



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Žurnalistická tvorba a masová komunikace

5HP410

Doc. Ing. Mgr. Irena Žantovská, Ph.D.

Úvod
do mediální komunikace
a historie médií

MÉDIUM

- jako prostředek ve smyslu slova:
 - Širokém = veškeré prostředky styku pro přenášení a sdílení významu, např. peníze
 - Užším = prostředek komunikace, např. řeč
 - Nejužším = prostředek masové či mediální komunikace; média tištěná, elektronická, nová
 - Obecném = prostředek pro získání vlivu, moci, peněz

KOMUNIKACE

- z latinského communicatio = „vespolně sdílet“:
- Proces sdělování i sdílení (informací, ideí, postojů, emocí)
- Sociální interakce (tvorba významu)
- Zprostředkovaná komunikace (slovo, obraz; rozum, emoce)
- Médium a jeho technologie
- KDO – ŘÍKÁ CO – KOMU- JAK- PROSTŘEDNICTVÍM ČEHO- S JAKÝM ZÁMĚREM – S JAKÝM ÚČINKEM

KOMUNIKAČNÍ FUNKCE

- Informační
- instruktážní
- Apelativní
- Manipulativní
- Rituálová
- normotvorná
- (Sebe)propagační
- reprezentativní
- kontaktní, zábavní, osvětová, estetická, atd.

Periodizace vývoje lidské komunikace

podle dominantního komunikačního média:

Podle Melvina de Fleura epochy:

- znamení a signály – řeč – písmo – knihtisk - masová komunikace

Podle Mc Luhana období:

- Předabecední (orální, akustický prostor, kmenovost)
- Abecední (abeceda, písmo, papír)
- Gutenbergova galaxie (knihtisk, noviny, časopisy, také telegraf)
- Marconiho galaxie (telefo, rozhlas, televize)

Starověké Řecko

Divadlo – první populární masové médium



Náboženské slavnosti – „Dionýsie“

- Obětní procesí, vycházející od řeky či moře
- Koše s obětními dary a veliký falos
- Chór zpíval falické písně
- Tanec a obscénní scénky
- veřejné hostiny, soutěže v pití, běh s pochodní, atd.



Antický Řím

Římské císařství

- první diferencovaná kultura propagandy (předchůdce PR)
- Octavianus Augustus
- a budování image
- Politický střet zájmů
- – Apollónské x Dionýské

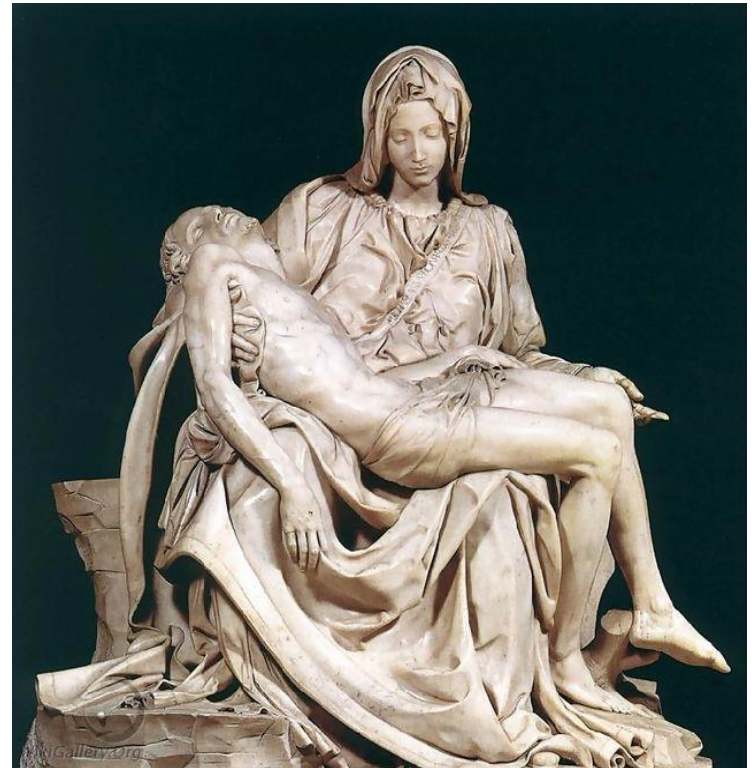


- Caesar prohlášen za boha, Octavian je potomkem božského
- Identifikuje se s Apollonem (řád, moudrost, umírněnost, harmonie)
- Antonius se identifikuje s Dionýsem (orgie jídla, pití, sexuality)
- Obrazy, reliéfy, oficiální portrét na minci
- Divadlo jako spektakulární podívaná (bitvy, zvířata, usmrcování na jevišti)
- Gladiátorské hry
a jízdni závody
- Saturnálie – obrácený svět
- Veřejné formy oznamování – předchůdci plakátu



Slovo versus obraz

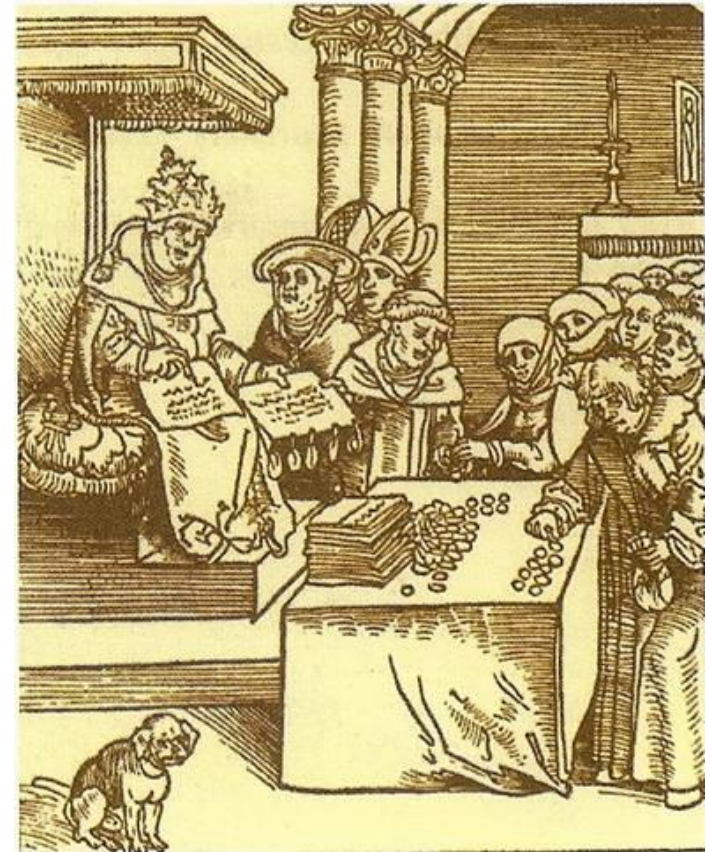
- Starý zákon – židovství – zakazuje zobrazení Boha
- Prvotní křesťanství uctívá slovo
- Od 4. stol. Obrat – Kristus jako vládce
- Mariánský kult, obrazy v kostelích
povoleny od 6. stol.
- Pěstován magický kult
zázračných obrazů
(zejména léčitelství a ochrana)



Raný středověk

– reprezentace moci

- Kultura mas – šašci, cirkus, komedianti s loutkami
 - Dvorské slavnosti jako reprezentace moci
 - Slavnosti trvaly týdny, až 70 000 hostů
 - Rytířské turnaje
 - Němečtí císaři mají vlastní propagandisty, kteří cestují
 - Zpěváci a básníci na zakázku
 - velebí císaře, hanobí papeže
 - Od cca 11. Stol. Cituplné obrazy
 - trpící Kristus a Marie,
- Obchodování s odpustky



Počátky kulturního průmyslu

Obrazy získávají charakter apelu

- (Pieta, Kristus na kříži)

Kázání jako ritualizovaná hra na otázky a odpovědi,

- chóry a sbory

Pašijové hry

– pašijová bratrstva

Mystéria a miráky

– hry o zázracích

Pěstování mediální citové kultury

Smíchová kultura bláznů

– masopust a vánoce

Alegorické obrazy

– racionální reprezentace, např. měšťané



První technická revoluce médií (tisk obrazu a písma)

- Dřevoryty, mědirytiny náboženských obrazů (cca 1430)
- **Gutenberg, Mohuč, cca 1450**, první tisk odpustkových formulářů, tisk bible
- Nejstarší dochovaný tisk Turecký kalendář (varuje před islámem)
- Největší tiskárna Norimberk, 100 zaměstnanců, pobočky po Evropě
- Od cca 1496 cenzura, církevní i císařský cenzor, zakázané knihy
- První veletrhy (např. Frankfurt), první multinárodní koncerty



První bestsellery

- Měšťanská společnost diskutující a revoltující
- Protestantismus, reforma církve
- **Letáky** – slovo i obraz – ilustrované (čte 5-10% obyvatelstva), polemický charakter
- **Vícestránkové zpravodajské listy** Neue zeytungen (překlad ještě ne noviny, ale zprávy)
- Psalo se např. zločinech, katastrofách, skandálech, často ve formě písňové balady
- 1517 Luther, tištěné pamflety, cca 6 stran, (1518-20, celkem 81, náklad půl milionu), bible
- Další tituly – Hans Sachs básně a písně, kniha o morálce, kniha o slušném chování
- Od roku 1548 cenzura též pro obrazy a rytiny

Čtenářská obec

- první „masové mediální publikum“

- Standardizace a typy
 - (záporní a kladní hrdinové)
- Jazykový úzus
 - např. milostný
- Typizovaný děj
 - tři přání, tři zkoušky, atd.
- Rozsah často malý, např. 8 – 24 stran
- Stavění protikladů, metaforické zobrazování konfliktů
- Zvyšuje se gramotnost městského obyvatelstva (cca 40 %)



Charakteristika prvních periodik

- Náklad malý, stovky kusů
- Listy malého formátu
- Princip předčítání (cca 10 čtenářů na jeden výtisk)
- Systém předplatitelů
- Loajalita k vládnoucí vrstvě
- Dopisovatelé poštmistři, úředníci, důstojníci atd.
- Pojem propaganda; katolická i protestantská
- Zdroj často i záměrně nepravdivých informací
- Cenzura, první diskuse o svobodě tisku (Anglie)

POSTUPNÝ PŘECHOD K OBČANSKÉ SPOLEČNOSTI

- Od konce třicetileté války (1648)
- Objevují se **první deníky** (Lipsko 1650; 1660), zatím malé náklady
- Licence a licenční podmínky, důsledná cenzura
- Požadavek svobody tisku – Anglie – 1694 končí platnost zákona o cenzuře
- Začíná vznikat **komerční tisk** – deníky i časopisy, tzv. spisovatelská žurnalistika, např. Daniel Defoe
- Často moralistický, normotvorný charakter, např. list The SPECTATOR, (3000 kusů, lifestyl gentlemana)

Počátky formování veřejnosti

- Začíná rozmach novin s týdenní i kratší periodicitou (např. Londýn 1720, 20 titulů; Německo počátek stol. 18, 60 titulů, atd.)
- Zvýšení nákladu v desetitisících
- Specializace, inzertní noviny, noviny pro ženy, atd.
- **Vznikají kavárny** (Benátky 1640; Londýn 1710 přes 3000, Paříž též salóny)
- Formuje se první **diskutující kritická „veřejnost“**
- První veřejná mediální kritika komerčních novin, žurnalistů, zábavních prvků

elitní publikum, v první fázi kolem roku 1750 měšťanské publikum, jehož výrazem v divadelní sféře je éra měšťanské tragédie, toto publikum ještě není početně příliš velké a představuje pouze určitou, poměrně vzdělanou část společnosti, u které dominuje kritický přístup k jednotlivým tématům, proto je tato etapa označována jako **doba publika posuzujícího** (Habermas, 2000):

- moralizování
- kritika a odsuzování zejména zábavy
- osvěta
- malá výšeč společnosti

majetní muži (např. Kant dobrá část, lid, národ) x nemajetné obyvatelstvo (chátra, lůza, atd.)

Pojmy: veřejnost – veřejná sféra – veřejné mínění – veřejný zájem

Veřejnost – měšťanská, liberální, masová – skupina, která se zajímá o:

- veřejné dění
- řízení státu
- podílí se na správě veřejných věcí

veřejná sféra – sociálně – komunikační společenský prostor, kde se setkává stát a veřejnost a veřejnost vykonává neformální dohled nad státem např. prostřednictvím médií

„Jedním z charakteristických rysů takto široce pojaté veřejnosti je předpoklad, že v této veřejnosti lze vystopovat nějaký soubor představ, postojů a hodnocení, který lze označit jako reprezentativní pro celou společnost – tzv. veřejné mínění“.

(Habermas, 2000).

Kapitalismus a masová společnost

- **průmyslová revoluce** mezi lety cca 1770 – 1850
- podíl zaměstnanců v průmyslu, dolech, obchodu, dopravě 63%
- roste počet obyvatel ve městech (např. v Anglii 10x)
- A. Smith zavádí do společenské teorie kategorii „Interesse“ (zájem)
- Otázka mediálního zájmu – komerční žurnalistika x stranický politický tisk (USA)

Charakteristické dobové rysy

- přibližně od roku 1820 se proměňují pojmy chátra – masa (např. proletariátu) – nemajetní občané
- nedělní a později odborné školy zvyšují gramotnost
- vynález celulózy a rychlolisu snižují náklady
- snižují se poplatky za novinové kolky (např. Anglie)
- od cca 30. let 18. stol. Masový tisk
- “penny press” – Anglie, USA

Komerční zábava – masový tisk

- Anglie 1830 „penny press“ – Penny Papers for the People
- Nízká cena (majitel neplatil daně a skončil ve vězení)
- 1831 Penny Magazín, 200 000 výtisků
- **The Times** (1788 – 5 000, 1836 – 38 000)
- 1855 zrušena kolkovací daň, Daily Telegraph 200 000, nejčtenější deník světa

Masový tisk v USA

- New York 1833 – The York Sun (penny), stál 1 cent
- Přesné a srozumitelné zprávy zejména soudní reportáže
- **Prodej pomocí kamelotů**
- Často nepravdivé zprávy – vymyšlené příběhy
- Kritizuje ho seriózní tisk
- Kompenzační teorie pro funkci masové kultury

Masová výroba a masová společnost

- Cca od 1880 růst trustů a průmyslových koncernů
- Elektrina, fotografie, výrazná mobilita
- **Růst reklamy** značek (USA, roční výdaj za reklamu v tisku 1890 76 mil., 1929 1,1 mld.)
- Teoretické úvahy o možnostech manipulace masou
- Le Bon – představy o umění ovládnout masy
- Nietzsche – pohrdání masou – čtenář novin jako požívačný a těkající divák

Novinový oligopol v USA

- **Joseph Pulitzer** – 1883 New York World – senzační zpravodajství
 - Zavedení výrazných dramatických titulků (např. Žadonila o slitování, Tajemství řeky, Křest krví, atd.)
 - Jako první kreslené vtipy (zesměšňující politické karikatury)
 - 1893 Sunday World komiksy „žlutý kluk“, bulvární tisk = žlutý tisk
 - Zpravodajství jako líčení konkrétních příběhů ze života
 - **Počátky investigativní žurnalistiky** – reportáže i novinářek (moralisté, melodramatický nádech, kritika problémů společnosti)
- Na počátku 20. stol označení pro tento tip – „muckrackers“ – kydači hnoje (první použil prezident Roosevelt)

Další konkurence:

William Randolph Hearst

- 1895 **New York Journal**
- Nový způsob „akční žurnalistiky“, kriminální případy – slogan žurnalistika jedná
- Skupuje noviny, vytváří velký koncern (1905 *Cosmopolitan*, 1913 *Harper's Bazaar*)
- 1901 zavádí rubriku otázek a odpovědí
- 1906 zpravodajská agentura
- Společná agentura jiných novin vydávaných v New Yorku – **Associated Press** (90. léta 19. stol.) – model neutrální objektivní zpravodajství, obsahová vyváženost zpráv, fotografie

masové publikum, které vývojově odpovídá období tzv. masové společnosti a masové kultury, jeho specifickým rysem je určitá možná rozptýlenost, pak se jedná o **disperzní publikum**: *„pro toto publikum je typické, že je velmi početné, sociokulturně velmi rozrůzněné, do značné míry anonymizované, z hlediska kontextu konzumovaného sdělení nezakořeněné a může ve velkém počtu přijímat či užívat mediovaná sdělení, která jsou k dispozici ve velkém množství identických kopií - publikem se stává potenciálně celá populace, takže v něm mohou být zastoupeny všechny součásti a vrstvy společnosti“*

Pojem „masa“:

- Velký soubor
- Není diferencovaná
- Minimum společných zájmů a potřeb
- Převážně záporná podoba
- Postrádá pořádek, uspořádanost
- Je projevem masové společnosti

Proces masové komunikace:

- Velký rozsah
- Jednosměrný tok
- Asymetrie
- Neosobní a anonymní
- Standardizovaný obsah

Masové publikum:

- Početné
- Velmi rozptýlené
- Neinteraktivní a anonymní
- Heterogenní
- Neorganizované a neschopné samostatné akce

Masová kultura:

- **Není tradiční**
- **Není elitní**
- **Je produkována masově**
- **Je populární**
- **Je komercializovaná**
- **Je homogenizovaná**

Základní literatura

Prokop, D.: Boj o média. Praha: Karolinum 2005

Köpplová, B: Dějiny světové žurnalistiky, Praha:
Novinář 1989

Reifová, I. A kol: Slovník mediální komunikace.
Praha: Portál 2004

a další



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Děkuji za pozornost!

Doc. Ing. Mgr. Irena Žantovská, Ph.D.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

