

---

# **Systémy médií v postmoderním světě**

---

**Daniel C. Hallin, Paolo Mancini**

---

Tři modely médií a politiky

---

Hallin, Daniel C.

Systémy médií v postmoderním světě / Daniel C. Hallin a Paolo Mancini ; [z anglického originálu ... přeložil Tomáš Trampota]. -- Vyd. 1. -- Praha : Portál, 2008. -- 368 s.  
Název originálu: Comparing media systems  
[ISBN 978-80-7367-377-2 (váz.)]

359.3:32 \* 659.3:351.85 \* 342.5

· masmédia a politika  
· mediální politika  
· politický systém  
· srovnávací studie

359 - Reklama. Public relations. Média [4]

## Obsah

O vztahu médií a politiky v komparativní perspektivě.....	9
Kam patří česká média?.....	15
Předmluva autorů.....	25

### KAPITOLA 1

Úvod.....	29
Proč srovnávací analýza?.....	30
Rozsah studie.....	34
Dědictví Čtyř teorií tisku.....	36
Modely mediálních systémů.....	39
Potřebujeme normativní teorie médií?.....	41
Omezení dat.....	44
Rozvržení knihy.....	45

### KAPITOLA 2

Srovnávání mediálních systémů.....	49
Struktura mediálních trhů – vývoj masového tisku.....	50
Politický paralelismus.....	54
Politický paralelismus, řízení a regulace vysílání.....	58
Profesionalizace.....	61
Role státu.....	69
Shrnutí.....	72

### KAPITOLA 3

Politický kontext mediálních systémů.....	75
Provázanost s ekonomickými faktory.....	76
Role státu.....	78

Úvodní anglické vydání:  
 Syndicate of the Press of the University of Cambridge, England  
 Comparing Media Systems  
 © 2004 Daniel C. Hallin and Paolo Mancini

České vydání:  
 Translation © Tomáš Trampota 2008  
 © Portál, s. r. o., Praha 2008

ISBN 978-80-7367-377-2

## O vztahu médií a politiky v komparativní perspektivě

Jan Jirák  
Tomáš Trampota<sup>1</sup>

Studium takzvaných masových médií, tedy periodického tisku (novin a časopisů) a rozhlasového i televizního vysílání, patří mezi klíčová témata studia současných společností. Masová média jsou zkoumána z mnoha perspektiv a v celé řadě kontextů – jako relativně autonomní oblast s vlastní historií a imanentním vývojem, jako součást sociálních dějin, jako kulturní projev nebo jako zvláštní sociální instituce vstupující do interakce s jinými institucemi. Proto se médií – jejich rolí, vývojem, vlivem a významem – zabývá několik oborů a jako téma se objevují v řadě sociálních a politických teorií. Význam médií v moderních industriálních a postindustriálních společnostech stoupl natolik, že vedl k ustavení vlastních „teorií médií“ (např. sociologické teorie masové komunikace) a nakonec ke vzniku sociálněvědního oboru, který si média a mediální komunikaci klade za předmět svého zájmu (dnes je tento obor často označován jako „mediální studia“).

<sup>1</sup> Úvod vznikl jako součást prací na řešení výzkumného záměru UK FSV: MSM0021620841 Rozvoj české společnosti v EU: výzvy a rizika, respektive jeho dílčího tématu „Medializace veřejného života a rozhodování“.

Oborové osamostatnění studia médií v rámci humanitních a sociálních věd ale neznamená, že se studium médií izoluje a soustřeďuje pouze na vnitřní vývoj médií a popis a výklad jejich stavu, chování a proměn. Masová média zůstávají v zorném úhlu zkoumání historických, sociologických, politologických, psychologických i filologických. Tato skutečnost je výmluvným dokladem, jak zásadní roli média hrají – s jejich existencí, kulturotvorným vlivem a vřadypřítomnou sociální praxí se musí dříve či později začít vyrovnávat každý obor zabývající se člověkem, společností, kulturou nebo uměním.

Vzhledem k tomu, že masová média se v procesu modernizace stala významným projevem politického života společnosti (v jistém smyslu jsou dokonce institucí svobody projevu jako základního lidského práva), patří mezi ústřední témata analýzy současných demokratických společností i výklad vztahu mezi médií dané společnosti a jejím politickým životem. Zájem o média (původně pochopitelně „tisk“) a jejich roli při konstituování politiky i při formování běžného politického provozu se táhne od Johna Miltona přes intelektuály Velké francouzské revoluce a emancipační snahy „probouzejících se“ moderních evropských národů v 18. a 19. století pokusy o nastolení systému totální propagandy a demokratizační revolty proti nim (Pražské jaro) až po společensko-ekonomické a politické zvraty (rok 1989), které přinesla druhá polovina 20. století. Otázka svobody a „nezávislosti“ médií jako indikátoru „zdraví“ politického života byla vždy jedním z klíčových témat, požadovaných (a emocionálně prožívaných) společenskými elitami i širokou veřejností. Rozhodujícím argumentem přitom zpravidla bylo především emancipování jedné z klíčových funkcí masových médií, totiž žurnalistiky, jako konstitutivního výrazu veřejného a politického života společnosti a instituce kritiky a neformální korekce politického rozhodování v demokraticky uspořádaných politických poměrech.

Mnozí autoři se v průběhu druhé poloviny 20. století různým způsobem pokusili i vyloužit a analyzovat vztah médií a politického života společnosti. Mezi základní otázky, na něž hledali odpovědi, patřily především analýza vlivu médií na politické dění a opačně analýza vlivu politických poměrů na média. Demokratické společnosti vycházejí z normativního předpokladu, podle něhož jsou média skutečně insti- tuční svobody slova, zastupují občana a veřejnost v interakci se světo- volí moci, trhu i byrokracie. Jednotlivé přístupy a autoři, kteří se věnují vztahu médií a politiky pak řeší především (a) proces ustavování této role médií, (b) její praktické naplňování v konkrétních sociálních podmínkách na pozadí normativních představ a (c)

příčiny a okolnosti nenaplnění této role. Tyto tři roviny zkoumání se vzájemně prolínají, inspirují a popírají – zpravidla v závislosti na konkrétních historických a společenských podmínkách a okolnostech.

Mezi významná témata této oblasti studia vztahu mezi médií a politikou patří výklad role médií při ustavování veřejného prostoru pro politickou debatu. Vlivné řešení nabídl německý filozof Jürgen Habermas, řazený k mladší generaci Frankfurtské školy, která se vyznačovala zřetelně kritickým postojem ke komercializovaným společnostem organizované modernity. Ve své disertační práci z roku 1960 o ustavování veřejnosti v období rané modernity a její proměně v dalším vývoji (Habermas, 2000) upozornil na to, že média jako instituce svobody projevu a veřejné diskuse postupem času ztrácejí toto postavení a podílejí se fakticky na kolonizaci veřejného prostoru ekonomickou a politickou elitou a na prolongaci *zdání*, že původní role médií zůstává zachována tak, jak se ustavila vývojem.

Konstitutivní roli médií se snaží analyzovat i Anderson, který uvažuje o tom, že (také) díky médiím vzniká moderní národ jako „imaginární politické společenství“ (Anderson, 2003). Anderson přisuzuje v procesu identifikace s národem zásadní význam rozvoji novin (a také románů).

Výrazně normativní přístup vykazuje publikace *Čtyři teorie tisku*, která vyšla ve Spojených státech v polovině padesátých let minulého století (Peterson, Schramm a Siebert, 1956). Tento – rozsahem nevelký – soubor čtyř studií vztahu mezi médií („tiskem“) a politickým uspořádáním, napsaný a vydaný v době tuhého mccarthismu, představuje fakticky mistrovskou obhajobu liberálnědemokratického modelu řešení vztahu mezi médií a politikou (libertariánská teorie), v němž garantem odpovědného chování vůči společnosti jsou média sama při zachování své autonomie (teorie sociální odpovědnosti). Jiné – nedemokratické – způsoby řešení tohoto vztahu jsou buď vývojově starší a mají naději se v liberálně demokratické vyvinout (autoritářská teorie), nebo jsou jejich svévolným popřením (sovětská teorie). Tento výklad, který zřetelně považuje demokracii v její poválečné podobě za vrchol dosa- vadního vývoje společnosti, si vysloužil řadu korekcí a kritik. Autoři věnující se roli médií ve společnosti se snažili poukázat na příliš paušální, redukcionistické, etno- centrické a schematické řešení vztahu mezi médií a politikou, které se ve *Čtyřech teoriích tisku* projevují, a nabízeli více modelů, aby pokryli i skutečnost, že média mohou i v podmínkách organizované modernity podporovat účast jednotlivých občanů na politickém životě (demokraticko-participační teorie) a že v podmínkách

rozvojových zemí mohou přispívat k modernizaci, aniž získají plně liberalizované postavení (rozvojová teorie, viz McQuail, 1992, podobně také Altschull, 1995, který ve své době prostě konstatoval, že existují modely vztahu médií a společnosti typické pro „první svět“ rozvinutých západních zemí, pro „druhý svět“ sovětské sféry a pro „třetí svět“ rozvojových zemí). Atmosféra studené války a pregnantní stylistika a argumentace *Čtyř teorií tisku* přesto udělaly z této publikace jeden ze základních titulů vysokoškolské přípravy budoucích novinářů v západní Evropě a Spojených státech od šedesátých do devadesátých let 20. století.

Další autoři, např. Blumler a Kavanaugh (1999), si v diachronní, vývojové perspektivě všimají, jak se měnil vztah mezi médií a politikou a v poválečném vývoji nacházejí tři odlišitelné etapy. První etapa pokrývá první dvě poválečné dekády a vyznačuje se poměrně velkou důvěrou v politické instituce, sílu stranického systému a orientaci politického systému a jeho představitelů na řešení podstatných problémů. Média k těmto problémům přistupovala se značnou dávkou uvážlivosti a přijímala je. Na počátku šedesátých let přešel vztah mezi médií a politikou do nové etapy vyznačující se tím, že televize zaujala pozici dominantního média politické komunikace, zatímco věrnost voličů vůči politickým stranám začala slábnout. Televize jednak „vtáhla“ do politické komunikace nevidané množství lidí, jednak jako historicky „nestranické“ médium narušila vztah mezi politickou stranou a jejím elektorátem, podporovaným do té doby stranickým tiskem. Politikům začalo připadat, že nejdůležitější je oslovit voliče prostřednictvím televizních zpráv, a začali se do nich prosazovat a současně přizpůsobovat jejich „logice“. Třetí etapa přichází s rozšířením nabídky televizních programů, vznikem specializovaných zpravodajských kanálů a dalšími mediálními projevy příznačnými pro současnost. V této etapě se politická komunikace (tedy faktický vztah politiky k médiím) výrazně profesionalizuje a politici jsou podle Blumlera a Kavanagha stále více závislí na odborném mediálním poradenství a dovednostech, které jsou zaměřeny na zvládnutí a využití médií a jejich tlaku, a prostředí politiky se stále více mění v arénu soupeřů bojujících o přízeň a sympatie mediálního publika.

Zvláště poslední dvě dekády 20. století, v nichž prodělala v demokratických společnostech nebyvalý rozmach komercializace deregulovaného televizního vysílání, naznačují nápadný nárůst kritických úvah o roli médií, sahající od kritického ledování vlivu mediální produkce na (spíše tradičně pojímanou) politiku (Gittlin, 1980; Patterson, 1993) po sledování možného zásadního vlivu médií na politický

provoz vedoucí až k úvahám o podílu médií na vzednuté vlně pravcového neopulismu, kterou někteří autoři spojují s „mediogenními“ vůdci lepenovského či haiderovského střihu (Mazzoleni, 2003).

Svébytnou kapitolu v literatuře věnující se vztahu mediální komunikace a politického života společnosti představují tituly věnující se studiu role médií při přechodu z jedné politické formace do jiné. To se týká například transformace společnosti (a tedy i médií) po roce 1989 v zemích bývalého „východního bloku“. Tato transformace byla svým způsobem jedinečná v tom, že se v jednom relativně krátkém časovém období společnosti vyrovnávaly s velmi různými historickým, společenským a kulturním zázemím se značně jednostranným „zadáním“ – transformovat média tak, aby se stala součástí směřování k demokratičtějšímu poměru. Tato role médií jako součást procesu demokratizace probíhala a posléze vyústila do velmi odlišných výsledků (komplikovaných ještě tím, že „demokratická“ média západního světa, která vytvářela jakýsi vzor transformačního procesu, se sama vyrovnávala s proměnami, o nichž uvažují Gittlin, 1980; Patterson, 1993 nebo McChesney, 1999). Řada autorů se snaží o výklad této transformace a modeluje její průběh ve vztahu k tradici veřejného života dané společnosti, k politickým a ekonomickým podmínkám, včetně zájmu investorů a jejich víry v trvalost výsledků transformace, či k dějinám státotvorného uspořádání (stov. Jakubowicz, 2007; Paletz a Jakubowicz, 2003; Pri-ce, Rozumilowicz a Verhulst, 2002).

Při „řešení“ vztahu mezi médií a politikou se autoři dělí (kromě rozlišení na optimisty zdůrazňující demokratizační potenciál médií a pesimisty spatřující ve vlivu médií spíše riziko devastace demokratické politiky) na ty, kteří přisuzují dominantní roli médiím a sledují více vliv médií na politiku, a na ty, kteří spatřují dominanci na straně politiky a všimají si více vlivu politiky na média. Mezi první můžeme počítat již zmíněného Mazzoleniho či Pattersona (ale také Meyera, 2002 nebo českým čtenářům známého Meyrowitze, 2006), k druhým patří např. Chomsky s Hermanem (1988) nebo již připomenutí Gittlin či McChesney. Současně se objevuje celá řada autorů, kteří si všimají jednotlivých důsledků proměny vztahu mezi médií a politikou, především podřízení politiky tzv. mediální logice (Altheide, 2004) a dále postupující profesionalizaci politické komunikace (např. Negrine, Mancini, Holtz-Bacha a Papathanassopoulos, 2007).

Na výzkumnou a myšlenkovou žehť osmdesátých a devadesátých let 20. století, která se týkala západních, tedy demokratických zemí, zásadním způsobem navá-

zala snaha dvojice autorů Hallin a Mancini monografií *Comparing Media Systems*, kterou zde předkládáme čtenářům v českém překladu. Tato kniha také řeší vztah mezi médií a politikou, ale nikoli jako vztah konfliktního či konsenzuálního spo-lubytí nebo determinace z jedné či druhé strany, nýbrž jako výsledek historického vývoje, který ve společnosti nabývá *systémové* podoby. Autoři si položili otázku, nakolik a jak ovlivňuje podobu vztahu mezi médií a politikou konkrétní historická, politická a kulturní situace daného společenství, a ve srovnávací perspektivě se pokoušeli hledat rozdíly a podobnosti mezi jednotlivými zeměmi. Zvolili nejvyšší možnou jednotku poznání a zabývají se celými mediálními krajinami, které kopírují hranice národních celků. Na základě poznatků z řady dílčích výzkumů srovnali 18 mediálních systémů „západní Evropy“ a Severní Ameriky.

Hlavní perspektivou knihy je snaha o rozkrývání vztahů mediálního systému a politického systému jednotlivých zemí ve vývojové perspektivě a srovnání získaných zjištění v současném stavu. Usiluje tedy o kombinaci synchronního a diachronního pohledu (který je završen snahou nastínit možný budoucí vývoj mediálních systémů). Dáří se jí tak do určité míry eliminovat slabiny strukturálně systémového přístupu k mediálním systémům, tj. zafixování analyzovaného systému v jednom historickém momentě, jako by nedocházelo k jeho vývojové proměně. Poměrně vysoká míra abstrakce a metoda komparace přitom autorům dovolily nabídnout pokus o zobecnění v podobě nacházení podobnosti mezi jednotlivými zeměmi a následně i typologii mediálních systémů (rozuměj vztahů mezi médií a politikou) přes hranice jednotlivých států. Výsledkem jsou tři navržené modely vztahu mediálního a politického systému: (a) středomořský model vyznačující se silně polarizovaným pluralismem a poměrně pozdním nástupem demokracie příznačným pro Španělsko, Portugalsko, ale také Itálii, (b) severostředoevropský model s korporativistickým přístupem k médiím i politice typickým pro Německo a Rakousko, ale také skandinávské země a (c) liberální model s komerčním pojetím médií, jaké lze vysledovat ve Velké Británii a Spojených státech. Tento třetí model, upozorňují Hallin a Mancini, postupem času nabývá vrchu a mediální systémy zemí s odlišným vývojem médií mají tendenci k němu v současnosti konvergovat.

Knihla *Comparing Media Systems* vzbudila od svého prvního anglického vydání v roce 2004 velkou pozornost mezi odbornou veřejností a ovlivnila současný systémový pohled na média. Lze ji považovat za knihu, která v současné době tvaruje paradigma této oblasti zkoumání a je velmi důležitým textem pro všechny, kteří se

medií zabývají. Je postavena na syntéze rozsáhlého množství faktů o zkoumaných mediálních systémech, jejich jednotlivých typech médií (veřejné služby, komerčních) i konkrétních médiích.

## Kam patří česká média?

Při čtení textu se český čtenář neubrání otázce, nakolik se s klíčovými charakteristikami jednotlivých modelů vyrovnávají česká média – kam na základě historického vývoje a současného stavu česká média jako systém patří a jaké základní charakteristiky tento systém vykazuje. Hallin a Mancini se zabývají, jak jsme již připomněli, jen „západní“ částí Evropy a utvrzují tak dnes již neopodstatněnou hranici vycházející zejména z historického vývoje druhé poloviny 20. století (do roku 1989). Jako jeden z možných důvodů se nabízí skutečnost, že studium české mediální krajiny (podobně jako polské, maďarské, slovenské a dalších „východoevropských“ zemí) dosud neshromáždilo dostatečné množství metodicky ukotvených dat a poznatků k prvkům mediálních systémů, kterými se autoři zabývají, a nenabídlo je v dostupném světovém jazyce. Pokoušet se jednoznačně umístit český mediální systém mezi tři modely navržené Hallinem a Mancinim je tak velmi nesnadné a lze se o něco takového snažit převážně jen na základě útržkovitých dat a málo podložených dohadů a hypotéz.

Hallin a Mancini poukazují na skutečnost, že tři uváděné modely představují uskupení geograficky si blízkých zemí, které byly historicky v intenzivním kulturním kontaktu. To by napovídalo, že český mediální systém bude vykazovat charakteristické rysy modelu demokraticko-korporativistického neboli modelu severostředoevropského, do kterého autoři řadí i sousední Německo a Rakousko, s nimiž měla naše země v novověku intenzivní (nejen) kulturní kontakt (v případě Rakouska dokonce sdílela souměřitelnost k jednomu státnímu celku).

Historický vývoj českých médií skutečně řadu charakteristických rysů tohoto modelu vykazuje – váhavý rozvoj masového a bulvárního tisku, velký význam stranického tisku apod. Současná situace českých médií je ale zřetelně odlišná. Historický nános demokraticko-korporativistického modelu oslabil vývoj druhé poloviny 20. století. Na rozdíl od velké části Německa (bývalého Západního Německa) a Rakouska se naše země ve druhé polovině 20. století dostaly do sféry

mocenského vlivu Sovětského svazu, což s sebou přineslo jinou, „leninskou“ doktrínu o roli médií. Ta chápe média jako nástroj řízené práce s veřejným míněním („uvědomování mas“), podřizuje je kontrole a buduje jako centralizovaný systém. Období nedemokratického režimu během 20. století je vlastností charakteristickou spíše pro středomořského model nežli pro polarizovaného pluralismu a pro země s přechodem od diktatury k demokracii a s pozdním nástupem demokracie, jako jsou Španělsko či Portugalsko (určitou podobnost s těmito zeměmi můžeme najít i v takzvané divoké deregulaci médií po příchodu demokracie, pod kterou bychom mohli zařadit například způsob privatizace některých deníků, viz Benda, 2007).

Uvažujeme-li tedy o tom, k jakému modelu se blíží systém českých médií v první dekádě 21. století, musíme mít na paměti, že (a) starší vývoj médií do roku 1938 dal vzniknout modelu s výraznými rysy demokraticko-korporativistickými, (b) tento vývoj byl narušen nejprve druhou světovou válkou a po krátké renesanci demokratických poměrů opět po roce 1948 a (c) transformace médií po roce 1989 se odehrávala v podmínkách silného vlivu liberálního modelu v celé západní Evropě – silnějšího do té míry, že se pro země, které procházely procesem demokratizace, stal v podstatě jediným „viditelným“ vzorem. Jak dokládají naděje z let 1967 a 1968 zmařené intervencí vojsk Varšavské smlouvy, média byla jako instituce svobody projevu a demokratického veřejného života v české společnosti živá a na přelomu osmdesátých a devadesátých let se opět přihlásila ke slovu. Přesto je zřejmé, že tato tradice se v českém prostředí nakonec neprosadila a vrchu nabýly rysy, které přibližují systém českých médií atlantskému, vysoce komercializovanému modelu.

Pojďme se pokusit charakterizovat systém českých médií na základě některých parametrů, s nimiž Hallin a Mancini pracují při modelování jednotlivých typů mediálních systémů. Za základní ukazatele srovnání mediálních systémů si zvolili vývoj mediálních trhů s důrazem na výrazný, nebo nepatrný vývoj tisku s masovým nákladem; politický paralelismus, tedy stupeň a povahu propojení mediálních systémů s politickou sférou, vývoj novinářského profesionalismu a míru a charakter státních zásahů do mediálního systému.

Hallin a Mancini pracují s indexem výše nákladu tisku přepočteného na tisíc obyvatel. České deníky dosahují průměrného celkového prodaného nákladu 1574 tisíc výtisků (údaje auditovaného nákladu za prosinec 2007 podle společnosti

ABC)? To představuje v přepočtu na celkový počet obyvatel (v roce 2007 představující 10 349 tisíc<sup>2</sup>) celkem 152 výtisků na tisíc obyvatel. To je více, než kolik vykazuje Řecko, Portugalsko, Itálie a Španělsko jako země středomořského modelu (nejvyšší náklad 129,4 výtisku na tisíc obyvatel), ale zároveň méně, než je tomu u zemí liberálního modelu a výrazně méně než u modelu demokraticko-korporativistického<sup>4</sup>. Při zvažování tohoto ukazatele by tedy systém českých médií spadl mezi jižní model polarizovaného pluralismu na jedné straně a další dva modely.

Z hlediska rodového rozložení každodenních čtenářů novin platí, že alespoň jeden deník denně čte v průměru 4235 tisíc lidí starších 12 let, z toho 2177 tisíc mužů, což představuje 50,4 % mužů, a 2058 žen, tedy 46 % ženské populace<sup>5</sup>. Z hlediska rodové podmíněnosti čtení denního tisku tak dosahují české deníky indexu 1,10 (poměr podílu mužů a žen), což je rodově výrazně vyváženější než u zemí středomořského modelu (s výjimkou Francie), mírně nižší než u většiny zemí liberálního, atlantského modelu a velmi blízké těm zemím demokraticko-korporativistického modelu, které vykazují největší rodovou disproporci v rámci svého modelu (Švýcarsko 1,08; Rakousko 1,07; Dánsko 1,06). Při určité míře zobecnění tak z hlediska tohoto ukazatele leží česká mediální krajina mezi liberálním modelem a modelem demokraticko-korporativistickým (kterému je zřetelně blíže).

Hallin a Mancini také srovnávají každodenní sledování televizních zpráv a čtení novin. Televizní zpravodajství sleduje v českém prostředí průměrně 46,8 % (4064 tisíc) obyvatel starších 15 let, zatímco noviny čte v průměru 48,1 % obyvatel starších 12 let (4235 tisíc). Vztah mezi sledováním televizního zpravodajství a čtením novin reprezentuje index 0,97. To představuje nejslabší pozici televize ze všech sledovaných zemí a celkem ojedinělou dominanci novin nad televizí (ta se objevuje pouze ve Švédsku)<sup>6</sup>.

S ohledem na politický paralelismus lze i u českých médií nacházet jistou implicitní politickou inklinaci deníků. Ta se může projevat výběrem témat a aktérů a odlišnou možností přístupu představitelů jednotlivých ideových proudů do jejich obsahu.

<sup>2</sup> Údaj je uveden včetně regionálních deníků, bulvárních deníků a deníku *Sport*.

<sup>3</sup> Počet obyvatel k 30. září 2007 podle údajů Českého statistického úřadu. [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

<sup>4</sup> Nicméně slabinou tohoto srovnání je, že srovnáváme česká data za rok 2007 s daty za rok 2000 uváděné Hallinem a Mancinim.

<sup>5</sup> Zdroj dat: Media projekt 1. 7.–17. 12. 2007.

<sup>6</sup> Na místě je otázka vlivu odlišné metodiky, kterou bylo dat dosaženo.

Politickou inklinací lze předpokládat, byt k zařazení jednotlivých deníkových titulů na línii pravice-levice nemáme k dispozici adekvátní data podpořená výzkumem obsažných deníků. Určitý paralelismus můžeme vyvodit spíše ze stranění publik medií, patrného zejména u čtenářů denního tisku. Zde můžeme podobně jako Hallin a Mancini určitější mediální vývoj na pomyslné ose pravice-levice odvozeně ze struktury jejich čtenářů a toho, ke kterým politickým proudům se hlásí. Z vycházejících českých celostátních deníků je z hlediska struktury čtenářů nejvýrazněji napravo deník *Hospodářské noviny* (v prvním pololetí 2007 se k orientaci napravo od středu přihlásilo více než 58 % jejich čtenářů<sup>7</sup>), což souvisí i s jeho specifickým zaměřením zdůrazňujícím ekonomická témata. Z hlediska všeobecných titulů se nejvíce napravo řadí deník *Mladá fronta Dnes* (k orientaci napravo od středu se přihlásilo přes 42 % čtenářů<sup>8</sup>) a *Lidové noviny* (v roce 2005 se k orientaci napravo od středu přihlásilo 42 %). Nicméně z přihládnutí k obsahovým parametrům se může zdát, že jsou *Lidové noviny* obsahově pravivější než *MfD* (a to jak z hlediska vyznění jejich komentářů, tak z hlediska domácího zpravodajství), nicméně z tomuto tvrzení nemáme k dispozici data získaná patřičným výzkumem a pohybujeme se na pouhé *common sense* rovině. Středopravým deníkem je z hlediska struktury čtenářů titul *Blesk* (ke středové orientaci se přihlásilo 48 % čtenářů, zatímco k orientaci napravo od středu přes 33 %<sup>10</sup> a nalevo od středu téměř 18 % čtenářů<sup>11</sup>). K levicové straně spektra pak patří deník *Právo*, ačkoli strukturou čtenářů se řadí spíše ke středolevé pozici (ke středové orientaci se přihlásilo přes 40 % jeho čtenářů a k orientaci nalevo od středu přes 39 %<sup>12</sup>). Jeho skutečné postavení při ohlednění obsahu může být ale o něco levicovější vzhledem k potenciální silnější neochotě čtenářů/voličů hlásit se k levicovému směřování, než je tomu u čtenářů inklinujících k pravici<sup>13</sup>.

<sup>7</sup> Zdroj: MML-TGI ČR.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> *Ibid.*

<sup>10</sup> Což ve srovnání s daty roku 2005 ukazuje určitý nárůst (z 25 %), a tedy mírný posun doprava.

<sup>11</sup> Zdroj: MML-TGI ČR.

<sup>12</sup> I zde je ve srovnání s daty z roku 2005 patrný jistý posun blíže ke středu (v roce 2005 se k orientaci „nalevo od středu“ hlásilo 45 %, tedy o 6 % čtenářů více).

<sup>13</sup> Můžeme předpokládat, že zde dochází k podobnému zkreslení jako u předvolebních výzkumů.

Vzhledem k organizačnímu propojení medií a politických stran je politický paralelismus českých medií zřejmě slabší, než je tomu ve většině systémů středomožského modelu. Organizační propojení medií a politiky je aktuálně spíše výjimkou a z hlediska denního tisku se týká jen deníku *Haló noviny*<sup>14</sup>, které nemají na deníkovém trhu silné postavení. V porevolučním vývoji se sice objevily snahy některých stran spustit deník s určitým napojením na jeho organizační strukturu, ale skončily komerčním neúspěchem. Šlo zejména o titul *Denní telegraf* (přejmenovaný z původního *Telegraf*<sup>15</sup>) vycházející pod tímto názvem od ledna 1994. V tu dobu ho spoluvlastnila Občanská demokratická strana (Benda, 2007). Z tohoto ohledu se česká média blíží spíše modelu demokraticko-korporativistickému. Nicméně to může být výsledkem obecného trendu postupného zanikání takového organizačního propojení, o němž Hallin a Mancini mluví. Z historického hlediska totiž byly vazby medií na politické organizace i v českém prostředí běžnější, a to jak v meziválečném období první republiky, tak v poválečném období (nicméně z jiných důvodů). Zde je vývoj poznamenán odlišným modelem vlivu českých medií během totalitního režimu, kdy byly deníky spojeny s politickými organizacemi Národní fronty (*Rudé právo* s Ústředním výborem Komunistické strany Československa, *Mladá fronta* se Socialistickým svazem mládeže, *Lidová demokracie* s Československou stranou lidovou, *Svobodné slovo* s Československou stranou socialistickou atd.), což většinou otevřeně proklamovaly na svých titulních stranách. To ovšem z hlediska obsahu těchto deníků pravděpodobně neznamenal polarizovaný pluralismus (ve významu užívaném Hallinem a Mancinim) a širší spektrum jejich ideového směřování charakteristické pro země středomožského modelu, jako jsou například Španělsko a Portugalsko. Lze konstatovat, že takzvaný stranický paralelismus se v současných českých médiích neprojevuje. Z hlediska dalšího možného zdroje politického paralelismu ideového směřování novinářů máme pro českou mediální krajinu jen omezená data. Nicméně ta ukazují na spíše k pravici tihnoucí orientaci českých novinářů: „Více než polovina [novinářů] zvolila na desetibodové škále (1 levice / 10 pravice) přinejmenším hodnotu 7 (medián 7, průměr 6,54, modus 8).

<sup>14</sup> *Haló noviny* začala v červnu 1991 vydávat společnost FUTURA založená Komunistickou stranou Československa (Benda, 2007).

<sup>15</sup> Deník se shodným jménem se objevil již o dva roky dříve (později se transformoval na *Metro-politní telegraf*) a mezi společníky jeho vydavatelské společnosti patřil Miroslav Macek (Benda, 2007).



Diferencovanější rozlišení ukazuje, že 56 % dotázaných se hlásí k čisté pravici (hodnoty 7–10), necelá pětina (17 %) deklarovala středolevicovou orientaci (hodnota 5) a 15 % čistě levicové zaměření (1–4). K pravému středu (hodnota 6) se hlásilo 12 % novinářů.“ (Volek a Jiráček, 2006)

Jak uvádějí Hallin a Mancini, politický paralelismus úzce souvisí se dvěma zpusob, jak média pracují s různorodostí názorových proudů, s *externím* a *interním* pluralismem. V tomto ohledu lze tvrdit, že pro česká vysílací média (podobně jako například pro Německo a další případy demokratického korporativismu) je typický interní pluralismus, který se v určité míře projevuje i ve znění zákona, zejména zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání (především jde o odstavce 2<sup>16</sup> a 3<sup>17</sup> části páte, hlavy I Práva a povinnosti při vysílání programu). Ačkoli je u tištěných médií situace odlišná a u některých českých deníků by podrobnější výzkum určité straně zřejmě zaznamenal, o externím pluralismu ideálního typu pramenícího z provázání jednotlivých médií s jednotlivými ideovými proudy zřejmě nelze hovořit.

Z hlediska jednotlivých prvků profesionalizace novinářů v České republice bohužel nemáme k dispozici relevantní data týkající se zejména jejich autonomie v rámci mediálních organizací i v rámci vztahů k vlastnickým médiím a k politickým tlakům a případným tlakům zadavatelů inzerce. V tomto ohledu nám stále chybí výzkum, který by studoval podmínky práce českých novinářů a jejich vnímání vlastní autonomie a tlaků, jež ovlivňují výsledky jejich činnosti.

Z hlediska vlastních profesních norem se na jejich ustavení a upevnění podílí vzdělávání novinářů, které má v české mediální krajině dlouhou historii s nepřehlédnutelnými kroky k institucionalizaci, která sahá až k založení Svobodné školy politických nauk v roce 1928 (Kópplová a Jiráček, 2004). Zejména po roce 1989 díky novým vzdělávacím institucím nabídka pro zájemce o mediální obory značně

<sup>16</sup> „(2) Provozovatel vysílání poskytuje objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů. Názory nebo hodnotící komentáře musí být odděleny od informací zpravidla charakteru.“

<sup>17</sup> „(3) Provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivní a vyváženosti, a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně znevýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.“

vzrostla<sup>18</sup>. To může souviset s atraktivitou práce v médiích a může paradoxně přispívat nejen k upevnění profesních norem žurnalistiky, ale i k jejich rozvolňování.

Důležitou součástí upevňování profesních norem jsou vlastní kodexy jednotlivých mediálních organizací<sup>19</sup>. Zejména u zavádění interních etických kodexů můžeme zaznamenat určitý posun od počátku devadesátých let k postupné potřebě některých médií k vlastní samoregulaci<sup>20</sup>.

Nezastupitelnou součástí profesionalizace žurnalistiky, jak se často uvádí v literatuře (např. Høyer-Lauk, 2003), je silné postavení profesních sdružení, která se nacházejí mimo strukturu jednotlivých mediálních organizací a nejsou tak pod případným vlivem jednotlivých vlastníků nebo zájmů jednotlivých médií. Součástí důležitějšího postavení profesní organizace je pozitivní vnímání její role a autority novinářskou komunitou a zároveň legislativní vybavení organizace k prosazování zájmů profese a na obranu novináře před případnými politickými či ekonomickými tlaky. Postavení české profesní organizace, Syndikátu novinářů, není příliš silné (zejména ve srovnání s mediální krajinou Francie, Německa a skandinávských zemí), což souvisí nejen s velmi omezenými možnostmi a pravomocemi organizace a jejich legislativním ukotvením v českém mediálním systému, ale především se zřejmou malou autoritou této organizace v samotné novinářské obci.

Nicméně veškeré údaje a závěry, které se vztahují k jednotlivým ukazatelům českého mediálního systému, jsou spíše (až na data o čtenosti) hypotetického charakteru a vyžadují mnohem důkladnější studium a výzkum, jež by dospěly k metodicky ukotveným a důkladným poznatkům. V pojednání o jednotlivých parametrech, které autoři ve vztahu k mediálnímu systému používají, nám tak šlo zejména o nastolení otázek, na které by se mohl výzkum českých médií zaměřit nebo alespoň najít dílčí odpověď.

<sup>18</sup> V současnosti nabízí vzdělávání v oboru žurnalistika Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity, Univerzita Palackého v Olomouci, Vyšší odborná škola publicistiky v Praze, Literární akademie a další.

<sup>19</sup> V českém prostředí například Kodex České televize, časopisu *Týden* a dalších.

<sup>20</sup> Určitý kultivující vliv na českou mediální krajinu v tomto ohledu bespochyby mělo české vysílání BBC se svým pracovaným etickým kodexem.

**Literatura**

- ALTHEIDE, D. L. (2004): *Media Logic and Political Communication*. Political Communication 21:293–296.
- ALTSCHULL, J. D. (1995): *Agents of Power*. New York: Longman
- ANDERSON, B. (2003): *Pomyslná společenství*. In: HROCH, M. (ed.): *Pohledy na národ a nacionalismus*. Praha: Slon, 239–269.
- BENDA, J. (2007): *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989–2006*. Praha: Karolinum.
- BLUMLER, J. G., KAVANAUGH, D. (1999): *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*. Political Communication 16:209–230.
- GITLIN, T. (1980): *The Whole World Is Watching*. Berkeley: University of California Press
- HABERMAS, J. (2000): *Strukturální přeměna veřejnosti*. Praha: Filosofía.
- HALLIN, D., MANCINI, P. (2004): *Comparing Media Systems*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CHOMSKY, N., HERMAN, E. (1988): *Manufacturing Consent*. Vintage.
- JAKUBOWICZ, K. (2007): *Rude Awakening*. Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.
- KÖPPOVÁ, B., JIRÁK, J. (2004): *Moderní východiska českého myšlení o médiích: příspěvek k vývoji českého metamediálního diskurzu*. In: *Rozvoj české společnosti v Evropské unii*. Praha: Matfyzpress, 77–84.
- MAZZOLENI, G. (2003): *The Media and the Growth of Neo-Populism in Contemporary Democracies*. In: MAZZOLENI, G., STEWARD, J., and HORSFILED, B.: *The Media nad Neo-Populism*. Westport (Connecticut) London: Praeger, 1–20.
- McCHESNEY, R. W. (1999): *Rich Media Poor Democracy*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- McQUAIL, D. (1992): *Media Performance*. London: Sage.
- MEYER, T. (2002): *Media Democracy*. Oxford: Polity.
- MEYROWITZ, J. (2006): *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum.
- NEGRINE, R., MANCINI, P., HOLTZ-BACHA, C., PAPANASSOPOULOS, S. (eds.) (2007): *The Professionalisation of Political Communication*. Bristol, Chicago: Intellect
- PALETZ, D. L., JAKUBOWICZ, K. (2003): *Business As Usual*. Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.

- PRICE, M. E., ROZUMILOVICZ, B., VERHULST, S. G. (2002): *Media Reform*. London, New York: Routledge.
- PATTERSON, T. (1993): *Out of Order*. New York: Knopf.
- SIEBERT, F. S., PETERSON, T., SCHRAMM, W. (1956): *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- VOLEK, J., JIRÁK, J. (2006) *Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů*. In: *Mediální studia 2006/ 1. str. 21–38*.