
Obsah

Předmluva	9
1. Úvod	13
2. Média a žurnalistika – co jsou a nejsou	15
2.1 Pár definic na začátek	15
2.2 Proč studovat dějiny žurnalistiky	17
2.3 Média, žurnalisté, moc a vliv	26
2.4 Společnost a média	37
3. Epocha přelomu (1989–1992)	43
3.1 Vývoj české společnosti po roce 1989	43
3.1.1 Listopad 1989 – převrat hodnot	43
3.1.2 Vyrovnání se s komunistickou minulostí	48
3.2 Trendy v české žurnalistice po roce 1989	51
3.2.1 Objektivní faktory	52
3.2.1 Subjektivní faktory	53
4. Politika a média v novém státě (1993–1996)	57
4.1 Politické a společenské souvislosti	57
4.1.1 Dělení česko-slovenské federace (1992–1993)	57
4.1.2 Kupónová privatizace	60
4.2 Žurnalistika vzestupu (1993–1996)	64

5. Epocha procitnutí (1996–2002)	69
5.1 Politické a společenské předpoklady, ekonomická krize	69
5.1.1 Sarajevský atentát	70
5.1.2 Nástup Miloše Zemana	76
5.1.3 Hodnotová revoluce	76
5.1.4 Opoziční smlouva	78
5.1.5 Novináři a politika	82
5.1.6 Impulsy a televizní krize	86
5.2 Žurnalistika let 1997–2002	96
5.2.1 Obecné proměny mediálního prostředí	96
6. Žurnalistika dozrávání (2003–2006)	101
6.1 Politické a společenské předpoklady	101
6.1.1 Účelová koalice	103
6.1.2 Causa TV Nova	104
6.1.3 Volba presidenta ČR	113
6.1.4 Permanentní vládní krize	114
6.1.5 Česká společnost před volbami v roce 2006	116
6.2 Struktura médií v letech 2003–2006	119
6.2.1 Obecná charakteristika	119
6.2.2 Bulvarizace seriózních médií	120
6.2.3 Investigativní žurnalistika	123
7. Nové výzvy (2006–2010)	127
7.1 Politické změny po parlamentních volbách 2006	127
7.2 Česká žurnalistika a média v letech 2006–2010	128

8. No future? (2010–2013...)	133
8.1 Pád do dluhové pasti	133
8.2 Církevní restituce	136
8.3 Konec ideologií?	139
8.4 Prezidentská volba a média	145
8.5 Nástup internetových médií	154
8.6 Nové paradigma	156
(Post)postscriptum	161
Závěr	165
Použité zkratky	168
Vybrané klíčové pojmy	169
Literatura	171

žvčich se trázemí o vřádnosti žurnálistky, o potřebě „odprášeného“ mediálního působení, o nutnosti média na jedné straně přivázat, na druhé všemparně regulovat. Tito „mediální odborníci“ opouští iker od dvířek, otuž se navzáem a obřázejí konferencí a seminářích v postu, jejichž cíem je spíše sofistickovaně vypadat, než snad něco přerouchnout, opravdu říci.

Petr Žantovský se snaží, aby ho tento proud nestihl. Snaží se o to s maximálními úsilím, a proto se od ostatních představitelů svého oboru odlišuje. Nepřipisuje médiím demagogický a vyučový význam, snaží se prokázat, že pravidla platná v jiných oborech by měla platit i u medií. Proto vždy důsledně odlišuje, naučí k o státním (o veřejném) či privátním sektoru, proto nemá regulační choutky, proto čteří z žurnálistů na nařazenou kástru. Daleko více se zamýšlí nad tím, oč dělá média s námi, jak za všim, oč se nám v nich prezertuje, byvá nějaký zájem. Ne vždy nejčistší.