

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