

ACTA POLITOLOGICA

www.acpo.cz

INTERNETOVÝ RECENZOVANÝ ČASOPIS

2010 | Vol. 2 | No. 1 | ISSN 1803-8220



McCOMBS, Maxwell (2009). *Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál. 256 s. ISBN 978-80-7367-591-2.

RECENZE JANA KŘEČKA

Tento článek podléhá autorským právům, kopírování a využívání jeho obsahu bez řádného odkazování na něj je považováno za plagiátorství a podléhá sankcím dle platné legislativy.

Internetový recenzovaný časopis vydává Univerzita Karlova v Praze,
Katedra politologie Institutu politologických studií Fakulty sociálních věd.

Acta Politologica | Katedra politologie | Institut politologických studií | Fakulta sociálních věd |

Univerzita Karlova v Praze | U Kříže 8 | 158 00 Praha 5 – Jinonice

www.acpo.cz | acpo@fsv.cuni.cz | +420 251 080 214

McCOMBS, Maxwell (2009). *Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál. 256 s. ISBN 978-80-7367-591-2.

„Média nemusejí být schopna určovat, **co** si lidé mají myslet, ale jsou úspěšná v určování, **na co** mají lidé myslet“. Tato věta z publikace *The Press and Foreigner Policy*¹ z počátku šedesátých let je dodnes nepřekonanou a často uváděnou minimální definicí **teorie agenda settingu** (nastolování agendy). Autorovi tohoto citátu Bernardu Cohenovi však bývá status „otce zakladatele“ teorie přičítán málokdy – spíše ho nacházíme na konci řady inspiračních předchůdců.

Šance chopit se teorie, která v šedesátých letech „visela ve vzduchu“, využili plně až Maxwell McCombs a Donald Shaw, dva mladí vyučující na School of Journalism severokarolínské univerzity. Pronikavý Cohenův postřeh (resp. jeho druhou polovinu) operacionalizovali ve srovnávací studii, která se na pozadí amerických prezidentských voleb v roce 1968 věnovala mediálním a veřejným tématům. Když pak v časopise *Public Opinion Quarterly* publikovali v roce 1972 výsledky, které potvrdily soulad mezi oběma tematickými seznamy, zajistili si tak zasloužené prominentní místo v historii společenských (mediálních, komunikačních, ale i politických) věd.

Jejich známý a od té doby nesčetněkrát citovaný výzkum z Chapel Hill² zavedl do vědy o médiích (a zejména o mediálních účincích) již svým názvem (*The agenda-setting function of mass media*) nový teoretický koncept – agenda setting. Jestliže po více než třiceti letech vydává první z původních autorů monografii s takto stručným názvem, není pochyb, že se bude ohlížet a bilancovat – a my s ním.

Počáteční úvaha nebyla příliš komplikovaná – média věnují (mohou věnovat) svou zprostředkovatelskou pozornost jen některým tématům, událostem a aktérům. Lidé značnou část informací o světě, tedy o tématech, událostech a aktérech, získávají z médií. Neviditelné pro média zůstane do značné míry skryto i veřejnosti, ale to, co je médii zviditelněno, bude následně vnímáno i jako důležité.

Potvrzení této hypotézy slibovalo v šedesátých letech významné důsledky: konec zhruba dvacetiletého období představ o žádných či minimálních účincích médií. A McCombs se Shawem tuto hypotézu potvrdili – soulad mezi pořadím témat v médiích (tzv. *mediální agenda*, data získaná kvantitativní obsahovou analýzou) a pořadím vnímané důležitosti témat u nerozhodnutých voličů (*veřejná agenda*, průzkumy veřejného mínění) se ukázal jako dokonalý. Pak už jen stačilo data srovnávat opakovaně a byl v tomto případě jasný i směr nastolování témat (od médií k voličům, pochopitelně).

¹ COHEN, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press. ISBN-10 087772346X. ISBN-13 978-0877723462.

² McCOMBS, M.; SHAW, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 36, pp. 176-187.

Začátkem sedmdesátých let tak do sebe vše pěkně zapadlo, nově zrozený teoretický koncept se skvěle doplnil se svými vrstevníky, zejména s **news values** Galtunga a Ruge³ (zpravodajské hodnoty, tedy jakési vlastnosti či parametry událostí, které rozhodují o mediální pozornosti a přeměně těchto událostí ve zprávy) a **spirálou mlčení** Noelle–Neumann⁴ (umocněné účinky nastolování agendy). Spuštěná vlna výzkumů přišla s řadou dalších zjištění na poli mediálních obsahů a jejich účinků na veřejné mínění – např. Funkhouser⁵ snáší hned vzápětí (1973) důkazy, že vztah mezi mediální agendou a veřejnou agendou je sice silný, ale vztah obou agend ke „skutečné“, tedy před- či mimomediální realitě je více než volný (pozornost a vnímání důležitosti vietnamské války v amerických médiích a veřejnosti vůbec neodpovídaly průběhu bojů na vietnamské či domácí americké frontě). Logicky tedy přichází otázka Kdo (a jakými prostředky) nastoluje agendu médií? K mediální a veřejné agendě přibývá agenda politická (později i agenda korporátní) a další a další výzkumy se zaměřují na rozplétání směrů ovlivňování jedné agendy druhou (druhými). Jako poslední je identifikována agenda intermediální (týkající se tzv. pseudoudálostí, pořádaných hlavně pro média či médii samotnými; např. debat v médiích), kdy jsou zdrojem pro mediální agendu média sama (později už se nejedná jen o „pseudoudálosti“ a jejich roli ve zpravodajství či publicistice; co například upoutalo největší pozornost kanadských médií k tématu holokaustu v osmdesátých a devadesátých letech? Film Schindlerův seznam).

Obsahu předchozích odstavců zhruba odpovídá obsah prvních čtyř (možná čtyř a půl) kapitol recenzované publikace (1. Ovlivňování veřejného mínění, 2. Skutečnost a zprávy, 3. Jak probíhá nastolování agendy, 4. Proč dochází k nastolování agendy a část kapitoly 5. Obrazy v naší hlavě). Ty tvoří nejrozsáhlejší část knihy a její těžiště. McCombs již v předmluvě hrdě uvádí, že do dnešního dne byly publikovány více než čtyři stovky empirických výzkumů na téma agenda setting. A ať již se jedná o výzkumy řady jeho texaských a severokarolínských studentů a studentek, nebo o jeho následovníky a následovnice třeba až z Japonska či Jižní Afriky, autor knihy nenechává své čtenáře a čtenářky na pochybách, že má o jejich výzkumech dlouhodobý a podrobný přehled a jejich výsledky mu zde slouží k častému a názornému ilustrování, dokladování a dokazování.

Prvních čtyři pět kapitol tak přináší dobrý přehled historie výzkumů agenda setting a i když autor sám upozorňuje, že výzkumné úsilí nijak koordinováno nebylo a jednotlivé fáze (on sám jich rozlišuje pět) na sebe nenavazovaly, lze v jeho výkladu vytušit i logickou chronologii.

Text je zatím psán srozumitelným, nepříliš komplikovaným jazykem, občas se objeví i humorný moment („proč je nebezpečnější sledovat v televizi film Čelisti než si jít zaplavat do moře“), k žánru bilanční knihy otce-zakladatele asi patří i několik těch „historek z natáčení“ („v jakém hotelu a nad jakými nápoji se počátkem roku 1967 sešlo několik mladých akademiků/ček, aby položili základy“).

³ GALTUNG, J.; RUGE, M. (1965). The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*. Vol. 1, pp. 64-90.

⁴ NOELLE–NEUMANN, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*. Vol. 24, pp. 24-51.

⁵ FUNKHAUSER, R. (1973). The issues of the sixties. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 37, pp. 62-75.

Historie mediálních studií samozřejmě nekončí sedmdesátými či osmdesátými léty a teoretickým konceptem nastolování agendy, objevují se nové komplexní teorie, např. kulturní studia (*cultural studies*) či později teorie (mediálních) diskurzů (*discourse studies*), ať zmíníme pro oblast promýšlení mediálních účinků alespoň ty nejvlivnější. Při vzpomínce na původní Cohenův výrok – ono možná půjde věnovat se i jeho první části, nazrává tedy čas a ambice zkusit zkoumat i to, **jak** lidé (při mediální komunikaci a o mediovaném) uvažují. Zdá se, že pro pohyb na tomto výzkumném poli je přístup agenda setting se svým zaměřením (především) na mediální obsahy příliš omezený. Jeho protagonisté to však nevzdávají a pokoušejí se o „upgrade“, vzniká tzv. **agenda-setting druhého stupně (second level)**.

Tomuto pokusu se věnují další dvě kapitoly (6. Nastolování agendy atributů a rámcování a 7. Utváření mediální agendy), v nichž se McCombs pokouší nová zjištění na poli komunikačních výzkumů „začlenit do kontextu teorie agenda-setting“ (s. 136 a koncept framingu), příp. zavést jim paralelní termíny (např. „atributy“, „přesvědčivé argumenty“). I mediálními studii nepřilíš vyškolený/á čtenář/ka si při čtení těchto dvou kapitol všimne, že logická chronologie bohužel mizí, citace z výzkumů nepřinášejí nic moc nového, neustálého uvádění jejich výsledků v rozsahu mezi 0 a 1 (tzv. „korelační koeficient, často používaný v této knize“, s. 189) a odkazů na Chapel Hill už je příliš mnoho! Bludné zacyklení zde bezděčně přiznává i sám autor: v závěru šesté kapitoly se mu zdá „ironické“, že ho uvažování o rámcování a agendě atributů vrátilo až do „čtyřicátých a padesátých let“.

Namísto tohoto návratu se však pokouší o opačný směr, kterým stanovuje abstraktní výhled do „třetí úrovně“, v němž by agenda-setting měl sloužit jako výkladová teorie pro „oblasti ležící mimo oblasti veřejných záležitostí a masové komunikace“. Tato závěrečná kapitola, zmiňující v mezititulcích „přenosy kultury“ a „sociální role“, má pouhých čtrnáct stran a je recenzenty a recenzentkami nejkritizovanější částí celé knihy. Autor se sice pokouší o optimistický závěr citací Sherlocka Holmese (!) „Pojďme, **hra právě začíná**“, věrohodnosti mu však ubírá fakt, že již v úvodu knihy byli čtenáři a čtenářky přesvědčováni, že „řečeno s Sherlockem Holmesem, díky úspěchu výzkumu z Chapel Hill z roku 1968 je **hra v plném proudu**.“

Na místě je tak úvaha zcela opačná: vzpomeneme-li převratné technologické změny v médiích posledních dvou desetiletí, zmnožení kanálů pro veřejnou komunikaci a její nové směry, amaterizaci produkce mediálních obsahů a zvýšenou aktivitu publik při jejich výběru, odmasovění mediální komunikace, k němuž dochází zvláště v prostředí nových, síťových médií, není na místě položit si otázku, zda se náhodou „**hra nechýlí ke konci**“? Ke cti autora budiž řečeno, že se této možnosti (byť ne takto explicitně formulované) opatrně věnuje v Doslovu.

Odmyslíme-li si několik překladatelských nedůsledností (např. nevysvětlený „designovaný řidič“ či „gestalt kvality“), pak na českém vydání z produkce nakladatelství Portál upoutá zejména obálka. Neopakuje se sice děsivý případ českého vydání studie Hallina a Manciniho (jejich Comparing Media Systems zde vyšlo pod názvem *Systémy médií*

v *postmoderním světě*⁶, čímž bylo dosaženo dokonalého rozporu mezi názvem knihy a jejím obsahem), přesto jsou informace o obsahu knihy na její obálce mimořádně zavádějící: ať už se jedná o tvrzení, že „knihy se mimo jiné snaží odpovědět na otázku, proč mediální pracovníci vyzvedávají převážně tzv. černou kroniku“ nebo o označení McCombsova přístupu jako přístupu „kritického“.

I tak je samozřejmě skvělé, že kniha *Setting the Agenda* v českém překladu vyšla. Ocení ji zejména domácí protagonisté a protagonistky tohoto modelu (až teorie) v mediálních studiích – a jejich studenti a studentky, samozřejmě. Pro ostatní, i mimo mediální studia se nacházející a v politologii zvláště, zůstávají mediální obsahy důležitým rezervoárem primárních dat a využití modelu agenda setting je jednou z dobrých cest k jejich získání. K tomu by však potřebovali i nějakou metodickou příručku, publikaci méně teoreticko-samoobhajobnou a více empiricko-návodnou.

Bibli bychom už měli, teď ještě nějakou kuchařku, prosím.

Jan Křeček⁷

⁶ HALLIN, D.C.; MANCINI, P. (2008). *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-377-2.

⁷ PhDr. Jan Křeček, Ph.D. je odborným asistentem na katedře mediálních studií Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze. Kontakt: krecek@fsv.cuni.cz