



ŽURNALISTIKA A SPOLEČNOST

DENIS MCQUAIL

KAROLINUM

Žurnalistika a společnost

Denis McQuail

Recenzovali:

prof. PhDr. Aleš Sekot, CSc.

Mgr. Lenka Waschková Čísařová, Ph.D.

Z anglického originálu *Journalism and Society* vydaného nakladatelstvím Sage

přeložili Alice N. Tejkalová a Roman Hájek

Překlad příloh Marta Chromá

Předmluva k českému vydání Alice N. Tejkalová a Roman Hájek

Vydala Univerzita Karlova v Praze

Nakladatelství Karolinum

Ovocný trh 3-5, Praha 1

www.karolinum.cz

Praha 2016

Redakce Vendula Kadlečková

Grafická úprava Jan Šerých

Sazba DTP Nakladatelství Karolinum

První české vydání

© Univerzita Karlova v Praze, 2016

© Denis McQuail, 2016

Translation © Alice N. Tejkalová, Roman Hájek, 2016

Translation of Appendix © Marta Chromá, 2015

ISBN 978-80-246-3093-9

ISBN 978-80-246-3113-4 (pdf)



Univerzita Karlova v Praze
Nakladatelství Karolinum 2016

www.karolinum.cz
ebooks@karolinum.cz

OBSAH

Obsah	5
Předmluva k českému vydání (Alice N. Tejkalová, Roman Hájek)	7
Předmluva	19
1. Co je žurnalistika a jaký má vztah ke společnosti?	21
2. Odpovědnost žurnalistiky vůči společnosti	45
3. Principy žurnalistického jednání	71
4. Hledání rámce pro analýzu žurnalistiky	89
5. Ústřední monitorovací a informační role	111
6. Mediální struktura, činnost médií a moc tisku	133
7. Společenská odpovědnost žurnalistiky	161
8. Proměna mediální technologie: důsledky pro žurnalistiku, instituci tisku a vztahy se společností	183
9. Závěrem: dosahování normativní rovnováhy	207
Příloha	231
Literatura	247

Předmluva k českému vydání

Alice Němcová Tejkalová, Roman Hájek

Denis McQuail patří v českém kontextu studia médií mezi známé autory. Svůj podíl na tom nepochybně má české vydání jeho *Mass Communication Theory* (Úvod do teorie masové komunikace, přeložili Jan Jiráček a Marcel Kabát, Praha: Portál, 1999 – 1. vyd.)¹, jež představovala jednu z prvních přehledových učebnic oboru dostupných na českém trhu. Neméně podstatným důvodem McQuailovy popularity je také jeho schopnost zobecnit a přehledně uspořádat základní debaty, které studium médií provázejí. Dynamicky se vyvíjejícímu výzkumnému poli, jež je charakteristické svým multidisciplinárním zaměřením a jemuž navzdory mnohým pokusům stále chybí jednotná teorie (vzhledem k pluralitě přístupů jí ale asi ani není možné dosáhnout), dokázal Denis McQuail vtisknout určitý řád. Objevil v něm opakující se vzorce, vystihl podstatu základních problémů, jež studium médií a komunikace provázejí, a konečně – což v akademické sféře není úplně samozřejmé – dokázal vše sepsat čtivým a přístupným způsobem. Přestože se, především v anglosaském

1 Původní překlad Jana Jiráčka a Marcela Kabáta se dočkal dvou dalších vydání v letech 2002 a 2007. Nový překlad Hany Loupové, vycházející z rozšířeného anglického vydání McQuailovy knihy, pak v Portálu vyšel roku 2009.

světě, ale i v Rusku nebo u nás, stala jeho kniha velmi vlivnou, byl si McQuail vědom potenciálního problému spojeného s každým dílem, jež se v jistém oboru stane nezpochybňovaným kánonem. Nikdy proto nepřestal zdůrazňovat, že jde o jeho osobní pohled na roli médií ve společnosti a o jeho interpretaci základních procesů, jimiž svět médií prochází.

Skutečnost, že se s McQuailovým objemným kompendiem setká (alespoň v nějaké podobě) v zásadě každý student žurnalistiky, mediálních studií, marketingu či příbuzných oborů, ovšem zároveň poněkud redukuje vnímání jeho díla. McQuail totiž ani zdaleka není jen autorem jedné učebnice. Naopak, rozsah jeho zájmů je komplexní a vedle četných knih a článků přesáhl i k tvorbě významných dokumentů či legislativních opatření, jež definují postavení a roli žurnalistiky ve společnosti. Právě McQuailův přínos v oblasti normativního uvažování o médiích a společenský přesah jeho aktivit je pro chápání jeho významu zásadní. Nejen *Mass Communication Theory*, ale i další dílčí texty či starší publikace (jako McQuailem editovaná kolektivní monografie *Sociology of Mass Communication* z roku 1972) významnou měrou přispěly k ukotvení studia komunikace v rámci společenských věd, k vymezení předmětu jeho zájmu i základních výzkumných otázek. V 70. letech 20. století byly McQuailovy pokusy o syntézu dosavadních poznatků o masové komunikaci průkopnické, neboť v podobném rozsahu se jim vědci do té doby nevěnovali.

Jak upozornil Peter Golding v děkovné řeči přednesené roku 2010 na konferenci International Association of Media and Communication Research (IAMCR) v portugalské Braze, při hodnocení McQuailova odkazu by vedle významu pro teorii oboru neměl být opominut ani přínos empirickému zkoumání (Golding, 2010). Po získání titulu Ph.D. v oboru sociologie na univerzitě v Leedsu (magisterské studium absolvoval na Oxfordské univerzitě a původně byla jeho zájemem historie²) nastoupil McQuail do nově zřízeného výzkumného centra Granada Television Research Unit. Zde se podílel na prvních britských volebních studiích, jež (mimo jiné) mapovaly roli médií v průběhu parlamentních voleb v letech 1959 a 1964. Výstupy z těchto projektů shrnuté v knihách *Television and the Political Image* (Trenaman a McQuail, 1961) a *Television in Politics* (Blumler a McQuail, 1968) formovaly základní otázky studia politické komunikace. Zejména druhá kniha byla svým zaměřením průlomová. McQuail

2 V rozhovoru pro Social Science Space z roku 2010 McQuail svou cestu ke studiu médií popsal takto: „Začal jsem studovat historii, ale časem mě přestala naplňovat její zdánlivá nedůležitost a nedostatek nových myšlenek a podnětů. Objevil jsem sociologii a absolvoval postgraduální přestupný kurz, abych se stal sociálním vědcem. Pokračoval jsem, až jsem se více či méně náhodně stal výzkumníkem komunikace (i když jsem se zajímal o podoby médií a ovlivnily mě práce Richarda Hoggarta a Raymonda Williamse a myšlenky vynořující se v hnutí nové levice). Možnost být výzkumníkem komunikace byla přímo spojená s nástupem komerční televize v Anglii. Televize Granada zřídila pozici odborného asistenta na Leeds University – částečně jako součást svého PR, částečně proto, že vlastník Granady Sidney Bernstein byl socialista, který chtěl přispívat k rozvoji společnosti. Můj první výzkumný zájem se zaměřil na politické a kulturní účinky televize. Nakonec jsem se po svém působení v Leedsu přesunul a začal vyučovat sociologii.“

s Blumlerem se v datech z panelových šetření provedených před volbami 1964 soustředili na to, podle čeho se lidé řídí při rozhodování, jaké budou v televizi sledovat politické programy. Pátrání po motivaci a potřebách příjemců výrazně ovlivnilo nahlížení na účinky médií a přispělo k formulaci poměrně vlivné teorie užití a uspokojení. Rozvíjení této teorie se pak McQuail ve spolupráci s různými kolegy věnoval celou první polovinu 70. let (West a Turner, 2010). Společně s Jayem Blumlerem a Josephem Brownem uspořádal základní způsob užití médií do čtyř kategorií. Média slouží podle autorů příjemcům k rozptýlení, jsou důležitá pro udržování přehledu o okolním světě, napomáhají formování osobní identity a znalost mediálních obsahů je podstatná při udržování osobních vztahů (McQuail, Blumler a Brown, 1972; Katz, Blumler a Gurevitch, 1973). Toto výzkumné období v zásadě skončilo společně se změnou McQuailova působiště. Po dvanácti letech strávených na univerzitě v Southamptonu přešel roku 1977 na Amsterdamskou univerzitu, pracoviště, s nímž je nejvíce spojován – především proto, že zde až do svého odchodu do penze v roce 1997 vedl výzkum masové komunikace. Ačkoli se jeho výzkumné zaměření začalo ubírat jiným směrem, zájem o studium mediálních publik jej provázel i nadále. Své celoživotní poznatky o něm shrnul v knize *Audience Analysis* (1997).

Rok 1977 byl pro McQuaila do jisté míry zlomový nejen kvůli přechodu do Amsterdamu. V jeho průběhu totiž zpracovával analýzu obsahu britských novin, jež posloužila jako podkladový materiál pro tzv. třetí Královskou komisi pro tisk. Smyslem tohoto odborného, královnou zřízeného orgánu, jemuž od března 1975 předsedal profesor sociologie Oliver McGregor, bylo posoudit faktory potenciálně ohrožující nezávislost, diverzitu a novinářské standardy britské žurnalistiky. Důvodem založení komise byly obavy z důsledků silící komercializace médií, především pak otázka, zda komerční tlaky nevedou k omezení množství zpravodajských zdrojů, a tím k omezení práva na svobodný přístup k informacím. Na McQuailově práci z konce 70. let je pozoruhodná její nadčasová platnost, což jen podtrhuje jeho názor, že proměna mediální technologie vedla ve skutečnosti pouze k poměrně nevýrazným změnám fungování mediálního trhu. Ostatně řada závěrů McQuailovy zprávy rezonuje s poznatky, k nimž dospěla i tzv. Levesonova komise, vyšetřující v letech 2011–2012 neetické jednání novinářů a manažerů z bulvárního deníku *News of the World*, jenž patřil do impéria mediálního magnáta Ruperta Murdocha.

Příprava podkladů pro královskou komisi v McQuailově kariéře vcelku zřetelně vymezuje okamžik, kdy se začal soustavněji zabývat normativními teoriemi – tedy oblastí, v níž získal největší akademické i veřejné uznání. Prominentní postavení si v jeho textech a úvahách velmi rychle vydobyla problematika odpovědnosti médií v mediálním systému, jemuž dominují tržní principy, respektive ožehavé téma ospravedlnitelnosti a případné vynutitelnosti mediální regulace. Od roku 1982 měl možnost se na hodnocení a praktických návrzích změn mediální politiky přímo podílet, když se stal klíčovou postavou Euromedia Research Group, skupiny osobností z akademické sféry, jež

se zabývala analýzou vývoje mediální regulace a mediálních politik v jednotlivých evropských zemích (Holtz-Bacha, 2007: 433). Nejvýznamněji se tato témata odrážejí v knize *Media Performace* (1992), která nabízí ucelený přehled možností, jak jednání médií v praxi hodnotit či jak změnit právní rámec fungování médií tak, aby z jejich činnosti měla společnost větší prospěch. Na rozdíl od řady kritiků komercializace médií a plánovačů radikálních (a často nerealistických) řešení zůstává McQuail ve svých návrzích pragmatikem (jakkoliv je v jeho textech patrný i určitý idealismus), jenž si dobře uvědomuje komplexnost vztahů jednotlivých společenských institucí i obtíže, s nimiž se jakýkoli návrh na úpravu mediální regulace dostává do praxe.

Kniha *Žurnalistika a společnost* (v originále *Journalism and Society*) na toto dílo z počátku 90. let i na další McQuailovy publikace do značné míry navazuje – zároveň však z jejich řady poněkud vyčnívá. Obsahuje v kondenzované formě McQuailovy hlavní myšlenky, výrazně aktualizované o poznatky týkající se internetu. Tentokrát se ale autor nepohybuje v obecné rovině komunikace či masových médií, ale zaměřuje se konkrétně na žurnalistiku. Ta podle něj představuje v rámci mediální komunikace etablovanou instituci, tj. vzorce jednání spojené s veřejným oběhem informací, které přesahují (a ovlivňují) jednotlivé zpravodajské organizace (viz závěrečnou část Kapitoly 1 a Kapitoly 8). Tento přesun pozornosti od teorie masové komunikace k teoretickým úvahám o jedné její dílčí složce můžeme chápat jako součást – či možná s ohledem na McQuailovu autoritativní pozici za svým způsobem završení – procesu postupného etablování subdisciplíny, pro kterou se používá označení *journalism studies*. V češtině název tohoto oboru prozatím nemá ustálenou podobu. Nabízí se (ekvivalentně k mediálním studiím, genderovým studiím apod.) tvar žurnalistická studia, který je ovšem nešťastně dvojznačný, neboť stejně jako studium žurnalistické praxe může označovat studijní snahu stát se novinářem. Příliš nepomůže ani podoba *studia žurnalistiky*, jež se potýká se stejným problémem a nadto je pro běžné užívání poněkud neobratná. Možná si tak v tomto případě budeme muset stejně jako třeba u queer studies vystačit s anglickou formou.

Důležitější než otázka českého překladu je nicméně to, zda má vytvoření tohoto podoboru skutečně opodstatnění, či zda jde jen o manýristické škatulkování, jež je (nejen, ale zejména) v sociálních a humanitních vědách předmětem časté kritiky. Žurnalistická činnost stála vzhledem ke svému významu pro fungování společnosti na počátku zájmu akademického světa o fungování médií a od počátku 20. století, kdy se mediální a komunikační studia začala formovat jako zvláštní disciplína sociologie, tvořila významný předmět jejich zájmu. Dlouhou dobu se tak studie zabývaly se organizací redakcí, novinářskou ideologií, institucionálními faktory žurnalistiky, otázkami vlivu vlastníků na žurnalistické obsahy, proměnou stylu žurnalistické práce i jejích produktů, čtenáři novin či diváky televizních zpráv a řadou dalších podobných témat odehrávaly pod střechou mediálních studií či komunikační vědy bez patrné

tendence se z nich výrazněji vyčleňovat. Teprve rostoucí komplexita mediálního světa, a tím i stále méně přehledná oblast zájmu těchto zastřešujících oborů, vede zhruba od druhé poloviny 90. let ke snaze lépe identifikovat ty výzkumy, jež se bezprostředně vážou k žurnalistické činnosti. Od přelomu tisíciletí pak můžeme poměrně zřetelně pozorovat postupnou institucionalizaci journalism studies v akademickém provozu (Wahl-Jorgensen a Hanitzsch, 2009). Vzniká značné množství odborných publikačních platforem, jež se na journalism studies specializují (např. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*; *Journalism Studies*; *Journalism Practice*), na vysokých školách se akreditují obory tohoto zaměření, v rámci velkých odborných asociací vznikají zvláštní sekce journalism studies, jsou publikovány přehledové knihy i učebnice – to vše tento podobor postupně konstituuje. Soudě podle podobného vývoje v případě television studies, game studies (zaměřených především na počítačové hry), film studies či internet studies jsme svědky postupného roztržštění komunikačních a mediálních studií na řadu dílčích subdisciplín, jež jsou poměrně prostupné a mají do značné míry společný základ, ale v určitých ohledech (především perspektivou a předmětem svého výzkumu) se odlišují. Tato potřeba odlišení vychází hlavně ze specifických vlastností jednotlivých médií, respektive jednotlivých mediálních žánrů (např. zpravodajství vs. fiktivní obsahy), a s tím související problematičností (až nemožností) vztahovat závěry empirických výzkumů na média jako celek.

McQuail svou knihou *Žurnalistika a společnost* na tento trend reaguje a důležitost journalism studies podtrhuje opakovaným zdůrazňováním konstitutivní úlohy žurnalistiky v demokratických společnostech. Zároveň – s ohledem na svou dlouhou akademickou kariéru – nabízí určitý nadhled nad základními problémy, jimiž se journalism studies zabývají, nebo by se podle jeho soudu zabývat měla. Transformace komunikačního prostředí, kterou započalo rozšíření internetu a výrazně akcelerovala ekonomická krize z roku 2008, dopadá na celý mediální sektor, ale na žurnalistiku ještě o něco výrazněji. V mnoha oblastech lidského života již žurnalistika neplní svou někdejší úlohu – a je otázkou, zda komunikační formy, jež přicházejí po ní, dokážou plnohodnotně nahradit její funkci. McQuail pro analýzu současné situace aktualizuje své myšlenky z 80. a 90. let a snaží se podchytit význam změn, jež média prodělávají v poslední době, přičemž je poněkud skepticky přesvědčen, že nejde ani tak o důsledky nástupu internetu, ale spíše globálního komercializačního tlaku³. Jedna věc je totiž symptomatická: vědci zabývající se studiem médií a komunikace si v současné době v souvislosti s měnící se

3 Na přednášce na Univerzitě Palackého v Olomouci 6. 5. 2014 McQuail řekl, že „zprávy jsou víc než kdy dřív pouhou komoditou, což mění jednak povahu zpravodajské produkce, jednak povahu zpráv samotných“. Konstatoval také, že se zpravodajství mění v souvislosti se změnou způsobu konzumace mediálních obsahů zejména mladší generací, kdy už oproti dřívějšímu není zdaleka tak běžné přijít večer domů a zapnout si televizní zprávy, neboť lidé kontinuálně sledují zpravodajství během dne ve svých mobilních zařízeních.

společenskou rolí žurnalistiky kladou v podstatě stejné otázky, jaké si kladou od 40. let minulého století, a stejně, jako tomu bylo i v minulosti, na ně nemají jednotné odpovědi. V čase, kdy se stále častěji mluví o krizi (či až zániku) žurnalistiky, jak ji známe, tak McQuail s nadhledem upozorňuje, že nejde o nic neobvyklého či výjimečného.

Na druhé straně přijímá v určitých chvílích jistá vžitá klišé opakující se s každou větší změnou v oblasti žurnalistiky, především to, že (v tomto případě s nástupem online médií) klesá její kvalita. Vedle toho podle něj dochází k deprofesionalizaci oboru, protože sběrem a veřejným publikováním informací se dnes může zabývat v podstatě každý. Tento způsob uvažování ovšem je – a vždy byl – značně relativní. V minulosti totiž bývala kritizována naopak profesionalizace žurnalistiky, kdy se z intelektuálů publikujících několikastránkové filosofické eseje a manifesty stávali kronikáři běžného dění, kteří vykonáváním novinářské činnosti usilovali o každodenní obživu.

NOVÉ VÝZVY

McQuailova zdrženlivost ohledně dopadů internetu⁴ na charakter současné žurnalistiky nicméně neznamená, že by si její proměnu či krizi nepřipouštěl. Naopak. McQuailova perspektiva nahlížení na společnost vychází z anglosaské liberálně-demokratické tradice, jejímž pilířem je dobře informovaný (a v důsledku toho rozumně se rozhodující) občan – a kvalitní a univerzálně dostupné žurnalistické produkty jsou proto pro fungování společnosti zcela zásadní. Povědomí o geografické oblasti, z jejíž znalosti McQuail ve svých úvahách vychází (tj. především Velká Británie), je významné ještě z jiného důvodu: nevyřčeným předpokladem jeho úvah je totiž existence pluralitního, tržně založeného mediálního systému a uplatňování souboru mechanismů vyvažujících jednotlivé složky moci uvnitř společnosti. V anglosaském systému zvykového práva řada z těchto mechanismů nemá striktní legislativní zakotvení a jejich uplatňování (a dodržování) je důsledkem společenské dohody. V našem kontextu proto některé McQuailovy argumenty či návrhy mohou působit poněkud naivně, protože naše historická zkušenost je jiná a charakter společenského uspořádání stojí na odlišných principech.

Zakotvení McQuailova uvažování v anglosaské liberální tradici se odráží i ve slovníku, s nímž operuje. Pro českého čtenáře je v tomto ohledu patrně nejproblematictější termín *tisk* (*press*), jež McQuail používá pro označení nejen tištěných novin, ale i jejich rozhlasových, televizních a online protějšků.

4 Jakkoliv se v některých pasážích knihy věnovaných tzv. novým médiím a jejich dopadu na společnost projevuje skutečnost, kterou McQuail sám potvrdil na již zmíněné přednášce v Olomouci v květnu 2014, a sice že není aktivním uživatelem sociálních sítí. V některých částech je tak spíše technooptimistický, přisuzuje technologiím demokratizační potenciál (srovnej např. s Gillárová, 2009), ačkoliv se tento optimismus snaží i zpochybňovat.

Tisk je pro něj jednou z důležitých společenských institucí (viz Giddense, 1984) a jako takový zahrnuje nejen samotnou žurnalistickou činnost a zpravodajská média, ale i soubor určitých hodnot, pravidel a společenských vztahů. V anglosaském prostředí je výraz *press* v tomto duchu běžně používán, jeho český ekvivalent *tisk* ale podobně zažitý není. Existují sice označení jako přehled tisku, monitoring tisku či tisková konference, rozhodně ale není běžné, aby se za příslušníky tisku (tiskové instituce) považovali sami novináři (a pokud tak činí – například na reflexních vestách či visačkách – využívají právě anglické PRESS). Také proto jsme se v knize v místech, kde nám to přišlo možné (tj. kde z kontextu nebylo jasné zřejmé, že McQuail mluví o instituci), raději přikláněli k opisům jako média či zpravodajství.

Pojem *tisku* je nicméně v McQuailově uvažování důležitý, protože se váže k širší společenské roli novinářů a přesahuje hranice pojmu žurnalistika. Zároveň je důležitým klíčem k tomu, proč McQuail nechápe nové prostředky komunikace (internet, sociální sítě apod.) jako nositele nějaké revoluční změny. Instituce jsou totiž poměrně stabilní společenské entity a pro instituci tisku to platí také. Přestože se zdá, že instituce tisku v posledních letech poněkud oslabuje, stále plní nezastupitelnou společenskou roli. Otázkou ovšem je, zda v rámci instituce tisku bude tuto roli naplňovat činnost, již známe jako tradiční žurnalistiku, či zda se najdou nějaké jiné formy, které žurnalistiku nahradí (zatím se spíše zdá, že nikoli).

Mnohem dynamičtěji než tisková instituce se ale podle McQuaila mění žurnalistické pole. Představa žurnalistiky jako pole, která navazuje na teorii francouzského sociologa Pierra Bourdieu, se s ohledem na současné změny jeví jako velmi užitečná. Na jedné straně totiž umožňuje analyzovat možná rizika, jež s sebou přináší sílící komercializace žurnalistiky (což je oblast, kterou se zabýval sám Bourdieu), na druhé straně jde velmi dobře využít pro popis toho, jak je blogery, občanskými žurnalisty či dalšími aktéry narušována dominantní pozice novinářů jako zprostředkovatelů informací (zde už na Bourdieu navazují jiní, např. Vos a kol., 2012). Pole je podle Bourdieu obecně polem sil, v jehož rámci zaujímají aktéři určité pozice, jsou spolu ve vzájemné interakci a svým jednáním se podílejí na konzervování či transformaci struktury vztahů, jež pole utvářejí (Bourdieu, 2005: 30). Podobně jako magnetické pole působí Bourdieuovo pole na aktéry, kteří do něj vstupují, silou své struktury. Aktéři tedy mohou jednat svobodně, ale jen do té míry, do jaké jim to struktury dovolí. Základní vlastností pole je jeho částečná autonomie na ostatních polích, přičemž vznik nových specializovaných oblastí lidské činnosti vede ke vzniku nových polí (Benson, 2006: 188).

Sám Bourdieu vnímal žurnalistické pole jako jedno z klíčových, jako důležitou součást pole moci, jež se ale na rozdíl od jiných polí vyznačuje poměrně nízkou mírou autonomie a výrazně se prolíná s jinými poli – zejména ekonomickým a politickým (Bourdieu, 2005, viz také Hanitzsch, 2011). Jak McQuail vystihuje v závěru této knihy (s. 209), žurnalistické pole je širší pojem než

žurnalistika. Současná proměna médií pak v nebyvalé míře umožnila, aby do žurnalistického pole vstupovali noví aktéři, kteří neodpovídají běžné definici novinářů – a nadto se práce a pojetí novináře proměňuje tak, že nám je současné definice již neumožňují příliš podchytit. Ocítáme se tak v situaci, kdy pojem žurnalistické pole začíná být pro popis aktivit, jež se zaměřují na získávání, třídění, zpracování a distribuci informací, možná výstižnější než samotný termín žurnalistika. Knihu *Žurnalistika a společnost* tak lze číst také jako úvahu nad tím, jaké důsledky může mít to, že žurnalistika má v rámci žurnalistického pole čím dál tím slabší postavení. Je totiž otázkou, zda nové aktivity, jež jsou ve své podstatě žurnalistické, ale neodehrávají se v rámci mediálních institucí, povedou ke vzniku nového, částečně autonomního pole, nebo zda budou struktury žurnalistického pole dostatečně silné na to, aby přiměly nové aktéry jednat podle zažitých standardů a norem.

McQuailova zkušenost s liberálním (a především britským) mediálním prostředím se asi nejvíce odráží v jeho úvahách o společenské odpovědnosti žurnalistiky (viz Kapitolu 7). Právě v této části dochází v případě českého vydání – navzdory naší snaze – asi k největším „ztrátám v překladu“, především proto, že čeština nedisponuje dostatečným množstvím ekvivalentů slova *odpovědnost*. McQuail přitom operuje hned se čtyřmi výrazy (*responsibility*, *accountability*, *answerability* a *liability*), mezi nimiž je v originále vcelku zřetelný sémantický rozdíl. Prvním typem odpovědnosti, odpovědností ve smyslu *responsibility*, McQuail rozumí formu závazku médií vůči společnosti, v jejímž rámci média fungují. Média nepochybně představují jednu z podstatných složek moderního svobodného společenského systému – a aby tuto roli mohla plnit, musí splňovat určitá kritéria. Tento typ odpovědnosti úzce souvisí s historickým vývojem moderní demokracie západního typu, jejímž pilířem je svoboda projevu (McQuail, 2011: 133), a nese s sebou řadu normativních požadavků vyplývajících z předpokladu, že by média měla maximálně sloužit potřebám společnosti, ve které fungují.

Jestliže odpovědnost ve významu *responsibility* představuje soubor požadavků, jež společnost na média uplatňuje, odpovědnost jako *accountability* souvisí s tím, jak splnění těchto požadavků dosáhnout. *Responsibility* tedy obnáší definování závazků a standardů, *accountability* je navazující proces, v němž je konkrétní jednání médií s těmito závazky a standardy poměřováno (tamtéž: 136). Mezi oběma druhy odpovědnosti vzniká určitý volný prostor, jenž je logickým důsledkem toho, že společenská poptávka po fungování médií je z principu jen obecná a pro řešení konkrétních situací mnohdy vágní. Jedním z klíčových problémů *accountability* tak je nalezení vhodných prostředků (*means of accountability*), které jsou v souladu se společenskými požadavky (tj. *responsibility*) a zároveň neodporují dalším demokratickým principům, jako je právo na svobodu projevu. Odpovědnost ve smyslu *accountability* vychází ze samotných mediálních organizací a dalších společenských institucí; slouží k obhajobě jednotlivých rozhodnutí, jímž média a jejich pracovníci musí

dennodenně čelit. Do sféry odpovědnosti jako *accountability* patří například formální procesy seberegulace médií, reakce médií na stížnosti či podněty, právní kroky, podřizování se tržním principům apod.

Poslední dva pojmy – *liability* a *answerability* – pak představují dva odlišné modely odpovědnosti ve smyslu *accountability*. Hlavním znakem, jímž se odlišují, je forma postihu, který je na média uplatňován v případech, že svým závazkům nedostojí. Podobně jako u dalších kategorizací jde o ideální typy; jejich distinkce je ovšem poměrně užitečná, například srovnáváme-li jednotlivé mediální systémy, nebo situace, do nichž se média dostávají. *Liability* je formou odpovědnosti založené na právním základě. Uplatňuje se zpravidla v případech, kdy je někomu způsobena újma, a je formalizována (většinou právním řádem). Výsledkem jejího uplatňování bývá materiální trest ve formě finančního odškodnění poškozenému. Do tohoto modelu spadají například stížnosti slavných osobností na narušení soukromí, poškození dobré pověsti či šíření pomluvy. Naproti tomu *answerability* se uplatňuje v případech, kdy se média nedostávají přímo do konfliktu se zákonem, ale kvalita jejich výstupů (alespoň podle určité části společnosti) neodpovídá obecným očekáváním nebo kritériím, která se média sama zavazují dodržovat ve svých kodexech či interních dokumentech. Jde o odpovědnost vůči společenským a morálním standardům, jejichž porušení sice nemusí znamenat finanční pokutu, může ale vést k nejrůznějším formám nemateriálního postihu médií (například snížení čtenosti/sledovanosti způsobené ztrátou důvěry).

Uvedené rozlišení, jakkoli může někomu připadat jako rétorické cvičení, má poměrně zásadní význam – zvláště ve společnostech, které procházejí či prošly zásadní transformací (tedy i ve společnosti naší). Předně poukazuje na na první pohled možná ne zcela samozřejmou skutečnost, totiž že nemá-li společnost stanovená kritéria, kterých by se média měla držet (odpovědnost jako *responsibility*), pak lze média jen těžko nějak korigovat a vyžadovat po nich odpovědné chování (ve smyslu *accountability*). Ekonomickým žargonem řečeno, kde není ze strany společnosti poptávka, není ze strany médií nabídka. Nekončící debaty například o roli veřejnoprávního vysílání či novější diskuse o implementaci komunitních médií do systému mediálního práva přitom ukazují, že česká společnost má v této věci jasno možná méně, než by si sama chtěla připustit. Absence jasně vymezené společenské role médií pak vede také k tomu, že rovnováha mezi formalizovanou podobou odpovědnosti (*liability*) a jejím neformálním protějškem (*answerability*) není fixována. Proto, když se například v roce 2009 diskutovalo o tzv. náhubkovém zákonu (novelizaci trestního zákona, jenž mj. zakázal zveřejňovat odposlechy uskutečněné v trestním řízení), tvrdě kritizovaném řadou čelných novinářů a redakcí, museli novináři složitě obhajovat svou pozici – a navzdory svému postavení nevzbudili výraznější společenský ohlas. Transformace české společnosti v tomto ohledu tak stále zůstává poněkud na půli cesty a Denis McQuail nám nabízí konceptuální aparát, jenž pomáhá situaci pojmenovat.

NORMATIVITA VS. NAIVITA

Jestliže v něčem očekáváme významnější výhrady k textu této knihy, je to její výše opakovaně zmiňovaný normativní náhled, který prostupuje všechna McQuailova díla. V českém prostředí, kde v současnosti dochází ke stírání hranic mezi tzv. seriózními a tzv. bulvárními médii, ke snižování počtu novinářů v redakcích i kontroverzně přijímaným vlastnickým změnám, se můžeme ptát, zda vůbec má smysl zabývat se ideální povahou vztahu žurnalistiky a společnosti, a hledat pro tento vztah optimální řešení a zastřešující teorie.

Domníváme se, že taková snaha opodstatnění má. McQuail našel pro svou teorii vedle už zmíněného díla Pierra Bourdieu inspiraci také u německého filosofa a sociologa Jürgena Habermase (2000). Jakkoliv opakovaně relativizovaná, je v *Žurnalistice a společnosti* neustále implicitně, v některých částech i explicitně, přítomna určitá ideální vize soužití médií a společnosti, o níž by všichni měli usilovat. A je velmi úzce propojena s Habermasovou představou veřejné sféry. Podíl médií na tvorbě a kultivaci této sféry, která poskytuje optimální podmínky projevům a vyjednávání občanské společnosti, je podle tohoto myšlenkového směru zcela zásadní.

K naplnění této vize je zapotřebí rovného přístupu pro všechny jak do mediálního prostoru, tedy k prostředkům pro zveřejňování myšlenek, vzdělaných novinářů ochotných nezávisle na mocných společenských aktérech hledat pravdu, stejně jako existence publika, které informace adekvátně vyhodnotí a celý proces ocení. Všechny tyto tři aspekty lze snadno zpochybnit poukazem na to, že takto společnost nefunguje. Skutečně totiž jde o ideální, nedosažitelnou vizi (na omezenost normativní teorie v tomto směru poukazuje i sám Habermas, viz Habermase, 2006, 2009⁵). Stejně tak se ani McQuail nesnaží vytvářet dojem, že je tato situace realizovatelná. Pouze nabízí komplexní analýzu podmínek, jejichž splnění by nás tomuto stavu mohlo výrazně přiblížit, a mapuje jejich výhody i úskalí.

Právě v tom spočívá smysl a význam podobných publikací. Neměli bychom je vnímat jako „kuchařky“ pro tvorbu jasně nalinkovaných lepších zítřků, ale jako provokující inspirační zdroje, jež nás nutí zamýšlet se nad neuspokojivými

5 Ve svých pozdějších pracích Habermas upozorňuje také na skutečnost, že veřejná sféra tvoří periferii politického systému, nikoliv jeho centrum. Představuje ji jako prostředí, v němž jsou různým způsobem publikovány názory řady aktérů centra politického procesu, tedy samotných politiků, lobbistů, vlivových skupin či představitelů občanské společnosti. Tyto názory jsou následně vybírány a případně upravovány mediálními profesionály, kteří je šíří k rozmanitému publiku (Habermas, 2006: 415–416). Podle Habermase (2006) by politická veřejná sféra nemohla existovat bez dvou klíčových aktérů – politiků a novinářů. Zároveň také připomíná, že „mocenská struktura veřejné sféry může změnit dynamiku masové komunikace a narušit normativní požadavek, že by měly být viditelné *relevantní* témata, *potřebné* informace a *odpovídající* příspěvky“ (Habermas, 2006: 416). Věnuje se v této oblasti také z jeho pohledu zásadně zhoubné situaci, kdy mají mediální vlastníci zároveň politické ambice, čímž se jeho texty výrazně aktualizují pro současné české publikum.

aspekty současného stavu a motivují nás k práci na jejich zlepšování. Může to působit idealisticky a možná i trochu naivně, ale v až příliš pragmatické současnosti není podobných textů nikdy dost. Na druhé straně je nutné zajistit, aby nastavená normativní pravidla opravdu přispívala k větší obsahové diverzitě a názorové pluralitě médií, a nebyla naopak podkladem k autocenzurnímu počínání.

Stejně jako se dobří lékaři snaží i navzdory špatnému vedení či finančním restrikcím vyléčit pacienta, jak nejlépe umějí, neměli by ani dobří novináři svou pohodlnost a po obsahové i řemeslné stránce odbytou žurnalistiku svalovat na jakoukoliv krizi (ekonomickou nebo personální atp.) ani další externí faktory. I když se takové srovnání může jevit jako triviální, při hlubším zamyšlení dává smysl. Pro orientaci ve stále komplexnějším světě potřebujeme – možná víc než kdy dříve – kvalitní zdroje informací. Proto by se novináři měli snažit vykonávat svou profesi s ohledem na neustále se měnící podmínky co nejlépe, tak jako generace jejich předchůdců. A *Žurnalistika a společnost* jim k tomu nabízí řadu témat k zamyšlení.

LITERATURA

- Blumler, J., McQuail, D. (1968). *Television in Politics*. London: Faber.
- Benson, R. (2006). News Media as a „Journalistic Field“: What Bourdieu Adds to New Institutionalism, and Vice Versa, *Political Communication* 23: 187–202.
- Bourdieu, P. (2005). The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field, in R. Benson, E. Neveu (edd.). *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity.
- Gillárová, K. (2009). Digital divide a jeho role ve vztahu k veřejné komunikaci, in B. Osvaldová, A. Tejkalová (edd.). *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum.
- Golding, P. (2011). Denis McQuail: A Tribute and a Thank You, in M. Pinto, H. Sousa (edd.). *Communication and Citizenship. Rethinking crisis and change*. Coimbra: Grácio Editor.
- Habermas, J. (2000). *Strukturální přeměna veřejnosti: Zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: Filosofia.
- Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research, *Communication Theory*, 16, 4: 411–426.
- Habermas, J. (2009). *Europe: The Faltering Project*. Cambridge: Polity Press.
- Hanitzsch, T. (2011). Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries, *International Communication Gazette*, 73, 6: 477–494.

- Holtz-Bacha, C. (2007). McQuail, Denis, in L. L. Kaid, C. Holtz-Bacha (edd.). *Encyclopedia of Political Communication*. London: Sage.
- Katz, E., Blumler, J. G., Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research, *The Public Opinion Quarterly*, 37, 4: 509–523.
- McQuail, D. (2011). Publication in a free society: problem of accountability, in M. Pinto, H. Sousa (edd.). *Communication and Citizenship. Rethinking crisis and change*. Coimbra: Grácio Editor.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. London: Sage.
- McQuail, D., Blumler, J. G., Brown, J. (1972). The television audience: a revised perspective, in McQuail, D. (ed.). *Sociology of Mass Communications*. Harmondsworth: Penguin.
- Social Science Space (2012). My Social Science Career: Interview with Denis McQuail. *Social Science Space* [online]. Dostupný z: <http://www.socialsciencespace.com/2012/02/my-social-science-career-interview-with-denis-mcquail/>.
- Trenaman, J., McQuail, D. (1961). *Television and Political Image*. London: Methuen.
- Vos, T. P., Craft, S., Ashley, S. (2012). New Media, Old Criticism: Bloggers' press criticism and the journalistic field, *Journalism*, 13, 7: 850–868.
- West, R. L., Turner, L. H. (2010). Uses and Gratifications Theory, in *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Boston: McGraw-Hill.
- Wahl-Jorgensen, K., Hanitzsch, T. (2007). Introduction: On Why and How We Should Do Journalism Studies, in K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch (edd.). *Handbook of Journalism Studies*. London: Sage.

Předmluva

Tato kniha by měla být úvodem do sociální teorie žurnalistiky. Pokrývá široké spektrum témat, ale zvláštní důraz klade na to, co společnost od žurnalistiky očekává, a následně na to, jak vnímají svou veřejnou roli a závazky sami novináři. Budeme v ní také zkoumat společenské faktory, jež žurnalistiku ovlivňují – ty, které její cíle, pole působnosti a výsledky podporují, i ty, které je omezují. Náš celkový přístup klade velký důraz na to, jak žurnalistika přispívá k rozvoji společnosti, zejména na její vztah k pravdě, spravedlnosti a svobodě. Je ovšem nutné si uvědomit, že tento přínos není nijak zaručen a ne vždy se ho daří dosáhnout. Potenciál žurnalistiky nicméně převažuje nad nedostatky vyplývajícími z toho, že jde o společenskou instituci, která není primárně altruistická, ale musí si na svou existenci vydělat. Bez útoků a kritiky, kterou žurnalistika často provokuje, a bez škod, jež může napáchat, bychom se zkrátka a dobře nedomohli ani toho pozitivního, co žurnalistika přináší. Obecnějším, normativním účelem této knihy je poskytnout žurnalistice oporu, aby mohla díky dobrovolné odpovědnosti vykonávat zásadní veřejnou roli, a rovněž poskytnout jí ochranu proti nežádoucím tlakům trhu i politiků.

Kniha měla být původně na základě návrhu Dimitrije Strovského stručným učebnicovým úvodem do současné sociální teorie žurnalistiky pro potřeby

studentů na univerzitě v Jekatěrinburgu. Bohužel jsem projekt nemohl dokončit podle plánu, ale jsem vděčný za podnět vydat se touto cestou, stejně jako děkuji Takesatovi Watanabemu z Doshisha University za další povzbuzení, abych v práci na této knize pokračoval. Vedle toho mnohé dlužím podstatně většímu počtu lidí, než kolika jsem schopen jmenovitě poděkovat. Za hodně vděčím svým kolegům a přátelům spojeným s dlouholetým studiem normativní mediální teorie včetně Jaye Blumlera, Jana van Cuilenburga a dalších z univerzity v Amsterdamu, nemluvě o mých spřízněných duších (Cliffu Christiansovi, Kaarlu Nordenstrengovi, Bobu Whitovi a Tedu Glasserovi). Můj vlastní zájem o žurnalistiku, zejména o noviny, odstartovala dětská fascinace zpravodajstvím v době událostí, které otřásly světem (40. léta 20. století). Tato fascinace později nabrala profesionální podobu díky mé zkušenosti výzkumného poradce pro obsah a standardy zpravodajství (díky, Paule!) při britské Královské komisi pro tisk (1974–1977). Tento zájem mi zůstal, ale moje pozornost se postupně přesouvala k normativním otázkám a potenciálu pro jejich implementaci do politiky. Přestože je moje osobní zkušenost se žurnalistikou relativně omezená, pokusil jsem se o komplexní přístup, aniž bych si nárokoval nějakou obecnější platnost svých tvrzení. Zároveň je ale třeba si uvědomit, že žurnalistika v současnosti sdílí řadu praktických i teoretických otázek napříč různými zeměmi a kulturami a vzniká čím dál víc komparativních výzkumů, ze kterých je možné vycházet. Existuje minimálně jistý základ, jenž nám umožňuje dosáhnout v otázkách řešených v této knize určitého zobecnění. Od doby, kdy došlo k rozšíření původního záměru knihy, mě v jejím přepisování výrazně podporovalo vydavatelství Sage, zejména Mila Steeleová.

Celá struktura i praxe profesionální žurnalistiky se dostávají pod intenzivní tlak kvůli měnícím se technologiím i tržním podmínkám. Změna také přináší nové příležitosti pro demokratičtější veřejnou komunikaci, stejně jako pro méně kreativní a destruktivní aktivity. Po přezkoumání témat a podkladů pro stávající knihu jsem stále přesvědčen, že z pohledu společnosti je třeba klást důraz na přetrvávající důležitost profesionálních hodnot a rolí, které se postupem času vyvinuly, i na neustálou potřebu, aby se jim dostávalo náležité podpory ze strany společnosti. V případě nutnosti i prostřednictvím zásahu do mediální struktury.

Denis McQuail, Eastleigh, Hampshire