

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

**Diplomová práce**

**Vliv médií na percepci politického prostředí studenty  
středních škol. Komparace České republiky a Velké  
Británie**

**Michaela Kantorová**

Plzeň 2012

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

**Studijní program Učitelství pro střední školy**

**Studijní obor Učitelství základů společenských věd pro střední školy**

**Učitelství geografie pro střední školy**

**Diplomová práce**

**Vliv médií na percepci politického prostředí studenty  
středních škol. Komparace České republiky a Velké  
Británie**

**Michaela Kantorová**

*Vedoucí práce:*

PhDr. Mgr. Petr Jurek

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

*Plzeň, duben 2012*

.....

Děkuji odbornému vedoucímu mé diplomové práce PhDr. Mgr. Petru Jurkovi za cenné rady a připomínky, které mi v průběhu zpracování diplomové práce poskytl.

Dále děkuji mým nejbližším za projevenou podporu, trpělivost a milá slova útěchy.

## Obsah

<b>1 ÚVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ V MEDIÁLNÍ KOMUNIKACI</b> .....	<b>5</b>
<b>3 VZTAH MÉDIÍ A POLITIKY VE VELKÉ BRITÁNII A V ČESKÉ REPUBLICE</b> .....	<b>14</b>
<b>3.1 Velká Británie</b> .....	<b>14</b>
3.1.1 Počátky britského tisku.....	14
3.1.2 Tištěná média.....	16
3.1.3 Média vysílací služby.....	20
<b>3.2 Česká republika</b> .....	<b>25</b>
3.2.1 Vznik moderní žurnalistiky.....	25
3.2.2 „Od éry stranického tisku po normalizaci“.....	27
3.2.3 Transformace médií po roce 1989.....	38
<b>3.3 Systémová analýza dvou modelů</b> .....	<b>45</b>
3.3.1 Velká Británie z pohledu Severoatlantického modelu.....	48
3.3.2 Systémová analýza České republiky.....	51
<b>4 POZICE A ROLE MÉDIÍ VE VZDĚLÁVACÍCH SYSTÉMECH VELKÉ BRITÁNIE A ČESKÉ REPUBLIKY</b> .....	<b>54</b>
<b>4.1 Mediální výchova</b> .....	<b>54</b>
<b>4.2 Mediální výchova ve Velké Británii</b> .....	<b>63</b>
4.2.1 Historie mediální výchovy ve Velké Británii.....	63
4.2.2 Mediální gramotnost.....	67
4.2.3 Národní Kurikulum.....	69
<b>4.3 Mediální výchova v České republice</b> .....	<b>73</b>

4.3.1 Mediální gramotnost v českém prostředí.....	73
4.3.2 Rámcový vzdělávací program.....	74
4.3.3 Charakteristika průřezového tématu .....	75
<b>5 ZÁVĚR .....</b>	<b>82</b>
<b>6 POUŽITÉ ZDROJE .....</b>	<b>87</b>
<b>6.1 Literatura .....</b>	<b>87</b>
<b>6.2 Prameny a elektronické zdroje.....</b>	<b>90</b>
<b>7 RESUMÉ .....</b>	<b>93</b>

„Být vzdělaným jedincem znamená uvědomovat si, jak vzniká prostředí, v němž se pohybujete. A média jsou pro nás tak důležitým prostředím, že si neumím představit někoho, kdo by nechtěl vědět, jak vznikají.“

(Joseph Turow, Annenberg School  
for Communication)<sup>1</sup>

## 1 ÚVOD

Studium takzvaných masových médií, zejména periodického tisku (novin a časopisů) a rovněž rozhlasového a televizního vysílání, představuje jedno z klíčových témat, jehož studiem se zabývají současné postmoderní společnosti. Tato modernizace s sebou přináší pro člověka velmi významný a zároveň značně obtížný úkol – orientovat se ve světě, v němž žije a který ho obklopuje. Je potřeba, aby jedinec porozuměl informacím, jež sdílí spolu s ostatními lidmi, chápal je v souvislostech a rovněž byl schopen určité reflexe postojů, názorů i hodnot. Média mohou formovat soukromý život jednotlivce tím, že do něj promítají prvek veřejného rozměru, jenž sdílí spolu s ostatními. Zároveň však také formují podobu veřejného života společnosti a vnášejí do něj celou řadu prvků zcela intimních. Veřejná a soukromá sféra poté v součinnosti určují chování médií a na základě této dynamické interakce nakonec ovlivňují sebe sama (Jirák, Köpplová, 2007: 10).

Na média lze nahlížet jako na sociální instituci, která vstupuje do kontaktu s mnoha dalšími institucemi, jako je rodina, škola či politika, s nimiž pak fungují ve vzájemné interakci. Podoba současných politických procesů v soudobých demokraciích vykazuje nesporně značný vliv ze strany mediálního působení – média reprezentují veřejný (politický život), se kterým jsou svázána historickým vývojem a představují hlavní, a někdy také jediný zdroj poznatků o politice a politicích, kteří se ucházejí o přízeň a pochopení ze strany veřejnosti. Při zpracování politických témat však média nezřídka berou ohled rovněž

---

<sup>1</sup> Jirák, Köpplová, 2007: 10.

na ekonomickou úspěšnost a respektování zájmu inzerentů - výjimku tvoří média „veřejné služby“, která jsou financována téměř výlučně z veřejných zdrojů, např. z koncesionářských poplatků (Jirák, Köpplová, 2009: 346 – 347).

Pochopit tento trojjediný vztah mezi masovými médii, politikou a veřejností je nezbytný ale zároveň i velmi obtížný předpoklad pro orientaci v současné rozvinuté „informační společnosti“. Podle Jana Jiráka je jedním z problémů především fakt, že média nepředstavují nějaký statický prvek ve společnosti, nýbrž se neustále dynamicky proměňují. Jejich rozvoj je závislý na změnách v oblasti komunikačních technologií, avšak sama jsou zdrojem podmínění, urychlení a modifikace řady společenských, kulturních a politických proměn. Pro uživatele médií je často velmi obtížné určit, zda a do jaké míry jsou jim předkládaná sdělení motivována potřebou ekonomické úspěšnosti a dosažení zisku, snahou o vzdělání či zábavu, nebo potřebou informovaného rozhodování občanů v dané společnosti.

Cílem této diplomové práce je posoudit vliv médií na vnímání politického prostředí u studentů středních škol ve Velké Británii a v České republice. Velká Británie byla zvolena především z důvodu, že její politický systém je jednou z nejstarších etablovaných demokracií současného světa a zároveň vykazuje i jistou stabilitu v průběhu svého vývoje. Rovněž se jedná o zemi s pozitivně hodnoceným systémem mediální výuky - zájem o tuto oblast z řad pedagogických pracovníků vzrůstal již od šedesátých let dvacátého století. Naproti tomu je politický systém v České republice během svého vývoje charakterizován řadou proměn. Taktéž v oblasti mediální výchovy nepatříme k čelním státům, nýbrž k posledním zemím v EU, které mediální výuku do svého vzdělávacího systému zařazují.

Práce bude rozčleněna na dva základní celky, přičemž v prvním se pokusíme charakterizovat vztah médií a politiky ve Velké Británii a v České republice. Celek druhý pak bude popisovat média ve vzdělávacích systémech výše zmíněných zemí.



V první části práce se, po krátké úvodní kapitole zaměřené na stručnou charakteristiku několika klíčových pojmů z oblasti mediální komunikace, pokusím v jednotlivých kapitolách představit obecné úvahy a konkrétní hypotézy o tom, jak se mediálně politický diskurs vyvíjel a jakým způsobem ovlivňoval nejen politiku, ale i chování občanů v ní nejprve v prostředí Velké Británie. V souvislosti se vznikem veřejnoprávního modelu se budu zabývat rovněž strukturou rozhlasového a televizního vysílání, zejména britskou BBC<sup>2</sup>, představující tradici striktního oddělení od politické kontroly a řízení vysílání profesionály, zrušením cenzury, ke kterému došlo ve Velké Británii již v 17. století a zrodem komerčního tisku. Zde využiji převážně práce zahraničních autorů, zejména Davida Buckingham, Jeane Seaton či Jamese Currana.

V dalších kapitolách se budu věnovat jednotlivým etapám vývoje mediálně politického diskursu v České republice. Zde se budu snažit poukázat na nejdůležitější proměny ve vývoji vztahu českých médií, především tisku, rozhlasu a televize s politickými stranami. Zabývat se budu rovněž mediální legislativou, cenzurní praxí, novinářskou profesí či tiskovými agenturami. Pozornost věnuji také roli médií ve veřejné sféře, jejich komercializaci a profesionalitě mediálních pracovníků. Při zpracování těchto témat budu čerpat především z titulů domácích autorů, jako je Jan Jirák, Blanka Říchová, Tomáš Trampota či Jakub Končelík.

V následující části práce bude představena systémová analýza mediálně politického diskursu obou výše zmíněných zemí. Východisko nám poskytne dědictví koncepce Čtyř teorií tisku autorů Sieberta, Petersona a Schramma a její následná kritika, která posléze vyústila do ustavení tří základních modelů mediálních systémů. Jedná se o systémy polarizovaně pluralitní, demokraticko – korporativní a liberální, v nichž se pak pokusíme diferenciovat vztah médií a politiky ve Velké Británii a České republice na základě několika konceptů

---

<sup>2</sup> Původní soukromá *British Broadcasting Company* z roku 1922 se v roce 1927 stala veřejnou korporací *British Broadcasting Corporation*, aby nepodléhala v první řadě komerčním tlakům a šířila tzv. vysokou kulturu a později, aby nepodléhala politickému lobbingu.

a hypotéz (např. do jaké míry ovlivňuje profesionalita mediálních pracovníků vnímání veřejného mínění či jakou roli hraje při vývoji médií role státu atp.).

V části následující bude blíže představena pozice a role médií jak v Rámcovém vzdělávacím programu České republiky, tak i Kurikulu britského vzdělávacího systému. V obou případech se zaměříme pouze na ty části, které se zabývají vzděláním středoškolským. Z důvodu toho, že zaměření mého studia se orientuje na výuku středních škol, je volba této oblasti zřejmá. Bližší pozornost bude věnována vývoji a metodice mediální výchovy či koncepci mediální gramotnosti. V případě Velké Británie poukážeme na signifikantní přínos do oblasti mediální výchovy, o který se zasloužili Andrew Hart a Cary Bazalgette. Díky nim zůstává Velká Británie jedním z nejvlivnějších států na poli mediálního vzdělávání nejen v Evropě, ale i ve světovém měřítku. V oblasti českého vzdělávání zdůrazníme rovněž přínos Jana Jiráka. V této části práce budeme kromě monografií více využívat zdroje internetové.

V závěru práce pak bude provedena syntéza předchozí argumentace a shrnuta komparace britského a českého případu, čímž by mělo být naplnění stanoveného cíle dovršeno. V obecné rovině se zde také pokusím o představení vlastního pohledu na způsob pojetí mediálního vzdělávání ve vztahu k politice u obou zkoumaných zemí. Posoudím jejich dosavadní úspěchy v systémech mediální výuky a rovněž se pokusím navrhnout některé možné alternativy cest, jakými by se mohly tyto modely v budoucnu ubírat.

## 2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ V MEDIÁLNÍ KOMUNIKACI

V této kapitole uvedeme několik základních pojmů z oblasti mediální komunikace, s nimiž je důležité se při zkoumání této problematiky seznámit.<sup>3</sup> Tyto pojmy jsou obsaženy v samostatné kapitole z toho důvodu, aby jejich definice rozptýlené v ostatních částech nenarušovaly plynulý průběh textu.

Nejprve je potřeba se krátce zastavit u samotného pojmu médium. Obecně jím lze rozumět to, co existuje uprostřed a vzájemně spojuje dvě nebo více stran. Po převedení do oblasti mediálních studií se tedy jedná o důležitý článek mezi komunikátorem a adresátem. Tyto články jsou prostředky masové komunikace, které přenášejí informace v různých formách a za různým účelem. Podle Reifové mají média obvykle podobu velkých mediálních organizací, jejichž sdělení jsou veřejně dostupná, standardizovaná, vyráběná mediálními profesionály a za pomoci technických aparátů šířená k velkému, heterogennímu disperznímu publiku. Komunikace pomocí médií je interpersonálně nepřímá, tzv. parasociální, a nepřetržitě působící (Reifová, 2004: 139).

Pod pojmem mediální organizace si lze představit tiskovou agenturu, zabývající se získáváním, zpracováváním, ukládáním a šířením textových, obrazových, zvukových či audiovizuálních informací. Jejich produkci za úplatu odebírají jiná masová média nebo státní či soukromé instituce a jednotlivci. Částečně veřejný orgán zastupující zájmy médií a veřejnosti se označuje jako tisková rada. Náplní její práce je rovněž to, že posuzuje stížnosti veřejnosti na chování tisku ve společnostech, které mají mít svobodu tisku zaručenu. Tiskové rady jsou důležitým prvkem odpovědnosti médií (McQuail, 2009: 582).

Významnou roli sehrává rovněž odpovědnost médií. Tato odpovědnost předpokládá vzájemný vztah mezi odesílateli a příjemci mediálních obsahů

---

<sup>3</sup> Slovník pojmů byl zpracován převážně na základě: Reifová, I. (2004). *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál; Hartley, J. (2002). *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts*. 3rd.ed. London: Routledge.

a propojení s myšlenkou, že existence médií je veřejným zájmem. Média by měla nést odpovědnost za kvalitu, prostředky a důsledky svých publikačních činností. Měla by být taktéž odpovědná společnosti a dalším zájmům, jež mohou být jejich konáním ovlivněny. Požadavek na svobodu médií historicky vznikl v Anglii při konstituování politického tisku jako společenského projevu nastupující buržoazie v druhé třetině 17. století. Je považována za základní součást politické demokracie. Představuje v zásadě princip individuálních, politických a lidských práv, který zaručuje všem občanům právo publikovat bez předběžné cenzury<sup>4</sup> či svolení úřadů a beze strachu z potrestání. Právo musí respektovat práva ostatních a musí být uplatňováno v mezích zákona. Tato svoboda je však v praxi často omezena překážkami, zejména ekonomickými.<sup>5</sup>

Při studiu médií představuje jedno z hlavních témat problematika cenzury. Označuje se jako cílený (tj. záměrný a vědomý), institucionalizovaný a politicky podložený zásah státní moci do autorského záměru či do informačního toku. V širším pojetí znamená jakoukoli kontrolu informací, úžeji označuje státní dohled nad šířením mediálních obsahů (tradičně tištěných médií, filmu, divadla, rozhlasu a televize. Podmínkou užití tohoto pojmu bývá násilný (nekonsenzuální) zásah do práv autorů a vydavatelů. Je možno několik způsobů třídění, mezi základní patří třídění cenzury podle procesu tisku. Tedy: a) předběžnou (preventivní, preskriptivní), to jest cenzuru, uplatněnou před vytištěním (zveřejněním) informace a b) následnou (represivní, exekutivní), uplatněnou po vytištění (zveřejnění) informace. Kontinuální kontrolu (předběžnou i následnou) pak v tomto pojetí označuje cenzura průběžná. Ústavní záruky svobody tisku obvykle stavějí předběžnou cenzuru mimo zákon, ačkoli mohou nastat zákonné důvody pro potlačení či dokonce následné potrestání publikací. Ve Velké Británii přímá cenzura neexistuje. Regulační zásahy se zde dějí prostřednictvím autoregulačních orgánů, které svou činností přímo neodpovídají

---

<sup>4</sup> Pojem bude vysvětlen dále.

<sup>5</sup> Více k otázkám svobody tisku: McQuail (2007). *Úvod do teorie masové komunikace* (155–157).

ani vládě ani veřejnosti. Některé z těchto orgánů vykazují ovšem značnou pravomoc. Jedná se například o ITC – *Independent Television Commission*, která dohlíží na oblast komerčních rozhlasů a televizí. Mapováním vývoje cenzury a svobody projevu v minulosti v různých zemích světa se věnuje časopis *Index of Censorship*, vycházející ve Velké Británii. Co se České republiky týče, zde rovněž přímá cenzura jako taková neexistuje. Všechna rozhodnutí, která se týkají chování a výstupu médií se musí dít dle příslušného zákona a je možné se proti nim odvolat u příslušného soudu (Burton, Jirák, 2003: 140–141).

S problematikou mediální komunikace se rovněž můžeme setkat v pracích mnoha škol. Krátce tedy představíme alespoň některé z nich. V polovině šedesátých let 20. století bylo při univerzitě v anglickém Birminghamu založeno Centrum pro současná kulturní studia (CCCS), označované též jako škola Birminghamská. Jejimi zakladateli byli Richard Hoggart a Stuart Hall. Práce této školy ovlivnila studium populární kultury a měla rovněž velký podíl na rozvoji kritických kulturních studií (recepční analýza, feministická mediální studia)<sup>6</sup>. Frankfurtská škola odkazuje na skupinu vědců (Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Leo Lowenthal) působících původně ve frankfurtském Ústavu pro sociální výzkum a po nástupu fašismu k moci emigrujících do USA. Hlavní náplň jejich práce vyplývala z kritické analýzy moderní kultury a společnosti v duchu marxistické tradice. Škola Torontská je pojmenována na základě teoretických prací odvozených od teorií Marshalla McLuhana, jenž vycházel z názorů ekonoma a historika Harolda Innise, působícího na University of Toronto v Kanadě. Základní myšlenkou je technologický komunikační determinismus, který připisuje dominantním formám a prostředkům komunikace jisté charakteristické sociální a kulturní účinky, a to nezávisle na jejich skutečném obsahu. V McLuhanově práci nazvané *Jak rozumět médiím: Extenze člověka* (1991) se autor zabýval zejména úvahami o tom, jaký vliv mají média na člověka a jakým způsobem jejich užívání proměňuje podoby

---

<sup>6</sup> Tato škola, mimo jiné, odmítá představu o dominantní roli textu jako prvotního hybatele diváckého chování – tento názor zastával např. britský filmový žurnál *Screen* (více v části o historii mediální výchovy).

našeho prožívání. V tomto díle se můžeme setkat s termínem „globální vesnice“, jenž se začal používat nejvíce v 90. letech a to v souvislosti s příchodem počítačových sítí a vzájemného propojení uživatelů po celém světě. Výraz globální vesnice tedy představuje jakousi metaforu pro společnost, která se právě užíváním nejrůznějších médií sblíží (Jiráček, Köpplová, 2007: 40).

V souvislosti s působením výše zmíněných škol se můžeme setkat s řadou významných teorií. Pojem kritická teorie například vychází z marxistických úvah o tom, jakou roli hrají masová média při udržení dominantní ideologie či hegemonie. Tato teorie má několik variant a s jejími počátky se můžeme setkat v pracích Frankfurtské školy. Objektivistní a vědecká teorie zabývající se tím, jak by média měla pracovat, nese označení normativní teorie. Nepopisuje ani nevysvětluje skutečnou práci médií, soustředí se spíše na vztah mezi médii a společností a na jejich požadavky, a to zejména ve spojení s jejich svobodou.<sup>7</sup>

Podle způsobů fungování mediálních organizací a rovněž podle velikosti jejich finanční základny (a výnosů) lze bezesporu odvodit to, jak velkou mají moc.<sup>8</sup> Podle McQuaila (2007: 92) je zřejmé: „že média mají svou ekonomickou cenu a hodnotu, jsou předmětem boje o ovládnutí a zpřístupnění a jsou objektem politické, ekonomické a zákonné regulace“. Rovněž nelze přehlédnout: „že jsou velmi často považována za účinné nástroje moci s potenciální schopností uplatňovat nejrůznějšími způsoby svůj vliv“. J. B. Thompson ve své knize *Média a modernita* (2004) rozlišuje čtyři typy moci, které se uplatňují ve společnosti – moc ekonomickou, politickou, donucovací a symbolickou. První z nich vychází z vlastnictví či kontroly velkého bohatství či prostředků, jenž bohatství zajišťují. Jedná se o různé ekonomické instituce, např. obchodní firmy. Moc politická pramení z možnosti provádět rozhodnutí na základě pravomoci, které je možno se dobrat zvolením, jmenováním nebo zděděním. Paradigmatickými institucemi jsou

---

<sup>7</sup> Čtyřem základním způsobům řešení vztahu médií a společnosti, které se odlišují podle jejího politického uspořádání a které vycházejí z normativního myšlení o médiích, bude v další části práce věnována samostatná podkapitola.

<sup>8</sup> Více viz. Bezdíček (2000). *Média a moc*.

zde instituce politické, např. státy. Donucovací moc je projevem užívání větší síly (potlačování demonstrací, obsazení jedné země jinou). Jako donucovací instituce můžeme jmenovat zejména vojsko, dále také policii, justici, vězeňství apod. Moc symbolická je uplatňována na základě obrazů, které si kladou za cíl vytvořit a podnítit podporu nějaké záležitosti. Tato moc využívá informačních a komunikačních prostředků a řadíme sem různé kulturní instituce, např. církve, školy, univerzity, mediální průmysl atp. Symbolická moc je integrální součástí předešlých typů moci (Thompson, 2004: 17–21). V souvislosti s mocí tisku se můžeme setkat s pojmem čtvrtý stav. Výraz čtvrtý stav je připisován Edmundu Burkemu, polemikovi 18. století, který takto označoval novinářskou galerii v britské Dolní sněmovně. Tvrdil, že moc tisku je stejná jako moc ostatních tří stavů – šlechty, lidu a duchovenstva. Čtvrtým stavem se pak označovali novináři, kteří plnili úlohu zpravodajů a hlídacích psů vlády (*watch-dog role*).<sup>9</sup>

S touto oblastí souvisí rovněž pojem hegemonie. Hegemonie je výrazem zavedeným na počátku 20. století italským humanistickým marxistickým teoretikem Antoniem Gramscim. Označuje stálý, komplexní a otevřený proces působení mocenských praktik, jimiž vládnoucí skupiny ve společnosti udržují status quo, na základě preventivně budovaného souhlasu podřízených skupin se společenským řádem. Média se na posilování hegemonie podílejí především tím, že platné vztahy ve společnosti prezentují jako přirozené (Burton, Jiráček, 2003: 303).

Jako komercializace je nazýván proces, v němž mediální struktury a jejich obsahy reflektují ziskuchtivé cíle mediálního odvětví a mají silnou orientaci na potřeby trhu. Je považována za jeden z negativních kulturních důsledků. Pojem odvozený z označení pro bulvární a senzacechtivé noviny (pomluvy, skandály) je znám jako bulvarizace. Vztahuje se k procesu „snížení kvality“ seriózního tisku v mnoha zemích (uvozovky v originále, McQuail, 2009: 562). Předpokládanou příčinou je zejména komercializace a tvrdé soupeření o čtenáře. Zapříčinila úpadek žurnalistických standardů, podílí se na zvýšení neinformovanosti

---

<sup>9</sup> Více viz. Jiráček, Říhová (2000). *Politická komunikace a média* (119–128).

veřejnosti a také zvyšuje možná rizika při záměně fikce se skutečností (*infotainment* – možno přeložit jako *infozábava*). Aspekty mediálního obsahu, které dovedou upoutat pozornost, nadchnout a podnítit emoce, můžeme souhrnně nazvat jako senzacechtivost. Souvisí s tématy komercializace a bulvarizace. Komunikace, objevující se zejména při ústním projevu, charakteristická absencí spolehlivých či úplných informací o daných událostech nese název fáma. Masová média však mohou fámy nejen přiživovat ale i vytlačovat. Jejich vznik je dán nedostatečností či nespolehlivostí masových médií (zejména v totalitních společnostech nebo ve válečných podmínkách).

Neméně důležitá je rovněž kontrola nad výběrem témat (*gatekeeping*). Jako takzvaní dveřníci (*gatekeepers*) jsou označováni držitelé pozic v rámci mediálních organizací, kteří rozhodují o výběru témat a událostí, jež budou zpracovány na mediální obsahy. Jinými slovy rozhodují o tom, co projde branami média, a co do procesu mediace zařazeno nebude. Uplatňuje se zde řada kritérií a souvisí rovněž se systematickou předpojatostí.<sup>10</sup> Mediálními manipulátory (tzv. *spin doctors*) se pak obecně označují všechny osoby, jejichž úkolem je řídit veřejnou prezentaci informací nebo myšlenek (převážně jménem politiků), s cílem vyvolat co nejlepší dojem. Výsledkem jejich činnosti je pak manipulace zpráv. Angažují se nejvíce během profesionálního řízení kampaní (kampaní rozumíme plánovaný pokus ovlivnit veřejné mínění za použití různých médií a během určitého časového období, obvykle sloužící společensky schváleným cílům, její zaměření může být orientováno na oblast reklamy, politiky, osvěty či na získání finančních prostředků) a období politického marketingu. V souvislosti s termínem *spin doctors* se často hovoří o náhledu médií na politiku jako na formu *dostihového závodu* či *strategické hry*, čímž se pochopitelně stírá smysluplnost a věcnost politického zpravodajství (Mc Quail, 2009: 571–572).

Jako nastolování témat (*agenda setting*) se v mediálních studiích označuje hypotéza o vlivu, resp. účinku médií na obsahy myšlení a veřejného a politického diskurzu, podle které jsou média schopna (a to jak záměrně, tak i nezáměrně)

---

<sup>10</sup> Tento termín bude vysvětlen dále.



exponovat určité události a zároveň také určovat pořadí důležitosti těchto exponovaných událostí, jež jsou součástí veřejného prostoru. Termín zavedla roku 1972 dvojice amerických autorů Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw. Proces související s nastolováním a zdůrazňováním témat se označuje jako rámování (*framing*). V praxi se můžeme setkat s několika významy rámování. První odkazuje ke způsobu, jakým novináři utvářejí zpravodajské obsahy a následně je zasazují do souvislostí na základě určitých významových struktur. Druhý zkoumá účinek rámování na veřejnost. Publikum přijímá vztažné rámce, které mu novináři nabízí a začíná tedy na svět nahlížet podobným způsobem. Výraz zdůrazňování témat (*priming*) vychází ze sociální psychologie (teorie socializace), v současnosti se používá převážně v politické komunikaci při hodnocení politických osobností veřejným míněním. Jedná se o určitý způsob, jímž média navrhnou hodnoty a normy, podle kterých pak mohou být posuzovány objekty mediálního zájmu (Mc Quail, 2009: 526–530).

Výraz propaganda značí systematickou a záměrnou snahu o formování představ, ovlivňování a usměrňování citů, vůle, postojů, názorů, mínění a chování lidí za účelem dosažení takové reakce, jež koresponduje s úmysly a potřebami propagandisty. Je dlouhodobá, koncepční a vykazuje ofenzivní charakter (Reifová, 2004: 192). V mnoha případech podává zkreslený obraz reality. S odchýlením zprávy od přesného, nestranného a neutrálního vyobrazení událostí dle předem stanovených kritérií koresponduje pojem předpojatost (*bias*). Může být zamýšlená (vychází zejména z ideologických postojů) a nezamýšlená (ta je způsobena určitou rutinou, která se projevuje během výběru a zpracování zpráv).<sup>11</sup>

Často užívaným termínem jsou i vztahy s veřejností (*public relations*). Jedná se o formy ovlivňování, které jsou vykonávány profesionálními a placenými komunikátory. Mají za úkol vytvářet příznivý obraz a čelit negativním reakcím. Pro média představují častý zdroj zpráv. Koncept

---

<sup>11</sup> „Nepravdivostí“ v politice a publicistice se ve svém díle *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci* (2003: 103–119) zabývá Z. Vybíral.

ovlivňování a tvorby veřejného mínění, který poprvé použila německá badatelka Elisabeth Noelle-Neumannová, se do povědomí veřejnosti vžil jako spirála mlčení. Podle této teorie mají lidé obavy vyjadřovat na veřejnosti svůj názor ohledně kontroverzních témat, o němž předpokládají, že je menšinový. Jedinec, který z okolí vyzoruje, že jeho názorový tábor nabývá převahy, hovoří o svém přesvědčení volně a bez obav. Pokud má však pocit, že podpora jeho vlastního mínění je u veřejnosti v menšině, stává se pak velmi opatrným a své názory raději nevyjadřuje. Tímto konceptem je podporována převaha předpokládaného většinového názoru (jedná se o tzv. spirálový efekt). Rovněž přisuzuje silný účinek levicovým médiím (médiá představují hlavní zdroj, odkud lidé čerpají představu o současném dominantním názoru). Spirála mlčení souvisí také s tzv. *bandwagon effect* (což bychom mohli přeložit jako efekt rozjetého vlaku), tedy touhou voličů být na straně vítězů (Reifová, 2004: 231–232).

System duální (též smíšený) označuje takový mediální systém, ve kterém vedle sebe v oblasti televizního a rozhlasového vysílání existují média soukromá a média veřejné služby - jak je tomu např. v případě České republiky (Reifová, 2004: 247). Veřejnoprávní vysílání je převážně evropským systémem vysílání, který je financován z veřejných prostředků a provozován na neziskovém základě. Jeho smyslem je uspokojovat nejrůznější veřejné komunikační potřeby všech obyvatel (především potřeby takové, které komerční systémy zanedbávají, neboť jim nepřinášejí zisk).<sup>12</sup> Model amerického trhu je naproti tomu postaven na smlouvě o vysílací licenci. Veřejnoprávní vysílatel je nahrazen komerčním, ten však zastupuje rovněž funkce veřejnoprávního vysílání.

Soubor kritérií, podle nichž novináři a redaktoři určují, zda konkrétní zprávu ve zpravodajství uveřejnit či nikoli, nese název zpravodajské hodnoty. V komerčních médiích je kritériem zejména to, zda daná zpráva zaujme potenciální publikum, a v důsledku se zde příliš nehledí na její skutečnou vnitřní důležitost. Fragmentací je pak označován obecný úbytek masového publika novin a dominantních televizních kanálů. Nejčastěji je způsobena vlivem značného

---

<sup>12</sup> K tomuto tématu bude více uvedeno v následující kapitole.

zvýšení počtu televizních kanálů a objevem nových médií. Důsledkem je vznik mnoha menších a spíše dočasných publik (Mc Quail, 2009: 563).<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Srovnání pojmů dle Jiráková, Köpplová (2007). *Média a společnost*; Kunczik (1995). *Základy masové komunikace*.

### **3 VZTAH MÉDIÍ A POLITIKY VE VELKÉ BRITÁNII A V ČESKÉ REPUBLICCE**

V následující kapitole se budeme zabývat vývojem britských a českých médií. Pokusíme se zde uvést základní přehled nejdůležitějších událostí, jež se podílely na utváření mediální krajiny a zároveň vytvořily prostor pro postupnou transformaci ve sféře státoprávní i politické. V závěru této kapitoly se pokusíme o provedení systémové analýzy vztahu mezi médii a politikou v rámci obou zkoumaných společností.

#### **3.1 Velká Británie**

V rámci této podkapitoly se nejprve zaměříme na počátky vývoje britského tisku, budeme se zabývat zrušením cenzury i snahou vlády vydávat četná represivní opatření, jimiž se snažila mít produkci tiskovin pod kontrolou. Následně charakterizujeme sféru tištěných médií, rozhlasu a televize. Pozornost bude věnována i stanici *BBC*, jež představuje tradici rigidního oddělení od politické kontroly. V závěru podkapitoly se zmíníme o postoji Britů k médiím v současné době.

##### **3.1.1 Počátky britského tisku**

Za časným vývojem britského tisku je možno vidět několik vlivů. Dle slov Johna Stuarta Milla se o to zasloužilo především „komerční podnikání a náboženské puritánství“. Dalšími vlivy byly bezesporu i politické konflikty, jež vedly k rozvoji parlamentní demokracie a otevírání veřejné sféry. O moderní pojetí politiky se nemalou měrou zasloužila anglická revoluce, během níž došlo také k vzestupu „čtvrtého stavu“.

Počátkem dvacátých let 17. století se v Anglii poprvé objevily takzvané *newsletters*. Jednalo se o noviny ve formě osobní korespondence šířící se v uzavřené komunitě obchodníků. Jejich publikování však bylo zakázáno až do propuknutí konfliktu mezi trůnem a takzvaným Dlouhým parlamentem, který

se odehrál roku 1641. O rok později začala anglická občanská válka. V rámci propagandy bylo vytištěno množství politických traktátů a pamfletů, jež podnítily četbu sekulární literatury.

Na počátku 18. století došlo k podstatné změně v anglickém politickém systému. Vláda panovníka byla pod vlivem parlamentní většiny, parlament měl na starost kontrolu veřejných financí, schvaloval jmenování ministrů a měl rovněž exkluzivní právo odvolávat soudce. Již od 17. století zde fungovala ekonomická politika *laissez-faire*, kterou umožnila jednak rozšiřující se královská kontrola ekonomiky a také tradiční privilegia cechů. Výrazné posílení zaznamenala rovněž náboženská tolerance. Zrušením zákona o cenzuře (*Licensing Act*), který v Anglii platil od roku 1662, byl učiněn podstatný krok k zavedení svobody tisku (Hallin, Mancini, 2008: 224–225).

Politika přestala být záležitostí božského práva a stala se předmětem racionálního posuzování, zkušenosti a obecného rozumu. Vývoj politických stran a rozdělení parlamentu na vládu a opozici měly na mediální krajinu důležité dopady. Z tohoto soupeření vzešlo vládní financování prvního deníku *Daily Courant*, který vycházel od roku 1702 v Londýně. Na přelomu 17. a 18. století lze tedy vypočítat počátky politické žurnalistiky. Ze strany *toryů* byl podporován *Postboy*, *whigům* patřil *The Flying Post* (Rosůlek, 2009: 19).

Konec platnosti výše zmíněného licenčního zákona v roce 1695 vedl k rozmachu novinové produkce. Jen v Londýně vzniklo v následujících deseti letech na dvacet titulů a vznikaly rovněž listy regionální. Tento nebývalý rozvoj tisku však způsobil nelibost politických elit z důvodu jeho nekontrolovatelnosti. Vláda se pokusila o znovunastolení systému udělování licencí prostřednictvím Zákona o kolkovném (*Stamp Act*) roku 1712. Tento zákon uvalil daně na noviny, pamflety, inzerci a papír, což mělo za následek okamžitý pokles nákladů novin. Ke zvyšování a zpřísnění kolkovného došlo v následujících letech ještě několikrát. Represivní opatření ve smyslu rozšířené kontroly tisku a uvalení daní však měla za následek šíření nekolokovaných novin a pamfletů, jež dosáhly

na počátku 19. století ohromných nákladů.<sup>14</sup> Restrikce rovněž zbrzdily rozvoj komerčního masového tisku v Británii až do padesátých let 19. století. Britské tiskové instituce i novinářské a legislativní praktiky spolu s požadavky na svobodu tisku byly z Anglie brzy exportovány do severoamerických kolonií (Hallin, Mancini, 2008: 225–226).

### 3.1.2 Tištěná média

Tištěná média, tedy noviny a časopisy, se začala v Británii rozvíjet v 18. století. Zpočátku byl však jejich oběh brzděn dopravními a distribučními problémy, negramotností, vládními licencemi a rovněž cenzurními zásahy. V následujících dvou staletích však s rozšířením vzdělávacího systému, zrušením vládní kontroly a nových tiskových vynálezů došlo k odstranění těchto potíží a vytvořila se tištěná média volná, otevřená a často také kontroverzní (Oakland, 2006: 232).

Nárůst gramotnosti po roce 1870 byl dalším předpokladem pro rozvoj mediálních trhů. Noviny a časopisy, které byly dříve omezeny jen pro potřeby středních a vyšších tříd, byly stále více popularizovány. Nepřinášely svým čtenářům jen nové zprávy a informace, ale i zábavu a zároveň zisk jejich vlastníkům. Ve zvyšující se konkurenční atmosféře přelomu 18. a počátku 19. století si majitelé tiskovin uvědomili, že politického a společenského vlivu mohou dosáhnout prostřednictvím kontroly komunikačních prostředků stejně tak dobře, jako šířením různých bojových ideologií (Oakland, 2006: 233).

„Národní noviny“ jsou většinou publikovány z Londýna (mohou mít také různé regionální verze) a jsou k dispozici ve všech částech Británie ve stejný den, včetně neděle. V souvislosti s rozvojem *ICT* technologií byla celostátnímu tisku umožněna prezentace na internetu a aktuální novinky jsou díky tomu nyní dostupné téměř všude.

---

<sup>14</sup> V této souvislosti bývá zmiňován Cobbettův *Political Register*.

Prvními významnějšími britskými novinami byly od roku 1785 *The Times*, a dále také *Observer* (1791) či *Sunday Times* (1822). Většina z nich měla poměrně kvalitní obsah a orientovala se na poměrně malý vzdělaný trh. Na počátku století devatenáctého nárůst a různorodost obyvatelstva modifikovaly druhy novin, které byly vyráběny. První populární národní noviny byly například záměrně tištěny v neděli. Byly velmi levné a zaměřily se na rostoucí gramotnost dělnické třídy. Takovým příkladem byl roku 1896 Alfred Harmsworth<sup>15</sup>, který takto produkoval list *Daily Mail* a posléze pak v roce 1903 i *Daily Mirror*. Zaměřením na dělnickou třídu a postupnou popularizací dosáhly oba tituly brzy více než milion prodaných kusů denně (Oakland, 2006: 233).

Nejen Harmsworth, ale i Arthur Pearson se svým deníkem *Morning Herald* (později *Daily Express*), se v tomto období řadí k éře takzvaných tiskových baronů (*press barons*). Byla mezi nimi velmi silná konkurence a soupeřili mezi sebou o větší podíl a zisk na mediálním trhu. Curran ve svém díle *Power Without Responsibility* (1997: 42) uvádí: „V rukou mužů jako Beaverbrook a Rothermere se noviny staly pouhými *motory propagandy* zmanipulovanými ve snaze podpořit jejich politické ambice“.

*Daily Mirror* se stal počátkem 20. století nejvíce prodávaným deníkem. Byl koncipován zejména pro potřeby dělnické strany a podporován *Labour Party*. Tato strana podporovala rovněž titul *Daily Herald*, a to až do roku 1964, kdy byl deník prodán, název změněn na *The Sun* a nabyl odlišných politických priorit. Boje o prestiž a moc však mezi „Sluncem“ a „Zrcadlem“ trvají dodnes. Souboje jsou také neustále vedeny mezi dominantními vlastníky vydavatelských koncernů, jako je například společnost *News International* kontroverzního Ruperta

---

<sup>15</sup> Známy též jako Lord Northcliffe.

Murdocha, který vlastní značné mediální podíly i v Austrálii a Spojených státech, či společnost *Trinity Mirror* (Oakland, 2006: 233–234).<sup>16</sup>

*News International* je majitelem k populárním deníkům se řadícího *The Sun*, dále seriózního deníku *The Times*, z populárních týdeníků pak vlastní *News of the World*, který trvale vykazuje jeden z nejvyšších prodejů a ze seriózních deníků pak *Sunday Times*. Společnost *Trinity Mirror* se orientuje spíše na tisk populární. Má nadvládu nad populárním deníkem *Daily Mirror*, populárními týdeníky *People* a *Sunday Mirror* (Oakland, 2006: 237).

Touha po poznání a nových informacích ze strany dělnické třídy podporovaná *Labour Party* se zasloužila o to, že mohli majitelé novin profitovat z obrovského trhu a poptávka byla uspokojena. Se zvýšením reklamy pak byli vlastníci schopni vyrábět levně, používali moderní metody a služby celostátní distribuční sítě. Během padesáti let došlo k markantnímu nárůstu v oběhu národních novin. Zatímco v roce 1920 činil prodej 5,5 milionů titulů denně, do roku 1973 se tento počet zvýšil až na 17 milionů. Noviny se však musely postupně vyrovnávat nejprve s konkurencí v podobě rádia, filmu a posléze i televize. Ačkoli tento tlak ustály, pokles tržeb i počtu jednotlivých deníků byl od roku 1970 zřejmý. Průzkumy uvádí, že asi padesát procent lidí starších patnácti let čte národní deníky a asi sedmdesát procent pak národní týdeníky (Oakland, 2006: 234).

Národní tisk se v Británii v současnosti skládá z 11 denních ranních novin a devíti nedělních novin. Ústřední roli zde hraje Londýn, neboť většina periodik má své základny a tisková zařízení v hlavním městě. Oblíbenou adresu *Fleet Street* v centru Londýna, však některé noviny musely opustit. Důvodem byly vysoké nájemné nemovitostí, nelítostná konkurence a nátlak ze strany odborových organizací k zavádění nových technologií tisku. Restriktivní praktiky

---

<sup>16</sup> Deník *The Sun* se v poslední době potýká s četnými problémy. Jeho zaměstnanci čelí obvinění z uplácení policie a veřejných činitelů, současně dochází i k vyšetřování nelegálních odposlechů pro média. Kvůli těmto událostem mění Rupert Murdoch složení redakce a spekulace ohledně pozastavení vydávání deníku striktně odmítá (Novinky.cz, 11. 2. 2012) [online].



odborů nutily majitele novin k hledání nových způsobů, jak posílit produktivitu při současném snížení nákladů (Oakland, 2006: 234–235).

Britské noviny se zpravidla rozdělují na dva typy. Prvním jsou takzvané *broadsheets*, které jsou fyzicky objemnější a přináší rovněž více seriózních informací. Druhý typ pak představují *tabloids*, které jsou útlejší a zaměřují se na senzační příběhy včetně fám nebo pikantních novinek o známých osobnostech. Některé *broadsheets* ve skutečnosti změnilly svůj objem či připojily další verze v novém, menším formátu a staly se tak kompaktnějšími. Jako tradiční zástupce *broadsheets* můžeme uvést tyto noviny: *The Guardian*, *The Observer*, *The Times*, *The Independent*, *The Financial Times* a *The Daily Telegraph*. Jako příklady *tabloids* lze uvést: *The Daily Star*, *The Daily Mail*, *The Sun*, *Daily Express* či *Daily Sport* (Franklin, 2008: 13).

Tisk je na politických stranách finančně nezávislý a nedostává ani finanční prostředky od vlády (výjimku představuje Velšská obecní papírna). Noviny v Británii jsou známy z důvodu zaujímání zcela konkrétních politických pozic. Například *The Daily Telegraph* podporuje stranu konzervativců, deník *The Sun*, znám jako periodikum původně konzervativní, podporuje zájmy té strany, která je v dané době u moci. *The Mirror* tradičně podporuje stranu labouristickou, jež se nachází v levém středu politického spektra. *The Independent* a *The Guardian* jsou známy pro jejich levicově orientované investigativní reportáže<sup>17</sup> (Franklin, 2008: 14).

Mnoho novin má v současné době barevné strany a snaží se poskytovat nejrůznější doplňkové materiály, které pokrývají široké spektrum zájmů. Snaží se tak učinit tisk atraktivnější pro veřejnost a rovněž oslovit inzerenty. Novinám, jež však trvale vykazují ztráty, mohou jejich majitelé odepřít záchranu. Počet vydávaných novinových titulů zaznamenal ve dvacátém století značné snížení.

---

<sup>17</sup> Pozice novin je ve skutečnosti spíše řízena názory čtenářů a politické sklony se tedy mohou lišit v průběhu času a pod vlivem událostí.

Důvody mohou být spatřeny ve snížení oběhu, ztrátě příjmů z reklamy či zamítnutí poskytování finanční pomoci (Oakland, 2006: 238).

### 3.1.3 Média vysílací služby

Tato média se dělí do oblasti veřejné a komerční (nezávislé) a zahrnují rádio, pozemní televizní vysílání a kabelovou (satelitní) televizi. Podstatnou roli zde hrají tři důležité orgány: *BBC (British Broadcasting Corporation)*, Nezávislá televizní komise (*ITC - Independent Television Commission*) a Rozhlasový úřad.

Rozhlasový úřad řídí nezávislé rozhlasové stanice (jedná se o tři národní stanice a 150 místních a regionálních stanic po celé zemi). Jsou financovány prostřednictvím reklamy a údaje z příjmů vykazují, že rádio je nejrychleji se rozvíjejícím médiem v Británii. Národní stanice byly vytvořeny za pomoci vlády z důvodu většího rozšíření rozhlasového vysílání. V roce 1991 byla udělena licence stanici *Classic FM*, které se orientovalo na produkci klasické hudby a vysílání zpráv. Další licenci obdržela o rok později stanice *Virgin 1215*, jež byla laděna do stylu rockového. V roce 1995 získala svoji licenci *Talk Radio UK*, které se více zaměřovalo na projev řečový než hudební.<sup>18</sup> V některých případech musela nastoupit vládní deregulace ve snaze zvýšit rozmanitost některých stanic tak, aby pokrývaly širší spektrum vkusu a zájmů posluchačů a neorientovaly se příliš jednostranně (Oakland, 2002: 226).

Televize představuje v současné Británii velmi vlivnou a dominantní sílu a je zároveň i populárním zábavním prostředkem. Zajímavostí je, že někteří lidé dávají přednost pronájmu televizních setů namísto koupě svých vlastních. Důvodem je zejména bezplatná oprava a údržba těchto zařízení (Oakland, 2006: 245).

Většina televizních programů je produkována v Británii. Dováží se sem ale také řada sérií například z Ameriky. Několik programů pochází rovněž z anglicky

---

<sup>18</sup> O rozhlasových stanicích *BBC* se zmíníme dále.

mluvících zemí jako je Kanada, Austrálie či Nový Zéland. Nachází se zde poměrně málo cizojazyčné produkce, která je poté opatřena titulky či dabingem.

Ačkoli má britská televize velmi dobrou pověst v zahraničí, místní občané si často stěžují například na přílišné opakování některých pořadů. Zprávy, dokumentární pořady či vzdělávací programy vykazují obecně vysoký standard. V britském vysílání se však také často vyskytují různé mýdlové opery, nekonečné seriály či různé estrády pochybné kvality, které mají za cíl přilákat co nejvíce masového publika z důvodu reklamy. Vždy zde však existuje možnost volby a pro řadu lidí nepředstavuje pokleslá zábava žádnou záruku kvality. Nezávislé komerční televize svádí neustálý konkurenční boj s médiem veřejné služby, *BBC* (Oakland, 2006: 245–246).

*BBC*<sup>19</sup> se stala první a největší zpravodajskou stanicí ve Velké Británii. Prvními vlastníky byly továrny vyrábějící rádia a profitující z reklam. V roce 1927 se stal prvním generálním ředitelem John Reith, který udával styl pro *BBC*, jež se postupně stala společností, mající za cíl vychovávat, informovat a bavit. Reith usiloval o to, aby bylo vysílání nezávislé na vládě a obchodních zájmech a chtěl dosáhnout kvalitního nestranného zpravodajství a vynikajících programů, a to jak na domácí, tak i na mezinárodní úrovni (Oakland, 2002: 222).

V 80. a 90. letech dochází ke změnám v rozhlasovém a televizním vysílání. Objevily se nové technické možnosti a zároveň byl požadován nový přístup ze strany konzervativní vlády v čele s Margaret Thatcherovou, což postupně přineslo rozšíření nabídky i více televizních a rozhlasových kanálů.

Vysílatelem rozhlasové (od roku 1922)<sup>20</sup> a televizní (od roku 1936) veřejné služby je *BBC*. Rozhlasové spektrum ve Velké Británii spadá ve značné míře právě pod záštitu *BBC*. Kromě sítí národních existují v rámci *BBC* na čtyři

---

<sup>19</sup> „*BBC* je příkladem profesního (kvalifikovaného) modelu, jenž představuje tradici rigidního oddělení od politické kontroly a řízení vysílání profesionály“ (Hallin, Mancini, 2008: 58).

<sup>20</sup> Společnost byla založena roku 1922 jako *British Broadcasting Company*. Roku 1927 se pak název změnil na *British Broadcasting Corporation*.

desítky místních rozhlasových stanic. Velmi populární je například *BBC Radio 2* se svým zaměřením na popovou hudbu a speciální večerní program. *BBC Radio 4* se orientuje na zpravodajství, *BBC Radio 3* hraje hudbu klasickou. Specifické postavení zaujímá rozhlasová stanice *BBC World Service*, jež zajišťuje britské vysílání do zahraničí. V mnoha zemích má svá místní studia, a ta pokrývají určitou část vysílání v jazyce dané země (Franklin, 2008: 12).

V roce 1955 se pro *BBC* stala konkurencí komerční *Independent Television (ITV)*, jež začala s vysíláním druhého celostátního programu, který vytvářelo podle pokynů regulátora patnáct samostatně licencovaných regionálních komerčních stanic. V dubnu 1964 začala *BBC* s vysíláním svého druhého celostátního programu. Stanice *ITV* vysílají od listopadu 1982 komerční program *Channel Four*, který vznikl jako alternativní a komplementární nabídka k jejich prvnímu programu, který je dnes znám jako *Channel 3*. Komerční *Channel 5* pak vysílá terestricky od devadesátých let.

V 80. letech se pokusily konkurovat terestrickému duopolu *BBC* a *ITV* kabelové programy amerických investorů. Z důvodu malého rozšíření se jim však tento záměr nezdařil. Teprve po vypuštění satelitů *Astra* v roce 1989 se objevila vážná konkurence v podobě komerčních televizních programů satelitní a kabelové televize *Sky TV* (dnes známé pod názvem *Sky Digital*), provozované společností *BSkyB* Ruperta Murdocha.

*BBC* se dnes skládá z několika celostátně vysílaných programů. Jedná se například o: *BBC1*, *BBC2*, *BBC Three* (určeno pro mladé diváky), *BBC Four* (kulturní kanál orientovaný na náročného diváka), *BBC News 24* (zpravodajský kanál), *CBBC* (určeno pro mládež od šesti do dvanácti let), *CBeebies* (děti do šesti let) a *BBC Parliament* (kanál parlamentní). (Šmíd, 2004: 9).

*ITV* podléhala již od svého počátku přísným regulačním pravidlům. Měla určené vysílací schéma a také povinnost zařadit do vysílání dokumentární, vzdělávací a dětské pořady. Tato pravidla byla zdůvodněna využíváním veřejného statku, frekvencí, a výhradním právem na televizní reklamu, kterou *BBC* nesmí

vysílat. V souvislosti se zavedením digitální televize a rozšiřováním satelitního a kabelového příjmu se však začalo uvažovat o tom, zda by *ITV* neměla být této přísné regulace zbavena (Šmíd, 2004: 9–10).

Základními dokumenty, z nichž vychází vysílání veřejné služby, jsou Královská charta *BBC* (*Royal Charter BBC*) a Dohoda (*Agreement*). Chartu oficiálně vydává královna, ale u obou dokumentů reprezentuje stát Ministerstvo pro kulturu, média a sport. Charta je ustavujícím dokumentem *BBC*, definuje účel zřízení této instituce a pravidla její činnosti. Vydává se na období 12 let a stanovuje rovněž řídicí orgán *BBC*, jímž je dvanáctičlenná Rada guvernérů. Její členové mají základní funkční období 5 let a mohou být zvoleni i vícekrát. Guvernéři jsou jmenováni královnou, která tak činí na základě doporučení vlády. Ta poté nominace projedná a dohodne s opozicí. Podle stanov Charty musí být v Radě přítomni zástupci ze Skotska, Walesu a severního Irska. Charta také dává *BBC* právo na vybírání poplatků (*licence fee*) dle telegrafního zákona z roku 1949 (*Wireless Telegraphy Act*).

Dohoda (*Agreement*) je jakousi smlouvou mezi státem a *BBC* v podobě licence k vysílání. Určuje, jaké služby má *BBC* poskytovat, a zároveň od státu dostává vysílací kmitočty a právo na finanční zdroje z poplatku. Ukládá také *BBC* povinnost informovat o činnosti parlamentu a řeší platby mezi *BBC* a státem, který přispívá například na provoz její světové služby *World Service*. Dohoda nabývá platnost po schválení Dolní sněmovnou (Šmíd, 2004: 10–11).

Povinnost platby licenčního poplatku (*licence fee*), za účelem financování vysílání veřejné služby, plyne ze zákona z roku 1949 a je rovněž zmíněna i v dalších právních normách (*Broadcasting Act*). Poplatek hradí každý vlastník televizního přijímače,<sup>21</sup> je celoroční a jeho výši stanovuje vláda.<sup>22</sup> Odpovědnost za výběr poplatků má společnost *TV Licensing* se sídlem v Bristolu, pověřená samotnou *BBC*. Zbývající příjmy *BBC* tvoří kromě výše zmíněných poplatků

---

<sup>21</sup> Pro rozhlas zvláštní poplatek stanoven není.

<sup>22</sup> Konkrétně Ministerstvo pro kulturu, média a sport.

například vládní grant na vysílání *World Service* (201 milionů liber) a také příjmy z komerční činnosti, kterou vykonává dceřiná společnost *BBC Worldwide*. Tato společnost se zabývá publikační činností, prodejem časopisů, knih či jazykových kurzů a také prodejem pořadů do zahraničí (Šmíd, 2004: 11-12). „Komerční činnost je *BBC* umožněna za předpokladu, že je přísně institucionálně i účetně oddělena od poskytování veřejné služby v domácím prostředí“ (Šmíd, 2004: 12).

Roku 1991 byla v Británii vytvořena Rada pro stížnosti čtenářů (*PCC*), která měla střežit svobodu a nezávislost tisku a udržovat úroveň žurnalistiky. Zároveň byla zřízena postava ombudsmana, jež měla za úkol jednotlivé veřejné stížnosti prošetřovat. Účinnost těchto institucí je však stále velmi diskutabilní a vyvolává mnoho otázek, stejně jako otázka svobody projevu v médiích (Oakland, 2002: 231).

Podle průzkumů jsou Britové poměrně spokojeni s činností *BBC* a nezávislým vysíláním. Většina z nich se však staví převážně skepticky k žurnalistické profesi a nedůvěřuje obsahu novin. Je obtížné posoudit, zda média opravdu hrají dominantní roli v ovlivňování veřejného mínění podle politických a jiných otázek. Levicově orientovaný pohled například spatřuje v britských médiích údajnou pravicovou zaujatost. Pravdou však zůstává, že během některých událostí (obecné volby), mívají média významný vliv na veřejné mínění. Především televize je často obviňována ze střídavé „náklonnosti“ k pravici či levici v závislosti na tom, které strana je právě u moci. Nicméně je zjevné, že se Britské populaci dostává informací ze všech stran politického spektra.

Mnoha lidem se při otázkách, jakými vlivy vlastně média působí, často nedostává uspokojivých odpovědí. Dokud nebudou vědět, *proč* se tazatelé ptají – otázku za otázkou – a jaké *zájmy* tím sledují, nemohou si být jisti, jak odpovědět (Seymour-Ure, 1991: 249).

## 3.2 Česká republika

V této podkapitole se pokusíme o kritický výčet nejdůležitějších událostí, jež určovaly vývoj českých médií a představovaly výrazné mezníky v ohledu státoprávním a politickém. Nejprve věnujeme pozornost zrodu moderní žurnalistiky, poté stručně charakterizujeme období První a Druhé republiky, Protektorátu a následně se zaměříme na poválečnou očistu Republiky třetí. Následně analyzujeme období od roku 1948, které se neslo ve znamení cenzury a rovněž dobu, kdy byla cenzura – avšak pouze dočasně – nepřípustná. Zde hovoříme o letech 1967 až 1969, které se vneslo do povědomí občanů pod názvem Pražské jaro (rok 1968). V následujícím období se pak média znovu dostala do područí strany a státu, jednalo se o dobu normalizace v letech 1969 až 1989. Kapitulu zakončíme rozpadem informačního monopolu a počátkem transformace médií.

### 3.2.1 Vznik moderní žurnalistiky

Zhruba od poslední třetiny 18. století se na procesu formování české národní emancipace podílela značnou měrou tištěná média. Fenomén moderní politické žurnalistiky poprvé vešel do povědomí občanů v revolučních letech 1848 – 1849, kdy byla zrušena tzv. předběžná cenzura, tj. cenzura prováděna před vydáním periodika.<sup>23</sup>

Tištěná média tehdy získala poměrně značnou volnost, jež napomohla vzniku prvního českého deníku, kterým se staly Havlíčkovy Národní noviny. Naproti této liberálně politické reprezentaci se objevila řada periodik radikálních demokratů, jmenujme například Pražský večerní list. O rok později však došlo, v souvislosti s bachovským režimem, vyznačujícím se řadou politicky a ekonomicky motivovaných represí (koncese na vydávání tisku, inzertní daň

---

<sup>23</sup> Srov. Reifová (2004: 27).

apod.), k vymizení svobody tisku a paralyzování českého mediálního prostoru jako takového (Končelík, 2010: 17–18).

Po pádu bachovského režimu došlo k dualistickému státnímu uspořádání, ke vzniku Rakouska – Uherska v roce 1867. Zejména díky postupné liberalizaci mediální legislativy se tištěná média v tomto období poměrně slibně rozvíjela. Důležitým dokumentem zde byl zejména Rakouský tiskový zákon (č. 6/1863) a zákon o řízení tiskovém (č. 7/1863). Tyto zákony pak tvořily základ mediální legislativy v českém prostředí až do poloviny 20. století. Tisk přestal být v rukou policejních úřadů, pravomoc byla svěřena justici. Vzhledem k tomu, že objem literární i žurnalistické produkce neustále vzrůstal, nebylo již možné provádět cenzuru předběžnou a objevila se tzv. cenzura moderního typu. Díky ní měla státní správa možnost provést konfiskaci závadného spisu v tom případě, kdy bylo uznáno, že se média dopustila svým obsahem nějakého trestného činu či přečinu. Tištěná média měla v tomto období plnit zejména funkci informační, propagační či zábavní a vykazovala také poměrně značnou volnost, svoboda tisku byla omezována pouze v některých výjimečných případech (Končelík, 2010: 18–19).

Roku 1861 vznikl zásluhou Julia Grégra velmi úspěšný deník Národní listy, zrcadlící nejen témata politická, ale i události z prostředí kultury. Národní listy se posléze ocitly v rukách menšinového progresivního hnutí mladočechů a díky nim dosáhl tento deník v 70. a 80. letech svého vrcholu. Mimoto se objevovaly i listy a časopisy, které se vyznačovaly větším zaměřením na oblast zábavy a inzerce, než na dění politické, a byly tedy určeny pro širší veřejnost. Šlo především o list Národní politika, jenž se stal na přelomu 19. a 20. století komerčně nejúspěšnějším listem v českém prostředí. Charakter české žurnalistiky však byl, stejně jako politika, výrazně elitářský. Deníky se vyznačovaly silnou politizací, byly drahé a poznamenané historismem, jdoucím ruku v ruce s důrazem na české státní právo. Taktéž nebyly příliš věcné ani aktuální a postrádaly kvalitní obsahovou i formální diferenciaci, což bylo, mimo jiné, způsobeno nepříliš rozvinutou specializací novinářské profese (Končelík, 2010: 19–21).



Konec 19. století, zejména léta devadesátá, představoval rozpad národního hnutí, do té doby poměrně homogenního, a také silnou politickou diferenciaci, svědčící rovněž o dokončení procesu národní emancipace. Toto období se neslo ve znamení vyostřených společenských konfliktů a masových shromáždění, protože bylo zapotřebí prosazovat politické ideje i sociální cíle s mnohem větší razancí a dynamikou, než tomu bylo doposud. Po zavedení všeobecného volebního práva roku 1907 došlo k nárůstu potřeby oslovit nové voliče. Vznikla řada moderně organizovaných politických stran, vybudovaných již na základě sdílených sociálních zájmů, s bohatou členskou základnou. Nejvíce se zde angažovaly, kromě již výše zmíněných mladočechů, zejména sociální demokraté či agráři. Na Moravě pak vznikla odnož českých mladočechů, Lidová strana Adolfa Stránského (od roku 1908 Lidová strana pokroková), která se zasloužila roku 1893 o založení Lidových novin. Strukturu tištěných médií tvořila plejáda nejen centrálních raníků a večerníků, ale i regionálního tisku a časopisů. Počátek století dvacátého znamenal nástup éry stranických deníků, jež vytvořily základ pro budoucí dominanci tisku stranickopolitického. Mezi nejvýznamnější patřily například Právo lidu (sociální demokraté), České slovo (národní socialisté) či Venkov (agráři). (Končelík, 2010: 22–23).

### 3.2.2 „Od éry stranického tisku po normalizaci“

Érou stranického tisku bychom mohli charakterizovat období let 1918 až 1938, tedy období nazvané jako První republika. Během ní již bylo zcela běžné, že média odebírala agenturní zpravodajství. Na světové zpravodajské agentury (např. britskou *Reuters* či německou *WTB*) byla napojena Československá tisková kancelář (ČTK). Ta vznikla současně se samostatným státem a představovala pro tisk a rozhlas nejvýznamnější zdroj informací jak o dění v Československu tak i v zahraničí. Již 28. října 1918 vydala ČTK první zprávy a o dva měsíce později byla do její struktury začleněna pražská pobočka rakouské tiskové agentury Korbyro. Na postu ředitele ČTK stanul nejprve

šéfredaktor Korbyra Vladimír Weinerek, o dva roky později ho vystřídal Emil Čermák.<sup>24</sup>

Tištěná média zaznamenala v tomto období kvantitativní expanzi, jež podporovala skutečnost, že tisk byl převážně stranický, a zároveň se média po všech stránkách zkvalitňovala. Periodický tisk zde dosáhl na jeden z vrcholů svého vývoje, souběžně mu však vyvstala konkurence rozhlasového vysílání a filmového zpravodajství a to zejména od 20. let. Tisk byl politickými stranami využíván jako nástroj jejich propagace. Velkou roli zde sehrály tiskové podniky, disponující značným technickým a administrativním zázemím, v nichž pracovaly desítky novinářů. Zde můžeme spatřovat zrod průmyslu tištěných médií, jenž již upřednostňoval zisk komerční před angažovaností politickou. Prototypem tohoto přístupu byl národně socialistický Melantrich, který byl největším podnikem svého druhu v ČSR. Do jeho vlastnictví patřily nejen desítky novin a časopisů, ale i knižní nakladatelství. Kromě Melantrichu zde působila i agrárnícká Novina, národně demokratická Pražská akciová tiskárna (PAT), lidovecká Československá akciová tiskárna (ČAT) či Čechie živnostenské strany. Poněkud odlišnou pozici mělo Tempo, které spojovalo cíle komerční s politickými (s Národní ligou a Národním sjednocením). Koncern Tempo byl založen koncem 20. let Jiřím Stříbrným a vydával listy, které byly typickými představiteli prvorepublikového bulvárního tisku. Většina těchto podniků musela být politickými stranami dotována, výjimku tvořily pouze Melantrich a Tempo, jež vykazovaly zisk (Bednařík, 2011: 165–175).

Přebujelost stranickopolitického tisku se vyznačovala převahou nabídky nad poptávkou i jistou přepolitizovaností tištěných médií. Menšinu tvořila v ČSR nadstranická tištěná média. K této menšině však patřily Lidové noviny, označovány jakožto nejkvalitnější list v zemi. Během tohoto období se rozvíjela rovněž produkce časopisecká, zejména populární ilustrované magazíny (Končelík, 2010: 40–56).

---

<sup>24</sup> Více k otázce České tiskové kanceláře In: Bednařík (2011: 175–176).

30. léta se nesla ve znamení šíření rozhlasu a filmu, tedy nových médií masových. Rozhlas začal v ČSR veřejně vysílat v roce 1923 a jeho úkolem byla v první řadě kultivace občanů v duchu osvěty, později se pak začala prosazovat i jeho zábavní funkce. Na základě podmínek tohoto vysílání došlo ke vzniku svébytné rozhlasové žurnalistiky a rovněž k nástupu specifických rozhlasových žánrů. Vedle výše zmíněného rozhlasu a filmu se začalo pracovat i na vývoji televize, který však nepřesáhl experimentální rovinu a byl přerušen německou okupací. V průběhu první republiky došlo také k pokroku v profesionalizaci povolání žurnalisty. Zlepšilo se materiální a sociální postavení novinářů, k čemuž rovněž přispěly novinářské organizace. Taktéž se objevily první pokusy s vysokoškolským vzděláváním novinářů. Od roku 1928 působila v Praze vyšší odborná Svobodná škola politických nauk, kde se přednášela například věda o novinářství. Pozornost byla v tomto období věnována rovněž výzkumu veřejného mínění (Končelík, 2010: 56–67).

Nyní se budeme zabývat obdobím Druhé republiky. Mnichovská dohoda způsobila ČSR těžkou územní ztrátu. Šok, který po ní následoval, způsobil hluboké změny nejen v politickém, ale i společenském životě země. V souvislosti se ztrátou území došlo k poklesu počtu periodik. Rovněž došlo k zákazu komunistického tisku a to v souvislosti s pozastavením činnosti KSČ v říjnu 1938. Dne 23. září 1938 byla vládou vyhlášena branná pohotovost státu a v platnost vstoupil zákon o mimořádných opatřeních č. 300/1920 Sb., podle nějž bylo možno omezit na tři měsíce občanské svobody a to včetně svobody projevu. Při ministerstvu vnitra působila Ústřední cenzurní komise (ÚCK), která se specializovala jak na cenzuru tisku, tak i na cenzuru korespondence, zásilek, telegramů a telegrafních rozhovorů, provozu radiotelegrafických zařízení, divadel, filmů i zvukových reprodukcí. Rovněž rozhlas byl mnichovským diktátem citelně postižen – okupací československého pohraničí ztratil 370 tisíc posluchačů a přišel i o vysílače v Košicích a v Moravské Ostravě. Byl na něj vyvinut silný politický tlak a posléze došlo k jeho reorganizaci. Valnou hromadou *Radiojournalu* byla 28. prosince 1938 schválena změna názvu na Česko-Slovenský rozhlas. Tato změna ovšem nestačila vstoupit v platnost, a to

z důvodu obsazení země německými okupačními vojsky (Bednařík, 2011: 193–195).

V období druhé republiky zavládla ideologie jednoty a tendence ke slučování organizací. Pro Stranu národní jednoty se stal hlavním listem bývalý agrárnický Venkov, deníkem Národní strany práce se na začátku ledna 1939 stala Národní práce, která nahradila Právo lidu. Reprezentanti nezávislého nadstranického tisku, tedy Národní politika a Lidové noviny, přetrvaly. Lidové noviny se přes pochopení reality druhé republiky a loajálního postupu vůči moci nevzdaly svého umírněně kritického postoje (Končelík, 2010: 78–80).

Média na území Protektorátu Čechy a Morava byla nucena pracovat ve prospěch nacistické okupační moci. Cenzura v tomto období byla předběžná, průběžná i následná a byla vykonávána příslušnými okupačními a protektorátními úřady. V březnu 1940 pak došlo k zavedení programové intendatury, která měla za úkol usměrňovat a kontrolovat programovou skladbu rozhlasu a jež byla bezprostředně podřízena Úřadu říšského protektora (ÚŘP). Existovala zde také cenzura filmová, neboť nacisté považovali film za velmi účinný nástroj propagandy. Taktéž produkce ČTK byla silně cenzurována (Končelík, 2010: 87–93).

Během tohoto období zaniklo velké množství novin a časopisů. Na konci války přežilo pouze dvanáct listů. Významnou činnost na poli tištěných médií vyvíjela československá emigrace, jež se koncentrovala například ve Velké Británii či v SSSR. Od roku 1940 vycházel ve Velké Británii týdeník Čechoslovák, který byl úzce spjat s exilovou vládou v Londýně v čele s prezidentem Edvardem Benešem. V dubnu téhož roku vznikl nejprve čtrnáctideník a později týdeník Mladé Československo, jehož náplní byly sociální, kulturní a sportovní aktivity, které se zaměřily, jak již samotný název napovídá, na mladé čtenáře. Exilová Československá tisková kancelář působila nejprve v Londýně a poté i v New Yorku. Ústředním listem 1. československého armádního sboru byl vojenský deník Československé listy, později tuto roli plnil deník Za svobodné Československo (Končelík, 2010: 104).

Snahu o posílení rozvoje vysílání v českém jazyce měli především Spojenci ve Velké Británii a v Sovětském svazu. Britská stanice *BBC* zahájila české vysílání nazvané ‚Volá Londýn‘ dne 8. září 1939 projevem Jana Masaryka. O rok později vznikl při ministerstvu zahraničních věcí československé vlády v exilu informační odbor a v jeho rámci oddělení rozhlasové propagandy. Tento odbor zajišťoval patnáctiminutový vysílací blok Hovory s domovem. Blok českého vysílání *BBC* podléhal schválení britské vojenské cenzury a bylo nutno ho před vysíláním přeložit do angličtiny. V roce 1940 vysílala *BBC* česky a slovensky každý den od šesté hodiny ranní (Bednařík, 2011: 212–213).

V souvislosti s orální interpersonální komunikací v období protektorátu se můžeme setkat s výrazem šeptanda či šeptaná propaganda.<sup>25</sup> Novinářská profese byla během německé okupace vystavena silnému tlaku protektorátních úřadů. Každý novinář, který chtěl své povolání vykonávat, musel být členem Národního svazu novinářů, jehož předsedou byl od roku 1942 aktivistický novinář Vladimír Krychtálek<sup>26</sup> (Bednařík, 2011: 207).

Poválečná obnova Československé republiky se vyznačovala určitou snahou o očistu od kolaborace jak v oblasti společenské, tak i v oblasti mediální a rovněž o přeměnu těchto oblastí, které se poučily z „předválečných chyb“ (Končelík, 2010: 114). Toto období je nazýváno jako Třetí republika. V novém politickém uspořádání se z českých stran nejvíce angažovaly tyto strany: Československá strana lidová (ČSL), Československá strana národně socialistická (ČSNS), Československá sociální demokracie (ČSSD) a Komunistická strana Československa (KSČ).

---

<sup>25</sup> Jednalo se o ústní výměnu protirežimních informací a jejími zdroji byla ilegální média, zahraniční rozhlas a často také lidová fantazie, která však nezřídka produkovala fámy a poplašné zprávy. Význam této propagandy zesílil zejména po roce 1942, kdy se stala v podstatě analogií potlačeného ilegálního tisku. Ačkoli podávala šeptaná propaganda poněkud zkreslený obraz světa, představovala pro lid optimistickou vizi v podobě brzké porážky režimu (Končelík, 2010: 107–108).

<sup>26</sup> Vladimír Krychtálek byl roku 1947 za svoji kolaborantskou činnost odsouzen Národním soudem k trestu smrti.

Významný dokument představoval v tomto období Košický vládní program<sup>27</sup>, který vykazoval jistou orientaci na Sovětský svaz. Tento program redefinoval roli médií – ta měla sloužit i nadále lidu a nikoli zájmům soukromým. Taktéž došlo ke změnám v řízení a kontrole médií, jejich správu převzalo nově ustavené ministerstvo informací (MI), v jehož čele stanul redaktor Rudého práva, jeden z tvůrců Košického vládního programu a rovněž významný člen a funkcionář KSČ Václav Kopecký. Toto ministerstvo realizovalo mediální politiku podle svých představ, došlo k řadě změn ve strukturách periodického tisku, veškeré tituly byly přeregistrovány. Došlo k obnově titulů, jež během protektorátu oficiálně nevycházely, např. Národního osvobození či Rudého práva, některé listy musely změnit své názvy. Z Lidových listů se stala Lidová demokracie, z Lidových novin Svobodné noviny. Kromě těchto změn se objevily i listy zcela nové, jako příklady jmenujme deník Práce, Zemědělské noviny či Mladou frontu. Jako hlavní a nejdůležitější argument pro přeregistraci médií se uvádí centrální rozdělování papíru, které bylo podmíněno značnými potížemi nejen papírenského průmyslu, ale také problémy s dopravou v některých úsecích železnic (Končelík, 2010: 114–116).<sup>28</sup>

Vysoká míra centralizace, důraz na výchovnou funkci médií či omezená možnost vstupu do novinářské profese, to vše provázelo společenskou atmosféru poválečných let. Reakcí na německou represivní a vyhlazovací politiku byla velmi silně prožívaná role kolektivity, národní jednoty a společných národních zájmů. Jak uvádí Bednařík: „V tisku – stejně jako ve znárodněné kinematografii – byl v národně kolektivistické a prosocialistické náladě poválečného období prosazován politickými stranami i samotnými představiteli médií názor, že film a tisk jsou hodnotnou součástí národního veřejného života a národní kultury jen za předpokladu, že nebudou předmětem soukromého podnikání. Pro rozhlasové vysílání nepředstavoval tento přístup významnější změnu, neboť

---

<sup>27</sup> Programové prohlášení nové vlády z 5. dubna 1945.

<sup>28</sup> Pracovníci tiskárny Orbis odmítli 24. února 1948 vytisknout Svobodné noviny (Bednařík, 2011: 242).

v Československu byl rozhlas již v meziválečném období organizačně i vlastnický těsně spojen se státem a od počátku byl budován a rozvíjen jako osvětová, kulturní a národně reprezentační instituce“ (Bednařík, 2011: 231).

Komise pro očistu médií pracovala od května 1945 do února 1946. Politicky z této očisty profitovali zejména komunisté, často se jim dařilo očistné komise na základě tlaků ze strany ministerstva informací personálně ovládnout. V zásadě můžeme konstatovat, že se struktura médií během období od května 1945 do února 1948 ustavila tak, jak setrvala až do počátku let devadesátých (Bednařík, 2011: 242).

Období mezi lety 1948 – 1967 se neslo ve znamení cenzury. Po mocenském převratu v únoru 1948 se vláda v Československu dostala do rukou KSČ a to na dobu dalších 40 let. Národní fronta se svými akčními výbory organizovala řadu personálních čistek, žurnalistické povolání mohl vykonávat pouze člen svazu novinářů. Vznikl také nový model veřejné komunikace typický pro totalitní režimy, jímž se nechali českoslovenští komunisté inspirovat ze Sovětského svazu. Jeho charakteristickým rysem byla snaha KSČ o maximální kontrolu nad průběhem mediální komunikace. Tedy snaha o izolaci občanů od tzv. závadných informací a také orientaci jejich názorů takovým směrem, jenž byl pro stranu žádoucí. Pouze povolené politické strany a společenské organizace mohly nadále vydávat tisk (Končelík, 2010: 137).

V tomto období se zakládala rovněž řada exilových časopisů, u jejichž zrodu stála početná komunita pounorových emigrantů. Pavlem Tigridem<sup>29</sup> byl redigován čtvrtletník Svědectví, z dalších titulů lze jmenovat revue Skutečnost. Významnou událostí bylo také pravidelné vysílání Rádia Svobodná Evropa, zahájené v květnu roku 1951. Modelovým deníkem pro správný výklad domácího zpravodajství bylo Rudé právo, zahraniční zpravodajství využívalo služeb ČTK.

---

<sup>29</sup> Tento novinář, redaktor a politik pracoval mimo jiné jako hlasatel českého vysílání BBC, redaktor rozhlasového programu československé exilové vlády Hlas svobodného Československa a rovněž krátce působil jako programový ředitel Rádia Svobodná Evropa.

Roku 1953 byla provedena změna každodenního dohledu nad mediálními obsahy, a to přenesením těchto kompetencí z orgánů stranických na státní správu. Vznikla tedy specializovaná cenzurní instituce se zkratkou HSTD, Hlavní správa tiskového dohledu, která byla pověřena výkonem cenzury předběžné. Obliba rozhlasu, jakožto nejmasovějšího domácího média, byla potvrzena Mezinárodní výstavou rozhlasu (MEVRO), jež se setkala s mimořádným zájmem diváků (Končelík, 2010: 139–153).

Rozhlas měl se svou funkcí zábavnou i vzdělávací přístup do každé rodiny a své výsadní postavení se mu podařilo udržet až do konce šedesátých let. Naproti tomu bylo rozšíření televize podmíněno ekonomickými faktory. Přestože své vysílání zahájila již v roce 1953, k masivnějšímu rozšíření došlo až koncem let padesátých z důvodu snížení cen televizorů. Vysokoškolskému vzdělávání novinářů se věnovala zejména Karlova univerzita. Názvy fakult se několikrát změnilo, Fakulta žurnalistiky datuje svůj vznik do roku 1972 (Končelík, 2010: 153–171).

V následujícím období byla cenzura, avšak pouze dočasně, nepřijatelná. Došlo ke vzniku moderního a uceleného tiskového zákona č. 81/1966 Sb., který byl odezvou dlouholetého čekání na nápravu a modernizaci zastaralého legislativního rámce. Tento zákon rovněž reorganizoval kontrolní systém a zasloužil se i o to, že cenzura získala, poprvé od roku 1948, své pevné místo v československém právním řádu. Cenzurní instituce byla tedy legalizována a následně přejmenována na Ústřední publikační správu (ÚPS). Vláda se však stále častěji potýkala se silící vlnou kritiky a s požadavky na reálnou svobodu slova. Protesty vyvrcholily v létě roku 1967 na IV. sjezdu spisovatelů. Po nástupu Alexandra Dubčeka do funkce prvního tajemníka ÚV KSČ, jenž vystřídal Antonína Novotného, odstartovalo období reformy vžité pod názvem Pražské jaro. Jednalo se o pokus ze strany občanské společnosti o návrat k demokratickým principům. Cílem reformních snah byla náprava nejen ekonomické, ale i politické a společenské deformace, kterou s sebou přineslo dvacet let komunistické vlády (Bednařík, 2011: 286).



Pod Dubčkovým vedením došlo k přijetí tzv. Akčního programu, který proklamoval řadu reforem, mimo jiné například svobodu tisku a shromažďování. Následně zrušila vláda ÚPS a zákon cenzuru zcela zakázal. Nabytou svobodu dokládala výzva Dva tisíce slov<sup>30</sup>, publikována v Literárních listech a v denících Mladá fronta, Práce a Zemědělské noviny. Výzva byla sepsána Ludvíkem Vaculíkem na podnět vědců z Československé akademie věd a vyjadřovala obavu ze stávajícího politického vývoje. Zároveň se snažila občany nabádat, aby se aktivně zapojili do jednání o veřejných záležitostech. Přestože byl manifest vedením z důvodu obav z reakce zemí Varšavské smlouvy odsouzen, postavila se za něj novinářská obec, veřejnost i řadoví komunisté. Tento spor je ilustrativním dokladem přerodu totalitního modelu médií v demokratický (Končelík, 2010: 184–188).

Vedení KSČ se na základě tzv. Moskevského protokolu zavázalo dostat média pod kontrolu, v září pak došlo k legislativnímu ukotvení obnovení cenzury a rovněž byl založen Úřad pro tisk a informace (ÚTI), jež si však respekt nezískal. I přes snahu režimu o vytvoření institucionálních bariér ve svobodném působení novinářů, spisovatelů i umělců, je pro podzim 1968 a jaro 1969 patrně relativně otevřené a svobodné tvůrčí prostředí. Po sebeobětování Jana Palacha odstartoval režim v médiích řadu personálních čistek. Počátkem roku 1969 došlo k federalizaci ČSSR, která způsobila změnu v chodu celostátních médií, národnostní princip byl uplatňován rovněž při obsazování důležitých funkcí (Končelík, 2010: 192–195).

V dubnu 1969 požadoval Sovětský svaz zásadní obměnu ve vedení KSČ. Sedmnáctého dne tohoto měsíce nahradil Gustáv Husák ve funkci prvního tajemníka ÚV KSČ Alexandra Dubčeka. Tím fakticky započala konsolidace poměrů, často označována pod názvem normalizace. Toto období znamenalo výrazný zlom nejen v životě společnosti, ale i v oblasti mediální. Projevy postupující liberalizace, jež vyvrcholila během pražského jara, byly v důsledku

---

<sup>30</sup> Celým názvem Dva tisíce slov, které patří dělníkům, zemědělcům, úředníkům, vědcům, umělcům a všem.

normalizace utlumovány. Nastoupila tvrdá kontrola v podobě mocensko-byrokratického aparátu KSČ zasahující do všech oblastí života společnosti. Média se tedy ocitla v područí silného a soustavného mocenského tlaku – tato mocenská kontrola byla režimem prováděna pomocí cenzurních úřadů. Na základě personálních čistek v mediálních institucích získal režim nad médii kontrolu, a díky ní je mohl efektivně využívat jako nástroj propagandy (Končelík, 2010: 203–208).

Tradiční předběžná cenzura, kdy odpovědnost připadla cenzorovi, jež danou informaci zveřejnil, byla vystřídána systémem kontroly následné, který se z pohledu moci jevil jakožto efektivnější. Odpovědnost byla v tomto modelu rozložena mezi redaktorem, šéfredaktorem, popřípadě vydavatelem tak, že způsobila u redaktorů přísnou autocenzuru. Podle Petra Bednaříka: „Atmosféra obav o další možnost práce v médiích, jichž se bylo možné zbavit alespoň vnějším se přizpůsobením požadavkům doby, vedla k nebývalému rozvoji autocenzurních mechanismů a v důsledku toho nutně k produkci obsahově i formálně zglajchšaltované žurnalistiky, výrobě myšlenkově poplatných a esteticky plochých rozhlasových a televizních pořadů apod.“ (Bednařík, 2011: 331).

V oblasti zpracování, šíření a obchodu s informacemi zastávala výsadní postavení během normalizace ČTK. Tisková agentura Orbis, založená v roce 1977 Československou společností pro mezinárodní styky, byla režimem využívána především pro propagandistické působení v zahraničí. Struktura tištěných médií zaznamenala ve svém fungování výrazné zásahy, po řadě personálních výměn se jako ústřední deník ÚV KSČ vrátilo na jakýsi vrchol mezi tištěnými médii Rudé právo, jehož interpretaci událostí se musely ostatní deníky podřizovat. Dalšími ústředními deníky byly také Lidová demokracie Československé strany lidové či Svobodné slovo Československé strany socialistické. Vydavateli tedy byly buď politické strany, nebo i takzvané dobrovolné společenské organizace, jako například ústřední výbor Socialistického svazu mládeže (deník Mladá fronta) či orgány státní – Obrana

lidu ministerstva národní obrany, Zemědělské noviny ministerstva zemědělství (Končelík, 2010: 211–216).

Období normalizace 70. a 80. let 20. století se v českém prostředí vyznačovalo rovněž postupným utvářením alternativní veřejné sféry, jež vznikala jako jeden z důsledků režimního tlaku. Konkrétním projevem existence tohoto alternativního veřejného prostoru byla tvorba samizdatová, režimem označovaná za ilegální, protizákonnou či dokonce závadnou, která probíhala mimo státní kontrolu. Samizdatová periodika nejprve vycházela spíše nepravidelně a měla charakter sborníků a almanachů. Výraznější rozvoj nastal se vznikem Charty 77, jejímiž signatáři byly publicisté a novináři, kteří v období normalizace nemohli oficiálně publikovat a byli režimem pronásledováni.<sup>31</sup>

Dalším projevem alternativního informačního a komunikačního systému byla kromě samizdatových periodik rovněž periodika exilová, která byla do Československa dopravována ilegálně. Zřejmě nejčtenějším exilovým časopisem druhé poloviny osmdesátých let bylo Svědectví Pavla Tigrida, vydávané v Paříži. Na tajné distribuci exilové literatury do Československa se podílela také tisková a literární agentura *Palach Press*, která působila v Londýně od roku 1976 a jejíž vůdčí osobností byl Jan Kavan. Rovněž rozhlasové stanice se snažily přiblížit svým posluchačům přes nepřízeň režimu zprávy o činnostech opozičních skupin v Československu. Nabízely také informace o zahraničním dění politickém, kulturním a hospodářském, které se v domácích oficiálních médiích objevovaly buď ve zkreslené podobě anebo vůbec. Z těchto výše zmíněných stanic jmenujme například *BBC*, *Rádio Svobodná Evropa* či *Hlas Ameriky*. Působily zde jednak osobnosti, které emigrovaly v srpnu 1968 (Karel Kryl, Yvone Přenosilová, Ivan Diviš), nebo byl jejich odchod způsoben nátlakem po podpisu Charty 77 (Karel Kyncl či Ivan Medek). K posílení sledovanosti zahraničního vysílání přispěla rovněž od druhé poloviny osmdesátých let šířící se technologie příjmu satelitního televizního signálu (Bednařík, 2011: 347–352).

---

<sup>31</sup> Ze čtyř desítek signatářů připomeňme například Jiřího Dienstbiera, Jiřího Rumla, Karla Kyncla či Rudolfa Zemana.

### 3.2.3 Transformace médií po roce 1989

Konec 80. let se v československém prostředí odehrával ve znamení nespokojenosti a určitého napětí obyvatel, které bylo vyvoláno stávající společenskou, politickou i ekonomickou situací. Požadavky k dialogu se státní mocí, k nimž vyzývala náplň Charty 77, však došly naplnění až o více než deset let později, v listopadu 1989. Do čela listopadových protestů se postavilo Občanské fórum, které si pro svůj výstup zvolilo budovu nakladatelství Melantrich, strategicky umístěnou uprostřed Václavského náměstí. Toto místo připomínalo kulturní i společenskopolitickou tradici první republiky, masová medializace ve znamení nově se ustavující politické moci se tedy začala odehrávat právě zde. Aktéři listopadové revoluce si kladli jako jeden z hlavních cílů prolomení informačního embarga státem ovládaných médií (Končelík, 2010: 255–256).

Postupně se dařilo pronikat do médií nejvlivnějších i nejvíce střežených, rozhlasu a televize, a tím docházelo k vyvázání médií ze služeb komunistické moci. Počátek transformace médií se nesl ve znamení jejich odstátnění a následné liberalizace, čímž došlo k naprostému opuštění totalitního modelu řízení médií. Odstátnění probíhalo v několika úrovních. Nejprve došlo k vytvoření nové mediální legislativy, jež měla zajistit oddělení médií a státu dle práva, dále pak k osamostatnění mediálního provozu od vlivu státního a stranického aparátu KSČ.<sup>32</sup>

V období první fáze transformace byla přijata řada zákonných úprav, které hrály důležitou roli pro další mediální vývoj. Klíčový byl zejména rok 1991. V říjnu tohoto roku byl přijat zákon č. 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Tento zákon umožňoval fyzickým i právnickým osobám získávat vysílací licence a nečinil rovněž žádná omezení ani žadatelům

---

<sup>32</sup> Ústavní zákon č. 23/1991 vytvořil obecný legislativní rámec pro fungování médií. Tímto se součástí ústavy stala Listina základních práv a svobod, jejíž článek sedmnáctý zakotvil svobodu projevu a právo na informace (Končelík, 2010: 256).

ze zahraničí. Následně byly schváleny zákony č. 483/1991 Sb., o České televizi, a č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, jež vymezily existenci veřejnoprávních médií v českém mediálním systému. V roce 1992 byl přijat další významný zákon č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři, jenž završil zákonné úpravy pro mediální oblast první fáze transformace. Způsob osamostatnění médií od vlivu stranického i státního probíhal u vysílacích médií a u tištěných periodik odlišně (Končelík, 2010: 256–258).

U tištěných médií docházelo postupně ke spontánnímu přebírání jejich zaměstnanci pod vlastní správu<sup>33</sup>. Podle Bednařika probíhal samotný proces odstátnění v oblasti tištěných médií ve třech podobách: Zaprvé přeměnou stávajících titulů, zadruhé obnovováním těch titulů, jimž v předcházejícím období nebylo dovoleno vycházet případně rozvojem titulů, které vycházely jako samizdatové a v neposlední řadě i zakládáním titulů nových (Bednařík, 2011: 370).

Formou spontánní privatizace prošly například deníky Mladá fronta (od roku 1990 pak Mladá fronta Dnes) či Rudé právo (po prvotním umenšení slova „Rudé“ a zvýrazněním „Práva“ došlo v roce 1995 ke zkrácení názvu na Právo). Některé deníky však v tržním prostředí nebyly konkurenceschopné a během následujících let zanikly. Jednalo se například o Lidovou demokracii, Obranu lidu či Svobodné slovo, tedy deníky, jejichž vlastnictví zůstalo v rukou původního vydavatele. Mezi obnovené deníky, které byly dříve zrušeny či zakázány, patřily například deníky Lidové noviny, Venkov, Právo lidu nebo týdeník Reportér. Doprovázely je významný rys nostalgických snah o rekonstrukci minulých, často silně idealizovaných etap politického života ve společnosti. Tituly nově založené či obnovené musely ve většině případů svou činnost během několika let ukončit. Důvodem mohl být nedostatek finančního kapitálu a také

---

<sup>33</sup> Podle Končelíka (2010: 258) se jednalo o jakousi spontánní privatizaci zdola, kdy se ustavila řada akciových společností či jiných vlastnických firem, ve kterých měli majetkový podíl zaměstnanci redakcí. Tímto často nepřehledným způsobem přešla velká část periodického tisku do soukromých rukou převážně z toho důvodu, že dosud chyběla adekvátní a odpovídající legislativa a politická moc, jež se nově konstituovala, tento vývoj tolerovala, jelikož se zabývala řešením priorit pro ni naléhavějších.

jistá nezkušenost místních vlastníků v oblasti tržního mediálního byznysu (jednalo se například o deník *Venkov* a podobně i o *Právo lidu*). Naproti tomu se silně etablovaly a dlouhodobě se na novinovém trhu udržely *Lidové noviny*.<sup>34</sup>

Specifické postavení mezi nově založenými deníky, které se dokázaly na trhu trvale prosadit, získal deník bulvární, *Blesk*. Švýcarské vydavatelství *Ringier*, vlastníci tento deník, se nechalo inspirovat osvědčeným konceptem titulu *Blick*, jenž přeneslo do českých podmínek. Deník *Blesk*, vycházející u nás od roku 1992, obratně vyplnil mezeru na mediálním trhu a byl předzvěstí nástupu budoucí komercializace tištěných médií pro následující období<sup>35</sup> (Bednařík, 2011: 374–375).

Situace ve sféře elektronických médií však byla v tomto období podstatně složitější. Do začátku 90. let byl na poli vysílacích médií držen státní monopol. Odstátnění médií proběhlo politickým rozhodnutím, tedy shora. Přijetím tzv. malého kompetenčního zákona a následně také zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, byla ukončena řada sporů mezi českou a slovenskou politickou reprezentací<sup>36</sup> (Končelík, 2010: 260).

Pro ustavování českých veřejnoprávních médií posloužil vzor britský a také německý, jistá místní specifika však zůstala zachována. Stávající silná závislost na politické moci představovala zásadní potíže pro budoucí vývoj médií

---

<sup>34</sup> Tyto noviny navázaly na tradici první republiky, jež byla mimořádně plodná. Mnohem vlivnější však bylo, že těžily z prestiže, kterou se jim podařilo vydobýt coby samizdatovému měsíčníku na konci 80. let století dvacátého (Končelík, 2010: 258–259).

<sup>35</sup> Jednak z hlediska marketingových strategií, jednak z hlediska mediálních obsahů.

<sup>36</sup> Na základě těchto zákonů se dříve státní rozhlas a televize staly médii veřejné služby a současně tak došlo i k uvolnění prostoru pro potenciální soukromé vysílatele, čímž vznikl duální (smíšený) systém, ve kterém existují média privátní a veřejnoprávní vedle sebe.

veřejné služby.<sup>37</sup> Rovněž rozvoj privátních vysílacích médií byl spjat s utvářením právního rámce a příslušné mediální legislativy. Stát začal s udělováním licencí pro rozhlasové vysílání v roce 1991 a jejich prvními držiteli se staly například *Radio 1*, *Evropa 2*, *Bonton* nebo *Vox*. První privátní celoplošnou rozhlasovou stanicí bylo od září 1993 *Rádio Alfa*, které se však dostalo do vážných ekonomických problémů. Licence nebyla Radou ČR pro rozhlasové a televizní vysílání prodloužena a od roku 1999 začalo na jejích frekvencích vysílat *Rádio Impuls*.

Řada pokusů o zavedení soukromého televizního vysílání byla na počátku devadesátých let neúspěšná (například pokus *Nezávislé televize* v roce 1991). První významnější soukromou televizní stanicí byla *Premiéra*<sup>38</sup>, která však získala licenci pro své regionální vysílání v listopadu 1992, tedy měsíc před rozpadem československé federace. Počáteční etapa konstituování nového mediálního systému se uzavírá se vznikem samostatné České republiky a téměř se kryje s udělením celoplošné licence společnosti *CET 21* pro budoucí televizi *Nova* v únoru 1993. Stanice *Nova* jako první celostátní soukromá televize nejenom v České republice, ale i v celé postkomunistické východní Evropě, se během několika měsíců stala komerčně nejúspěšnějším mediálním počinem v České republice a značně ovlivnila celou mediální scénu<sup>39</sup> (Končelík, 2010: 261).

---

<sup>37</sup> Toto bylo patrné ze zakládacích zákonů, upravujících existenci těchto médií na jejich trhu. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR si ponechala právo na stanovení výše koncesionářských poplatků a rovněž na volbu Rady ČT, ČRo a ČTK jakožto orgánů, kontrolujících činnost veřejnoprávních médií. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání jako jediný orgán státní správy pro média veřejnoprávní i soukromá, byla rovněž volena Poslaneckou sněmovnou, a to podle zákona č. 103/1992 Sb. (Končelík, 2010: 260–261).

<sup>38</sup> V roce 1997 změnila televize svůj název na *Prima* a v současné době vysílá pod názvem *Prima Family*.

<sup>39</sup> Podle Bednařika s sebou nástup TV *Nova* přinesl také zřetelné narušení vyváženosti duálního systému a vedl tedy i k oslabení role médií veřejné služby, zvláště pak České televize (Bednařík, 2011: 378).

Vznikem samostatné České republiky 1. ledna 1993 byl pak proces definitivního osamostatnění mediálních systémů obou republik v rámci federace dovršen. Na poli českých médií došlo zejména k rekonstrukci původně dvojstupňového řízení médií veřejné služby, federální řídicí složky zanikly a do popředí se dostala dosud podřízená národní rovina řízení institucí. Rovněž proběhla nacionalizace televize, rozhlasu i zpravodajství. Ve vlastnictví privátních médií pokračovaly změny, které s sebou přinesly nejen vznik zcela nových médií i formátů, ale i zánik dlouholetých a dříve nezpochybnitelně etablovaných periodik jako například Lidové demokracie či Zemědělských novin (Končelík, 2010: 262).

Postupně se hlavním smyslem existence médií stávala jejich orientace na zisk. Tento základní rys bulvárních médií pak začal působit na mediální produkci jako na celek. Výsledkem byla skandalizace veřejného prostoru, vyhledávání populárnějších témat či personalizace politiky zájmem o intimní detaily života politiků.<sup>40</sup> Charakteristické projevy této tržní mentality byly doprovázeny formujícím se trendem „zezábavňování“, na stránky deníků začala pronikat výraznější barva, pracuje se s velkými fotografiemi a podobně (Končelík, 2010: 262).

Po roce 1989 došlo také k zásadní proměně technické základny i výrobní technologie v oblasti médií. Důvodem bylo nejen zastarávání dosud používané techniky, ale i reakce na zásadní změny technické povahy mediální produkce ve světě. České prostředí, které inovace tohoto typu žádalo, bylo změnám otevřené a nakloněné. Zcela zásadní společenskou změnu znamenal pro Českou republiku nástup a rozvoj počítačových sítí, který však zprvu narážel na řadu překážek a komplikací jak v oblasti technické, tak i záležitostech obchodních.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Zajímavý pohled na problematiku jazykových projevů poslanců přináší kniha *Jazyk, média, politika* autorem S. Čmejrkové a J. Hoffmannové (2003). Dílo se orientuje na výzkum politického a mediálního diskurzu českých a slovenských veřejných projevů v devadesátých letech 20. století.

<sup>41</sup> Prvním katalogovým vyhledávačem byl v ČR Seznam.cz, který svou činnost zahájil v roce 1996.



K rychlému rozšíření internetu došlo zejména po roce 2000. Stal se významnou a nezbytnou oblastí mediální produkce, což si velmi brzy uvědomila řada tištěných médií, a tak se začaly objevovat nejprve jejich internetové verze<sup>42</sup> a posléze i jejich víceméně autonomní portály (od Lidových novin byl odvozen portál *Lidovky.cz*, od Mladé fronty Dnes *iDnes.cz* apod.) Ustavila se rovněž média, která byla ryze internetová, například zpravodajský portál *aktuálně.cz*. K urychlení vývoje televizního vysílání napomohl také proces digitalizace vysílaného signálu. Události po roce 2000 tedy naznačují postupné oslabování významu tištěných médií, zejména deníků, a také jasné směřování k internetové a audiovizuální produkci (Bednařík, 2011: 380–381).

Bednařík (2011: 381–382) uvádí v této souvislosti několik důležitých rysů českých médií. Význačným rysem v procesu transformace byla skutečnost, že česká média: „vstupovala do nového společenského kontextu uvnitř českého prostředí s jeho svébytným historickým vývojem. Tato skutečnost se promítla do očekávání publika i mediálních profesionálů (...) i do prvních let vývoje po roce 1989“. Poukazuje zde rovněž na velmi významnou okolnost, kdy se česká média s rozpadem bipolárního světa stala součástí vývoje, jenž se odehrával v rozvinutých zemích Evropy a severní Ameriky. Na pozadí neoliberálního pohledu na svět došlo k ostré komercializaci mediální produkce, která se podřizovala stoupajícím nárokům inzerentů. Pro další rozvoj a šíření mediálních obsahů hrály svou roli také internet a digitalizace. Při výčtu těchto změn, jež transformační proces přinesl, nelze opomenout reklamní trh. Ten zaznamenal rychlý a poměrně stabilní rozvoj, který zůstal jakoby nezávislý na vzestupech a pádech národního hospodářství (Bednařík, 2011: 382).<sup>43</sup>

Bednařík (2011: 382) dále uvádí, že již během transformace médií bylo možné postihnout některé náznaky toho, na čem byla založena budoucí stabilita

---

<sup>42</sup> Internetové verze tištěných médií bývají doplňovány interaktivními prvky a umožňují tak čtenářům vložení komentáře k diskusím či vstup do chatové skupiny atp. (Musil, 2003: 164).

<sup>43</sup> Srov. Jiráček, J. – Köpplová, B. – Kollmannová Kasl, D. (2009): Média dvacet let poté (*Media Twenty Years After*). Praha: Portál.

mediálního sektoru: „Úspěch médií není odvozen od jejich společenského uznání, významu či kulturního přínosu, nýbrž od rentability produkce a schopnosti generovat zisk. Česká média se ustavila jako komerční média se všemi důsledky, které to má na obsah mediální produkce. „Seriózní“<sup>44</sup> tituly, vzdělávací stanice, kulturně orientovaná média mají v českém prostředí jen velmi okrajový prostor.“ Jako další náznak Bednařík zmiňuje: „Klíčovým zdrojem investic do českých médií bude fakt, že budou v rukou zahraničních vlastníků, a významní hráči na českém mediálním trhu se budou rekrutovat z německého prostředí“. A v neposlední řadě: „Média veřejné služby budou požívat jen velmi omezené míry nezávislosti na státu a budou politiky po většinu 90. let vnímána jako média vazalská a veřejností jako média spíše státní“.

Po roce 2000 bylo ve vývoji tištěných médií patrné postupné oslabování jejich významu, a to zejména deníků. Naproti tomu se zřetelně jevila silná orientace na produkci internetovou a audiovizuální. Elektronická média tvoří neoddiskutovatelnou část dnešní informační společnosti. Jak uvádí Musil (2003: 186–187): „Vědění je vždy zdrojem moci. Každý bude souhlasit, že v informační společnosti to bude platit v rostoucí míře. Co lze učinit v zájmu zajištění demokratického užívání takto vznikajících mocí? Jaké vyvažující síly je třeba vytvářet? Celá spousta skupin a privátních zájmů je již angažována ve velkém měřítku s cílem ovládnout komunikační kanály a kontrolovat jejich obsah“. V souvislosti s těmito informacemi pak Musil uvádí trojí druh moci: „moc znalostí, tj. moc těch, kdo informace mají, na rozdíl od těch, kdo je nemají; moc distribuce, tj. moc těch, kdo mají v rukou kanály šířící informace; moc tvůrců informací, tj. moc těch, kteří primárně do distribučních systémů informace vkládají“ (Musil, 2003: 187).

---

<sup>44</sup> Uvozovky v originále.

### 3.3 Systémová analýza dvou modelů

Analýza vztahu mezi médií dané společnosti a jejím politickým životem patří bezesporu k ústředním problémům v současných demokratických společnostech. Média hrála svou roli při konstituování politiky a zásahů do veřejného života již od emancipačních snah o osvobození a probuzení moderních evropských národů v 18. a 19. století, například pokusy o nastolení systému totální propagandy a demokratizační revolty proti nim (Pražské jaro) až po společenské, ekonomické a politické zvraty (zejména rok 1989), jež s sebou nesla druhá polovina 20. století. Požadavky na svobodu a nezávislost médií, aspekty, které by měly být zárukou kvalitního politického života, tvořily vždy klíčová témata v debatě společenských elit i široké veřejnosti (Jirák, Trampota, 2008: 10).

V průběhu druhé poloviny 20. století se řada autorů pokusila o výklad a analýzu vztahu médií a politického života společnosti. Ve svých výzkumech se zabývali zejména otázkami analýzy vlivu médií na politické dění a naopak i analýzou vlivu politických poměrů na média. Nosným prvkem demokratických společností je zejména normativní předpoklad vycházející z názoru, že média jsou skutečně institucí svobody slova, zastupují občana a veřejnost ve vzájemném působení se svévolí moci, trhu i byrokracie. Autoři se pak ve svých přístupech snažili o řešení procesu ustavování této role médií a její praktické naplňování na pozadí normativních představ a rovněž je zajímali příčiny a okolnosti, jež zabraňovaly jejímu naplnění. Jednotlivé roviny zkoumání se vzájemně prolínají a ovlivňují v závislosti na konkrétních historických a společenských podmínkách (Jirák, Trampota, 2008: 10–11).

Zkoumáním role médií při ustavování veřejného prostoru pro politické debaty se zabýval také německý filozof Jürgen Habermas, představitel mladší generace Frankfurtské školy, jež vykazovala zřetelně kritický postoj ke komercializovaným společnostem organizované modernity.<sup>45</sup> Habermas

---

<sup>45</sup> Více In: škola Frankfurtská (Reifová, 2004: 253–254).

poukázal (ve své disertační práci z roku 1960 o ustavování veřejnosti v období rané modernity a její proměně v dalším vývoji) na to, že média jakožto instituce svobody projevu a veřejné diskuse s přibývajícím časem toto postavení ztrácejí a de facto se podílejí na kolonizaci veřejného prostoru ekonomickou a politickou elitou a proloupují tak zdání, že původní role médií zůstává zachována tak, jak se ustavila na základě vývoje.<sup>46</sup>

Konstitutivní roli médií se zabýval rovněž Benedikt Anderson. Anderson uvažoval o tom, že i díky médiím vzniká moderní národ jako „imaginární politické společenství“ (Anderson, 2003). V procesu identifikace s národem přisuzuje zásadní význam rozvoji novin a románu.

V polovině padesátých let 20. století vyšla ve Spojených státech publikace Čtyři teorie tisku autorů Sieberta, Petersona a Schramma, která se stala dnes již klasickou učebnicí mediální komparatistiky. Jedná se o soubor čtyř studií (teorií) vztahu mezi médii, zejména tiskem, a politickým uspořádáním, vykazující výrazně normativní přístup. Jednalo se o teorii autoritářskou, prosazující se ve společnostech, kde svoboda médií (resp. tisku) nejenom že neexistuje, ale není ani považována za žádoucí. Další teorií, kterou autoři uvádějí jako rozhodující princip, jenž ospravedlňuje existenci a jednání médií v liberálně-demokratických společnostech, je teorie libertariánská. Hlavní myšlenka této normativní teorie spočívá v tom, že svoboda projevu a svoboda tisku jsou těmi nejvíce účinnými nástroji, jimiž se společnost může dobrat pravdy a odhalit chyby. Teorie sociální odpovědnosti pak poukazuje na to, že svoboda médií je žádoucí a možná do takové míry, do jaké je podpořena společensky odpovědným jednáním médií. Na straně druhé je pak nezávislost médií obhajitelná opět jen do té míry, do jaké je podložena akceptovaným závazkem vůči společnosti. Teorie sovětská (komunistická) vychází z požadavků, které na tisk kladli Marx, Engels a Lenin. Podle nich mají média sloužit zájmu lidu, pokud se stát snaží dosáhnout stavu beztržní společnosti. Role médií zde pak spočívá v socializaci jednotlivce k životu v dané společnosti informováním, vzděláváním, motivováním

---

<sup>46</sup> Habermas, J. (2000): *Strukturální přeměna veřejnosti*. Praha: Filosofia.

i mobilizováním (více viz. Siebert, Peterson, Schramm (1984): *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press).

Tento výše zmíněný výklad, jenž považuje demokracii v její poválečné podobě za vrchol dosavadního vývoje společností, se však setkal s řadou úprav a kritik. Bylo mu vytýkáno zejména příliš paušální, redukcionistické, etnocentrické a schematické řešení vztahu mezi médii a politikou. Denis McQuail se například pokusil některé rozpory tohoto konceptu překonat tak, že počet normativních teorií rozšířil a některé stávající redefinoval (McQuail, 1992).

Na řadu výzkumů z osmdesátých a devadesátých let 20. století, které se týkaly především západních a tedy demokratických zemí, navázala dvojice autorů Hallin a Mancini monografií *Comparing Media Systems*.<sup>47</sup> Autoři se zabývali zejména otázkou, nakolik a jak ovlivňuje podobu vztahu mezi médii a politikou konkrétní historická, politická a kulturní situace daného společenství. Na základě srovnávací perspektivy se pak snažili o nalezení rozdílů a podobností mezi jednotlivými zeměmi (Jiráček, Trampota, 2008: 13–14).

Výsledkem se staly tři navržené modely vztahu mediálního a politického systému: Středomořský model (neboli Model polarizovaného pluralismu), který se vyznačuje kromě silného polarizovaného pluralismu také poměrně pozdním nástupem demokracie (k tomuto modelu se řadí Španělsko, Portugalsko či Itálie). Severostředoevropský model (neboli demokraticko-korporativistický model) je typický korporativistickým přístupem k médiím i politice a setkáme se s ním v Německu, Rakousku či Skandinávii. Třetím modelem je model Severoatlantický neboli liberální, jež je typický svým komerčním pojetím médií a je možné ho vysledovat ve Spojených státech, Velké Británii, Kanadě či Irsku. Tento model nabývá postupně převahy a ostatní mediální systémy mají tendenci se k němu přibližovat (Jiráček, Trampota, 2008: 14). V následujících dvou kapitolách se na základě tohoto stručného představení tří modelů budu věnovat nejprve analýze Velké Británie, a to z hlediska několika vybraných aspektů

---

<sup>47</sup> V českém překladu *Systémy médií v postmoderním světě* (2008, Praha: Portál).

(komercializace, politický paralelismus, novinářská profesionalizace, role státu<sup>48</sup>). Poté se pokusím tyto aspekty aplikovat i na případ České republiky.

### 3.3.1 Velká Británie z pohledu Severoatlantického modelu

Nejen důraz na konzervatismus, liberální korporativismus a sociální demokracii odlišuje Británii od čistého příkladu liberálního systému. Nicméně zde stále převažuje řada prvků tomuto modelu společná. Nejprve si zde uvedeme některé charakteristické rysy patrné pro britský mediální systém a posléze se podíváme na jednotlivé koncepty. Budeme se krátce zabývat vývojem mediálního trhu s důrazem na komerční masový tisk, politickým paralelismem<sup>49</sup>, profesionalizací novinářů a mírou a charakterem státních zásahů do mediálního systému.

V případě Británie je zřetelný zejména velký rozdíl mezi tiskem ‚nebulvárním‘ a masovým a zjevné, i když stále se zmenšující, rozdíly ve způsobu vedení tiskových a vysílacích médií. Mediální vývoj je zde silně provázán s politickými a kulturními sférami vlivu. Bulvární noviny zaznamenaly v této zemi poměrně brzký rozvoj, státní intervence zde byly zpočátku mizivé. Tento typ médií postupně nabyl dominantní převahy a odsunul na okraj zájmu stranické, náboženské a další typy nekomerčních médií. Rozvinul se zde také kvalitní novinářský profesionalismus. Důležitou roli hraje rovněž vysílání komerční, patrná je i dlouhá tradice izolování politiky od veřejného vysílání a regulačních orgánů (Hallin, Mancini, 2008: 223–224).

V Británii brzdila rozvoj komerčního tisku tzv. vědomostní daň<sup>50</sup>, a to až do jejího zrušení v padesátých letech 19. století. Revoluce v komerci dosáhla

---

<sup>48</sup> Srov. *Zkoumání mediálního systému. Systémová analýza*. In: *Metody výzkumu médií*. (Trampota, Vojtěchovská, 2010: 31–43).

<sup>49</sup> Jedná se o stupeň a povahu propojení mediálních systémů s politickou sférou.

<sup>50</sup> Označována také jako ‚daň z poznání‘. Jednalo se o vládou stanovený poplatek, který měl dělnické třídy zamezit přístup k informacím a znalostem.

svého vrcholu během 70. a 90. let současně s rozvojem rozsáhlého novinového průmyslu, charakteristického masivní tovární výrobou, městským dělnictvem, strategickými centry kapitálových investic či rozsáhlou produkcí standardizovaných výrobků (Hallin, Mancini, 2008: 227).

Komericializace způsobila nejenom nárůst nákladů, ale vedla i k přeměně novin z malých podniků, které byly závislé na dotacích od jednotlivců, politických stran či státu, na podnikání vysoce kapitalizované a rovněž velmi výnosné. Jak uvádí Hallin a Mancini (2008: 228): „Asi je pravda, že komercializace osvobodila noviny zemí liberálního modelu od závislosti na dotacích přicházejících od politiků či od státu, které byly standardními prostředky financování tisku před polovinou 19. století. Komericializace neznamena, že by tisk ztratil veškeré vazby na politické strany, ani že by přestal mít jakoukoli politickou roli; namísto toho se tisk, redaktori a vlastníci postupně stali nezávislými politickými hráči“.

V poválečném období došlo u britských novin k oslabení stranických pout a tisk se tak stal pro jednotlivé strany méně předvídatelným a ovladatelným. Slábla tendence přebírat agendu stranických vůdců, noviny se méně soustředily na rétoriku stranické politiky. K nárůstu tendence stranění došlo opět v osmdesátých letech. V této době čelila vláda Margaret Thatcherové převládajícímu konsenzu v britské politice. Od toho se následně upustilo z důvodu klesající popularity Konzervativní strany, od které se začaly odvracet listy, nacházející se napravo od ní (Hallin, Mancini, 2008: 235).

I přes tato omezení politického paralelismu je současná politická orientace britských novin jasně zřetelná. Británie se vyznačuje umírněným pluralismem a její politika má silnou orientaci tíhnoucí ke středu. Výrazná politická orientace je typická zejména pro bulvární tisk. Bulvár často přebírá postoje pravicového populismu s důrazem na tradicionalismus. Stranění je typické a zjevné především v období voleb. Celkově je tedy Británie zemí s vysokou mírou politického paralelismu. V tisku je možné vysledovat dominanci pravicových listů, a stejně

tak i v oblasti televizního vysílání převažuje příklon k pravici (Hallin, Mancini, 2008: 235–242).

Profesionalismus se v Británii rozvinul slaběji a různoroději, což potvrzuje i přetrvávající stranění britského tisku a angažování vlastníků. Za vrchol autonomie novinářů, po níž následoval posun k centralizovanější redakční kontrole, považují britští mediologové šedesátá a sedmdesátá léta 20. století (Hallin, Mancini, 2008: 247).

Donsbach (1995) zjistil, že 28 % britských novinářů uvedlo, že do jejich textů bylo často editorsky zasahováno z důvodu zvýšení zájmu publika. Autonomie novinářů byla od svého vrcholu v šedesátých letech značně nabourána a profesionalismus se během posledních let podstatně oslabil (Hallin, Mancini, 2008: 252).

Pro legislativní rámec je v Británii, jež nemá psanou ústavu, klíčová doktrína parlamentní suverenity. Svoboda tisku nepředstavuje privilegovaný legislativní princip, nýbrž zůstává důležitou součástí kulturní tradice. V zásadě si tiskový sektor udržel liberální charakter. Obešel se bez dotací i bez regulačních zásahů. Hallin a Mancini (2008: 255) uvádí, že: „Důležitým prvkem britské tradice silného postavení státu je systém takzvaných D-upozornění (*D-notice*), která zabraňují publikování informací, jež by mohly ohrozit „národní bezpečnost“. Dalším důležitým regulativem je Zákon o úředním tajemství, který umožňuje potrestat novináře i úředníky za úniky citlivých informací.“ O britském systému vysílání veřejné služby, *BBC*, bylo pojednáno výše.

Vzájemná závislost mezi státem a mediálními institucemi je dobře patrná na příkladu systému *westminsterského lobby*, jenž značí silný institucionalizovaný vztah mezi novináři a vládními úředníky. Hallin a Mancini (2008: 259) dále podotýkají: „Fakt, že liberální země jsou často světovými mocnostmi, vyžaduje zásadní přehodnocení představy, že by stát hrál v těchto



systemech jen omezenou roli, i představy o tisku jako nezávislém ‚čtvrtém stavu‘.<sup>51</sup>

### 3.3.2 Systémová analýza České republiky

Při pohledu na česká média je zřejmé, že z hlediska jejich historického vývoje i současného stavu není zcela patrné, do jakého ze tří výše uvedených systémů spadají. Bohužel nebylo dosud nashromážděno dostatečné množství relevantní literatury, která by obsahovala dostatek ověřených dat a poznatků, abychom byli schopni český mediální systém jednoznačně ukotvit.

Hallin a Mancini zdůrazňují skutečnost, že tři modely zahrnují země, jež jsou si geograficky blízké a historicky byly v intenzivním kulturním kontaktu. Z tohoto pohledu bychom mohli některé rysy českého mediálního systému spatřit v modelu severostředoevropském. Historický vývoj médií v Čechách totiž skutečně řadu rysů charakteristických pro tento model vykazuje. Například váhavý rozvoj masového a bulvárního tisku či kladení důrazu na tisk stranický a podobně (Jiráček, Trampota, 2008: 15).

Ve druhé polovině 20. století však vývoj událostí v našem prostředí inklinaci k tomuto modelu oslabil. Pod mocenským vlivem Sovětského svazu byla média podřízována kontrole a budována jako centralizovaný systém. Po vzoru Leninovy doktríny byla média brána jako nástroj řízené práce s veřejným míněním. Období nedemokratického režimu během 20. století je prvkem charakteristickým spíše pro model středomořský a pro země, v nichž došlo k pozdějšímu nástupu demokracie, jako například ve Španělsku či Portugalsku.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Uvozovky v originále.

<sup>52</sup> Určitou podobnost s těmito zeměmi lze spatřit i v divoké deregulaci médií, jež nastala po příchodu demokracie. Viz způsob privatizace některých českých deníků.

Vývoj české mediální krajiny do roku 1938 tedy vykazuje podobnost s rysy modelu demokraticko-korporativistického. Druhá světová válka však s sebou přinesla změnu, posléze následovala krátká renesance demokratických poměrů do roku 1948. Po roce 1989 došlo k transformaci mediální krajiny, která následovala silící vliv liberálního modelu, jenž se pro ni, stejně jako pro země procházející procesem demokratizace, stal v podstatě jediným vzorem. Před intervencí vojsk Varšavské smlouvy a rovněž na přelomu let osmdesátých a devadesátých představovala média instituci svobody projevu a demokratického veřejného života. Je však zřejmé, že se tato tradice v našem prostředí nakonec neprosadila a dominance nabyly rysy, které přibližují systém českých médií k modelu atlantskému, jež je vysoce komercializován (Jiráček, Trampota, 2008: 16).

Mezi nově založenými deníky, jež se v oblasti transformujícího se trhu na počátku devadesátých let dokázaly trvale prosadit, dominuje svým postavením bulvární deník Blesk. Toto periodikum obratně vyplnilo mezeru na mediálním trhu a záhy se vypracovalo v nejčtenější deníkový titul a rovněž jeden z nejúspěšnějších mediálních podniků v oblasti tištěných médií po roce 1990. Právě tento deník byl předzvěstí nástupu budoucí komercializace tištěných médií, a to nejen z hlediska mediálních obsahů, ale i z hlediska marketingových strategií. Česká média se postupně ustavila jako média komerční a to se všemi důsledky, jež to má na obsah mediální produkce (Končelík, 2010: 259–260).

U českých médií lze vypočítat jistou, avšak na první pohled nikoli zřejmou politickou inklinaci deníků. Tuto inklinaci na linii pravice-levice lze pouze předpokládat, neboť nemáme k dispozici příslušná data, jež by byla podpořena dostatečným výzkumem. Jistý paralelismus je možné vyvodit zejména ze stranění čtenářů denního tisku. Na základě této hypotézy bychom pak mohli, z hlediska struktury čtenářů, umístit výrazně napravo Hospodářské noviny, zdůrazňující ekonomická fakta, dále i deník Mladá fronta Dnes či Lidové noviny. K levicové straně spektra by nejvíce inklinoval deník Právo. Z pohledu dalšího možného zdroje politického paralelismu ideového směřování novinářů, jsou

bohužel pro českou mediální krajinu k dispozici jen omezená data (Jirák, Trampota, 2008: 17–19).

Vzdělávání novinářů má v české mediální krajině poměrně dlouhou historii, jež sahá až do roku 1928, kdy byla založena Svobodná škola politických nauk. Po roce 1989 výrazně vzrostl zájem o mediální obory, čemuž napomohl vznik nových vzdělávacích institucí (Jirák, Trampota, 2008: 20). V současné době je možno získat vzdělání v oboru žurnalistika na FSV Univerzity Karlovy, FSS Masarykovy univerzity, Univerzitě Palackého v Olomouci a mnoha dalších. Co se týče postavení české profesní organizace, Syndikátu novinářů, nedisponuje příliš silnými pravomocemi. Možnými důvody může být malá autorita této organizace v rámci novinářské obce či nedostatečné legislativní ukotvení v českém mediálním systému (Jirák, Trampota, 2008: 21).

Společně s rozsáhlými politickými a společenskými změnami odstartovala počátkem devadesátých let také radikální transformace tehdejšího mediálního systému. Nejprve došlo k naprostému opuštění totalitního, tedy sovětského modelu řízení médií. Média byla odstátněna a liberalizovala se. Následná privatizace poté přinesla vznik na státu nezávislých vlastnických struktur (Končelík, 2010: 256). K odstátnění docházelo ve dvou úrovních. Zaprvé došlo k vytvoření nové mediální legislativy, jež měla zajistit oddělení médií a státu *de iure*. Zadruhé byl mediální provoz fakticky osamostatněn od vlivu státu a stranického aparátu KSČ (Končelík, 2010: 256). Pro další vývoj médií bylo důležité přijetí řady zákonných úprav (o nichž bylo pojednáno výše).

## 4 POZICE A ROLE MÉDIÍ VE VZDĚLÁVACÍCH SYSTÉMECH VELKÉ BRITÁNIE A ČESKÉ REPUBLIKY

Tato kapitola bude rozdělena do tří základních částí. V první z nich se budeme věnovat mediální výchově obecně. Charakterizujeme dějiny mediální pedagogiky a rovněž situaci mediální výchovy ve světě. Pozornost věnujeme i mediální výchově dovednostní a kritické a konceptu mediální gramotnosti. Poznatky získané z obecné části pak budou dále aplikovány na mediální výchovu ve Velké Británii a v České republice.

### 4.1 Mediální výchova

Cary Bazalgette (1989) k problematice mediální výchovy uvádí: *„...v mediální výchově, na rozdíl od ostatních školních předmětů, po dětech chceme, aby zkoumaly, jak vědí to, co vědí. V mediální výchově se musí pít po tom, odkud informace a myšlenky přicházejí, a ne přijímat fakt, že tu prostě jsou“* (Mičienka, Jiráček, 2007: 8).

Média se bezpochyby podílejí na podobě každodenního života naší společnosti. Udávají určitý rytmus a inspirují nás k řadě opakujících se úkonů, na nichž následně lpíme. Nabízejí nám nejrůznější vzory jednání a sociálních rolí, s nimiž se více či méně ztotožňujeme. Média jsou rozhodujícími nositeli „symbolické moci“, sdělují nám významy slov, gest a činů, používaných v sociální praxi. Nastavují kritické zrcadlo nositelům ekonomické a politické moci – jsou však takto důsledná i sama k sobě? Je patrné, že čím více se média stávají samozřejmou součástí našich životů, tím méně si jejich vliv uvědomujeme. Do jaké míry jsme vůbec schopni přijmout skutečnost, že tyto obsahy, jež jsou nám předkládány, vlastně netvoří reálný svět?

Váha masových médií se neustále zvyšuje a rovněž produkce, kterou nám nabízejí, je do jisté míry neprůhledná. Soužití s médii tedy bezesporu vyžaduje určitou speciální přípravu. Je nezbytné, vybavit jednotlivce jistými kompetencemi, které mu pomohou využívat média k vlastnímu prospěchu

a současně mu umožní bránit se neblahým vlivům, jež by na něj mohly mít. Jedná se tedy o jakýsi provázaný soubor poznatků o médiích a dovedností v nakládání s nimi, který by měl tvořit základní výbavu dnešního moderního člověka. Jinými slovy, jedná se zde o mediální gramotnost (Mičienka, Jiráček, 2007: 7–8).

Význam mediální produkce zmiňuje také Charta práv dítěte OSN z roku 1989. Článek 17 uvádí, že členské státy vnímají „významnou funkci, kterou nesou masová média, a budou zajišťovat, aby dítě mělo přístup k informacím a materiálům z množství národních a mezinárodních zdrojů, zvláště takových, které jsou zaměřeny na jeho sociální, duchovní a morální blaho a fyzické i duševní zdraví“ (Mičienka, Jiráček, 2007: 8). Mediální výchova se tedy stává stále běžnější součástí všeobecného vzdělávání po celém světě.

Podle slov Marshalla McLuhana (2000: 257): „Aby byl dnes člověk opravdu vzdělaným, musí být vzdělán v médiích.“ Počátky mediální pedagogiky lze spatřit v prostředí katolickém a to zejména v katechismu, kdy byl uplatňován tzv. autoritativně normativní směr, jenž se projevoval cenzurou a zákazem určitých mediálních obsahů. Již na přelomu 15. a 16. století vznikaly z rozhodnutí církevních autorit první seznamy zakázaných knih a první cenzurní nařízení. Vliv církevní i světské moci působil na média až do 20. století (Bína a kol., 2005: 18).

Počátek nástupu masových médií spadá do druhé poloviny 19. století a od tohoto období lze sledovat i dějiny mediální pedagogiky. Slovy Lorda Northcliffa „dejte mi aspoň jednu vraždu denně“ odstartovala tzv. northcliffovská revoluce. Díky vynálezu rotačky došlo ke zvýšení počtu novinových výtisků, čtenářská gramotnost postupně narůstala. S nástupem rozhlasových a televizních médií vzniká rovněž první mediální pedagogika, která svým zaměřením vykazuje určité ochranné prvky. Orientuje se zejména na mravy a morálku dětí a mládeže, jež mohou být prostřednictvím médií ohroženy. Mediální pedagogové začínají formulovat první teorie, které poukazují na negativní rysy médií, zejména filmu. Upozorňují na rozpor světa fikce a skutečnosti, postupný rozklad kulturních a duchovních hodnot i dětskou agresivitu. To vše může být způsobeno masovou zábavou. Období druhé světové války chápe média jako nástroj vládnoucích

ideologií a politické moci. Hlavním cílem této doby je tedy výchova veřejnosti k důvěře v nastolenou politickou moc (Bína a kol., 2005: 18–19).

Padesátá léta 20. století se stále nesou v duchu této „ochranné“ mediální pedagogiky, objevují se směry jako například preventivní filmová výchova. Během let šedesátých pak proniká do mediální pedagogiky směr kritický, jenž se snaží o uvědomělé a kritické používání médií. Jeho zaměření je tzv. „smysluplné“. Tento směr nenahlíží na média jako na pouhý zdroj informací, ale snaží se je využít i jako nástroj, jehož prostřednictvím může příjemce informovat okolní svět také o sobě. Postupně je tedy opouštěn starý lineární model mediální komunikace<sup>53</sup>, popsany ve 20. letech Lippmanem a později rozšířen Lazarsfeldem a Katzem, a začínají se objevovat složitější mediální koncepty (Bína a kol., 2005: 19).

Období let šedesátých se pak nese v duchu sociálně kritickém. Začínají se formulovat teze o tom, jak mohou média manipulovat s masovým publikem a na významu nabývají rovněž teorie o nutnosti snížit moc mediálních koncernů a umožnit tak rovnocenný přístup všem sociálním skupinám. Jednalo se především o ty skupiny, jež doposud stály na okraji zájmu či o kterých přetrvával v médiích negativní způsob vyjadřování.<sup>54</sup> Tyto představy pak podnítily v sedmdesátých letech vznik společensko-kritického směru mediální pedagogiky. Jejím cílem bylo vychovat takového občana, který bude k médiím přistupovat aktivním způsobem a bude je využívat ke svému prospěchu. Toto pojetí tedy transformuje člověka z pozice pasivního konzumenta mediálních obsahů do aktivního tvůrce, jenž se na tvorbě veřejného mediálního dění podílí.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Tento model bývá označován též jako „model komunikace přenosový či transmisivní“. Jedná se o historicky první model komunikace, který schematicky zachycuje komunikační tok jako přenos sdělení od odesílatele (komunikátora) k příjemci, a to prostřednictvím komunikačního kanálu a s důsledkem v podobě účinků na příjemce (Reifová, 2004: 149).

<sup>54</sup> Do této skupiny bychom mohli zařadit např. handicapované občany nebo menšinové obyvatele.

<sup>55</sup> Kulturní studia hovoří o tzv. etnometodologickém obratu, který již nepopisuje média jako technické prostředky a funkční systémy, nýbrž zkoumá způsob vnímání mediálních obsahů různými sociálními skupinami.

V současné době, kdy na významu stále více nabývají média globální, lze spatřit aktuálnost dědictví tohoto přístupu<sup>56</sup> (Bína a kol., 2005: 19).

Mediální pedagogika je tedy bezesporu oborem velmi širokým a její hranice dosud nezískaly jasné a zřetelně vymezené obrysy. Nejprve bylo na média nahlíženo očima katolické nauky výrazně normativním a represivním způsobem, jenž se v průběhu šedesátých let dvacátého století přetavil do směru společensko-kritického. Tento směr si kladl za cíl vychovat kriticky smýšlejícího občana, jenž bude schopen odhalit zájmy, které stojí v pozadí mediální produkce, zájmy politicko-ekonomické. Během let sedmdesátých pak tento směr nabyl na významu ještě intenzivněji. Tento politicko-emancipační směr se vydal cestou demokratizace komunikačních nástrojů a snažil se o omezení zásahů politických a hospodářských institucí do oblasti médií (Bína a kol., 2005: 20). Chtěl učinit média přístupnými pro dosud pasivní veřejnost.

Nyní se podíváme na situaci mediální výchovy ve světě. Prvotní impulsy pro rozvoj mediální výchovy v dnešní podobě přicházely již po druhé světové válce. Měla být jakýmsi pokusem o vyrovnání se s neblahými zkušenostmi s médii a rovněž obranou vůči totalitární propagandě v masových médiích. V poválečném Německu se mediální výchova prosadila v prvotní podobě jako „kritické čtení novin“, které se spolu s rozbořením zpráv stalo běžnou součástí výuky mateřského jazyka. V Německu zaujímá na poli mediální výchovy značnou roli výzkum médií, jenž se zaměřuje především na vliv médií na psychiku a chování dětí a dospívajících (Mičienka, Jiráček, 2006: 13).

Dalším impulsem byla také komercializace médií (zejména televize) během padesátých a šedesátých let ve Spojených státech amerických. Koncem let

---

<sup>56</sup> Kromě teorií mediální pedagogiky existují rovněž směry zabývající se uplatněním médií jako vzdělávacích technologií ve výuce. Vychází se zde ze Skinnerovy metody tzv. programového učení, jež se postupně skládá z výkladu nové látky, kontrolních otázek a následného vyhodnocení. Tímto způsobem je žákovi umožněno, aby si mohl při studiu určovat své vlastní tempo a také průběžně kontrolovat zvládnutou látku. V současné době se v této metodě hojně využívají multimédia a tzv. e-learning (Bína a kol., 2005: 19–20).

sedmdesátých pak tato komercializace postupně prosakovala do prostředí evropského. Podle amerických výzkumů probíhajících během 60. let 20. století bylo zjištěno, že mladým generacím činí stále větší potíže rozeznat hodnotu informace ze zpravodajství od hodnoty informace reklamního sdělení. Často přikládaly stejnou váhu oběma výše zmíněným údajům. Toto zjištění pak vyvolalo řadu argumentů, kterými začali rodiče působit na školu ve snaze o změnu výukového obsahu. Významným argumentem ze strany rodičů byl především poukaz na to, že se tímto chápáním výrazně oslabuje liberálně demokratická role médií. V evropském prostředí však nebyla komercializace televizního vysílání až do sklonku sedmdesátých let tak silná, a to díky takřka výhradnímu monopolu státních a veřejnoprávních médií. Mediální výchova se zde tedy rozvíjela pomaleji (s výjimkou Německa). Výraznějšího rozvoje začala nabývat od let osmdesátých, zejména ve Velké Británii a zemích Skandinávského poloostrova (Mičienka, Jiráček, 2006: 13).

Výrazný mezník v mediální oblasti způsobily politické změny roku 1989. Podle Mičienky a Jiráčka (2006: 13–14) vedly tyto změny k: „zániku bipolárního světa a uvolnění sil ekonomické globalizace, spolu s technologickými změnami umožněnými digitalizací médií posílily trend ke komercializaci mediální produkce. Vzrostla i intenzita obav spojených s *důsledky*<sup>57</sup> masivní mediální produkce: nárůst násilných obsahů probouzí úvahy o možné nápodobě či znečitlivění, popírání některých tabu (zvláště sexuálních)<sup>58</sup> vyvolává otázku ohledně platnosti a prosaditelnosti sdílených hodnot, rozvoj interaktivních médií (počítačů, počítačových her, přenosných přehrávačů apod.)<sup>59</sup> nastoluje problém odlidštění a degenerace mezilidských vztahů. Tyto narůstající obavy podněcují požadavek mediální výchovy ve většině zemí světa“. Dnes můžeme mediální výchovu najít ve všeobecném vzdělávání všech zemí západní Evropy<sup>60</sup>, USA,

---

<sup>57</sup> Kurzíva v originále.

<sup>58</sup> Závorka v originále.

<sup>59</sup> Závorka v originále.

<sup>60</sup> Více In: French, D., Richards M. (1993). *Media Education Across Europe*.



Afriky, Asie, Austrálie či Nového Zélandu. Postupně se prosazuje i v zemích bývalého sovětského bloku (Mičienka, Jirák, 2006: 14).

Mediální výchova probíhá dvěma výukovými způsoby, jež se vzájemně doplňují. První typ je tzv. dovednostní, označován rovněž jako „dělání“ médií nebo také „médiá hrou“<sup>61</sup> (tato koncepce užívá slogan pragmatiké pedagogiky *learning by doing*). Druhý typ je pak označován jako kritický. Zabývá se analýzou mediálních obsahů a rovněž klade důraz na poučení o jejich „chování“ (Bína a kol., 2005: 21). Oběma způsoby se budeme blíže zabývat v následující části.

Dovednostní mediální výchova, tedy výše zmíněné „dělání médií“ (*learning by doing*), je založena na předpokladu, že studenti si osvojují potřebné poznatky mediální problematiky takovým způsobem, kdy se sami na vytváření různých typů mediálních sdělení podílejí. V praxi to tedy znamená, že mohou vydávat školní časopis, vytvářet internetové stránky apod. Přínos této výchovy spočívá především v tom, že si studenti vyzkouší týmovou redakční práci a rovněž se seznámí s určitými limitujícími faktory, jež tato práce obnáší. Těmito omezujícími faktory pak mohou být například osoba editora, ekonomické zdroje, preference a zájmy publika či etické principy, které novinářská práce vyžaduje. Vedení školy a rodičovská složka zastupují politické tlaky v tomto simulovaném mediálním prostředí. Prostřednictvím těchto cvičení si studenti zlepšují své vyjadřovací schopnosti, rozvíjí analytické, tvůrčí a kritické myšlení a rovněž se lépe orientují v dostupných komunikačních technologiích, které se učí aktivně využívat. Tato prakticky orientovaná mediální výchova je nejvíce rozšířena ve Spojených státech amerických, a to jednak z důvodu kvality výbavy

---

<sup>61</sup> Učení hrou prosazoval již Jan Ámos Komenský. Ten byl ve své době také prvním, kdo uvažoval o použití novin ve škole. Noviny pro něj představovaly významný zdroj poučení a ve své Škole pansofické vyžadoval, aby se jejich čtení stalo nedílnou součástí výuky. Komenský využíval noviny jako zdroj živých a aktuálních informací a nezabýval se tolik mediální gramotností v tom smyslu, v jakém ji chápeme dnes. Současně byl také prvním autorem, jenž se pokusil o výklad role médií ve společnosti. Ve svém díle *Labyrint světa a ráj srdce* přirovnává novináře, jakožto šířitele zpráv k pištcům, kteří se snaží lákat lidi různými melodiemi (Mičienka, Jirák, 2006: 13).

technického zázemí a dále také odklonem amerického školství od ryze teoretického přístupu ke studijní problematice (Vránková, 2004a).

Kritická mediální výchova je pak doménou zejména zemí kontinentální Evropy, Skandinávie a Kanady. Jedná se o tzv. kriticko-hermeneutickou větev<sup>62</sup>, která se zabývá skutečnými médii, s jejichž produkty se členové společnosti dostávají každý den do styku. Studenti touto metodou analyzují a interpretují mediální sdělení prostřednictvím rozboru zpravodajství, reklamy či komerční zábavy. Vránková (2004b) uvádí: „Zkoumáním mechanismů produkce, distribuce a recepce konkrétních mediovaných sdělení a poznáváním jejich cílů získávají žáci a studenti kritický odstup od obsahu sdělení. Ten je nutný k tomu, aby mohli sdělení porozumět a správně je interpretovat nejen ve školním prostředí, ale také ve skutečném životě. Tím se stanou dostatečně imunními proti takovým typům sdělení, které společnost chápe jako nežádoucí jak pro svobodný a plnohodnotný život jednotlivce, tak i pro fungování celé společnosti“.

Osvojení tohoto kritického přístupu tedy mediálně gramotnému člověku umožní lepší orientaci v případných technikách manipulace a propagace. Pomůže mu získat dostatečné kompetence pro to, aby byl schopen odhalit mechanismy vzniku a cíle výše zmíněných technik, jež tvůrci sdělení sledují. Kriticko-hermeneutická větev je v mediální výchově nesporně propojena s konceptem *learning by doing*, který teoreticky nabyté znalosti a vědomosti studentů uvádí do praktického života (Vránková, 2004b). Cílem současné mediální výchovy (*media education*) je především vést jedince k osvojování kompetence zvané mediální gramotnost (*media literacy*).

Schopnost „žít s médii“, tedy mediální gramotnost, se zpravidla charakterizuje jako soubor poznatků a dovedností, které jsou nezbytné pro orientaci v málo přehledné a neprůhledné nabídce mediálních produktů, jež konstituuji prostředí, v němž se člověk pohybuje (Mičienka, Jiráček, 2007: 9).

---

<sup>62</sup> Teoretický základ této větve vychází z kritických teorií masových médií, jež jsou součástí tzv. kulturních studií.

Podle Vránkové (2004) je mediální gramotnost<sup>63</sup> definována jako: „série komunikačních kompetencí, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace v nejrůznějších formátech.“ Přičemž nehraje roli, zda se jedná o informace v tištěné, elektronické či digitální podobě, ani z jakého zdroje tyto informace získáváme.<sup>64</sup> Dále Vránková uvádí, že: „Mediálně gramotný člověk je schopen maximálně využívat dostupná média pro své vzdělání, osobní rozvoj a uspokojení potřeb“.

Mediální gramotnost obecně zahrnuje dva rozměry. Jedním je rozměr znalostní, který poukazuje na nezbytnost získání základních poznatků o historii médií, o principech, na nichž fungují, o roli, kterou ve společnosti zaujímají či o případných hrozbách, které může přinášet jejich zneužití, a v neposlední řadě také o rozvoji médií z pohledu průmyslového odvětví. Další rozměr mediální gramotnosti pak představuje složka dovednostní, jež se zaměřuje na získávání a rozvoj praktických dovedností, které jsou potřebné při práci s médii. Snaží se zejména o to, aby se jedinec do průběhu mediální komunikace nezávisle a aktivně zapojil, a to nejen v roli příjemce, ale rovněž i tvůrce mediálních sdělení (Vránková, 2004).

---

<sup>63</sup> Autorka se touto problematikou zabývá ve svém článku *Mediální gramotnost*. In: Revue pro média, č. 8.

<sup>64</sup> Požadavek na pěstování a rozvoj mediální gramotnosti se objevuje rovněž v dokumentech evropských orgánů. V prosinci 2007 byl Komisí evropských společenství vydán dokument nazvaný *Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí*. V tomto dokumentu je obsažena následující definice: „Mediální gramotnost je obecně definována jako schopnost získávat přístup k médiím, chápat a kriticky vyhodnocovat různé aspekty médií a mediálních obsahů a vytvářet sdělení v různých kontextech“ (KOM (2007) 833: 3). Směrnice Evropského parlamentu 2007/65/ES v článku 37 uvádí: „ ‚Mediální gramotnost‘ se týká dovedností, znalostí a porozumění, které spotřebitelům umožňují efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb a být schopni využívat celé šíře příležitostí, které nabízejí nové komunikační technologie. Měli by být schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivým nebo urážlivým obsahem. Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat její pokrok“ [online].

Mediální gramotnost od nás vyžaduje uvědomění si toho, jak vlastně média fungují. Je třeba pochopit faktickou skutečnost, že média okolní svět pouze neodrážejí nebo neopakují. Všechny informace, jež jsou prostřednictvím médií prezentovány, musí nejprve projít určitým výběrem a zpracováním, které má svá pravidla a zvyklosti. Žádná mediální informace se během zpracování nevyhne postupům výběru a zestručnění. Novinář zde pak zastává roli interpretační. To, jakým způsobem si jedinec předkládanou informaci následně vyloží, záleží bezesporu na jeho konkrétních zkušenostech a životních okolnostech, jež ho ovlivnily (Vránková, 2004).

Mediální komunikace je velmi složitým sociálním systémem a její obsah, jako celek, není jednoznačně závislý na rozhodnutí redaktorů či producentů, ani na požadavcích inzerentů, mediálních magnátů či vlád. Je patrné nepřeborné množství variant ve způsobech vyjadřování i v následné prezentaci sdělení, jež vyplývají z rozdílů, kterými se liší jednotlivé komunikační technologie. Vránková (2004) uvádí: „Moc jednotlivce a lidského faktoru vůbec je při ovlivňování technologicky daných omezení produkce mediováných sdělení minimalizována“.

Podle Mičienky a Jiráka (2007: 9) je mediální gramotnost tvořena: „1. Poznatky na jedné straně potřebnými pro získání kritického odstupu od médií, na druhé straně umožňujícími maximální využití potenciálu médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy, aktivního naplnění volného času apod., 2. Dovednostmi dovolujícími a usnadňujícími tento kritický odstup i maximální kontrolu vlastního využívání médií“.

Rozvoj mediální gramotnosti se zpravidla odehrává ve více rovinách a podobách, a to jako mediální výchova, mediální osvěta a profesní resp. odborná příprava. Mediální výchovou rozumíme systematické předávání poznatků o médiích, které může probíhat jak v rámci školního vzdělávání, tak i v rámci vzdělávání mimoškolního, tedy prostřednictvím různých mimoškolních aktivit. Realizace mediální osvěty pak probíhá nejčastěji díky médiím samotným (například vzdělávacími pořady, osvětovými a kritickými weby či mediální kritikou obsaženou v tisku), dále také informováním veřejnosti a autoregulací

(příkladem může být hodnocení audiovizuálních pořadů z hlediska jejich možné škodlivosti) a rovněž i v občanských aktivitách. Jako profesní (odbornou) přípravu chápeme přípravu těch, kteří mediální výchovu realizují, tedy učitelé a vychovatelé. Do této složky mediální gramotnosti rovněž řadíme přípravu nejrůznějších profesionálů, především novinářů, jež se podílejí na mediální produkci jako takové (Jiráček, 2009: 14–15). Jiráček (2009: 15) uvádí: „Jedním z významných paradoxů požadavku zvyšování mediální gramotnosti je totiž zdánlivé snímání odpovědnosti za vlastní chování z médií a těch, kdo je dělají, řídí a vlastní“.

## 4.2 Mediální výchova ve Velké Británii

V této podkapitole se pokusíme o základní zmapování mediálního vzdělávání v prostředí Velké Británie. Podíváme se na nejdůležitější mezníky v historii mediální výchovy a zastavíme se rovněž u konceptu mediální gramotnosti. Pozornost věnujeme také pozici mediálního vzdělávání v britském Národním Kurikulu (*National Curriculum*) a jeho klíčovým konceptům.

### 4.2.1 Historie mediální výchovy ve Velké Británii

Jedním z nejuznávanějších autorů a odborníků na poli mediální výchovy ve Velké Británii je bezesporu David Buckingham.<sup>65</sup> Ve svých publikacích se zabývá zejména mediálním vzděláváním a gramotností, přičemž se ve značné míře orientuje na dopady působení digitálních médií na dospívající generace.

Jak již bylo uvedeno výše, zhruba od šedesátých let 20. století proniká do mediální pedagogiky kritický směr, jenž se snaží o uvědomělé a kritické využívání médií. Ta by neměla být redukována na pouhý zdroj informací, nýbrž recipiency aktivně využívána. Formulují se rovněž první teze o manipulaci masou

---

<sup>65</sup> David Buckingham je profesorem na Londýnské univerzitě a vedoucím organizace Centra pro mediální vzdělávání dětí a mladistvých (*The Centre for the Study of Children, Youth and Media at the Institute of Education in London*).

prostřednictvím médií a potřeba snižovat moc mediálních koncernů. V neposlední řadě se zde hovoří také o umožnění přístupu k médiím všem sociálním skupinám (Bína a kol., 2005: 19)

Na základě těchto představ se formuje ve Velké Británii v sedmdesátých letech společenskokritický směr mediální pedagogiky, jenž se zaměřuje na občana, který bude k médiím přistupovat aktivně a využívat je ve svůj prospěch. Recipient už tedy nepředstavuje pouze pasivního konzumenta mediálního sdělení, nýbrž se aktivně spoluúčastní mediálního dění. Tímto dochází k postupnému překonávání mediálních stereotypů (Bína a kol., 2005: 19). Zároveň se v tomto období objevují první diskuse o požadavku začlenění mediální výchovy do národních vzdělávacích programů resp. kurikul (Plášek, 2004: 1).

Dějiny mediální výchovy sahají v britském prostředí hluboko do historie. První náznaky lze spatřit již v roce 1933, kdy byla vydána kniha literárního kritika Franka Raymonda Leavise a jeho studenta Denyse Thompsona s názvem *Culture and Environment: The Training of Critical Awareness*. V tomto díle byly poprvé zveřejněny systematické návrhy ohledně výuky masových médií ve školách. Autoři zde rovněž uvedli několik příkladů a technik, jež jsou používány v žurnalistických textech, populárních beletrii či reklamě a poskytly tak studentům možnou inspiraci pro cvičení v hodinách. V knize jsou patrné snahy autorů, směřující k ochraně tzv. vysoké kultury. Usilují o zachování hodnot literárního dědictví, jazyka či zdraví národa před manipulací masových médií. Počáteční fáze mediální výchovy tedy byla orientována „ochranářsky“. Někteří kritici dokonce tento přístup přirovnávají k „očkování proti nemoci“<sup>66</sup> (cit. dle Buckingham, 2003: 6–7).

---

<sup>66</sup> (Buckingham, 2003: 7): „[...] has been described by subsequent critics as a form of ‚inoculation‘ – in other words, as a means of protection against disease (Halloran and Jones, 1968; Masterman, 1980)“.

Další fáze mediální výchovy zahrnuje konec padesátých a začátek šedesátých let a souvisí se vznikem kulturních studií ve Velké Británii (*British Cultural Studies*).<sup>67</sup> Kulturu již nelze vykládat jako soubor privilegovaných artefaktů,<sup>68</sup> stává se celkovým způsobem života. Vlivem kulturních studií tedy dochází k přesunu pozornosti od kultury vysoké ke kultuře populární, od umění vznešeného ke zkušenosti každodenního života. Klíčový přínos pro toto období znamenalo dílo Stuarta Halla a Paddyho Whannela, *The Popular Arts* (1964), v němž autoři nabízeli učitelům řadu návrhů, jak začlenit média, a to zejména tvorbu filmovou, do školní výuky (Buckingham, 2003: 7–8).

Třetí fáze mediální výchovy spadá do období let sedmdesátých. Značný význam je zde přisuzován časopisům *Screen* a *Screen Education*.<sup>69</sup> *Screen* vycházel z několika obecně metodologických a teoretických perspektiv, jako je např. sémiotika, strukturalismus, psychoanalýza, poststrukturalismus či marxistická teorie ideologie. Klíčovými tématy se tedy nyní stávají jazyk, ideologie a reprezentace. Základním úkolem pro studenty je rozpoznat, jakým způsobem média konstruují svá sdělení, a tím odhalit skryté ideologické vlivy mediálních textů, posilující dominantní skupiny uvnitř společnosti. Tím, že se naučí systematicky analyzovat výše uvedenou problematiku skrytých mediálních ideologií, de facto osvobodí sami sebe z jejich mocného vlivu.<sup>70</sup> Toto období se tedy nese v duchu formování ideologické ‚demystifikace‘ (Buckingham, 1998: 35).

---

<sup>67</sup> V souvislosti s *British Cultural Studies* připomeňme jména Raymonda Williamse a Richarda Hoggarta, na něž později navázala Birminghamská škola.

<sup>68</sup> S tímto výkladem se můžeme setkat u sdružení tzv. Leavisistů, jež se obávali vstupu ‚nekultivovaných‘ mas do říše kultury a průmyslu (Reifová, 2004: 242).

<sup>69</sup> Během 70. let byl časopis *Screen* zvláště vlivný ve vznikajícím oboru filmových studií.

<sup>70</sup> Tato analýza je často dávána do spojitosti se studiem politické ekonomie.

Na základě výše uvedených poznatků je dle Buckingham (1998: 35–37) možno charakterizovat historii mediální výchovy prostřednictvím dvou kontradiktorních tendencí.

Na jedné straně popisuje vývoj mediální výchovy jako „součást širšího pohybu, směřujícího k demokratizaci“.<sup>71</sup> Dále zde dochází k posílení významu kultury, jež si studenti s sebou do škol přinášejí, navzdory hodnotám kultury dominantní. Toto demokratizační pojetí v podstatě posiluje význam populární kultury, jež tvoří součást každodenního studentského života.

Na straně druhé Buckingham tematizuje historii mediální výchovy jako určitý defenzivní proces, při němž se učitelé snaží chránit studenty před negativními vlivy médií. V potaz jsou brány především aspekty politické, morální a kulturní<sup>72</sup>. Studenti by měli být schopni analyzovat zkonstruovaná mediální sdělení a rovněž chápat ekonomické funkce mediálního průmyslu (Buckingham, 1998: 36).

---

<sup>71</sup> [...] is part of a wider move towards *democratization*, [...] (Buckingham, 1998: 35).

<sup>72</sup> Palčivá témata představují například otázky genderu či etnik ve společnosti.



## 4.2.2 Mediální gramotnost

Buckingham definuje mediální výchovu jako: „proces vyučování a učení se o médiích“, výsledkem které je mediální gramotnost – „znalosti a dovednosti, které studenti získají“<sup>73</sup> (Buckingham, 2003: 4)<sup>74</sup>.

Téma gramotnosti se ve Velké Británii začalo více diskutovat od konce let osmdesátých. Jednalo se částečně o výsledek pokusů začlenit mediální vzdělávání do výuky angličtiny. Pedagogové, jejichž primárním zájmem byla původně jen orientace na výuku jazyka a literatury si uvědomili, že je nezbytné, zabývat se zde rovněž širší škálou účinků médií. V současné době je nutné a nevyhnutelné přistupovat k pojetí gramotnosti ve více dimenzích, protože tradiční formy výuky gramotnosti přestávají být dostačující. V souvislosti s touto *multimediální* gramotností se rovněž hovoří o termínech jako „počítačová gramotnost“, „ekonomická gramotnost“ či „emocionální gramotnost“ (Buckingham, 2003: 35–36).

---

<sup>73</sup> [Media education, then, is the process of teaching and learning about media; media literacy is the outcome – the knowledge and skills learners acquire].

<sup>74</sup> V USA je mediální gramotnost nejčastěji definována na základě konference účastníků *Media Literacy Leadership Institute*, jež se konala v roce 1992 v Aspen. Výsledkem byla tato definice: „Mediální gramotnost je schopnost získávat, analyzovat, hodnotit a vytvářet média v různých formách“. [Media Literacy is the ability to access, analyze, evaluate and create media in a variety of forms]. Tato poměrně stručná definice však musela být posléze rozšířena tak, aby uspokojila potřeby společnosti 21. století. Nová definice tedy zní takto: „Mediální gramotnost 21. století je přístupem ke vzdělání. Poskytuje rámec pro získávání, analýzu, hodnocení, vytváření a podílení se na zprávách v různých formách – od tisku, přes video až k internetu. Mediální gramotnost buduje představu o roli médií ve společnosti, stejně tak jako základní dovednosti v dotazování a sebevyjadřování potřebné pro občany v demokracii“. [Media Literacy is a 21st century approach to education. It provides a framework to access, analyze, evaluate, create and participate with messages in a variety of forms – from print to video to the Internet. Media Literacy builds an understanding of the role of media in society as well as essential skills of inquiry and self-expression necessary for Citizen of a democracy] (Center for Media Literacy [online], 2002–2011: 1).

Buckingham ve svém textu *Media Education in the UK: Moving Beyond Protectionism* (1998: 33–42 [online]) nahlíží na pojetí mediálního vzdělávání z hlediska jeho historie. Na základě omylů, jež se ve vývoji nezdědka vyskytly, systematizuje osnovy v pojmech koncepčního porozumění. Vývoj mediální gramotnosti tedy chápe jako cestu od protekcionismu směrem k demokratizaci, jež je provázána neustálým bojem tradičních kulturních hodnot s hodnotami novými. Značným dílem dle Buckinghamova přispěla do mediální výuky kulturní studia. Díky nim se již na studenty nepohlíží ve smyslu pasivních příjemců a obětí mediálních sdělení, nýbrž je jim umožněno rozkrýt způsob, jakým média fungují, a využívat je ve svůj prospěch. Zároveň dochází i ke změně témat v mediálním vzdělávání (novými tématy jsou např. mediální organizace jako producenti sdělení, technologie, publikum, způsoby reprezentace reality a další). Hlavním cílem pedagogů je vést studenty zejména ke kritické sebereflexi, a to nejenom v roli čtenářů ale i tvůrců mediálních textů.

Jak již bylo zmíněno výše, Buckingham klade důraz na potřebu ‚digitální gramotnosti‘ v novodobém školství.<sup>75</sup> Příchod digitálních technologií představuje pro pedagogy značné příležitosti a výzvy v pojetí mediální výchovy. Zde je vhodné přistupovat k vyučování na základě konceptu ‚*learning by doing*‘, který lze aplikovat např. na tvorbu webových stránek. Studenti se mohou dozvědět nejen to, jakým způsobem internetové stránky vznikají, ale i jakým vlivem působí na jednotlivé skupiny příjemců či jak je strukturován jejich jazyk v nejrůznějších typech sdělení.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Více In: (Buckingham, 2003: 173–188).

<sup>76</sup> Mediální gramotností, jako výzvou pro nové informační a komunikační technologie, se ve svém článku *Media Literacy ant the Challenge of New Information and Communication Technologies* zabývá i Sonia Livingstone. Snaží se zde postihnout nejdůležitější aspekty proměny mediální gramotnosti v souvislosti se zavedením nových médií, zejména internetu, jež se výrazně liší od médií tištěných a audiovizuálních (Livingstone, 2004: 3–12 [online]).

### 4.2.3 Národní Kurikulum

Ve Velké Británii bylo od roku 1988 zaváděno tzv. „Národní Kurikulum“ (*National Curriculum*), které představuje „závazný vzdělávací program pro všechny veřejně spravované školy realizující povinné vzdělávání mládeže ve věku 5-16 let“ (Průcha, 1999: 247). Jednalo se o radikální změnu (na základě Zákona o reformě vzdělávání – *Education Reform Act*, přijatého roku 1988) a její provedení vyžadovalo značné úsilí. „K tomuto účelu byl projekt národního kurikula zajišťován nejen ve školách (systematická školení pro učitele a management škol), v síti školské inspekce a školské správy, ale také mezi rodiči“ (Průcha, 1999: 247).

Nové učební osnovy se snažily poskytnout školám více času, se kterým by mohly volně nakládat a zvýšení flexibility a možnosti volby pro studenty ve věku 14-16 let. V této souvislosti byla povinná školní docházka rozdělena do čtyř hlavních stupňů (*key stages*) (Rýdl, 2003: 73).

Státní kurikulum pro klíčové stadium 3 a 4, tedy Kurikulum pro sekundární vzdělávání, se vztahuje na žáky ve věku 11-16 let. Bylo publikováno v roce 2007 a na školách nabylo účinnosti v září 2008. Na základě něj si pak školy vytváří vlastní učební plány a metody studia dle svých studentů i individuálních požadavků. (Department for Education: *Secondary curriculum, Key stage 3 and Key stage 4*, 2012 [online]).

Obhájci mediálního vzdělávání často argumentují, že by mělo být součástí všech školních předmětů. Struktura britského kurikula je rozdělena do deseti oblastí. V šesté oblasti můžeme nalézt přehled tzv. Průřezových témat (*Cross-curriculum dimensions*), která by měla reflektovat současné problémy, s nimiž se studenti mohou setkat v běžném životě. Učitelé by měli tyto prvky zahrnovat do svých výuk. Týká se to následujících sedmi okruhů: „Identita a kulturní rozmanitost, Zdravý životní styl, Společenská participace, Podnikavost, Globální dimenze a udržitelný rozvoj, Technologie a média, Kreativita a kritické

myšlení“ (*Cross-curriculum dimensions in National Curriculum*, 2012 [online]).<sup>77</sup>

V Británii se lze nyní setkat s mediální výchovou prakticky ve všech předmětech. Již od konce osmdesátých let byla zahrnuta do kurikula v rámci anglického jazyka a v současnosti může být realizována i v rámci předmětů dějepis, zeměpis, umění, přírodní vědy či cizí jazyky. Kromě D. Buckinghama se na tvorbě mediální výchovy významně podílel i C. Bazalgette, jenž si kladl za cíl vychovat aktivnější, kritičtější, vzdělanější a náročnější konzumenty médií. V souvislosti se vznikem Centra pro mediální výchovu (*Media Education Centre*, 1996), jež si vytyčilo zmapovat postavení mediální výchovy v anglickém kurikulu, je nutno zmínit také jméno profesora A. Harta. Hart byl ke stavu mediální výchovy poměrně kritický. Ve svém díle *Teaching Media In The English Curriculum* (2002), poskytuje středoškolským učitelům několik důležitých strategií a návodů, jak je možno na mediální výchovu pohlížet a jak ji co nejefektivněji začlenit do výuky.<sup>78</sup>

Buckingham (2003: 87–89) se ve svém díle rovněž zabývá způsobem pojetí mediální výchovy ve vzdělání. V podstatě existují dvě možnosti: zaprvé vyučovat mediální výchovu jako samostatný předmět, nebo její prvky začlenit do většiny předmětů v rámci kurikula.<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> [*Community Participation, Creativity and critical thinking, Enterprise, Global Dimension and Sustainable Development, Healthy Lifestyles, Identity and cultural diversity, Technology and the media*].

<sup>78</sup> Zajímavý pohled na výuku médií v rámci předmětu Anglický jazyk nabízí Andrew Hart (2002) ve své Komparativní studii mediálního vzdělávání ve výuce mateřského jazyka na středních školách ve dvanácti evropských zemích. (*Teaching Media in English*. In: *Media Education in 12 European Countries. A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools*).

<sup>79</sup> Zaváděním mediální gramotnosti do osnov, jejich výsledky a hodnocením se zabývá i Erica Scharrer, (2002: 354–358): *Making a Case for Media Literacy in the Curriculum: Outcomes and Assessment*.

Evropské centrum pro mediální gramotnost (*ECML*: 2004–2006) shrnuje požadavky mediálního vzdělávání do několika cílů. Studenti by měli být schopni shromažďovat informace z různých mediálních formátů; vybírat, analyzovat, strukturovat, interpretovat a prezentovat data z médií tradičních i nových; být kompetentní v orientaci sama sebe v mediálním prostředí, rozhodovat se účelně a strategicky; aktivně používat nová média – i pro komunikační účely na národní a mezinárodní úrovni; vyznat se v organizačních strukturách jednotlivých mediálních produkcí a jejich vzájemném propojení (tištěná média, film, TV, rádio, nová média apod.); nabýt základní přehled o historickém vývoji médií; postihnout, jaký má dopad působení médií na společnost resp. jejich životy; analyzovat a hodnotit zájmy a záměry mediálních produktů a rozpoznat jejich možné manipulativní záměry.

Mediální výchova je ve Velké Británii charakterizována souborem klíčových konceptů, jež lze aplikovat na analýzu textů většiny mediálních produktů. Dle R. Stafforda (2001) se jedná o: „Jazyk média (zde se zkoumají formální náležitosti mediálních textů); žánr (klasifikace textů); reprezentaci (jedná se o způsoby, jimiž jsou v mediálních textech konstruovány nejenom myšlenky a významy, ale i jednotlivé skupiny a typy lidí); instituci (řeší organizace mediální produkce a rovněž otázky vlastnictví a kontroly komunikace) a v neposlední řadě i o publikum (cílová skupina mediálních produktů, chování publika při „čtení“ textů).<sup>80</sup> Většina mediálních kurzů se orientuje na získávání základních dovedností, znalostí a porozumění o mediální výrobě jako takové. Typickými otázkami, jež by zde mohly být řešeny, jsou např.: Jakým způsobem je „vyráběn“ význam? Kým byl text vyroben a za jakým účelem? Jakým způsobem

---

<sup>80</sup> [*Media Language (the formal properties of media texts); Genre (the classification of texts); Representation (the ways in which ideas and values or specific groups or types of people are constructed in media texts); Institution (the organisation of media production and issues of ownership and control over communication); Audience (the target audience for media products and the range of audience behaviour in 'reading' texts)*].

mohou jednotlivé cílové skupiny textu rozumět a reagovat na něj? (Stafford, 2001).<sup>81</sup>

Mediální výchova do současné doby prošla nelehkým vývojem a stále má před sebou řadu otázek ohledně své budoucnosti. Musí se potýkat s efektivním využíváním nových technologií či se bránit proti nařčení některých odpůrců, pro něž je jen lehkým maturitním předmětem a degraduje tak pozici ‚seriózních‘ předmětů, jako je například matematika. V Británii se však o úloze médií v životě dětí<sup>82</sup> vedou rozsáhlé diskuze, jichž se účastní nejenom ministerstva, akademici či pedagogové, ale i rodiče. Pro řadu zemí tedy může být Velká Británie příkladem hodným následování.

---

<sup>81</sup> [*How is the meaning produced? Who produced the text and for what purpose? How might different audiences understand and respond to the text?*].

<sup>82</sup> Na zavedení mediální výchovy do škol se značnou měrou podílel i Britský filmový institut (*British Film Institute*).

### **4.3 Mediální výchova v České republice**

V této podkapitole aplikujeme předchozí poznatky z oblasti mediální výchovy a gramotnosti do českého prostředí. Nejprve se seznámíme s koncipováním mediální pedagogiky a poté bude bližší pozornost věnována začlenění mediální výchovy jako průřezového tématu do celku Rámcového vzdělávacího programu (RVP) pro gymnaziální vzdělávání.

#### **4.3.1 Mediální gramotnost v českém prostředí**

Jak již bylo uvedeno výše, mediální pedagogika se až do 90. let 20. století rozvíjela především v Evropě západní a německy mluvících zemí. Zde se média po druhé světové válce vyvíjela v liberálním prostředí, na rozdíl od situace v české společnosti, kde byly podmínky pro rozvoj mediální komunikace značně obtížné.

Patrně nejsilnější postavení zaujímá v českém prostředí profesní (odborná) příprava mediálních profesionálů. Počátky novinářského vzdělávání spadají již do 80. let 19. století. Svého vrcholu dosáhlo na počátku let sedmdesátých, kdy normalizační režim zřídil Fakultu žurnalistiky na Karlově univerzitě, která však musela být začátkem devadesátých let zrušena z důvodu přílišného ideologického sepletí s předešlým režimem. V profesní i odborné přípravě jsou prvky mediální gramotnosti přítomny, avšak při srovnání s osvojováním profese jako takové, nejsou tyto prvky nijak zvlášť výrazné (Jiráček, 2009: 15).

S některými aspekty mediální výchovy, bezesporu však pod jiným označením, se ve vzdělávací praxi bylo možné setkat po většinu poválečného období. Studenti se v rámci českého jazyka mohli poučit o mediálních slohových útvarech v kontextu tzv. publicistického stylu, dějepis na druhé straně přiblížil Gutenbergův vynález knihtisku či roli, kterou sehrál Československý rozhlas během Pražského povstání. Pokus o pevnější zakotvení mediálních prvků ve výuce vzešel z iniciativy učitelů samotných. Přelom století 20. a 21. představuje pro mediální výchovu významný mezník. V tomto období dochází

k systematictějšímu budování školní mediální výchovy v rámci kurikulární reformy, a to nejen základního ale i části středního resp. gymnaziálního vzdělávání. Poprvé v dějinách českého vzdělávání tedy média, jako součást výuky, zaujímají své místo v Rámcovém vzdělávacím programu. V rámci kurikulární reformy zaujímá mediální výchova rozměr dovednostní, poznávací a analyticko-kritický. Obtížnější je postihnout rozměr mimoškolní mediální výchovy, protože výzkumy ohledně tohoto tématu jsou v českém prostředí nedostačující (Jiráček, 2009: 15).

Z důvodu toho, že se mediální pedagogika v naší společnosti teprve začíná ustavovat, je potřeba vychovat takové odborníky, kteří budou schopni pracovat s nejrůznějšími vrstvami publika. Cílovou skupinu zde tvoří žáci a učitelé, mediální pedagogika by však měla postihnout širší spektrum a nevyhnout se ani výchově a osvětě dalších skupin ve společnosti.

Průcha a kol., (1998: 127) k mediální výchově uvádí: „Mediální výchova by měla orientovat lidi k dovednosti využívat média pro sebevzdělávání a zároveň kriticky filtrovat prezentované informace a rezistovat vůči negativním vlivům médií, jako je manipulace konzumního chování pomocí reklamy aj.“

### 4.3.2 Rámcový vzdělávací program<sup>83</sup>

Mediální výchova je v českém prostředí diskutována přibližně od poloviny 90. let 20. století, a od roku 2000 je zařazena jako průřezové téma do Rámcového vzdělávacího programu, který byl vydán Výzkumným ústavem pedagogickým v Praze roku 2007. Zásadní změnu oproti původnímu systému lze

---

<sup>83</sup> Rámcové vzdělávací programy vycházejí z nové strategie vzdělávání, která klade důraz na klíčové kompetence, jejich provázanost se vzdělávacím obsahem a uplatnění získaných vědomostí a dovedností v praktickém životě. Vycházejí z koncepce celoživotního učení a formulují očekávanou úroveň vzdělání stanovenou pro všechny absolventy jednotlivých etap vzdělávání; podporují pedagogickou autonomii škol a profesní odpovědnost učitelů za výsledky vzdělávání (RVP G, VÚP, Praha, 2007: 6).



vidět v tom, že nyní stát určuje pouze jakýsi rámec vzdělávání, namísto původně určených učebních osnov, jež byly pro všechny typy škol jednotné.<sup>84</sup>

### 4.3.3 Charakteristika průřezového tématu

V následující části se budeme zabývat koncepcí Rámcového vzdělávacího programu pro gymnaziální vzdělávání a poté bude pozornost věnována charakteristice průřezového tématu Mediální výchova. V této souvislosti se následně zaměříme na jednotlivé vzdělávací obory a také přínos průřezového tématu k rozvoji osobnosti žáka. Podkapitulu zakončíme přehledem tematických okruhů mediální výchovy.

V Rámcovém vzdělávacím programu pro gymnázia (dále RVP G) najdeme problematiku mediální výchovy v části C, oddílu 6. 5. Oddíl šestý zahrnuje tzv. Průřezová témata.<sup>85</sup> Zařazení průřezového tématu<sup>86</sup> Mediální výchova do RVP G vychází z povahy současné společnosti. Klíčovým prvkem je obohacení našeho života o proces „medializace“, tedy o skutečnost, že informace jsou převážně zprostředkovány masovými médii, jejichž produkce se řídí vlastní logikou a vlastními zákonitostmi. Ty je třeba rozpoznat a naučit se v nich orientovat. To, jakým způsobem přijímáme okolní svět a rozhodujeme se v nejrůznějších životních situacích, se nesporně odehrává pod vlivem sdělení, jež nabízejí masová média – ať se jedná o přístup k informacím ze zpravodajství na jedné straně či volební chování na straně druhé (RVP G, 2007: 77).

---

<sup>84</sup> Více In: Kol. aut. *Národní program rozvoje vzdělávání v České republice: Bílá kniha* [online]. Střední všeobecné a střední odborné vzdělávání (2001: 51–54).

<sup>85</sup> Kromě mediální výchovy se do oblasti průřezových témat řadí: Osobnostní a sociální výchova, Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, Multikulturní výchova a Environmentální výchova (RVP G, 2007: 4).

<sup>86</sup> Průřezová témata jsou chápána jako určitá pojítka mezi jednotlivými vzdělávacími předměty, resp. oblastmi. „Průřezovost“ značí společná místa; okruhy, náměty, činnosti ve výchově a vzdělávání, která napomáhají vytvářet obecnější postoje studentů k sobě samým, k druhým lidem, praktickému životu (Mičienka, Jiráček, 2006: 16).

Masová společnost je charakteristická globalizující se ekonomikou s důrazem na spotřebu, prožitek a přítomnost. Tento trend s sebou nepochybně přináší řadu výhod, má však i svá úskalí a rizika. Těmi může být například ztráta orientace ve společenských normách a hodnotách, až po izolaci jedince, a v krajních případech i možnost sociopatologického chování. Potřeba samostatné orientace v produktech mediální nabídky, a to nejen „tradičních“ masových médií ale i „nových“ síťových médií, je tedy pro naši společnost nezbytně nutná. S médii není možno zacházet pouze intuitivně, je nezbytné přistupovat k nim s jistými znalostmi a poučením, je třeba dosáhnout mediální gramotnosti. Mediální gramotnost tedy napomáhá studentům účelně nakládat s mediální produkcí a využívat média k vlastnímu prospěchu. Zároveň nabízí nástroje, za pomoci kterých lze odhalit oblasti mediální produkce, jež jsou na první pohled skryté a mohly by působit manipulativně. „Proto se soustavná příprava na „život s médii“<sup>87</sup> – tedy mediální výchova – stává samozřejmou a běžnou součástí vzdělávání ve všech vyspělých společnostech. Současný člověk musí být vybaven poznatky a dovednostmi, které mu umožní orientovat se v masově mediální produkci, využívat ji, ale nepodléhat jí“ (RVP G, 2007: 77)

Mediální výchova usiluje pedagogickými prostředky o navození směru osobnostního a sociálního vývoje, jenž by ve studentech založil tyto předpoklady: „posílení vědomí vlastní jedinečnosti; udržování kritického odstupu od modelů životního stylu, nabízejících se v masových médiích; včlenění masových médií do souboru využívaných zdrojů informace, vzdělávání a zábavy; kritické prověřování mediálních sdělení ostatními zdroji“ (RVP G, 2007: 78).

Jak již bylo uvedeno výše, mediální výchova zahrnuje dvě základní oblasti – vědomostní a dovednostní. Vědomostní resp. společenskovední oblast je přínosná zejména proto, že si díky ní studenti uvědomí, jakou roli média sehrávají jednak v každodenním životě (například jaké nabízejí vzory chování, jak odrážejí mocenské vztahy apod.) jednak i ve zlomových okamžicích českých dějin (například boje o rozhlas jako médium, které je rychle reagující a obecně

---

<sup>87</sup> Uvozovky v originále.

dostupné). Kromě oblasti společenskovední je potřeba zmínit také oblast mediovědní. Ta napomáhá studentům osvojit si kritický přístup k mediální produkci. Její hlavní přínos spočívá v uvědomění si mediální logiky, která se do mediálních produktů promítá (jedná se o pravidelnost a předvídatelnost ve zpravodajství, orientaci na spotřební chování či stereotypní přístup k menšinové populaci, atp.) Druhá oblast mediální výchovy, tzv. dovednostní, je pak orientována prakticky. Umožňuje studentům, aby na základě své vlastní práce poznali, za jakých okolností mediální produkce vzniká, čím je podmiňována, jakou roli hraje vzbuzení zájmu či uvědomění si potřeby dobře a spolehlivě fungujícího týmu (RVP G, 2007: 78).

Průřezové téma je provázáno zejména s obory, jež mají humanitní, sociálněvědní nebo psychologickou povahu. Jedná se tedy o obory: Občanský a společenskovední základ, Český jazyk a literatura a Dějepis.

Občanský a společenskovední základ přibližuje studentům způsob fungování rozhodovacích procesů v politické komunikaci; zabývá se významem médií a procesem medializace, riziky mediální manipulace či postavením veřejného prostoru. Dále se zabývá významem moci a její kontroly prostřednictvím demokracie; přibližuje úlohu žurnalistiky, v jejíž souvislosti pracuje s termíny jako „čtvrtý stav“, „hlídací pes demokracie“, atp. Věnuje se i otázkám veřejnosti a veřejného mínění; zejména jaké postavení zaujímají výzkumy veřejného mínění v mediální produkci. V neposlední řadě tento obor nabízí studentům ukázky současných trendů v mediální produkci, které jsou ovlivněny masovostí mediální produkce a její orientací na spotřebu a zisk; hovoří se zde například o fenoménu zezábavňování, zestejňování nebo depolitizaci politických témat (RVP G, 2007: 78).

V oboru Český jazyk a literatura si studenti osvojují pochopení významových konstrukcí. Je důležité uvědomit si, že určitý charakteristický rys, jenž je prisuzován nějakému politikovi či osobě ve zpravodajství, nemusí být jejich skutečnou vlastností, nýbrž jim může být uměle přisouzen. Zabývají se také stereotypy a mýty, uměleckými projevy a rolí doprovodných významů. Mediální

výchova studentům umožňuje využít dosud získané poznatky o jazykových či dalších znakových kódech a aplikovat je při rozvoji kritického čtení textů (RVP G, 2007: 78).

V rámci oboru Dějepis se studenti seznámí s poznatky o souvislostech mezi mediálním vývojem a vývojem moderních společností. Osvojí si také podmínky vzniku a vývoje veřejné sféry. Poukázání na obavy i naděje, jež v historii naší země vyvolalo každé „nové“ médium, umožňuje obohatit způsoby uvažování a náhled na situaci současnou. Důležitým tématem je zde bezesporu i role, jakou média sehrála ve vypjatých dějinných okamžicích; pro rozhlas byl klíčový zejména květen 1945<sup>88</sup> a srpen 1968, pro noviny rok 1848. Samostatný celek pak v tomto oboru představují dějiny technických prostředků, jež napomohly rozšiřování komunikačních možností (RVP G, 2007: 78).

V oblasti postojů a hodnot má průřezové téma studentům pomoci posilovat sebereflexi a nacházet své místo ve společnosti. Dále napomáhá vytváření dovednosti kritického odstupu od mediálních produktů; rozvíjí tedy u studentů schopnost přijímat a zpracovávat mediální produkty tak, že si uvědomují, jakým způsobem jsou konstruovány a s jakým komunikačním záměrem se prezentují na trhu. Rovněž umožňují vnímání životního stylu z pohledu vlastní jedinečnosti a sebedůvěry a odlišují ho od životního stylu spotřebního, jenž je nabízen masově mediální produkcí. Důležitá je také představa o práci v týmu a přiblížení vztahů kooperace, nadřízenosti i podřízenosti při tvorbě společných projektů. Přínosem je i uvědomění vlastního tvůrčího potenciálu studenta (RVP G, 2007: 79).

V oblasti vědomostí, dovedností a schopností napomáhá průřezové téma studentům ke zlepšení argumentačních schopností (například je učí rozpoznávat

---

<sup>88</sup> 5. května 1945 začali pracovníci rozhlasu vysílat pouze česky a hráli písně, jež byly režimem zakázané. Krátce nato vypuklo Pražské povstání. Celý boj o Český rozhlas trval až do 9. května, kdy došlo k jeho definitivnímu osvobození. Památnou větu, jež rozpoutala boj, připomíná Petr Štefan (2005), redaktor iDNES.cz, MF Dnes v připomínce šedesáti let od této události: „Sobota 5. května 1945 začala slavnou větou ‚Je právě sechš hodin,‘ hlásal do éteru v Němci okupovaném Českém rozhlasu Zdeněk Mančal.“ (iDNES.cz: *Před rozhlasem se rozhořela bitva* [online]).

zamlčené informace, slovní i obrazové manipulování apod.), posílí jejich představu o profesích, které se v oblasti mediální komunikace uplatňují. Získají také povědomí o roli médií v jednotlivých typech společnosti a různých historických kontextech. Naučí se rovněž vyhodnocovat kvalitu a význam informačních zdrojů a pochopit projevy současných trendů ve vývoji světa, zvláště integračních a globalizačních procesů, a to zejména v oblasti mediální nabídky (RVP G, 2007: 79).

Tematické okruhy Mediální výchovy obsahují jak složku vědomostní tak i dovednostní, jež se vzájemně prolínají a doplňují, a tvoří tak fakticky jeden celek. Jedná se o okruhy 1. Média a mediální produkce (aktivní pronikání do zázemí veřejné komunikace), 2. Mediální produkty a jejich významy (citlivé vnímání souvislostí v nestrukturovaném sociálním prostředí), 3. Uživatelé (vědomí síly a významu aktivního přístupu ke všem podnětům), 4. Účinky mediální produkce a vliv médií (aktivní přístup k utváření vlastního intimního i společenského prostředí), 5. Role médií v moderních dějinách (vědomí postavení médií ve společnosti) (RVP G, 2007: 79–81).

První okruh se zabývá tématem vývoje médií od knihtisku až po internet, dále typy masových médií či působením vnějších vlivů na mediální chování.<sup>89</sup> Zkoumá také způsoby financování médií (reklama, poplatky, apod.) a profesně etické kodexy. Rovněž poskytuje možnost pracovat v produkčním týmu školních médií a následně se zabývá rozбором této produkce z hlediska dodržování předem dohodnutých zásad a pravidel, které jsou v kompetenci tzv. třídního mediálního ombudsmana<sup>90</sup> (RVP G, 2007: 79–80).

Okruh mediální produkty a jejich významy zkoumá kategorie a formy mediálních sdělení, řeší také rozbor aktuálního zpravodajství či kritéria, jež mají

---

<sup>89</sup> Řeší vlivy institucionální (mediální legislativa) i neformální (lobbying, nátlak, public relations).

<sup>90</sup> Funkce mediálního ombudsmana však de facto v českém prostředí, na rozdíl od Velké Británie, dosud nebyla obsazena.

rozhodující vliv na výběr zpráv. Zaměřuje se i na vztahy mezi mediálními produkty a skutečností (zkoumá vztah zpravodajství a skutečnosti, relevanci a věrohodnost informačních zdrojů, identifikuje a vyhodnocuje předsudky ve zpravodajství i zábavních pořadech). Učí kritickému přístupu k reklamnímu sdělení, které se pokouší rozebírat z hlediska použitých strategií (např. získání obdivu a úspěchu ve společnosti, výzvami k identifikaci apod.) Studenti mají také možnost připravit si svůj vlastní časopis, do nějž mohou promítnout to, co v reálných časopisech postrádají či naopak považují za zajímavé nebo vytvořit reklamní kampaň, jež by výstižně propagovala charakter a zájmy školy (RVP G, 2007: 80).

Třetí okruh se zaměřuje na veřejnost, publikum, uživatele a konzumenty mediálních produktů. Poukazuje na způsob vzniku čtenářské, posluchačské a divácké cílové skupiny. V rámci návyků při ‚konzumaci médií‘ sleduje strukturaci dne dle času, který je věnován čtení novin a časopisů, či vyhrazen pro sledování televize a užívání internetu. S tím souvisí i následný rozbor a popis návyků při užívání médií v rodině<sup>91</sup>, třídě či skupině (RVP G, 2007: 81).

V tematickém celku Účinky mediální produkce a vliv médií<sup>92</sup> se pak sdružují veškeré poznatky a znalosti, které studenti načerpali v rámci výše

---

<sup>91</sup> Dle Buermanna (2009: 42–43): „Velké množství rozhlasových a televizních stanic dává možnost diferenciaci i v rámci rodiny, takže i společné televizní večery patří čím dál víc k minulosti; tedy za předpokladu, že v rodině je dostatek televizních přijímačů. Není tedy divu, že v mnoha rodinách, které disponují jen jedním televizorem, se otázka výběru pořadu stává velmi častým jablkem sváru – pokud ovšem mají všichni členové rodiny stejné spolurozhodovací právo. Právě pro děti se totiž zdá být čím dál důležitější, aby se dívaly na to ‚správné‘ a mohly se pak zapojovat do rozhovorů. Tento vývoj ovšem není nijak překvapivý; jestliže je totiž stále méně skutečných – ve smyslu časově a prostorově současně učiněných – společných zážitků, stávají se nějakým způsobem společně učiněné zážitky stále důležitějšími.

<sup>92</sup> Empirické výzkumy, jež se zaměřovaly na účinky masových médií, probíhaly již počátkem 20. století. Zejména výzkumy tištěných médií, realizované na Kolumbijské univerzitě sociologem a psychologem P. F. Lazarsfeldem, byly v této oblasti velkým přínosem. Lazarsfeld se svým týmem mimo jiné definoval koncept názorového vůdce (*opinion leader*), k němuž se mediální sdělení dostanou nejdříve a od něj pak teprve putují k ostatním lidem (srov. Mc Quail, 2009: 573).

zmíněných tematických celků průřezového tématu. Vědomosti aplikují na vlivy, jež mají média na celou společnost a kulturu, vlivy které jsou předpokládáné i skutečné. Zajímavý přínos může v této oblasti představovat modelová televizní nebo rozhlasová diskuse, jež by se soustředila na rizika nápodoby násilných mediálních obsahů, která mohou mladistvým způsobit různé druhy mravní újmy (RVP G, 2007: 81).

Pátý tematický okruh, Role médií v moderních dějinách, stanovuje zaměření mediální výchovy na taková témata, jako je například rozbor masové společnosti i způsoby její komunikace (posunky, řeč, písmo, tisk, vysílání, internet). Zkoumá se zde také souvislost médií s dějinami (význam rozhlasu ve vypjatých a zlomových situacích) či pojetí bulváru (kdy vzniká, odkud se označení vlastně vzalo) apod. (RVP G, 2007: 81).<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> Řadu námětů k oživení hodin v rámci mediální výchovy poskytuje metodická příručka *Mediální výchova: metodika* (Pospíšil, Závodná: 2010).

## 5 ZÁVĚR

Média představují sociální instituci, jež vstupuje do kontaktu s institucemi dalšími, jako je rodina, škola či politika, s nimiž pak fungují ve vzájemné interakci. Mediální krajina reprezentuje veřejný (politický život), se kterým je svázána historickým vývojem a představuje hlavní, a někdy též jediný zdroj poznatků o politice a politicích, jež se ucházejí o pochopení a přízeň ze strany veřejnosti.

V současné rozvinuté „informační společnosti“ se nelze obejít bez schopnosti orientace v tomto trojjediném vztahu mezi masovými médii, politikou a veřejností. Úkol je to však značně nesnadný, zejména proto, že média netvoří statický prvek, nýbrž se neustále proměňují. Pro uživatele médií je pak značně obtížné vyznat se ve sděleních, jež jsou jim předkládána. Usilují média o distribuci reálných a pravdivých informací, nebo jsou motivována výlučně potřebou ekonomické úspěšnosti a dosažením zisku? Proto je nezbytné, zabývat se touto problematikou rovněž ve vzdělávání mladých lidí. Studenti pak díky tomu získají schopnost přistupovat k mediálním produktům kriticky a s rozvahou, díky čemuž nepochybně dojde k zeslabení negativních mediálních účinků.

Cílem této diplomové práce bylo posouzení vlivu médií na vnímání politického prostředí u studentů středních škol ve Velké Británii a v České republice. V první části práce jsem se nejprve pokusila o stručné vymezení několika klíčových pojmů z oblasti mediální komunikace, díky nimž bude čtenáři umožněn snazší vstup do zkoumané problematiky.

Následně jsem se pokusila postihnout nejdůležitější aspekty ve vývoji mediálně politického diskursu nejprve v prostředí Velké Británie. Při pohledu na britský tisk je zřejmý jeho poměrně dlouhodobý vývoj. Postupně docházelo k rozvoji parlamentní demokracie a otevírání veřejné sféry. Na vzestupu „čtvrtého stavu“ se značnou měrou podílela rovněž anglická revoluce. Podstatným krokem k zavedení svobody tisku bylo zrušení zákona o cenzuře *Licensing Act* (1695), který v Anglii platil od roku 1662. Taktéž bulvární noviny



zaznamenaly v této zemi poměrně časný rozvoj, komerční revoluce dosáhla svého vrcholu zejména během sedmdesátých a devadesátých let 19. století. Mediální vývoj je v britském prostředí silně provázán s politickými a kulturními sférami vlivu. Komerčializace neznamenalala, že by tisk ztratil veškeré vazby na politické strany, spíše se postupem času stával nezávislým politickým hráčem. V této zemi je rovněž vyvinut kvalitní novinářský profesionalismus a dlouhá tradice izolování politiky od veřejného vysílání a regulačních orgánů. Tradici striktního oddělení od politické kontroly a řízení vysílání profesionály pak představuje stanice *BBC*, jež se v roce 1927 stala veřejnou korporací (byla izolována od komerčních tlaků, zasloužila se o šíření „vysoké kultury“ a také nepodléhala politickému lobbingu).

Při pohledu na historický vývoj médií v České republice lze spatřit řadu systémových proměn, jež měli na ustavování mediální krajiny nesporný vliv. Naše země vykazovala váhavý rozvoj masového a bulvárního tisku a kladla silný důraz na tisk stranický. Je potřeba si také uvědomit, že ke skutečnému zrušení cenzury u nás došlo teprve v roce 1989, tedy o téměř tři sta let později, než ve Velké Británii. Rovněž vydávání českých novin zaznamenalo oproti britským podstatné zpoždění a lišil se i jejich charakter. Namísto povahy informační byly spíše osvětové a sloužily hlavně k obrození. V období totality u nás tištěná média sloužila téměř padesát let pouze jediné moci – bez připuštění jakékoli diskuse. Zavedení veřejnoprávního rozhlasového a televizního systému po vzoru *BBC*, tedy bylo de facto umožněno až po roce 1989. Tento pro české prostředí klíčový rok pak přinesl i větší možnosti v oblasti novinářského vzdělávání. Ve srovnání s Velkou Británií vykazuje naše země i o mnoho pozdější nástup internetové produkce.

Váhavější – avšak o to razantnější nástup komerčních médií – způsobil české mediální krajině značné problémy. Z důvodu toho, že se média orientovala zejména na dosažení zisku a oslovení co nejširšího publika, a to bez dostatečně ukotveného mediálního zázemí, ztrácela rychle na svých kvalitách. Tato proměna způsobila neúplnost naší mediální sféry, potýkáme se s nedostatkem skutečně prestižních deníků i veřejnoprávních médií, která by dodržovala standardy pro Velkou Británii přirozené. Jak jsem již poznamenala v úvodu, o médiích se

hovoří jako o tzv. čtvrtém stavu. Zejména kvůli své kontrolní roli bývají veřejnoprávní média označována jako jeden z pilířů demokracie. Problémy, s nimiž se naše veřejnoprávní média potýkají, způsobují pro naši společnost nemalé ohrožení. Vzhledem k nedostatku prestižních novin (jež podávají informace v téměř nezkrácené podobě) a převaze periodik bulvárních (které informace patřičně „upravují“) je potřeba, aby byl čtenář schopen kritického uvažování, vytvořil si svůj vlastní názor a snadno pak nevěřil všemu, co mu média předkládají. To se však neobejde bez potřebných znalostí z oblasti mediální výchovy, jíž jsem se z těchto důvodů rozhodla věnovat ve druhé části práce.

Druhá část je tedy orientována na pozici a roli médií ve vzdělávacích systémech středních škol obou srovnávaných zemí. Nejprve jsem se věnovala stručnému úvodu, ve kterém jsem představila historii mediální pedagogiky ve světě a poté charakterizovala mediální výchovu a mediální gramotnost jako takovou. Tyto poznatky jsem následně reflektovala v britském a českém prostředí. V obou případech jsem se zaměřila na jejich vlastní historii mediální výchovy, koncept mediální gramotnosti a rovněž začlenění mediální výchovy do Národního kurikula resp. Rámcového vzdělávacího programu.

Druhá polovina 19. století nepředstavuje jen počátek nástupu masových médií, ale i první zmínky o mediální pedagogice. V souvislosti se zvyšováním počtu novinových výtisků postupně dochází také ke zvyšování čtenářské gramotnosti. Nástup rozhlasových a televizních médií zapříčinil vznik mediální pedagogiky, jež vykazovala jisté ochranné prvky. Zanedlouho poté formulují mediální pedagogové první teorie poukazující na negativní rysy médií – upozorňují na rozpor světa fikce a skutečnosti či rozklad kulturních a duchovních hodnot způsobených masovou zábavou. 60. léta 20. století se nesou v duchu směru společensko-kritického, jenž si klade za cíl vychovat kriticky smýšlejícího občana, který bude schopen odhalit politické a ekonomické zájmy stojící v pozadí mediální produkce. Během let sedmdesátých pak tento politicko-emancipační směr ještě více zesiluje a vydává se cestou demokratizace komunikačních

nástrojů, ve snaze o omezení zásahů politických a hospodářských institucí do oblasti médií. Rovněž usiluje o zpřístupnění médií dosud pasivní veřejnosti.

Dějiny mediální výchovy sahají v britském prostředí hluboko do historie, první zmínky o způsobech začlenění masových médií do školního vzdělávání se datují již do roku 1933. Od druhé poloviny 19. století učinila Velká Británie na poli mediální výchovy značné pokroky. Problematikou mediální výchovy a mediální gramotnosti se zabývají nejen odborníci z řad pedagogických pracovníků, ale i rodiče, nejrůznější instituce a široká veřejnost. Již od osmdesátých let je mediální výchova začleněna do kurikula v rámci anglického jazyka, v současné době ji lze nalézt téměř ve všech předmětech. Pedagogové se snaží vychovat ze studentů aktivnější, kritičtější, vzdělanější a také náročnější konzumenty médií. Je důležité, že studenti zde informace pouze pasivně nepřebírají, ale snaží se s nimi aktivně pracovat, díky čemuž jsou schopni se v mediálních sděleních lépe orientovat. Snáze také rozpoznají skryté manipulativní snahy některých médií a dokážou analyzovat texty většiny mediálních produktů. Profesní příprava pedagogů je zde rovněž na velmi dobré úrovni.

Oproti tomu je situace mediální výuky u nás teprve na začátku své cesty. V profesní přípravě ani množství odborníků zdaleka nedosahujeme stavu ve Velké Británii. Pro české prostředí byl klíčový zejména rok 2000, kdy došlo k zavedení mediální výchovy jako jednoho z průřezových témat Rámcového vzdělávacího programu. Tento dokument se však svým koncipováním od britského případu poměrně odlišuje. Britské *National Curriculum* může být pro český Rámcový vzdělávací program velmi inspirativní. Zejména proto, že pouze nedefinuje, co učit, ale i jakým způsobem to učit. Svým přístupem je schopno studentům vědomosti a dovednosti nejenom předat, ale i následně zjistit, zda jsou efektivně rozvíjeny. Na jeho webových stránkách je možno nalézt množství konkrétních studií, které popisují, jak získané dovednosti rozvíjet v rámci jednotlivých vzdělávacích oborů.

Při porovnání Velké Británie a České republiky nám vychází, že britská mediální scéna je z hlediska informování o politice na mnohem vyšší úrovni než česká (a to vzhledem ke všem uvedeným aspektům) a zároveň i mediální výchova je o několik kroků dál, zatímco Česká republika – jak z hlediska mediální scény, tak i mediální výchovy – zaostává. Přitom by bylo třeba, aby o co „hůře“ své role plní mediální scéna, aby o to „lepší“ byla mediální výchova. Protože jen tak je možné společnost na úskalí ne zcela funkční mediální sféry připravit.

Z mého pohledu je situace mediální výchovy ve Velké Británii příkladem hodným následování. Způsob začlenění mediální výchovy do výuky ponechává česká kurikulární reforma na rozhodnutí jednotlivých škol. V zásadě si však mohou vybrat ze dvou variant. První způsob umožňuje začlenit mediální témata do souvisejících témat v jiných předmětech, např. historický vývoj médií do předmětu Dějepis, či typy mediálních obsahů do předmětu Český jazyk. Druhý způsob pak nabízí vyučovat mediální výchovu jako samostatný předmět či souvislý blok v rámci jiného předmětu (zde by se podle mě nejlépe uplatnil předmět Základy společenských věd). Je zřejmé, že první přístup, využívaný ve většině případů, je sám o sobě nedostačující. Podle mého názoru představuje pro studenty mnohem efektivnější variantu přístup druhý. Zavedení mediální výchovy jako samostatného předmětu či souvislého bloku v rámci společenskovědního základu, by dle mého pohledu mohlo být pro mediální výchovu v našem prostředí krokem dopředu. Další nezbytné opatření pro zlepšení stávající situace vidím také v rozšíření vzdělávání středoškolských pedagogů. Jako jedno z možných řešení se nabízí zavedení oboru Mediální výchova na pedagogických fakultách. Lze konstatovat, že mediální výchova v České republice pozvolna získává své postavení a její další vývoj a úspěchy nám jistě ukáže čas.

## 6 POUŽITÉ ZDROJE

### 6.1 Literatura

ANDERSON, Benedict (2003). Pomyslná společenství. In: HROCH, Milan. *Pohledy na národ a nacionalismus: čítanka textů*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství. ISBN 8086429202.

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ (2011). *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada. ISBN 978-802-4730-288.

B , Viktor a Petr Ž (2000). *Média a moc*. Praha: Votobia. ISBN 80-722-0085-2.

BÍNA, Daniel a kol. (2005). *Výchova k mediální gramotnosti*. České Budějovice: Jihočeská univerzita. ISBN 80-7040-844-8.

BUCKINGHAM, David (2003). *Media education: literacy, learning, and contemporary culture*. Malden, MA: Distributed in the USA by Blackwell Pub. ISBN 07-456-2830-3.

BUCKINGHAM, David (1998). *Teaching popular culture beyond radical pedagogy*. London: Taylor. ISBN 02-030-0706-9.

BUERMANN, Uwe (2009). *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky*. Vyd. 1. Hranice: Fabula. ISBN 978-808-6600-581.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK (2003). *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister. ISBN 80-85947-67-6.

CURRAN, James a Jean SEATON (1997). *Power without responsibility: the press and broadcasting in Britain*. 5th ed. New York: Routledge. ISBN 04-151-1407-1.

, Světlana (2003). *Jazyk, média, politika*. Vyd. 1. Praha: Academia. ISBN 80-200-1034-3.

FRANKLIN, D. (2008). *A Brief Introduction to Mass Media in United Kingdom*. In: MIŠTEROVÁ, Ivona a Eva SKOPEČKOVÁ. *A Reader in British Studies: Literature and Culture in Great Britain I*. Vyd. 1. Plzeň: Západočeská univerzita. ISBN 978-80-7043-739-1.

FRENCH, David and Michael RICHARDS (1993). *Media Education Across Europe*. London: Routledge. ISBN 02-032-0480-8.

HABERMAS, Jürgen (2000). *Strukturální přeměna veřejnosti: zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Vyd. 1. Praha: Filosofia. ISBN 80-700-7134-6.

HALLIN, Daniel C. a Paolo MANCINI (2008). *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-807-3673-772.

HART, Andrew a Alun HICKS (2002). *Teaching Media In The English Curriculum*. Sterling, VA: Trentham Books. ISBN 18-585-6260-0.

HARTLEY, John (2002). *Communication, cultural and media studies: the key concepts*. 3rd ed. London: Routledge. ISBN 04-152-6889-3.

JIRÁK, Jan (2009). *Podmínky a limity zvyšování mediální gramotnosti v českém prostředí*. In: MAŠEK a kol. (2010). *Mediální pedagogika v teorii a praxi*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni. ISBN 978-80-7043-851-0.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ (2009). *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-807-3674-663.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ (2007). *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-807-3672-874.

JIRÁK, Jan, Barbara Köpplová, Denisa Kasl Kollmannová (2009). *Média dvacet let poté (Media Twenty Years After)*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-807-3674-465.

JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ (2000). *Politická komunikace a média*. Vyd. 1. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0182-6.

JIRÁK, JAN a Tomáš TRAMPOTA (2008). *O vztahu médií a politiky v komparativní perspektivě*. In: HALLIN, Daniel C a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-807-3673-772.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG (2010). *Dějiny českých médií 20. století*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-807-3676-988.

- KUNCZIK, Michael (1995). *Základy masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum. ISBN 80-718-4134-X.
- MCLUHAN, Herbert Marshall (2000). *Člověk, média a elektronická kultura: výběr z díla*. Vyd. 1. Brno: Jota. ISBN 80-721-7128-3.
- MCLUHAN, Herbert Marshall (1991). *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Vyd. 1. Praha: Odeon. ISBN 80-207-0296-2.
- MCQUAIL, Denis (1992). *Media performance: mass communication and the public interest*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications. ISBN 08-039-8295-X.
- MCQUAIL, Denis (2007). *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-338-3.
- MCQUAIL, Denis (2009). *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK (2006). *Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele*. Vyd. 1. Praha: Partners Czech. ISBN 80-239-6762-2.
- MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK (2007). *Základy mediální výchovy*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-807-3673-154.
- MUSIL, Josef (2003). *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia. ISBN 80-722-0157-3.
- OAKLAND, John (2002). *British Civilization: an introduction*. 5th ed. New York: Routledge. ISBN 0-203-36159-8.
- OAKLAND, John (2006). *British Civilization: an introduction*. 6th ed. New York: Routledge. ISBN 04-153-6522-8.
- POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ (2010). *Mediální výchova: metodika*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media. ISBN 978-807-4020-407.
- PRŮCHA, Jan a kol. (1998). *Pedagogický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 80-717-8252-1.
- PRŮCHA, Jan (1999). *Vzdělávání a školství ve světě: základy mezinárodní komparace vzdělávacích systémů*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 80-717-8290-4.

REIFOVÁ, Irena (2004). *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 80-717-8926-7.

ROSŮLEK, Přemysl (2009). *Média a politika: vybrané problémy: modernita, propaganda, politický marketing, agenda-setting, terorismus, žurnalistika*. Vyd 1. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni. ISBN 978-80-7043-841-1.

RVP G (2007). *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze. ISBN 978-808-7000-113.

RÝDL, Karel (2003). *Inovace školských systémů*. Vyd. 1. Praha: ISV. ISBN 80-866-4217-8.

SEYMOUR-URE, Colin (1991). *The British press and broadcasting since 1945*. Cambridge, Mass.: Basil Blackwell. ISBN 06-311-6444-8.

SIEBERT, Fred S., Theodore PETERSON, and Wilbur SCHRAMM (1984). *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana: University of Illinois Press. ISBN 978-025-2724-213.

THOMPSON, John B. (2004). *Média a modernita: sociální teorie médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0652-6.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ (2010). *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-807-3676-834.

VYBÍRAL, Zbyněk (2003). *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 80-717-8812-0.

## 6.2 Prameny a elektronické zdroje

BUCKINGHAM, D. Media education in the UK: moving beyond protectionism. *Journal of Communication* [online]. 1998, Vol. 48, No. 1, s. 33-43 [cit. 2012-03-16]. ISSN 0021-9916. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1998.tb02735.x. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02735.x>

Center for Media Literacy: Media Literacy: A Definition and More. *Center for Media literacy* [online]. 2002-2011 [cit. 2012-03-17]. Dostupné z: <http://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more>

Cross-curriculum dimensions. In: *National Curriculum* [online]. 2012 [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: <http://www.nationalcurriculum.co.uk/>



Department for Education: *Secondary curriculum, Key stage 3 and Key stage 4* [online]. 2012 [cit. 2012-03-17]. Dostupné z: <http://www.education.gov.uk/schools/teachingandlearning/curriculum/secondary>

ECML. *European Centre for Media Literacy*. Guidelines for Media Literacy: Goals in Media Education [online]. 2004-2006 [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: <http://ecml.pc.unicatt.it/english/documents/guidelinesMediaLiteracy.htm>

HART, Andrew (2002). *Teaching Media in English*. In: *Media Education in 12 European Countries. A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools* [online]. Media Education Centre at the University of Southampton, U. K. Dostupné z: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf>

iDNES.cz: *Před rozhlasem se rozhořela bitva* [online]. 5. 5. 2005 [cit. 2012-02-15]. ISSN Copyright 1999 - 2012, MAFRA a. s. Dostupné z: [http://zpravy.idnes.cz/pred-rozhlasem-se-rozhorela-bitva-dro-domaci.aspx?c=A050505\\_153320\\_domaci\\_jpl](http://zpravy.idnes.cz/pred-rozhlasem-se-rozhorela-bitva-dro-domaci.aspx?c=A050505_153320_domaci_jpl)

Kol. aut. *Národní program rozvoje vzdělávání v České republice: Bílá kniha* [online]. 1. vyd. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání, 2001 [cit. 2012-04-15]. ISBN 80-211-0372-8. Dostupné z: <http://aplikace.msmt.cz/pdf/bilakniha.pdf>

KOM (2007) 833: *Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí*. Sdělení Komise evropskému parlamentu, radě, evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a výboru regionů [online]. Brusel 20. 12. 2007 [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/com/cs.pdf>

LIVINGSTONE, SONIA. Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review* [online]. 2004, Vol. 7, No. 1, s. 3-14 [cit. 2012-04-02]. ISSN 1071-4421. DOI: 10.1080/10714420490280152. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10714420490280152>

Novinky.cz (11. 2. 2012). *Skandál s odposlechy a úplatky dopadl i na list The Sun* [online]. 2003-2012 [cit. 2012-04-08]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/258836-skandal-s-odposlechy-a-uplatky-dopadl-i-na-list-the-sun.html>

PLÁŠEK, Radovan (2004). *Mediální výchova a mediální gramotnost v kontextu českého školství: nástin předpokladů, možností a limitů*. In *Revue pro média*, roč. 4, č. 8 [online]. 2001-2005 [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue08/esej\\_plasek\\_rpm08.pdf](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue08/esej_plasek_rpm08.pdf)

SCHARRER, Erica. Making a Case for Media Literacy in the Curriculum: Outcomes and Assessment. *Journal of adolescent: a journal from the International Reading Association* [online]. 2002, Vol. 46, No. 4, s. 354-358 [cit. 2012-04-02]. ISSN 1081-3004. Dostupné z: [http://www.readingonline.org/newliteracies/jaal/12-02\\_column/](http://www.readingonline.org/newliteracies/jaal/12-02_column/)

*Směrnice Evropského parlamentu a rady 2007/65/ES, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání. Úřední věstník Evropské unie* [online]. 18. 12. 2007 [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:332:0027:01:CS:HTML>

STAFFORD, ROY. *Media education in the UK* [online]. 2001 [cit. 2012-04-02]. Dostupné z: <http://mediaed.org.uk/media-literacy/media-literacy-in-the-uk>

ŠMÍD, Milan. Přehled systémů vysílání v některých evropských zemích. Velká Británie. In: *Veřejnoprávní a soukromé televize v některých evropských zemích.: Studie zpracovaná pro Parlament České republiky, Parlamentní institut* [online]. 2004 [cit. 2012-02-03]. Dostupné z: <http://tucnak.fsv.cuni.cz/~smid/psp.doc/>

VRÁNKOVÁ, Eva (2004). *Mediální gramotnost*. In: *Revue pro média 2004, č. 8* [online]. 2001-2005 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni\\_gramotnost.htm](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni_gramotnost.htm)

VRÁNKOVÁ, Eva (2004a). *Koncept „Learning by doing“*. In: *Revue pro média 2004, č. 8* [online]. 2001-2005 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/koncept\\_learningbydoing.htm](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/koncept_learningbydoing.htm)

VRÁNKOVÁ, Eva (2004b). *Mediální výchova – kriticko-hermeneutická větev*. In: *Revue pro média 2004, č. 8* [online]. 2001-2005 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni\\_vychova-kritherm\\_vetev.htm](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni_vychova-kritherm_vetev.htm)

## 7 RESUMÉ

The study of so-called mass media, especially of periodicals (newspapers and magazines) as well as radio and television broadcasting, is one of the key issues involved in the studies of contemporary postmodern society. The media can be viewed as a social institution which is in contact with a lot of other institutions such as family, school or policy with which they function in the interaction. Understanding the triune relationship between mass media, politics and the public is a necessary, but also a very difficult condition for orientation developed in the current „information society“.

The aim of this thesis is to assess the influence of media on the perception of the political environment of students of secondary schools in Great Britain and the Czech Republic. The work is divided into two parts, the first attempts to characterize the relationship of media and politics in Great Britain and the Czech Republic. The whole second part describes the media in the educational systems in the aforementioned countries.

In the first part of the work, after a brief introductory chapter focusing on a brief description of several key concepts in the field of media communication, I try to present general considerations and specific hypotheses about how media-political discourse developed and influenced not only policy, but also citizens' behavior in Great Britain. In later chapters I examine each stage of the development of media-political discourse in the Czech republic. The following work introduces the system analysis of political discourse in the media of both countries mentioned above.

In the second part the position and role of media in both the Framework Educational Programme of the Czech Republic and the British curriculum education programme is described. In both cases, I focus only on those parts that deal with secondary education. More attention is paid to the development and methodology of media education and media literacy concepts.

As the conclusion prior synthesis of arguments and summarized comparison of Czech and British cases is made. In general, I try to show my own point of view on media education.