vést k potřebě standardizace technické kvalifikace manažerů marketingu. Homogenizace vsází z technologických inovací se často týká zejména na mladších profesionálů, kteří jsou vstřícnější vůči inovacím a častěji frekventují

specializovaná školení pro jejich využití. To může být jedním z důvodů, proč často dochází ke generační propasti mezi staršími novináři, jejichž profesní zájem se točí více kolem politické linie jejich zpravodajské organizace, zatímco mladí novináři se více zabývají „striktně profesionálním“ charakterem své práce (například Ortega a Humanos, 2000:158).

### Vnitřní důsledky změn – „modernizace“, sekularizace a komercializace

Vnější vlivy, které působí na evropské mediální systémy, sebraly důležitou úlohu. Nicméně jak jsme se pokusili ukázat v předchozích kapitolách, mediální systémy, které se rozvíjely v Evropě – a v řadě ohledů jsou velmi odlišné od mediálních systémů Severní Ameriky –, mají hluboké kořeny v konkrétním politickém vývoji, struktuře a kultuře. Nepřekvapuje, že se transformovaly bez významných změn v politice nebo společnosti. Zaměstnanci evropských médií nepřevzali americké modely ani hned, ani přímo. *Ideologie liberálního systému médií se ve skutečnosti rozšířila do určité míry bez skutečné změny novinářské nebo jiné mediální praxe.* Například v jižní Evropě jsme byli překvapeni, jaká panuje shoda mezi novináři z hlediska vyjadřování oddanosti globálnímu nároku na „objektivitu“, i když praktikují žurnalistiku, která má do amerického nebo britského pojetí politické neutrality daleko. Pápathanassou poulova analýza (2001) transformace řecké žurnalistiky se s tímto pozorováním shoduje. Hlubší přijetí praktik liberálních médií se projevilo jen tehdy, když byly tyto postupy relevantní při strukturální transformaci evropských mediálních a politických systémů a musíme je vnímat v kontextu těchto hlubších změn.

Nyní se tedy vrátíme k základním procesům vnitřní změny, k níž dochází v evropských mediálních systémech. Jedním z nejběžnějších způsobů pochopení těchto procesů změny je „modernizace“. V klasické práci *Communications and Political Development* píše Peye:

Jen malý zlomek politické komunikace pochází od samotných politických aktérů a s modernizací jejich podíl klesá zároveň s rostoucím množstvím účastníků na komunikačním procesu, kteří nedisponují mocí. Modernizace představuje důležitý vzestup třídy profesionálních komunikátorů, který souvisí s rozvojem objektivního, analytického a nestranného pohledu na politiku (78, srovnej Fagen 1966).

Pyeův názor souvisí s teorií strukturálního funkcionalismu, který tvrdí, že se společnost vyvíjí směrem k větší funkční specializaci sociálních institucí a vzájemné diferenciaci těchto institucí z hlediska jejich norem, praktik a symbolických identit. Podle Parsonse a dalších strukturálních funkcionalistů je profesionalizace pro tento proces klíčová. Mýšlenka diferenciaci zachycuje důležitou část proměny evropských mediálních systémů. Pokud, jak uvádí Giddens (1990:21), modernita představuje „vyvázání sociálních vztahů z místních kontextů interakce a jejich restrukturalizaci v neomezených časoprostorových rozpětích“,<sup>14</sup> pak má smysl tvrdit, že evropské mediální systémy byly postupně „modernizovány“. Koncept modernizace je, tak jak je běžné vnímat, v řadě ohledů problematický: nejmenze obsahuje pochybné normativní předpoklady vzhledem k univerzální nadřazenosti určitého modelu, ale jen stěží dokáže popsat změny mediálních systémů zemí, kterým se věnujeme v této knize, z hlediska jednosměrného posunu k širší diferenciaci. Tyto metodologické obtíže detailněji rozebereme na konci kapitoly. Navrhujeme proto začít neutrálnějšími a specifitějšími pojmy sekularizace a komercializace.

### Masová média a sekularizace

Počínaje Marxem, Weberem a Durkheimem je pro pochopení modernity zásadním pojmem *sekularizace*. Máme zde na mysli oddělení občanů od vazeb na náboženství a ideologii „víry“ a ústup institucí spojených s jednotlivými konfesemi, které v minulosti strukturovaly velkou část života evropské společnosti. Stejně jako už není církev schopna kontrolovat sociální situaci a chování lidí, kteří jsou přitahováni hodnotami a institucemi mimo pole náboženství, tak jsou i strany, odbory a další instituce, které kdysi strukturovaly politický řád, jak uvádějí Lipset a Rokkan, v zásadě „zmarzeny“ a nemožou již hegemонизovat život občanské komunity. Evropský politický řád byl dříve vystaven na společenských institucích vycházejících z ideologických závazků zakládajících se na rozdělení společnosti zejména na základě sociální třídy a náboženství. Vazby jednotlivců k těmto skupinám byly zásadní jak pro jejich identitu, tak pro jejich materiální blahobyt. Tyto instituce měly podstatnou funkci při strukturování veřejné sféry, vytvářely a šířily kulturní a politické symboly a řídily účast občanů na životě komunity. Sekularizaci rozumí-

<sup>14</sup> Použito překlada Karla Møllera z českého vydání (Sociologie, Slon, Praha 2003).

me ústup politického a sociálního řádu založeného na těchto institucích a jejich nahrazení fragmentovanější a individualizovanější společností. S obecným úpadkem stran, odborů, církví a podobných institucí vzrostla autonomie masových médií i dalších socializačních činitelů, které začaly přebírat řadu jejich funkcí.

Klasickým příkladem takovéto změny je „konec pilířového uspořádání“ nizozemské společnosti. Jak jsme uvedli v šesté kapitole, pilíře představovaly rozdělení populace do organizovaných subkomunit zakládajících se na náboženském a politickém přesvědčení. Nizozemské pilíře podporovaly široké spektrum institucí – školy, nemocnice, společenské kluby, fondy sociální podpory a masová média – a naplňovaly velké spektrum sociálních funkcí včetně produkce symbolických významů; „sdružování podle zájmů“ a organizování politických mtinků, organizace volného času, poskytování sociální podpory a dalších (Lijphart, 1968, 1977, 1999; Lorwin, 1971; Nieuwenhuis, 1992). Na poli komunikace mohl jedinec strávit celý svůj život v rámci „reprezentací“ strukturovaných institucemi jediného pilíře. V sedmdesátých letech 20. století se tato struktura zhroutila a „průměrný nizozemský občan se stal v první řadě spíše individuálním spotřebitelem než stoupencem konkrétního náboženského nebo politického sektoru“ (Nieuwenhuis, 1992:207).

K podobnému procesu došlo v Itálii, kde katolíci a komunisté, jako dvě hlavní politické subkultury založené na hluboce zakořeněné politické a náboženské víře, představovaly hlavní nástroje politické moci a nejdůležitější socializační činitele země. Katolická subkultura byla v zásadě, i když ne výhradně, spojena se strukturou katolické církve, jejích charitativních organizací a mezilidských sítí. Křesťanskodemokratická strana byla její politickou prodlouženou rukou. Komunistická subkultura v Itálii vzešla z prvních odborů a organizací dělnické solidarity. S komunistickou stranou byla spojena řada dalších organizací, které byly aktivní v řadě oblastí: sociální solidaritě, sportu, kultuře, v organizování volnočasových aktivit, ve vzdělávání, v médiích a podobně (Galli, 1968; Sani, 1980; Trigilia, 1981; Manheimer a Sani, 1987). V Itálii, podobně jako v Nizozemsku – byl o něco později – ztratily tyto dvě subkultury a jejich organizace svou důležitost. Dobrou ilustrací tohoto úpadku – a zároveň sklonu médií rozšiřovat svou sociální roli – je zrod a vítězství Berslusconiho strany Forza Italia, která z důvodu své vazby na voličstvo spoležala téměř výhradně na masová média.

Kdysi se ve Skandinávii konzervativní, liberální a socialistická strana prolínaly s odbory v mnoha oblastech společenského života, později však podstatně ustoupily

ly. Zajímavou ilustraci posunu „od kolektivistické k individualistické politické kultuře“ a vlivu tohoto fenoménu na žurnalistiku můžeme nalézt u obsahové analýzy švédských zpravodajských médií období 1925–1987 (Ekecrantz 1997:408). Bylo zjištěno, že v dřívějších dekáдах bylo ve zpravodajském diskurzu častěji užíváno termínu *my* než termínu *ja*, zatímco v osmdesátých letech se tento trend obrátil. K podobným závěrům s řadou regionálních variací můžeme dojít u většiny zemí, kterými se zabýváme.

S tímto procesem sekularizace úzce souvisí úpadek politických stran, který je důležitý pro pochopení změn mediálních systémů. Na téma „úpadku stran“ existuje velké množství literatury a proběhly diskuse, zda a jakým způsobem k němu došlo. Některé názory tvrdí, že strany ani tak neupadly, jako se „modernizovaly“ a přesněji vymezily své funkce a svou profesionalizaci oddělením od institucí, jako byly odborové organizace, a ve skutečnosti jsou při mobilizaci voličů v období voleb efektivnější. Jiné názory tvrdí, že spíše než „úpadku stran“ je důležité si všimnout úpadku tradičních „masových stran“, které měly v Evropě silné postavení v průběhu většiny 20. století, podobně jako dříve ve Spojených státech (Panebianco, 1988; Mair, 1990; Katz a Mair, 1994). Masové strany byly hlavním nástrojem reprezentace a obrany sociálních a ekonomických zájmů, představovaly „sdružení zájmů“ a společně formovaly jednotný konsenzus. Fungovaly prostřednictvím mezilidských sítí, na nichž byly jejich organizace postaveny. Zároveň byly důležitými komunikačními kanály a kromě dalších funkcí odpovídaly za produkci sociální reprezentace a image. Novináři, kteří ve stranických listech pracovali, povinně šířili a bránili ideály strany. Novinářská praxe spočívala ve shromažďování informací; psaní a interakce se čtenáři vycházely do velké míry z ideologického rámce strany; ky centralizované sociální sítě. Souběž role novináře a politického aktéra fungoval přesně podle modelu formovaného specifickou politickou kulturou, která se v jednotlivých zemích lišila – u jednotlivých národních mediálních systémů jsme proto našli podstatné rozdíly.

Úpadek ideologicky vymezených masových stran, zakořeněných v odlišných sociálních skupinách a jejich nahrazení univerzalistickými nebo „profesně elektorálními“ stranami primárně orientovanými nikoli na zastupování skupin nebo ideologií, ale na soubor tržního podílu o elektorát, byl podrobně zmapován současnou politologií (Kirchheimer, 1966; Panebianco 1988). Tato transformace oslabil stabilní psychologické a sociologické vazby, které dříve existovaly mezi stranami

a občany. Zároveň poklesl rozsah stranického členství (stejně jako členství v církvích a odborech). V řadě případů upadla také stranická loajalita, ať už je posuzována identifikací s politickými stranami, nebo konzistencí voličských preferencí. V mnoha zemích také poklesla volební účast. „Když bylo stranění úzce spojeno s třídou a vyznáním, poskytovala stoupenáctím stran jednota sociální a politické identifikace velmi silný důvod volební účasti. Toto spojení vzalo v posledních letech za své...“ (Dalton a Wattenberg, 2000:66). Základní politické organizace, které kdysi spojovaly strany s občany, zanikly, zatímco se zrodily profesionální týmy zabývající se médií a marketingem. Narostla důležitost individuálních vůdců, zatímco důležitost ideologie a skupinové loajality je už dnes malá.

Oslabení masových politických stran naopak souvisí s širším procesem sociální změny, která představuje oslabení nebo fragmentarizaci sociálních a ekonomických rozporů, na kterých byly masové strany vystavěny (Panebianco, 1988). Důsledkem toho, že masové strany ztratily svou sociální základnu, došlo ke stírání jasných hranic rozdělení společnosti, na nichž původně stávena marxistická teorie a později v poválečném období strounávací politologie. Podle některých autorů už tyto hranice vlastně neexistují. Stále větší význam měl vzestup sociálních skupin s vlastními ekonomickými potřebami, zatímco rozdíly mezi vlastníky a zaměstnanci, majiteli půdy a rolníky ztrácely na významu. Jedním z důležitých proků této změny byl ústup manuálního průmyslu, ze kterého vzešly tradiční dělnické organizace a který nahradil rostoucí sektor služeb. Ještě zásadnější byla zřejmá expanze evropských ekonomik. Rostoucí vliv konzumní společnosti vyústil v zásadní důraz kladený na individuální ekonomický úspěch namísto politické obrany skupinových zájmů. Odlišnou, byť nikoli nutně neslučitelnou interpretaci vlivu ekonomického růstu představuje Ingelhartův (1977) argument, že zavedení a stabilizace liberální demokracie vedly k posílení „postmateriálních hodnot“. Tato proměna politické kultury je považována za předěl v procesu zrušení ideologických rozdílu, na nichž byl postaven starý systém stran. V důsledku to vedlo k nechuti jednotlivců podřizovat se vedení tradičních organizací, což může na druhou stranu souviset s vzestupem nových sociálních hnutí, která nastolila témata překračující tradiční stranické dělení.

Prvky uváděné Ingelhartem – nástup a upevnění parlamentní demokracie v kontextu kapitalistické ekonomiky – zřejmě mohou za markantní ústup ideologické polarizace. Lze dokázat, že došlo ke snížení ideologických rozdílu politických stran

(Mair, 1997), ačkoli, jak ještě uvedeme, mohou zároveň paralelně existovat určité protichůdné trendy a jednoznačně nelze předpokládat, že by minimalizace těchto rozdílů pokračovala donekonečna. Souvisí to s přijetím širší koncepce sociálního státu konzervativními stranami a přijetím kapitalismu a liberální demokracie stranami levicovými. Symbolem tohoto posunu je „historický kompromis“, v jehož rámci se v sedmdesátých letech začala Komunistická strana Itálie podílet na dělbě politické moci. Literatura zabývající se „pluralitními“ společnostmi, jako je Nizozemsko, ve kterých rozdílné subkultury měly na základní úrovni své vlastní odlišné instituce, často uvádí, že ústřední orgány těchto komunit na úrovni institucí národního státu zpravidla spolupracovaly a docházely ke kompromisům.

V některých pojednáních o změnách evropských politických systémů nalezneme odkaz na rostoucí vzdělanost jako na příčinu nezávislého vyhledávání informací voliči namísto slepého spoléhání na vedení politických stran. Někdy je tento jev spojován s odklonem od způsobu volby, která byla založena na stranické a skupinové loajalitě oproti volbě založené na tématech stranických programů. Teoretici také poukazují na ústup systému mecenášství vyvolaný zčásti ekonomickou integrací, zejména vytvořením Evropské měnové unie, jejím vlivům na státní rozpočty a omezením možnosti stran při poskytování materiální podpory svých aktivních stoupenců (Kitschelt, 2000; Papathanassopoulos, 2000). Tento starý řád mohl být oslaben vzestupem nových demografických skupin jak v důsledku přistěhovalectví, jelikož se nové obyvatelstvo do tradičních skupinově založených struktur neintegrovalo, tak z důvodu odklonu tradičního elektorátu vyvolaného enormním přístěhovalectvím.

Řada teoretiků také soudí, že politické strany oslabily tím, jak globalizace a ekonomická integrace přesunuly místo rozhodování mimo oblast národní politiky, již tyto strany dominovaly. Jak uvádí Beck (2000), národní stát byl pro politické rozhodování i pro další sociální procesy jasně definovaným územím, na němž do jisté míry ovlivňovaly většinu oblastí života občanů. Postupně však tuto roli ztratil a k řadě rozhodnutí ovlivňujících jeho občany dochází na nadnárodní úrovni. Moc se tím přesouvá mimo stát, a tedy mimo politické strany, organizace a zájmové skupiny, které zastupují zájmy občanů. Vliv rostoucí globální ekonomiky vede strany k opouštění jasných politických pozic, které dříve byly součástí jejich identity, a znemožňuje zvýhodňování jejich stoupenců. Tyto vlivy také v řadě případů posilují harmonizační mediální politiky a často narušují dřívější vztahy mezi státem,

politickými stranami a médií. Kanada tak může například pocítovat negativní tlak na ukončení ochrany národního kulturního průmyslu a Skandinávie tendenci směrem k liberalizaci regulace reklamy. Ve Španělsku byly mezitím narušeny klientelistické politické aliance tím, jak společnosti získaly možnost odvolávat se do Bruselu a vynucovat si zrušení regulačních opatření zaváděných v Madridu.

### Změna mediálního systému – příčina, nebo důsledek

Změny evropského mediálního systému představené na začátku kapitoly – zejména posun k všeobecným médiím, k modelům profesionalismu novinářů zakládajících se na politické neutralitě a k politické komunikaci orientované na média – souvisí s procesem sekularizace. Je však změna mediálního systému výsledkem těchto sociálních a politických změn, nebo zde hraje roli něco docela jiného? Změna mediálního systému je jistě do velké míry důsledkem výše popsaných hluboce zakořeněných procesů, které podměly sociální základ masových stran, skupinové solidarity a s nimi spojeného systému médií. Nicméně je zřejmé také pravdou, že procesy změny probíhají také uvnitř mediálního systému a změny evropských mediálních systémů přispěly k procesu sekularizace velkou měrou také. Literatura zabývající se úpadkem politických stran v Evropě běžně poukazuje na mediální systém jako na klíčový zdroj změny:

... nové technologie a ... změny ve struktuře masových médií ... umožňují stranickým vůdcům, apelovat na voliče přímo a narušit tak potřebu kolektivních organizačních sítí... (Mair, 1997:39).

...médiá přebírají [informační a dohlážitelskou funkci], protože jsou považována za nepředpojaté poskytovatele informací a protože elektronická média vytvorila vhodnější a rychlejší doručovací systém... Vzestup přístupnosti politických informací prostřednictvím médií snížil náklady na informované rozhodování (Flanagan a Dalton, 1990:240–242).

Masová média přebírají řadu informačních funkcí, které dříve kontrolovaly politické strany. Masová média se stala primárním zdrojem předvolebních informací a voliči se o postojích svých kandidátů dozvídají nikoli už na volebních shromážděních nebo od agitátorů, ale skrze internet. Politické strany navíc v reakci na expanzi masových médií zjevně změnilly své chování. Politické strany snižují investice do místní agitace, shromáždění a dalších forem přímého kontak-

tu a věnují větší pozornost kampaním prostřednictvím médií (Dalton a Wattenberg, 2000:11-12).

Stále znovu se v teoretických pracích objevuje téma vzestupu elektronických médií, o němž se předpokládá, že podlomil roli politických stran a pravděpodobně také církví, odborů a dalších socializačních institucí. Jak jsme ovšem uvedli v předchozích kapitolách, elektronická média v Evropě byla původně zřizována pod politickou kontrolou a ve většině systémů měly významný vliv na vysílání politické strany. V některých systémech – zejména v Německu – tento vliv navíc příslušel „sociálně relevantním skupinám“. Dalo by se tedy očekávat, že média spíše posílí, než podlomí tradiční roli politických stran a organizovaných sociálních skupin. Proč k tomu nedošlo?

Jedno z pojednání o vlivu televize, které napsal Wigbold (1979), se zaměřilo na obzvlášť zajímavý případ Nizozemska. Nizozemské vysílání bylo uspořádáno podle piliřového modelu, který byl uplatněn na tisk, vzdělání i další kulturní instituce. Každá z jednotlivých komunit nizozemské společnosti měla vlastní vysílací organizaci, a také tradičně oddělené školy a noviny. Mohli bychom předpokládat, že s rozšířením vlivu piliřů na nové mocné médium tyto piliře v nizozemské společnosti ještě posílí. Nástup televize se však historicky překrývá s koncem piliřového systému. Wigbold tvrdí, že nizozemská televize „zničila své vlastní základy zafixované ve společnosti a přispěla tak ke změně“ (230).

Jeho argumentace sestává ze tří částí. Za prvé tvrdí, že i přes existenci oddělených vysílacích organizací televize odstranila oddělenost piliřů:

V této zemi byly lidem, kteří pocházeli z jiné skupiny, uzavřeny nejen domácnosti, ale také školy, odborová shromáždění, mládežnické ubytovny, fotbalová hřiště a taneční školy. Televize zde měla ohromný vliv... Vystavovala masu názorům, idejím a předstávám, od nichž byli jinak izolováni ... nebylo před nimi úniku, jedinou šancí bylo vypnout přijímač. Televizní diváci ani nemohli přepnout na druhý kanál, protože žádný takový neexistoval... Katolíci tak zjistili, že socialisté nejsou nebezpeční ateisté, před nimiž je varovali liberálové, a museli přiznat, že ortodoxní protestanti nejsou fanatici, jak předpokládali (201).

Za druhé uvádí, že na počátku šedesátých let se televizní novináři podstatně posunuli k nezávislejšímu a kritičtějšímu postoji vůči vůdcům ustavených institucí, kterým se dříve podřizovali.

Za třetí, koncem šedesátých let byla založena nová vysílací organizace (TROS), která byla v oblasti vysílání ekvivalentem mainstreamového vysíláče: vyvinula se z původně pirátského vysíláče, nabízelu lehkou zábavu a „byla negací vysílacího systému založeného ... na poskytování vysílacího času skupinám usilujícím o sdělení něčeho podstatného“ (225).<sup>15</sup> TROS přispěl silně k mediální homogenizaci.

Nizozemský systém je samozřejmě z mnoha hledisek unikátní. Je ovšem pravděpodobné, že každý z těchto faktorů má určité podobnosti v celé Evropě: role *televize jako společného základu, vývoj kritické žurnalistiky a také komercializace*. Tyto trendy jsou Evropě společné nejen v oblasti vysílání, ale úzce souvisejí i se změnami v tištěných médiích, změnami, které do určité míry odrážejí vliv televize na tisk. V následující části probereme první dvě témata: televizi jako společnou základnu mediální homogenizace a novináře jako „kritického odborníka“. V dalším textu probereme klíčové a komplexní téma komercializace.

### Televize jako společná základna

Vysílání spadalo v celé Evropě pod politickou správu a často obsahovalo principy proporčního zastoupení převzaté ze světa politiky. Nicméně je nepochybné, že sloužilo jako společná sociální a politická základna homogenizace a hrálo úlohu při oslabování jednotlivých ideologických subkultur. Rozhlasové i televizní vysílání podléhalo rozsáhlé centralizaci a většinu poválečného období mělo jeden až tři kanály. Většina programů se zaměřovala k nejbližšímu publiku bez ohledu na skupinové rozdíly. Produkce zpráv byla obecně vázána principy politické neutrality a vnitřní plurality, které oddělovaly vysílací žurnalistiku od tradice stranických komentářů běžných pro tisk (v případě Nizozemska platí, že zatímco piliřové vysílací organizace produkovaly vysílání veřejných událostí, zprávy stejné jako sport byly produkovány zastřešující organizací NOS). Televizní zábava poskytovala sdíle-

<sup>15</sup> Pravidla přidělování vysílacích časů byla v roce 1965 změněna tak, aby se navýšily polárky plastických členů, které každá vysílací organizace měla, takže se zvýšila důležitost vytváření vlastního publika, zatímco se minimalizovaly vazby k „piliřů“ (Van der Eijk, 2000: 311).

né kulturní obsahy, jejichž vliv na politickou kulturu je velmi obtížné dokázat, ale nepochybně měly velký význam.

Skutečnost, že rozhlas a televize jsou „všeobecně zaměřenými médii“ a byly schopny přenášet sdělení bez ohledu na ideologické a skupinové hranice, mohla mít důležité politické důsledky dokonce i mimo obsah vysílání, na což poukazuje i některé citované popisy úpadku stran: Politickým stranám to umožnilo velmi efektivním způsobem oslovovat občany mimo svou ustavenou sociální základnu, což přispělo k vzestupu všeobecně zaměřených stran a k odumírání tradičních prostředků komunikace, které byly svázány se sociálními sítěmi jednotlivých subkomunit. Neměli bychom zapomínat, že televize nebyla jediným „všeobecně zaměřeným“ médiem, které se v tomto období rozšířilo, zejména v demokraticko-korporativistických a liberálních zemích. Stále důležitější roli v komunikačním procesu hrály také všeobecně komerční noviny. Lze říci, že během 20. století vedl vývoj médií k širokému záběru kultury a informací bez ohledu na hranice skupin a snížila se tak závislost občanů na exkluzivních zdrojích v rámci jednotlivých subkomunit.

### „Kritický úsudek“ žurnalistiky

Všeobecná dostupnost televize šla ruku v ruce s rozvojem nové novinářské kultury, kterou Radioleau (1985) označil ve své srovnávací studii deníků *Le Monde* a *The Washington Post* za kulturu „kritického úsudku“. V šedesátých a sedmdesátých letech došlo v západní Evropě i v Severní Americe (Hallin, 1962) k zásadnímu posunu od žurnalistiky, která byla relativně submisivní vůči ustaveným elitám a institucím, k její relativně aktivnější a nezávislejší podobě. Tento posun se odehrál jak u elektronických, tak u tiskových médií. Djerf-Pierre (2000) v souvislosti se švédskou televizí (srovnaj Ekecrantz, 1997; Olsson, 2002) například píše:

Novinářská kultura let 1965–1985 pojala nový ideál zpravodajské žurnalistiky kritického dohledu. Dominantní přístup se teď orientoval na uplatňování vlivu, a to jak vůči institucím, tak vůči veřejnosti obecně.... Novináři usilovali o přemostění informační propasti ve společnosti a vybavení svých publik pro aktivní občanství a demokratickou participaci ... a měli pretenci kontrolovat jednání politiků a ovlivňovat jak veřejnou diskusi sociálních a politických otázek, tak politiku prováděnou veřejnými institucemi (254).

Tato změna probíhala v různých formách a v různé míře, ale zdá se, že k ní docházelo bez ohledu na hranice zemí všech tří modelů. Šlo o vytvoření novinářského diskurzu, který se odlišoval od diskurzu stran a politiků, konceptu měřit jako kolektivního hlídače psa veřejné moci (Djerf-Pierre a Weibull, 2000) a novináře jako zástupce všeobecného veřejného mínění, který překračuje hranice politických stran a sociálních skupin. Jak uvádí Neveu (2002), kritičti profesionálové „si dají důkladně znalosti tématu všimají strategických pochybení, chyb řízení. Dotazují se politiků ve jménu veřejného mínění a jeho požadavků – objektivně zjišťované – ho výzkumy veřejného mínění – nebo jménem nadpolitických hodnot, jako jsou morálka, modernita nebo evropské duchovní hodnoty“.

Proč k této změně došlo? Z velké části vycházela z širších společenských a politických změn, které jsme již probírali. Pokud například nadbytek, politická stabilita a vzestup úrovně vzdělání vedly k obecnému kulturnímu posunu směrem k „postmaterialistickým“ hodnotám participace a svobody vyznání, lze vzestup kritického úsudku v žurnalistice považovat za jeden z účinků této hlubší sociální změny. Tato změna se neodrážela jen v žurnalistice, ale také v populární kultuře obecněji. Projevila se například nástupem politické satiry v televizi, v Británii v pořadech typu *That Was the Week that Was* a *Monty Pythonův létající církus*, ve Spojených státech *Smothers Brothers Show*, v komediálních pořadech založených na politickém humoru. Jestliže docházelo k utváření všeobecně zaměřených stran už v padesátých letech – Kirchheimer si jejich vzestupu povšiml už v roce 1966 –, pak mohl diskurz všeobecného veřejného mínění utvářeneho jednotlivými voliči přispět k „nadpolitickým“ hodnotám, které se později staly klíčovými pro zásady kritického profesionalismu.<sup>135</sup>

I když vzestup kritického profesionalismu v médiích nebyl jedinou příčinou sociálně-politických proměn společnosti, je pravděpodobné, že v určitém okamžiku začaly akcelarovat a nabývat váhy právě kvůli němu. Je také možné, že řada vnitřních prvků mediálního systému přispěla k posunu politické role žurnalistiky a tím k sekularizaci evropské společnosti a ke zmenšení rozdílů mezi politickými systémy.

<sup>135</sup> Marchetti (2000: 31) při rozboru nástupu „investigativní žurnalistiky“ ve Francii uvádí: „Depolitizace sféry politické soutěže, kterou přivodilo „neoliberální osvícenství“ a zejména působení socialistické strany, přispěla ke změně podmínek politického boje. Oslabení tradiční opozice levice/pravice a homogenizace politických osobností, které se vzdělávaly ve školách moci, posunuly politickou soutěž směrem od boje politického k morálnímu.“

Mezi tyto vnitřní prvky patří:

- Stoupající úroveň vzdělávání novinářů vedoucí k sofistikovanějším formám analýz. Žurnalistika zároveň převzala kritickou perspektivu sociálních a humanitních věd.
- Nárůst velikosti zpravodajských organizací vedoucí k silnější specializaci a rozsáhlejší zdrojům pro shromažďování a zpracovávání zpráv.
- Vnitřní rozvoj rozrůstající se profesní komunity novinářů, která si postupně vyvíjí vlastní standardy práce.
- Vývoj nových technologií zpracovávání informací, které zvyšují možnosti novinářů při produkci informací. Bouřlivý rozvoj vizuálních technologií televize, typografického průmyslu a informačních technologií.

Důležitým příkladem pro novou roli žurnalistiky jsou výzkumy mínění: Neveu (2002) tvrdí, že provádění výzkumů poskytl novinářům větší autoritu při dotazování představitelů státní správy, mohou tak nezávisle hodnotit jejich proklamované zastupování veřejnosti.

Rostoucí prestiž novinářů souvisí také s ústředním postavením velkých mediálních organizací, které zaujaly v procesu sociální komunikace a pravděpodobně také s image všeobecných médií jako představitelů veřejnosti. Jak tvrdí Papatoumassopoulos (2001:512) v případě Řecka (samozřejmě s určitou výhradou, protože stranici inklinace v případě Řecka přetrvávají silněji, podobně jako ve většině jižní Evropy):

Můžeme tvrdit, že komercializace a rychlý rozvoj řeckého mediálního trhu zvýšily sociální a profesní status řeckých novinářů. Televizní zpravodajové a zvláště moderátoři televizních zpráv se stali veřejnými osobami. Převzali roli autority, tj. prezentují své názory a interpretují sociální a politickou realitu, a to tak, že se prezentují jako profesionálové s právem vynášet soudy a také jako zástupci lidu. Přebíráním obou těchto rolí zvyšují svůj veřejný profil i autoritu.

## Komercializace

Domníváme se, že nejmocnější silou homogenizace mediálních systémů je komercializace, která transformovala jak tisk, tak elektronická média nejen v Evropě. V této části popíšeme proces komercializace a nastíníme její základní příčiny u evropských médií a v následující části probereme důsledky pro jejich sociální a politickou roli. V případě tištěných médií je konec 20. století charakteristický ústupem stranického tisku (v některých zemích k tomuto docházelo už v padesátých letech, v jiných – nejvýrazněji v Itálii a ve Francii – byl stranický tisk obnoven v padesátých letech a poté začal upadat), rostoucí dominancí „všeobecných“ komerčních novin a v důsledku oddělením novin od původního zakořenění ve světě politiky. Tento posun byl do jisté míry výsledkem širšího procesu sekularizace a toho, jak se změnila politická angažovanost čtenářů a noviny si časem přestali vybírat na základě své politické orientace. Zároveň je jasné, že tato tendence posilovala vnitřní rozvoj novinových trhů. Tržní síly začaly ovlivňovat stranický tisk na počátku 20. století, kdy stranická loajalita byla stále ještě silně zakotvena v politické kultuře. Například náklady novin dosáhly ve Švédsku vrcholu v roce 1920 (Picard, 1988:18). Podobně jako v případě Severní Ameriky, který jsme probírali v sedmé kapitole, započal od té doby trend koncentrace novinových trhů vedoucí k rostoucí snaze novin rozšířit své trhy bez ohledu na tradiční skupinové a ideologické hranice. Vysoce kapitalizované a inzertně financované komerční listy zpravidla vytlačily chudší a politicky orientované listy z trhu, případně vedly k téměř úplnému úpadku stranického tisku, který dominoval médiiem těchto zemí po většinu 20. století.

Avšak ještě dramatičtější než změny u tiskových médií byla v Evropě transformace vysílání z téměř čistého systému veřejné služby z roku 1970 na systém se stále dominantnějším postavením komerčních vysílateřů. „Komerční záplava“, jak je tento jev běžně označován, započala v Itálii po rozhodnutí italského nejvyššího soudu z roku 1976, který zrušil legislativní monopol vysílání veřejné služby a umožnil soukromým stanicím vysílat v regionálních oblastech. (Ještě dříve k tomu došlo u nizozemských stanic TROS a Veronica, z nichž druhá se vyvinula z pirátské rozhlasové stanice a zaměřila se na mládež a později začaly fungovat v rámci struktury vysílání veřejné služby, avšak s odlišnou logikou.) Většina zbývajících zemí Evropy zavedla komerční vysílání do roku 1990, na konci století neměly významnou



komerční televizi již jen Rakousko, Irsko a Švýcarsko.<sup>117</sup> Ve většině zemí (viz tab. 2.4) má komerční vysílání většinový podíl na publiku a boj o publikum významně proměnil také vysílání veřejné služby a přiměl je, aby přejala podstatnou část logiky komerčního systému.

Kromě již nastiněných změn v sociální struktuře se na změně evropských vysílacích systémů podílela řada fenoménů. Za prvé se objevily konkurující formy vysílání, které odlaškaly publikum vysílatelům veřejné služby, podlomily jejich legitimitu a přispěly ke změně vnímání programování médií, které se multiplikaci kanálů – podle jednoho výpočtu z 35 evropských kanálů v roce 1975 na 150 kanálů v roce 1994 (Weymouth a Lamizet, 1996:24) – zdály být spíše než sociální institucí, jež sloužila obecnému blahu a byla sdílena celou společností, komerční komoditou, která slouží výběru jednotlivých spotřebitelů. K této změně vědomí bezpochyby přispěl také rozvoj videa. Nejpůvodnější alternativní formou vysílání byly pirátské rozhlasové stanice, první z nich začaly vysílat z lodí na skandinávském pobřeží na konci padesátých let. Byly financovány reklamou a jejich popularitu do jisté míry posiloval vzestup specifické – a globalizované – mládežnické kultury. Obě tyto vlastnosti je spojují s širšími kulturními trendy, které směřují ke globalizované konzumní kultuře. Pirátské rádio se výrazněji prosadilo v mnoha zemích v sedmdesátých letech, a to nejen v kontextu s kulturou mládeže, ale také s novým sociálním hnutím tohoto období. Snahy veřejnoprávních orgánů potlačit pirátská rádia narušila jejich image šířitele politického pluralismu. Monopol veřejné služby podlomil také soukromý rozhlas a televizní stanice sídlící v Lucembursku, které začaly vysílat do sousedních zemí ve francouzštině, němčině, italštině a holandštině, podobně jako Rádio Monte Carlo a Rádio Capodistria (sídlící v Chorvatsku), které v sedmdesátých letech přinesly revoluci italského rozhlasu. Fenomén přeshraničního vysílání a jeho sklon podemílat propojení mezi vysílacími institucemi a systémy národní politiky se rozšířil v osmdesátých letech s nástupem kabelového a přímého satelitního vysílání.

Dalším důležitým prvkem byl zdroj silného komerčního lobbingu, který usiloval o změnu mediální politiky. Nejdůležitější z nich byla reklamní lobby, která v mnoha

<sup>117</sup> Všechny tyto malé země sousedí s velkými zeměmi, v nichž se mluví stejným jazykem. Velký podíl na publiku tak u všech z nich mají zahraniční televize – v případě Švýcarska dokonce většinový – a při této konkurenci byl domácí trh obecně považován za příliš malý, než aby uživil domácí komerční vysílatele na národní úrovni.

zemích bojovala o přístup do elektronických médií (Humphreys, 1996:172–173). Pilati (1987) zdůrazňuje, že italské soukromé televizní stanice se zrodily v době, kdy rozmanité komerční a výrobní společnosti vydělávaly dost peněz na investice do reklamy a veřejné vysílání nebylo schopné tuto novou poptávku po vysílacím čase uspokojit. Ve snaze prosadit komerční vysílání se v mnoha případech spojily inzertní zájmy s mediálními společnostmi usilujícími o expanzi do elektronických médií. Tuto touhu do určité míry povzbudily zákony omezující koncentraci tiskových médií, jelikož řada společností nemohla rozšířit svá tisková impéria bez překročení těchto limitů. Dalším velmi odlišným typem vlivu, který se v mnoha případech prosazoval v soukromém vysílání, pramenil ze sociálních hnutí (student-ského hnutí, odborů atd.), které hledaly nové příležitosti a prostředky k vyjádření svých názorů mimo stávající okruhy komunikace a často se za tímto účelem obracely k pirátskému vysílání.

Zároveň s tím, jak se nasycoval trh barevných televizních přijímačů a klesal přirozený růst příjmů z koncesionářských poplatků, bylo financování vysílání veřejné služby stále problematictější. Další příjmy z koncesionářských poplatků pak mohly být získávány jen navýšením poplatku, což samozřejmě bylo politicky nepopulární. To znamenalo, že rozšíření televize za hranice omezeného množství fungujících kanálů zdánlivě záviselo na zavedení soukromého vysílání.

Důležitou a mnohostrannou roli hrála také ekonomická globalizace, jak v široké oblasti průmyslu, tak v oblasti průmyslu mediálního. Již v roce 1974 rozhodl Evropský justiční soud, že vysílání bude považováno za formu obchodu spadající pod Římskou úmluvu. Toto rozhodnutí bylo stvrzeno při řadě příležitostí na začátku osmdesátých let v kontextu silného globálního posunu směrem k liberalizaci trhu služeb – Smlouva o obchodování ve službách (General Agreement on Trade in Service) byla ratifikována v roce 1994 – a ke konceptu vysílání jako součásti trhu namísto národní sociální a kulturní instituce. Když v osmdesátých letech obrátila Evropská komise svou pozornost k vysílací politice – v roce 1989 vytvořila směrnici Televize bez hranic –, zdůraznila cíl vytvořit společný evropský audiovizuální trh, který by usnadnil rozvoj nadnárodních mediálních společností schopných konkurovat americkým mediálním konglomerátům. Jednotlivé evropské vlády také stále více vnímaly mediální politiku z pohledu globální konkurence v klíčovém informačním průmyslu. Tato politika posilovala nadnárodní charakter mediálního průmyslu, ve kterém sílí mezinárodní vlastnictví (například španělský televiz-

ni kanál Tele5 vlastnil v roce 1998 Berlusconi – 25 %, německá společnost Kirch – 25 % – a Lucemburská banka – 13 % – s účastí společnosti Bertelsmann). Pro prosazení národních produktů na globálních trzích je často nezbytná koprodukce a vlivy globálního trhu obecně nahrazují vlivy národní politiky, které byly pro média dříve tak důležité.

### Důsledky komercializace

Z komercializace médií vyplývá řada důsledků. Komercializace je především jasným posunem evropských mediálních systémů od oblasti politiky k oblasti obchodu. To mění sociální funkci žurnalistiky, jelikož hlavním cílem novináře již není šířit myšlenky a utvářet jejich prostřednictvím sociální konsenzus, ale produkovat zábavu a informace, které lze prodat jednotlivým spotřebitelům. To zjevně přispívá k homogenizaci, nahourává pluralitu mediálních systémů zakořeněných v konkrétních politických a kulturních systémech jednotlivých národních států, typickou pro Evropu 20. století, a povzbuzuje přechod ke globalizované mediální praxi. Zjevně systémový výsílání veřejné služby vždy silně zdůrazňovaly svůj cíl poskytovat prostor sociálním skupinám a kulturním modelům, které definovaly národní identitu, udržovaly a obnovovaly kulturní kapital a sociální síť charakteristickou pro moderní společnost“ (Blumler, 1992:11; Avery, 1993; Tracey, 1998). Dokonce i systémový veřejnoprávního vysílání musí stále více sledovat logiku globálního kulturního průmyslu.

Komercializace médií hrála bezpochyby významnou roli při „sekularizaci“ evropské společnosti. Jak jsme uvedli, sekularizace má hluboké kořeny a vždy se šířila v době dramatických historických změn. Nicméně, jak ukazuje příklad nizozemské stanice TROS, komerční síly daly o sobě vědět mnoha způsoby ještě před komerční záplavou v osmdesátých letech, a to posunem ke komerčním novinám, dovozem amerických mediálních obsahů a imitací amerických postupů, pirátským a národním vysíláním a zhroutením monopolu veřejné služby v Itálii na konci sedmdesátých let. Dá se předpokládat, že vzestup televize a rozhlasu společně s komercializací tisku přispěly v šedesátých letech k proměně Evropy v individualizovanější konzumní společnost, a tento proces se od osmdesátých let zrychlil.

Komercializace přináší důležité důsledky pro podobu procesu politické komunikace. Komerční média vytvářejí nové formy reprezentace a tvorby publika, kterým se musí strany a politici přizpůsobit, aby v novém komunikačním prostředí přežili.

Dvěma nejdůležitějšími trendy – které spolu úzce souvisejí – jsou personalizace a preferování názoru „běžného občana“. Například v italském veřejnoprávním vysílání v osmdesátých letech – tedy v době, kdy komerční televize stále ještě nesměly vysílat zprávy – vystupovali mluvčí velkých stran a komentovali všechny důležité politické události (Hallin a Mancini, 1984). Vystupovali jako zástupci svých stran, nikoli jako individuální postavy dramatického obrazu politiky. Politická logika tak ovládala prezentaci zpráv a osobní charakteristika těchto osob byla stejně irelevantní jako těch, kteří zprávy předčítali a kteří se každý den střídali a neměli pro publikum zpráv takovou důležitost jako američtí moderátoři. V devadesátých letech ovládli zpravodajství Berlusconi, protože představoval „přitažlivou story“ a narativní logika komerčních zpráv začala mít na italské mediální scéně silici postavení. Politici se v období komerční televize postupně stávali „mediálními hvězdami“, které působily daleko za hranicemi politiky. Objevovali se ve sportovních přenosích, talk show a v zábavných pořadech (Mancini, 2000). Nutno dodat, že personalizace není výsadní vlastností televize, ale populárních komerčních médií obecně. Největší se projevuje v britském, německém a rakouském bulvárním tisku, ale její důležitost pro tisková média vzrůstá.

Dalším důležitým projevem nové logiky komerčních médií je, že se média zaměřují na zkušenosti a perspektivu „běžného občana“. Původní tradiční evropská žurnalistika se silně zaměřovala na perspektivu oficiálních představitelů stran, organizovaných skupin a států (například Hallin a Mancini, 1984), zatímco s posunem ke komerčním médiím je stále více upřednostňována perspektiva jednotlivých občanů (Neveu, 1999; srovnej Blumler a Gurevitch, 2001). To vyplývá jak ze změn ve zpravodajství, tak z rozvoje nových forem *infotainmentu*, které probírají veřejná témata (příkladem mohou být talk show, v nichž jsou politici pasováni do podružné role, pokud se v nich vůbec objeví), tak z toho, že v politický diskurz dává přednost „selskému rozumu“, jak uvádí Leuridijková (1997). Podle mnoha analytiků tyto změny zjevně přispěly k rozmělnění vlivu tradičních masových stran a společenských organizací, které na ně byly napojeny.

Komercializace vedla k přesunu rovnováhy moci mezi médií a politickými institucemi a média se postupně stávala jádrem nastolování agendy politické komunika-

ce. Důležitým projevem tohoto trendu je rostoucí frekvence politických skandálů v Evropě i v Severní Americe. V případě Řecka:

...médiá začala s politiky bojovat o kontrolu nad politickou agendou. V procesu politické komunikace se to projevilo stálým proudem kritiky a obviňování jednotlivých politiků a stran... Tomuto trendu předcházela vzestup komerčních médií, který způsobil situaci, v níž dnes mohou řecti občané sledovat nekonečný tok příběhů o politických skandálech, soupeření a zisknosti. Řecká média se snaží podobně jako média v liberálních demokraciích produkovat příběhy o politických konfliktech tak, že věnují pozornost zejména těm politikům, kteří zastávají kontroverzní názory, nebo kritizují činy vlády (Papathanassopoulos, 2000:58).

Tyto trendy nejsou způsobeny výhradně komercializací. Souvisejí také s růstem kritického profesionalismu, k němuž došlo v řadě zemí před nezvratným nástupem komercializace (Djerf-Pierre, 2000). Skandály jsou často simultánně posilovány touhou novinářů vydobýt si profesní prestiž a prosadit svou nezávislost vůči politickým aktérům a úsilím mediálních organizací získat publikum. Důraz kladený na politické skandály souvisí také se změnami v politickém systému, včetně sondnictví, které se stalo zejména v jižní Evropě nezávislejší. Jak zdůraznil Waisbord (2000), skandály vyžadují téměř vždy účast politických zdrojů a nelze je vysvětlovat jen z perspektivy mediálního systému. Nicméně komercializace poskytuje médiím nezávislou mocenskou základnu i stimul k prosazování vlastní agendy, a to často na úkor politiků. Je těžké rozhodnout, zda komercializace posílila, nebo narušila tok politických informací a diskusí. Evropská média věnovala tradičně hlavní pozornost politice. V případě vysílání veřejné služby byl vždy ústřední hodnotou „smysl pro odpovědnost za zdravý politický proces a za kvalitu veřejné diskuse v jeho rámci“ (Blumler, 1992:36). Přednost měly zprávy a publicistika. Ačkoli lze jen stěží vzájemně srovnávat úroveň politického povědomí obyvatelstva, existují náznaky, že Evropané vědí o zahraničních událostech víc než Američané, a to dokonce i v zemích s nízkou čteností novin (Dimock a Popkin, 1997). Jedním z hlavních argumentů evropských teoretiků při formulování obav z „amerikanizace“ je, že by v komerčním systému došlo k marginalizaci politických informací a debat. Systémy vysílání veřejné služby vysílaly tradičně jako základ prime time<sup>118</sup> zprávy a v době, kdy televize nevysílaly nic jiného, měla zpravodajská vysílání obrovskou sledovanost. Jak ukazuje příklad britského regulovaného komerčního vysílatele

<sup>118</sup> Čas s největší sledovaností (prozn. překl.).

ITV, který zrušil nejpobulárnější zpravodajský pořad v zemi *News at Ten* a přешel na americkou praxi vysílání zpráv v dřívějším čase v 18:30 hodin, tato praxe je v komerčním prostředí zjevně na ústupu.

Zároveň panuje představa, že společně s expanzí médií došlo k obrovskému nárůstu počtu informací. Jedním z argumentů politiků, který jsme uvedli v oddíle věnovaném roli médií při procesu úpadku stran, je, že „rostoucí dosažitelnost politických informací prostřednictvím médií snížila cenu informovaného rozhodování“ (Flanagan a Dalton, 242). Z určitého hlediska platí, že máme k dispozici více informací, alespoň pokud srovnáme období po druhé světové válce. Nejenže se rozšířilo množství televizních kanálů, ale zpravodajské organizace jsou obecně větší. Noviny jsou fyzicky objemnější než v minulosti; v roce 1967 měl *Il Corriere della Sera* rozsah od šestnácti do čtyřiceti osmi stran, zatímco dnes má čtyřicet až padesát. Na druhou stranu není pravděpodobné, že by stále komercializovanější média nadále kladla důraz na veřejné události, jako tomu bylo u novin a vysílání veřejné služby.<sup>119</sup>

Empirické důkazy těchto fenoménů jsou kusé a nejsou zcela konzistentní, zatímco samotné modely vykazují velkou míru komplexnosti (například Brants a Stone 1998). Rooney (2000) například zjistil pokles obsahů věnovaných veřejným událostem v britských denících *Sun* a *Mirror* z 33 a 23 % zpravodajského obsahu v roce 1968 na 9 % v roce 1998 – to souhlasí s běžným názorem britského výzkumu médií, že komercializace vytlačila z britského populárního tisku politický obsah. Tento vývoj symbolizuje zánik *Daily Herald*, tradičního zastávce odborů, a jeho nahrazení bulvárním listem *Sun*. McLaughlan a Golding (2000) při užití užší definice politického zpravodajství však neodhalili ani u bulvárního, ani u seriózního tisku v Británii žádný konzistentní trend a uvádějí, že „bulvár je nadále prostoupen politikou, nebo chcete-li ideologií“ (87). Franklin (1997) poukazuje na pokles četnosti parlamentních reportáží v britských seriózních denících v devadesátých letech. Pokles míry informování o parlamentu zmiňuje také Negrine (1998; britská seriózní média věnovala parlamentnímu zpravodajství až do devadesátých let celé strany). Uvádí také pokles počtu politických zpráv ve francouzských a německých

<sup>119</sup> Množství vyprodukovaných politických informací se liší od spotřebovaných. Prior (2002) tvrdí, že zrněnění televizních kanálů občanům usnadňuje vyhledat se politickým informacím, a může zvyšovat nerovnost politických znalostí, i pokud je celkově dosažitelné větší množství informací.

televizních zpravodajských pořadech. Pfetschová (1996) také v případě německých televizních zpráv odhalila sestupný trend informování o politických institucích – vládě, parlamentu, stranách –, zároveň ale také zmenšení rozsahu politického zpravodajství obecně – částečně je to způsobeno růstem počtu informací o politických proběhších. Podle Winstona (2002) poklesl podíl zpráv věnovaných politice z 21,5 % v hlavním zpravodajském pořadu BBC1 v roce 1975 na 9,6 % v roce 2001, zatímco podíl zpráv věnujících se zločinu narostl z 4,5 % na 19,1 %. Podobný posun vykazala ITN, avšak ještě silnější. Brants (1998:322) zjistil, že „komerční televize ve většině zemí nesnižily rozsah politických zpráv. Na začátku devadesátých let bylo o politice v osmi západoevropských zemích téměř šest z průměrného celkového počtu 13,3 zpravodajských pořadů“. Konečně italské noviny, i když posílily svou tržní orientaci, nesnižily rozsah politických informací: Vzorek třiceti vydání italských novin odhalil v jednotlivých letech 80 politických zpráv v roce 1966, 647 v roce 1976, 560 v roce 1986 a 1257 v roce 1996 (Mancini, 2002). O politice se samozřejmě píše jinak, než tomu bylo v minulosti. Využívají se diskurzivní žánry, které zvyšují možnost dramtizace (Bionda et al., 1998; Mancini, 2002). Také v televizi narostla hegemonie programů aktuální publicistiky, neboť si zřejmě našly oblíbenou diváky (Méndez, 1998).

Problém, jestli se s komercializací snížil podíl politických obsahů, tak zůstává nadále otevřený.

S tím úzce souvisí, zdali stále komercializovanější mediální systémy povedou k marginalizaci politických obsahů a jestli může komercializace vést k odcizení masového publika od politického života. I na to existují rozdílné názory. Řada teoretiků tvrdí, že důraz komerčních médií na soukromý život, oslabení vlivu hlavních politických aktérů, zdůrazňování skandálů a často negativní popis veřejného života povede k podemlání angažovanosti veřejnosti v politickém procesu (například Patterson, 1993). Podobně se předpokládá, že změny ve stylu kampaní, které souvisejí s nástupem komerčních médií, mají podobný účinek. Papatthanasopoulos (2000:56) tvrdí, že „při přejímání kampaní postavených na televizních pořadech se strany posunuly od tradičního důrazu na veřejná shromáždění a osobní kontakt s pracovníky stran a snížily tak možnost občanů přímo se účastnit kampaní a vzdá- lily strany voličům“. Jiní (například Brants, 1998) tvrdí, že dramtizace politiky a přesun politického diskurzu k projevům „infotainmentu“, v němž hlasy obyčej-

ných občanů mají často důležitější roli než jindy, pravděpodobně zvyšuje angažovanost lidí v politice.

Obtížnost posouzení vlivu komercializace vychází zejména ze skutečnosti, že se její vzestup odehrál v kontextu komplexních změn západních společností a právě s těmito změnami úzce souvisí. To dobře dokládá fenomén pirátského rádia, které se prosadilo díky reklamnímu průmyslu a zároveň díky novým sociálním hnutím a usilovalo o větší prostor v rámci veřejné sféry. Většina pirátských rádií se rozšířila spolu s mládežnickou kulturou, která představovala kulturní výzvu pro etablovaný mocenský systém a byla zároveň projevem vzestupu globální konzumní společnosti. To je zřejmě ze způsobu, jakým novinářská praxe ovlivnila jak vzestup kritického úsudku, tak komercializace.

V následující části se zmíníme o tom, že komercializace se nemusí nutně vylučovat s určitou mírou politického paralelismu, a za jistých podmínek dokonce může posilovat stranění médií. I přes tuto komplikovanost a neprůhlednost lze tvrdit, že komercializace obecně oslabilá vazby mezi médií a světem organizovaných politických aktérů, které odlišovaly demokratický korporativismus a polarizovaný pluralismus od liberálního systému, a povzbudila rozvoj globalizované mediální kultury, jež podstatně zmenšila národní rozdíly mezi mediálními systémy.

### Omezení procesu homogenizace a protichůdné trendy

O síle homogenizačních vlivů není pochyb a je jasné, že v mediální oblasti došlo ke značné konvergenci, zejména směrem k liberálnímu modelu. Můžeme se domnívat, že tento trend bude v budoucnosti pokračovat. V dohledné době dojde k tomu, že mladší novináři navykli na odlišné pojetí role médií nahradí předchozí generace. Naplno se pak projeví důsledky komercializace vysílání, které jsou v řadě evropských zemí stále relativně novinkou. Pokud bude tento trend i nadále pokračovat, lze si představit úplnou konvergenci mediálních systémů Spojených států a západní Evropy a všechny relevantní země se přiblíží liberálnímu modelu. Nicméně dějiny se nikdy neodvítají přímočaře a z řady důvodů můžeme pochybovat o tom, jestli má smysl projektovat trend homogenizace posledních dekad směrem do neznámé budoucnosti.

Politické systémy probíraných zemí představují řadu variant, které zřejmě přetrvají i změny politických institucí a kultur, k nimž jednou za čas dochází. Lze říci,

že evropská politika do určité míry „prezidentštěla“. Parlamentní systémy se ovšem od prezidentských nadále liší. Jak zjistili Blumber, Kavanaugh a Nossiter (1996:59):

Oddělení moci v rámci vlády Spojených států vystavilo prezidenta kontinuálnímu tlaku dvorit se prostřednictvím masmédií veřejnému mínění, aby tak udržoval podporu populace pro své kroky... Avšak v britském parlamentním systému může premiér nebo jeho kabinet počítat se stranickou disciplínou, která zajistí schválení téměř každé navrhované legislativní změny.

Systém proporčního zastoupení se liší od volebního systému typu „vítěz bere vše“ a vede k odlišnému modelu stranického systému. Ústavní změny mohou rovněž vést k homogenizaci – takovéto změny byly diskutovány zejména v Itálii. Nezdá se však, že by se k takovému změněm schylovalo v Evropě. Struktura politických systémů samozřejmě neovlivňuje mediální systém tak silně, jako tomu bylo dříve, protože se masová média od něj začala více oddělovat. Zpravodajská média jsou však stále v silné interakci s politickým systémem. Tok informací a strukturování organizace zpravodajských zdrojů se v různých systémech nevyhnutelně liší stejně jako narativní konvence informování o politice. Je nepravděpodobné, že by mediální systémy mohly zcela konvergovat, zatímco by se stranický a volební systém výrazně lišily.

Podstatným způsobem se nadále odlišují také legislativní systémy. Není důvod se domnívat, že by se mohl „absolutismus prvního dodatku ústavy“, který je pro americký legislativní systém samozřejmostí, někdy rozšířit do Evropy. Zdá se, že tento rozdíl má pro mediální systémy i nadále důsledky. Lze předpokládat, že předvolební komunikace bude v Evropě v budoucnosti regulovanější, že bude obecně zaveden systém přidělování televizního času podle politických kritérií a že bude zamezen systém placené politické reklamy (Belgie, Dánsko, Francie, Norsko, Portugalsko, Španělsko, Švédsko a Švýcarsko a Velká Británie v současnosti zakazují placenou politickou reklamu v televizi; Farrell a Webb 2000:107).<sup>120</sup>

Silnější regulace vysílání médií obecně může přejít i „komerční záplavu“. (Je možné, že tím, jak bude evropský trh stále důležitější pro společnost Jižní i Severní Ameriky, budou některé prvky evropského způsobu regulace stále silněji ovliv-

<sup>120</sup> V Británii je práce v reklamním průmyslu povoláním s nižším statutem ve srovnání s vyšším statutem politiků, kterému se tradičně těší, v plátnosti nadále zůstává legislativní záležitost veřejné politické reklamy a politického rozhlasu i přes nedávné otevření britského vysílání tržním silám“ (Blumber, Kavanaugh a Nossiter, 1996:59).

ňovat regulaci ve Spojených státech i další praktiky s ni spojené. Může například docházet k tomu, že silnější regulace ochrany soukromí Evropské unie ovlivní americkou regulaci informačního průmyslu.) Evropský koncept sociálního státu byl v důsledku globálního posunu k neoliberalismu zatlačen do pozadí. Řada autorů pochybuje, že by důsledkem tohoto procesu mohla být úplná homogenizace. Moses, Geyer a Ingebritsen (2000:18) například soudí, že „skandinávský model je nadále silným garantem hranic moci globalizace/evropeizace a ukazatelem, zda jsou jednotlivé národy s to užívat odlišných politických strategií, zda levice dokáže oponovat a úspěšně čelit mezinárodním tržním silám a zda jsou sociálnědemokratické strany s to adaptovat se na požadavky měnícího se mezinárodního uspořádání“. Stejnou logiku lze uplatnit na skandinávské mediální systémy. Podobně Blumber a Gurevitch (2001) zjistili, že i když existují důležité příznaky konvergence mezi americkým a britským způsobem mediálního pokrytí voleb, mezi osmdesátými a devadesátými lety 20. století narůstaly rozdíly rozsahu pokrytí kampaní v souvislosti s tím, jak docházelo ve Spojených státech k intenzivnější komercializaci a v Británii se udržela vysoká kultura vysílání veřejné služby.

Některé z trendů, které vedly ke konvergenci mediálních systémů, se mohly nejen zastavit a zpomalit, ale dokonce nabrat opačný směr, a to buď všude, nebo jen v některé zemi. Lze tvrdit, že zamíkla politická polarizace tradiční ideologické odlišnosti stran a že se to událo ve většině, pokud ne ve všech zemích, jimiž se zabýváme. Tento ústup také zjevně podlomil politický paralelismus mediálních systémů a byl způsoben protichůdnými trendy posledních let. Podle Jacobsona například ve Spojených státech poklesla konzistence stranění a politických postojů mezi padesátými a sedmdesátými lety 20. století, ale následně posílila. Komunistické a v některých případech fašistické strany zaznamenaly v Evropě úpadek a zároveň se smazaly rozdíly mezi tradičními levicovými a pravcovými stranami. V mnoha zemích došlo k nástupu nových pravcových extremistických stran vyvolanému reakcí vůči imigraci, multikulturalismu a evropské integraci, zatímco na levici došlo k vzestupu zelených stran a objevují se příznaky, že přejíjí jiné strany, které byly tradičně na levici, nebo je čeká další vzestup. V prvním kole francouzských prezidentských voleb v roce 2002 porazila pravcová Národní fronta centristické socialisty získem 17% hlasů, zatímco z levicových stran uspěli zelení a trockisté.

Homogenizace je většinou vnímána jako posun k neutrálnímu novinářskému profesionalismu ve stylu, který se prosadil zejména ve Spojených státech. Jak jsme ukázali, jasně to prorokovala modernizační/diferenční teorie, která jako nejrozví-

nutější vnímá média vystavená na myšlence neutrálního profesionalismu. Skutečně došlo k posunu tímto směrem. Je však nutno poukázat na podstatné výhrady a protichůdné trendy, které s tím souvisejí. Nejenže v evropských zemích setrávají formy obhajující žurnalistiky, ale pronikají do nich také nové formy, což se v liberálním systému projevuje přinejmenším do stejné míry jako v dalších systémech. Pokud dochází ke konvergenci, neprobíhá pouze jediným směrem.

Jak jsme uvedli v páté kapitole, obhajující styl žurnalistiky přetval v zemích polarizovaného pluralismu, zejména v Itálii, ve Španělsku a v Řecku. Třebaže v Itálii došlo od sedmdesátých let k posílení tržní orientace tisku, listy, které tomuto posunu vévodily, jako například *La Repubblica* a *Il Giornale*, měly silnou politickou identitu a veškeré pokusy zavést neutrální deníky selhaly. Ve Španělsku se většina médií, a to jak tištěných, tak elektronických, během osmdesátých a devadesátých let rozdělila do dvou protichůdných politických táborů. Papanthassopoulos (2001) tvrdí, že stále populárnější tržně orientované formy žurnalistiky nevytláčily model politické instrumentalizace zpravodajských médií, ale přesunuly mocenskou rovnováhu od politiků k vlastníkům médií, kteří měli stále silnější mocenské nástroje politického nátlaku. Deregulace a komercializace podle Papanthassopoula nevedly k neutralitě, ale k senzacechtivosti. Autor uvádí komentář Zaharopoula a Parascha (1993:96), že „naprostá většina řeckých médií se chová nestydatě stranicky a bulvárně a politikaři“. Stejný model převládá v Itálii (Bechelloni, 1995; Mancini, 2000; Roidi, 2001).

V šesté kapitole jsme uvedli, že i když v demokraticko-korporativistických zemích došlo k podstatnému posunu ke vnímání neutrality jako důležité novinářské normy a tržní strategie, přetval v celostátním tisku politický paralelismus a nic nenaznačuje, že by měl v blízké budoucnosti vymizet. V liberálních systémech se zatím šíří nové podoby obhajující žurnalistiky. Ve Spojených státech roste množství zpolitizovaných diskusních pořadů, a to jak v rádiu, tak v kabelové televizi a Fox News se od ostatních vysílacích sítí odlišila jasným politickým profilem, který je patrný jak z obsahu, tak z politických preferencí publika.

Je prokázáno, že neexistuje žádná zásadní souvislost mezi komercializací médií a neutrálním profesionalismem. Posun ke komercializaci utváří nové formy obhajující žurnalistiky a vytváří nový politický paralelismus, třebaže zároveň narušuje jeho staré podoby. Komercializace může bezpochyby posilovat tlak na „všeobecné zaměření“ médií, a tudíž na neutrální profesionalismus. Zdá se, že k tomu může

docházet za specifických tržních podmínek, nicméně nejsilnější se to projevuje u regionálních novinových trhů s vysokou mírou koncentrace. Skutečně se zdá, že neutrální profesionalizace vzkvétá nejvíce tam, kde nejsou příliš silné konkurenční tlaky (Hallin, 2000):

- u monopolních regionálních novin (v americkém případě zejména, když chyběla konkurence ze strany jiných médií a když vydavatelské společnosti nebyly vedeny v burzovních knihách);
- u vysílání veřejné služby, které se těší politické nezávislosti;
- nebo opět v případě Spojených států u vládou regulovaného oligopolního výstřelku, které převládalo až do deregulace v osmdesátých letech 20. století.

V jiných případech mohou komerční tlaky povzbuzovat diferenciaci médií, zábavní kolorit a dramaticčnost názoru na úkor šedých, byť prospěšných informací. Sedmá kapitola ukazuje, že konkurenční britský tisk – zejména bulvární – je mnohem zpolitizovanější než monopolní tisk americký. Za příznalých politických a ekonomických podmínek je názor tím, co prodává. To je patrné nejen u bulvárního tisku zejména v Británii, Německu a Rakousku, ale také u španělského rádia, kde průvodci politických diskusních pořadů nazývaných „tertulias“ budují svou popularitu na vyjadřování silných názorů a posléze si nárokují královské pláty (Barrera, 1995). Podobné je to u americké kabelové televize, kde jsou názory také příčinou popularity hostitelů talk show a stále více i novinářů (například Rutenberg 2002). „Komerční záplavu“ posledních dvaceti let provází dramatické zvyšování počtu kanálů elektronických médií a s tím, jak fragmentace publika snižuje spolehlivost všeobecné strategie pro větší množství kanálů, zdá se pravděpodobné, že to přispěje k novým podobám politického paralelismu.

Nakonec je důležité mít na paměti, že neutrální profesionalismus zpravodajských médií se částečně zakládal na oddělení žurnalistiky od komerční logiky mediálního průmyslu, jak jsme uvedli při pojednání o profesionalismu v liberálním systému v sedmé kapitole. Zdá se, že tím, jak komercializace zabranuje tomuto oddělení a často snižuje autonomii novinářů v rámci mediálních organizací a smazává hranice mezi zpraváři a zábavou, neutrální profesionalismus sice nezaniká, ale omezuje se na jeden z mnoha žánrů. To je patrné v nástupu různých formátů „infotainment-

tu", které jsou někdy označovány za „nové zpravodajství“ (Taylor, 1992) a mnohdy se značně liší od tradičního profesního ideálu objektivitu.

### Diferenciace a její protiklad

V závěrečné části této kapitoly se vrátíme k otázce, kterou jsme si položili v pojednání o teorii diferenciace ve čtvrté kapitole a poněkud odlišným způsobem také na počátku této kapitoly: Má smysl chápat změnu mediálních systémů západní Evropy a Severní Ameriky jako proces „modernizace“ v perspektivě strukturálního functionalismu – tedy jako posun k výraznějšímu oddělení médií od ostatních sociálních institucí? Tato teoretická perspektiva je z řady ohledů praktická a funkční. Proces sekularizace jednoznačně souhlasí s teorií diferenciace. Na počátku 20. století se řada evropských společností – včetně těch, které patřily buď k demokraticko-korporativistickému modelu, nebo k modelu polarizovaného pluralismu – vyznačovala silným propojením institucí a identit: ideologické, třídní a náboženské identity byly provázány mnoha způsoby, stejně jako instituce stran, církví, odborů a masových médií. V posledních dekádách minulého století se tyto vazby podstatně rozvolnily a vztahy médií k politickým stranám stejně jako k jednotlivcům a sociálním skupinám se staly efemérními a jsou mnohem méně spoutány stabilní loajalitou nebo organizačními vazbami. Jak jsme uvedli ve čtvrté kapitole, Alexander soudí, že proces diferenciace médií poháněly tři hlavní síly:

- požadavek univerzálních informací uplatňovaný novými sociálními skupinami nahrazující styl obhajující žurnalistiky spojené s předchozím uspořádáním společnosti;
- vzestup profesionálních norem a autoregulace vedoucí k vývoji novinářské autonomie;
- vývojový stupeň národní občanské kultury, který souvisí s racionálně-legální autoritou.

Tyto souvislosti potvrzuje naše analýza historického vývoje médií ve třech skupinách zemí, třebaže distance médií od politických skupin byla vyvolána také ekonomickými faktory. Jejichž úloha je v Alexandrově teorii ambivalentní a problematická.

V souvislosti s teorií diferenciace se média stávají stále důležitější součástí politického života a z velké míry také života společnosti. Podle teorie diferenciace je to nezbytný důsledek diferenciačního procesu. Po oddělení od církve, odborů a dalších sociálních skupin – jakož i od státu (jako například v případě stále profesionalizovanějšího soudnictví) – jsou politické strany při vytváření vazeb k jednotlivým voličům a dalším sociálním aktérům nutně stále více závislé na médiích. Při popořádání aktérů a institucí, které na ně již nemají přímé vazby, spoléhají diferencované společnosti na média. K tomuto procesu dochází ve všech zemích, které jsme probírali, nejdříve k nim však došlo v liberálním systému a později v systému demokraticko-korporativistickém a polarizovaném pluralitním.

S teorií diferenciace a s ní souvisejícím konceptem modernizace jako možnosti pochopení změny mediálního systému jsou spojeny určité problémy. Ve čtvrté kapitole uvádíme dva alternativní pohledy na teorii diferenciace spojené s teoriemi Habermase a Bourdieua, kteří soudí, že na historii médií lze nahlížet jako na proces „dediferenciace“, tj. jako na opak toho, co jsme nazvali diferenciací. Z našeho pohledu se domníváme, že měli do velké míry pravdu.

### Diferenciace a trh

Jedním z ústředních argumentů Habermase i Bourdieua je, že média ztratila autonomii ve vztahu k trhu a k ekonomickému systému. Když se přesuneme od prvního procesu probíraného v této kapitole, sekularizaci, ke druhému, komercializaci, bude nám hypotéza modernizace jako jednosměrného posunu k širší pluralitě připadat zjednodušující. Jak jsme uvedli v druhé kapitole, Alexander (1981) tvrdí, že modernizace médií vyžaduje „nutné odlišení od struktur ekonomického rozměru, zejména na sociálních třídách“. Hlavní význam oddělení médií od „ekonomických struktur“ vidí ve vazbách mezi médií a na třídy navázanými stranami. Tvrdí, že listy napojené na odborové svazy jsou tradiční překážkou profesionalizace a diferenciace, ale zmiňuje se například také o silné stranických buržoazních listech v Německu 19. století. Rolí trhu, ani soukromých vlastníků médií, se detailněji nezabývá. K ekonomické medii uvádí jen jednu poznámku související s případem Spojených států: „Tato změna v obsahu (směrem od stranění) probíhala současně s rodící se profesionalizací novinářů a výskytem velkých vydavatelských podniků. S počátkem 20. století se představa médií jako ‚veřejné instituce‘ začala institucionalizovat (31).“ To je jas-

ným dokladem toho, že komercializace přispěla k diferenciaci a profesionalizaci, nebo s nimi byla přinejmenším v harmonii.

V zásadě platí, že vývoj silných mediálních trhů osvobodil mediální instituce od závislosti na mecenáších, jež byla vlastní modelu instrumentalizace, kterou jsme viděli zejména u vývoje polarizované pluralitních systémů. Velikost mediálních organizací zřejmě souvisí s vzestupem žurnalistiky jako odlišné kategorie povolání. Soutěž o čtenáře a inzerenty často posiluje snahu médií hledat publikum napříč subkulturami a vede k procesu koncentrace, která narušuje staré vzorce vazeb mezi médií a sociálními skupinami a posiluje moc a nezávislost stabilních velkých mediálních organizací. Profesionalizace a diferenciaci se zároveň prosadily také v rámci dalších institucionálních struktur, jak jsme uvedli v předchozích kapitolách: Výrazně se rozvinuly v rámci systémů vysílání veřejné služby v prostředí demokraticko-korporativistického modelu i v prostředí liberálních zemí a v pozdější fázi do velké míry i u stranických a odborových spojených listů demokraticko-korporativistických zemí. Pro vývoj autonomních institucí nebo profesí není komercializace nezbytná; profesionalizace a autonomie soudnictví nebo administrativy na komercializaci nezávisí. Navíc platí, že ač došlo v řadě případů k rozvoji profesionalizace zpravodajských médií v komerčním kontextu, nerozvíjela se v úplné harmonii s komercializací. Představuje také určitou formu diferenciaci, k níž často dochází v rámci zpravodajských organizací tím, jak novináři uplatňují konzistenci novinářských kritérií proti kritériím čistě komerčním a svou vlastní autonomií vůči vměšování vlastníků a zaměstnanců marketingu a obchodu. Tuto formu diferenciaci můžeme vidět například v „oddělení církve od státu“, která se v polovině 20. století institucionalizovala u amerických novin, ale také v autonomii novinářů dosažené většinou francouzského elitního tisku v poválečném období, nebo v redakčních stanovách některých demokraticko-korporativistických systémů a také u systémů novinářské autoregulace, jako jsou tiskové rady, které by měly do velké míry bránit profesní hodnoty proti ekonomickým tlakům.

Lze prokázat, že v případě Spojených států tato forma diferenciaci v souvislosti s omezením novinářské autonomie ustoupila do pozadí a byla tak zpočtyb-něna „představa zpravodajských médií jako „veřejného institutu“, která již není považována za tak samozřejmou, jako tomu bylo v padesátých až sedmdesátých letech (Hallin, 2000). Třebaže byla média Spojených států vždy primárně komerční povahy, zesílily komerční tlaky s deregulací vysílání a se změnami v modelech

vlastnictví, kterými se noviny dostaly pod vliv Wall Streetu. Podobné změny probíhají napříč Evropou, nejdramatičtěji v oblasti vysílání.

Stojí za to vrátit se k Mazzoleniho rozlišení mezi logikou a politickou logikou. Jak uvádí řada autorů, změny evropských mediálních systémů znamenaly, že se „mediální logika“ oddělila od „logiky politické“, a v řadě ohledů nad ní stále více dominuje. Například výběr témat je stále více určován nikoli politickými kritérii – jako jsou principy proporčního zastoupení –, ale kritérii novinářskými nebo mediálními, tedy tím, co lze považovat za „kvalitní příběh“. Je však důležité mít na paměti, že tato „mediální logika“, která se objevila na konci 20. století, je logikou hybridní. Jak jsme uvedli, pramení ze dvou vývojových trendů, které se historicky překrývají, a byly podstatným způsobem provázány, zároveň se však liší vzestupem *kritického professionalismismu*, jenž byl důležitý zejména v šedesátých a v sedmdesátých letech (v některých evropských zemích ještě později) a od té doby pravděpodobně zpomalil, nebo se do určité míry obrátil, a *komercializací*, která začala v šedesátých a sedmdesátých letech, ale akcelerovala v osmdesátých a devadesátých letech.

Do historie teorie diferenciaci lépe zapadá první z nich. Dobrou ilustrací je vzestup infotainmentu jako hybridní formy vytváření vysílacího programu. Luhmann tvrdí, že diferenciaci obsahu masových médií do tří žánrů – zpravodajství a aktuální publicistiky, reklamy, zábavy – s odlišnými sociálními funkcemi je „nejdůležitější vnitřní strukturou systému masových médií“ (2000:24). Komercializace však tuto formu diferenciaci jasně narušuje, a to nejen smazáváním hranic mezi zpravodajstvím a zábavou, zároveň ale také reklamou, například formou *product placementu*,<sup>171</sup> nárůstem produkce zábavy a využíváním zpravodajství pro propagaci dalších produktů mediálních konglomerátů.

Souhrnně lze tvrdit, že média jsou stále méně oddělována od ekonomického systému, ač jsou výrazně distancovaná vůči systému politickému. Řada názorů tvrdí, že jde o součást obecného trendu směrem k „dediferenciaci“ současné společnosti. S posunem k neoliberalismu začíná tržní logika dominovat širokému spektru společnosti – včetně politiky, která stále více připomíná marketing, ale také vzdělávání, volnému času, sociálním službám atd. Pokud mají stále komercializovanější média čím dál důležitější postavení v životě společnosti, mohou být podstatným

<sup>171</sup> *Product placement* je umísťování různých produktů, nejčastěji spotřebního zboží, automobilů a podobně, do zábavních pořadů za úhradu. Pozn. překl.



aktérem tohoto širšího „dediferenčního“ procesu. To je zjevně bourdieuský argument.

### Diferenciace a stát

Zaměřili jsme se na sklon médií distancovat se od ekonomického systému. Měli bychom nicméně dodat pár slov o vztahu médií a státu. Jak jsme uvedli, média se během 20. století stále silněji oddělovala od organizovaných sociálních a politických skupin, jako jsou strany, odbory a církve. Stalo se to i v jejich vztahu ke státu? Sledujeme-li vývoj posledních dvaceti let, můžeme tvrdit, že k takovému oddělení skutečně došlo. Liberalizace a deregulace snížily roli státu jako vlastníka, finančníka a regulátora médií a novináři jsou odolnější vůči státním elitám. Nicméně pokud přihlídneme k delšímu vývojovému období, je situace komplikovanější a směr změny již není tak lineární. Když začínaly vycházet první noviny, hrál stát důležitou roli ve všech směrech, tiskl oficiální noviny a často noviny zcenzuroval, dotoval a cenzuroval. Během 19. století došlo k obecnému posunu ke svobodě tisku, který proběhl v jednotlivých zemích s různou rychlostí. Zejména v liberálních a demokraticko-korporativistických zemích se média oddělila od státu a zapustila své kořeny v trhu, nebo v občanské společnosti, kde je podporovaly strany a společenské organizace. V polovině 20. století ve spojitosti se vzestupem korporativismu a sociálního státu, které do státu integrovaly společenské skupiny občanské společnosti, na nichž byla většina médií závislá, se mediální diferenciace významnou měrou omezila. Jak píše Ekecrantz (1997:400) o Švédsku: „Součástí obrátky žurnalistiky jako švédské veřejné instituce jsou silné dělnické organizace, regulační rámec dohodnutý státem, novinářské vzdělávání v rámci státních univerzit, silné dotace tisku i daňové náhrady.“ Ekecrantz mohl ke svému výčtu přidat i vysílání veřejné služby. Nicméně právě v tomto kontextu se rozvinula role státu jako toho, kdo „primárně definuje“ zpravodajské obsahy. V liberálních zemích byl korporativismus slabší, ale vzestup státu národní bezpečnosti vedl během druhé světové války a studené války k částečné integraci médií do rozmáhajícího se státního aparátu. V mnoha zemích – byť nejsilněji v zemích polarizovaného pluralismu, kde k tomu dochází se zvláštní razancí – jsou mediální vlastníci nadále důležitými politickými aktéry a často se podílejí na státní moci, buď formálně, nebo neformálně.

I zde je třeba tvrzení, že „přirozeným“ kurzem vývoje médií je jednosměrný trend k diferenciaci, brát s výhradou.

### Diferenciace a moc

Nakonec se hodláme zaměřit na Alexanderem uvedeně téma distance médií od společenské třídy, které nás vrací k širšímu tématu moci uvedenému ve čtvrté kapitole. Skutečnost, že se média v moderním liberálním systému stala součástí „velkého byznysu“, nezamezila jejich odloučení od společenské třídy. Řada evropských teoretiků na druhou stranu tradičně odkazuje na komerční tisk jako na „tisk buržoazní“. To je typické například pro skandinávskou literaturu. Nahrazení stranických listů a vysílání veřejné služby komerčními médii lze považovat za posílení moci určité společenské třídy nad celým mediálním systémem. Badatelé v liberálních zemích také opakovaně uvádějí argument, že komerční média vykazují určitou třídní předpojatost, jelikož tíhnou směrem k politické pravici (například Murdoch a Golding, 1977; Westergaard 1977; Curran, 1979). Obzvláště silný sklon k politické pravici měl tradičně britský komerční tisk. To potvrzuje také srovnávací výzkum Pattersona a Donsbacha (1993:13), kteří zjistili, že:

Zpravodajské organizace vždy upřednostňovaly konzervativní strany. Podnikatelská sféra nepřímo podporuje tisk prostřednictvím inzerce, z níž měly v minulosti užitek pravice strany. Data uváděná v tomto příspěvku vedou k závěru, že tyto strany jsou nadále ve výhodě; novináři cítí, že existuje užší paralela spíše mezi zpravodajskými organizacemi a konzervativními stranami než stranami liberálními.

Můžeme dodat, že tento sklon je zejména patrný, když odhlédneme od veřejnoprávního vysílání a zaměříme pozornost na komerční zpravodajské organizace. Pokud tato teze platí, pak by současně probíhající komercializace médií mohla posílit „buržoazní“ dominanci politické komunikace. To je jedním z argumentů Hermana a McChesneyho (1997) a dalších autorů radících se do směru kritické politické ekonomie.

Jak to, že si Alexander všimá propojení odborových listů s určitou společenskou třídou, ale u komerčních listů ho to nezajímá? Lze to vykládat jako svým způsobem na hlavu postaveným pojetím dělnické třídy coby univerzální třídy (podle

Györgyho Lukáče), tedy tvrzením, že buržoazie je univerzální třídou, jejíž zájmy se shodují se zájmy společnosti jako celku. Alexanderovo tvrzení se týká především procesu profesionalizace a tendence médií budovat si síť, která je propojuje s různými stranami, společenskými skupinami a sektory společnosti; vytvářejí si tak sféry vlivu a výměny informací, nikoli síť organizační, která s postupnou komercializací médií mizí. Komerční listy mají sklon oprostít se od dřívějších úzkých vazeb na konzervativní strany a rozšířit a rozvolnit svou politickou identitu související se snahou získat čtenáře levicového stranického tisku – v některých případech se dokonce sloučily s listy, které dříve měly odlišnou politickou orientaci.

Je těžké soudit, jestli byl tento trend natolik silný, aby v zastoupení různých sociálních tříd nebo zájmů mohl čelit úpadku nekomerčních listů s odlišnou politickou orientací. Po většinu 20. století převažovala podpora stran, odborů, církve – svým listům tyto organizace poskytovaly částečnou podporu, kterou prostřednictvím inzerce dávala „konzervativně-liberálním“ listům podnikatelská sféra. Co znamená zánik posledních sociálnědemokratických novin v severní Evropě? Nejsou snad již potřeba, protože jsou všechny hlavní zájmy v rámci společnosti adekvátně zastoupeny komerčními médii? Nebo tento vývoj posiluje „privilegovanou pozici podnikání“ v západních společnostech, jak o ní píše Lindblom (1977)? To je samozřejmě obecné téma nastolené globálním směřováním k neoliberalismu, jehož důležitým aspektem je specifické téma mediální komercializace.

Zde má svou důležitost téma vztahu mezi komercializací a profesionalizací. Donsbach a Patterson (1993) například tvrdí, že zpravodajské organizace – a mohli dodat, že zejména ty komerčního charakteru – mají sklon podporovat politickou pravici, a to přinejmenším v oblasti komentářů, a dále píšou, že tento jev je vyvážen faktem, že se novináři ve většině zemí přiklánějí spíše k levici. Jejich vliv tak může z druhé strany působit jistým druhem vyváženosti, která byla ztracena v důsledku úpadku politických deníků. Je zřejmé pravdou, že vzestup „kritického professionalismismu“ v šedesátých a v sedmdesátých letech do určité míry vyvážil vliv koncentrace médií a že se snížila úroveň politické různorodosti zpravodajských organizací. Dalším průvodním jevem byl rostoucí stupeň vnitřní plurality, která nahradila ustupující pluralitu vnější. Pokud je dlouhodobějším projevem komercializace narušení novinářského professionalismismu, bude téma různorodosti a politické rovnováhy stále naléhavější.

Tento problém bohužel nelze v rámci této knihy vyřešit. Jak jsme uvedli ve čtvrté kapitole, výzkum, který by se systematicky zabýval tématem médií a moci na komparativistické bázi, je zatím v nedohlednu.

## Shrnutí

Rozdíly mezi národními mediálními systémy, které jsme popsali v předchozích kapitolách, se stále evidentněji začínají stírat. Rodí se globální mediální kultura, která silně připomíná liberální model, jímž jsme se zabývali v sedmé kapitole. Homogenizace mediálních systémů představuje v podstatě distanci mediálních institucí od silných vazeb na svět politiky, které odlišovaly demokratický korporativismus a polarizovaný pluralismus od liberálního modelu. Tato přeměna má řadu příčin. Zdůraznili jsme rozdíl mezi vlivy, které mají svůj původ mimo evropskou společnost. Evidentní je přímý vliv Spojených států a vliv technologických inovací a sil, které jsou v zásadě imanentně přítomné v evropské společnosti. Nejdůležitějším z těchto vnitřních vlivů je „sekularizace“ – tj. úpadek politické víry v organizované sociální skupiny, které dříve strukturovaly většinu evropské politiky, a posun od kolektivistické k individualističtější politické kultuře – a komercializace. I když jsme od počátku tvrdili, že změny evropských mediálních systémů jsou vyvolány hlubšími procesy v sociální struktuře, uvedli jsme také, že změny mediálních systémů byly provázány změnami, jako byly vzestup televize, vývoj „kritického professionalismismu“ a růst mediálních trhů, jež transformovaly vztahy mezi politickými stranami a organizovanými sociálními skupinami a jednotlivými občany, kteří na nich dříve záviseli.

Uvedli jsme také, že existují důležité faktory, které určitým způsobem omezují proces konvergence k liberálnímu modelu, nebo ho mohou zcela zvrátit. Rozdíly mezi národními politickými systémy jsou nadále podstatné a mohou v blízké budoucnosti zřejmé i zabránit úplné homogenizaci mediálních systémů. Změny mediálních trhů vyvolaly protichůdné trendy, na něž narážíme i u liberálních zemí, jako je například znovuzavedení externího pluralismu rozšířením nabídky televizních kanálů v americkém mediálním systému.

Položili jsme si otázku, zda lze na tento proces změny vztahu mezi mediálními institucemi a sociálním a politickým systémem nahlížet pod zorným úhlem teorie diferenciací – která se často implicitně pojí s termínem *modernizace*. Teorie dife-

renciace je vhodná, protože „sekularizace“ evropské společnosti představuje úpadek sociálních institucí – masových stran, církvi a třídně vymezených komunit –, které kdysi sdružovaly řadu různých sociálních funkcí, od politické reprezentace přes organizaci volného času k socializaci a komunikaci. Masová média se ovšem objevila jako specializované instituce komunikace nezávisle na těchto skupinách. Na druhou stranu lze komercializaci mnohem obtížněji integrovat do perspektivy teorie diferenciací. Zdá se, že komercializace ve vztahu k trhu znamená podstatnou „dediferenciaci“ mediálního systému, narušení profesní autonomie, kterou novináři získali na konci 20. století, a možná také podřízenost médií politickým zájmům komerčního podnikání, které mohlo nabourat politickou rovnováhu co do zastoupení sociálních zájmů.

## Závěr

Na začátku knihy jsme si položili otázku, zda je možné nalézt zjevnou souvislost mezi mediálními a politickými systémy. Věříme, že jsme prokázali, že takové souvislosti skutečně existují. Pro komparaci mediálních systémů jsme navrhli sadu čtyř základních parametrů: strukturu mediálních trhů, která je předpokladem rozvoje masového tisku; miru a formu politického paralelismu; vývoj novinářského profesionalismu a miru a formu státních zásahů do mediálního systému. Uvedli jsme, že existují podstatné souvislosti mezi vývojovými modely mediálních systémů založenými na těchto parametrech a určitými klíčovými vlastnostmi politického systému: mezi rolí státu ve společnosti; většinovým nebo konsenzuálním charakterem politického systému; mezi modely organizace zájmových skupin včetně rozlišení mezi fragmentovanějšími liberálními systémy a systémy více korporativistickými; existuje také rozlišení mezi umírněným a polarizovaným pluralismem; mezi vývojem racionálně-legální autority v kontrastu s klientelistickou formou organizace společnosti. Řadu hypotéz týkajících se souvislosti mezi těmito proměnnými jsme představili ve třetí kapitole.

Vlastnosti politického systému se projevují ve struktuře médií více či méně přímo, většinové či konsenzuální modely vlády se například odrážejí v řízení institucí vysílání veřejné služby. Nicméně souvislosti mezi proměnnými mediálního systému a politického systému obvykle nelze mechanisticky interpretovat tak, že by se vždy shodovaly. Prvky politické struktury jsou v interakci s dalšími druhy prvků, včetně technologických a ekonomických, a některé z nich platí pro celou společnost

obecně – například vlastnosti industriální struktury a spotřební kultury – a jiné jsou specifické pro mediální průmysl, jako je například struktura novinového trhu. Ani tyto souvislosti nevycházejí z jednosměrně kauzálních vztahů. Samy mediální systémy v mnoha případech ovlivňují systémy politické a proces, který popisujeme, je součástí společného vývoje mediálních a politických institucí v rámci určitého historického kontextu.

Politické proměnné, které zde probíráme, považujeme za společné v kontextu politické struktury a politické kultury. Jde o strukturální prvky, jelikož v sobě nesou soustavu institucí a procesů, vzorce rozdělávání zdrojů atd. Tyto institucionální struktury formují vývoj médií vytvářením tlaků a příležitostí, na které mediální organizace a aktéři reagují. V systémech, kde politické strany disponují výraznou kontrolou nad rozhodováním – což je nejcharakterističtější u polarizované pluralitního modelu –, mají mediální vlastníci, a dokonce i jednotliví novináři motiv vytvářet vazby s politickými aktéry. V systémech, v nichž mají organizované společenské skupiny mocné sympatizanty a důležitý vliv, s nimi mediální organizace zpravidla utvářejí svazky a novináři mnohdy zakládají vlastní organizace tohoto typu. Tam, kde dominuje trh, převládají komerční média nad médii napojenými na politické a společenské organizace. Politické proměnné, které jsme rozebírali, zároveň představují charakteristické vzorce politické kultury – zvláštní politické hodnoty a přesvědčení, způsobí myšlení o světě politiky a jejich zachycení. To se nemusí přímo odrážet v kultuře žurnalistiky a médií, ale zjevně to ovlivňuje novinářskou koncepci vlastní role ve společnosti, jejich profesionálních hodnot a praxe.

Jak jsme uvedli, v rámci osmnácti zemí, které byly součástí naší studie, lze rozlišit tři odlišné „modely“ mediálního systému, které jsme nazvali polarizované pluralitní model, demokraticko-korporativistický model a liberální model. Podobnosti v rámci tří skupin zemí spojovaných s těmito modely se zakládají jak na historických souvislostech v rámci skupiny, tak na historicky podmíněných afinitách jejich politické struktury a kultury. Jak jsme dále uvedli, mediální systémy jednotlivých zemí zapadají do ideálních typů zastoupených našimi modely jen hrubě a řádu mediálních systémů musíme vnímat jako smíšené typy. Nicméně se domníváme, že tyto modely jsou užitečné pro pochopení forem vztahů mezi médii a vlastnostmi politických systémů a také jako referenční rámce pro srovnávání mediálních systémů jednotlivých zemí.

Vlastnosti těchto tří modelů jsme shrnuli na řadě míst, nejkomplexněji ve třech kapitolách druhé části. Zde nabízáme ještě jednu verzi zdůrazňující souvislosti mezi politickou a mediální kulturou.

Pro model polarizovaného pluralismu je charakteristický vysoký stupeň politizace se silnou intervencí státu a politických stran do mnoha oblastí života společností a s výraznou loajalitou většiny obyvatelstva k širokému spektru politických ideologií. Loajalita k těmto ideologiím je spojena s velmi rozšířeným skepticismem vůči jakémukoli pojetí „společného dobra“, které by je přemostilo a s relativní absencí společně dohodnutých pravidel a norem. Systémy polarizovaného pluralismu charakterizuje nerovnoměrná spotřeba veřejných informací a velmi ostrý rozdíl mezi politicky aktivním obyvatelstvem, které intenzivně konzumuje politické obsahy v tisku, a politicky pasivním obyvatelstvem, jež vyhledává jen málo politických informací. Zpravodajská média jsou také charakteristická vysokou mírou vnější plurality, v jejím rámci jsou média považována za zastánce různých politických ideologií a služba těmto ideologiím převažuje nad službou společné profesní kultuře. Vazby mezi novináři a politickými aktéry jsou těsné, stát aktivně zasahuje do sektoru médií a noviny dávají přednost sofistikovaným komentářům adresovaným politicky aktivistickým čtenářům.

Demokraticko-korporativistický model je charakteristický silným důrazem na roli organizovaných společenských skupin ve společnosti, zároveň však také velkým smyslem pro službu „společnému dobru“ a pravidla a normy přijatelné bez ohledu na rozdělení společnosti. Vysoká hodnota je přisuzována volnému toku informací a státu je připisována povinnost tento tok informací umožňovat. Existuje zde kultura silné konzumace informací, které se týkají veřejných událostí. Mediální kulturu charakterizuje přežívající tradice stranění, která pohlíží na média jako na zprostředkovatele názorů sociálních skupin a různých ideologií se současnou vysokou úrovní podpory společných norem a postupů. Zásahy státu do médií jsou velké, ale autonomii médií je přisuzována vysoká hodnota. Politické informace jsou ceněny relativně vysoko a jsou produkovány za účelem šíření masovému publiku.

Liberální model charakterizuje individualističtější pojetí reprezentace, ve kterém není tolik zdůrazňována role organizovaných společenských skupin jako u ostatních dvou systémů a mnohdy je vnímána v negativním světle. „Zvláštní zájmy“ tak dostávají přednost před „společným dobrem“. To bývá naopak upřednostňováno před loajalitou vůči ideologii. Oloha státu bývá vnímána negativně a předpokládá

se, že volný tok informací vyžaduje jen omezené zásahy státu. Důraz na spotřebu veřejných informací jako na základ občanství je formován individualismem a anti-politickými prvky kultury, které tlmou k upřednostňování soukromí před veřejným životem.

Na roli médií je méně nahlíženo z hlediska reprezentace sociálních skupin a ideologického rozlišení a spíše optikou poskytování informací občanům-spotřebitelům a s ohledem na pojetí tisku jako „hlídácho psa“ vlády. Společná profesní kultura novinářů se rozvinula relativně silně, ač není formálně institucionalizována, jako je tomu v případě demokraticko-korporativistického modelu. Je kladen silný důraz na omezení zásahů vlády do mediální sféry. Média jsou zaměřena na široké masové publikum a věnují méně pozornosti veřejným událostem, než je tomu u ostatních modelů.

V rámci představení čtyř základních prvků srovnávání mediálních systémů jsme jako jedno z témat položili otázku, zda jsou na sobě navzájem nezávislé. Tvrdili jsme, že je s nimi třeba pracovat, jako by nezávislé byly, třebaže touto studií nemůžeme prokázat, že tomu tak není; máme čtyři proměnné a z určitého ohledu jen tři empirické případy vzešlé z interakce mezi zeměmi, jež jsme rozdělili do tří modelů. Stojí za to podívat se na zjednodušené vzorce odchylek těchto prvků, které jsme u našich tří modelů zjistili a které uvádíme v tabulce 9.1. Tabulka nás problém z řady důvodů zjednodušuje a doufáme, že ji čtenáři nebudou nahrazovat komplexnější analýzu uvedenou v předchozím textu. Omezuje naše čtyři faktory na kvantitativní rozměr, ačkoli jsme uvedli, že představují rovněž kvalitativní rozdíly – stát například hraje významnou roli v modelu polarizovaného pluralismu i v modelu demokratického korporativismu, avšak velmi odlišným způsobem. Tabulka představuje čtyři dichotomické faktory, které vyvozuje z odlišnosti jednotlivých zemí i ze změn, které se odehrály v průběhu času (znázorňují tak tři modely v období, kdy se nejvíce odlišovaly, to znamená mezi padesátými a sedmdesátými lety 20. století).

Tabulka 9.1 Odlišnosti čtyř prvků mediálního systému

	Polarizované pluralitní	Demokraticko-korporativistický	Liberalní
Rozvoj masového tisku	malý	velký	velký
Politický paralelismus	velký	velký	malý
Profesionalizace	malá	velká	velká
Zásahy státu	velké	velké	malé

I přes všechny tyto výhrady stojí schematické znázornění za zvažení. Ukazuje, že dvě dvojice proměnných vykazují napříč mediálními systémy shodný vzorec odlišnosti: rozvoj masového tisku a profesionalizace, a politický paralelismus a role státu. Zdá se, že existence souvislosti mezi těmito faktory je opodstatněná. Profesionalizace má tendenci rozvíjet se tam, kde je silný masový tisk, částečně proto, že oba fenomény vycházejí z rychlého rozvoje kapitalismu, masové demokracie a střední třídy, a částečně také proto, že se profesionalizace vyvíjí u velkých, ekonomicky soběstačných mediálních organizací, kde je vztah novinářů ke svým čtenářům základem úspěchu podnikání. Svě opodstatnění má i souvislost mezi politickým paralelismem a zásahy státu. Tam, kde stát hraje důležitou roli ve společnosti, mívají strany hluboké sociální kořeny a silný vliv, což může do určité míry fungovat také opačně: kde jsou strany silné, může být kolektivní akce prostřednictvím státu oblíbeným prostředkem řešení sociálních problémů. Je pochopitelné, že tam, kde je politika jádrem života společnosti a kde strany hrají ústřední roli v procesu rozhodování komunity, je vliv politického pole (použijeme-li Bourdieuvův termín) na média silný a politický paralelismus intenzivní. Rozhodně však nechceme sjednotit čtyři faktory do dvou, ale navrhuje hypotézu, že uvedené dva páry proměnných mohou být podstatným způsobem propojeny.

V textu jsme také věnovali velkou pozornost historii: Věříme, že pro pochopení fungování mediálních systémů v současnosti je důležitý návrat k počátkům tisku i k počátkům politických systémů a sledování jejich historického vývoje. Lipsset a Rokkan (1967:2) v jedné z klasických komparativistických politologických prací z šedesátých let napsali: „Jakmile se pustíme do srovnávací analýzy, musíme přidat historický rozměr. Nemůžeme prostě hledat význam rozdílů současného uspořádání bez detailních údajů o odlišnostech během utváření stran ... před a po rozšíření

volebního práva." Pokračují zkoumáním původu stranického systému a přechodu od feudálních a dědičných institucí k institucím liberálním, vysvětlují rozdíly ve stranických systémech z hlediska konkrétních konfliktů, které tento přechod v jednotlivých zemích vyvolal. Stejně jako stranické systémy byly těmito sociálními konflikty a institucemi a kulturními vzorci, které z nich vyplynuly, výrazně formovány systémy mediální, jež s nimi byly v řadě případů provázány. Neznamená to, že by minulost zcela určovala současnost, nebo že by nedocházelo ke změnám. Existují však jasné vztahy mezi modely historického vývoje sahajícími k počátkům modernity a modely mediálního systému, které převládají dnes.

Ukázali jsme, že na počátku osmdesátých let vyvolaly změny ekonomické a politické struktury společné s vlivem technologie a komercializace mediálních systémů proces homogenizace, který podstatným způsobem narušuje rozdíly mezi národními mediálními systémy přetrvávajícími po celé 20. století. Tento proces homogenizace představuje oslabení tradiční vazby médií s politickými stranami a organizovanými společenskými skupinami v systémech polarizovaného pluralismu a demokratického korporativismu a posun ke komerční struktuře a praxi neutrálního profesionálního, které jsou charakteristické pro liberální systém. V tomto ohledu je jasný trend ke konvergenci k liberálnímu systému. Také jsme uvedli, že přetrvávají důležité rozdíly mezi systémy a omezení a protichůdné trendy, které nás vedou k opatrnosti vůči domněnce, že by ve vývoji mediálních systémů mělo dojít ke „konci historie“, jež by byla završena konečným triumfem liberálního modelu.

Prozkoumali jsme užitečnost teorie diferenciací jako rámce porozumění vývoji mediálních systémů. Jak jsme uvedli, srovnávací studium médií teorii diferenciací často implicitně předpokládá, zejména jako součást názoru, že liberální model je nejrozvinutějším modelem, protože představuje vysokou míru distance médií od politického systému, a také představou, že by mediální systémy měly být srovnávací jako evoluční stadia, která k tomuto modelu směřují. Domníváme se, že teorie diferenciací je pro srovnávací analýzu mediálních systémů v řadě ohledů užitečná. Míra distance médií od ostatních sociálních a politických struktur je velmi důležitou proměnnou a změny, které jsme zařadili pod nálepku homogenizace můžeme také interpretovat ve světle teorie diferenciací: Politické strany a sociální a politické skupiny, které kdysi převzaly řadu sociálních funkcí včetně řízení velké části procesu sociální komunikace, postoupily řadu těchto funkcí dalším institucím včetně systému masových médií, který je ve vztahu k nim stále autonomnější. Nicméně

se domníváme, že v souladu s názory teoretiků, jako jsou Habermas či Bourdieu, zároveň dochází k procesům „dediferenciací“. Nejdůležitějším z takovýchto procesů je proces komercializace, který sice může urychlovat distanci médií od politických institucí, ale podřizuje je logice trhu a korporátního boje za podíl na trhu a často snižuje autonomii novinářů a dalších komunikačních profesionálů. Tím, jak jsou média stále nezávislejší na politických institucích, snižuje se jejich distance od institucí ekonomických. Jak jsme uvedli, tento posun nastoluje důležitou otázku týkající se moci a demokracie, kterou zde nemůžeme adekvátně zodpovědět: Vede posun k liberálnímu modelu zároveň k otevřenějšímu a rovnoprávnějšímu toku informací, která by byla způsobena ztrátou kontroly politických skupin nad mediálním systémem, nebo vede k jejímu opaku, způsobenému téměř výhradní kontrolou, kterou nad médií mají podnikatelské subjekty a situace, kdy o vývoji médií rozhodují spíše peníze spotřebitelů, investorů a inzerentů než volba občanů?

Doufáme, že jsme nastílnili potenciál metodologického přístupu srovnávací analýzy a potřebu mnohem rozsáhlejšího výzkumu této oblasti. Může se to zlást samozřejmě, jelikož ambice komparačního komunikačního výzkumu se objevila již u Čtyř teorií tisku. Ovšem při psaní této knihy, pokud můžeme na chvíli přejít do italské *ny: abbiamo sperimentato sulla nostra pelle*, tj. „zažili jsme na vlastní kůži“ hodnotu srovnávacího výzkumu při řešení teoretické otázky vztahů mezi mediálními systémy a jejich sociálním a politickým kontextem pro pochopení dlouhodobějších změn mediálních systémů a pro prohloubení znalosti konkrétních národních mediálních institucí. Jak uvádí Bendix (1963:537), srovnávací analýza má „schopnost „vidět“ strukturu tím, že ji staví do kontrastu s jinou“. Analytici, kteří jsou ponořeni do jednoho mediálního systému, často zapominají na důležité vlastnosti systému, vlastnosti pro ně příliš známé, které vyniknou jen na kontrastu s pozadím. Zjevně se téměř nedovedou zabývat otázkou, která by odpovídala na to, proč se rozvinuly zrovna tyto konkrétní vlastnosti systému, a nikoli jiná řada vlastností. Srovnávací analýza je základním nástrojem, jak tímto omezením čelit.

Prezentovaná analýza je zatím provizorní, explorační a z řady ohledů limitovaná omezení dosažitelných výzkumů a databází, které z nich vzešly, stejně jako samotnou náročností zobecňování napříč mnoha komplexními případy. Doufáme, že další badatelé budou řadu navržených idejí následovat. Také očekáváme, že pokud se tak stane, ne vše, co jsme uvedli, se potvrdí jako úplná pravda a postačující popis.

Navrhujeme několik možností specifického typu srovnávacího výzkumu, který nám přijde obzvláště přínosný. Stále je nedostatek srovnávacích dat týkajících se obsahu médií, která by odhalila rozdíly nebo podobnosti v kritériích výběru zpráv, konvenčních reprezentace různých sociálních skupin a zájmů (uvádíme jako příklad zpravodajské obsahy, ale užitečná by byla také srovnávací analýza jiných žánrů mediálních obsahů, například reprezentace různých sociálních skupin nebo témat v zábavních televizních obsazích). Data se srovnávacími obsahy jsou vzájemně částečně z důvodu jazykové bariéry a většina těch, která jsou k dispozici, jsou popisná a koncepčně nedostatečná, často se zaměřují na informování o určitých konkrétních událostech a nezabývají se teoretickými otázkami souvisejícími s rozdíly mezi mediálními systémy. Srovnávací analýza mediálních obsahů navíc nemusí být kvantitativní povahy. Systematicky prováděná kvalitativní interpretativní analýza může mít přínos pro rozpoznání rozdílů v podobě prezentace zpráv.

Stále existuje nedostatek „etnografických“ studií médií, a to jak těch, které by se zabývaly jednou zemí, tak původních. Máme na mysli zejména výzkumy založené na terénním pozorování a rozhovorech o fungování mediálních organizací a/nebo jejich interakce s dalšími sociálními aktéry a institucemi.<sup>122</sup> Při výzkumech zpravodajských organizací dotazníkovým šetřením byla často využívána metoda pokládání srovnatelných otázek týkajících se jejich koncepce, role, hodnot apod. v řadě zemí. V oblasti těchto výzkumů je řada možností, ale z hlediska standardizace a replikace ve více zemích je to složitější. Byly by užitečné, ale náš výzkum ukazuje, že rozdíly v práci novinářů jsou ve skutečnosti větší než rozdíly v jejich odpovědích v rámci dotazníkových šetření, které jsou silně ovlivněny národními normativními požadavky a aspiracemi (samozřejmě i vliv těchto očekávání lze sledovat prostřednictvím etnografického výzkumu. Při rešerš literatury o „amerikanizaci“ jsme zjistili, že existuje relativně málo prací, které by sledovaly, jak k tomuto procesu konkrétně dochází – k jakým typům změn dochází při vzdělávání novinářů, jakým typům interakcí lze dospět mezi novináři jednotlivých zemí, odkud jsou zvaní konzultanti a k jakým školením atd.). Důležitý je způsob, jakým novináři a další pracovníci médií jednají v praxi – jak se rozhodují, zpracovávají informace, čelí tlakům, koordinují své činnosti – to lze dotazníkovým šetřením zkoumat

<sup>122</sup> Mezi takové studie patří práce Tuchmana (1978), Ganse (1979), Gätlina (1980), Pschilosua (1985), Schlesingera (1987), Semetka a kol. (1991), Pedeltyho (1995) a Essere (1998).

jen v omezené míře. Je těžké, byť si to lze představit, spustit podrobný terénní výzkum komparativním způsobem. Pro srovnávací analýzu mohou být užitečné i jednoduché případové studie, pokud jsou prováděny se znalostí dalších případů a s odkazem na pojmový rámec, který pramení ze srovnávací analýzy.

Srovnávací historický výzkum komunikace je žádoucí. Byli jsme šokováni tím, jak málo prací je k dispozici – alespoň co se týče anglicky psané literatury a literatury v dalších jazycích, kterou jsme mohli číst v originále – o historii stranického tisku, který byl pro naši práci důležitý kvůli tomu, že obvykle se příběh médií soustředí na komerční tisk. V pojednání o demokraticko-korporativistických zemích uvádíme, že dosažitelná literatura tvrdí, že se společné profesní standardy vyvinuly napříč komerčními i stranickými listy, což vedlo k tomu, že politický paralelismus existoval souběžně s vysokou mírou novinářského profesionalismu. Je pravděpodobně mnohem více aspektů, které je třeba prozkoumat pro přesnější popis, jak a proč k tomuto vývoji v některých zemích došlo, zatímco v jiných nikoli.

Konečně schází také větší množství případových studií pojednávajících o interakci médií s dalšími sociálními aktéry při informování o určitých typech události nebo témat. Takoveto studie mohou být ryze srovnávací, nebo může jít o jednotlivé případové studie navržené tak, aby byly srovnatelné se studii prováděnými v jiných zemích. Tento typ prací by se mohl zaměřit na volby (nejběžnější téma existujících výzkumů), na sociální hnutí, mediální události (výhodou je, že jsou běžným zájmem mediálního pokrytí v různých zemích) nebo určité typy témat či události – imigrace, stávky, skandály. Tento typ výzkumu je důležitý pro zkoumání otázky uplatňování moci, které je podle nás velmi podceňeno a přitom je podstatné pro normativní otázky, k nimž se komunikační badatelé nakonec často vrací: Studie by umožnily prozkoumat, které názory mohou vstupovat do veřejné sféry, kteří aktéři a instituce jsou schopni formovat proces diskuse a jak jsou tyto procesy ovlivněny strukturálními vlastnostmi mediálních systémů.

Všechny navržené způsoby analýzy mohou být samozřejmě různým způsobem kombinovány: Případová studie mediálních interakcí se sociálním hnutím může být také historického charakteru, který by například zkoumal způsob informování v období silného stranického tisku a v období, kdy komerční média byla dominantní.

Naše pojednání bychom rádi uzavřeli několika slovy o možnosti uplatnit analýzu na mediální systémy mimo západní Evropu a USA. Vědomě jsme se zaměřili na omezené množství různých mediálních systémů. Zavrhlí jsme univerzalistický přístup typický pro *Čtyři teorie tisku* a doufáme, že naše studie nebude využívána stejným způsobem, tedy jako soustava kategorií aplikovaná na systémy, které se vyvinuly ve velice odlišných kontextech způsobem, který by nám ve skutečnosti zabraňoval analyzovat další systémy v jejich vlastní perspektivě a porozumět jejich odlišné logice. Zároveň doufáme, že naše práce bude užitečná pro badatele, kteří pracují v jiných mediálních systémech, jako obecný příklad jak přemýšlet o vztahu mediálních a politických systémů a jako sada modelů, proti nimž mohou být vystaveny jiné.

Máme určitou prozatímní představu, jaký by mohl být vztah našich tří modelů k dalším systémům. Liberální model bude samozřejmě relevantní pro studium většiny z nich, částečně z důvodu jeho velkého globálního vlivu a také z důvodu dalšího šíření struktury a myšlenky liberálních médií neoliberalismem a globalizací. Zřejmě je relevantní zejména pro pochopení systémů Latinské Ameriky, které byly silně ovlivněny severoamerickým modelem, a snad také pro asijské systémy, jež nabývají silně kapitalistického charakteru. Liberální principy jsou samozřejmě v obou případech zásadním způsobem modifikovány, mimo jiné silnou rolí státu. Předpokládáme, že demokraticko-korporativistický model bude velmi relevantní pro analýzu části východní a střední Evropy, která sdílí podobný historický vývoj, jako jsou Polsko, Maďarsko, Česká republika, Slovensko a pobaltské země. Může být určitým způsobem relevantní také pro analýzu asijských systémů, které s demokraticko-korporativistickými zeměmi sdílejí relativně kolektivistickou politickou kulturu.<sup>123</sup>

I když liberální model mediálním studiím dominuje a slouží jako základní normativní model, s nímž byly tradičně poměřovány další mediální systémy, je to nejspíše model polarizovaného pluralismu, který je mnohem lépe aplikovatelný na další systémy jako empirický model vztahu mediálních a politických systémů. Předpokládáme, že badatelé z mnoha částí světa – východní Evropy a bývalého Sovětského svazu, Latinské Ameriky, Blízkého východu a celého středomořského

<sup>123</sup> Například německé mediální právo má zřejmě významný vliv na mediální právo některých asijských zemí (např. Youm, 1993); není pochyb, že existují podobnosti mezi hegelovským a konfucianským pojetím státu.

regionu, Afriky a většiny Asie najdou v naší analýze jižní Evropy řadu relevantních prvků včetně role klientelismu, silné role státu, role médií jako nástroje politického boje, omezeného rozvoje masového tisku a relativně slabých společných profesních norem.

Zároveň se domníváme, že v každém případě je potřebná zásadní úprava našich modelů pro možnost jejich aplikace, jelikož mohou sloužit zejména jako inspirace pro vytváření nových modelů zakládajících se na výzkumu specifických politických a mediálních systémů.