

## Média jako demokratický veřejný prostor?

Autor: Vojtěch Mašek

### Abstract

*Media as Democratic Public Space?* – This paper explores the potential of the present-day traditional and new media to establish an “open space” of action, deliberation and political participation of democratic citizens. In the light of four selected models of media public space presented in the present-day political philosophy, the paper reflects on opportunities for the renewal of “civic journalism” in today’s complex media scene.

**Keywords:** media as a political phenomenon, media as public space, public space and public sphere, democratic conditions of media and journalism, models of public space/public sphere in political and media philosophy, traditional mass media and new media networks, citizenship participation in media, citizen journalism renewal, citizen journalism and civic journalism

**Klíčová slova:** média jako politický fenomén, média jako veřejný prostor, veřejný prostor a veřejná sféra, demokratické předpoklady médií a žurnalistiky, modely veřejného prostoru ve filosofii politiky a médií, tradiční masová a nová síťová média, angažovanost občanů v médiích, obnova občanské žurnalistiky, občanská a občansky odpovědná žurnalistika

Hlavním tématem příspěvku jsou média jako *politický fenomén*. V jakém smyslu jsou média politickým fenoménem? Jsou v první řadě prostředím, v němž se nejčastěji setkáváme s politickými událostmi, v němž se tyto události primárně nabízejí a interpretují. V médiích se „politično“ jako určitá dimenze přirozeného světa projevuje v obou svých základních rovinách – horizontální, která vyjadřuje „vůli občanů být pospolu“, a vertikální, která ukazuje hierarchický vztah vládnoucích vůči ovládaným.<sup>1</sup> Nutnost porozumění politice skrze média však především ukazuje, že k naší existenci patří nejen bytí s druhými tvářmi v tvář, ale také „bytí v odstupu“ zprostředkované technologiemi nebo institucemi.<sup>2</sup>

Ačkoliv média nepostihují celou oblast demokratické politiky, jsou klíčovým prostředníkem komunikace mezi státem a občanskou společností, mezi institucionálně politickou a spontánní občanskou veřejností. Média významným způsobem spoluvytvářejí *veřejný prostor*, v němž se odehrávají střety mezi mocenskými zájmy, ale také zápas o smysl

---

<sup>1</sup> První dimenzi zdůraznila v politické filosofii zejména Hannah Arendtová ve svém pojetí politické moci jako potenciální „souhry jednajících“, druhou např. Max Weber nebo Carl Schmitt. (Viz Arendtová 2009: 260–271, Schmitt 2007) Spojit obě roviny při výkladu pojmu politična se pokusil zejména Paul Ricoeur. Viz např. pasáž z knihy rozhovorů s Francoisem Azouvim a Marcem de Launayem. (Ricoeur 2000a: 131–132) Systematicky viz též Ricoeur (1991).

<sup>2</sup> Pojmy „bytí s druhými v odstupu“ a „bytí bezprostředně zprostředkované institucemi“ pocházejí z Ricoeurovy hermeneutické filosofie práva. (Viz Ricoeur 2000b: 5)

politiky jako takové, např. o ústavní rámec politického rozhodování nebo pravidla veřejné komunikace.<sup>3</sup>

Média patří k političnu ještě třetím, spíše eticko-normativním způsobem. Mají být uskutečněním požadavků svobody slova, svobodného přístupu k informacím a veřejné kontroly politické moci, které jsou zakotveny v ústavách demokratických států a prosazovány v konkrétních historických podmínkách.

Do jaké míry však mohou být současná média podléhající ekonomickým vlivům, mocenským tlakům a diktátu masové zábavy otevřeným prostorem rozvažování a jednání občanů v otázkách společného zájmu? Za jakých podmínek se mohou stát těžištěm kritické a politicky činné veřejnosti? Jak se tento ideál uplatňuje v aktuálním kontextu současných médií – tradičních masových i nových digitálních? Při hledání odpovědi na tyto otázky se budeme opírat o úvahy současné filosofie politiky a médií a konfrontovat je se zkušeností autora jako uživatele médií a příležitostného „mediálního aktivisty“.

V tradici moderní filosofie se objevují dva krajní postoje vůči médiím a mediální publicistice: *elitářské pohrdání* a *nekritická glorifikace*. První tradice zastoupená mysliteli typu Martina Heideggera vidí v publicistice především rozmělnění pravdy a kvality myšlení v zájmu jejich přizpůsobení nevědomým masám. Podle druhé tradice reprezentované zejména osvícenci (Tocqueville) jsou média nástrojem výchovy ke svobodě, kritickému myšlení a občanské součinnosti, a napomáhají tak společenskému pokroku.<sup>4</sup> Současná filosofie by však měla hledat vyváženější přístup, který by umožnil média vnímat v jejich *rozmanitosti* a *mnohoznačnosti* – jako prostor angažovanosti i pasivity, myšlení i konzumu, svobody i manipulace, pravdivosti i zkreslení, věčnosti i řečnění atd.

Cílem tohoto příspěvku je *zkoumat možnosti současných médií vytvářet otevřený a demokratický veřejný prostor* z hlediska tvůrčího napětí mezi hermeneutickým a normativně-kritickým přístupem k politické filosofii médií. V první části výkladu představíme nejprve čtyři modely interpretace médií jako demokratického veřejného prostoru – *skeptický*, *optimistický*, *globalizační* a *pluralistický*, z nichž první dva popisují převážně tradiční masová média (tisk, rozhlas a televizi) a druhé dva spíše nová digitální média a sociální sítě. Na tyto modely navážeme vlastní analýzou možností uplatnění občanů v současném mediálním veřejném prostoru, zvláště v českých podmínkách.

### Čtyři modely médií jako demokratického veřejného prostoru

První model médií jako demokratického veřejného prostoru, který označujeme jako *skeptický*, se opírá o výklad německého filosofa a sociologa Jürgena Habermase v knize *Strukturální přeměna veřejnosti* z r. 1961.<sup>5</sup>

Habermas zde představuje chmurnou *vizi rozpadu kritické a politicky činné veřejnosti* v moderních demokraciích státu blahobytu, jehož příčinami jsou masové rozšíření mediálních sítí, jejich komercionalizace a systémová organizace. Média, původně zakládána osobnostmi

---

<sup>3</sup> Viz např. české spory o tzv. náhubkový zákon.

<sup>4</sup> Viz Heidegger (1996: 152). Viz dále tamtéž, s. 196–198. Srv. Tocqueville (1992: 84–86).

<sup>5</sup> Habermas (2000a: 51–397). Toto pojetí Habermas kriticky rozvinul v obsáhlé *Předmluvě* z r. 1990. (Habermas 2000b: 9–50)

nebo spolky za účelem kritického posouzení politické moci, se stávají výdělečným podnikem a mocí svého druhu, která reguluje veřejnou komunikaci a přístup k ní vystavuje výběrovému nátlaku. Původní liberální a kritická veřejnost se díky masmédiím (a vzájemnému propletení státu a ekonomiky) postupně mění na „mocensky ovládnutou arénu“, v níž se bojuje o vliv na mínění mas a řízení komunikace ve prospěch soukromých zájmů.<sup>6</sup>

V rámci boje o vliv dochází k neustálému vměšování politiků a firem do mediální veřejné sféry ve snaze o mobilizaci kupní síly, zajištění loajality nebo emotivního masového souhlasu voličů. Mediální publikum obsah vysílání již neposuzuje, ale především konzumuje. Mediálně ovládaná veřejnost se jako celek stále více *privatizuje* a *depolitizuje* a jejím hlavním smyslem se stává *zajištění vlivu a popularity* privilegovaných jednotlivců a zájmových skupin. Tuto skutečnost podle Habermase nejlépe dokládá rozkvět aktivit typu „public relations“, tj. manažersky řízené sebe prezentace podniků a institucí, která na místo rozprav a kritické výměny argumentů působí na veřejnost prostřednictvím emocionálních výzev, reklamních slibů a ideologické propagandy. (Habermas 2000a: 296–298)

I v rámci tohoto skeptického modelu však Habermas připouští existenci jiného typu veřejnosti v současných „masových demokraciích“. Je to veřejnost založená na „autonomně regulovaných, horizontálně propojených, inkluzivních a víceméně diskursivně vytvářených procesech komunikace, jejichž nositeli jsou slabé instituce“. (Habermas 2000b: 26–27) Takto chápaná veřejnost se však může prosadit pouze ve střetu s nebezpečně rozšířenou *veřejností organizací*, která veřejnost redukuje na pouhou složku společenských systémů a otupuje tak její kritickou účinnost.<sup>7</sup>

\*\*\*

Druhý model médií jako demokratického veřejného prostoru, který označíme jako *optimistický*, vychází z Habermasova diskursivního pojetí právního státu a demokracie prezentovaného v knize *Fakticita a platnost* z r. 1992. (Habermas 1996) Ačkoliv média nejsou výslovným tématem výkladu, jsou stěžejním předpokladem Habermasovy koncepce tzv. „množiny bašt/stavidel“ k ochraně právního státu a demokracie, tvořených *sítí veřejností, občanskou společností a ústavními právy* propojených společnou *politickou kulturou*.<sup>8</sup>

Veřejná sféra se vymyká sociologickým výkladům společenského řádu, není ani institucí, ani organizací nebo souborem norem. Habermas ji chápe jako „sít proudů komunikace, která je spjata na jedné straně s politickým systémem a na druhé straně s přirozeným světem našeho života (Lebenswelt)“.<sup>9</sup> Z politického hlediska se mu veřejná sféra

<sup>6</sup> „Tak vzniká nová kategorie vlivu, totiž mediální moc, která postupuje manipulativně a princip publicity olupuje o jeho nevinost. Veřejnost, která je masmédií předem strukturována a současně ovládána, přerůstá v mocensky ovládnutou arénu, v níž se pomocí výběru témat a příspěvků neusiluje pouze o vliv, nýbrž o řízení proudů komunikace, které ovlivňují jednání a jejichž strategické záměry jsou pokud možno skryté.“ (Habermas 2000b: 26)

<sup>7</sup> Tamtéž, s. 27. K pojmu „veřejnosti organizací“ srv. také popularizační shrnující článek *The Public Sphere* z r. 1997. (Habermas 1997: 108)

<sup>8</sup> Tamtéž, s. 370–371. Srv. celou kapitolu 8.3 Habermasovy knihy *Faktizität und Geltung* s názvem *Občanská společnost, veřejné mínění a komunikativní moc*. (Habermas 1996: 359–387)

<sup>9</sup> Tamtéž, s. 360. „Svět našeho života“ je tvořen „z individuálních dovedností a ze sociálně nacvičených praktik, z intuitivního vědění, na které se můžeme v dané situaci spolehnout, a v neposlední řadě z triviálně uvědomělých přesvědčení z pozadí“. (Habermas 1981: 182) Na rozdíl od Husserlova pojetí *Lebenswelt* nebo Patočková

jeví jako „ozvučnice problémů, které musí být zpracovány politickým systémem, protože nemohou být vyřešeny nikde jinde“. (Habermas 1996: 359) Její hlavní funkcí je *signalizovat* a *dramatizovat* společenské problémy.<sup>10</sup> Komunikační struktury veřejné sféry jsou „osvobozeny od břemene rozhodování“, které je svěřeno politickým institucím a mají výhradně podobu *diskursivních procedur* formování veřejného mínění a vůle. (Habermas 1996: 362)

Ve veřejné sféře je zakotveno také „institucionální jádro“ demokratické *občanské společnosti*, které zahrnuje vládní a neekonomické styky relativně nezávislých sdružení, organizací a iniciativ působících „ve společenské složce životního světa“. (Habermas 1996: 366–367) Občanská společnost tvoří podle Habermase „organizační substrát všeobecné veřejnosti občanů“, který je základnou pro řešení problémů otevřenou a férovou rozpravou a brání společnost proti degeneraci v beztvárovou depolitizovanou masu. (Habermas 1996: 367)

V rámci veřejné sféry rozlišuje Habermas tři typy komunikace: jednoduché střetávání dvou osob v řečové situaci otevřené potenciálním přihlížejícím stojícím opodál. Dále je to komunikace na způsob shromáždění, fór, jevišť nebo arén, v níž se setkává širší publikum. Třetím typem je „virtuální přítomnost roztroušených čtenářů, posluchačů a diváků spojených veřejnými médii“.<sup>11</sup>

Za běžných okolností se politické změny odehrávají v rámci politického systému a jeho úředních orgánů. V okamžicích společenských krizí však mohou občanská sdružení přetavit svůj neformální vliv v mediální *komunikativní moc* a přenést svůj tlak na úroveň ústředních politických institucí, zvláště demokratického parlamentu.<sup>12</sup> V těchto krizových momentech jsou aktivisté občanské společnosti schopni mobilizovat média, která mohou na okamžik přestat působit jako uzavřený systém a objevit „*skryté vazby závislosti*“ mezi sebou a publikem, mezi vlastní popularitou a zaujetím stanoviska ve vyostřených veřejných sporech.<sup>13</sup>

*Neformální proud veřejného mínění a vůle* utvářený v otevřených sporech a zesilovaný prostřednictvím médií však nemůže nahradit rozhodovací moc centrálních politických institucí, ale pouze ji *ovlivňovat a kriticky posuzovat její legitimitu*. (Habermas 1996: 371) Zjednání přístupu aktivistů do mediálních arén je pro to klíčovým a velmi účinným nástrojem.

\*\*\*

Třetí model vychází ze současné hermeneutické filosofie médií, jmenovitě z koncepce prostorově neohrazené globální veřejnosti Johna B. Thompsona, prezentované v knize *Média a modernita* z r. 1995. (Thompson 2004) Tento model usiluje o využití globalizace

---

„přirozeného světa“ je však založen na komunikativním jednání kladoucím intersubjektivní nároky platnosti a zaměřeným na dorozumění. (Srv. Horster 1995: 26)

<sup>10</sup> „Posilovat naléhavost problémů, tj. nejen objevovat a identifikovat problémy, ale také je přesvědčivě a vlivným způsobem tematizovat, opatřit je možnými řešeními a dramatizovat je takovým způsobem, že je musí převzít a zabývat se jimi parlamentní orgány.“ Tamtéž, s. 359.

<sup>11</sup> Proudů informací a souhlasných či nesouhlasných stanovisek jsou touto veřejností „filtrovány a slučovány tak, že se spojují do svazků tematicky specifikovaných veřejných názorů“. (Habermas 1996: 361)

<sup>12</sup> Občanská veřejnost může podle Habermase ovlivnit především *personální a programovou složku* parlamentních rozprav a politického rozhodování. (Habermas 1996: 372)

<sup>13</sup> Habermas (1996: 382). Výhodou pro média může být i fakt, že tyto spory sama vyvolávají.

veřejného prostoru a nových síťových médií k obnově demokratické politiky. Označujeme ho proto jako *globalizační*.

Thompson zkoumá vliv médií na sebezporozumění publika, způsoby interpretace jeho každodenního jednání, komunikace a sociálních vztahů. Média podle něj přinášejí nový způsob porozumění světu, sociálním vztahům i sobě samým založený na technologickém zprostředkování každodenní zkušenosti a komunikace.<sup>14</sup> Klíčovou složkou tohoto porozumění je nové pojetí *veřejnosti bez místa*, která překonává nezbytnost sdílení společného prostoru, dialogické komunikace tváří v tvář a současného vnímání a pocíťování událostí. Tato veřejnost umožňuje „symbolické vzdálení od časoprostorového kontextu každodenního života“ a jeho nahrazení (či spíše doplnění) mediálně zprostředkovaným prožíváním, jednáním a *zviditelněním v globální všudy přítomnosti*.<sup>15</sup>

Povaha této globální mediální veřejnosti je podle Thompsona ambivalentní. Mediální sdělení se šíří globálně, ale osvojují lokálně. Umožňují divákům osvojit si zkušenosti, které jsou jim časoprostorově vzdálené, ale současně šířit („vyhošťovat“) jejich vlastní zkušenosti do celého světa. Vytvářejí kritický odstup vůči našim předsudkům, ale utápějí nás v matoucí složitosti světa.<sup>16</sup>

Navzdory této dvojznačnosti veřejné sféry je však možné její vlastnosti využít k dílčí obnově demokratické politiky. V protikladu k Foucaultově koncepci panoptika, které předpokládá dohled několika jedinců nad všemi ostatními, umožňují síťová média dohled mnohých nad malou skupinou populárních osob a veřejných činitelů. (Habermas 1996: 110) Média podle Thompsona umožňují *politizovat každodennost* tím, že ji *globálně zviditelní*. Každodenní událost se tak stává „katalyzátorem jednání, které daleko přesahuje hranice prostoru, v němž se odehrála“. (Habermas 1996: 197) Důsledky tohoto zviditelnění není nikdy možné plně předvídat a ovládat, jak ukazuje masivní skandalizace zdánlivě nevinných přetřeknutí nebo selhání politiků.<sup>17</sup>

Média (zejména nová elektronická) tak otevírají prostor pro zveřejňování informací mimo působnost státu a pro výměnu alternativních názorů občanů o záležitostech demokratické politiky. Umožňují současně rozšířit občanskou angažovanost za rámec dialogických vztahů tváří v tvář a propojit ji s etikou globální odpovědnosti.<sup>18</sup> Pojetí

<sup>14</sup> „Naše vnímání světa (...) i chápání vlastního místa ve světě jsou stále více utvářeny symbolickými sděleními nabízenými médii.“ (Habermas 1996: 33)

<sup>15</sup> „Jakákoliv akce či událost se může stát veřejnou tím, že se zaznamená a odešle k ostatním, kteří nejsou fyzicky přítomni v místě a čase jejího konání. Jednání a události se tak mohou stát veřejnými – mohou získat publicitu – nezávisle na tom, kolik jednotlivců má možnost účastnit se jejich průběhu a dívat se a poslouchat co se děje.“ (Habermas 1996: 104) Pojem veřejnosti bez místa je inspirován starší studií Joshuy Meyrowitze v knize *No sense of place*, která v Čechách vyšla pod velmi výstižným názvem *Všude a nikde*. (Meyrowitz 2006)

<sup>16</sup> Thompson (2004: 110). (Srv. Habermas 1996: 142 a 186)

<sup>17</sup> „Dnes se výkon politické moci odehrává v aréně, která je stále více *na očích*: ať se politici snaží sami sebe, své jednání nebo nějakou událost skrýt sebevíc, moc dobře vědí, co riskují – kdykoliv se může stát, že oni sami či jednání nebo událost, za něž nesou odpovědnost, budou náhle předvedeny obecnstvu způsobem, který nezamýšleli. Jinými slovy, politici musí počítat s permanentní možností neřízeného zviditelnění.“ (Habermas 1996: 120)

<sup>18</sup> Návrhy na demokracii založenou na rozvažování v globální mediální veřejné sféře nám podle Thompsona „mohou pomoci odpoutat se od lákavého preludu bezprostřednosti, jímž model přímé demokracie vytrvale útočí na moderní politickou obrazotvornost a mohou nám pomoci představovat si takové formy demokratického



demokracie závislé na globálním a mediálně zprostředkovaném šíření informací, zveřejňování názorů a občanském rokování (deliberation) Thompson nazývá *mediovaná demokracie*. (Thompson 2004: 205)

\*\*\*

Čtvrtý model popisující demokratické možnosti současných médií je *model pluralitní* a opírá se o studii Jodi Deanové *Kybersalony a občanská společnost* z r. 2001. V protikladu k sjednocující a diskursivně-racionální interpretaci mediálního veřejného prostoru u Jürgena Habermase používá Deanová metaforu *kybersalonu*, aby zdůraznila nepřehlednou rozmanitost a mnohoznačnost působení občanů v současné globální technokultuře.

Podstatou kybersalonu (veřejného prostoru globálních síťových médií) je podle Deanové *spletenec moci, komunikace a informací* a nikoliv racionální rozprava podle předem určené normy demokratického začlenění. Základními znaky kybersalonu jsou *pluralita*, *konfliktní střetávání*, *mocenská* a *ekonomická nerovnost* účastníků a radikální *decentralizace* veřejného prostoru přesahujícího rámec národního státu. (Deanová 2001: 203–204)

Kybersalon lze podle Deanové podrobněji popsat na základě analýzy čtyř jeho aspektů/kategorií: interaktivity, subjektivity, médií a „dějiště“ aktivity občanů. Interakce v kybersalonu je velmi různorodá a připomíná spíše všední komunikaci mezi přáteli. Probíhá v různých médiích zároveň a soustřeďuje se „na tok a nejistotu“. Je rozmanitá, neurčitá, tělesná i netělesná, vždy technologicky zprostředkovaná a neuplatňují se v ní žádné demokratické normy začlenění a rovnosti.<sup>19</sup> Kybersalon stírá hranice mezi skutečným a virtuálním, vysokým a nízkým, důležitým a nedůležitým, zdůvodněným a povrchním, spolehlivým a nespolehlivým, vše „existuje vedle sebe a soutěží o popularitu“. (Deanová 2001: 218)

Prostředí kybersalonu a počítačových sítí odpovídá modelu proměnlivého a mnohotvárného já. V těchto sítích se mohou prezentovat způsobem, který má jen velmi málo společného s mou konkrétní tělesností, technické nástroje sítě mi však neustále vnucují, kým mám být a jak mám vypadat. Kyberprostor vytváří podle Deanové zvláštní napětí mezi intimitou a zveřejňováním. Na jedné straně je lidská bytost stále více pozorována, kontrolována a zaznamenávána, na druhé straně má samo pozorování charakter čistě privátního zážitku, který nevyžaduje sdílení ani „perspektivu společného lidství“. (Deanová 2001: 219–220)

Média samotná se vyznačují velkou rozmanitostí publika a výkladu veřejných událostí a nemají potřebu dospět k jakékoliv shodě. (Deanová 2001: 205 a 221) Jejich základním znakem je *nejistá důvěryhodnost*, která vyžaduje, aby diváci neustále porovnávali protichůdné informace a ne aby se před jejich odlišností chránili. Pokud jde o rovnost přístupu občanů do médií, Deanová se vyjadřuje poměrně skepticky. Nadšení optimistů z „elektronické demokracie“ se podle ní v poslední době vytrácí, protože naráží na překážky v podobě

---

života, které vnímají všechny jedince jako samostatné a odpovědné činitele schopné utvořit si promyšlený úsudek, aniž by mohli nebo měli být – realisticky vzato – partnery v dialogu“. (Thompson 2004: 205)

<sup>19</sup> „Na síti (...) neexistuje žádné centrální místo začleňování. Je tu řada míst přístupných různým lidem různým způsobem. Je zde popřen nárok kohokoli na rozhodující a univerzální ‚my‘. Otázku přístupu je nutno řešit v každé situaci vždy znovu.“ (Deanová 2001: 218)

kódovanosti, dohledu, rychlosti modemů, nekompatibilitnosti protokolů, informační záplavy, digitální propasti mezi bohatými a chudými apod. Média i celá veřejnost jsou navíc pod soustavným tlakem ekonomických korporací, mocenských aparátů, marketingových a propagačních kampaní a masových trendů spotřeby a zábavy. (Deanová 2001: 217–218)

Přes tyto překážky neztrácí podle Deanové chování účastníků kybersalonu charakter politického jednání. Jeho cílem však není získat demokratické zastoupení v ústavou vymezené areně národního státu, ale „vydobýt si kontrolu nad rozpravou o budování vlastní identity“ v rámci *globální občanské společnosti*. (Deanová 2001: 207) *Zápas* občanských skupin a menšin *za zachování zvláštnosti a jedinečnosti* se neobrací primárně proti státu, ale proti jiným občanským uskupením usilujícím zavést pravidla utváření identity „těch druhých“ (fundamentalistická sdružení). (Deanová 2001: 207)

Tento boj má povahu rozmanitých střetů „vzájemně soupeřících racionalit“, které se neodehrávají na žádném stálém místě a jsou možné jen díky oběhu *informací* v globálních elektronických médiích. Mediální občanské aktivity mohou vytvářet pouze *nepřehledné řady spojnic*, jsou však schopné do sebe *zahrnout i všední*, mnohdy *plytkou a vulgární internetovou komunikaci* a vnímat ji jako „příspěvek k životně demokratické“. <sup>20</sup>

### Uplatnění občanů v mediálním veřejném prostoru

Analýzou čtyř modelů médií jako demokratického veřejného prostoru jsme si otevřeli cestu k samostatné úvaze o možnostech uplatnění občanů v jeho rámci. Každý z modelů odhaluje podstatné stránky tohoto prostoru, ale žádný nevystihuje jeho komplexnost. Brání jim v tom normativně úzce vymezené pojmy typu „veřejná sféra“ nebo „občanská společnost“, které zastírají jedinečnou mnohotvárnost mediálního veřejného prostoru v dějinné situaci současných demokracií a v naší každodenní zkušenosti.

Hermeneuticko-kritický přístup si ponechává větší otevřenost vůči skrytým a protichůdným jevům současné mediální veřejnosti. Teprve porozumění hlavním rysům její dějinné situace mu umožňuje klást na tuto veřejnost odpovídající normativní demokratické nároky. Náš výklad se zaměří především na českou mediální scénu. <sup>21</sup>

Navzdory rostoucímu propojení mediálních sítí mohou jednotlivé typy médií vytvářet relativně svébytná prostředí odlišná způsobem oslovení a zapojení občanského publika. Z tohoto hlediska má smysl rozlišovat dva hlavní typy mediální veřejnosti: relativně jednoduchou *veřejnost tradičních masmédií* (tisku, rozhlasu a televize) a *pluralitu veřejností nových síťových médií*. Tyto dva typy veřejností nejsou od sebe neprostupně odděleny, ale

<sup>20</sup> „Z hlediska veřejné sféry působí (...) (internetové) diskuse co do svého obsahu přinejlepším jako plané tlachání, k němuž vybízí softwarový program instalovaný tak, aby přitáhl konzumenty a inzerenty, nebo v horším případě jako soubor iracionálních a často zlehčujících chvastounských tirád (...) Z hlediska občanské společnosti se však tyto diskuse jeví spíše jako specifické projevy originality, hravosti nebo angažovanosti, jako projevy, které možná jsou plně nenávisti a zlomyslnosti, ale kvůli tomu se nedostávají mimo okruh politiky.“ (Deanová 2001: 207–208) Srv. tamtéž, s. 225.

<sup>21</sup> Jde nám o vytyčení klíčových oblastí a typických situací, v nichž občané reálných demokracií mohou vstupovat do médií, předkládat návrhy, argumenty a věcná řešení problémů, a tím ovlivňovat mínění publika a spoluvytvářet „otevřený veřejný prostor“. Popis těchto možností musí být zasazen do souvislosti každodenního fungování médií jako součásti komplexu mediálních, právních, ekonomických a politických institucí, které otevřené veřejnosti občanů poskytují určitý *prostředkující rámec a hranice*.

jejich rozlišení umožňuje analyticky lépe popsat možnosti uplatnění občanů v mediálním veřejném prostoru, zvláště v českých podmínkách.<sup>22</sup>

\*\*\*

Z hlediska každodenního provozu fungují tradiční masová média (zejména televize) převážně tak, jak popisuje raný Habermas, tj. jako do sebe uzavřený systém řízení veřejné komunikace, který se samostatným nebo kritickým zapojením občanů příliš nepočítá. Mediální příspěvky i pořadí jejich důležitosti jsou naplánovány předem v rámci redakcí, komentovány vybraným okruhem komentátorů a „odborníků“, diskuse jsou aranžovány kultovně uctívanými profesionálními moderátory a role novináře je chápána jako forma zastoupení většinového mínění diváků. Zpravodajské reportáže se stále více zrychlují, zkracují a „aktualizují“, takže zbývá stále méně času na živé vstupy hostů a kritické posouzení událostí a problémů, které jsou pro diváky skutečně podstatné.<sup>23</sup>

Masmédia se tradičně stylizují do role „hlídacího psa demokracie“. Přitom jen velmi neochotně prezentují věcné návrhy občanů, sdružení a menšinových politických stran v mediálních debatách, jakoby jejich redaktori měli monopol na pravdu a kritiku politické moci a nemuseli se zabývat názory těch, jichž se daný problém týká. O přístupu do mediálních debat často rozhodují stereotypy, osobní konexe, kontroverznost stanoviska nebo průzkumy stranických preferencí namísto posouzení kvality argumentů a řešení bez ohledu na to, z jakých zdrojů pocházejí. Média tím paradoxně omezují kritickou debatu tam, kde ji sama nejvíce požadují – ve sféře politiky. Pomáhají tak udržovat politický status quo a *bludný kruh mezi mediální supraobjektivitou a občanskou pasivitou*, které brání naplnění Habermasova ideálu kritické publicity.<sup>24</sup>

Občané-diváci vstupují do hlavní arény masových médií nanejvýš ve formě *dotazů, telefonátů, rozhořčených dopisů, reklamy, náhodných průzkumů nebo dotazníků*, v případě tisku *také diskusních příspěvků* nebo *článků*, ovšem za velmi přísně stanovených podmínek. Články čtenářů mohou uspět tehdy, jsou-li dokonale aktuální, dramatické, humorně uštěpačné, hodnotově nevyhraněné, mají silný příběh nebo vystihují momentální náladu části publika a samotných novinářů. Chybí *alternativní hlasy vzdělaných diváků*, kteří jsou k řešení daného problému kompetentní a *dobře zdůvodněná stanoviska občanů*, kterých se problém dotýká a kteří se v jeho řešení odpovědně angažují. Přednostní právo přístupu získávají zpravidla etablované osobnosti, politici a mediální celebrity.

Tato kritika masmédií (zejména televize) však nechce rozhodně navodit dojem, že je možné odstranit média jako instituce a profesionální dovednosti žurnalisty nahradit nespoutanou tribunou diváckého davu. Zaměřuje se pouze proti *zbytnělé profesionalizaci novinářské práce* chápáné na způsob „zastupitelského mandátu“, která si přisuzuje monopol na veřejný prostor a zbavuje diváky jejich občanské a politické svěprávnosti. Jde spíše o to,

<sup>22</sup> To ovšem neznamená, že by charakter veřejnosti určovaly výhradně technologie. Tyto oblasti spíše označují složitě vnitřně strukturované „kultury užívání a interpretace médií“ v podmínkách současné dějinně situované veřejné sféry.

<sup>23</sup> Pro tento typ novinářské práce se v mediálním žargonu ujal termín „zpravodajská továrna“. (Trampota 2006: 157–158)

<sup>24</sup> I jinak žádoucí ideál novinářské objektivitu (přesněji „nestrannosti“) se může někdy stát sám formou předpojatosti a ideologie, která působí proti nezávislému myšlení a proti ochotě novináře zodpovídat se za společensko-politické důsledky své práce. (Srv. Trampota 2006: 148)



jak skloubit jinak oprávněný požadavek institucionalizace a profesionality médií s demokratickou otevřeností vůči publiku a férovou rovností přístupu do mediálního veřejného prostoru.<sup>25</sup>

Na druhou stranu je třeba uznat, že rozšíření přístupu občanského publika do mediálního veřejného prostoru klade nároky odpovědnosti a kompetence na obě strany, tedy nejen na novináře, ale také na samotné občany. Mnozí občané se dožadují přístupu do veřejného prostoru jednoduchou, agresivní nebo pošetilou formou, a tím nesou svůj díl viny za uzavírání médií vůči publiku a tendenci novinářů jím opovrhovat. Mnozí občané se také až příliš často a ochotně nechávají zapojit jako neurčitá součást divácké masy do nejrůznějších zábav, soutěží, kvízů, anket nebo reality show bez jakýchkoliv ambicí veřejný prostor ovlivňovat a spoluvytvářet.

Mediální aktivita diváků by navíc neměla spočívat pouze v přímých vstupech, ale také (jak tvrdí např. Thompson) ve *způsobu interpretace mediálních sdělení* a jejich začlenění do každodenní žité zkušenosti. Za tento způsob zpracování jsou opět zodpovědné obě strany, divák i tvůrce, i když nyní spíše v opačném pořadí. I v rámci masmédií přitom existují alternativní veřejné prostory, kde se počítá přinejmenším s aktivním zapojením kritického myšlení a růzností výkladu mediálních sdělení. Díky orientaci na slyšené slovo a menšinové, resp. vzdělanější publikum tyto možnosti nabízí především veřejnoprávní rozhlas. Pozitivní pokusy se příležitostně objevují i ve veřejnoprávní televizi, v obou případech však fungují spíše na bázi jednosměrné komunikace od tvůrce k posluchači nebo divákovi.

\*\*\*

Opakem společensky integrující veřejnosti televize se zdají být nová síťová digitální média, která skutečně připomínají široce *rozrůzněnou síť komunikačních arén* nepřevoditelnou na žádný společný jmenovatel, o níž hovoří Deanová. Děje se to např. za pomoci sociálních sítí typu Facebook nebo Twitter, chatů, diskusních fór, strukturovanějších formátů typu blogů, wiki souborů, multimédií, webových portálů apod. Prostředí digitálních sítí dává nesrovnatelně větší možnosti zapojení publika do tvorby a neustálé výměny mediálního obsahu, zvyšuje viditelnost politiků a možnost vytvářet na ně cílený a adresně zaměřený nátlak, jak tvrdí Thompson.

Internetoví občanskí aktivisté se však na druhou stranu musí potýkat se značnou *rozptýleností komunikačních toků* a *neúčinností oslovení širšího publika*, mocenských institucí a veřejnosti jako celku. Čím lepší máme přístup k informačním a komunikačním tokům, tím obtížněji získáváme pozornost druhých a tím hůře se orientujeme v zahlcujícím nadbytku informací. Proto se již delší dobu projevuje tendence IT odborníků vytvářet nástroje filtrování, třídění a uspořádávání informací, které jsou reakcí na všeobecné propojení „všeho se vším“ v nepřehledných globálních sítích. (Pavličková 2009: 53)

Internet současně začíná přebírat některé nešvary tradičních masových médií, např. komercializaci, jednostrannou zábavní orientaci a regulaci obsahu ze strany technokratických, úředních a politických elit. Svou roli hraje i stále omezený přístup občanů

---

<sup>25</sup> V parafrázi na výrok Jürgena Habermase v předmluvě ke *Strukturální přeměně veřejnosti* můžeme říci, že média jsou „systémově integrované oblasti jednání“, které od určitého momentu již nelze demokraticky přetvořit bez toho, že by došlo k narušení jejich funkčnosti a efektivity. (Habermas 2000b: 35)

k digitálním sítím, a tím také nemožnost se na jejich obsahu aktivně podílet.<sup>26</sup> Pokusy občanů ovlivnit demokratický politický systém prostřednictvím síťových médií jsou proto spíše *krátkodobé, individuální a lokálně omezené*.<sup>27</sup>

Při popisu občanských projevů na globálních elektronických sítích Deanová poněkud podceňuje význam rozdílu mezi *spontánní diskusí občanů* a *politickou rozpravou* na úrovni centrálních demokratických institucí. Bez ohledu na současné tendence k oslabování suverenity státu „shora i zdola“ se musí mediální aktivita občanů stále obracet k orgánům politické moci jako k centru tvorby zákonů a závazně platných politických rozhodnutí. Jinak by jejich mediální nátlak nemohl být politicky efektivní.<sup>28</sup> Mohou při tom využívat ústavně garantovaných svobod vyjadřování, sdružování a tisku, musí se však přitom sami udržet v jejich rámci a dopřát je v neztenčené míře i ostatním.<sup>29</sup>

Medializace jakýchkoliv občanských názorů, např. hnutí usilujících o potlačení ústavní demokracie a lidských práv, není nutnou podmínkou zachování plurality demokratické veřejnosti, jak tvrdí Deanová. Nelze v žádném případě rezignovat na liberální požadavek rozumnosti a *stanovení mezí veřejných debat* v demokratických médiích. Podmínkou vstupu do politické diskuse ve veřejnoprávních médiích by měla být přinejmenším *ochota posoudit svá tvrzení a návrhy z pohledu druhých a podpořit je srozumitelnými důvody a argumenty*.<sup>30</sup>

Média by měla tyto debaty regulovat pouze tím, že nutí účastníky držet se tématu, zdůvodňovat svá tvrzení a že vytvoří *takové podmínky, aby mohl každý účastník ve vymezeném čase říci svůj nejlepší argument*. (Viz Ricoeur 1991: 165) V tomto smyslu je boj za otevřenost veřejného prostoru v první řadě střetem mezi těmi, jimž média slouží ke kritické výměně argumentů a těmi, kdo je využívají jen k laciné popularitě a narcistnímu sebezviditelnění.<sup>31</sup>

### Obnova občanské žurnalistiky

Hermeneutický popis mediálního veřejného prostoru v dějinné situaci rozvinutých demokracií nám poskytl vhodné východisko k návrhům na rozšíření účasti publika na tvorbě, výběru a hodnocení mediálního obsahu. Naše návrhy se týkají mediálních institucí i občanského publika a lze je zasadit do kontextu současných diskusí o obnově tzv. *občanské žurnalistiky*.<sup>32</sup>

<sup>26</sup> K hojně diskutované problematice tzv. „digitální propasti“ (digital divide) viz např. Gillárová (2009: 63–77).

<sup>27</sup> Srv. analýzu demokratizačního potenciálu síťových médií u Gerarda Delantyho a Manuela Castellse, prezentované v knize Karla B. Müllera *Evropa a občanská společnost*. (Müller 2008: 182–183)

<sup>28</sup> Americký politický filosof John Rawls v této souvislosti rozlišuje „veřejný rozum“ ústředních politických institucí a „kulturu pozadí“, tj. volných občanských rozprav v rámci demokratické občanské společnosti. (Rawls 1999: 575–576) Mezi nimi sice ani v Rawlsově pojetí není neprostupná propast, ale obě roviny je nutné důsledně rozlišovat.

<sup>29</sup> Zaměření občanského aktivismu na ústřední politické instituce však současně posiluje profesionální média na úkor občanských, protože standardní mediální instituce se u politiků těší většímu respektu než neformální sítě.

<sup>30</sup> Srv. podobný návrh Milana Znoje (2004: 44).

<sup>31</sup> Srv. s Habermasovou kjótskou přednáškou *Public space and political public sphere*. (Habermas 2004)

<sup>32</sup> Pod pojmem občanská žurnalistika (citizen journalism) se v současné teorii médií zpravidla rozumí aktivní účast občanů na tvorbě, šíření a kontrole mediálních informací v zájmu zvyšování kvality veřejného mínění a upevňování demokracie. Pojem civic journalism naproti tomu označuje občansky odpovědnou žurnalistiku

Na úrovni médií jako systému lze uvažovat o celé řadě změn, které by umožnily reflektovat masové používání internetu a s ním spojené dramatické změny ve vnímání, uvažování a zvyklostech mediálního publika.<sup>33</sup>

Novináři by se měli v první řadě pokusit překonávat zaběhané stereotypy kancelářské recyklace zdrojů ze zpravodajských agentur a zaměřit větší pozornost na skryté tendence a podpovrchové dění v rámci občanské veřejnosti. Mohli by citlivěji vnímat vlastní nezáměrnou zaujatost a jednotvárnost podávaných informací a aktivněji vyhledávat odlišné zdroje a pohledy za pomoci vzdělaných diváků.

Novináři by ve vlastním zájmu měli podporovat rozmanité formy zpětné vazby mezi občany a médii s ohledem na rozptýlenou pozornost diváků a rostoucí konkurenci na globálním mediálním trhu. V době všeobecné dostupnosti technologií a kanálů pro elektronické šíření informací se však diváci nespokojí s rolí pasivních informačních zdrojů, ale budou si nárokovat právo ovlivňovat a kriticky posuzovat výstupy, na nichž se mají spolupodílet. Jako praktické řešení tohoto problému se jeví maximální *podpora projektů žurnalistické spolupráce* (collaborative journalism) mezi novináři a publikem, která se odehrává na partnerské bázi a umožňuje i kontrolní zásahy občanů do editorské práce v zájmu kvality a věrohodnosti novinářské práce.

Třetí změnou, která by přispěla k větší otevřenosti médií jako veřejného prostoru, by mohlo být *vytváření mostů mezi profesionální publicistikou a amatérismem občanských žurnalistů*. Editorská školení pro amatéry v reálných podmínkách mediálních redakcí, využití portálů pro e-learningové kurzy, poradenství a databáze témat, zapojení akademiků, studentů nebo amatérských reportážních týmů – to vše by přispělo k výměně zkušeností, dovedností a námětů, které by v běžném pracovním stresu zůstaly ležet ladem.<sup>34</sup>

Poslední okruh institucionálních změn by se týkal právně-etické regulace médií jako demokratického veřejného prostoru. Přinejmenším za vážnou diskusi by stál návrh zakotvení veřejnoprávních médií v demokratické ústavě, a to zejména jejich nestrannosti vůči ekonomickým i politicko-administrativním tlakům. Přínosné by mohlo být i stanovení závazných pravidel mediální diskuse v rámci interních etických kodexů, která by zajišťovala rovnost přístupu všech aktérů na základě jistých demokratických a editačních kritérií.

Všechny tyto návrhy by ve svém důsledku vedly k větší otevřenosti mediálního veřejného prostoru a k posunům v chápání role profesionálního novináře. Ten by již nebyl výhradním tvůrcem a garantem mediálního obsahu, ale spíše *kritickým zprostředkovatelem*,

---

vytvářenou novináři v zájmu občanů. Viz heslo Citizen Journalism. [online] Dostupné z WWW: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism)> (cit. 2011-01-21).

<sup>33</sup> „V novém mediálním systému (...) budou zpravodajští profesionálové muset hledat způsoby vyvažování mezi vlastní identitou poskytovatelů editorského obsahu a reálnými možnostmi veřejného propojení (např. poskytováním platformy pro diskusi, kterou společnost v ideálně typické podobě vede sama se sebou) a současně mezi svojí historickou operačně uzavřenou profesní kulturou spoléhající se výhradně na činnost expertů a více spolupracující, odpovědnou a interaktivní kulturou otevřené žurnalistiky.“ (Deuze 2008: 11)

<sup>34</sup> Zajímavým příkladem spolupracující žurnalistiky je projekt Demotix, který spočívá ve vytvoření amatérských reportážních týmů posuzujících kvalitu příspěvků zasílaných ve velkém objemu do redakcí standardních médií, a vytvářejí samostatné reportáže, za něž jsou jejich autoři těmito médii placeni. Srv. popis projektu v článku Witschge (2009: 2–3).

*orientujícím průvodcem a moderátorem sdělení a diskusí odehrávajících se na různých úrovních institucionální i občanské veřejnosti. (Srv. Deuze 2008: 13–14)*

\*\*\*

Z pohledu občanů je třeba především maximálně využít proměnlivosti a nestálosti současného mediálního veřejného prostoru, který nabízí omezený, ale stále se obnovující okruh příležitostí k mediální a politické angažovanosti. (Viz Deuze 2008: 13) Navzdory mnohým systémovým překážkám zůstávají média (tradiční i elektronická) „zranitelná“ událostmi a zkušenostmi pocházejícími z praktických kontextů každodenního života a z eticko-občanských ohledů diváků, novinářů nebo veřejně činných osobností. Přes všechnu svou organizovanost a masivní regulovanost zůstávají mediální sdělení do určité míry nahodilá a jejich účinky na publikum nepředvídatelné.

Rozšíření prostoru pro občanské aktivity v médiích umožňuje dále osvojení pravidel a rutinních postupů novinářské práce ze strany občanských žurnalistů. Aby tito žurnalisté mohli prosazovat své iniciativy, musí např. stručně prezentovat svá sdělení, reagovat na aktuální události, využívat dramatické zkratky, metafory a jímavé příběhy, oslovovat spřízněné celebrity a novináře, uvážlivě provokovat a (zvláště v českém prostředí) takřka povinně zapojit ironii a humor.

Samotnou angažovanost v oblasti občanské žurnalistiky lze rozdělit do několika typů. Znamý blogger a mediální teoretik Joseph D. Lasica jich rozeznává šest: osobní účast diváka, nezávislé zpravodajství a informační stránky, plnohodnotný účastnický zpravodajský web, spolupracující příspěvatelské mediální stránky, „tenká média“ a samostatné internetové vysílání.<sup>35</sup> Občané mohou dále využívat zvýšené míry propojení mezi různými druhy médií k zesílení účinků svých mediálních sdělení a zapojovat se do tvorby sdílených síťových dokumentů založených na průběžné revizi ze strany čtenářského publika.<sup>36</sup>

Odmítneme-li však stanovisko Jodi Deanové, že každá mediální aktivita je automaticky prospěšná pro kvalitu demokracie, musíme na působení občanů v médiích klást také určité ústavně-právní a etické nároky. Za občanskou žurnalistiku lze označit pouze takovou aktivitu, která se drží *v rámci práv a svobod vymezených demokratickou ústavou* a přiznává tato práva i ostatním účastníkům veřejného prostoru.

K tomuto právnímu požadavku je třeba připojit i kritéria etická. Nejdůležitějším kritériem tohoto druhu je požadavek, aby jakákoliv forma občanské angažovanosti v médiích dobrovolně omezila svůj nárok na absolutní pravdu a usilovala o *rozvíjení otevřené kritické rozpravy* občanského publika. Kritériem přístupu do této rozpravy je dodržení procedurálních

<sup>35</sup> *Osobní účast diváka* zahrnuje uživatelské komentáře ke zpravodajským sdělením, osobní blogy, fotky nebo videa pořízená z vlastních mobilních telefonů, lokální zprávy psané obyvateli místních komunit. *Nezávislé zpravodajství a informační stránky* představují např. servery Consumer Reports či the Drudge Report. Příklady *plnohodnotného účastnického zpravodajství* mohou být např. servery NowPublic, Third Report, OhmyNews, DigitalJournal.com nebo GroundReport, typickými *spolupracujícími a příspěvatelskými stránkami* jsou Slashdot, Kuro5hin, Newsvine aj. Mezi „jiné druhy tenkých médií“ Lasica řadí např. mailing listy nebo e-mailové bulletiny a *samostatné vysílání* představuje internetová televize nebo rozhlas. Viz Lasica, Joseph D. *What is participatory journalism?* [online] Dostupné z WWW: <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>> (cit. 2011-01-21).

<sup>36</sup> K současnému fenoménu sbíhavosti médií (media convergence) srv. Harcup (2009: 174–175).

pravidel rovné účasti a prosadit se v ní lze pouze nenuceným nátlakem lépe zdůvodněného argumentu.<sup>37</sup> Tento požadavek však automaticky nevyplývá z použití určitých technologií nebo jakýchkoliv forem občanské žurnalistiky, ale závisí na vůli k otevřenosti a úctě k pravidlům ze strany všech účastníků mediálních debat. V reálných debatách je však možné se tomuto ideálu pouze přiblížit.

Ačkoliv každá snaha občanů o získání mediálního vlivu je nutně zaujatá a nemůže si klást nárok na všeobecné morální uznání (má přinejlepším povahu „morálního lobbingu“ v zájmu demokracie), občanský aktivista se nesmí nechat uhranout rozostřeností dnešní doby. Může vždy spoluvytvářet takovou kulturu veřejného prostoru, která omezuje sebestřednost a mnohmluvnost všeznalců a umožňuje kritickou výměnu dobře uvážených stanovisek.

---

<sup>37</sup> Tento požadavek se volně opírá o Habermasovu koncepci diskursivní etiky, která stanoví podmínky ideální řečové situace definované rovným právem všech účastníků používat určité řečové akty a vznášet diskursivní nároky na platnost. Podle normativních procedurálních pravidel řečové situace se posuzuje oprávněnost reálných diskusí a občanských rozprav. (Srv. Habermas 1984: 177)



## SEZNAM LITERATURY

ARENDOVÁ, Hannah. *Vita activa neboli O činném životě*. Praha: OIKOYMENH, 2009. ISBN 978-80-7298-413-8.

DEANOVÁ, Jodi. Kybersalony a občanská společnost. Přehodnocení veřejné sféry v nadnárodní technokultuře. In HRUBEC, Marek (ed.). *Globální spravedlnost a demokracie*. Praha: FILOSOFIA, 2004, s. 193–225. ISBN 80-7007-210-5.

DEUZE, Mark. *Media work*. Cambridge: Polity Press, 2008. ISBN 978-0-7456-3924-6.

GILLÁROVÁ, Kateřina. Digital divide a jeho role ve vztahu k veřejné komunikaci. In OSVALDOVÁ, Barbora, TEJKALOVÁ, Alice (eds.). *Žurnalistika v informační společnosti. Digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum, 2009, s. 63–80. ISBN 978-80-246-16-84-1.

HABERMAS, Jürgen. *Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Oxford: Polity Press, 1996. ISBN 0-7456-1229-6.

HABERMAS, Jürgen. *Public space and political public sphere – the biographical roots of two motifs in my thought. Commemorative Lecture*. Kyoto Nov. 11, 2004. [online] Dostupné z WWW:  
<[http://ikesharpless.pbworks.com/f/Kyoto\\_lecture\\_Nov\\_2004,+Jurgen+Habermas.pdf](http://ikesharpless.pbworks.com/f/Kyoto_lecture_Nov_2004,+Jurgen+Habermas.pdf)>  
(cit. 2011-01-21).

HABERMAS, Jürgen. *Strukturální přeměna veřejnosti. Zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: FILOSOFIA, 2000a. ISBN 80-7007-134-6.

HABERMAS, Jürgen. Předmluva k novému vydání z roku 1990. In TÝŽ. *Strukturální přeměna veřejnosti. Zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: FILOSOFIA, 2000b, s. 9–50. ISBN 80-7007-134-6.

HABERMAS, Jürgen. *Theorie des kommunikativen Handelns. Bd 2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981. ISBN 3-518-28775-3.

HABERMAS, Jürgen. The Public Sphere. In GOODIN, Robert, PETTIT, Philip (eds.). *Contemporary Political Philosophy*. Oxford and Malden. Massachusetts: Blackwell Publishers, 1997, s. 105–108. ISBN 978-1-55786-841-1.

HABERMAS, Jürgen. *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1984. ISBN 978-3-518-28776-7.

HARCUP, Tony. *Journalism: principles & practice*. Los Angeles, London: Sage, 2009. ISBN 978-1-84787-250-0.

HEIDEGGER, Martin. *Bytí a čas*. Praha: OIKOYMENH, 1996. ISBN 80-86-005-12-7.

HORSTER, Detlef. *Jürgen Habermas. Úvod k dílu*. Praha: Svoboda, 1995.  
ISBN 80-205-0467-2.

LASICA, Joseph D. *What is participatory journalism?* [online]  
Dostupné z WWW: <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>> (cit. 2011-01-21).

MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-246-0905-3.

MÜLLER, Karel B. *Evropa a občanská společnost. Projekt evropské identity*. Praha: Slon, 2008. ISBN 978-80-86429-84-7.

RAWLS, John. The Idea of Public Reason Revisited. In TÝŽ. *Collected Papers*. Cambridge. Massachusetts: Harvard University Press, 1999, s. 573–615.  
ISBN 0-674-1379-6.

RICOEUR, Paul. *Myslet a věřit*. Praha: Kalich, 2000a. ISBN 80-7017-421-8.

RICOEUR, Paul. *Lectures I. Autour du politique*. Paris: Le Seuil, 1991. ISBN 2-02-036488-3.

RICOEUR, Paul. *The Just*. Chicago: University of Chicago Press, 2000b.  
ISBN 978-0-226-71340-3.

SCHMITT, Carl. *Pojem politična*. Praha: OIKOYMENH, 2007. ISBN 978-80-7298-127-4.

THOMPSON, John B. *Média a modernita*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0652-6.

TOCQUEVILLE, Alexis de. *Demokracie v Americe II*. Praha: NLN, 1992.  
ISBN 80-7106-051-8.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

WITSCHGE, Tamara. *Street journalists versus 'ailing journalists'*. [online]  
Dostupné z WWW:  
<<http://www.opendemocracy.net/article/street-journalists-as-an-answer-to-ailing-journalism>>  
[cit. 2011-01-21].

ZNOJ, Milan. Meze veřejného rozumu v Rawlsově podání. In HRUBEC, Marek (ed.). *Demokracie, veřejnost a občanská společnost*. Praha: FILOSOFIA, 2004, s. 25–45.  
ISBN 978-80-86429-40-3.

(Mgr. Vojtěch Mašek, Ph.D. se zabývá filosofií vzdělávání, politiky a médií, v minulosti se věnoval projektům EU v oblasti webové žurnalistiky a e-learningu, v současnosti působí jako lektor anglického jazyka na Matematicko-fyzikální fakultě Univerzity Karlovy.)