

KAROLINUM

Jan Jirků

Žurnalistická profese 2.0

Žurnalistická profese 2.0

Jan Jirků

Recenzovali: PhDr. Daša Nováčiková, Ph.D.
Prof. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

Tato monografie vznikla v rámci systému podpory fakultních monografií
Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy.

Její vznik byl podpořen programem Progres Q18 „Společenské vědy:
od víceborovosti k mezioborovosti“.

Vydala Univerzita Karlova
Nakladatelství Karolinum
Ovocný trh 560/5, 116 36 Praha 1
Praha 2020
Redakce Arna Kubelková
Grafická úprava Jan Šerých
Sazba DTP Nakladatelství Karolinum
Vytiskla tiskárna Nakladatelství Karolinum
Vydání první

© Univerzita Karlova, 2020
Text © Jan Jirků, 2020

ISBN 978-80-246-4610-7
ISBN 978-80-246-4640-4 (pdf)



Univerzita Karlova
Nakladatelství Karolinum

www.karolinum.cz
ebooks@karolinum.cz

Obsah

Seznam schémat, obrázků a grafů	7
Úvod	9
1. Problematika žurnalistiky v éře mediální konvergence a její teoretická východiska	13
1.1 Termín „nová média“ a jeho užití v textu	14
1.1.1 Médium	15
1.1.2 Významová hierarchie pojmů označujících typy médií vzniklých v poslední etapě jejich vývoje	16
1.1.3 Nová média	17
1.1.4 Limity využití termínu nová média	19
1.1.5 Multimédia a transmédia	21
1.1.6 Digitální média	22
1.1.7 Online média	24
1.1.8 Významové vztahy mezi pojmy multimédia, digitální média a online média	24
2. Konceptualizace aktuálních vývojových trendů médií a žurnalistiky	26
2.1 Mediacce a medializace	26
2.2 Remediace	27
2.3 Mediální logika	29
2.3.1 Rutiny, komunikační rutiny a mediální rutiny	30
2.3.2 Mediální logika a mediální formáty z pozice profesionálních podavatelů mediálních sdělení	31
2.3.3 Mediální logika a mediální formáty z pozice příjemců mediálních sdělení	32
2.3.4 Proměny mediální logiky v éře takzvaných nových médií	32
2.4 Medializace internetu a internetizace masových médií	35
2.4.1 Internet jako médium a jako masmédium	35
2.4.2 Medializace internetu	36
2.4.3 Změny v mediální logice zapříčiněné medializací internetu	37

2.4.4	Internetizace masových médií	41
2.4.5	Limity přístupu Leopoldiny Fortunatiové k medializaci internetu a internetizaci masových médií	43
2.5	Mediální konvergence a mediální hybridizace	43
2.5.1	Mediální konvergence	44
2.5.2	Typy mediální konvergence	45
2.5.3	Časový přesah konceptu mediální konvergence mimo aktuální etapu mediálního vývoje	49
2.5.4	Mediální hybridizace	50
2.5.5	Mediální konvergence versus mediální hybridizace	51
2.6	Provázanost dvojice konceptů mediální konvergence a mediální hybridizace s dvojicí konceptů medializace internetu a internetizace masových médií	52
2.7	Teorie sítě aktérů	54
2.8	Koncept mediální logiky v kontextu teorie sítě aktérů	56
2.9	Souhrn dopadů aktuálního mediálního vývoje na každodenní novinářskou práci	57
3.	Vybrané dopady medializace internetu a internetizace masových médií na práci českých novinářek a novinářů	58
3.1	Zahraniční výzkumy vlivu medializace internetu a internetizace masových médií na novinářky a novináře	60
3.1.1	Shodné rysy zahraničních výzkumů a odlišnosti mezi nimi	63
3.2	Metodika vlastního výzkumu	64
3.2.1	Dotazníkové šetření	65
3.2.2	Polostrukturované rozhovory	67
3.3	Představení a rozbor výsledků výzkumu	68
3.3.1	Základní charakteristika respondentů	68
3.3.2	Uplatňování crossmediální strategie s ohledem na projevy novinářské a prezentační konvergence	70
3.3.3	Projevy ergonomické konvergence	75
3.3.4	Zavádění technologických novinek a jejich akceptace ze strany novinářů	78
3.3.5	Používání šablonovitých softwarových publikačních systémů	83
3.3.6	Školení zaměřená na práci s technologiemi	84
3.3.7	Nakládání se zpětnou vazbou	86
3.3.8	Dobře odvedená práce	88
3.4	Zodpovězení výzkumných otázek	89
	Závěr	91
	Summary	94
	Použitá literatura	97

Seznam schémat, obrázků a grafů

Schéma 1 – Významová hierarchie vymezovaných základních pojmů	16
Schéma 2 – Vzájemné ovlivňování tzv. tradičních a tzv. nových médií v procesech medializace internetu a internetizace masových médií	42
Schéma 3 – Predikce mediálního vývoje z pohledu konceptů mediální konvergence a hybridizace	52
Schéma 4 – Provázanost dvojice konceptů mediální konvergence a mediální hybridizace s dvojicí konceptů medializace internetu a internetizace masových médií	53
Graf 1 – Věková struktura respondentů	68
Graf 2 – Primární působiště respondentů podle typu redakce	69
Graf 3 – Primární působiště respondentů podle typu média	69
Graf 4 – Počet uvedených publikačních platforem	71
Graf 5 – Počet uvedených vykonávaných činností	73
Graf 6 – Možnost práce z domova	74
Graf 7 – Možnost práce z domova podle typu média	76
Graf 8 – Sdílení pracovního prostoru	77
Graf 9 – Hodnocení tempa technologického vývoje	79
Graf 10 – Osobní vztah k technologickým novinkám	80
Graf 11 – Osobní vztah k technologickým novinkám podle věkových kategorií	82
Graf 12 – Osobní vztah k technologickým novinkám podle pohlaví	82
Graf 13 – Používání šablonovitých softwarových publikačních systémů	83
Graf 14 – Používání šablonovitých softwarových publikačních systémů podle typu média	84
Graf 15 – Frekvence školení věnovaných novým technologiím	85
Graf 16 – Kanály zpětné vazby	87
Graf 17 – Dobře odvedená práce	88

Úvod

*„V sociálních a kulturních dějinách médií od Gutenbergovy éry, jako ostatně v sociálních a kulturních dějinách všech odvětví, musí být každá poslední kapitola považována za nedokončenou“
(Briggs a Burke 2009, s. 275).*

Aktuální vývojové trendy médií a žurnalistiky se vyznačují neustáleností, časovou neohraničeností a limitovanou definovatelností. Pro jejich současnou vývojovou fázi se vžívá označení stav toku (Kolodzy 2009, s. 32; O'Sullivan a Heinonen 2008, s. 357; Pavlik 2008, s. 131; Spyridou et al. 2013, s. 77), avšak objevují se dokonce tvrzení, že nejde jen o stav toku, nýbrž i zmatku (Deuze 2007, s. 42; Kolodzy 2009, s. 32). Počátek prozatím poslední epochy mediálního vývoje, jinými slovy éry takzvaných nových médií či éry mediální konvergence, sice lze datovat – považuje se za něj doba, kdy systémy sloužící k doručování obsahu příjemcům, které se radikálně odlišují od takzvaných tradičních médií, zejména od tištěných médií, rozhlasu a televize, začaly v polovině 90. let 20. století přebírat jejich funkci a nabývat masového rozšíření (Breen 2007, s. 55 a 57) –, nicméně datum jejího konce i její budoucí evoluci lze jen nepřesně odhadovat a odvozovat z vývoje předchozího, jelikož některé ze stále probíhajících trendů se mohou zrychlovat a jiné zpomalovat nebo zcela zastavit (Grant 2009, s. 15).

Třebaže éra takzvaných nových médií trvá již přinejmenším dvacet let, tedy od chvíle, kdy tato média začala být masově dostupná (Breen 2007, s. 55 a 57), dosud se ve vědeckém diskurzu nepodařilo sjednotit výklad vztahující se k aktuálním vývojovým trendům. Významnou část

monografie proto tvoří pojednání o koexistujících procesech medializace internetu a internetizace masových médií, a to v kontextu procesů mediace, medializace i remediace. Pozornost je věnována také jejich porovnání s procesy mediální konvergence a mediální hybridizace. Lze totiž vysledovat přinejmenším propojenost medializace internetu a mediální konvergence, ale také internetizace masových médií a mediální hybridizace, dokonce by bylo možné tvrdit, že jde v obou případech jen o dvě různá označení téhož procesu. Zmíněny jsou rovněž důsledky těchto procesů.

Dopady medializace internetu a internetizace masových médií, popřípadě mediální konvergence a mediální hybridizace, které se projevují v oblasti médií a žurnalistiky, je možné analyzovat v souladu s tradicí čtyř pilířů výzkumu médií zaprvé v rovině organizací věnujících se produkci informací včetně personálních aspektů, zadruhé publika a zatřetí obsahu produkovaných sdělení, případně začtvrté jeho dopadu čili účinků (Deuze 2004, s. 144–148; Jensen 2012a, s. 67–68; Jirák a Köpplová 2007, s. 11–13; Siapera 2012, s. 132). Zkoumání účinků však není nutné vyčleňovat jako samostatný pilíř, lze je přiřadit k výzkumům příjemců, jak navrhuje Eugenia Siaperová (2012) nebo Klaus Bruhn Jensen (2012a). Ten ovšem k pilířům organizace, publika a obsahu přidává ještě pilíř kontextu komunikačního procesu, k němuž řadí kontext společenský, kulturní a historický (Jensen 2012a, s. 67–69). Výzkumy zabývající se pouze tímto pilířem by nicméně snadno opouštěly oblast médií a žurnalistiky.

Při bádání vycházejícím z některých výše zmíněných pilířů je nezbytné počítat jak s dynamikou proměn, jimiž mediální sféra prochází, tak s časovou neohraničeností sledovaného úseku a vyvarovat se přehnaně ambiciózních tendencí popisovat a klasifikovat sledované znaky, jevy či procesy v celé jejich šíři s cílem přiznávat předkládaným tvrzením obecnou platnost. Výzkum, jenž byl realizován za účelem přispět k poznatkům o tom, jak se procesy medializace internetu a internetizace masových médií projevují v české mediální krajině, a jehož bližší představení i výsledky jsou součástí této knihy, se proto soustředil výhradně na rovinu organizační, konkrétně na dopady procesů medializace internetu a internetizace masových médií na práci novinářek a novinářů.

Interpretace výsledků bádání jsou s ohledem na stanovenou metodiku nutně spjaty s osobou výzkumníka a s jeho osobnostními rysy (Berger 2014, s. 26–27; Hendl 2016, s. 48; Jensen 2012b, s. 266). Záleží proto rovněž na tom, z jakého paradigmatu výzkumník vychází. V případě problematiky aktuálních vývojových trendů v oblasti médií a žurnalistiky se jako možné východisko pro jejich vědecké nahlížení nabízí dle Petera Dahlgrena (1996, s. 60) buď kybereuforické paradigma, které je výrazně

technologicky deterministické až technooptimistické, neboť spatřuje v technologiích a jejich vývoji prostředek k posilování demokracie, nebo paradigma kyberdystopické, jež naopak o technologiích tvrdí, že jsou samy o sobě devastující, ale vyznačuje se i kritičností k technologickému pokroku a jeho projevům ve vztahu mezi společností a médií, protože předpokládá, že i nově vznikající technologie slouží primárně mocenským elitám k udržování jejich pozic a posilování statu quo. Není ovšem nevyhnutelné se takto paradigmaticky vyhraňovat. Další možnou cestu, po níž se vydává i tento text, nabízí interpretativní paradigma, které je založeno na předpokladu, že členové společnosti jsou schopni definovat společenské situace, komunikovat o nich s ostatními členy, vyjednávat o nich, a zapojovat se tak do chodu společnosti jako celku (Fuchs 1992, s. 197). Poznatky o fungování společnosti (a neoddělitelně také médií ve vztahu ke společnosti) se v souladu s interpretativním paradigmatem nacházejí právě v interpretacích společenských situací jejich aktéry (ibid.), slovy Stephana Fuchse (ibid., s. 200) v hovorech s nimi o sociálních sítích. V teoretické rovině se proto výklad opírá mimo jiné o teorii sítí aktérů. Tu lze bezpochyby označit za interpretativní, neboť se zaměřuje na nahlížení vztahů mezi aktéry, a to jak živými, tak neživými, kteří spolupůsobí v síti a vyjednávají mezi sebou o svých rolích a pozicích, jež v ní zastávají (Dickinson, Matthews a Saltzis 2013, s. 5; Latour 2005, s. 46; Spyridou et al. 2013, s. 79; van Dijck 2013, s. 26). Síť v tomto případě, jak o ní uvažují tvůrci teorie Michel Callon, Bruno Latour a John Law (Latour 2005, s. 10; van Dijck 2013, s. 26), pochopitelně neznamená pouze celosvětovou internetovou síť, ta však může posloužit jako příklad.

K pochopení vyvíjejících se vazeb v sítích aktérů přispívá ve své aktualizované verzi, kterou lze označit jako multimediální logika či online mediální logika (cf. Deuze 2004; Deuze 2007; Oblak 2005), koncept mediální logiky, jenž byl vymezen autorskou dvojicí David L. Altheide a Robert P. Snow v roce 1979. Zároveň se o něj opírá také vymezení procesů medializace internetu a internetizace masových médií i koncept mediální hybridizace. Na změny v mediální logice, tedy médií využívaných způsobech komunikace při prezentaci a předávání informací příjemcům (Altheide a Snow 1979, s. 10; 1991, s. 8), zapříčiněné nástupem a rozvojem takzvaných nových médií, tato kniha poukazuje také.

Hlavním posláním této monografie je přispět k poznání v diskurzu zformovaném kolem problematiky takzvaných nových médií, jehož kapacita zdaleka – a v českém prostředí zvláště – není vyčerpána. Usiluje o otevření cesty ke zjištění, jak medializace internetu a internetizace masových médií skutečně dopadá na práci novinářek a novinářů

působících v české mediální krajině, která se vyznačuje, podobně jako ostatní mediální krajiny, svými specifiky (Jiráková a Trampota 2008, s. 15–21), tedy jaké důsledky zanechávají aktuální vývojové trendy, jichž jsou oba tyto procesy součástí, na práci tuzemských novinářek a novinářů. Vedle toho věnuje prostor diskusi o nejednotné terminologii užívané v souvislosti s takzvanými novými médii a prostor pro její utřídění. Jde přitom o upravenou a rozšířenou verzi autorovy dizertační práce nazvané *Dopady medializace internetu a internetizace masových médií na práci českých novinářek a novinářů*, která byla obhájena v červnu 2018.

1. Problematika žurnalistiky v éře mediální konvergence a její teoretická východiska

Leopoldina Fortunatiová obohatila v roce 2005 diskurz zaměřený na takzvaná nová média o pojmenování a popis dvou nejen doplňujících, ale i prolínajících se dimenzí důsledků koexistence internetu a ostatních médií, která mu vývojově předcházela. Zohlednila přitom i historický vývoj těchto dopadů od doby, kdy bylo možné započít s úvahami o internetu jako o médiu, až po dobu vydání její stati. Ačkoliv některá dílčí zjištění Fortunatiové už s postupujícím vývojem takzvaných nových médií zastarávají, či dokonce pozbývají platnosti, koncepty medializace internetu a internetizace masových médií v obecné rovině nadále vystihují přetrvávající vymezení pozic jednotlivých médií jak ve vztahu k jejich uživatelům a ke společnosti jako celku, tak i na mediálním trhu.

Dvojici procesů medializace internetu a internetizace masových médií nelze vnímat odděleně od procesů mediace, medializace a remediace, ale ani od konceptu mediální logiky, jelikož na ně navazuje. Zároveň je přinejmenším vhodné vzít v potaz i koncepty, které vznikly souběžně s příspěvkem Leopoldiny Fortunatiové k tématu aktuálních vývojových trendů médií, případně později. Zabývají se totiž touž problematikou, přičemž nabízejí jak doplnění autorčiných poznatků, tak i alternativní hlediska. Proto jsou nejprve přiblíženy procesy mediace, medializace i remediace a koncept mediální logiky, o něž se opírá vymezení procesů medializace internetu a internetizace masových médií i koncept mediální hybridizace. Následně jsou prezentovány procesy medializace internetu a internetizace masových médií. Tyto dva doplňující se, ale i prolínající se koncepty jsou posléze podrobeny porovnání s různě formulovanými koncepty mediální konvergence a mediální hybridizace, jež jsou v knize rovněž představeny. Dále je nabídnut výklad věnovaný propojení teorie

sítí aktérů s již zmíněným konceptem mediální logiky. V kontextu těchto teoretických konceptů jsou posléze rozebrány aspekty, které prověřoval provedený výzkum, tedy dopady medializace internetu a internetizace masových médií na práci novinářek a novinářů působících v médiích spadajících do české mediální krajiny.

Přestože důsledky medializace internetu a internetizace masových médií, popřípadě mediální konvergence a mediální hybridizace, které se projevují v oblasti médií a žurnalistiky, je možné analyzovat v souladu s výzkumnou tradicí čtyř pilířů výzkumu médií v rovině 1) organizací, jež se věnují produkci informací, včetně personálních aspektů, 2) publika, 3) obsahu produkovaných sdělení nebo 4) jeho dopadu čili účinků (Deuze 2004, s. 144–148; Jensen 2012a, s. 67–68; Jiráková a Köpplová 2007, s. 11–13; Siapera 2012, s. 132), nebylo by v silách jedině všechny tyto dopady postihnout, natož ve větší komplexnosti. Podrobnějšímu zkoumání proto byla podrobena oblast novinářů působících v médiích (v organizacích) spadajících do české mediální krajiny, tedy část pilíře zvaného organizace. V jejím rámci se bádání soustřeďovalo na tyto okruhy: 1) vliv technologické konvergence na každodenní novinářskou práci a postoje novinářů k probíhající technologické konvergenci (na příkladech zapojování technologických inovací do každodenní novinářské práce i vnímání nových technologií ze strany novinářů, ale také proměn způsobu šíření zpětné vazby ze strany příjemců směrem k novinářům), 2) projevy prezentační konvergence (na příkladu crossmediálního způsobu šíření obsahů produkovaných novináři), 3) projevy ergonomické konvergence (na příkladu sdílení pracovního prostoru i možnosti práce z domova) a 4) představy novinářů o tom, co je podle nich dobře odvedená práce (s ohledem na novinářskou a procesní konvergenci).

1.1 Termín „nová média“ a jeho užití v textu

Termín nová média vyvolává akademické diskuze o své přesnosti a výstižnosti. V textu se s tímto pojmem operuje, ale je před něj v celém díle představen atribut takzvaná. Důvody, proč je tak činěno, si nepochybně zaslouží vysvětlení.

Éra takzvaných nových médií s plynoucím časem stále dostupnějších masám sice trvá již přinejmenším dvacet let (Breen 2007, s. 55 a 57) a podnítila etablování vědeckého diskurzu zaměřeného na tuto etapu mediálního vývoje, ale dosud se v tomto odvětví nepodařilo sjednotit používané termíny a jejich definice. Kontroverze budí už sám ústřední

pojmem nová média, zejména přívlastek nová. Přesto se běžně v odborných textech používá, což může vést k jejich nepřesné interpretaci, protože neexistuje jednoznačná shoda, co přesně nová média jsou. Navíc dochází i k mísení tohoto pojmu s termíny multimédia, případně transmédia, digitální média a online média, jejichž definice jsou konkrétnější a ustálenější, popřípadě také k jejich neopodstatněnému zaměňování. Objevují se i tendence nahrazovat ho termínem konvergentní média. V důsledku těchto terminologických nesrovnalostí se zmatečnost, jak o ní v případě aktuálního vývoje médií a žurnalistiky uvažují Mark Deuze (2007, s. 42) nebo Janet Kolodzyová (2009, s. 32), může snadno přenášet také do příslušného vědeckého diskurzu. K tomuto stavu napomáhá i obliba problematiky mimo odborné kruhy, vzniká o ní nesčetné množství neakademických textů, u nichž by bylo příliš puritánské vyžadovat přesné dodržování terminologie, natož když není ujednocena ani v textech odborných. Tyto neakademické texty se ovšem mohou stávat zdroji pro akademické texty, pak záleží na tom, do jaké míry ten, kdo s nimi pracuje, předkládanou terminologii kompletně převezme, a to i s případnými nedostatky. V této podkapitole je proto nabídnuto vymezení termínu nová média, a sice v kontextu pojmů, o něž se opírá nebo s nimiž bývá zaměňován, včetně příslušné diskuze.

1.1.1 Médium

Při vymežování pojmu médium jako základního stavebního kamene pro odvozování dalších pojmů je vhodné vycházet z překladu slova *medium* z latiny do češtiny. V případě odvození je před elementární jednoslovný termín, přesněji před jeho podobu v plurálu, umístěn vždy nějaký přívlastek nebo předpona. Médium v obecné rovině představuje vše, co je prostředníkem či zprostředkovatelem čehokoliv (Jirák a Köpplová 2009, s. 36; Reifová et al. 2004, s. 139–140). Pokud se s termínem médium operuje v oblasti komunikace, je nevyhnutelné toto obecné pojetí zúžit a definovat ho jako zprostředkovatele komunikace (*ibid.*; Franklin et al. 2014, s. 143). David L. Altheide a Robert P. Snow (1979, s. 11; 1991, s. 10) při jeho vymežování zdůrazňují jak jeho technologickou, tak společenskou povahu, média jsou podle nich soustavou společenských nebo technologických zařízení a procesů používaných pro výběr, přenos i příjem informací.

Definice předložená dvojicí Altheide–Snow neumožňuje redukcionisticky vnímat média jako pouhé přenosové technologie. Zdůrazňuje totiž,