

Srovnávání mediálních systémů

V této kapitole navrhne teoretický rámec pro srovnávání mediálních systémů a především upozorníme na čtyři hlavní parametry, podle nichž mohou být mediální systémy západní Evropy a Severní Ameriky účelně srovnávány: (1) *vývoj mediálních trhů*, se zvláštním zřetelem na výrazný, či nevýrazný vývoj tisku s masovým nákladem; (2) *politický paralelismus*; to je úroveň a povaha propojení médií a politických stran, nebo šířeji pojato, rozsah, v jakém mediální systém odráží hlavní politické členění společnosti; (3) *vývoj novinářského profesionalismu*; a (4) *stupeň a způsob intervence státu do mediálního systému*. Přitom na každý z parametrů lze svým způsobem nahlížet jako na samostatný kvantitativní ukazatel. Můžeme tedy mluvit o vysoké nebo nízké úrovni nákladu tisku, politického paralelismu, novinářského profesionalismu nebo státní intervence. Měli bychom si však také uvědomit, že každý z uvedených parametrů je komplexní, a pokud začneme analyzovat konkrétní mediální systémy, je důležité mnohem jemnější kvalitativní rozlišení. U řady případů připomeneme také související minoritní parametry, v jejichž rámci se mediální systémy mohou odlišovat. Nejsme samozřejmě první, kdo se pokusil takovýto rámec stanovit. Vycházíme z předchozí práce, kterou jsme se pokusili rozvést, vedeni snahou nalézt příčiny rozdílností a podobností, na něž jsme narazili u jednotlivých zemí, a dát tyto příčiny do souvislosti se sociálním a politickým kontextem, ve kterém se projevovaly. Přístup, který je tomu našemu obzvláště blízký je obsažen v práci Blumlera a Gurevitche (1995). Už v roce 1975 navrhli čtyři

parametry srovnávací analýzy: (1) úroveň státní kontroly masových médií; (2) stupeň ideového stranění masových médií; (3) úroveň integrace mediálních a politických elit; a (4) podstata legitimizace mediálních institucí. Jejich první parametr je totožný s naším čtvrtým parametrem; jejich druhý a třetí parametr vnímáme jako prvky související s politickým paralelismem; a jejich čtvrtý parametr se v zásadě překrývá s naším parametrem profesionalismu.

V této kapitole se pokusíme definovat čtyři hlavní parametry a nastíníme některé koncepty, jež se k nim vztahují, objasníme problematická místa konceptů a představíme některé důsledky, které mohou u mediálních systémů nastávat. Budeme přitom často uvádět příklady vycházející z analýzy konkrétních mediálních systémů. Tyto příklady zde samozřejmě nemůžeme zcela rozvést a vysvětlíme je podrobněji v části 2.

Struktura mediálních trhů - vývoj masového tisku

Jeden z nejzjevnějších rozdílů mezi mediálními systémy se týká vývoje masového tisku. V některých zemích se noviny s masovým nákladem šířily koncem 19. a počátkem 20. století. V jiných zemích tomu tak nebylo. Tato historická odlišnost se dodnes odráží ve velkých rozdílech nákladů novin, sahajících od vysoké úrovně 720 výtisků na tisíc obyvatel v Norsku, až po malé množství 78 výtisků na tisíc obyvatel v Řecku. Jak je patrné z tabulky 2.1, vysoké náklady novin jsou charakteristické pro Skandinávii a další části severní Evropy, zatímco nízké jsou typické pro jižní Evropu.

Tento rozdíl není jen kvantitativní povahy. Jde zároveň o odlišný charakter novin, jejich vztah k publiku a jejich roli v širším procesu sociální a politické komunikace. Noviny vycházející v jižní Evropě jsou určeny úzké elitě - zejména městské, vzdělané a politicky aktivní. Svým obsahem jsou kultivované a politizované a lze tvrdit, že jsou součástí procesu *horizontální* diskuse a vyjednávání mezi jednotlivými frakcemi elit. Noviny severní Evropy a Severní Ameriky mají naproti tomu tendenci oslovovat masové publikum, které se nemusí angažovat ve světě politiky. V tomto smyslu jsou součástí procesu *vertikální* komunikace, zprostředkovávané mezi politickými elitami a běžnými občany, ačkoli mohou hrát úlohu i při procesu horizontální komunikace mezi elitami.

Tabulka 2.1 Prodané množství výtisků novin na tisíc dospělých obyvatel, rok 2000

| | |
|----------------|-------|
| Norsko | 713,7 |
| Finsko | 545,2 |
| Švédsko | 541,1 |
| Švýcarsko | 453,7 |
| Velká Británie | 408,5 |
| Německo | 375,2 |
| Rakousko | 374,3 |
| Dánsko | 347,1 |
| Nizozemsko | 345,3 |
| Spojené státy | 283,8 |
| Kanada | 205,7 |
| Irsko | 191 |
| Francie | 190 |
| Belgie | 186,5 |
| Španělsko | 129,4 |
| Itálie | 121,4 |
| Portugalsko | 82,7 |
| Řecko | 77,5 |

Zdroj: World Association of Newspapers, Trendy světového tisku.

Noviny v jižní Evropě se svými relativně nízkými náklady tradičně nepatřily k ziskovému podnikání a byly často dotovány politickými aktéry. Tato skutečnost má důležité dopady na stupeň politického paralelismu a novinářského profesionalismu, které probíráme dále v textu. Na druhou stranu severoevropské trhy s vysokými náklady si udržely komerční mediální firmy, ačkoli, jak uvidíme u řady zemí s vysokými náklady novin, komerční média často koexistovala s médii více spjatými se světem politiky: nárůst masového tisku se v žádném případě nepřekrývá s komercializací.

Rozdíl ve vzorcích vývoje tisku se zajímavě projevuje skutečností, že v jižní Evropě existují velké genderové rozdíly čtenosti novin, zatímco v dalších oblastech, kterými se zabýváme, jsou tyto rozdíly malé nebo vůbec žádné. Tento vzorec ukazuje tabulka 2.2, která zachycuje genderové rozdíly sahající od 35% rozdílu mezi čteností u mužů a žen v Portugalsku až po rozdíl pouhého 1 % ve Švédsku. Tato skutečnost odráží historickou odlišnost podílů na gramotnosti a také odlišné funkce médií. Jelikož média byla v jižní Evropě těsněji spjata se světem politiky a ženy byly z této sféry tradičně vyloučeny, mezi ženami se zde nikdy nerozvinul zvyk číst noviny.

Tabulka 2.2 Genderové rozdíly čtenosti novin, rok 2000

| | Muži | Ženy | Muži/Ženy |
|---------------------|------|------|-----------|
| Portugalsko | 58,3 | 24,1 | 2,41 |
| Španělsko | 47 | 26,2 | 1,79 |
| Itálie** | 50,2 | 29,8 | 1,68 |
| Řecko | 22,5 | 17,2 | 1,31 |
| Belgie | 57,9 | 47,5 | 1,21 |
| Kanada | 64,6 | 54,9 | 1,17 |
| Nizozemsko | 70,8 | 60,7 | 1,16 |
| Spojené státy | 59 | 52 | 1,13 |
| Švýcarsko | 78 | 72 | 1,08 |
| Rakousko | 78,4 | 73,2 | 1,07 |
| Francie | 34,3 | 32 | 1,07 |
| Spojené království* | 84 | 79 | 1,06 |
| Dánsko | 76,1 | 72,1 | 1,06 |
| Irsko | 59 | 56 | 1,05 |
| Finsko | 87 | 84 | 1,04 |
| Norsko | 87 | 85 | 1,02 |
| Švédsko | 89 | 88 | 1,01 |

Zdroj: World Association of Newspapers, World Press Trends. * jen národní deníky ** údaje za rok 1999

Odlíšný vývoj masového tisku přirozeně doprovází vzájemně rozdílné role tisku a elektronických médií. V zemích, kde chybí noviny s masovým nákladem, je masové publikum z hlediska informací o politických událostech výrazně závislé na elektronických médiích. Vztah důležitosti tisku a televize jako informačních zdrojů ukazuje tabulka 2.3 (všimněte si, že televizní publikum se odlišuje mnohem méně než publikum tisku).

Další prvky struktury mediálního trhu. Zvláštní důraz v této knize klademe na velké rozdíly ve čtenosti novin. Tyto rozdíly mají hluboké historické kořeny. Pokud je nám známo, dosud v žádné zemi, v níž nedošlo k rozvoji masového tisku do konce 19. nebo do začátku 20. století, se jeho užití nikdy víc nerozvinulo. A to ani v případě, že se úroveň její gramotnosti a vzorec politického a ekonomického vývoje přiblížil podobě typické pro země s vysokými náklady tisku. Domníváme se, že existence nebo absence tisku s masovým nákladem má pro vývoj médií jako politických institucí hlubší důsledky.

Tabulka Z.3 Podíl každodenního sledování nebo čtení zpráv veřejností a poměr spotřeby televize a novin v zemích EU, mk 2001

| | Televize | Noviny | TV/Noviny |
|--------------------|----------|--------|-----------|
| Řecko | 65 | 13 | 5 |
| Portugalsko | 64 | 20 | 3,20 |
| Španělsko | 72 | 24 | 3 |
| Itálie | 83 | 30 | 2,77 |
| Francie | 62 | 26 | 2,38 |
| Belgie | 60 | 30 | 2 |
| Spojené království | 71 | 47 | 1,51 |
| Irsko | 67 | 46 | 1,46 |
| Dánsko | 70 | 51 | 1,37 |
| Nizozemsko | 77 | 60 | 1,28 |
| Finsko | 79 | 67 | 1,17 |
| Německo | 68 | 59 | 1,15 |
| Rakousko | 61 | 55 | 1,11 |
| Švédsko | 69 | 70 | 0,99 |

Zdroj: Eurobarometr: *Veřejné mínění v Evropské unii*. Zpráva č. 55, říjen 2001. Brusel: Evropská komise.

Nicméně existuje řada dalších prvků struktury mediálních trhů, které budou do naší analýzy někdy vstupovat. Jedním z nich je prvek související s vývojem masového tisku, rozdíl mezi mediálními systémy s jasným oddělením senzačního tisku a seriózního tisku zaměřeného na elitní čtenáře (Británie je netypičtější příkladem) a mediálními systémy, které tuto stratifikaci novinového trhu postrádají (nebo se vyvinula jen v omezené míře); a to buď z důvodu úplné absence masového tisku, nebo z důvodu dominance novin sloužících zároveň elitnímu i masovému čtenářstvu. Tiskové trhy se také liší z hlediska rovnováhy lokálních, regionálních a celostátních novin. Některým dominuje celostátní nebo nadregionální tisk (Británie, Rakousko, Itálie, Španělsko), jiným lokální tituly (Spojené státy, Kanada, Švýcarsko) a některým kombinace obou. Trhy celostátních novin zpravidla produkují politicky diferencovanější tisk. Některé mediální trhy jsou větší než ostatní, což

může podstatně ovlivňovat množství mediálních produktů, a to jak státní regulaci médií, tak vztah mediálních výstupů k politickým aktérům. Důležitou roli mohou sehrávat také

jazykové faktory, které mohou rozdělovat mediální trh na jednotlivé segmenty (jako tomu je ve Švýcarsku nebo v Belgii), nebo mohou posilovat konkurenci přicházející zvenčí příslušného národního trhu (jak se děje v Irsku, Kanadě, Rakousku a Belgii).

Politický paralelismus

Žurnalistika vždy plnila řadu funkcí: ekonomickým aktérům poskytovala informace o cenách a událostech, které mohly ovlivnit jejich zájmy, jako byly ztroskotání lodí, války nebo technologické inovace, a formou lehčích příběhů a tištěné podoby klepů poskytovala také zábavu. Od počátku éry tisku, zejména pak od období reformace, byla hlavní funkcí tištěných médií obhajoba politických názorů. Ta se koncem 18. a počátkem 19. století, kdy se noviny postupně proměňovaly v nástroj politického života, stala hlavní funkcí tisku ve všech námi zkoumaných zemích. Politický novinář byl publicista, který vnímal jako svou roli ovlivňování veřejného mínění ve jménu určité politické frakce nebo tématu, a noviny byly v mnoha případech zakládány z iniciativy politických stran nebo politických aktérů, případně jimi byly podporovány. Na konci 19. století se objevil odlišný model politické žurnalistiky, který vnímal novináře jako neutrální arbitry politické komunikace, kteří měli stát stranou dílčích zájmů a sporů a měli poskytovat informace a analýzy nezabarvené vědomým straněním. K tomu často docházelo souběžně s vývojem komerčního tisku, jehož účelem bylo spíše přinášet peníze než sloužit politickým účelům a který byl financován častěji inzercí než dotacemi politických aktérů. Což bylo spojeno s vývojem novinářského profesionalismu, kterému se budeme věnovat dále v textu.

Žádný opravdový mediální analytik nemůže tvrdit, že by žurnalistika kdekoli na světě byla zcela neutrální. Vyvrácení této představy se věnovala velká řada výzkumů, které ukazují, že i tam, kde novináři upřímně vyznávají profesní ideologii „objektivitu“, jsou zprávy prosáklé politickými hodnotami, které vycházejí ze spektra vlivů, od rutiny shromažďování informací po způsoby náboru novinářů a sdílené ideologické předpoklady široké společnosti. Nebylo by však správné ani zavádět příliš ostrou dichotomii mezi komerčním tiskem a tiskem politizovaným: jak ukážeme dále, komerční média mohou být zároveň otevřeně politicky stranící a nekomerční média - dokonce i ta, která jsou podporovaná politickými stranami - mohou vyznávat normu politické vyváženosti. Nicméně mezi mediálními systémy zůstávají z hlediska intenzity propojení mediálních a politických aktérů a z hlediska rovnováhy mezi obhajující a neutrálně/informační tradicí politické žurnalistiky podstatné rozdíly.

Jedním z nejzjevnějších rozdílů mezi mediálními systémy je skutečnost, že média mají v některých zemích odlišnou politickou orientaci, zatímco v jiných zemích nikoli. Požádáte-li kohokoli, kdo se intenzivněji zabývá politikou, aby vám načrtl schéma tisku, pak ve většině evropských zemí pravděpodobně velmi rychle rozdělí novinové tituly podle politické orientace - v Německu je *Frankfurter Allgemeine* napravo od středu, *Süddeutsche Zeitung* nalevo od středu; ještě více napravo je *Die Welt* a ještě více nalevo *Frankfurter Rundschau*. I když opravdový stranický tisk téměř zanikl a politické inklinace evropských novin jsou dnes méně zřetelné, než byly ještě během minulé generace, jejich odlišné politické inklinace přetrvaly, ačkoli v některých zemích více než v ostatních - a nejen u novin, ale v mnoha případech také u elektronických médií. Zmapovat podobným

způsobem politiku médií ve Spojených státech nikdo nedokáže; stoupenci levice budou zřejmě tvrdit, že se všechna média kloní napravo, zatímco pravicově smýšlející, že se posouvají nalevo.

Tuto odlišnost zachycuje termín stranicko-tiskový paralelismus, který navrhly již dřívější srovnávací analýzy mediálních systémů (Seymour-Ure, 1974; Blumler a Gu-revitch, 1975) a který hodláme modifikovat a používat v širším pojetí jako *politický paralelismus*. Seymour-Ure a další analytici zabývající se srovnávací analýzou vnímali politický paralelismus jako míru podobnosti struktury mediálního systému se strukturou stranického systému. Jeho nevýraznější podoba existuje v případě napojení zpravodajských organizací přímo na konkrétní strany, jejichž názory zastupují ve veřejné sféře, jako tomu bylo například v Dánsku na počátku 20. století, kdy každé město mělo čtyři deníky představující čtyři hlavní politické strany. Tento typ vzájemného propojení médií a politických stran je čím dál vzácnější, a ačkoli se média stále politicky odlišují, jsou častěji spojována s politickými směry obecně než s konkrétními stranami: *Frankfurter Allgemeine* je listem pravého středu, a nikoli jen listem křesťanských demokratů, *Suddeutsche Zeitung* je tiskem levého středu, a ne jen sociálních demokratů a podobně. Van der Eijk (2000:320) popisuje v případě Nizozemska list *Die Volkskrant* jako „orientovaný na postma-

terialní hodnoty typu vzdělání, multikulturalismus a socioekonomická rovnost". Proto i my budeme používat o něco obecnější termín *politický paralelismus*, ačkoli uznáváme, že paralelismus mezi stranami a tiskem ve svém striktnějším smyslu dosud v některých případech přetrvává.

Politický paralelismus má mnoho různých prvků a existuje řada indikátorů, které mohou pomoci stanovit, do jaké míry se v mediálním systému vyskytuje. Nejjednodušeji řečeno, odkazuje k *mediálnímu obsahu* - k míře, v jaké se odlišná politická orientace jednotlivých médií odráží ve zprávách o aktuálních událostech a někdy i v jejich zábavních obsazích.

Dalším důležitým prvkem politického paralelismu je z historického hlediska *organizační propojení* médií a politických stran nebo dalších typů organizací včetně odborů, různých sdružení, církví a podobně, které jsou často napojeny na politické strany. Řada mediálních institucí byla na takovéto instituce napojena po většinu 20. století. Ty je finančně podporovaly, pomáhaly v jejich distribuci a média sloužila různým způsobem jejich cílům. Takováto organizační propojení téměř zanikla. Ačkoli, jak ukážeme dále, tam, kde byl jejich vliv kdysi silný, jej můžeme dosud nalézt u mediálních institucí. Dalším příbuzným prvkem politického paralelismu je tendence *mediálních osobností aktivně se podílet na politickém životě*, často formou služby některé straně nebo veřejnému úřadu. I to je dnes již méně běžné. Častější je svým způsobem sklon některých systémů *formovat kariéerní dráhu novinářů a mediálních osobností v návaznosti na jejich politické přesvědčení*, A to buď tím, že pracují pro mediální organizace zastávající politiku, která souzní s jejich vlastní, nebo získají místo v mediální organizaci, která se pokouší vyvažovat zastoupení různých politických směrů nebo vyjadřovat *postoje*, které by jim mohly *potevřit jistá politická dvířka*.

Politický paralelismus se také často projevuje stranickou inklinací mediálních publik a sklonem příznivců jednotlivých stran nakupovat odlišné noviny nebo sledovat odlišné televizní programy.

Poslední formou projevu politického paralelismu je *pojetí role novinářů a žurnalistická praxe*. V některých systémech a v některých historických obdobích novináři více zdůrazňují svou „publicistickou“ roli, která převládala u politické žurnalistiky a znamená jasnou orientaci na ovládnutí veřejného mínění. Naopak v jiných systémech či historických okamžicích se novináři hlásí více k roli poskytovatelů neutrálních informací nebo zábavy, k orientaci, kterou si spojujeme s nízkou úrovní politického paralelismu. Tyto rozdíly souvisejí s odlišným zdůrazňováním komentářů a analýz nebo shromažďováním zpráv. Lze si jen stěží představit německé, italské nebo francouzské vrstevníky Josepha a Stuarta Alsopových (1958:5), dvou nej-prominentnějších amerických sloupkařů padesátých let (a tedy novinářů, kteří měli privilegium, že jako jedni z mála v té době psali komentáře), že by tvrdili: „Reportérovy nohy jsou mnohem důležitější částí jeho těla, než je jeho hlava.“ Pro většinu novinářů kontinentální Evropy byly analýzy a komentáře zcela ústřední funkcí žurnalistiky té doby. Rozdíly novinářské kultury tohoto typu souvisejí s rozdíly ve stylu psaní a v dalších novinářských postupech, včetně upřednostňování barvitých nebo erudovaných komentářů v rámci některých systémů a telegraficky informativního stylu prosazovaného v systémech jiných; s rigidním oddělováním komentářů od zpráv v jedné zemi a jejich volnějším mísením v druhé. Tyto rozdíly se projevují také při organizaci novinářské práce. Zatímco v některých systémech se novináři volně pohybují mezi rolí reportéra a komentátora - pokud má u nich tato distinkce vůbec význam, v jiných systémech bývají tyto role odděleny. Usuzujeme, že síla tradice role politicky předpojatých novinářů souvisí s tradicí institucionálních vazeb mezi médiem a stranickým systémem a organizovanými sociálními skupinami a budeme tyto vlastnosti žurnalistické kultury považovat za ukazatele politického paralelismu. Kultura a diskurzivní styl žurnalistiky jsou v systémech s výrazným politickým paralelismem úzce spjaty s kulturou a diskurzivním stylem politiky.

S konceptem politického paralelismu úzce souvisí rozdíl dvou způsobů, kterými se vypořádávají mediální systémy s odlišnou politickou loajalitou a orientací a které jsou odbornou literaturou označovány jako *vnitřní* a *vnější pluralita*. [Vnější pluralitu lze definovat jako pluralitu dosaženou na úrovni mediálního systému jakožto celku prostřednictvím spektra mediálních produktů a mediálních organizací, které odrážejí názory odlišných skupin nebo směrů ve společnosti. Dá se předpokládat, že systémy s vnější pluralitou budou vykazovat vyšší úroveň politického paralelismu. Opačná vlastnost, *vnitřní pluralita*, je definována jako pluralita dosažená v rámci jednotlivého mediálního produktu nebo organizace. Ve skutečnosti je termín užíván v literatuře mediálních studií dvěma různými způsoby. Budeme ho obecně používat jako odkaz na případy, kdy se mediální organizace vyhýbají institucionálním vazbám na politické skupiny a zároveň si udržují neutralitu a „vyváženost“ svého obsahu. Systémy s vnitřní pluralitou budou v tomto smyslu vykazovat nízký stupeň politického paralelismu. Vnitřní pluralita je ale také někdy definována jako odkaz na mediální organizace - často vysílací média - která formálně zastupují svou strukturou i obsahem v rámci jedné organizace rozmanité politické síly (Hoffmann-Riem, 1996). To lze vnímat jako střední úroveň politického paralelismu, kdy se politické rozdělení odráží ve struktuře organizace a často také v obsahu, a to tak, že je jeden pořad aktuální publicistiky produkován novináři jedné politické orientace, zatímco druhý novináři orientace odlišné.

Politický paralelismus, řízení a regulace vysílání

Jelikož jsou systém médií veřejné služby i regulační orgány dohlížející na komerční vysílání veřejné instituce, mají významné vazby na politický systém. Avšak podoba těchto vztahů se podstatně liší svou formou a odráží různé stupně a podoby politického paralelismu. Můžeme rozlišovat čtyři modely řízení vysílání veřejné služby, které jsou ve většině zemí zároveň předlohou modelů regulačních orgánů:

- (1) *Vládní model*, u kterého je vysílání veřejné služby - blíží se v tomto modelu státnímu vysílání - kontrolováno přímo vládou nebo politickou většinou. Klasickým příkladem této formy řízení je francouzské vysílání za vlády de Gaulla, které spadalo do roku 1964 formálně pod kontrolu Ministerstva informací a od roku 1964 do osmdesátých let bylo prakticky kontrolováno vládou prostřednictvím dosazování členů řízení formálně nezávislého Office de Radiodiffusion-Télévision Française (ORTF). V raném počátku vysílání přistoupila na tento model řada evropských zemí, většina si ale posléze tvořila alternativní institucionální formy, které zásadní měrou oddělují vysílání veřejné služby od kontroly politickou většinou. Tento model dosud existuje ve své více či méně upravené formě v mladších demokraciích západní Evropy, v Řecku, v Portugalsku a ve Španělsku. V poslední ze zemí jsou ředitelé vysílání veřejné služby jmenováni parlamentem, nikoli přímo vládou, ale i to nakonec poskytuje majoritní straně možnost efektivní kontroly.
- (2) Nejzřetelnější příklad *profesního (kvalifikovaného) modelu* je British Broadcasting Corporation (BBC) představující tradici rigidního oddělení od politické kontroly a řízení vysílání profesionály. Jak uvedeme, tento model je cha-

U

rakteristický také pro kanadskou CBC, irské vysílání veřejné služby, některé skandinávské země a veřejnoprávní vysílání ve Spojených státech.

- (3) U *parlamentního modelu* neboli *modelu proporčního zastoupení* se kontrola veřejného vysílání dělí mezi politické strany proporčním zastoupením, způsobem, jaký je v Itálii znám jako *lottizzazione* a v německy mluvících zemích jako *Proporzionsprinzip*: Klasickým příkladem tohoto modelu byla v osmdesátých letech Radiotelevisione Italiana (RAI), kde nejenže byla rada ředitelů jmenována podle proporčního zastoupení, ale její tři kanály byly dokonce rozděleny mezi strany: RAI 1 kontrolovali křesťanští demokraté, RAI 2 byla pod kontrolou „sekulárních“ stran a RAI 3 kontrolovala komunistická strana. Také jmenování na nižších úrovních vedení v RAI vycházelo z principu proporčního zastoupení. Ve skutečnosti se parlamentní model od vládního modelu odlišuje jen v těch systémech, kde má koaliční vláda a sdílení moci svou typickou podobu - tento rozdíl vysvětlíme dále. Ve *většinovém* politickém systému vede jmenování řídicího orgánu podle proporčního zastoupení k následné kontrole politickou majoritou, tak jak tomu je ve Španělsku.²⁸ A to dokonce i tam, kde je vysílání veřejné služby formálně kontrolováno parlamentem, a nikoli přímo vládou.
- (4) *Občanský*“ neboli „*korporativistický*“ model se z hlediska distribuce kontroly vysílání veřejné služby mezi různé sociální a politické skupiny podobá parlamentnímu modelu. Odlišuje se však tím, že reprezentace je rozšířena i mimo politické strany také na jiné druhy „sociálně relevantních skupin“ - odbory, podnikatelské asociace, církevní organizace, etnická uskupení a podobně. Čistým příkladem tohoto systému je holandský „polarizovaný“ systém, ve kterém bylo vysílání řízeno přímo sdruženími spjatými s

rozdílnými církevními nebo ideologickými skupinami. Tento model lze vidět také u některých forem komunitního rádia v Evropě a u vysílacích rad v Německu, které zastupují společně s politickými stranami „sociálně relevantní skupiny“.

Kellyová (1983) navrhuje třídění, které rozlišuje mezi systémy, v nichž je *politika nad vysíláním* (*politics over broadcasting*), což jsou formálně autonomní systémy,

²⁶ Jak ještě ukážeme, vládní strany ve skutečnosti měly v Itálii dominantní pozici; v tomto smyslu se Itálie, stejně jako země jižní Evropy, blížila vládnímu modelu.

a systémy s politikou ve vysílání (*politics in broadcasting*). To, co nazýváme profesionální model, je zjevně formálně autonomní systém; vládní model je systém politiky, kde stojí politika nad vysíláním; parlamentní a občanský model jsou typickými systémy politiky ve vysílání, ačkoli se některé systémy sdílení moci blíží systémům *politiky nad vysíláním*, kde si strany snaží udržet kontrolu. Je dobré poukázat, že občanský model může sklouznout k parlamentnímu modelu, v němž mají „sociálně relevantní skupiny“ úzké vazby na politické strany. Třídění podle Kellyové zdůrazňuje důležité rozdíly v přístupu. Profesionální model, parlamentní model a občanský/ korporativistický model svým způsobem řeší problém, jak zabránit, aby vysílání veřejné služby nebo regulační orgány spadaly pod kontrolu nejmocnější politické síly a nesloužily tak politicky rozdělené společnosti. Profesionální model tento problém řeší snahou izolovat vysílání od politických zájmů a držet strany a další organizované zájmy mimo proces televizní a rozhlasové produkce. Parlamentní a občanský/ korporativistický model, které jsou, jak ukážeme, typické pro politické systémy založené na sdílení moci nebo na „konsenzu“, se snaží problém řešit ujištěním, že do procesu jsou zahrnuty všechny hlavní skupiny společnosti. Z hlediska politického paralelismu je profesionální model zjevně na nízkém stupni škály, vládní model na vysokém stupni a zbývající dva - systémy, kde politika působí ve vysílání - stojí kdesi mezi nimi.

Tyto modely se vzájemně nevylučují a ve skutečnosti se téměř vždy prolínají. Rada systémů například kombinuje proporční reprezentaci při jmenování rady ředitelů (radních) vysílání veřejné služby s kulturou a často vše staví na právních normách, které poskytují podstatnou autonomii pracovníkům vysílání. Většinu systémů severní Evropy lze vnímat jako kombinaci parlamentního nebo občan-ského/korporativistického modelu a profesionálního modelu. Všechny moderní vysílací systémy potřebují pro svůj provoz profesionály a žádný systém nemůže adekvátně pracovat, pokud se tyto profesionálové netěší určitému stupni nezávislosti. Všechny moderní vysílací systémy jsou také předmětem politických tlaků ze strany vlády a všechny musejí v pluralitním politickém systému mít mechanismy pro naplnění požadavků různých sociálních a politických skupin. Avšak konkrétní způsob, jakým se tyto modely prolínají, se systém od systému zásadně liší.

Je třeba podotknout, že rozlišování těchto modelů vyžaduje pohled nad rámec formálních struktur, který bere v potaz normy a praxi, jež ovlivňují jejich aktuální fungování jako institucí. Dobrým příkladem je BBC, jejíž generální ředitel je jmenován britským premiérem. Svou formální strukturou se tak BBC neodlišuje od státem řízeného vysílání. Její odlišnost, jak ukážeme, pramení z neformálních normativních očekávání, která výběr generálního ředitele řídí, jeho nebo jejího vztahu k vládě a k opozici a role novinářů a dalších pracovníků vysílání v rámci organizace.

Podobné rozdíly lze nalézt u řízení regulačních orgánů, které dohlížejí na soukromá vysílací média. Můžeme rozlišovat mezi více stranicky politizovanými orgány, v nichž hrají ústřední roli politické strany, a orgány řízenými jako nezávislé veřejné agentury (podobně centrální bance) většinou kontrolovanými právníckými nebo technickými odborníky.

Profesionalizace

Koncepty „profesionalismu“ a „profesionalizace“ - podobně jako řada dalších konceptů společenských věd - byly vždy předmětem ostré diskuse. Jejich hranice nejsou jednoznačné a jejich ústřední definice se stávaly předmětem opakované reinterpretace. Ideální typ profesionalizace, který ukotvoval většinu debat, je založen na tradici klasických „liberálních“ profesí, zejména lékařství a práva. Žurnalistika do velké míry vychází z tohoto ideálního typu. Jedním z hlavních kritérií tohoto modelu je, že se praxe profese zakládá na „systematické znalosti nebo nauce získané pouze prostřednictvím dlouhodobé přípravy“ (Wilensky 1964:138). Žurnalistika takto systematickou soustavu znalostí nebo nauky postrádá. Formální „profesní“ výcvik je běžnější a často hraje důležitou úlohu při definici žurnalistiky jako povolání a jako sociální instituce. Zjevně však není pro žurnalistickou praxi zásadní a neexistuje jasná souvislost mezi profesionalismem, jak jej zde definujeme, a formálním výcvikem. Ve Spojených státech je žurnalistické vzdělání méně časté v případě prestižních zpravodajských organizací - jejichž novináři naplňují koncept profesionalismu jiným způsobem - než u organizací s menší prestiží. Podobně, ač novináři ve Španělsku dosáhli žurnalistického vzdělání častěji než novináři němečtí, neznamená to, že je pro španělskou žurnalistiku charakteristická vyšší úroveň profesionalizace než pro německou. Vstup do žurnalistické profese není formálně regulován, jelikož formální trénink není nezbytný. Poněkud ironicky je jedinou výjimkou západní Evropy a Severní Ameriky Itálie, kde členství v žurnalistickém stavu závisí na složení zkoušky a je pro vykonávání profese povinné.

Avšak z hlediska dalších kritérií - jak postupně ukážeme - má italská žurnalistika obzvláště nízkou úroveň profesionalizace.

Zde se zaměříme zejména na žurnalistický profesionalismus. Téma profesionalizace bývá uváděno nejčastěji ve vztahu k žurnalistice, už ne tolik k dalším profesím spojeným s médií. Jak se však ukáže, podobné otázky lze vztáhnout i k dalším typům mediálních profesionálů. Zejména u veřejnoprávních médií, kde je celý program vnímán jako veřejná služba, je zcela relevantní vznést téma úrovně profesní autonomie televizních producentů.

Parametry profesionalizace. Třebaže se žurnalistika odchyluje od ideálního typu svobodných profesí, nutně s nimi sdílí důležité vlastnosti, a je proto užitečné srovnávat mediální systémy z hlediska úrovně a formy profesionalizace žurnalistiky. Zaměříme se především na tři úzce spolu související parametry profesionalizace.

Autonomie! Autonomie vždy byla ústřední součástí definice profesionalismu. Autonomie je klíčovým důvodem, proč řada povolání usiluje o „profesionalizaci“ a ospravedlněním přísnější kontroly nad vlastními pracovními postupy. Klasickým případem je lékařství: ačkoli byrokratizace omezila autonomii doktorů, které se mohli těšit v období, kdy byli prakticky všichni (alespoň v případě Velké Británie a USA)

„svobodnými“ profesionály,²⁹ existuje stále reálný předpoklad, že rozhodnutí určitého druhu mohou činit jen lékařští profesionálové a že jakékoli zásahy zvenčí jsou nepřijatelné. Žurnalistika srovnatelného stupně autonomie nikdy nedosáhla. Autonomie doktorů a právníků je založena na „ezoterickém“ charakteru lékařských nebo právnických znalostí. Žurnalisté toto ezoterické vědění postrádají, ačkoli jim někdy poskytuje částečnou náhradu jejich strategická pozice v informačním toku. Navíc novináři, na rozdíl od lékařů a právníků, kteří poskytují osobní služby, pracují v odvětví, jehož normou je masová produkce. Své prostředky produkce téměř nikdy nevlastní, ale jsou placenými zaměstnanci velkých podniků. Profesionalizace žurnalistiky začíná svým způsobem přesně v okamžiku, kdy si první najatí reportéři poznamenali své první zápisky a povolání novináře se tím začalo odlišovat od povolání tiskaře nebo politika v roli vlastníka. Novináři

V kontinentální Evropě byli někteří profesionálové spíše státními zaměstnanci než účastníci trhu služeb (McClelland, 1990). To ale automaticky neznamená, že byli méně „profesionalizovaní“ z hlediska kritérií, která zde uvádíme.

si jen zřídka prosadili a získali právo přímo kontrolovat mediální organizaci, kromě pár historických momentů a mimořádných případů, které ještě probereme. Nicméně často uspěli z hlediska získání významné relativní autonomie v rámci těchto organizací. Jinými slovy, kontrola žurnalistického pracovního procesu je do velké míry kolegiální tím, že autorita uplatňovaná na novinářích vychází primárně od žurnalistických spolupracovníků. (Autonomie, o které zde pojednáváme, není nezbytně autonomií jednotlivých novinářů, ale autonomií sboru žurnalistů jako celku.)

Úroveň novinářské autonomie se významně liší v návaznosti na dané období, mediální systém a často také i u jednotlivých typů zpravodajské organizace (např. „seriózní“ versus „bulvární“ tisk, tisk versus vysílání) v rámci mediálního systému. Donsbach a Patterson (1992) zjistili při dotazování novinářů ve Spojených státech, v Německu, Británii a Itálii vzhledem k údajné důležitosti „tlaků z vedení“ na „práci, kterou provádějí“, že 27% italských novinářů označuje tyto tlaky jako „velmi“ nebo „docela“ podstatné, zatímco obdobně odpovědělo jen 7% německých novinářů.

Vlastní profesní normy. Jak uvádí Collins (1990), „profese jsou povolání, která se organizují horizontálně s určitým životním stylem, etickými kódy, vědomou identitou a mantinely vůči vnějšímu světu“. Důležitou součástí této „horizontální“ organizace je existující soustava sdílených norem, které jsou profesi vlastní. Tyto normy mohou v případě žurnalistiky představovat etické principy typu závazku chránit důvěrné zdroje informací, nebo dodržovat rozlišení mezi inzertním a redakčním obsahem, stejně jako praktické rutinní úkony - například běžné standardy toho, co lze považovat za zprávu - a kritéria pro posuzování kvality profesní praxe a přisuzování profesní prestiže. Profesionalizace žurnalistiky tak může být manifestována kritériem „vhodnost zveřejnění“, na němž se novináři shodnou bez ohledu na svou politickou orientaci, stejně jako sklonem novinářů posuzovat své postavení spíše z názorů svých novinářských kolegů než názorů lidí zvenčí - například lídrů politických stran nebo akcionářů. Existence specifických profesních norem zjevně souvisí s autonomií, jelikož tyto normy by nemohly ovládat žurnalistickou praxi, pokud by byly kontrolovány vnějšími aktéry. Ukážeme, že existují podstatné rozdíly ve stupni vývoje žurnalistických norem i v úrovni konsensu, jemuž se těší mezi praktikujícími žurnalisty, a jejich vlivem na praxi vytváření zpráv.

Orientace na veřejnou službu. Dalším důležitým prvkem konceptu „profesionalis-mu“ je přesvědčení, že se profese řídí etikou veřejné služby. Jako kontroverzní to vnímá zejména profesní sociologie. Parsons (1939) zdůraznil orientaci profesio-nalismu na veřejnou službu jako součást kritiky marxistické myšlenky, že vývoj kapitalismu vytlačuje veškerou motivaci, vyjma „chladného kalkulu“. Do této éry vzdělávání k profesionalismu patří i teorie sociální odpovědnosti tisku Sieberta, Petersona a Schramma. Vlna, která zdůrazňovala revizi vzdělávání a která se prosadila od šedesátých let 20. století, oproti Parsonsovi zdůraznila, že „altruismus“ profesí je třeba vnímat jako ideologii, která často zastírá další skutečnosti a slouží zejména k ospravedlnění ekonomického monopolu a sociální moci profesionálů. Podobným způsobem přistupovala ke kritice ideologie novinářského profesionalismu velká část prací klasické sociologie žurnalistiky z tohoto období a bylo by naivní přijímat tvrzení novinářů, v nichž se tvrdilo, že na základě evidentně daných hodnot slouží pouze a jenom veřejnosti.

Nicméně přijetí ideologie žurnalistiky jako „veřejného závazku“ znamená zásadní historický předěl, jenž by neměl být paušalizován jako „pouhá ideologie“, stejně jako by neměl být přijímán jako čistý altruismus. Jde o historicky specifickou koncepci role žurnalistiky ve společnosti s důležitými důsledky pro žurnalistickou praxi a vztahy mezi médií a dalšími sociálními institucemi, která je klíčem k pochopení odlišného vývoje žurnalistiky v různých společnostech. Ve srovnání s dalšími povoláními, která si nárokují profesionální status, může být etika veřejné služby žurnalistiky obzvláště důležitá: Jelikož žurnalistika postrádá ezoterické znalosti, závisejí žurnalistické požadavky autonomie a autority na jasném poukazu na službu veřejnému zájmu. Jedním z nejjasnějších prvků vývoje etiky veřejné služby je existence mechanismů žurnalistické samoregulace, která je v některých systémech formálně strukturována, například formou „tiskových rad.“ (nebo v případě elektronických médií „audiovizuálních rad“), někdy funguje neformálně, a bez ohledu na to, jestli je formálně řízena, se v některých případech podstatně liší ve svých důzrazech.

Instrumentalizace. Na následujících stranách poukážeme na kontrast mezi profesionalizací a *instrumentalizací* médií. Instrumentalizací míníme kontrolu médií vnějšími aktéry - stranami, politiky, sociálními skupinami a hnutími, nebo ekonomickými aktéry usilujícími o politický vliv -, kteří je užívají k zásahům do světa politiky. Deník politické strany je v určitém smyslu nástrojem pro pronikání strany do politické sféry, byť, jak ještě ukážeme, se řada listů spojených s politickými stranami posléze odklonila od čistě instrumentálního pojetí své sociální funkce. Z našich úvah bude patrné, že soukromě vlastněné listy byly ustaveny proto, aby primárně, nebo jen částečně sloužily jako nástroje pro politickou intervenci. Tam, kde jsou mediální organizace instrumentalizovány tímto způsobem, bude profesionalizace, tak jak jsme si ji definovali, na nízké úrovni: novináři nebudou disponovat autonomií, žurnalistickou praxi budou řídit spíše politická než žurnalistická kritéria a média budou sloužit spíše partikulárním zájmům než fungovat jako „záruka veřejnosti“.

Termín *instrumentalizace* budeme používat jako odkaz na zejména *politickou* in-strumentalizaci. Stojí za zmínku, že média mohou být „instrumentalizována“ pro komerční účely: základem toho je reklama a mediální organizace jsou často objektem širších forem komerční instrumentalizace, sahající od křiklavých případů, jako jsou

product placement do filmu a televizních programů a snaha inzerentů ovlivňovat redakční obsah, k jemnějším druhům tlaků. Jak ukážeme, existuje intenzivní debata ohledně vztahu mezi komercializací médií a profesionalizací. Někteří tento vztah vnímají jako harmonický a tvrdí, že komercializace podemílá politickou instrumentalizaci. Obecně budeme zastávat názor, že profesionalizaci může ohrožovat jak politická instrumentalizace, tak komercializace, a v řadě případů obě zároveň.

Profesionalizace a politický paralelismus. Měli bychom se zastavit u otázky, proč jsme se zabývali úrovní profesionalizace a politickým paralelismem jako oddělenými parametry. Jak jsme již uvedli v první kapitole: „Angloamerický“ neboli liberální model je většinou vnímán jako norma, podle níž jsou poměřovány další mediální systémy, a jedním z důsledků tohoto koncepčního rámce je myšlenka, že profesionalizace se prostě významově překrývá s „objektivitou“ a politickou neutralitou. Z tohoto pohledu je systém, v němž mají média vazby na organizované sociální a politické skupiny a v němž si novináři udržují prvky publicistického pojetí své role, ze své definice systémem se slabě vyvinutou profesionalizací. Podle této interpretace platí, že pokud mají novináři sloužit spíše veřejným než partikulárním zájmům, pokud mají jednat podle specifických novinářských standardů, a nikoli následovat agendu prosazovanou zvenčí, musí jednat jako neutrální zprostředkovatelé informací a vyhnout se ztotožnění s partikulárními názory.

s parametry paralelismu a profesionalizace jsou ve skutečnosti jasně propojeny. Jednou z možností, jak se můžeme zabývat profesionalizací, je prostřednictvím teorie diferenciací: Vysoká úroveň profesionalizace žurnalistiky znamená, že se žurnalistika odlišuje jakožto instituce i forma praxe od ostatních institucí a ostatních forem - včetně politiky. Pokud bychom chtěli užít Bourdieuova termínu, profesionalizace existuje tam, kde se žurnalistika rozvinula jako odlišné pole s podstatnou autonomií ve vztahu k ostatním sociálním polím, včetně pole politického. (Teorií diferenciací i Bourdieuovou teorií polí se budeme více zabývat ve čtvrté kapitole.) Tam, kde je velmi výrazný politický paralelismus a mediální organizace jsou silně propojeny s politickými organizacemi a novináři se zároveň angažují ve stranické politice, bývá profesionalizace na nízké úrovni: novináři v takovýchto případech často postrádají autonomii, kromě případů, kdy se jí těší díky vysokému politickému postavení. Žurnalistika v těchto případech postrádá svou odlišnou společnou kulturu a svůj pocit sociálního významu odlišující se od účelu jednání politických aktérů, se kterými jsou média propojena. Jinak řečeno, je zřejmé, že vývoj žurnalistické profesionalizace podstatným způsobem narušil historicky podmíněný politický paralelismus, snížil kontrolu stran a dalších politických organizací nad médii a vedl k společné praxi smazávání politických rozdílů mezi mediálními organizacemi. I přesto máme za to, že empirický vztah mezi těmito dvěma parametry je velmi nezřetelný a že neexistuje žádné ospravedlnění, abychom je vnímali jako synonyma.

Jelikož toto téma umožňuje ujasnění odlišnosti obsažené v obou parametrech, podíváme se na ně blíže. Probereme si dva příklady z oblasti, která není hlavním zájmem této knihy.

Curryho (1990) analýza žurnalistiky komunistického Polska je jedním z nezájemavějších příspěvků na téma povahy žurnalistického professionalismismu - je zajímavý už kvůli strukturálním podmínkám médií v Polsku, které se liší od těch, které si obvykle spojujeme s profesionalizací. Curry tvrdí, že i přes oficiální ideologii, která média chápala

jako nástroj strany, si polská žurnalistika vyvinula silnou profesionální strukturu. V určitém smyslu šlo samozřejmě o neplnohodnotný profesiona-ismus: externí podmínky - převládající cenzura, státní vlastnictví médií a politické represe - znamenaly, že se žurnalistika neustále dostávala do křížku s pokusy jednat podle profesionálního žurnalistického kánonu. Přesto takovou koncepci zjevně měla a vykazovala velký smysl pro odlišnou identitu a odlišné role ve společnosti, přičemž vzdorovala pronikání nezasvěcených elementů do žurnalistické práce, což se týkalo „dělnických a rolnických dopisovatelů" rané stalinistické éry, ale také vysoce postavených politických osob, které psaly politické komentáře, avšak členství v novinářských odborech jim bylo upřeno. Podobně představitelé Solidarity usilovali o kontrolu disidentských listů, jakmile se objevily na scéně. Autonomii byla přisuzována vysoká hodnota, převládal smysl pro profesní solidaritu, který přetrval dokonce i v obdobích ostrého politického konfliktu. Vytvořilo se hierarchické prestižní myšlení založené na kolegiálních soudech blízkých spolupracovníků daných listů, jež byly nezávislé na politických rozdílech.

Polští žurnalisté vnímali žurnalistiku zároveň jako „politickou profesi", jak ji dříve označil Max Weber. Za součást své role považovali utváření politiky a řešení sociálních problémů. Pouhé zprostředkovávání faktů nevnímali jako opravdovou profesionální práci a praktikovali styl psaní, který kladl silný důraz na komentáře. Zdá se, že toto pojetí žurnalistiky přetrvalo až do postkomunistického období nezávislých médií. Adam Michnik, redaktor listu *Gazeta Wyborcza* - původně spojeného s odborovým svazem Solidarity a v současnosti hlavním polským deníkem -, zdůrazňoval v roce 1995, že se titul chce vyhnout úzkému stranění a chce poskytovat vysokou úroveň vnitřní plurality. Psal tehdy: „Vždy jsem chtěl, aby *Gazeta* měla jasně definovanou linii. To bylo výsledkem identity Solidarity jako demokratické opozice a sociální etiky dělníků... (76)." Michnik odkazoval na slova legendárního polského novináře Ksawera Pruszyńskiego: „Posláním novináře ... je artikulovat, k čemu dospěl při svém uvažování (78)."

Druhý zajímavý příklad pochází z Izraele (historické kořeny jeho žurnalistiky sahají částečně do střední Evropy). Kanadský vydavatel Hollinger koupil v roce 1989 titul *The Jerusalem Post* a rychle zavedl kontrolu politické linie těchto anglicky psaných novin. *The Jerusalem Post* byl po mnoho let vlastněn ekonomickými institucemi napojenými na izraelskou Labour party - což byl vzorec běžný i v Evropě -, zatímco Conrad Black, tehdejší vlastník společnosti Hollinger, byl stoupencem konzervativní politiky. Šéfredaktor Erwin Frenkel kritizoval snahu nového vydavatele

vměšovat se do novinářského rozhodování a brzy společně s třiceti dalšími novináři rezignoval.³⁰ Svou rezignaci vysvětlil v úvodníku deníku takto:

Žurnalistika je podnikání zabývající se posuzováním společnosti. Objektem těchto soudů je historická přítomnost, rychlý tok denních událostí. Novináři z tohoto nekonečného toku vytrhují události, které považují za hodné pozornosti veřejnosti, a informují o nich jako poctiví svědkové. Nazývají je zprávy. Tím připisují zpravodajským událostem míru důležitosti a zájmu. Snaží se zasazovat tyto události do explicitnějšího kontextu srozumitelné narace pomocí používání vlastních názorů, které skutečnost interpretují.

To vše činí jako zástupci společnosti, jejíž jsou součástí, v přesvědčení, že takto doručované „zprávy“ jsou základní zpětnou vazbou, která napomáhá společnosti v lepším fungování. V tomto smyslu je žurnalistika strážcem veřejné důvěry.

Tento proces je v novinách kolektivním úsilím. Má své mechanismy ověřování zdrojů a pokouší se o vyváženost, ale názory zůstávají. Z tohoto důvodu mají všechny noviny svůj vlastní charakter a vyprávějí současné příběhy tak, jak je vnímají.

Editor se svou autoritou poskytuje kolektivním názorům soudržnost a chrání je proti vlivům, které by je usměřovaly v jejich prospěch. Nakonec jsou to jeho slova a jeho názor, a to, co půjde do tisku, je chráněno před chaosem a korupcí v rámci tohoto kolektivního procesu. Do chvíle, než se jeho rozhodnutí, co se bude tisknout, nestane předmětem strachu nebo služebnosti. Tento proces novinářských rozhodování nemůže přesně popsat celou profesi. Ale vyjadřuje závazek. Závazek ke své vlastní integritě.

Ve Frenkelově tvrzení jsou jasně obsaženy klíčové prvky novinářské profesionalizace: představa o žurnalistice jako o závazku vůči „veřejné důvěře“, existence sdílených standardů profesní praxe (Frenkelovo „ověřování a vyváženost“) a důraz na novinářskou autonomii. Pokud Frenkelova slova odpovídají skutečnosti, pak byl v *The Jerusalem Post* výrazně vyvinut zejména důraz na autonomii. Jak píše, funkce šéfredaktora a vydavatele nebyly nikdy odděleny a šéfredaktorova nezávislost

³⁰ Případ dospěl u Soudu pro pracovní záležitosti (Court of Labour Disputes) k zajímavému rozsudku: poskytnutí odstupného novinářům. Soudce vyjádřil názor – jak ukážeme běžný v řadě zemí severní a střední Evropy, kde bývá pojmenován jako vnitřní svoboda tisku –, že svoboda tisku vyžaduje svobodu vyjadřování editorů i redaktorů a omezení práva mediálních vlastníků zasahovat do jejich práce.

byla „absolutní“, což zaručovalo „prominentnost novinářských zájmů v jednotlivých procesech a v politice novin i celé společnosti“. Frenkel zároveň zdůrazňuje důležitost „interpretujících názorů“ a věří, že „všechny noviny mají svůj vlastní charakter a vyprávějí současné příběhy tak, jak je vnímají.“ Vyjádření rozdílného názoru nechápe jako protichůdný vůči představě o novinářské nezávislosti a žurnalistice jako veřejnému svědomí, ale s ním úzce propojený. Přesně to znamená „pochtivý svědek“ a vyprávění „současných příběhů“, jak ho novinář vnímá; tím žurnalistika slouží veřejnosti; a proto má novinářská autonomie smysl - nezachovávat neutralitu, ale integritu procesu „posuzování společnosti“.

Tento přístup se výrazně liší od severoamerického pojetí profesionalismu jako politické neutrality a „objektivity“. Jde o názor blízký mnoha novinářům kontinentální Evropy a zdá se, že jde v zásadě o koherentní pohled na sociální roli novinářů - pohled, který nahlíží skepticky na představu, že by novinářský profesionalismus a politický paralelismus nemohly existovat zároveň. Jak ukážeme, relativně vysoký stupeň politického paralelismu koexistoval s vysokou úrovní novinářského profesionalismu zejména ve většině států severní a střední Evropy po většinu 20. století a do určité míry tomu tak je dosud.

Role státu

Stát hraje v každé společnosti důležitou roli při formování mediálního systému. Existují však podstatné rozdíly v rozsahu státních zásahů a také ve formě, jakou tyto zásahy mají. Nejpodstatnější formou státní intervence je vysílání veřejné služby, které existovalo v každé zemi západní Evropy a Severní Ameriky, vyjma té nejmenší (tj. Lucemburska), a ve většině zemí byla až donedávna hlavní formou vysílání. V posledních letech došlo k výraznému

posunu ke komerčnímu vysílání, ale vysílání veřejné služby si stále udržuje svůj význam ve většině zemí, kterým se věnujeme. Tabulka 2.4 ukazuje příjmy systémů vysílání veřejné služby v přepočtu na obyvatele, jako podíl HDP, podíl příjmů z reklamy a dalších komerčních zdrojů a podíl televizního publika vysílání veřejné služby v roce 2000. Jen v jedné z evropských zemí, kterými se zabýváme, poklesl podíl vysílání veřejné služby pod 20% diváků a ve většině případů dosahuje rozpětí mezi 30 a 50% - na rozdíl od 9% v Kanadě a 2% ve Spojených státech. Úroveň příjmů z vysílání veřejné služby je také v Evropě mnohem vyšší než ve Spojených státech. Na druhou stranu je čis-

veřejného vysílání hlediska jeho závislosti na komerčních příjmech v Evropě velmi rozdílná.

Tabulka 2.4 Systémy vysílání veřejné služby

| | Příjmy na obyvatele (v ECU) [1937] ^a | Příjmy v % HDP (1997) ^b | Podíl komerčních příjmů [%] (1998) ^c | Podíl na TV publiku (2000) ^d |
|----------------|---|--|---|---|
| Dánsko | 104,5 | 0,37 | 34,8 | 69 |
| Velká Británie | 103,7 | 0,30 | 15,8 | 39 |
| Švýcarsko | 99,7 | 0,36 | 26,2 | |
| Francouzské | | | | 32 |
| německé | | | | 32 |
| italské | | | | 25 |
| Rakousko | 88,6 | 0,39 | 49,9 | 57 |
| Německo | 85,5 | 0,38 | 17,2 | 42 |
| Norsko | 72 | 0,23 | 0 | 41 |
| Irsko | 69,8 | 0,36 | 66 | 48 |
| Finsko | 68,8 | 0,34 | 25,4 | 43 |
| Švédsko | 67,4 | 0,30 | 7,3 | 44 |
| Belgie | 56,3 | | | |
| vlámská | | | 33,4 | 32 |
| Francouzská | | | 27,6 | 25 |
| Francie | 55,8 | 0,21 | 45,5 | 44 |
| Itálie | 43,2 | 0,20 | 43 | 48 |
| Nizozemsko | 45 | 0,22 | 22,5 | 37 |
| Španělsko | 33,9 | 0,28 | 77,6 | 33 |
| Kanada | 23,8 | 0,13 | 32 | 9 |
| Řecko | 17,9 | 0,18 | 43,1 | 12 |
| Portugalsko | 12,5 | 0,15 | 55,5 | 34 |
| Spojené státy | 5,8 | 0,02 | 13 | 2 |

^a Zdroj: Teodosi a Albani [2000:193]; údaje pro Belgii jsou ze *Statistka! Yearbook of the European Audiovisual Observatory* z roku 2002 za rok 2000. ^b Zdroj:

Teodosi a Albani [2000:193].

^c Zdroj: Pro Evropu Schulz [2002]; pro Spojené státy a Kanadu Teodosi a Albani [2000:193]; data pro Spojené státy a Kanadu jsou za rok 1997.

^d Zdroj: Pro Evropu Schulz [2002]; pro Kanadu Lorimer a Gasher [2001:141]; pro Spojené státy Hoynes (1994:17).

Veřejnoprávní vysílání bylo nedůležitější formou státního vlastnictví médií (ve většině zemí stát ještě donedávna provozoval také telekomunikační infrastrukturu).

Stát navíc v mnoha zemích vlastnil také zpravodajské agentury, deníky nebo další podniky příbuzné médiím, a to buď přímo, nebo prostřednictvím státem vlastněných organizací. Ve většině zemí, kterými se zabýváme, existovala také finanční podpora tisku a hrála v řadě z nich důležitou úlohu. Mohla být přímá, nebo nepřímá (například sleva na

poštovním, telekomunikačních poplatcích nebo nižší DPH), a mohla být určena buď zpravodajské organizaci, nebo jednotlivým novinářům (například formou nižších daní nebo zlevněnou veřejnou dopravou)³¹. Stát a v mnoha případech také státem vlastněné organizace se stávají také mnohdy velmi důležitými inzerenty. Běžné jsou také dotace filmovému průmyslu. Mezi další formy státní intervence patří:

- zákony týkající se urážky na cti, pomluvy, ochrany soukromí a práva na odpověď;
- zákony proti nactiutrhání;
- zákony týkající se profesního tajemství novinářů (ochrana důvěrnosti zdrojů) a „zákony svědomí“ (ochraňující novináře v případech změny politické linie listu);
- zákony regulující přístup k vládním informacím;
- zákony regulující koncentraci médií, vlastnictví a ekonomickou soutěž;
- zákony regulující politickou komunikaci, zejména během předvolebních kampaní a
- zákony udílení licencí a regulující obsah vysílání včetně těch, které se týkají politické plurality, jazyka a podílu domácího vysílání.

V nejširším ohledu lze rozlišovat relativně liberální mediální systémy, ve kterých jsou státní zásahy omezené a média jsou ponechána primárně silám trhu, a systémy, v nichž se sociálnědemokratická tradice nebo tradice dirigismu projevují silnější rolí státu z hlediska vlastnictví, financování a regulace médií. Extrémním příkladem liberálního systému jsou samozřejmě Spojené státy, kde jedinečné postavení

³¹ Picard (1984) shrnuje základní formy státních finančních zásahů do novinového průmyslu. Pokouší se o utřídění zemí na základě těchto zásahů, ovšem nepříliš úspěšně, jelikož zohledňuje jen přítomnost, nebo absenci konkrétního typu státní podpory, a nikoli jeho intenzitu nebo politické řízení jejího rozdělování (které může, nebo nemusí úřadům umožňovat přisuzovat odměnu nebo trest konkrétnímu titulu za jeho politickou podporu nebo opozici).

přímo dodatku ústavy omezuje formy mediální regulace běžné v Evropě - byť, jak ukážeme, je i ve Spojených státech role státu svým způsobem velmi důležitá. Existují také jemnější varianty jednotlivých kombinací mediální politiky, které se rozvinuly v různých systémech a jsou často úzce spjaty s širším vzorcem vztahu státu a společnosti, který představíme v následující kapitole. Systémy se odlišují také *efektivitou* mediální regulace: Slabá role státu může být výsledkem uvážené politiky dominantní tržní síly, nebo výsledkem selhání politického systému při stanovení a prosazování mediální politiky. Tento fenomén je běžný zejména pro nedávnou historii vysílání v jižní Evropě; Traquina (1995) píše v této souvislosti

o takzvané divoké deregulaci.

Bez ohledu na téma mediálního vlastnictví, financování a regulace, hraje (stát vždy důležitou úlohu jako zdroj informací a primární dirigent zpráv (Hall et al., 1978), s mimořádným vlivem na agendu a zarámování veřejných témat. Tyto dvě role spolu nemusí nezbytně souviset - není jasné, zda se stát stává „primárním dirigentem“ v systémech s liberální mediální politikou méně než v systémech se silnými zásahy státu do vlastnictví médií, financování a regulace.

Shrnutí

Domníváme se, že čtyři uvedené parametry pokrývají z hlediska perspektivy médií a politiky většinu hlavních proměnných relevantních pro srovnávání mediálních systémů západní Evropy a Severní Ameriky. Tyto parametry považujeme za soustavy vlastností mediálních systémů, které mají sklon nezávisle variovat - například několik prvků novinářského profesionalismu nebo politického paralelismu, byť ukážeme, že k tomu nedochází zcela úplným a předvídatelným způsobem. Některé systémy mohou například rozvíjet zcela odlišné prvky novinářské profesionalizace než jiné systémy, anebo stát může hrát důležitou roli v některých aspektech, a v jiných zase ne. Každý z těchto parametrů pravděpodobně souvisí s odlišnými prvky (například s podobou zpravodajských obsahů), z nichž mnohé lze odhalit jen dalším výzkumem. Tyto čtyři parametry chápeme jako vzájemně komplementární, což jsme explicitně doložili v případě novinářského profesionalismu a politického paralelismu - oba se podstatným způsobem navzájem ovlivňují, ale také nezávisle varíují. Předpokládáme, že totéž se může dít u každé další dvojice parametrů.

Následující analýza by měla podpořit hodnověrnost tohoto rámce, třebaže, aby byla komplexní, vyžaduje ještě řadu dalších výzkumů.

Následující kapitola představuje hlavní parametry politického systému, které považujeme za základní pro srovnávací analýzu médií a politiky, a uvádíme v ní několik hypotéz týkajících se vztahu mezi těmito proměnnými a parametry daného mediálního systému.