

zpravodajství

Tomáš Trampota



portál

zpravodajství

Tomáš Trampota

Trampota, Tomáš

Zpravodajství / Tomáš Trampota. – Vyd. 1. – Praha :

Portál, 2006. – 192 s.

ISBN 80-7367-096-8

070.431 * 316.774 * 316 * 316.772.4

- zpravodajství
- masmédia
- zpravodajství – sociologické aspekty
- mediální komunikace
- monografie

070 – Noviny. Tisk

UPOZORNĚNÍ PRO ČTENÁŘE A UŽIVATELE TÉTO KNIHY

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele.

Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

Srdečně děkuji docentu Janu Jirákovu za autorskou pomoc s některými kapitolami a podporu při dokončování textu. Vřelé díky patří docentce Barbaře Köpplové za inspirující prostředí katedry mediálních studií a kolegům a nejblížeším za trpělivost.

Některé kapitoly vznikly s finanční podporou grantového projektu Grantové agentury UK (reg. číslo 401/2005/A-SP/FSV).

© Tomáš Trampota, 2006

Portál, s. r. o., Praha 2006

ISBN

80-7367-096-8 (tištěná kniha)

978-80-262-0190-8 (pdf)

978-80-262-0448-0 (ePub)

978-80-262-0449-7 (mobi)

Obsah

Úvod: Výzkum zpravodajství a studium médií	9
Perspektivy pohledu na zpravodajství	13
Zájem sociálních věd o studium zpravodajství	14
Sociologický přístup ke studiu zpravodajství a jeho vývoj	16
Literatura	19
ČÁST I.	
Produkce zpráv	21
Co je obsahem zpravodajství?	23
Co se může stát zprávou?	24
Typologie zpráv	29
<i>Typy zpráv</i>	29
<i>Vzorce časového zakotvení zpráv</i>	30
<i>Další možnosti třídění zpráv</i>	32
<i>Pseudoudálost</i>	34
Literatura	36
Vybírání zpráv	37

Gatekeeper: Zprávy pouští a zadržuje vrátný	38
Vlivy na rozhodování gatekeepera	43
<i>Individuální úroveň gatekeepingu</i>	44
<i>Vlivy rutin a organizace</i>	44
<i>Vlivy mediální organizace</i>	44
Literatura	47

Zpravodajská organizace a její rutiny	48
Zvláštnosti profese redaktora	49
Vliv individuálních vlastností novináře	50
Organizační vlivy	52
Vlivy rutin	55
Literatura	58

ČÁST II.

Obsahy zpráv	59
-------------------------------	----

Zpráva jako příběh a mýtus	61
Základní kompoziční postup: obrácená pyramida	62
Struktura zpravodajského příběhu	63
Serialita a intertextualita zpráv	65
Mytologická rovina zpráv	68
Zprávy jako svébytná forma diskurzu a jeho analýza	72
Literatura	77

Přístup do zpráv	78
Zkoumání zdrojů s přístupem do obsahu	79
Hierarchie přístupu do zpráv	81
Primární definice	83
Pravidla výběru informačních zdrojů	84
Typy zdrojů a jejich možnosti prosadit se	84
Logika výběru zdrojů	86
Proměny vztahu novinářů a zdrojů	88
Literatura	90

Reprezentace a stereotyp	91
Úrovně reprezentace	92
Reprezentace rodů ve zpravodajství	95
Zobrazování minorit	97
Sebereprezentace média	99
Nástroje reprezentace	100
Literatura	102

ČÁST III.

Vlivy a účinky zpráv	103
Šíření zpráv	105
Počátky zkoumání šíření zpráv	106
Upřesnění způsobů šíření informací	107
Nákazový efekt a panika	110
Literatura	111
Nastolování témat	112
Typy agendy	114
Původ zkoumání nastolování agendy	115
Následné výzkumy	119
Dispozice příjemce k přebírání agendy	121
Zarámování a priming	122
Intermediální agenda	124
Literatura	125
Význam zpráv	126
Různá publika zpráv	127
Kvantitativní konstruování publik	127
Užití a uspokojení ze zpráv	128
Rozdílný vztah ke zprávám	131
<i>Zprávy a děti</i>	132
Kde hledat význam zpráv?	133
Literatura	135

ČÁST IV.

Kontext zpravodajství	137
Normativní požadavky zpravodajství	139
Požadavky na chování médií	139
<i>Normativní teorie</i>	140
<i>Veřejný zájem a média</i>	141
Požadavky na zpravodajství	143
<i>Objektivita, vyváženost a nestrannost</i>	143
<i>Předpojatost a její formy</i>	150
Literatura	151
Zprávy jako ekonomický produkt	152
Vliv vlastníků a investorů	153
<i>Prolínání politiky a ekonomiky</i>	155

<i>Ekonomická motivace jako forma kontroly</i>	155
<i>Prostor a čas média jako ekonomická hodnota</i>	156
<i>Důsledky snižování nákladů</i>	157
Zpravodajské příběhy jako komodita	159
<i>Důsledky honby za příjemci</i>	160
Literatura	162
Zpravodajství a ideologie	163
Co je ideologie	164
Zpravodajství jako ideologický nástroj	165
Hegemonie a zpravodajství	167
Ideologie zpravodajské profese	170
Literatura	172
Zprávy, technologie a globalizace	173
Vytváření globální vesnice	174
Globální informační sítě	175
Televizní informační sítě	176
Globální newsroom	177
Technologie a sběr informací	178
<i>Cesta k přímému přenosu</i>	180
Literatura	183
Literatura	184

Úvod: Výzkum zpravodajství a studium médií

Témata probíraná v této kapitole

- Proč je důležité zkoumat zpravodajství.
- Jakou perspektivou lze na zpravodajství nahlížet.
- Co lze na zprávách zkoumat.
- Stručný vývoj sociologického zájmu o zpravodajství.

Zpravování o významných, zajímavých, překvapivých, úspěšných, tragických či jinak atraktivních událostech patří k nejstarším projevům společenského života. Když Michael Schudson, přední americký historik zpravodajství, hledá počátky zpravodajství, klade je do počátků utváření lidských pospolitostí (2003). Snaha zajistit si přísun informací o událostech (stejně jako snaha tento přísun kontrolovat, omezit či přerušit) je spojena s výkonem moci od starověku do současnosti. Posel jako prototyp zpravodaje přežil až do doby moderní (ne nadarmo nesla a dodnes nese řada novin v titulku označení „Herald“). V době moderní se potřeba dozvídat se o událostech nejrůznější povahy spojila s vývojem periodického tisku a postupně se institucionalizovala jako svébytná komunikační aktivita tvořící legitimizační jádro žurnalistiky.

Protože noviny a časopisy byly a jsou spojovány s politickou sférou, veřejným životem a veřejným míněním, je právě společenský dopad zpravodajství předmětem zájmu nejrozličnějších oborů fakticky od prvních úvah o vlivu tisku (a později médií) na společnost a jednotlivce. Dnes je zpravodajství považováno jednak za svébytný typ novinářské práce („být zpravodajem“ je něco jiného než „být komentátorem“), jednak za specifický mediální žánr, který se během vývoje mediálních studií a zkoumání médií těšil výsadnímu postavení¹ (White, 1950; Breed, 1950; Fiske, 1987; Hartley, 1982; Riffe et al., 1997). Jde o žánr s vysokým statusem a „jeho proklamovaná objektivita a nezávislost na politických nebo vládních institucích je považována za základ fungování každé demokracie“ (Fiske, 1987, s. 281). Mediální zpravodajství můžeme považovat za sociální instituci (Hartley, 1982), která plní vůči společnosti podstatné funkce. Kromě manifestní funkce informovat to jsou také funkce udržování kontinuity existence společnosti, vytváření společenského konsenzu a plnění funkce korelace (tj. tím, že zpravodajství dává události do souvislosti) a v neposlední řadě utváření společné identity – definování, kdo jsme **my** a kdo jsou **oni**.

Zprávy poskytují nejen fakta, ale obsahují také základní hodnoty sdílené s ostatními členy společnosti. Zatímco fakta, jména a detaily se ve zprávách mění téměř denně, rámec, do kterého jsou zasazeny – symbolický systém –, přetrvává dlouhodoběji (Birdová et al., 1988, s. 69).

Zpravodajství tak má ve společnosti i jiné funkce, než je funkce informační, je zároveň opakující se reprezentací toho, co a kdo je ve společnosti důležitý, co je z hlediska sociálního systému normativně správné a co je porušením společenských norem (viz např. Hall, 1978) a zároveň jaké sankce po případném porušení norem mohou následovat. Zpravodajství tak můžeme z tohoto pohledu vnímat jako kontinuální resocializační (případně socializaci upevňující) činitel. Hodnotová zakotvenost a socializační potenciál zpravodajství, jeho tušené možnosti konsenzuální a korelační způsobilosti, že se zpravodajství stalo předmětem zájmu celé řady oborů sociálních věd. O zpravodajství a jeho vliv se například zajímá sociologie a politologie, a koneckonců i praktická politika.

Význam takzvaných masových médií vedl zvláště ve 20. století postupem času k tomu, že se ustavil samostatný obor, který se jejich studiu věnuje (viz Köpplová a Jiráček, 2004). Postupnou emancipací

¹ Například ještě v letech 1971–1995 výzkum zpravodajských obsahů představoval 71 % všech studií zkoumajících obsahy médií, které byly zveřejněny v odborném periodiku *Journalism Quarterly*. (Riffe et al., 1997)

od převážně sociologického (teorie masové komunikace) a politologického kontextu se zformoval obor „mediální studia“ (*media studies, medienwissenschaft*), který se snaží kromě zájmu o další typy mediální produkce zpracovat a integrovat do sebe i tradici studia zpravodajství. Konceptuální rámec tohoto oboru, inspirovaný kromě sociologické a historické (ale také politologické, psychologické a lingvistické) tradice také impulzy kulturologické perspektivy, sleduje nejen možné vlivy zpravodajství, ale i sociálně-historickou podmíněnost samotné zpravodajské produkce (v rámci mediálních studií je například silně zastoupen názor, že důležitou funkcí zpráv je funkce ideologická a že zprávy slouží k posilování a udržení aktuálního mocenského postavení elit).

V sedmdesátých letech 20. století se v mediálních studiích začala silně prosazovat vlivná perspektiva pohlížející na zpravodajství jako na prvek sociálního konstruktivismu, spojovaná především se jmény Winfrieda Schulze a Gay Tuchmanové. Tato perspektiva poukazuje na to, že zpravodajství tím, že vybírá určité jevy, řadí je a popisuje pomocí příhodných označování, konstruuje realitu. „Zůstává mimo veškerou pochybnost, že zprávy nejsou nikdy pouhým popisem toho, co se daného dne či týdne ‚skutečně stalo‘. Ve skutečnosti jde o složitou konstrukci, která má výrazný vliv na to, co je jejím ‚obsahem‘“ (Giddens, 1999, s. 370) Při snaze šířit informace, které lidé chtějí, potřebují a které by měli znát, zpravodajské organizace jejich znalost jak dávají do oběhu, tak tvarují (Tuchmanová, 1978). Spokojíme-li se s představou zpravodajství jako sociálního konstruktu, činnost směřující ke konečné podobě je lépe než „psaní zpráv“ označovat jako „sestavování zpráv“.

Zpravodajství jako žánr se často definičně vymezuje vůči jiným, nejčastěji fiktivním mediálním žánrům. „Žánrová rozlišení mezi informací a zábavou nebo faktem a fikcí jsou pro mediální producenty zásadní, týkají se jich rozdílné druhy etiky a pro diváky jsou rozlišovacím znakem v otázce způsobu vnímání obsahu“ (Fiske, 1982, s. 282). Každý žánr ve svém obsahu disponuje distinktivními znaky, které jsou vodítkem pro jeho následné dekódování příjemci (jde o způsob narativizace, volbu výrazových prostředků, způsoby oddělení od ostatního obsahu atd.). V odborné literatuře (Fiske, 1987; Hall, 1978; Moores, 1996) se opakovaně objevuje také názor, že forma zpravodajství není až tak specifická a spojování žánru s fakticitou ji neodlišuje od jiných žánrů. „Textově není velký rozdíl mezi televizním zpravodajstvím a televizními seriály a dramaty. V otázce textu nemusejí být zprávy až tak rozdílné od soap opery, existují ale obrovské rozdíly ve způsobu, jak publika a producenti rozumějí a přistupují k oběma žánrům.“ (Fiske, 1982, s. 282)

I tak ale představuje zájem o zpravodajství (o podmínky a okolnosti jeho produkce, o jeho obsah, recepci a dopad) jednu z nejstabilnějších oblastí odborného zájmu o média a mediální komunikaci. Důvodů významného postavení zpravodajství v dosavadním výzkumu mediální komunikace může být několik. Jde o jeden z mála žánrů, který je pro média téměř vždy původní, nepřejatý, vytvářený přímo v mediální organizaci, která ho zveřejňuje. Z výzkumu obsahu zpravodajství tak můžeme vyvozovat hodnoty, které konkrétní médium zastává. Zpravodajské obsahy mnoho vypovídají k otázce způsobu práce mediální organizace, etických a profesních norem, které jsou v ní uplatňovány (každá mediální organizace má určité hierarchické uspořádání se systémem rozdělení odpovědnosti, práce jednotlivých novinářů není nikdy zcela autonomní a musí odrážet představy vedení organizace).

Dalším důvodem důležitosti zpravodajství je jeho specifický vztah k aktuálnímu společenskému dění. Zpravodajství se prezentuje jako reflexe aktuální reality. Zprávy se staví jako pro nás důležité, protože jejich účelem je reprezentovat „svět venku“ (Watson, 1998, s. 4). V mnoha případech se zpravodajství skutečně stává hlavním či jediným zdrojem informací o společenských jevech a událostech, se kterými nemají publika možnost bezprostředního kontaktu. Příjemci zpráv tak jsou často závislí na způsobu zpracování události médii. To vyvolává také určitá očekávání společnosti směrem k tomu, v jakém vztahu je mediální obraz událostí ke skutečnému dění².

Důvodem silného zájmu o výzkum zpravodajství je také jeho výsadní postavení v mediálních obsazích médií s vysokou periodicitou; u televizního vysílání představuje začátek prime timu (času s nejvyšší sledovaností), v případě tištěných médií zastává prominentní pozici na předních stranách deníků. Tyto důvody potvrzuje i skutečnost, že zpravodajství (zejména televizní) se dlouhodobě těší silnému zájmu příjemců. Televizní zprávy celoplošných stanic se dlouhodobě umísťují mezi nejsledovanějšími televizními pořady.³

Stále více vystupuje do popředí zájem o zpravodajství, který bychom mohli nazvat sociálněvědním. Řada oblastí sociálněvědního zkoumání si uvědomuje, že zpravodajství je možné chápat jako neopakovatelný zdroj poznatků a že ve zpravodajství je obsažena řada možných, dílčích, či dokonce hlavních odpovědí na otázky vzta-

² Ačkoli vztah mediální obsah–skutečnost je postihnutelný jen do určité míry a při zkoumání se často odvolává na sociální konstrukce jiného řádu, jako jsou statistické údaje, výzkumy veřejného mínění či pozorování události samotné (které je ovlivněno kognitivními aspekty pozorujícího jednotlivce).

³ Viz nejsledovanější televizní pořady zveřejňované Asociací televizních organizací (www.ato.cz).

hující se k povaze a dynamice moderních společností. Například pro historii je zpravodajství stále zřetelněji svěbytnou výpovědí o době a společnosti, o hodnotách, které ve společnosti pravděpodobně převažují, o vzorech, k nimž se společnost pravděpodobně většinově hlásí. Zpravodajství je současně jakýmsi rezervoárem jedinečného souboru dobových reálií. Současně je ale zpravodajství vážný heuristický problém: Protože je sestaveno a uspořádáno podle určitých kritérií, je pro jeho využití nutné poznat procesy vzniku mediálního obsahu, pravidelnosti v jeho uspořádání i dobový kontext jeho produkce a percepce. Z poznání zpravodajství se tak stává svěbytná oblast studia médií.

Perspektivy pohledu na zpravodajství

Zpravodajstvím se lze zabývat z různých pohledů. V zásadě je možné rozlišit čtyři myšlenkové rámce, do nichž lze uvažování o médiích vložit:

1. sociálněvědní,
2. normativní,
3. provozní a
4. každodenní (intuitivní).

McQuail tyto myšlenkové rámce označuje výrazem „teorie“, proto jeho označení budeme nadále používat též (1999, s. 24).

Každodenní (intuitivní) teorie se týkají znalostí, kterými disponují všichni uživatelé médií, a tedy potenciální příjemci zpráv (tamtéž). Vychází z představ (často stereotypních nebo předsudečných) o fungování médií a zpravodajství, které se neopírají o odbornou a hlubší znalost. Tyto představy sahají od soudů o kvalitě zpravodajů (jsou úplatní, neumí mateřský jazyk apod.) po soudy o věrohodnosti zpráv.

Provozní teorie se vztahují k praktickým představám spojeným s výkonem mediálních profesí a jejich nositeli jsou ti, kdo se na mediální produkci podílejí (tamtéž). Z hlediska zpravodajství pod tento typ teorií patří většina profesních znalostí, které zprostředkovává studium žurnalistiky, týkajících se postupů, jak psát zprávy, jaká jsou pravidla tohoto žánru, ale také profesní příprava ostatních profesí využívaných při produkci zpráv (profese kameramana, střihače atd.).

Normativní teorie se zabývají studiem a předepisováním, jak se mají média správně chovat. Sem spadají různé etické kodexy, legislativní úpravy regulace médií, ale i obecné představy veřejnosti

o tom, jak mají vypadat objektivní a nestranné zprávy (lze tedy říci, že část toho, co McQuail klade pod položku každodenní teorie, má i normativní náboj). Normativní teorie fungování médií jsou součástí jak studia žurnalistiky, tedy institucionalizované přípravy budoucích novinářů, kteří se mimo jiné učí rutinám normativně správného jednání redaktorů, tak odborného studia médií, tedy sociálněvědní analýzy médií, neboť nabízejí základní koncepty norem jednání médií ve společnosti a představy, jak by měla média tyto normy naplňovat. Frekventovaně využívají jednotlivá pojetí norem (jako je objektivita, nestrannost) při výzkumu obsahů zpravodajství.⁴

Sociálněvědní teorie jsou založeny na vědeckém a systematickém studiu médií. Ve vztahu ke zpravodajství jde o teorie, které dospívají ke svým závěrům na základě relevantních výzkumných technik odhalujících aspekty produkce zpravodajství, vlastností zpravodajských obsahů i jejich užití a účinků na publika. Pro lepší orientaci čtenáře dodejme, že právě ze sociálněvědního rámce uvažování o médiích vychází tato kniha nejvíce. Chápe totiž význam studia zpravodajství především jako svébytnou výpověď o společnosti a době.

Zájem sociálních věd o studium zpravodajství

I v rámci sociálněvědních teorií ale lze rozlišovat další přístupy, které jsou se zpravodajstvím spojovány častěji. Podle Michaela Schudsona lze z hlediska dosavadního vývoje zkoumání zpravodajství rozlišovat tři základní přístupy:

1. přístup politické ekonomie,
2. sociologie a
3. kulturních studií.

„Politická ekonomie vztahuje výsledky zpravodajského procesu ke struktuře státu a ekonomiky a věnuje se ekonomické podstatě organizace zpravodajství. Tento pohled se ve své teoreticky nejsofistikovanější a sebekritické podobě objevuje v rámci britských mediálních studií.“ (Schudson, 1989, s. 143) Kritická politická ekonomie si proto všímá především makroúrovně produkce zpravodajských obsahů a vztahů struktury mediálních systémů k obsahům. Podle britských mediologů Goldinga a Murdocka, kteří k aplikaci této perspektivy

⁴ Normativním teoriím ve vztahu ke zpravodajství se věnuje kapitola Normativní požadavky zpravodajství.

na média přispěli velkou měrou, se přístup kritické politické ekonomie liší od běžné ekonomie zejména ve čtyřech aspektech (Golding a Murdock, 1991, s. 155):

1. kritická politická ekonomie je holistická;
2. je historická;
3. jejím ústředním zájmem je rovnováha mezi kapitalistickým podnikáním a intervencí veřejnosti;
4. místo technického požadavku efektivnosti se zabývá morálními otázkami spravedlnosti, rovnosti a obecného blaha.

Schudson kriticky poznamenává, že perspektiva politické ekonomie (nepochybně v mnoha směrech – i když ne výlučně – inspirovaná marxistickým a neomarxistickým přístupem) měla ve svém vývoji často sklon ke konspirační teorii nebo k jednoduchým odsudkům diktátu kapitalistické třídy (Schudson, 1989, s. 145). **Sociologický přístup** se ve svém klasickém pojetí zaměřuje především na studium organizace práce, výkonu povolání zpravodaje a profese novinářů a na podíl zpravodajství na sociální konstrukci ideologie (v tom má zřetelnou styčnou plochu s přístupem kritické politické ekonomie). Tato perspektiva se snaží porozumět tomu, jak je výkon novinářského povolání formován organizačními rutinami (tamtéž, s. 143). „Pokud byl jedním teoretickým směrem sociologie zpravodajství symbolický interakcionismus či sociálně konstruktivistický pohled na společnost (v práci Molotche a Lesterové, Tuchmanové a dalších), komplementárním zdrojem tohoto přístupu jsou teorie organizace a byrokracie. Pokud je na jedné straně nahlíženo na vytváření zpráv jako na sociální produkci reality, na druhé straně je bráno jako sociální výroba produktu organizace, která může být studována obdobně, jako je tomu u jiného vyráběného zboží.“ (tamtéž, s. 143)

Kulturální přístup zdůrazňuje zasazení produkce i recepce zpráv do veškeré kulturní (symbolické) produkce daného společenství, jinými slovy poukazuje na to, čím je konečná podoba zpráv a jejich interpretace kulturně podmíněna, v čem je možné zprávy chápat jako součást symbolického prostředí. Tento přístup zdůrazňuje působení širších kulturních tradic a symbolických systémů na zpravodajství, bez ohledu na strukturu ekonomické organizace či charakter profesních rutin. Pomáhá vysvětlit generalizované obrazy a stereotypy ve zpravodajských médiích (tamtéž, 1989).

Jako klad tohoto přístupu Schudson zdůrazňuje, že na rozdíl od sociologie zpravodajství se u kulturálního přístupu začíná jednat i o publikum (výběr, recepci, interpretaci, využití) a o novináře jako součást kulturního kontextu. Spíše kulturální povahy je v této perspektivě i rozhodování novinářů, kterou událost považovat za zprávu

a kterou nikoliv, a volby způsobu narace zpravodajských příběhů, které novináři uplatňují. S tím souzní i vyjádření Richarda Hoggarta, podle něhož je nejdůležitějším filtrem při konstruování zpráv „kulturní ovzduší, které dýcháme“, a celá ideologická atmosféra naší společnosti, která nám napovídá, že některé věci mohou být řečeny, a ostatní raději ne (1990). Kulturalní přístup ke studiu zpravodajství lze vnímat jako vývojově mladší. „Po mnoho let dominovaly studiu produkce zpráv dva přístupy; první zkoumal, jak politické a ekonomické síly, zejména vzorce vlastnictví mediálního průmyslu a státní regulace, podmiňují výrobu zpráv, druhý se zaměřil na mediální organizace a vliv profesních postupů a hodnot novinářství“ (Deacon, 1996, s. 174).

Sociologický přístup ke studiu zpravodajství a jeho vývoj

Jak již bylo řečeno, sociologický přístup ke studiu zpravodajství si ve velké míře všímá především 1) novinářů jako těch, kdo zprávy produkují, zkoumá postavení novinářů jako socioprofesionální skupiny a podmínky, za nichž vykonávají své povolání, a okolnosti, které se podílejí na konečné podobě mediálního produktu. Zajímá se ale i o 2) roli (funkci) zpravodajství ve společnosti, a tedy o jeho vliv či dopad.

Už na konci 17. století se pokusil německý autor Kaspar Stieler v práci nazvané *Zeitungs Lust und Nutz* (Potěšení a radost z novin) popsat, jaká je funkce tisku ve společnosti a jakých událostí si média všímají (Kunczik, 1995, s. 119).

Zájem o novinářství a jeho vztah ke společnosti se začal výrazněji projevovat od počátku 20. století. Sociolog Max Weber se v prvních desetiletích 20. století zabýval sociálním postavením novinářů jako politických aktérů. Podle Webera „novináři patří k typu kasty páriů, která je ve společnosti posuzována podle svých eticky nejnižších reprezentantů. Proto jsou rozšířeny pochybné myšlenky o novinářích a jejich práci. Ne každý ví, že dobrá žurnalistická práce vyžaduje alespoň tolik intelektu jako jakákoli vědecká činnost – zvláště že musí být vykonávána okamžitě, na povel, zcela odlišnými tvůrčími podmínkami a musí mít okamžitý účinek.“ (Weber, 2001) Zájem o novináře (zpravodaje) a jejich práci a postavení se pak promítá do tradice sociologického zkoumání této oblasti, jež se táhne od Lea Rostena přes Gay Tuchmanovou po Wolfganga Donsbacha.

Role (funkce) zpravodajství ve společnosti je staršího data a projevuje se již v „předžurnalistické“ fázi zpravodajství v podobě znepokojujících úvah o možných důsledcích selektivního informování o událostech (za nejstarší doklad těchto úvah bývá považována kapitola v Komenského *Labyrintu světa*, viz Altschull, 1994). Pro vnesení analytického myšlení do úvah o roli zpravodajství byla významná práce *Public Opinion* (Veřejné mínění, 1922) amerického novináře a poradce amerického prezidenta Waltera Lippmanna. Autor pravděpodobně jako první použil termín **zpravodajské hodnoty**, a to pro pojmenování faktu, že pro orientaci při výběru událostí do zpravodajství slouží novináři předem zformovaná kritéria, jež jsou kvintesencí tradovaných řemeslných postupů a intuitivních představ o očekáváních publika a hlavně prostředkem zajišťujícím srovnatelnost výstupů v konkurenčním boji. Lippmann také poukázal na skutečnost, že lidé jednají podle obrazu reality, který jim zprostředkovává tisk, a nikoli podle reality samotné, proto bývá jeho pojetí chápáno jako příklad sociálně konstruktivistického myšlení (Lippmann, 1965).

Podstatným příspěvkem ke zkoumání zpravodajství a jeho postavení ve společnosti byla ve třicátých letech 20. století práce Roberta Parka *News as a Form of Knowledge* (Zprávy jako forma znalosti), ve které se mimo jiné zabýval otázkou, jakou formu znalosti zpravodajství zprostředkovává. Zprávy jsou podle něj na jedné straně více než obecná obeznámenost, ale na straně druhé méně než dokonalá znalost události (Park, 1997). Zatímco obeznámenost lze spojovat spíše s instinktem a intuicí, znalost je výsledkem systematického zkoumání získávána metodicky všemi formálními a logickými aparáty, které vytvořila věda. Obě tyto krajní formy poznání mají rozdílné funkce v životě jedinců i společnosti a představují rozdílné stupně přesnosti a validity (tamtéž).

Park kladl zpravodajství do kontrastu s historií. Zpravodajství se od historie podle něj odlišuje zejména tím, že se zabývá jednotlivými izolovanými událostmi, základní odlišení reportéra od historika lze nalézt v tom, že se snaží zachytit jednotlivé události, jak se objeví, a zabývá se minulostí a budoucností, jen pokud osvětluje, co je aktuální a přítomné (tamtéž). Park poukázal na skutečnost, že z hlediska časového vývoje je možné odlišovat různé typy zpráv; zpráva se například objeví jako „horká novinka“, a pokud se ukáže jako důležitá, vede k dalšímu pátrání po faktech, přestává být zprávou, jakmile napětí, které vyvolala, poklesne a pozornost veřejnosti se obrátí k jiné nové události (tamtéž).

Formální studie zabývající se produkcí zpráv s využitím empirického výzkumu, které jsou považovány za klíčové pro vznik takzvané **sociologie zpravodajství**, vznikají v padesátých letech 20. století.

Patří mezi ně zejména studie Davida M. Whitea *The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News* („Gatekeeper“: Případová studie výběru zpráv, 1997) a Warrena Breeda *Social Control in the Newsroom* (Sociální kontrola v redakci, 1955).

Podstatnou proměnou prochází výzkum zpravodajské produkce na přelomu šedesátých a sedmdesátých let 20. století. Poprvé je empiricky prozkoumán koncept **zpravodajských hodnot** naznačený Lippmannem (např. ve studii norských autorů Johanna Galtunga a Mari Rugeové) a současně vznikají studie dlouhodobých účinků zpráv na publikum zahrnuté pod konceptem **nastolování agendy**⁵ autorů Maxwella McCombse a Davida Shawa (McCombs a Shaw, 1972). V sedmdesátých letech se objevují také důležité práce nahlízející na produkci zpravodajských obsahů perspektivou paradigmatu sociální konstrukce reality; německý mediolog Winfried Schulz vydal v roce 1976 knihu *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien* (Konstrukce reality ve zpravodajských médiích, 1976) a Gaye Tuchmanová o dva roky později knihu *Making News: A study in the Construction of Reality*⁶ (Utváření zpráv: Studie o konstruování reality, 1978).

Rostoucí zájem o zpravodajské obsahy a zkoumání jejich vnímání stojí v sedmdesátých letech u zrodu vlivné britské „mediální školy“ *Glasgow University Media Group* (GUMG). Mezi její základní práce patří knihy *Bad News* (Špatné zprávy, 1976), *More Bad News* (Více špatných zpráv, 1980), *Really Bad News* (Opravdu špatné zprávy, 1982) a *War and Peace News* (Zprávy o válce a míru, 1985). Přístup GUMG zřetelně vychází z tzv. konfliktualistického pojetí společnosti, tedy z představy, že společenské dění je založené na střetu různých společenských sil a zájmů. Základní premisou jejich přístupu je představa, že tento konflikt se promítá i do mediální produkce, tedy i do zpravodajství (jehož deklarovaná objektivita, neutrálnost, vyváženost apod. je v tomto smyslu jen zastíracím manévrem). V popředí zájmu členů GUMG proto je (namnoze bezděčný, takřka-jíc „geneticky podmíněný“) podíl zpravodajství na politickém dění. Zajímají se o předpojatost („bias“) promítající se do zpravodajství ve volbě slov a větných konstrukcí, signalizaci perspektivy a užití jazykových i obrazových prostředků nepřiznaného (implicitního) hodnocení podporujícího tu či onu stranu konfliktu.

Podstatný vliv na studium zpravodajství měla také „birminghamská škola“ – *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*,

⁵ Výzkum nastolování agendy se netýkal jen zpravodajských, ale i publicistických pořadů.

⁶ Obsahuje i studie, které byly samostatně publikovány již dříve (přibližně od roku 1972).