



Poznámky ke studiím nových médií

Jakub Macek

Poznámky ke studiím nových médií

Jakub Macek

Kniha je součástí postdoktorského výzkumného projektu New and old media in everyday life: media audiences at the time of transforming media uses (Grantová agentura České republiky, GP13-15684P).

Plný text publikace v interaktivním formátu pdf a ve formátu pro čtečky je k dispozici na stránkách <http://www.munimedia.cz/book/>.

Odborně posoudil:

PhDr. František Kalvas, Ph.D.

© 2013 Jakub Macek

© 2013 Masarykova univerzita

Edice: Media

Publikace podléhá licenci Creative Commons:

CC-BY-NC-ND 3.0 (Uveďte autora-Neužívejte dílo komerčně-Nezasahujte do díla 3.0 Česko)

ISBN 978-80-210-6476-8 (brož. vaz.)

ISBN 978-80-210-6477-5 (online : pdf)

ISBN 978-80-210-6528-4 (online : ePub)

Jiřímu Bartíkovi (1932–2011),
našemu dědovi, který vždycky došel dál.

OBSAH

Předmluva	9
Struktura knihy	10
I. POZNÁMKY NA ÚVOD	15
Nová / digitální / interaktivní / síťová média	19
Studia nových médií: oborové metapole	20
Studia nových médií a mediální studia	22
II. POZNÁMKY K VÝVOJI STUDIÍ NOVÝCH MÉDIÍ	29
Periodizace vývoje studií nových médií	29
Etapa okrajového zájmu: akademické a vernakulární kořeny studií nových médií	34
Sborníková konjunktura	47
Etapa akademické normalizace: zbanálnění nových médií a hledání realismu	53
Etapa hledání slabé syntézy	58
Závěr kapitoly	63
III. POZNÁMKY KE KRITICE STUDIÍ NOVÝCH MÉDIÍ	67
Problém redukcionismu a hledání celostního přístupu	67
Novost nových médií aneb nová média v sevření futuristické ideologie	81
Závěr kapitoly	91
IV. POZNÁMKY K DEFINICI: TŘÍDIMENZIONÁLNÍ KONCEPT NOVÝCH MÉDIÍ	95
Teoretické jádro: teorie strukturační a základní schéma konceptu nových médií	99
Artefakt/text	107
Užití	128
Kontext	148
Závěr kapitoly	158
V. POZNÁMKY NA ZÁVĚR	163
<i>Jmenný rejstřík</i>	172
<i>Literatura</i>	178
<i>Anotace</i>	197
<i>Summary</i>	199

PŘEDMLUVA

Nazvat knihu *Poznámkami* patrně není ten nejlepší marketingový tah – vím to. Ale že se jedná o publikaci odborné povahy, vzdal jsem se předem ambice opanovat knižní trh a ponechal jsem knize ten – na první pohled možná ne právě šťastný – název, který jsem zvolil již pro tu verzi tohoto textu, kterou jsem před třemi lety předložil na Masarykově univerzitě jako disertaci v oboru sociologie.

Proč vlastně *Poznámky*? Především z dobře míněné opatrnosti – nechci čtenáře mást nepatříčně „silným“ titulem. Byť se totiž jedná o souvisle promyšlené a v mezech možností provázané pojednání o pohledu mediálních studií a sociologie na takzvaná nová média, má moje rozvaha právě povahu poznámek – neřeším „vše“, cíleně vybírám okruhy, s nimiž se srovnávám. a z nich, nutně poněkud fragmentárně, stavím mozaikovitě rozvržené vyprávění, v jehož finále navrhuji, jakým způsobem by se společenské vědy mohly či měly stavět k novým informačním a komunikačním technologiím.

Původní text, který mi bylo umožněno obhájit jako doktorskou práci, prošel před knižní publikací řadou proměn. Ty byly předně motivovány kritickými výhradami mých oponentů Petera Mikuláše a Františka Kalvase, kteří mou studii četli velmi důkladně a zároveň s větším pochopením, než bych si dovolil doufat. Řady změn text doznal též díky tomu, že první, druhá a třetí kapitola byly z větší části publikovány v recenzovaném časopisu *Mediální studia* (Macek 2011a, 2012e). Zde byla zhruba třetina studie opětovně podrobena posouzení, tentokrát anonymnímu – a svým recenzentům dlužím za jejich zpětnou vazbu dík právě tak, jako dvěma zmíněným oponentům.

Výrazné proměny se pak dočkala i kapitola čtvrtá, v níž předkládám strukturační model nových médií a jež je jádrem celé knihy. Ta byla průběžně a v některých podkapitolách poměrně zásadně aktualizována, formulačně snad lépe ošetřena a do jisté míry jsem zasáhl i do její struktury. Tuším, že co do čitelnosti se v řadě pasáží stále ještě pohybují kdesi mezi nevstřícností a bezohledností vůči čtenářovi, ale doufám, že text je nyní méně neobratný a úporný, než byl.

Mé poděkování zaslouží celá řada lidí. Monika Metyková, jež mi poskytla a dál poskytuje neocenitelnou zpětnou vazbu, která ji stojí patrně více času a sil, než kolik si vzhledem ke svým vlastním povinnostem může dovolit. Jaromír Volek, který mě v pravou chvíli patřičně razantně nasměroval, aby mi následně nechal tak volný prostor, jak jen jsem při svém stylu práce potřeboval. Tomáš Hauer, který mi byl prvním a výborným akademickým šéfem a s nímž se mi skvěle mluvilo nejen o tomto textu. Alena Macková, má sestra, která vyrostla ve výtečnou kolegyni – a růst nepřestává.

Roger Hurwitz, Tomáš Kačer, Alexander Knorr, Vít Kouřil, Graham Murdock, Alice Navrátilová, Dino Numerato, Radovan Plášek, Irena Reifová, Martin Škop, Milan Vladyka, Lenka Waschková Císařová a všichni ti další, kteří byli ochotni propůjčit se k – pro mě velmi inspirativním – rozhovorům o jistě velmi záživném problému konceptualizace nových médií. a z mých studentů pak můj dík mají Lukáš Bauer, Roman Bureš, Martin Čepička, Hana Červáková, Jiří Fiala, Petra Kučírková, Petra Jelečková, Filip Možný, Nela Studýnková, Eva Syrovátková, Martin Svetlík, Jan Váňa a mnozí další, kteří mi během konzultací svých prací poskytli více inspirace a prostoru k přemýšlení, než možná sami tuší.

A samozřejmě děkuji své rodině a svým blízkým. Oni vědí.

Součástí textu jsou fragmenty již dříve publikované studie „Poznámky k teorii virtuálních komunit“ (Macek 2009) a konferenčního příspěvku „Private and Public: Communication Technologies Between Two Cultural Spaces“ (Macek 2005a) a některé části knihy byly v uplynulých třech letech publikovány formou časopiseckých statí nebo kapitol v jiných knihách (Macek 2010, 2011a, 2012e).

Struktura knihy

Ve čtyřech kapitolách, které tvoří tělo této knihy, rozvíjím předpoklad, že studia nových médií spojuje (vedle nových médií jako centrálního tématu) řada rysů, které odrážejí jejich historický vývoj, rozvětvenost jejich kořenů i povahu hledání rámcové epistemologické shody. a současně předkládám k diskuzi konceptuální rámec nových médií, jenž je vyvozen z kritického zhodnocení klíčových proudů diskuze o nových médiích.

V první kapitole důkladněji formuluji cíle, jež kniha má, a zasazuji své teoretické vyprávění i studia nových médií jako taková do kontextu oboru, v němž se jako autor pohybuji – tedy do kontextu mediálních studií.

Ve druhé kapitole, nazvané *Poznámky k vývoji studií nových médií*, se zabývám vývojem a historickými proměnami studií nových médií, přičemž se na pozadí jednoduché periodizace tohoto vývoje snažím přiblížit základní tendence, které lze v reflexi nových médií vysledovat.

Studia nových médií jsou tak z historického pohledu charakterizována inspirativní *souhrou mezi akademickými a mimoakademickými (vernakulárními) diskurzemi tematizujícími nová média* – kořeny totiž nacházejí nejen v akademických výzkumech a textech, ale i v prostředí mimoakademickém. Politické diskurzory i diskurzory produkované technologickými, hráčskými a uživatelskými subkulturami se

do studií nových médií jako inspirační zdroj promítaly přinejmenším do poloviny devadesátých let poměrně razantně (některé zaužívané koncepty a termíny, jako je *kyberprostor*, *virtuální komunita*, *hacker*, *informační superdálnice* apod., mají původ právě v politické sféře a v kyberkultuře). Současně je vývoj studií nových médií formován postupnou akademickou normalizací metapole – ta probíhala paralelně s *banalizací* nových médií (tedy s jejich postupnou proměnou z výlučné, vzrušením obklopené novinky v běžnou součást každodennosti) a byla spojena jednak se zřetelným odklonem akademické rozpravy od vernakulárních diskurzů a spekulativního fantazírování a jednak s růstem empirického výzkumu a související standardizací publikační činnosti. Pointou postupného strážlivění jsou pak současně nárůst kritičnosti studií nových médií a hledání slabé syntézy, tedy obecnější teoretické shody stran přístupu k novým médiím.

Třetí kapitola, *Poznámky ke kritice studií nových médií*, se věnuje dvěma klíčovými liniím kritiky, které se do hledání slabé syntézy významně promítly.

První linie kritiky se obrací vůči teoretickému redukcionismu (a především technologickému determinismu, který charakterizoval především ranou rozpravu o nových médiích) a je východiskem snah o rozvinutí celostního přístupu k novým médiím.

Druhá linie kritiky reaguje na skutečnost, že studia nových médií byla v řadě okamžiků nejenže příznivě nakloněná technologickému determinismu, ale současně podléhala poněkud zrádnému vzrušení z novosti nových médií a měla tendenci k futurologickým, spekulativním výrokům o nových médiích a jejich předpokládaných budoucích dopadech. Kritika rétoriky novosti, vedená především z pozic historie technologií a kritické politické ekonomie nových médií, se zaměřuje nejen na neadekvátnost a ahistoričnost takového pohledu, ale zároveň na jeho ideologický či mytologický charakter – a ukazuje, že utopické i dystopické diskurzy mají na rozpravu o nových médiích depolitizující vliv.

Druhá a třetí kapitola mají charakter přehledových statí. Východiskem při mapování rozpravy zde byly již existující analýzy publikační produkce věnované problematice nových médií a její tematické, teoretické a metodologické struktury (Rice 1984; Kim – Weaver 2002; Tomasello – Lee – Baer 2009), studie zabývající se vývojem a tematickou organizací studií nových médií (Lievrouw – Livingstone 2002a; Gurak 2004; Wellman 2004; Silver 2004; Lister a kol. 2009) a čítankové antologie sloužící v rámci studií nových médií jakožto platformy sedimentujícího kánonu (např. Bell – Kennedy 2000; Wardrip-Fruin – Montfort 2003; Chun – Keenan 2006; Hassan – Thomas 2006; Bell 2007). Tyto studie a publikace posloužily jako základní referenční rámec vymezující oblast klíčových textů, jež byly do přehledových statí zahrnuty a jež byly dále doplňovány o texty další, s nimiž jsem se postupně a s přiměřenou snahou o systematickosti setkával.

Čtvrtá kapitola, nazvaná *Poznámky k definici: třídimenzionální koncept nových médií*, jež je statí teoretickou a je koncipována jako svého druhu pointa knihy, rozvíjí teze o neredukcionistickém, sociálněkonstruktivistickém přístupu ke konceptualizaci a zkoumání nových médií (Chandler 1995; Lievrouw – Livingstone 2002b; Dahlberg 2004), které jsou zasazeny do kontextu Giddensovy obecné sociologické teorie (Giddens 1976, 1984). V návaznosti na shrnutí vývoje studií nových médií a v nich probíhající kritiky se v ní snažím zachytit, načrtnout a proargumentovat to, co zde již, jak ukazují druhá a třetí kapitola, implicitně existuje: a to takový obecný konceptuální model nových médií, který má podobu otevřené teoretické struktury přístupné z pozice většiny základních paradigmat výzkumu a teorie médií a který je založený na předpokladu, že tato paradigmata se – spíše než aby se nutně vylučovala – v řadě ohledů pozoruhodně doplňují.

Takto promyšlený konceptuální model, založený na Giddensově strukturační teorii (charakterizovaný snahou o celostní, sociálněkonstruktivistický přístup a zohledňující procesuální i historický rozměr sociálního jednání), by měl umožnit přistupovat ke komunikační technologii jako k sociotechnickému fenoménu zahrnujícímu (1) technologický artefakt a jím umožněné formy textuality, (2) sociální praxe spojené s užitím artefaktu a produkcí a recepcí jím neseného obsahu, stejně jako (3) mocenské, ekonomické, historické a v širším smyslu sociální proměnné, jimiž je komunikační technologie formována kontextuálně.

Brno, srpen 2013

I. KAPITOLA

POZNÁMKY NA ÚVOD

I. POZNÁMKY NA ÚVOD

Buzzword. Čeština ve své akademické inkarnaci, a nejen v ní, často stojí před zdánlivě triviálním, ale mnohdy vlastně jen těžko řešitelným problémem. Jedno jediné slovo, které v jiném jazyce – v tomto případě v publicistické a akademické angličtině – na pohled snadno a bez zbytečných významových komplikací pojmenovává, co pojmenovat potřebujeme, v češtině nenachází adekvátní jednoslovný protějšek. Výraz *buzzword* je toho dobrým příkladem – znamená nadužívané, populární, módní slovo, jehož označované je v lepším případě poněkud nejasné, v případě horším zcela zastřené. Čeština výraz *buzzword* nezná – novotvar *šmíraz*, který jsem kdesi zaslechl, se zjevně neujal, a tak si musíme vystačit buď s opisným tvarem, nebo s anglickým originálem (ten ovšem v našem jazyce není usazen natolik organicky, aby *buzzword* v českém textu nepůsobil právě jako *buzzword*).

Proč se zde zabývám slovem *buzzword*? Z jednoduchého důvodu. Sousedství *nová média*, jež odkazuje k tematické ose této knihy, je jedním z nejzřetelnějších společenskovevědných *šmírazů* posledních dvou desetiletí.

Když v roce 2002 psaly Leah A. Lievrouwová a Sonia Livingstoneová úvodní kapitolu knihy *Handbook of New Media*, jejich první slova byla: „V tuto chvíli jsou ‚nová média‘ *buzzwordem*, zkratkou pro tékavý kulturní a technologický průmysl zahrnující multimédia, zábavu a e-komerci“ (Lievrouw – Livingstone 2002b: 1). Autorky dále pokračují výkladem, který nenechává čtenáře na pochybách, že *nová média* jsou oním *buzzwordem* především za hranicemi jazyka společenských věd – v krajíně neakademických diskurzů. Expertní jazyk společenských věd si s *novými médii* dovede poradit poněkud jednoznačněji. *Nová média* již od sedmdesátých let dvacátého století odkazují ke zkoumání „forem, užití a implikací informačních a komunikačních technologií“, přičemž „za běžným významem technologických hraček a trendů se ukrývají mnohvrstevnaté vztahy mezi ekonomickými, politickými, behaviorálními, kulturními a institucionálními, stejně jako technologickými fenomény“ (tamtéž).

Lievrouwová a Livingstoneová mají bezpochyby pravdu – shoda sociálních vědců stran významu sousloví *nová média* se s kolokviálním chápáním *nových médií* mívá, a *nová média* ze slovníku společenských věd jistě nejsou oním *buzzwordem*, kterým jsou například v jazyce publicistiky. Jiný kontext, jiné kulturní pole – jiné významy.

Označení *buzzword* se přesto s akademickým chápáním nových médií stále pojí, a to z obdobného důvodu, z jakého britský britský teoretik Frank Webster kriticky rozkládá jiný (a v řadě ohledů vlastně spřízněný) termín, jímž je *informační společnost*. Webster ve své monografii *Theories of the Information Society* (2006) dochází

v zevrubné analýze rozmanitých koncepcí *informační společnosti* k poměrně zneklidňujícímu závěru: i přes zřetelnou popularitu termínu je při důkladnějším pohledu zřejmé, že se v případě *informační společnosti* potýkáme nikoli s jednoznačným terminologickým aparátem, ale spíše s nedostatečně teoretizovaným, konceptuálně poněkud roztržštěným souborem tezí, které jsou přinejlepším dobrým příznakem toho, že se s moderní společností v poslední třetině dvacátého a na počátku dvacátého prvního století „cosi děje“ a že společenští vědci se ono „cosi“ snaží pojmenovat a vysvětlit. Hned na několika frontách sociální vědy dle Webstera zachytily jisté významné kvantitativní změny, jimiž naše společnost prochází – v rovině ekonomické, v rovině struktury pracovního trhu, v rovině rozšíření jistých forem komunikačních technologií, v rovině morfologie organizačních a ekonomických struktur. *Informační společnost* přesto zůstává akademickým *buzzwordem* – jednotlivé koncepty *informační společnosti* totiž sice nabízejí kvantitativně podložené argumenty, naznačující, že to, „co se děje“, je zásadní, ale co chybí, jsou argumenty kvalitativní. Tedy argumenty, které by obhájily, proč jde v ohlašování nového společenského řádu o více než jen o svého druhu manýru a proč současnou společnost nazývat už ne jako moderní, ale právě jako informační (síťovou / postindustriální / postmoderní).

Problém je, že kvantitativní měřítka – jednoduše více informací – nemohou sama o sobě identifikovat konec předchozích systémů [...]. To, že dnes máme mnohem víc automobilů než v sedmdesátých letech, nám přese všechno nedovoluje mluvit o „společnosti aut“. Je to ale právě systémová změna, kterou touží mít v hledáčku všichni ti, kdo píší o informační společnosti, ať už má mít formu „postindustrialismu“ Daniela Bella, „informačního rozvojového modu“ Manuela Castellse nebo „informačního modu“ Marka Postera. [...] [N]esmíme zaměňovat nezanedbatelnost fenoménu s jeho schopností definovat sociální řád. [...] Je třeba zcela odmitnout předpoklad, že kvantitativní nárůst se může – jakýmikoli způsoby – transformovat v kvalitativní změny společenských systémů.

(Webster 2006: 22–23.)

Chceme-li hovořit o *informační společnosti*, musíme si být, jak Webster konstatuje, jisti, že jsme svědky čehosi víc než pouhé množstevně vyjádřitelné intenzifikace trendů, které jsou spojené už s industriální modernitou. a abychom tuto jistotu získali, je nutné sledovat nejen množstevní ukazatele, jež dokladují například růst počtu osobních počítačů připojených k internetu nebo zvyšování počtu pracovních míst v informačním sektoru, ale musíme se zaměřit především na hlubší sociokulturní příčiny a projevy těch jevů, k nimž indikátory odkazují.

Nová média jsou opačnou stranou těže mince, o níž píše Frank Webster a které se věnují teoretici informační společnosti – jsou důležitou součástí oněch procesů, jež jsou možná hluboce transformativní a možná jsou „jen“ dalším, radikálnějším projevem modernizace. To v této knize nicméně není důležité – byť právě *novým médiím* je některými teoretiky informační společnosti přisuzována role hybatele ekonomické, politické a sociální změny (srv. Webster 2006: 9–21), sama problematika informační společnosti v této studii nehraje hlavní roli. Websterovy kritické závěry stran teorií *informační společnosti* zde tlumočím, jak už jsem naznačil, z toho důvodu, že to, co Webster říká o *informační společnosti*, platí do jisté míry i o *nových médiích*.

Mým původním záměrem bylo analyzovat, jakým způsobem jsou *nová média* konstruována v politických diskurzích a politickými diskurzí – a to s cílem zachytit, jakým způsobem politické diskurzí převzaly a modifikovaly tematickou agendu starších, převážně subkulturních, mimoakademických diskurzů, jejichž rozbořem jsem se zabýval v práci *Raná kyberkultura* (Macek 2004). Současně jsem chtěl naznačit, v jakém smyslu sehrávají tyto politické diskurzí vzhledem k *novým médiím* konstitutivní roli. První důkladnější ponory do literatury věnující se problému jsem věnoval tomu, abych našel smysluplný konceptuální rámec, teoretické zázemí, o něž by bylo možno se při takové analýze pevně opřít – a zde jsem narazil na problém, který v příbuzném kontextu pojmenovává zmíněný Frank Webster. Problém, který Jaromír Volek, jenž vedl mou disertaci a který rovněž v patřičném momentu sehrál roli advokata diaboli, vtělil do jednoho konstatování a několika otázek. Konstatování znělo:

- Jen velmi těžko lze analyzovat cokoli, co se týká *nových médií*, pokud nemáme jednoznačně vyjasněno, co ona *nová média* jsou.

A otázky následovaly:

- Existuje teoretická, konceptuální shoda ohledně toho, co jsou to *nová média*?
- Přinášejí *nová média* něco opravdu *nového*? Má smysl se *novými médii* zabývat jako distinktivním tématem, nebo si vystačíme se stávajícími koncepty z oblasti mediálních studií?
- A proč o *nových médiích* stále mluvíme jako o *nových*, i když jsou tu déle než půl století? a kdy se tato média stanou *starými*?

Z hledání odpovědí na tyto otázky nakonec vystupuje téma jiné, než bylo to původně zamýšlené. Během několikaleté přípravy a výuky kurzů věnujících se právě *novým médiím* jsem získal možnost vypravit se do mezidisciplinární rozpravy, jež je nejčastěji označována jako studia nových médií, a spolu s tím nahlédnout vlastně osvobozující, ale současně značně neuspokojivou skutečnost: ohledně toho, co jsou *nová média*, v zásadě panuje shoda, leč jde o shodu, jež má velmi obecnou podobu a která sama o sobě jen těžko může posloužit jako ono kýžené pevnější teoretické zázemí, jež je pro další vlastní zkoumání oněch *nových médií* bezpodmínečně nutné.

Ambice této knihy jsou tak v zásadě velmi umírněné. Cílem tedy není nic jiného, než shrnout výsledky tohoto svého několikaletého ponoru do laguny studií nových médií, přiměřeně systematickým způsobem uspořádat poznámky o povaze vedené debaty a na tomto základě se pokusit zodpovědět ony otázky, jež Jaromír Volek položil.

K těmto otázkám navíc přibýly ještě další dvě otázky, které nejsou o nic méně zásadní a jež se jako nevyhnutelné vynořily z dalších, pozdějších diskuzí s několika kolegy a přáteli, kteří byli ochotni se mnou v mnohaleté konverzaci problém nových médií řešit:

- Jakým způsobem konceptualizovat nová média tak, abychom byli schopni empirickou cestou zjistit, zda s novými médii – bezesporu nezanedbatelnými, vrátím-li se oklikou k Websterovi – přichází do stávajícího něco nového a co to případně je?
- A kterou část z tematického pole studií nových médií si z pozic mediálních studií můžeme nárokovat jako obhospodařitelnou oblast zájmu?

Zodpovězení těchto otázek samozřejmě nemá vést k tomu, aby autoritativně nabídlo obecně platnou „teorii nových médií“. Takový úkol je nepatřičný už vzhledem k oborově (a tedy i epistemologicky) roztržštěné, tematicky velmi rozbíhavé a současně velmi neustálené povaze studií nových médií. Henry Jenkins v jedné z nejvlivnějších aktuálních analýz nových médií a probíhajícího přerodu mediálního prostředí, v knize *Convergence Culture* (2006), konstatuje, že „vstupujeme do éry vleklé tranzice a transformace způsobů, jimiž média fungují“ (Jenkins 2006: 24). Z poněkud jiného úhlu pohledu tak Jenkins formuluje podobný závěr, jako již zmiňovaný Webster: jsme svědky proměn, jejichž charakter se snažíme pojmenovat a pochopit, což je úkol svým způsobem nevyhnutelný a zcela jistě legitimní. Taková snaha nicméně jen s obtížemi může vyústit v jakkoli definitivní a vyčerpávající zachycení a vysvětlení toho, „oč jde“, protože v tuto chvíli nutně naráží na prostou skutečnost, že změna, která nás zajímá, právě probíhá – je neukončená, otevřená, plná více i méně zjevných protikladů. a její důsledky i konečnou podobu nedokážeme odhadnout – o to pozorněji ovšem její průběh musíme sledovat.

V této knize se tedy snažím kvůli svému výzkumnému programu zformulovat takový výkladový rámec sousloví *nová média*, který zaručí dvě věci: předně že dále již nebudu muset psát *nová média* kurzívou, kterou naznačuji určitou konceptuální nadsázku, a tedy že další studii již nebudu nucen začínat anglicismem *buzzword*. a současně nalézt takovou pozici, z níž bude možno neukončenou a dle všeho po dlouhou řadu let ještě otevřenou transformaci světa médií a jejich uživatelů sledovat s využitelnou teoretickou oporou v zádech.

Nová / digitální / interaktivní / síťová média

Označení *nová média* je jen jedním z mnoha termínů, jež se v souvislosti s těmi komunikačními médii, jimž se především věnuje tato kniha, užívaly a užívají: o těchto médiích se hovoří také jako o médiích *interaktivních* (protože rozšiřují možnosti interakce mezi čtenářem a textem), *síťových* (protože jsou vzájemně propojovatelná do multiplexních sítí, pod čímž se většinou zjednodušeně myslí to, že jsou připojitelná k internetu), anebo jako o médiích *digitálních*. Poslední označení se jeví jako nejprůběžnější – označení *nová média* je nutně kontroverzní už proto, že je zjevně relativní (všechna dnes stará média kdysi bývala nová a dnes nová média jednou zastarají vedle médií ještě novějších), a *interaktivní* nebo *síťová média* jsou termíny problematické, protože nezahrnují celou oblast zájmu (některá z nových médií na tom se svou technologickou otevřeností vůči interaktivitě nejsou lépe než analogová televize a jiná nejsou zapojena do sítí). Všechna média, o nichž zde bude řeč, nicméně spojuje skutečnost, že jsou v technologické rovině založena na digitálním kódování dat. (Podrobněji se k tomuto vracím ve čtvrté kapitole.) Osobně bych proto adjektivum *digitální* upřednostnil před kteroukoli z ostatních variant.

Konsensus odborné komunity se nicméně (i když s určitou váhavostí a jistě ne výhradně) obrátil ve prospěch označení *nová*, a to rozhodně z jiných důvodů než proto, že by tato média byla skutečně nová ve smyslu historické čerstvosti.¹ Termín je užíván spíše z určité setrvačnosti, než že by byl nejprůběžnější – a to, že je mu odbornou komunitou soustředěnou kolem studií nových médií dávána přednost před dalšími možnými označeními, je zpětně racionalizováno odkazem na technologickou i sociální proměnlivost a neustálenost digitálních médií (srv. např. Lievrouw - Livingstone 2002a; Manovich 2001).

S přihlédnutím k převládajícímu konsenzu se termínu *nová média* (i přes jeho zjevnou problematicčnost) v této práci budu držet – mým cílem nakonec není vnést do řádu, který se v rozpravě o informačních a komunikačních technologiích pozvolna a dlouhodobě utváří, puristicky motivovaný terminologický zmatek, ale opřít priznané arbitrární označení *nová média* o smysluplné teoretické zázemí.

1 První osobní počítače se na trhu ostatně objevily již v polovině sedmdesátých let dvacátého století a první sálové digitální počítače byly konstruovány a ve vojenské, výzkumné i průmyslové praxi využívány dokonce již od let čtyřicátých. Historicky novějším médiem tak vlastně je analogový videorekordér, který byl vyvinut na počátku padesátých let.

Studia nových médií: oborové metapole

Produkce odborné komunity, jež se novými médii zabývá ze společenskovedního pohledu, bývá nejčastěji označována jako *studia nových médií* (*new media studies*).² Ta představují, jak uvidíme dále, poměrně mladou, bytostně interdisciplinární a současně velmi širokou oblast bádání – oblast heterogenní stran teoretických a metodologických východisek a fragmentarizovanou ohledně tematických ohnisek.

Je-li možno o „klasických“ mediálních studiích, soustředících se primárně na terciární, masová média, hovořit jako o ustavené disciplíně, která prošla tematickou, teoretickou a institucionální konsolidací a jež tedy i přes zřetelnou interdisciplinarnitu disponuje více či méně ohraničeným souborem relevantních témat a teoretických okruhů, patřičných metodologických předpisů i příslušným institucionálním zázemím (srv. Volek 2003; Volek – Jiráček – Köpplová 2006), o studiích nových médií lze v tomto smyslu jako o disciplíně uvažovat poměrně těžko. Přičemž i nabízející se užití slova „zatím“ je navýsost problematické.

Jak dále uvidíme ve druhé kapitole, o jisté konsolidaci studií nových médií zcela jistě hovořit lze, a to v souvislosti s postupnou, i když snad poněkud váhavou sedimentací teoretického kánonu a v souvislosti s pozvolným vznikem institucionálního zázemí reprezentovaného oborovými periodiky, afiliacemi a výukovými programy. Spíše než o oborové pole nicméně jde, jak opakovaně poznamenává teoretik David Silver (2000a, 2004), o volnější *metapole* (*meta-field of study*), jehož spojujícími prvky jsou jednak zájem o nová média (tedy o média založená na digitálním kódování dat) a jednak zmíněné institucionální zázemí budované během posledních zhruba patnácti let.

Důvodů, proč je vhodnější o studiích nových médií mluvit spíše jako o metapoli, je pochopitelně vícero a jsou vzájemně propojené. Na prvním místě přitom rozhodně stojí skutečnost, že sama potenciální oborová komunita na ideu „oboru“ reaguje (eufemisticky řečeno) nejednoznačně – vůle k utváření skutečně samostatného oboru na straně autorů zabývajících se problematikou nových médií spíše absentuje a k problematice nových médií tak jednotliví autoři přistupují primárně ze zázemí svých mateřských disciplín.

Dominantnější pozici v rámci studií nových médií sice mají již od osmdesátých let výzkumníci a teoretici, jejichž mateřskou oborovou půdou jsou (sama o sobě již interdisciplinární) mediální studia (srv. Rice 1984; Lievrouw – Livingstone 2002b;

2 I zde pochopitelně narážíme na mnohost označení – což ostatně ironicky naznačuje David Silver, když jeden ze svých textů pojmenovává „Internet/cyberculture/digital culture/new media/fill-in-the-blank studies“ (Silver 2004). Odpověď na případnou otázku, proč právě studia nových médií, si nicméně dovolím považovat za redundantní, protože konsekvantní k odpovědi na otázku, proč zrovna nová média.

Tomasello – Lee – Baer 2009), což s ohledem na skutečnost, že mediální studia jsou vzhledem ke své nutné citlivosti na témata spojená s technologicky mediovanou komunikací, není nikterak překvapivé. Nová média jsou nicméně (velmi pochopitelně) objektem zájmu badatelů i ze všech dalších mateřských (společenskovědních a humanitních) oborů, do oblasti jejichž zkoumání informační a komunikační technologie pronikly a pronikají – v metapoli studií nových médií se tak setkávají (i vcelku pozoruhodně míjejí) pohledy sociologické, psychologické a sociálněpsychologické, antropologické, marketingové a ekonomické, politologické, uměnovědné i literárněteoretické.³ a snaha o hledání alespoň rámcového konsenzu je spíše upozaděna konkrétními oborovými akcenty – studia nových médií nejsou, na rozdíl od mediálních studií, charakterizována ani tak pokusy o postupné hledání „teoretické soustřednosti“, jako spíše snahami o poněkud volnější tematickou systematizaci a velmi obecnou epistemologickou shodu, což velmi dobře naznačuje i editorský záměr Leah Lievrouwové a Soniy Livingstoneové, jak jej formulují v úvodu ambiciózně pojaté přehledové publikace *Handbook of New Media*:

Naším cílem [...] není oblast pevně ohraničit, nadiktovat kanonickou literaturu ani argumentovat ve prospěch jediného koherentního oboru. Věříme spíše v to, že trvající otevřenost výzkumu nových médií je i nadále, po desetiletích růstu, jedním z jeho nejvýraznějších a nejpřírodnějších kladů. Jeho naddisciplinární cíle a struktura zcela odpovídají tomuto momentu západní intelektuální historie, i když mohou znamenat výzvu těm institucionálním a disciplinárním konvencím, které mají blíže ke století devatenáctému než jedenadvacátému.

(Lievrouw – Livingstone 2002a: 1.)

Ke konkrétní podobě oné obecné epistemologické shody, kterou dále budu pracovně nazývat *slabou syntézou*, se budu podrobněji věnovat v následujících kapitolách; zde snad postačí říci, že tato shoda spočívá v odmítnutí redukcionistického (a zejména

3 Tuto zřetelnou interdisciplinaritu lze nakonec ilustrovat i na situaci v českém akademickém prostředí. Ponecháme-li stranou technologicky a uměnovědně orientované zdroje, pak se problematice nových médií plně věnují periodika *Cyberpsychology* (<http://www.cyberpsychology.eu/>) a *Masaryk University of Law and Technology* (<http://mujlt.law.muni.cz/>), formou tematických čísel časopisy *Sociální studia*, *Biograf* a dnes již nevycházející *Revue pro média* a v jednotlivých textech pak například *Mediální studia* a *Teorie vědy*. Pro dokreslení doplňme, že zmíněná „oborová neujasněnost“ nutně necharakterizuje reflexi nových médií jako takovou – příkladem mohou být herní studia, jež se v rámci oblasti studií nových médií začala formovat ke konci devadesátých let 20. století a jejichž tendence k oborovému osamostatnění je (vzhledem k jejich tematickému i k metodologickému zaostření) o poznání zřetelnější než v případě metapole studií nových médií (srv. Švelch 2008).

technodeterministického) pohledu na nová média a v akcentu na umírněný sociálně-konstruktivistický přístup.

Studia nových médií a mediální studia

Sociologové, psychologové, politologové, právníci či například teoretici umění by jistě právem důrazně protestovali, kdyby si mediální studia chtěla metapole studií nových médií přivlastnit. Navázanost zřetelné části studií nových médií na agendu mediálních studií je nicméně nepopíratelná a svým způsobem i nevyhnutelná. Již v polovině osmdesátých let Ronald E. Rice (1984) konstatuje, že zkoumání nových médií musí být napojeno na tradice mediálních studií a komunikačního výzkumu, které studiím nových médií přinášejí oporu v podobě využitelných teoretických a metodologických východisek. Že k tomuto napojení skutečně došlo, potvrzují o dvě desetiletí později práce systematizující metapole studií nových médií (Lievrouw – Livingstone 2002a; Gauntlett – Horsley 2004; Lister a kol. 2009), autoři věnující se metateoretickým analýzám internetu (Kim – Weaver 2002; Dahlberg 2004) i poněkud mechaničtější analýzy publikační produkce naznačující například, že zhruba polovina textů věnovaných novým médií vychází v mediologických časopisech (Tomasello – Lee – Baer 2009).

Ronald Rice (1984) i Leah Lievrouwová a Sonia Livingstoneová (2002b) shrnují, že mediální studia a především americký komunikační výzkum se o nová média začínají zajímat v sedmdesátých letech, kdy se do fungování masových médií začíná poprvé promítat digitalizace a počítačové zpracování dat a kdy se v akademickém prostředí i na trhu začínají objevovat první náznaky toho, že počítače budou využívány i jako komunikační média. V rámci komunikačního výzkumu v té době začíná sílit zájem o média, která nebyla zařaditelná mezi média masová – tedy o technologie, jež byly mediology povětšinou opomíjeny, protože, jak poznamenává Everett M. Rogers (1999), v rámci mediálních a komunikačních studií nenacházely patřičné specializační zázemí,⁴ a které byly spojovány s uvažovanou proměnou masové moderní společnosti v hierarchizovanou informační společnost, respektive heterarchizovanou síťovou společnost (Lievrouw – Livingstone 2002b: 3).

Vznik a rozšíření nových médií vneslo do mediálních studií řadu nových impulsů a současně jim, řečeno s nadsázkou, poněkud zkomplikovalo život – nová média totiž

4 Podle Rogerse (1999) je studium komunikace tradičně rozštěpeno na studium masové komunikace a studium interpersonální komunikace, přičemž obě větve se jen málo setkávají jak na úrovni univerzitních programů, tak ve výzkumné praxi, jak podle něj dokazuje relativně malé množství vzájemných odborných citací. Nová média v tomto ohledu znamenají pro mediální a komunikační studia ne zcela přijatou, ale nepřehlédnutelnou výzvu tyto dvě separátní linie propojit.

jednak zproblematizovala terminologii, s níž mediální studia operovala, jednak postavila před mediální studia nové otázky a úkoly.

Některé ze základních konceptů, na nichž mediální studia své vědění o médiích zakládala, byly s příchodem nových médií rozmlženy, relativizovány a, jak tvrdí někteří kritici, leckdy i připraveny o letitou platnost.⁵ Nástup nových médií (a konkrétně síťových infrastruktur internetu) předně zintenzivnil diskuzi o aktivní, performativní povaze publik a zkomplikoval přehledné rozlišení kategorií publika a producentů mediálních obsahů. To se ve vztahu k novým mediálním technologiím a jejich uživatelům jeví být právě tak nedostatečným jako samozřejmé rozlišení mediální technologie a jí neseného textu⁶ a jednoznačná distinkce mezi privátním a veřejným prostorem. Mnohost a mnohoznačnost nových médií, odvíjející se mimo jiné od univerzální, otevřené povahy digitálního kódu a charakterizovaná hybridizací a konvergenčí mediálních forem, současně komplikuje otázky týkající se definice a rozlišení jednotlivých médií, což podtrhuje například debata, v níž je znovunalézáno a opětovně promyšleno napětí mezi technodeterministickými a sociálněkonstruktivistickými pohledy na mediální technologie (viz např. Dahlberg 2004; Chandler 1995). Na scénu se též znovu a vytrvale vrací i téma ideologie. Jeho „klasické“ uchopení kritikou teorií podle některých autorů odpovídá situaci rodící se s šířením nových médií právě tak málo jako koncept jednosměrné masové komunikace (například podle Scotta Lashe [2002] kritika ideologie ztrácí v informační společnosti svou relevanci a musí být nahrazena kritikou informace). Podle dalších autorů – jak podrobněji ukáží ve třetí kapitole – naopak samo vyprávění o nových médiích coby vyprávění založené na fascinaci novostí a na „odtržení od minulosti“ zasluhuje pozornost jako ideologická, mytizující narace (Flichy 1999; Robins – Webster 1999; Mosco 2004).⁷ a v neposlední řadě nová média přinášejí znovuoživení kritické politické ekonomie médií (Kahn – Kellner 2004; Mansell 2004; Murdock 2007), která je nucena nejen

5 Takové radikálně vyznívající teze o ztrátě schopnosti mediálních studií adekvátně reflektovat dění v mediální sféře i chápat jednání publik/uživatelů nových médií vyslovují například David Gauntlett (2007) a William Merrin (2006a, 2006b), kteří rozpoutali diskuzi o takzvaných mediálních studiích 2.0. (srv. Macek 2007).

6 Se studiem nových, digitálních médií například vyvstává otázka, kterou vrstvu kódu považovat za „technologickou“ a kterou již za „obsahovou“, a jaký je mezi těmito vrstvami textuality vztah (podrobněji se k tomuto vracím ve čtvrté kapitole).

7 Jaromír Volek (2003) v tomto ohledu navrhuje takřkajíc „třetí cestu“, kterou označuje jako post-kritickou perspektivu. Ta by měla zohledňovat jak Lashovy poznámky k de-transcendujícím dopadům informace, tak východiska kritiky ideologie. Post-kritická perspektiva přitom vychází z toho, „že kultura již není vnímána výhradně jako reprezentační prostor a média již nepředstavují oddělenou sféru, kterou bylo možné izolovat od sociálního i ekonomického života. Jinými slovy, připouští, že média opustila svou separovanou, do jisté míry privilegovanou pozici a vstoupila do sociální, které de facto pohltila“ (Volek 2003: 31).

reagovat na proměny, jež nová média vnášejí do ekonomické sféry a do ekonomického fungování mediálních systémů, ale i na důsledky, které má mizení jasných hranic jak mezi producenty a příjemci sdělení, tak i mezi jednotlivými mediálními technologiemi a formami například pro regulační mechanismy.

Současné regulační klima ukazuje, že je zjevně čím dále tím obtížnější rozlišit mezi médii nebo je regulovat na základě systémových rysů nebo technologie jako takové.

(Lievrouw – Livingstone 2002b: 6)

Vzhledem k tomu, že mediální studia svými oborovými akcenty vykrývají jen část metapole studií nových médií, je třeba si položit otázku, která témata jsou přednostně (i když třeba nikoli výhradně) právě v jejich oborovém perimetru.

V zásadě uspokojivou odpověď nabízejí Jaromír Volek, Jan Jirák a Barbara Köpplová (2006), kteří nástup nových médií chápou jako „zkoušku dospělosti“ mediálních studií, jež by měla prověřit schopnosti oboru adekvátně a střízlivě reagovat na zásadní proměnu oblasti, jíž se mediální studia věnují. Vedle dvou klíčových otázek, jimiž tuto zkoušku rámuje (tedy zda nástup nových médií signalizuje zásadní společenskou změnu, nebo jen intenzifikuje principy industriálního kapitalismu, a zda si kritická teorie médií vystačí se stávajícími teoretickými východisky, nebo bude muset přistoupit k jejich revizi), přitom Volek, Jirák a Köpplová navrhuje několik konkrétnějších tematických okruhů, v nichž by se mediální studia měla novými médii podrobněji zabývat:

- podíl nových médií na nárůstu nepřímých (tj. komunikačními technologiemi zprostředkovaných) sociálních vztahů;
- povaha vztahu obsahů nových médií a klasických masových médií;
- vliv nerovného přístupu k novým médiím na politickou a veřejnou komunikaci a na sociální nerovnosti jako takové a vliv nových médií na proměnu nerovného charakteru globálních komunikačních toků;
- proměna jednání publik v souvislosti s nástupem nových médií a mocenské konsekvence této proměny.

Tento tematický průřez opírají o požadavek celostního přístupu:

Chování médií, respektive systém produkce, distribuce a recepce mediálních obsahů, je v zásadě determinováno vztahy mezi státem, ekonomikou, každodenními sociálními praxemi a dominantními komunikačními/informačními technologiemi. Jinými slovy, studium médií by mělo zůstat neoddělitelně spjato se studiem společnosti, ekonomiky a politiky.

(Volek – Jirák – Köpplová 2006: 18)

Výzvy a nové cíle, které mediálními studiím přináší mediologie přijímaná výše ze studií nových médií, jsou dnes pojmenovány patrně důsledněji než výše zmíněné neuralgické body, s nimiž je spojena oborová zkouška dospělosti. Mediální studia jsou během posledních dvou dekad, v jejichž průběhu se nová média postupně stala jen těžko opominutelnou součástí technologického a kulturního hlavního proudu, svědky prakticky kontinuálního přísunu nových námětů a inspirací. Jejich společnou charakteristikou je tendence zahrnout téma nových médií mezi standardní oborová témata a současně inovovat stávající konceptuální a teoretický aparát a vypořádat se s tématy technologické změny, šíření technologických inovací a jejich kulturní adopce (což jsou témata, jež v mediálních studiích bývala spíše na okraji zájmu).

Je nepochybné, že cesta k vypořádání se s novými otázkami na sebe bere podobu debaty o revizi konceptuálního aparátu sloužícího k teoretickému popisu médií – tedy že před úkoly spojené s novými médii se mediální studia mohou postavit jen tehdy, pakliže překonají své výše zmíněné konceptuální limity. Tato diskuze probíhá již od osmdesátých let minulého století (a po přelomu tisíciletí zřetelně zintenzivňuje) a jednou z jejích zásadních, i když poněkud opomíjených linií je rozprava o povaze samotných mediálních technologií – a o způsobu, jak tuto povahu adekvátně uchopit.

A právě k této rozpravě, jež se pokouší zodpovědět otázky, co vlastně nová média jsou a jak jsou konstituována, k rozpravě, která osciluje převážně mezi technologickým determinismem (respektive mediocentrickými výklady povahy médií) a sociálním konstruktivismem (sociocentrickými výklady médií a výklady médií založenými na akcentaci čtenářského/uživatelského hlediska), má tato kniha ambici jistým dílem přispět.

Přístup, který volím, je přitom založený na tom typu opatrné uměřenosti, k němuž se v následujících kapitolách opakovaně a explicitně vrátím a který jsem na začátku této kapitoly ilustroval na argumentaci Franka Webstera. Zdrojem této uměřenosti je možná triviální, ale důležitý argument: komplexnější pohled na studia nových médií odhaluje jejich „nový příběh“ jako součást starších tradic a podtrhuje problematičnost, s níž se nutně potýká jakákoli snaha o vykreslování nových médií jako fenoménu radikálního, principálně zlomového.

Roger Silverstone ve vztahu k televizi ocitající se v chatrčích srílanských rybářů poznamenává:

Technologie [...] nepřichází nahá. Nepřichází neutrální. Nepřichází ani jednoduše či přímočaře. Přicházející technologie na zádech vleče [...] náklad sociálních, ekonomických a politických implikací a s sebou si přináší materiální a symbolická pouta, kterými sváže ty, kdo ji využívají, do

systemů sociálních vztahů a kulturních významů, které jsou někdy právě tak skryté a nežádoucí, jako jindy jasné a vítané.

(Silverstone 1994: 79.)

Technologie – a tedy technologie informační a komunikační – nepřicházejí nahé nejen do každodennosti laických uživatelů, ale ani do expertní reflexe, do jazyka společenských věd. I když jsou studia nových médií stále a znovu ožívována voláním po nových konceptech, nových teoriích, nových metodách a nových formách kritiky a současně pochybami o starých, „před-nových“ vztazích, nerovnostech, schématech, ideologiích a modelech, je nesporné, že jsou a měla by být pokračovatelem společenskovědních tradic. Nová média do společenských věd vstoupila s nákladem jak sociálních, ekonomických a politických, tak i teoretických a metodologických implikací, které nevyhnutelně nastavily optiku, jejímž prostřednictvím do vznikajícího a proměňujícího se světa nových mediálních technologií společenští vědci od šedesátých let minulého století nahlíželi a nahlížejí.

II. KAPITOLA

POZNÁMKY K VÝVOJI STUDÍÍ NOVÝCH MÉDIÍ

II. POZNÁMKY K VÝVOJI STUDIÍ NOVÝCH MÉDIÍ

I přes velkorysou tematickou a interdisciplinární rozkročenost studií nových médií a i přesto, že oborová identita tohoto metapole bádání je přinejmenším nedořešená, lze hovořit o určitých rysech, jež studia nových médií jakožto oblast akademické diskuze charakterizují. Jak bylo naznačeno již v předchozí kapitole – zájem o nová média byl a stále ještě zčásti je formulován a naplňován jistými, v řadě ohledů charakteristickými způsoby, jež rozhodně stojí za bližší pohled. a je to právě historie tohoto zájmu, jež diskuzi o povaze studií nových médií dovoluje otevřít. Tato historie, která sleduje postupné prorůstání nových médií do každodennosti, do mediální, politické a ekonomické sféry, i průnik jejich odborné reflexe do hlavního akademického proudu, umožňuje načrtnout některé zásadní trendy, jimiž byla studia nových médií utvářena a které se zřetelným způsobem vepsaly do vědění, jež o nových médiích společenské vědy vyprodukovaly.

Následující podkapitoly tedy nastiňují jednak raný vývoj studií nových médií (a to s přihlédnutím jak ke kořenům akademického výzkumu informačních a komunikačních technologií, tak k mimoakademickým subkulturním a politickým vlivům), jednak jejich postupnou akademickou normalizaci, jež probíhá od poloviny devadesátých let minulého století. Jedním z cílů této části knihy je přitom ukázat, že razantní růst zájmu o společenskovední reflexi nových médií, motivovaný rychlým rozšířením síťových a mobilních informačních a komunikačních technologií, znovu otevřel a zvýraznil některé klíčové otázky týkající se epistemologie a multiparadigmatičnosti mediálních studií i společenských věd jako takových.

Periodizace vývoje studií nových médií

Počátky studií nových médií jsou na základě různých kritérií spojovány s řadou textů a s řadou jmen. S průkopnickými studiemi, jež se v 60. letech věnovaly počítací mediované textuálnosti a komunikaci a mezi něž patří například studie Theodora Nelsona (1965) nebo Josepha Licklida (Licklider 1990 [1960], Licklider – Taylor 1990 [1968]). S pilotními výzkumy počítačově zprostředkované komunikace, které probíhaly od konce sedmdesátých let a z nichž jsou nejčastěji připomínány práce Starr Roxanne Hiltzové a Murrayho Turoffa (1993 [1978]), Sherry Turkleové (2005 [1984]) a Lee Sproullové a Sary Kieslerové (1986, 1991). Nebo například s knihou Ronalda Rice *The New Media* (1984), která jako první explicitně pracovala s novými

médii jako s mnohvrstevnatým sociotechnickým fenoménem a která tak v zásadě předznamenala charakter jejich pozdějšího „zralého“ sociálněvědního zkoumání. Jakákoli snaha o nalezení nultého bodu, o pojmenování jasného počátku studií nových médií, je nicméně problematická a svým způsobem i zbytečná – každý takový nultý bod, byť sebelépe obhájený, je nutně arbitrární, jak konstatují Lievrouwová a Livingstoneová (2002b: 2), a navíc definování jasného počátku poněkud deformuje optiku, kterou je při pohledu na studia nových médií (a jejich raný vývoj) vzhledem k jejich interdisciplinární povaze vcelku patřičně pohlížet. Nultý bod, první – zakládající – text, prvopočátek v jakékoli konkrétní podobě, pohled na studia nových médií nepatřičně a nesmyslně centralizuje a vede k čemusi, co je pro jednoduché historizování jakékoli vědní oblasti vlastně typické. a tedy k tendenci hledět na toto metapole jako na v zásadě řetězec textů, v jistém smyslu kompaktní a jednotný. Respektive jako na příběh, v němž se s laskavým přitakáním ideálu lineárního pokroku vynořují na sebe navazující bezpečně identifikovatelné a beze vši pochyby hodnotné zásadní studie a knihy, které tvoří páteř vědeckého poznání. Tak tomu ovšem zcela jistě není – studia nových médií, jež se rodí na okraji akademického mainstreamu a zčásti dokonce mimo hranice akademické rozpravy, mají spíše podobu postupně se spojujících inspiračních i argumentačních linií, jež pozvolna, od osmdesátých let, konstituují základ toho, o čem je od konce následující dekády možno mluvit jako o kánonu. Tento kánon je přitom opatrně a mnohdy zjevně mimoděk vyjednáván, přičemž jeho součástí zůstávají – jak dále uvidíme – často „klasické texty“, které mají k „nepochybné vědecké hodnotě“ z řady důvodů spíš dál nežli blíž.

Nejednoznačnost „jasného počátku“ ovšem nebrání tomu, abych ve vývoji studií nových médií načrtl několik etap, jež umožní v přijatelném zjednodušení nahlédnout proměny pravidel, jimž se pole akademického společenskovědního zájmu o nová média podřizovalo.

Periodizací vývoje studií nových médií byla vypracována celá řada (viz např. Millarch 1998; Silver 2000a, 2004; Gurak 2004; Gauntlett 2007). Jednu z inspirativních nabízí kanadský sociolog Barry Wellman, patřící mezi přední autory zabývající se problematikou virtuálních komunit a sociálních sítí. Wellman se ve své bilanční stati „The three stages of internet studies: ten, five and zero years ago“ (Wellman 2004) zabývá primárně proměnami reflexe internetu (a nikoli tedy nových médií jako takových) a rozlišuje – jak naznačuje už titul jeho statě – tři fáze jejího vývoje. První je spojena s nástupem internetu a je charakterizována jednak rozpolceností mezi utopická očekávání stran čerstvé novinky a dystopické obavy z ní. Zároveň je pro ni typická tendence nahlížet na internet jako na izolovaný, ze širších sociálních souvislostí vytržený fenomén – což je podle Wellmana krom jiného důsledkem toho, že texty z tohoto období jsou povětšinou spíše spekulativní a jen minimálně empiricky podložené.

Druhé období, jež je spojené s hledáním střízlivější teoretické polohy a se shromažďováním empirických dat, podle Wellmana začíná zhruba v roce 1998, kdy si „vládní politici, komerční kruhy i akademici uvědomili potřebu systematického zkoumání internetu“ (tamtéž: 125). Toto období je ve svém závěru poznamenáno takzvanou dotcomovou krizí,⁸ ale současně je charakterizováno setrvalým šířením nových informačních a komunikačních technologií a jejich razantním pronikáním do technologického a kulturního hlavního proudu. Nová média v této době, jak Wellman poznamenává, ztrácejí pel vzrušující novinky a dochází k jejich „zbanálnění“.

Vyhraněné utopické ani dystopické spekulace předchozího období přitom, jak ukázala empirická zkušenost, nedošly naplnění – právě naopak. Ukázalo se, že internet není možno nahlížet bez respektu k širším sociálním souvislostem, že jednání v síťovém prostředí je provázáno s rutinou každodenní zkušenosti a že realita banálně každodenních nových médií je právě tak mnohoznačná jako kterákoli jiná sféra sociálního světa.

Třetímu období slouží Wellmanův text jako provolání. Podle Wellmana je na čase postoupit od dokumentačního sběru dat k analýze, od hromadění dílčích empirických postřehů k syntéze. „Se soustředěnějšími, teoreticky podloženými projekty nyní začíná skutečná analýza,“ konstatuje Wellman (tamtéž: 127) s poněkud zvěstovatelským tónem, jenž v rámci studií nových médií není (jak ostatně uvidíme dále) ničím novým ani netypickým.

Limity Wellmanovy periodizace spočívají v tom, že Wellman se soustředí pouze na internet a opomíjí diskuzi o dalších nových médiích, která masovému šíření internetu a růstu akademického zájmu o něj předcházela a která je se společenskovo vědní debatou o internetu spojená. Současně má jeho periodizace povahu črty, která spíše než důslednější charakteristice vývoje diskuze slouží jako předmostí pro pointu, kterou je volání po syntetizující, teoreticky důsledněji kotvené empirii. Přesto je Wellmanova skica cenná, protože zachycuje explozi euforických i potemnělých spekulací první poloviny devadesátých let a na straně druhé pak dramatický nárůst výzkumné praxe, který bylo možno sledovat od konce téže dekády. V tomto smyslu je Wellmanova periodizace dobrým odrazištěm pro formulaci periodizace, jež účelu následujícího výkladu poslouží poněkud lépe.

8 Tedy splasknutím bubliny přemrštěného spekulativního investičního zájmu o internetové podniky, k němuž došlo v roce 2001 a jež jednak podtrhlo nerealističnost očekávání spojených s internetem a jež současně na několik následujících let výrazně utlumilo zájem investorů o celou oblast nových médií.

Tab. 1: Etapy vývoje studií nových médií

60. léta – počátek 90. let 20. století	Etapa okrajového zájmu	<i>První hypertextová rozhraní, sálové počítače, vznik mikropočítačů a počítačových sítí</i>
Polovina 90. let 20. století	Sborníková konjunktura	<i>Zpřístupnění internetu veřejnosti, rychlý úvodní růst počtu uživatelů internetu</i>
Konec 90. let 20. století	Etapa akademické normalizace	<i>Mobilní telefonie, digitální videoformáty (DVD), internet a osobní počítač se proměňují v běžnou součást každodennosti</i>
První desetiletí 21. století	Etapa hledání slabé syntézy	<i>Dotcomová krize, prakticky plná penetrace internetu v západních zemích, online sociální sítě...</i>

Tím, co Wellmanovi při jeho výhradním zaměření na internet uniká, je období, které předchází devadesátým rokům (během nichž byl veřejnosti zpřístupněn internet, kdy se začal šířit a kdy se společenské vědy začaly o nová média zajímat souvisle a intenzivně). V tomto období, které označuji jako *etapu okrajového zájmu*, reflexe nových médií hraje v rámci společenských věd zřetelně marginální roli a nová média jsou de facto tematickou kuriozitou, nicméně právě během této etapy je položen tematický a konceptuální základ studií nových médií. Okrajovost reflexe nových médií je přitom umocněna dvěma skutečnostmi. Reflexe nových médií jednak probíhá nejen pod kuratelou zavedených disciplín, ale zřetelně se mísí i se subkulturními a politickými vlivy, které především na konci osmdesátých a na počátku devadesátých let rozpravu o nových médiích zřetelně spoluutvářejí. a současně se diskurzy rozvíjené v souvislosti s novými médii velmi často profilují jako nekriticky vyhocené: jako zřetelně technooptimistické, nebo naopak jako technopesimistické.

Etapa druhá, *etapa sborníkové konjunktury*, je onou periodou, kterou Wellman spojuje s vlnou spekulativních textů reagujících na nástup internetu. Proč sborníková konjunktura? Polovina devadesátých let je, jak poznamenává David Silver (2004), charakteristická množstvím vycházejících antologií věnujících se novým médiím – autoři textů, kteří se snažili zachytit překotnost probíhajících změn a co nejrychleji uvést nová témata v akademický život, jejich prostřednictvím obešli

zdlouhavost časopiseckého publikování, jež bylo navíc komplikováno buď neexistencí odborných recenzovaných periodik věnovaných této problematice, nebo později jejich omezeným počtem. „[T]yto antologie byly, s výjimkou online žurnálů, tak ‚živým‘ publikováním, jaké akademie už nějakou dobu nezažila,“ charakterizuje Silver (2004: 57) hektickou atmosféru sborníkové konjunktury. Právě tuto etapu lze považovat za moment, v němž se začíná konstituovat širší personální a institucionální zázemí studií nových médií.

Třetí etapu, kterou zde nazvu *etapou akademické normalizace*, vystihuje jednak Wellmanova teze o zbanálnění nových médií a současně je pro ni charakteristická normalizace akademického provozu, spojená s nárůstem počtu recenzovaných žurnálů z oblasti studií nových médií, s hledáním „střízlivého“ přístupu ke zkoumané problematice a s razantním růstem počtu kvantitativních i kvalitativních výzkumů. Vztah mezi akademickými a neakademickými diskurzemi se v tomto období pod tlakem kritiky, namířené jednak proti nerealističnosti a spekulativnosti stávající diskuze, jednak proti technologickému determinismu rané reflexe, poměrně rozvolňuje (byť zcela nemizí).

Je-li třetí etapa podřízena důrazu na hledání empiricky podloženého realismu, pak určující rys etapy čtvrté, jejíž počátek kladu do prvních let 21. století a v níž se studia nových médií nacházejí dodnes, je poněkud nezřetelnější. Toto období *etapou hledání slabé syntézy* nazývám proto, že studia nových médií k zásadnější teoretické a tematické syntéze – už s ohledem na důvody, jež jsou zmíněny výše v souvislosti s debatou o studiích nových médiích jako metapoli bádání – vlastně nesměřují. Syntéza, která probíhá, má podobu hledání spíše volnější, obecnější teoretické a terminologické shody a její manifestací jsou publikace přehledového charakteru, studie reflektující a organizující historii metapole studií nových médií, slovníky a čítankové publikace, ustavující oblast textuálního kánonu studií nových médií.

Navržená periodizace není o nic méně arbitrární než onen příslovečný „první text“, zmiňovaný v úvodu kapitoly. Hranice mezi jednotlivými etapami jsou nezřetelné, rysy charakteristické pro jednu etapu často přetrvávají – třeba v oslabené podobě – v etapě následující. Rozdělení vývoje studií nových médií do čtyř etap tak přináší nutná zjednodušení, nicméně slouží především přehlednější organizaci dalšího výkladu, jehož cílem je zachytit a ilustrovat nejvýraznější trendy, jež vývoj studií nových médií provázely a formovaly.

Etapa okrajového zájmu: akademické a vernakulární kořeny studií nových médií

Raná etapa společenskovedné reflexe nových médií je předně charakteristická zřetelně okrajovým postavením tématu v rámci mediálních a komunikačních studií (respektive společenských věd jako takových). Když v roce 1984 publikuje Ronald E. Rice svůj přehledově pojatý sborník *The New Media: Communication, Research and Technology*, konstatuje, že novým médiím je v oblasti komunikačního výzkumu věnována jen minimální pozornost. a to i přes rapidně se zvyšující počty osobních počítačů v amerických kancelářích i v domácnostech a navzdory tomu, že dominance masových médií je v první polovině osmdesátých let narušena nástupem dalších komunikačních médií, jako jsou videotext, videodisky,⁹ první síťová komunikační rozhraní a kabelová televize. „Zatím je zde jen několik málo publikací o nových médiích, které vycházejí z komunikační perspektivy,“ poznamenává tehdy Rice na základě analýzy publikační činnosti v oblasti komunikačního výzkumu a dochází k závěru, že nová média jsou tematizována na jedné straně laicky a manažersky orientovanými texty a na straně druhé „velmi abstraktními nebo obecnými výpověďmi o budoucnosti kancelářské práce“ (Rice 1984: 9). a pakliže jsou konkrétně počítače tematizovány v souvislosti s komunikací, děje se tak do první poloviny osmdesátých let převážně z pozic, jež jsou vůči mediálním studiím a komunikačnímu výzkumu vlastně vnější:

Je důležité zdůraznit, že výzkumníci vně pole komunikačního výzkumu se některými aspekty nových médií zabývali již od raných šedesátých let. Většina této pozornosti se samozřejmě soustředila na počítač – a to nikoli jako na komunikační médium, ale jako na informační procesor, výpočetní zařízení a simulátor lidských mentálních funkcí.

(Rice 1984: 23)

K významnějšímu nárůstu publikací věnujících se novým médiím tak v první etapě studií nových médií dochází až později, od konce osmdesátých let, přičemž jistý nezájem společenskovedních oborů je do určité míry vyvažován pozorností vycházející

⁹ Analogové optické nosiče určené primárně k přenosu videozáznamu, od konce sedmdesátých let prodávané především v Japonsku a jihovýchodní Asii a v menší míře rovněž ve Spojených státech. Tyto disky o velikosti dlouhohrajících desek (vizuálně podobné o něco mladšímu a menšímu kompaktnímu disku) byly rovněž využívány jako datové nosiče pro mikropočítače a herní konzole. Například formát LaserDisc, který byl uveden na trh poprvé v roce 1978 pod názvem Discovision, byl ve východoasijských zemích jeden z dominantních nosičových formátů až do nástupu DVD v devadesátých letech minulého století.

z mimoakademického prostředí – povaha reflexe nových médií je tak v etapě okrajového zájmu ovlivněna významným postavením neakademických diskurzů.

Jak ukazuje četba jak samotných raných textů, tak i jejich četných rekapitulací, typologií a kritik (Rice 1984; Lievrouw – Livingstone 2002b; Jankowski 2002; Dahlberg 2004; Katz – Rice 2002; Feenberg – Bakardjieva 2004; Macek 2004; Van Dijk 2006; Gauntlett 2007), je valná většina raných prací z oblasti studií nových médií limitována hned několika vzájemně provázanými skutečnostmi. S ohledem na ně je raná reflexe – z dnešního pohledu – spíše ilustrací historického vývoje studií nových médií i nových médií jako takových než rezervoárem bezvýhradně využitelných konceptů. Ovšem již vzhledem k tomu, že část dodnes využívaného terminologického a konceptuálního aparátu na tyto rané zdroje odkazuje, je jistě na místě základní rysy této rané debaty kriticky a s ohledem na jejich historický původ shrnout.

Výpovědní hodnota rané reflexe nových médií je především limitována tím, že první texty, které rozpravu o nových médiích formovaly (a jež jsou dodnes repetitivně připomínány), vznikaly v době, kdy nová média ani zdaleka nebyla samozřejmou součástí každodennosti. První práce o textualitě nesené novými médii jsou publikovány již na počátku šedesátých let dvacátého století,¹⁰ první studie zabývající se interpersonální počítačově mediovanou komunikací a komunitami vytvářenými prostřednictvím této komunikace se objevují na konci té samé dekády.¹¹ Hlavní korpus klíčových textů, jež specifickou diskuzi o nových, digitálních médiích inspirativně otevřely, se rodí převážně od přelomu let osmdesátých a devadesátých. o nových médiích jako součásti kulturní a technologické každodennosti se v kontextu západních zemí dá nicméně definitivně hovořit až od druhé poloviny poslední dekády minulého století.

Autoři raných textů tak reflektovali z dnešního pohledu historicky velmi specifickou situaci – specifickou po stránce technologické (už proto, že povaha uživatelských rozhraní, počítačových sítí a jejich přenosových kapacit se zřetelně lišila od těch, jejichž prostřednictvím komunikují dnešní uživatelé) i sociální (aktéři, jimž se věnují rané studie, byli charakterističtí svou otevřeností k přijímání technologických inovací a ve vztahu k většinové populaci je lze považovat za svého druhu „svérázné“ – jednalo se o akademiky a studenty z technických oborů, členy

10 Např. Engelbart 2003 [1962], Nelson 1965 aj.

11 Andrew Feenberg a Maria Bakardjieva (2004: 37) za první ze studií věnujících se problematice označují stať „The Computer as a Communication Device“, v níž Joseph C. R. Licklider, významný počítačový teoretik z Massachusettského technologického institutu, spolu s R. W. Taylorem předznamenal užití počítačů zapojených do sítí k sociální interakci (Licklider – Taylor 1990 [1968]). Leah Lievrouwová a Sonia Livingstoneová pak ve svém úvodu k *Handbook of New Media* (2002b: 3) připomínají sociálněpsychologické studie ze sedmdesátých let 20. století, jež se zabývaly telekonferencemi a počítačově mediovanou komunikací mezi vědeckými týmy.

technologických subkultur, první „civilní“ uživatele internetu). Časným snahám o teoretické pochycení sociálních souvislostí a důsledků nově se šířící technologické inovace lze jen těžko mít za zlé, že nedokázaly předjímat pozdější „zralou“ situaci – podobná extrapolace nakonec není v silách společenských věd. Jen s obtížemi v nich proto ale můžeme vidět klíč k teoretickému popisu a pochopení dnešního stavu. S lehkou nadsázkou to lze ilustrovat na proměně virtuálních komunit, kdy svět komunity tvořené technologickými inovátory a propojené prostřednictvím textového rozhraní BBS¹² (což na tomto místě vezměme jako příklad virtuální komunity z konce osmdesátých či počátku devadesátých let) se od vztahové sítě utvářené v roce 2010 například v prostředí Facebooku liší možná v podobné míře, jako se měšťanské čtenářské kluby 18. století liší od čtenářů z klubu Readers Digest. Jisté společné rysy jistě najdeme, ale jednoduše pojaté srovnání bude přinejmenším problematické.

Druhou skutečností, jež využitelnost oněch klasických prací dnes umenšuje, je, že se řada z nich svou povahou vymykala souběžně plynoucí společenskovědné diskuzi o médiích masových – ačkoli totiž debata o nových médiích v určitých ohledech kontinuálně navazuje na starší společenskovědné inspirace, některé její klíčové charakteristiky ji v raném období od diskurzů zavedených disciplín zásadně odlišují. Rané teoretické texty se orientují na spekulativní vyprávění o budoucích dopadech nových médií; současně se odklánějí od sociálněkonstruktivistického pohledu, který se například v mediálních studiích prosadil během sedmdesátých let pod vlivem britských kulturních studií a francouzských strukturalistických a poststrukturalistických myslitelů, a velmi často preferují monokauzální, lineární, technodeterministická vysvětlení. Andrew Feenberg a Maria Bakardjieva (2004) v této souvislosti konstatují, že raná reflexe nových médií (byť se Feenberg a Bakardjieva primárně soustředí na problematiku virtuálních komunit, je jejich teze zobecnitelná na studia nových médií jako taková) probíhala ve znamení hledání „vražedné implikace“ („killer implication“), tedy dominantních dopadů nových médií na sociální jednání. V centru rozpravy, jinými slovy, stál předpoklad, že je možno odhalit převládající účinky mediálních technologií a využít toto odhalení k podložení předpovědi jejich budoucího vývoje a způsobů jejich užití.

Příčinou této zjevné nekompatibility raných studií nových médií s logikou hlavního proudu sociálních věd je právě několikrát zmíněná skutečnost, že rané diskurzy formující vyprávění o nových médiích zčásti vycházejí z neakademického prostředí – rozmanité oborové inspirace se v nich mísí s výpověďmi, jež mají povahu *vernakulárních*, tedy v neakademickém poli formulovaných teorií (srv. Jenkins 1999).

12 BBS (Bulletin Board System) – počítačová síťová technologie využívající jednoduché diskuzní rozhraní periodicky synchronizované prostřednictvím telefonického spojení.

Jejich nepřehlédnutelnou roli v procesu konstituce studií nových médií a jejich tematickou a konceptuální agendu lze snad (s jistou zkratkou) vysvětlit tím, že rozprava o nových médiích se ve svých počátcích zčásti podřizuje pravidlům diskurzů *rané kyberkultury*. Tedy neakademických diskurzů, jež se od 60. let zvolna rozvíjely spolu s novými médii jako takovými a jež měly – v kulturním slova smyslu – ve vztahu k novým médiím konstitutivní vliv (Macek 2004).¹³

Vernakulární diskurz

Byly to právě tyto diskurz (které kořenily v zázemí technologických subkultur, v milieu IT průmyslu a v politické sféře), jež do značné míry formovaly *imaginaire*¹⁴ nových médií – a tedy očekávání s nimi spojená, vědění toho, „k čemu“ nová média budou sloužit, jaký bude a měl by být jejich vliv na společnost. Tyto diskurz jsou, jak jsem se pokusil ukázat při jejich analyzování (Macek 2004), charakteristické právě orientací na budoucnost, technodeterministicky laděným důrazem na téma společenské změny (to znamená, že o nových médiích uvažují jako o primární příčině společenské změny a soustředí se na hledání *dopadů* technologických inovací), tematizováním proměny autenticity (nová média jsou nazírána jako zdroj definitivního popření substanciální autenticity, jejíž mizení je v souvislosti s mediálními technologiemi z rozmanitých pozic kritizováno de facto po celé dvacáté století) a vyprávěním o *novém pomezí* (*new frontier*).¹⁵ Přičemž příznačné pro ně rovněž je, že se štěpí podél linie *technologického optimismu*, kdy akcentují utopický rozměr změn přinášných novými médii, a *technologického pesimismu*, kdy naopak zdůrazňují dystopické důsledky technologické změny (tamtéž).

Zásadní roli při utváření kyberkulturních diskurzů sehrála vědeckofantastická literatura, jmenovitě pak žánr označovaný jako kyberpunk. Beletrie, za jejíž iniciální texty tradičně bývají označovány povídky z antologie *Zrcadlovky* (Sterling 2000

13 V diplomové práci *Raná kyberkultura*, v níž se věci věnuji podrobněji, nehovořím o diskurzech, ale o narácích; s odstupem času, s přihlédnutím k zavedené společenskovědné terminologii i vzhledem k tomu, jak diskurz chápé např. Michel Foucault (1994), zde raději před termínem narace upřednostňuji termín diskurz.

14 Konceptu *imaginaire* se důkladněji věnuji ve třetí kapitole.

15 Novým pomezím (*new frontier*) je označována ona oblast sociálního života, jež se ocitá mimo mocenskou kontrolu státu. Autoři, kteří se v osmdesátých a devadesátých letech novým pomezím zabývají, hovoří o tom, že nová média pomáhají utvořit nefyzickou variantu onoho svobodného prostoru, který o století dříve zanikl v okamžiku, kdy Spojené státy dosáhly pacifického pobřeží. Nové pomezí, vznikající v kyberprostoru, je vnímáno jako příslib nové (byť nutně dočasné, jak poznamenává Hakim Bey ve svém eseji o tzv. dočasných autonomních zónách) svobody, nekontrolované kreativity a odporu vůči totalizujícímu vlivu státu (viz např. Bey 2004 [1991] a Freyermuth 1997; k tématu podrobněji srv. Macek 2004, 2005b).

[1986]) a Gibsonův román *Neuromancer* (Gibson 1992 [1984]), byla pro technologické subkultury a první laické uživatele mikropočítačů (tvořené především dospívající mládeží a vysokoškolskými studenty) důležitým popkulturním rezervoárem. Do vztahu k počítači kyberpunk nově vnesl rozměr přitažlivého životního stylu, reprezentovaného kritičností vůči korporátnímu kapitalismu, akcentem na subverzivní potenciál výpočetních technologií, rockovou a punkovou estetikou, narušením a odmítnutím integrity lidské tělesnosti prostřednictvím kyborgizace fyzického těla. a v neposlední řadě též postavou antihrdiny, pohybujícího se sice v centru fikčního textu, ale na sociálním okraji textem utvářeného fikčního světa (ke kyberpunku podrobněji viz Navrátilová 1998; Herec 2001; Macek 2004: 42–50).

Vedle vědecké fantastiky se v raně kyberkulturních diskurzích projevují rovněž vlivy americké kontrakultury šedesátých let – kalifornské technologické subkultury na toto hnutí ostatně personálně navazovaly a některé z významných kontrakulturních postav (jako například Timothy Leary, Stewart Brand, John Brockman či John Perry Barlow) do vývoje kyberkulturních diskurzů zřetelně zasáhly. Kontrakultura kyberkultury odkázala především komunitarianistická východiska, volání po revizi veřejného prostoru, otevřenost k alternaci tělesnosti (odrážející se například ve vztahu k takzvaným chytrým drogám a souznící s kyberpunkovou adorací kyborga), afinitu ke kulturnímu a filozofickému synkretismu, nedůvěru k autoritě státu a ideu kulturního pomezí a individualizovaného přístupu k autenticitě (srv. např. Mateo 2005; Turner 2006).

V osmdesátých letech jsou kyberkulturní diskurzy rozvíjeny jednak mimo hranice hlavního kulturního proudu a současně jaksi paralelně s diskurzí politickými. Jejich mluvčí se – jak ukazuje Mark Dery (1996) – soustředili v subkulturách, jež se pohybovaly mezi technologickými, fandomovými a hráčskými komunitami, rozvíjející se garážovou ekonomikou počítačových firem a poměrně provokativními alternativními uskupeními, rozvíjejícími nejrůznější tradice od New Age a spřízněných novonáboženských směrů přes extropiánství po anarchismus. Vedle vědeckofantastických časopisů, jako byl kyberpunkový *Science Fiction Eye*, jsou patrně nejčastěji připomínanými publikačními platformami, na nichž se tyto rozmanité diskurzy setkávaly, periodika *High Frontiers* (vydávány od roku 1984 a později přejmenovaný na *Reality Hackers* a následně na *Mondo 2000*), čtvrtletník *Whole Earth Review* (vydávány od roku 1986) a zín *BOING BOING* (vydávány od roku 1988).¹⁶ Tyto časopisy v zásadě vymezují krajní polohy kyberkulturních diskurzů. Zín *High Frontiers / Mondo 2000* sehrál roli prvního kyberkulturního lifestylového magazínu propojujícího ve velmi sebeironické poloze kyberpunková, technologická a umělecko-filozofická témata s kontrakulturním dědictvím a provokativní otevřeností vůči

16 Archiv zínu je dostupný dostupný na <http://www.boingboing.net/>.

drogové scéně.¹⁷ *BOING BOING*, dodnes vycházející v podobě blogu, výrazněji akcentoval politická (v americkém kontextu levicová) témata. A *Whole Earth Review*, vydávaný jednou z ústředních postav sanfranciského hnutí šedesátých let, Stewartem Brandem, měl podobu střízlivého popularizačního periodika, soustředícího se na témata nových technologií, ekologie a občanského aktivismu.¹⁸

Důležitými mluvčími kyberkultury se na konci osmdesátých let ve Spojených státech stávají takzvaní *digerati*¹⁹ – ve veřejném prostoru velmi vlivní autoři z IT prostředí a ekonomických, vydavatelských, akademických, subkulturních a v neposlední řadě i politických kruhů, kteří se staví do role veřejných obhájců a popularizátorů internetu a počítačových technologií a kterým se daří protlačit téma nových médií z hranic ghetta specifických subkulturních, akademických a ekonomických diskurzů směrem k diskurzům hlavního kulturně-spoločenského a politického proudu.²⁰

Jazyk obklopující i sytící publikační aktivity *digerati* se zřetelně liší od jazyka kyberpunkové beletrie – dědictví technologických subkultur se zde totiž setkává s politickými diskurzemi, vítajícími od konce sedmdesátých let informatizaci ekonomiky, vzdělání, zdravotnictví a dalších sfér západních států. Jazyk *digerati* je jazykem revoluční novosti, vítané společenské, politické a ekonomické proměny, technologií přinášené obrody. a současně je jazykem, jímž promlouvá sebevědomá inovátorská elita, jak ostatně ilustruje „originální“ seznam *digerati*, formulovaný

17 Podrobnější – a velmi výstižná – „čtení“ magazínu *Mondo 2000* nabídla Vivian Sobchacková (Sobchack 1994), která upozorňuje na dvojí pnutí, které diskurz magazínu utváří a se kterým si autoři časopisu otevřeně a poměrně kreativně hrají: pnutí mezi cynismem a utopianismem a pnutí mezi kontrakulturním idealismem a popkulturním konzumerismem. Svého druhu vrcholem publikačních aktivit týmu *Monda 2000* a současně koncentrovanou ilustrací jejich textů pak je publikace *Mondo 2000 a Users Guide to the New Edge* (Rucker a kol. 1992).

18 Kompletní archiv *Whole Earth Review* lze dohledat na webu http://findarticles.com/p/articles/mi_m1510/; WER a vztahu kontrakulturních a kyberkulturních okruhů se podrobněji věnují mj. Turner (2006) a Matei (2005). Charakteristickou „avantgardní“, okázale „protisystémovou“ a výrazně technooptimistickou atmosféru kyberkulturní scény konce osmdesátých a počátku devadesátých let zachycují ve svých reportážně laděných knihách Douglas Rushkoff (2000 [1994]) a Gundolf Freyermuth (1997 [1996]).

19 Neologismus utvořený spojením slov *digital a literati*.

20 Ne snad, že by snad nová média (zastoupená především počítači) dříve nebyla součástí mediální agendy. Informační technologie a jejich revoluční potenciál byly, jak dokumentují Webster s Robinsem, součástí politických a mediálních diskurzů již od konce sedmdesátých let (viz Webster – Robins 1986: 13–16). Počátkem devadesátých let se nicméně mediální obraz informačních technologií mění – jsou totiž prezentovány již nikoli jako nástroj budoucí, svým způsobem abstraktní pozitivní síly, ale jako dosažitelná součást každodennosti, součást preferovaného životního stylu.

Charlesem Simonyim a publikovaný v devadesátých letech na webu Edge, založeném Johnem Brockmanem:

Kdo jsou „digerati“ a proč jsou „kyber elitou“? Jsou to muži činu, myslitelé a spisovatelé, kteří mají obrovský vliv na začínající komunikační revoluci. Oni nejsou na pomezí, oni jsou tím pomezím.

Digerati evangelizují, spojují lidi, rychle se přizpůsobují. [...] Vzájemně jsou si zárukou své velikosti. [...] Navzájem si kladou otázky, na něž se ptají i sami sebe, což je jedna z věcí, které z nich dělají kyber elitu.

(Simonyi, nedatováno)

V digerati získává kyberkulturní svět vlivné promotéry a spolu s nimi i poměrně snadný vstup do mediální i politické agendy. Co v rovině životního stylu pro ranou kyberkulturu udělaly literární a filmový cyberpunk a malonákladové časopisy jako *Mondo 2000*, to na úrovni širší společenské a politické legitimizace kyberkulturních idejí zajistili právě digerati. Mezi digitální elitu jsou zařazováni autoři s velmi rozličnými východisky a rozmanitými pohledy na svět – technologické diskurzy se tu setkávají s kontrakulturním dědictvím šedesátých let, konzervativní politické vize s krajním ekonomickým liberalismem, jazyk akademických oborů s prorocky extatickým vyprávěním o „digitálním šamanství“ a takzvaných chytrých drogách. Barvitost elitní obhajoby nových médií podtrhuje, že k digerati bývají řazeni lidé spojení s prvními virtuální komunitami (mj. Howard Rheingold, Stewart Brand), občanskí aktivisté (mj. John Perry Barlow), spisovatelé, publicisté a vydavatelé (mj. John Brockman, Tim O'Reilly, Bruce Sterling, Timothy Leary), akademici z technických, humanitních i společenskovědních oborů (mj. Nicholas Negroponte, William Mitchell, Douglas Rushkoff, David Gelernter, Clifford Stoll, Sherry Turkleová), umělci (např. Jaron Lanier), přední manažeři z oblasti informační ekonomiky (např. Steve Jobs, Bill Gates) a v neposlední řadě i politici prosazující tematiku nových médií na úrovni celonárodní americké politiky (např. viceprezident Clintonovy administrativy Al Gore). To, co mají digerati společné, je nicméně sdílené vzrušení z nadcházející (respektive již probíhající) velké společenské změny a ochota svědčit v její prospěch.

Ikonickou arénou publikačních aktivit tohoto elitního autorského klubu se stal v roce 1993 založený lifestylový magazín *Wired* (personálně a tematicky částečně navazující na časopisy *Mondo 2000* a *BOING BOING*), v němž se provokativnost a revoluční náboj starších kyberkulturních textů setkaly s intelektuální dráždivostí akademických inspirací a ekonomickým entuziasmem proponentů nové ekonomiky. Publikace této „digitální elity“ i jejích následovníků nicméně zahrnovaly řadu monografií, nesčetné publicistické texty v předních amerických denících a týdenících

i množství webových projektů. Společné jsou jim výše pojmenované rysy kyberkulturních diskurzů, z nichž nejvýrazněji zde rezonuje technodeterministické přesvědčení o radikálních a v zásadě velmi pozitivních společenských, ekonomických a politických dopadech šířících se nových médií (výjimku tvoří například Clifford Stoll, označený výše citovaným Simonymim za „skeptika“ a spojující nástup nových médií s ohrožením autenticity sociálních interakcí, viz Stoll 1995). Jako ilustrativní příklady zde mohou posloužit knihy Howarda Rheingolda (*The Virtual Community*, 1993), Douglase Rushkoffa (*Kyberia*, 2000 [1994]), Nicholase Negroponta (*Digitální svět*, 2001 [1993]), Timothy Learyho a Michaela Horowitzze (*Chaos a kyberkultura*, 1997 [1994]) či Williama Mitchella (*City of Bits*, 1995). Jejich autoři předkládají výrazně technooptimistické vize zásadní, digitální technologií přinášené transformace komunit, kulturní sféry, politiky a mocenských vztahů, přičemž jejich teze lze číst nejen jako svědectví o silícím nadšení z nového, ale i jako ideologickou obhajobu nastupujícího nového světa, v němž bude stát nucen investicemi do technologických infrastruktur podpořit svou vlastní proměnu, revizi vlastního fungování. Nová média jsou v obrazech, které digerati črtají, nástrojem osvobození. Osvobozují v sociální interakci, v politických i ekonomických vztazích, protože s nimi má přicházet nová, geograficky i tělesností nepodvázaná komunita, nová a centralitou masových médií nedestruovaná veřejná sféra, nová a dominancí státu neumenšovaná demokracie a nová ekonomika. a konečně i kýžená globální harmonie.

Jak se dnes – kdy 20 procent obyvatel světa spotřebovává 80 procent všech zdrojů, kdy jedna čtvrtina lidstva má přijatelný životní standard, zatímco tři čtvrtiny nikoli – může rozdělený svět znovu spojit? Zatímco politici s sebou musí vláčet zátěž historie, z digitálního světa přichází nová generace, nezatížená mnohými z dřívějších předsudků. Jsou to mladí lidé, kteří si už nemyslí, že sama geografická blízkost je jedinou možnou základnou pro přátelství, spolupráci, společné hry, sousedský život. Digitální technologie se může stát přirozenou silou vedoucí svět k větší harmonii.

(Negroponte 2001 [1993]: 187)

Digerati, jak je snad zřejmé, očekávají a slibují digitální revoluci a sami jsou jejím předním vojem – a jako takoví vlastně ztělesňují vrchol kyberkulturních diskurzů.

Nepřekvapivě hlas digerati ve své uhrančivosti a apelativnosti utichá spolu s tím, jak nová média ve Spojených státech a západní Evropě během devadesátých let přicházejí o rozměr vzrušující novinky a jak se slibovaná revoluce rozpouští tváří v tvář realitě mnohem nejednoznačnějších, v řadě ohledů protikladných a současně subtilních proměn, které s nimi přicházejí. Definitivně pak vzrušení opadá, když jsou ekonomická očekávání umlčena v roce 2001 dotcomovou krizí (tedy krizí spojenou

způsobenou dramatickým nadhodnocením a následným pádem akcí internetových společností).

Na neakademické, vernakulární diskurzy pochopitelně nelze aplikovat kritéria, která uplatňujeme při hodnocení adekvátnosti či platnosti akademických teorií. Vernakulární teorie se, jak upozorňuje Henry Jenkins (1999), od teorií podřizujících se akademickým standardům a řádu toho kterého akademického diskurzu liší jazykem, publikem, ambicemi i otázkami, které kladou – spíše než analytickým popisem sociotechnického světa jsou zkrátka obhajobou určité jeho kýžene, více či méně vzdálené budoucí varianty. Proto je patrně na místě na ně – v souladu s Geertzem navrženou definicí ideologie jako mocenské instance jazyka (Geertz 2000) – kriticky nahlížet jako na vyprávění ideologická, jak důkladněji rozvedu ve třetí kapitole.

Kyberkulturní diskurzy jsou pro nás nicméně víc než jen ukázkou ideologického rozměru vyprávění o nových médiích. Především pomáhají ukázat, jak se během devadesátých let studia nových médií posunula směrem k „empirické střízlivosti“, tedy jak se postupně podřizovala pravidlům mateřských akademických disciplín a spolu s tím moci akademického pole. Kyberkulturní diskurzy tak vlastně dovolují podrhnout rostoucí kritičnost autorů zabývajících se novými médii, jež na sebe bere podobu sílící snahy o odmítnutí technologického determinismu a spekulativního, ideologizujícího futurismu.²¹

Současně vernakulární diskurzy pomáhají odhalit, jak blízko k sobě akademické a neakademické pole v případě nových médií přinejmenším do poloviny devadesátých let mají: hranice mezi oběma kulturními světy je v této době natolik nezřetelná, že ji nakonec nemá smysl jakkoli striktněji rýsovat.²²

Raná společenskovední reflexe nových médií

O tom, do jaké míry se striktně akademické studie zabývající se novými médii lišily od vernakulárních diskurzů, svědčí již zmiňovaný sborník *New Media* (Rice 1984). Ten v mnoha ohledech předznamenává diskuzi, jež se zřetelněji začala rozvíjet zhruba

21 Pod slovem *kritičnost* můžeme v zásadě chápat citlivost k prohrškům vůči pravidlům akademických vyprávění o světě.

22 Jenkins (1999) toto dokladuje na příkladu N. Negroponteho, děkana jedné z fakult MIT, píšícího v devadesátých letech teoreticky ambiciózní publicistiku pro magazín *Wired*. a obdobná nejistota, týkající se toho, kam a podle jakého klíče řadit ty které autory, nakonec může provázet i promýšlení tezí například Arthura Krokera a Michaela Winsteina (1994), Howarda Rheingolda (1993) či Williama Mitchella (1992, 1995), kteří jsou rovněž spojeni jak s univerzitním, tak mimoakademickým publikačním prostředím – jejich texty, stejně jako texty Negroponteho (2001 [1995]), významně ovlivnily a do jisté míry stále ovlivňují akademickou publikační produkci týkající se nových médií a jsou opakovaně zmiňovány jako součást postupně sedimentujícího kánonu studií nových médií.

o dekádu později. Rice explicitně provazuje zkoumání nových médií s tradicí komunikačního výzkumu a mediálních studií a konstatuje, že stávající mediologické koncepty a teorie jsou a budou při zkoumání nových médií velmi nápomocné. Zároveň ale formuluje předpoklad, že s novými médii přicházejí nové formy sociálního jednání a že do středu našeho zájmu nová média znovu a v nových technologických souvislostech posunují interpersonální komunikaci. S ohledem na to je podle Rice velmi pravděpodobné, že výzkumníci nejenže budou muset reformulovat teorie rozvíjené v souvislosti s výzkumem masových médií, ale že rovněž budou muset rozvíjet koncepty a metody zcela nové. Jedním z nových důrazů, které by v souvislosti s novými médii měly z komunikačního výzkumu vzejít, je důraz na zohlednění vlastností technického artefaktu. Klasický komunikační výzkum se v souvislosti s rozhlasem a televizí primárně soustředil na „jejich organizaci, užití, obsah a účinky“ (Rice 1984: 18), ale vlastnosti komunikačního kanálu jako klíčovou proměnou spíše opomíjel. V případě nových médií se „samozřejmou znalostí“ vlastností komunikačního kanálu počítat nelze. Nová média zahrnují na jedné straně designově rozmanité technologie a současně umožňují různé formy technologické konvergence, a proto je nutno technické vlastnosti média vrátit zpět do hry.

Rice nicméně odmítá technodeterministická východiska – studium nových médií podle něj musí zahrnovat rovněž výzkum užití, regulačních rámců i širších sociálních souvislostí, do nichž nová média vstupují. Rice tak patrně jako první, jak podotýkají Lievrouwová a Livingstoneová (2002b: 1, 6), rozvíjí myšlenku celostního pohledu na nové informační a komunikační technologie.

Jedním z pojętek mezi akademickými a vernakulárními diskurzy byla, jak již bylo řečeno, orientace na budoucnost. V případě akademické reflexe byla tato orientace motivována především potřebou poskytnout vodítka pro probíhající technologický výzkum a rodící se politickou regulaci. Snaží-li se Rice pohledu do budoucnosti spíše vyhnout, pak S. Roxanne Hiltzová a Murray Turoff, autoři další klasické práce, monografie *The Network Nation: Human Communication via Computer* (Hiltz – Turoff 1993 [1978]), otevřeně pracují s tofflerovsky laděnou futurologií. Hiltzová a Turoff rozvíjejí postřehy sociologů Marka Granovettera (1973) a Paula Cravena a Barryho Wellmana (Craven – Wellman: 1973, cit. z Hiltz – Turoff 1993) o sítové povaze sociálních vztahů v moderní společnosti a předkládají bystrou a v řadě ohledů překvapivě detailní vizi, v níž extrapolují předpoklad, že počítačové sítě budou v blízké budoucnosti sloužit jako rutinně užívané komunikační prostředí.²³ Hiltzová a Turoff před-

23 V době, kdy Hiltzová a Turoff svou studii psali, měli přístup k počítačovým sítím řádově stovky uživatelů převážně z univerzitního a vojenského prostředí; první laické veřejnosti dostupné sítové rozhraní, takzvaný *Bulletin Board System*, bylo zprovozněno v tomtéž roce, kdy Hiltzová a Turoff publikují svou knihu, a o zpřístupnění pozdějšího *Internetu* veřejnosti začalo být důsledněji uvažováno až na konci osmdesátých let.

jímají, že počítač připojený do komunikační sítě nejenže (oproti telefonu a klasické poště) zásadně zlevní komunikaci a ovlivní komunikační vzorce, ale rovněž že bude mít vliv na komunitní komunikaci a na způsoby utváření a udržování sociálních skupin a politických a zájmových uskupení. Autoři rovněž konstatují, že počítačově mediovaná komunikace bude mít dopad na konzumaci starších mediálních forem, že otevře cestu k decentralizaci dosud centralizovaných organizací a ke zvýšení podílu práce vykonávané z domova a v neposlední řadě že nabídne znevýhodněným skupinám a jedincům nové způsoby pro plnohodnotnější zapojení se do sociálního a ekonomického života. Stejně jako Rice se i Hiltzová s Turoffem vyhýbají svodu technodeterministické argumentace, což je zřetelné z jejich konstruktivisticky motivovaného argumentu, že nevhodná regulační rozhodnutí mohou způsobit, že počítačové komunikační sítě prohloubí sociální a ekonomické nerovnosti, zintenzivní odliv obyvatelstva z městských center a budou sloužit jako nástroj cenzury a dohledu umožňující bezprecedentními způsoby narušovat soukromí.

Poměrně specifickou roli mezi iniciačními texty studií nových médií sehrál *Manifest kyborgů* Donny Harawayové (2002 [1985]). Provokativní esej, kterému již byla v českém akademickém prostředí věnována poměrně detailní pozornost,²⁴ byl primárně zamýšlen jako kritika esencialistických proudů feministické teorie. v kontextu studií nových médií ovšem sehrál zásadní úlohu, protože obrátil pozornost k problematice vztahu technologií, tělesnosti a genderové identity a současně do společenskovedné diskuze vnesl původně kybernetický koncept kyborga.²⁵ Specifičnost tohoto stylisticky exaltovaného, ironicky laděného textu spočívá v tom, že zasáhl nejen do akademické, ale i do vernakulární (kyberkulturní) roviny rozpravy o nových médiích.

Zřetelně odlišný přístup k tematizaci vztahu technologie a identity rozvinula v jiném z klasických textů raného období socioložka a psycholožka Sherry Turkleová. Její monografie *The Second Self* (Turkle 2005 [1984]), založená na kvalitativní studii a ukotvená v psychoanalytickém diskurzu, otevřela cestu k výzkumu psychologických aspektů užití nových médií. Turkleová, zkoumající na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let dětské uživatele osobních počítačů (konkrétně uživatele

24 *Manifest kyborgů* byl přeložen do češtiny a v roce 2002 publikován v *Sociálních studiích* (Haraway 2002, přel. Jolana Navrátilová) a současně byl v českém prostředí několikrát zevrubně interpretován (např. Navrátilová 1998, 2002; Macek 2003, 2004, 2011) a stal se pevnou součástí domácích kurikul společenskovedních i uměnovědních oborů dotýkajících se nových médií. To jen podtrhuje inspirativnost a zároveň i mnohoznačnost autorčina provolání, které díky své metaforické povaze odolává času snáze než empirické či v klasicky akademickém slova smyslu teoretické texty.

25 Proměněm konceptu kyborga a jeho průnikem z jazyka kybernetiky do populární kultury a diskurzů společenských věd jsem se detailněji zabýval ve stati „Kyborg aneb cesta tam a zase zpátky“ (Macek 2011), publikované v knize *Umění a nová média* (Flašar – Horáková – Macek, P. 2011).

výukového programu Logo, jehož autorem byl matematik a didaktik Seymour Papert), zvolila ve své době neobvyklý úhel pohledu – na osobní počítač pohlížela nikoli jako na technologický artefakt, ale jako na evokatívni objekt a na práci s ním jako na formu projekce. Ve středu jejího zájmu tak byla výhradně interakce mezi uživateli a počítači: „Jejich styl programování byl proměnlivý a výmluvný. Počítač sloužil [...] jako Rorschach a programování bylo jednou z nejsilnějších manifestací jeho projekční síly“ (Turkle 2005: 11).

Knihy *The Network Nation* a *The Second Self* i esej *Manifest kyborgů* měly na studia nových médií podobně formativní vliv jako Riceův sborník *The New Media* – staly se základem tematických linií, jimiž se měla reflexe nových médií začít v následující dekádě ubírat. Zatímco Rice předznamenal hledání holistického přístupu k novým médiím a explicitně propojil reflexi nových médií s tradicí mediálních studií a komunikačního výzkumu, Harawayová a Turkleová obrátily pozornost ke vztahu technologií, individuální identity a tělesnosti a Hiltzová a Turoff vyzdvihli jako jedno z ústředních témat problém komunitní komunikace, respektive počítačově mediované skupinové interakce.

Posledním klíčovým tématem, které je v raném období studií nových médií otevřeno, je téma „nové“ textuality, spojené primárně s promyšlením konceptu hypertextu, formulovaného počátkem šedesátých let Theodorem Nelsonem (Nelson 1965).²⁶ Této problematice se – v návaznosti na první praktické aplikace v šedesátých letech a následné šíření uživatelských hypertextových aplikací pro osobní počítače v letech osmdesátých – ujmají autoři z oblasti literární teorie a mediálních studií, přičemž převážně časopiseckou a konferenční produkci, jež na konci osmdesátých let zřetelně sílí, završují na počátku deváté dekády dvě monografie. *Writing Space* (2001 [1991]) Jaye Davida Boltera i *Hypertext* (2006 [1991]) George P. Landowa shodně provázaly Nelsonovy postřehy týkající se textuality nových médií s koncepcemi francouzských strukturalistických a poststrukturalistických kritiků a aplikovaly jednak tuto syntézu na soudobé hypertextové systémy a současně nabídly (ve srovnání s texty digerační střízlivou, ale přesto znatelně optimistickou) predikci, v níž hypertextová média měla v blízké době převzít roli médií dominantních.

Stranou by zde zcela jistě nemělo zůstat, že raná sociálněvědní reflexe nových médií zahrnuje i kritické hlasy, z nichž ty patrně nejvýraznější patří britským sociálním

26 Jako hypertext je označován nehierarchický, nesequenční a v ideálním případě decentralizovaný text, sestávající z jednotlivých, vzájemně propojených textových bloků (lexií). (Podrobněji k hypertextu viz Landow 2006).

teoretikům Kevinu Robinsovi a Franku Websterovi a americkým výzkumníci Lee Sproulové a Saře Kieslerové.²⁷

Sproulová a Kieslerová (1986, 1991) na základě empirických šetření formulují *teorie redukce příznaků sociálního kontextu* (*reduced social context cues*). Autorky jsou kritické v tom smyslu, že do kontrastu vůči převládajícímu optimistickému náhledu na nová média staví tezi, že počítačově mediovaná komunikace je s ohledem na anonymitu aktérů a související oslabení sociální kontroly potenciálním zdrojem disinhibice a v důsledku pak i příčinou antinormativního jednání.

Kriticismus Franka Webstera a Kevina Robinse (Webster – Robins 1986; Robins – Webster 1989) je komplexnější. Je kritikem pevně usazeným v teorii, v širší sociologické rozpravě – a kořeny má v principiální nedůvěře vůči atmosféře vzrušení z informačních technologií a z proklamovaného nástupu informační společnosti. Webster a Robins se vymezují proti spekulativní futurologii a nepodloženému technooptimismu spojenému s předpokladem, že nová média jsou jednak de facto příznakem nevyhnutelného pokroku, jednak racionálním technickým řešením ekonomické recese sedmdesátých a osmdesátých let. Podstatné rovněž je, a to je spojuje s Ronaldem Ricem, že Webster a Robins odmítají nahlížet na nová média optikou „dopadu“ – a tedy jako na fenomén, který ve vztahu ke společnosti sehrává roli nezávislého, vnějšího činitele.

Nechceme tvrdit prostě to, že nové technologie přinášejí nepříjemné důsledky. Náš argument je [...], že technologie je integrální součástí společnosti, že technologie zahrnuje společenské hodnoty. Naším tématem je, že technologie [...] jsou součástí společenského procesu a že jejich vynětí z tohoto kontextu vede k jejich nepochopení.

(Webster – Robins 1986)

Při zpětném pohledu se zdá, jako by Webster a Robins ve své kritické analýze politických diskurzů věnujících se v osmdesátých letech informačním a komunikačním technologiím předem formulovali kritické argumenty proti prorocstvím z publikačních dílen amerických *digerati* – proti kyberkulturní rétorice digitální revoluce, která

27 Robins a Webster zcela jistě nejsou jedinými Brity, kteří se v osmdesátých letech zabývali novými informačními a komunikačními technologiemi – zde jsou uvedeni především jako reprezentanti teoreticky podložené nedůvěry v dobově převládající technooptimismus. o tom, že se britští akademici tematické nových médií nevyhýbali, svědčí mimo jiné rozsáhlý, státem štědře podporovaný projekt výzkumný PICT (*The Programme on Information and Communication Technologies*), probíhající pod vedení Steva Woolgara v letech 1985–1995. Klíčové výstupy z tohoto programu, sborníky *Information and Communication Technologies – Visions and Realities* (Dutton 1996) a *Society on the Line* (Dutton 1999), byly nicméně publikovány až po skončení projektu ve druhé polovině devadesátých let.

byla s nástupem internetu oživena s překvapivou silou, proti znovu se vracejícímu technodeterminismu, proti argumentům o přirozeně demokratických a osvobozujících technologiích. Tedy proti tezí, jež charakterizovaly diskurzy obklopující nová média v letech devadesátých.

Je příznačné, že tyto kritické hlasy byly v období rané reflexe nových médií vedle těch nadšených, revolucionářských, slyšet vlastně jen málo, pokud vůbec. Ale i přesto lze bez obav konstatovat, že základní kritické argumenty, které budou studia nových médií provázet dále, byly formulovány již v osmdesátých letech.

Sborníková konjunktura

V rámci společenských věd původně spíše marginální téma nových médií se od počátku devadesátých let v publikační agendě začalo prosazovat stále snadněji – informační a komunikační technologie viditelně vstoupily i do světa společenských vědců. Víze informační společnosti, tematizovaná ekonomy a sociology již více než dvě dekády (srv. Webster 2006) a ve své abstrakci snad poněkud vzdálená každodennosti, se zhmotnila v osobním počítači, který byl během osmdesátých let pozvolna zbaven nálepky drahé, svérázné hračky a stával se neodmyslitelnou součástí kancelářské práce. a počítačové sítě, o nichž psali Hiltzová s Turoffem, se (i když zdaleka ne tak rychle, jak tito autoři v roce 1978 předpokládali) skutečně začaly prosazovat jako dostupné komunikační médium.²⁸ Kombinace několika faktorů, mezi kterými byly přechod ke grafickým rozhraním operačních systémů a World Wide Webu, v té samé době ulehčila adopci nových médií ze strany uživatelů – adopci, jež byla masivně podporována mediální i politickou agendou (Fischer – Wright 2001). Nová média – v dané chvíli zastoupená především osobním počítačem připojeným k síti – se rychle začala stávat součástí každodennosti.²⁹

Pro kyberkulturní diskurzy znamenal tento vývoj konec exkluzivity – tak jako se součástí mainstreamu stávala nová média, vplynuly do hlavního proudu i diskurzy technologických subkultur (Macek 2004). Akademická společenskovední reflexe

28 Sítě založené na protokolu TCP/IP, souhrnně označované obvykle právě jako internet, byly do konce osmdesátých let dostupné pouze v prostředí západních a posléze i východoasijských univerzit. Otevírány komerčním zájmem byly postupně od roku 1988. Ve Spojených státech, které vývoj internetu fakticky kontrolovaly a určovaly, bylo výzkumné a edukační směřování internetu (resp. NSFNetu, později ANSNETu, jak byla označována páteřní síť spravovaná americkou Národní vědeckou nadací, NSF) opuštěno mezi lety 1992 (kdy byl americkým kongresem přijat zákon umožňující propojení NSFNetu s komerčními sítěmi) a 1995 (kdy byla NSF odebrána správa páteřní sítě) (srv. Abbate 1999; Greene – Landweber – Strawn 2003).

29 V USA v letech 1995–1999 stoupl zastoupení uživatelů internetu v populaci z 9 % na 56 % (Moskalyuk 2006).

nových médií naopak v tomto okamžiku zažila razantní konjunkturu, během níž se, jak ukazuje David Silver (2004), zformovaly tematické, institucionální i personální základy metapole studií nových médií.

Exploze zájmu netechnických oborů o nová média měla ve svém počátku poměrně specifickou podobu: mezi lety 1994–1998 bylo velkými vydavatelskými domy publikováno více než půl druhé desítky antologií věnujících se výhradně problematice nových médií.³⁰

Příklon ke sborníkovému publikování lze, jak už bylo řečeno výše, vysvětlit neexistencí specializovaných tištěných recenzovaných časopisů a zdlouhavostí recenzních procedur v již existujících sociologických, mediálněvědních, psychologických a dalších oborových periodících. Autoři sborníkových textů zkrátka na živelně se rozvíjející situaci reagovali nejflexibilnějším možným způsobem, který se nabízel (Silver 2004). Svou roli, jak poznamenává Chris Toulouse, editor jedné z těchto publikací, sehrála současně nedůvěra akademických autorit jak v nově se rodící publikační rutiny a online odborné časopisy, které v té době začínaly být zakládány, tak i v informační a komunikační technologie jako takové:

Děkani, habilitační komise i akademická vydavatelství jsou zděšeni tím, že ztrácejí kontrolu nad autentizačními procesy, když přitom celé své kariéry posilování této kontroly zasvětili. Podezřívavost jen bují. Neexistuje sice žádný důvod, proč by „peer review“ prostřednictvím Internetu mělo fungovat hůř než prostřednictvím klasické pošty, a přesto okolo katederních kávovarů stále převládá přesvědčení, že mladší fakultní zaměstnanci by měli být dostatečně moudří na to, aby s publikováním čehokoli v online časopisu počkali do doby, než budou mít docenturu.

(Toulouse in Toulouse – Luke 1998: 7)

Sborníky se tak při zpětném pohledu zdají být pochopitelnou a v situačním kontextu přiměřenou volbou – byly konvenčními, tištěnými publikacemi, procházely recenzním řízením odpovídajícím standardům velkých vydavatelství, oproti oborovým

30 Ne snad, že by sborníky věnované novým médiím dříve nevycházely – ostatně už Riceova publikace *New Media* (Rice 1984) má sborníkový charakter. Do roku 1994 lze nicméně hovořit – pokud mohou soudit na základě svých zdrojů – spíše o jednotlivých publikačních událostech než o souvislé publikační vlně. Mezi sborníky zařaditelné do oblasti studií nových médií a publikované před rokem 1994 lze kromě zmíněné Riceovy antologie zařadit například tyto tituly: *Cyborg Worlds: The Military Information Society* (Levidow – Robins 1989), *Cyberspace: First Steps* (Benedikt 1991), *Hypermedia and Literary Studies* (Delany – Landow 1991), *Thinking Robots, an Aware Internet, and Cyberpunk Librarians* (Wolf 1992) a *Sociomedia: Multimedia, Hypermedia, and the Social Construction of Knowledge* (Barrett 1992).

časopisům nebyly svazovány požadavky „oborové čistoty“ a v neposlední řadě byly publikovány poměrně rychle, v horizontu měsíců.

Za první z vlny připomínaných antologií lze považovat sborníky *Cybersociety: Computer-mediated Communication and Community* (Jones 1994) a *Flame Wars: The Discourse of Cyberculture* (Dery 1994), které byly následovány dalšími – *The Cultures of Computing* (Star 1995), *Internet Culture* (Porter 1996), *Cultures of the Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies* (Shields 1996), *Cyberfutures: Culture and Politics on the Information Superhighway* (Sardar – Ravetz 1996), *Cyberspace/ Cyberbodies/ Cyberpunk: Cultures of Technological Embodiment* (Featherstone – Burrows 1996), *Information and Communication Technologies – Visions and Realities* (Dutton 1996), *Wired Women: Gender and New Realities in Cyberspace* (Cherny – Weise 1996), *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace* (Ludlow 1996), *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (Jones 1997), *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace* (Holmes 1997), *Culture of the Internet* (Kiesler 1997), *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer Mediated Communication* (Jones 1998), *Cyberghetto or Cybertopia? Race, Class, and Gender on the Internet* (Ebo 1998), *The Politics of Cyberspace: a New Political Science Reader* (Toulouse – Luke 1998).

Tematickou orientaci sborníků naznačují už jejich názvy: kulturní dopady nových médií, počítačově mediovaná komunikace, politika tělesnosti, digital divide, gender, virtuální identity, virtuální komunity, politika a moc. Leitmotivem, který většinou textů prochází, je přitom *problém novosti* – texty sborníkové konjunkтуры tak jen těžko mohou zapřít dobu, v níž vznikaly. Do určité míry jsou poznamenány laděním kyberkulturních diskurzů, estetikou revolučnosti, vědomím hekticky probíhající technologické změny, což se projevuje například v tendenci k apelativnímu vítání „nového světa nových médií“. Barry Wellman se proto k autorům z tohoto období (byť i on sám do jednoho z nich přispěl, viz Kiesler 1997) v tomto ohledu vyjadřuje poměrně kriticky:

Mnozí analytici ve své euforii ztratili nadhled a podlehli prezentismu a parochialismu. [...] Předpokládali, že pro pochopení internetu je relevantní pouze to, co se děje na internetu. Jejich počáteční analýzy byly často nedotčeny daty a založeny byly mnohdy pouze na domněnkách a anekdotických důkazech: na badatelských příbězích z internet incognita.

(Wellman 2004: 124)

Od kyberkulturních textů se nicméně texty sborníkového období zásadně liší v jednom klíčovém aspektu – vycházejí z jiného kulturního pole. I když spíše než ucelený, jednolitý obraz, o který se akademičtí autoři budou pokoušet později, nabízejí

mozaiku složenou z metodologicky i oborově velmi rozmanitých fragmentů, jejich optika a ambice jsou již optikou a ambicemi akademických teorií. Z úvodů ke sborníkům je patrná snaha o kritický odstup a o zasazení novomediální bouře do širších kontextů společensko-historických (mezi zmiňovanými kontextuálními tématy se objevuje rozpad sovětského bloku, postupující globalizace, postmoderní relativizace hodnot i atmosféra mileniální nejistoty) a teoretických (sociální konstruktivismus, teorie veřejné sféry, gender a rodová identita, postkolonialismus, teorie publika, teorie diskurzu...).

Zároveň spíše než přímočaré teze formulují otázky, které by měly společenské vědy při kolonizaci tématu nových médií postupně zodpovídat. Právě ve sbornících je zřetelněji formulován základ teoretické a výzkumné agendy, jež byla naznačena Ricem (1984) již o desetiletí dříve. Zřejmě nejkomplexnější soubor otázek formuluje David Porter:

1. Jaké jsou distinktivní, určující charakteristiky Internetu jako kulturní sféry? Co konkrétně, řečeno jinými slovy, je internetová kultura, pokud existence něčeho takového může být připuštěna?
2. Jak Internet ovlivňuje naše chápání a zakoušení komunity? Co je sociologie takzvaných virtuálních komunit a jaká je přesně povaha solidarity, kterou sli- bují tyto komunity ztělesňovat?
3. Co lze říci o psychologii virtuální osobnosti? Jaké implikace má anonymita a online hraní rolí – jsou identita, jednání a subjektivita ve své kybernetické inkarnaci rekonfigurovány?
4. Co se v nové kulturní dimenzi děje s komunikací? Jaké dopady má Internet na naši práci nebo koncepci čtení a psaní a jak je toto ilustrováno sociálními interakcemi mezi jednotlivci a v rámci skupin?
5. A konečně – jaké jsou politické dimenze internetové kultury? Jakým zájmům slouží a jak a jaká jsou směřování a širší souvislosti „pokroku“, který reprezentuje? Existují také jiné, současné nebo historické, mody veřejného diskurzu, které mohou nabídnout užitečný základ pro komparaci?

(Porter 1996: xiii–xiv)

Sborníky současně pomohly aktivizaci odborné komunity – s tím, že vedle již zavedených autorů³¹ se mezi přispěvateli objevuje nezvyklé množství studentů doktorských programů. Čerstvá a stále poměrně specifická problematika, jež si teprve

31 Jako byli například Lee Sproulová, Sara Kieslerová, Sherry Turkleová a Barry Wellman (Kiesler 1997), Vivian Sobchaková a Anne Balsamová (Featherstone – Burrows 1996), Douglas Kellner (Toulouse – Luke 1998), Mark Poster (Holmes 1997; Jones 1998) či Mark Nunes (Holmes 1997).

získávala pozici legitimní oblasti zájmu, přitáhla řadu mladých autorů otevřených tematické výzvě a mnohdy urychlila jejich akademickou kariéru. David Silver (který mezi tyto mladé autory sám patřil)³² to ilustruje na Jonesově sbírce *Virtual Culture* (Jones 1997):

Patrně nejimpresivnější na [antologii] *Virtual Culture* je její (nebo přesněji editorova) ochota zpochybnit akademické hierarchie. Příspěvatelé pokrývají celou škálu akademických pozic, od doktorských studentů po výše postavené akademické pracovníky. Antologie v tomto směru předjímá a zrcadlí (duševní i tělesnou) mladistvost akademické komunity, která metapole [studií nových médií] zakládá, utváří a rozvíjí.

(Silver 2004: 58–59)

Tato slova vesměs platí i o řadě ostatních – leckdy i později – publikovaných sborníků (např. Porter 1996; Shields 1996; Jones 1997; Holmes 1997; Toulouse – Luke 1998; Smith – Kollock 1999), v nichž zhruba třetinu autorů tvoří debutující studenti.

Po roce 1998 sborníkové publikace z metapole studií nových médií pochopitelně nezmizely. Roli, kterou sehrály mezi lety 1994–1998, tedy roli primárního publikačního kanálu, nicméně přebraly recenzované časopisy a monografie – s postupnou stabilizací studií nových médií došlo k přechodu k publikačnímu modelu běžnému i v jiných oblastech společenskovedního bádání.

Oživení, které rozžehla sborníková konjunktura, bylo podpořeno ještě jednou publikační vlnou, která sice nebyla natolik razantní, co se týkalo počtu účastníků, ale pro studia nových médií byla přinejmenším stejně důležitá jako vlna sborníková. V druhé polovině devadesátých let bylo publikováno několik zásadních monografií, jež agendu metapole nepřehlédnutelně ovlivnily – měly scelující efekt v doposud velmi nekonzistentní terminologické oblasti a pomohly k širší akceptaci problematiky nových médií již ustavenými společenskovedními a humanitními obory.

Tony Feldman v této době vydává *An Introduction to Digital Media* (1997) a Paul Levinson *The Soft Edge* (1997), které lze považovat za první obecněji pojaté „úvodové“ texty, zasazující nová média do základního definičního a historického kontextu. Pierre Lévy publikuje trojici monografií *Becoming Virtual* (1998 [1995]), *Collective Intelligence* (1999 [1994]) a *Kyberkultura* (2000 [1997]), v nichž reformuluje

32 Silver na sebe již jako doktorand upozornil komunitní studií *Margins in the Wires: Looking for Race, Gender, and Sexuality in the Blacksburg Electronic Village*, založenou na diplomové práci a publikované v jednom z pozdějších sborníků nazvaném *Race in Cyberspace* (Silver 2000b, in Kolko – Nakamura – Rodman 2000), a svými organizačními aktivitami při projektu *Resource Center for Cyberculture Studies*, který v roce 1996 zakládal a do roku 2009 vedl.

koncepte digitality, virtuality a kolektivní inteligence. Sherry Turkleová přichází se svou druhou monografií nazvanou *Life on the Screen* (1995), v níž se věnuje proměně identity souvisejícím s užitím nových médií. Jay David Bolter a Richard Grusin představují teorii remediace (*Remediation: Understanding New Media*, 1999), v níž zachycují formální logiku probíhající mediální konvergence, a Margaret Morseová studii *Virtualities: Television, Media Art, and Cyberculture Theories of Contemporary Culture* (1998), zabývající se „posttelevizní“ kulturní zkušeností. V anglickém překladu je vydána kniha nizozemského teoretika Jana van Dijka *The Network Society* (2006 [1999]), jež se dotýká vztahu nových médií a nových forem geograficky vyvázaných společenstev. S akcentem na estetiku a vizuální kulturu se novým médiím věnuje Sean Cubitt (*Digital Aesthetics*, 1998). Vycházejí i kriticky orientované práce – první edice Websterovy knihy *Theories of the Information Society* (Webster 2006 [1995]) a předchozí Websterovu a Robinsovu spolupráci argumentačně korunující kritika diskurzů informačních technologií a informační společnosti *Times of Technoculture* (Robins – Webster 1999), a americký teoretik Mark Poster zasazuje v knize *The Second Media Age* (1995) problematiku nových komunikačních technologií do širšího kontextu kritické (především francouzské a německé) teorie.

Bezesporu nejviditelnějším a současně nejlivnějším autorem této vlny je nicméně Manuel Castells se svou velkoryse pojatou trilogií *The Information Age: Economy, Society and Culture* (Castells 2010a [1996], 2010b [1997], 2010c [1998]). Prominentní španělský sociolog v této trilogii, která završila jeho více než čtvrt století trvající výzkum, představil dosud nevídaně komplexní pokus o zachycení probíhající proměny moderní společnosti – proměny probíhající od šedesátých let a spojené s nástupem informačních a komunikačních technologií (či *informacionalismu*, jak to Castell sám označuje), ekonomickou krizí západního kapitalistického i východního sovětského státního modelu a zrodem nových kulturně-sociálních hnutí.

O postavení Castellsovy analýzy svědčí mimo jiné i uznání, kterého se tomuto autorovi dostalo i od kritiků jeho díla. Například Frank Webster se o Castellsovi vyjádřil v tomto duchu:

Castells začal být uznáván jako přední žijící myslitel zabývající se povahou současné společnosti [...]. Castellsova trilogie [...] je dnes jednou z nejencyklopedičtějších a nejrozvinutějších analýz role, kterou informace v současnosti hrají. Publikování *The Information Age* některé komentátory ostatně vedlo k tomu, že Castellse postavili vedle Karla Marxe, Maxe Webera a Emila Durkheima. Sdílím toto hodnocení, protože jsem přesvědčen, že Castellsova práce je nejpoučnějším, nejinformativnějším a intelektuálně nejpreciznějším zachycením hlavních rysů a dynamik současného světa.

(Webster 2006: 98)

Nová média tvoří jen jeden ze tří tematických pilířů Castellsovy trilogie, Castells se dočkal nejen bezvýhradně obdivných, ale i kritických reakcí (Van Dijk 1999; Webster 2006), a patrně jej nelze podezřívat z toho, že by se identifikoval s onou metadisciplinární oblastí, již zde nazýváme studii nových médií – přesto je nutno Castellse chápat jako jednoho z nejzásadnějších mluvčích, kteří tuto oblast ovlivnili. Jedním z důvodů je i to, že jeho trilogie se vymykala a do značné míry dodnes vymyká standardům stávající reflexe nových médií – je teoreticky důkladná, strážlivě nefuturologická a pevně opřená o empirická data, což ostře kontrastuje nejen se soudobými technooptimistickými manifesty, jakým byl například digeratský *Digitální svět* Nicholase Negroponta (2001 [1995]), ale i se spekulativností soudobé sborníkové produkce. Castells váhou své autority pomohl vytyčit novou cestu, kterou se studia nových médií měla ubírat – cestu takřkajíc rigoróznějšího, akademickým standardům podřízeného zkoumání a teoretizování, které se mělo definitivně zbavit revoluční hysterie.

Etapa akademické normalizace: zbanálnění nových médií a hledání realismu

Druhá polovina devadesátých let a především pak počátek 21. století probíhají v oblasti studií nových médií ve znamení tří vzájemně provázaných trendů, jež začaly být patrné během nastíněné publikační konjunktury a kterými jsou postupně *sílící akademizace rozpravy o nových médiích, odmítnutí technologického determinismu a zintenzivňující se hledání teoreticky strážlivého, empiricky podloženého realismu*.³³ Tyto trendy jsou spojeny se skutečností, že nová média přestávají být – s rychlým šířením, s postupující kulturní akceptací a zároveň s dotcomovou krizí (viz Mosco 2004: 3–4) – výlučná coby téma reflexe i coby kulturní objekt a stávají se, řečeno slovy Barryho Wellmana (2004), „banálnými“.

Výrazem normalizace (který je v češtině zatížen neblahými historickými konotacemi) zde myslím proces, během něhož se diskurzy reflektující nová média začaly důsledněji podřizovat standardům vědecké produkce – tedy produkce založené nikoli již na ad hoc výzkumných a publikačních projektech, ale produkce spojené s kontinuálně fungujícími publikačními platformami, institucionálním zázemím

33 Či *technorealismu*, jak jej nazývají Dana Fischerová s Larrym Wrightem nebo Francisco Millarch, autor jednoho z dobově příznačných „realistických“ provolání (Fischer – Wright 2001; Millarch 1998).

a odbornou komunitou, která se (jakkoli snad problematicky) s metapolem studií nových médií identifikuje. Předně od druhé poloviny devadesátých let vznikají nové recenzované časopisy, jež se tematice nových médií věnují a které postupně formují v akademickém slova smyslu standardní publikační prostor³⁴ – nejprve je založen časopis *Convergence*,³⁵ následovaný (zpočátku spíše s nedůvěrou přijímanými) online projekty *First Monday*,³⁶ *Journal of Computer Mediated Communication*³⁷ a *Cybersociology Magazine*,³⁸ později začíná Sage vydávat tištěná recenzovaná periodika *New Media & Society*³⁹ a *Television & New Media*.⁴⁰ Současně, jak dokládá Silver (2004), jsou zakládána specializovaná pracoviště věnující se sociálněvědní reflexi nových médií, jsou otevírány specializované doktorské a afiliční programy, pořádány jsou rovněž čistě akademické konference. Silver – i když je ve svých formulacích spíše obezřetný – proto při zpětném pohledu poznamenává, že se objevují „všechny klíčové prvky akademické legitimacy – nebo eventuálně toho, co by snad mohlo být nazváno budováním disciplíny“ (Silver 2004: 55).⁴¹

34 Do této doby vychází pouze tištěný časopis *The Information Society* (vydáváný již od roku 1981) a elektronický *CTheory* (založený roku 1993 manžely Krokerovými a vyhrazený takřka výhradně kriticky pojaté eseje).

35 Založen roku 1995 na University of Bedshire v Lutonu a editovaný Julií Knightovou a Alexis Weedonovou; v ediční radě tohoto žurnálu zasedají např. Henry Jenkins, Margaret Morseová, Jay David Bolter a David Gauntlett.

36 Založen roku 1995 editorem Edwardem J. Valauskasem, první číslo vyšlo v květnu 1996. Od roku 1998 je časopis vydáván při University of Illinois. Dostupný je na adrese <http://firstmonday.org>.

37 Založen roku 1995 a editovaný Kevinem Wrightem; v ediční radě zasedají např. Nancy K. Baymová, Caroline Haythornthwaiteová, Starr Roxanne Hiltzová a Ronald E. Rice. Dostupný je na adrese <http://www3.interscience.wiley.com/journal/117979306/home>.

38 Vydávány v letech 1997–1999, editovaný Robinem Hammanem. Dostupný je na adrese <http://www.cybersociology.com/>.

39 Založen roku 1999 Rogerem Silverstonem, aktuálně editovaný Nicholasem Jankowskim a Stevem Jonesem. v ediční radě zasedají např. Nancy K. Baymová, Lincoln Dahlberg, Mark Deuze, Jan van Dijk, Sonia Livingstoneová, Sally MacMillanová, Zizi Papacharissiová, David Silver, Frank Webster aj.

40 Založen roku 2000 a editovaný Tobym Millerem, Johnem Hartleym, Lynn Spigelovou a Hermanem Grayem; v ediční radě časopisu zasedají např. David Morley, Horace Newcomb, Annette Hillová, Douglas Kellner aj.

41 Silver má na mysli výzkumná centra, studijní programy, konference, profesní organizace, recenzovaná periodika zařazená do respektovaných databází a publikace podílející se na ustavování korpusu kanonických textů.

Normalizace akademické produkce je současně doprovázena postupně silícím vymezováním se akademického pole vůči vernakulárním diskurzům.⁴² To je spojeno s razantním, často velmi kritickým odmítnutím futuristických spekulací a současně se snahou o empirické zachycení a strážlivé teoretické zhodnocení situace.

Důsledkem této snahy byl jednak růst počtu kvantitativních výzkumů převážně deskriptivního charakteru, jež vznikaly především z popudu státních úřadů a marketingových společností (Wellman 2004). V akademické sféře nicméně preferovaně vznikaly spíše explorativní studie kvalitativního typu (Kim – Weaver 2002), jež byly postaveny primárně na „sociálněkonstruktivistických přístupech, na vymezení se vůči technologickému determinismu a na etnografických metodologiích“ (Lievrouw – Livingstone 2002b: 12).

Závěry plynoucí z empirie zřetelně posílily kritický vztah vůči spekulativnímu předvídaní „nevyhnutelných“ a „nutně“ razantních dopadů nových médií. Starší vyhraněné utopické ani dystopické spekulace nedošly naplnění – právě naopak, jak ukázala empirická zkušenost. Především se ukázalo, že internet není možno nahlížet bez respektu k širším sociálním souvislostem, že jednání v síťovém prostředí je provázáno s rutinní každodenností a že realita banálně každodenních nových médií je právě tak mnohoznačná jako kterákoli jiná sféra sociálního světa. Kupříkladu Kevin Robins (2003) v této souvislosti kritizuje ty utopické texty, jež vítají nová média jako platformu nových, neomezených možností identitní performativity, jako triviálně eskapistické teze postrádající oporu v sociologické imaginaci. a Wellman a Gulia (1999) a Katz a Rice (2002) v návaznosti na vlastní výzkumy konstatují, že jednání v prostředí nových médií je pevně zasazeno do „fyzických“ sociálních kontextů

42 Inspirativní napětí mezi oběma kulturními poli tím ale pochopitelně nemizí. Příkladem mohou být v posledních letech hojně diskutovaná témata tzv. webu 2.0 a sociálních médií. Rovněž řada klíčových aktuálních debat vedených autory, patřícími ve studiích nových médií mezi nejcitovanější, probíhá nebo je iniciována mimo hranice zavedených akademických časopisů a takřkajíc důvěryhodných vydavatelských domů – v této souvislosti je možno vzpomenout online publikační aktivity Douglase Kellnera, Davida Silvera, Lawrence Lessiga či například Davida Gauntletta (k nimž se v této studii průběžně vracím), ale také výše citovaného Henryho Jenkinse, který se problematikou vernakularity explicitně zabývá. Jenkins, který se prosadil studii věnovanými populární kultuře, mediálními subkulturám a počítačovým hrám (viz např. Jenkins 1992, 1998), se ve svých textech obrací i k neexpertnímu publiku a věnuje se publicistice, popularizační činnosti a mediálnímu aktivismu. Nezřetelnost hranice mezi akademickým a vernakulárním i problematičnost její „bezpečné“ demarkace je pak dobře vidět na jeho oficiálním blogu, na němž od roku 2006 publikuje zárodky svých pozdějších expertních textů a jehož publikum podle Jenkinse zahrnuje „nejen akademiky, ale také novináře, pedagogy, lidi z byznysu, politiky, fanoušky s a hráče“ (<http://www.henryjenkins.org/>). Příznačný je v tomto ohledu i styl, který Jenkins zvolil pro svou monografii *Convergence Culture* (2006). Zde autor cíleně rezignuje na strohý, uměřený jazyk akademického diskurzu a volí poměrně uvolněnou, publicistice blízkou polohu, jež knihu věnovanou proměně aktivit novomediálních publik otevírá i neexpertním čtenářům.

světa vně počítačových sítí. Nevylučují přitom, že užití nových médií vede k novým formám interakcí – odmítají ovšem výroky o radikální renovaci lidského jednání.

Zaměření výzkumné pozornosti směrem k užití nových médií, ke zkoumání virtuálních komunit, k šíření nových médií ve společnosti a k řadě dalších konkrétních témat je současně doprovázeno odmítnutím technologického determinismu, jenž „v příliš extrémních dystopických nočních můrách i utopických snech“ (Katz – Rice 2002: 13) rezonoval, a příklonem k sociálněkonstruktivistickému pohledu. s jistým zjednodušením tak lze tvrdit, že již na konci devadesátých let začíná v rámci studií nových médií převládat – spíše proklamované než naplňované – přesvědčení, že ideálním východiskem pro analýzu informačních a komunikačních technologií je snaha o celostní přístup. Tedy přístup, o němž hovořil již Ronald E. Rice (1984). Překvapivě spíše méně zásadní roli tak sice v rámci studií nových médií sehrávají často zmiňované, ale do teoretické hry povětšinou spíše pouze „ilustrativně“ vpouštěné argumenty *vědních a technologických studií* (*science and technology studies*, STS), ale stále častěji se – na druhou stranu – prosazují pohledy vycházející z tradic kulturních studií, kritické politické ekonomie médií a pohledy historizující. Začíná být zdůrazňováno, že nová média nelze analyzovat ahistoricky ani bez zohlednění jejich politické a ekonomické dimenze. Leah Lievrouwová tuto tendenci nahlížet nová média jako fenomén nevyhnutelně zasazený do dobře známých „starých“ souvislostí později okomentuje slovy:

Spojitosti mezi konvenčními a novými médii se staly zřetelnějšími, a to v kontrastu vůči novosti, diskontinuitě a odtržení od minulosti, které zcela poutaly pozornost novomediálních akademiků v předchozí dekádě.
(Lievrouw 2004: 11)

Tento trend – z pohledu mediálních studií nikterak překvapivý – ilustrují například již zmínění Bolter a Grusin (1999), kteří v teorii remediace rekonstruují cesty, jimiž nová média přebírají a revidují formální konvence starších mediálních technologií, nebo Margaret Morseová (1998), jež v návaznosti na Raymonda Williamse (2003 [1974]) vidí působení nových médií jako součást dlouhodobého procesu postupného zmobilmnění privátní sféry.

Jako příklad směru, který studia nových médií nabrala, mohou posloužit i texty autorů, kteří svými příspěvky ve stejné době otevřeli vůbec první číslo periodika *New Media & Society*, jež zakládající editor Roger Silverstone věnoval symptomatické otázce „Co je na nových médiích nového?“ („What’s New About New Media?“). Kevin Robins (1999) zde například formuluje ostrou kritiku Lévyho Kyberkultury (Lévy 2000 [1997]), v níž pojmenovává základní slabiny technokulturních diskurzů. Lévyho představa světa, jenž je revolučně proměňován novými médii, zůstává podle

Robinse velmi konzervativně uzavřena v mezích moderního pojetí pokroku podřízeného instrumentálnímu rozumu a současně zcela ignoruje globální politické a ekonomické souvislosti. Jen těžko lze stavět vizi globální kyberkultury, konstatuje Robins, pokud tato vize nezahrnuje dominující ekonomický řád, a jen těžko se lze uspokojivě vypořádat s novými médii, pokud nezohledníme skutečnost, že nové informační a komunikační technologie jsou jednak produktem a současně jedním z motorů ekonomické globalizace. Ronald E. Rice (1999) jde opačným směrem a opakuje argument o nutnosti zabývat se i technologickými vlastnostmi nových médií. Zdůrazňuje přitom, že nová média otvírají možnost znovunahlédnout v samozřejmosti zcela utopené artefaktuální vlastnosti médií starších, a tak díky novým médiím revidovat pohled na média masová a interpersonální. Historik Patrice Flichy (1999) ukazuje, jak zásadní pro pochopení nových médií je znalost historie jejich vývoje a diskurzů, které jsou v souvislosti s nimi produkovány – už proto, že historie nových médií je sama o sobě velmi dobrým argumentem proti technodeterministickému pohledu na povahu médií. Flichy na několika příkladech dokumentuje, že:

[...] ta samá technologie může být užita různými způsoby, a to v závislosti na kontextu nebo, přesněji vyjádřeno, na historii toho kterého projektu. Zadržte: formy zvolené pro nová média nejsou založené na technologii, ale korespondují s představami designérů o jejich užití a se strategiemi, které tito designéři považují za nejefektivnější z hlediska marketingu produktu. Tyto volby jsou, jinými slovy, spíše společenské než technické. (Flichy 1999: 34)

A Sonia Livingstoneová (1999) doporučuje udržet si svým způsobem historický odstup i od aktuální výzkumné agendy: varuje před unáhlenými závěry, ke kterým by výzkum nových médií mohl vést tehdy, pokud by nebyla zohledněna skutečnost, že nová média nejsou na konci devadesátých let ani zdaleka ještě adoptována společností natolik, aby bylo možno formulovat obhajitelná teoretická zobecnění.

Zásadním problémem nových médií je to, že tu vlastně ještě nejsou. Výzkumníci je nedovedou zkoumat, uživatelé je nedovedou užívat a politici nedokáží odhadnout jejich roli. [...] Výzkum se v případě médií, která jsou nová na konci devadesátých let [...], může zabývat sociálními významy, užitím a dopady pouze u raných osvojitelů, což je velmi nereprezentativní část populace.

(Livingstone 1999: 60–61)

Budeme-li na texty prvního čísla *New Media & Society* hledět jako na svého druhu programové provolání akademické normalizace studií nových médií, pak lze snad říci, že ta do prvního decennia nového století vstupují s několika apely. Nejslyšitelnější je volání po větším důrazu na výzkumné aktivity, a to s tím, že odpověď na otázku, co že je nového na nových médiích, je možno hledat pouze empirickou cestou. (A tou se v daném momentu studia nových médií zcela jistě již vydala.) Další apely jsou subtilnější, ale neméně důležité – a jsou jimi požadavky respektu ke komplexnosti tématu, k jeho historickým, politickým a ekonomickým dimenzím, požadavky uměřenosti a neukvapenosti. a také artikule potřeby zasadit zkoumání nových médií do stávajících teoretických kontextů.

Jedno téma však zatím zůstává mimo hru, a to téma hledání obecnější teoretické syntézy, jež se zdá být logickým pokračováním.

Etapa hledání slabé syntézy

Lievrouwová a Livingstoneová v roce 2002 v úvodní stati kompendia *The Handbook of New Media* sice konstatují, že syntéza se zatím nekonala, ale „kyvadlo se k ní vrací“ (Lievrouw – Livingstone 2002b: 1), a k podobnému závěru o dva roky později dochází i Barry Wellman (2004). Kumulace empirických dat – doprovázená spíše minimální shodou v konceptuální rovině a souvisejícím „podteoretizováním“ celého metapole – po jisté syntéze skutečně volala. Odpověď na otázku, zda skutečně během první dekády 21. století plody slibované syntézy sklízíme, je nicméně nejasná. Připomíná totiž klasické anekdoty o rabínských radách nebo příběh o chytré horáky – hledání syntézy proběhlo i neproběhlo. Záleží na úhlu pohledu.

Zcela jistě neproběhla syntéza, kterou by bylo možno označit za silnou – tedy syntéza směřující nikoli snad dokonce k monoparadigmatickému výkladovému modelu (cośi takového by v kontextu společenských věd bylo patrně velmi překvapivé), ale přinejmenším syntéza směřující k ustavení oboru. Převládající neochota akademických autorů podřídit výrazně mezioborové pole pravidlům případně nové disciplíny – neochota, kterou dobře vystihuje poznámka Davida Bella, že pole studií nových médií je „barvitě a neortodoxní, příliš nedisciplinované, než aby mohlo být označeno za disciplínu“ (Bell 2007: 52) – byla ostatně nastíněna již výše.

O jisté formě syntézy nicméně hovořit lze – jsme svědky shody na umírněném sociálněkonstruktivistickém přístupu k informačním a komunikačním technologiím a několika velkorysejších (a řady skromnějších) pokusů o uspořádání tematické a konceptuální agendy studií nových médií. o *slabé syntéze* hovořím z toho důvodu, že za tuto linii ambice k syntéze nesaahají, a patrně ani nemohou. I první desetiletí 21. století totiž spíše než vůli k disciplíně znovu a velmi důsledně dokládá metodologickou, teoretickou i oborovou rozmanitost studií nových médií. Zároveň i tato

dekáda podtrhuje proměnlivost a neustálenost zkoumaného terénu. Diskuze, jež se původně soustředila primárně na sociální a kulturní implikace užití internetu, se svisně otevírá novým tématům, která se rodí s dalšími prosadivšími se sociotechnickými inovacemi ve sféře komunikačních technologií. Do hry vstupují témata mobilní telefonie a vůbec zmobilnění technologií i uživatelských praxí, digitalizace televize, hudby a fotografie. S nástupem blogosféry a následně online sociálních sítí (respektive takzvaných sociálních médií či webu 2.0) je posléze poměrně razantně reformulována problematika takzvaných virtuálních komunit a vůbec online sociálních interakcí (k tématu podrobněji viz Macek 2009). a proměnou v této souvislosti prochází i rozprava o nových médiích, politické komunikaci, aktivismu a veřejné sféře (srv. Macková 2012; Jelečková 2010, 2012) i marketingově a ekonomicky orientovaná větev debaty, zabývající se novými médii jako nástrojem marketingové komunikace a sférou služeb a tržních aktivit (srv. Svetlík 2010). Nepřehlédnutelné je rovněž téma autorských práv a duševního vlastnictví, jež bylo do popředí vyneseno s nástupem peer-to-peer technologií, umožňujících snadné a decentralizované sdílení dat a mediálních obsahů. Technologický vývoj nových médií se přitom ukazuje být právě tak nepředvídatelný jako komerční úspěch řady inovací a proměna uživatelských praxí i souvisejících kontextů, což jen podtrhuje určitou naivitu i nepatřičné sebevědomí raných prognosticky orientovaných textů.

Co tedy slabou syntézu – krom zohlednění skutečnosti, že zkoumaný terén zůstává krajně proměnlivý, a vcelku všeobecné shody na umírněném sociálním konstruktivismu – charakterizuje? V bodech vyjádřeno: zmíněná snaha o systematizaci metapole bádání, sedimentace textuálního kánonu, explicitní rozšíření zájmu i na další média mimo dříve preferovaného internetu, opětovné promyšlení problému „novosti“ nových médií a setrvalá kritika směřující dovnitř samotného metapole.

Rozšíření zájmu o další nová média ilustruje, že studiím nových médií je vlastní setrvalá tendence k tematické fragmentaci. Oproti této tendenci jde pak snaha o systematizaci metapole, jež vyvěrá ze dvou vzájemně provázaných potřeb. Tou první – jež se ukazovala být tím urgentnější, čím razantněji stoupal počet publikačních výstupů a pokrývaných témat – byla bezpochyby prostá potřeba zajištění jistého řádu, alespoň základního tematického a konceptuálního konsenzu, který by studiím nových médií zajistil historickou kontinuitu a minimální nutnou koherenci. Koherenci, která – pakliže na sebe nemohla vzít podobu shody – měla mít přinejmenším povahu uspořádané neshody. Druhá potřeba byla edukační: vznik specializovaných kurzů a posléze i samostatných výukových programů vedl k poptávce po knihách úvodového, přehledového charakteru.

Jednou z výraznějších, nejčastěji citovaných publikací motivovaných první z těchto potřeb byla Manovichova monografie *The Language of New Media* (2001), jejíž ambicí bylo formulovat konceptuální rámec pro analýzu symbolických rozhraní

nových, digitálních médií a položit základy formální teorie nových médií. Většina z knih a statí, jež zde – s ohledem na publikační explozi, která v oblasti studií nových médií vypukla po roce 2000, nutně výběrově – zmíním, nicméně sytí současně potřeby obě. Ponechám-li stranou již zmíněnou, s ohledem na formální kritéria spíše populárně naučnou Feldmanovu knihu *Introduction to Digital Media* (1997), pak zřejmě prvním pokusem o promyšlenější tematický souhrn studií nových médií je sborník *Web.Studies* (Gauntlett 2000). Jeho součástí je i již zmiňovaná Silverova stať *Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990–2000* (Silver 2000a), nabízející kritické, velmi strážlivé shrnutí rané fáze studií nových médií.

Patrně nejdůležitějšími publikacemi tohoto druhu se staly – v konkurenci řady knih podobně orientovaných (např. Bell 2001; Thurlow – Lengel – Tomic 2004; Gane – Beer 2008) a encyklopedických projektů (Jones 2003; Bell a kol. 2004) – ambiciózní kompendia *Handbook of New Media* (Lievrouw – Livingstone 2002a) a *New Media: A Critical Introduction* (Lister a kol. 2009 [2003]), jež si díky své komplexnosti a důvěryhodnosti vysloužila pozici prominentních, de facto univerzálně odkazovaných titulů. Oba tituly se liší jak v pragmatice, která vede jejich autory či editory (*Handbook of NM* je sborníkem rozsáhlých autorských přehledových statí, zatímco *NM: a Critical Introduction* je kniha pojatá jako výkladová učebnice pro univerzitní studenty), tak i ve struktuře témat, jež zohledňují. Spojuje je ovšem celostní, sociálně-konstruktivistický pohled na technologie (v němž se v obou případech mísí pohled vlastní kulturálním studiím s odkazy k vědním a technologickým studiím): důraz na historii nových médií a jejich provázání s médii konvenčními a explicitně formulovaná snaha nahlížet nová média jako sociotechnický komplex zahrnující materiální (technické) artefakty, uživatelské praxe a kontextuální (politické, ekonomické a širší sociální) proměnné.

Sedimentace kánonu se tváří v tvář snahám o systematizaci jeví jako nevyhnutelná, a to i přesto, že existence souboru kanonických textů je zlehčována a kritizována s ohledem na fakt, že v polovině prvního desetiletí 21. století zřetelnou část z balíku opětovně připomínaných (a znovu kritizovaných) textů tvoří ty, jež vznikaly v období sborníkové konjunktury a dříve. Tedy textů, jež jsou z dnešního pohledu často krajně problematické s ohledem na svou spekulativnost a ideologičnost. Ilustrovat tento postoj k textuálnímu kánonu lze například na velmi příznačném výroku Davida Silvera:

V recenzi těch třech knih [Jones 1997; Bell 2001; Trend 2001] jsem několikrát použil slova „předvídatelný“ a „očekávaný“. Používám ta slova tak trochu cynicky, protože řada nedávno vydaných sborníků i našich sylabů je plná stejných tropů, témat a cílů. [...] Osobně doufám, že metapole [studií nových médií] zůstane bez kánonu tak dlouho, jak jen to

bude možné, anebo že se vynoří z řady (abych si vypůjčil termín Hakima Beye) *dočasně autonomních kánonů*.

(Silver 2004: 62, zvýrazněno autorem)

Idea dočasně autonomních kánonů je rozhodně zajímavá, ale patrně nenaplnitelná. Nevyhnutelnost sedimentace kánonu se snad ukáže být pochopitelnou, podíváme-li se na snahy o systematizaci studií nových médií optikou Foucaultovy teorie diskurzu (Foucault 1994). Už sám způsob produkce akademického diskurzu (v němž jednu z klíčových rolí hraje autor jakožto souřadící prvek) je se sedimentací kánonu pevně spjatý. Je založený na legitimizaci nových promluv prostřednictvím odkazů k promluvám dřívějším, do diskurzu již přijatým. Přičemž platí, že čím častěji je promluva v rámci diskurzu odkazována, tím pravděpodobněji se stává promluvou, která diskurz spoludefinuje. a současně platí i to, že soubor akademickým diskurzem přijatých promluv musí být – právě proto, že spoludefinuje pravidla diskurzivní formace – opečováván a kontrolován. Bez kánonu, bez základního korpusu promluv určujících hranice diskurzu, by nebylo disciplíny, a to ani v té otevřené, neustálené podobě, v níž existují studia nových médií.⁴³

Opečovávaní a systematizace starších textů nejsou ničím jiným než nezbytnou re-konstrukcí diskurzu. Jsou procesem, v němž odmítání i oceňování textů, podtrhování a přesazování a přeskupování tezí a argumentů, zesilování hlasů některých autorů a umlčování (zamlčování) jiných dává vzniknout konzistenci, která by v něm jinak jen těžko mohla být. a plodem této aktivity (na níž se Silver sám ve svých textech intenzivně podílel a na níž se nakonec podílí i tato kniha) není nic jiného než právě „předvídatelný“ a „očekávaný“ (zde bez cynismu) soubor kanonických textů.

Nejpřesvědčivějším příznakem existence kánonu jsou nakonec „čítankové“ sborníky a publikace věnované interpretacím uznávaných autorů, kterých byla v období slabé syntézy vydána celá řada (např. Bell – Kennedy 2000; Trend 2001; Wardrip-Fruin – Montfort 2003; Chun – Keenan 2006; Hassan – Thomas 2006; Bell 2007) a jež nabízejí poměrně jasnou představu o tom, která jména ke kánonu patří.

Citace Silverova textu může ilustrovat nejen kritický vztah k ustavování kánonu, ale i poslední z rysů slabé syntézy, a to setrvalou kritiku směřující dovnitř metapole. Tento rys lze chápat jako příznak „popperovské zralosti“ studií nových médií – byla-li pro ranou reflexi nových médií typická spíše tendence k poměrně kategoričtým výrokům o povaze nových médií (kdy uměřené, kritické hlasy tvořily spíše

43 Kontrola produkce diskurzu (Foucault hovoří o oboru, srv. Foucault 1994: 19–20) není ničím jiným nežli projevem hegemonické moci, kterou si v rámci *vědecké, odborné* rozpravy udržuje akademická komunita. v rámci této kontroly produkce jsou z diskurzu vyloučeni ti mluvčí, kteří v tomto nepatří k *vědecké komunitě* a své promluvy nepodřizují pravidlům charakteristickým pro diskurzy vědy.

výjimku), pak reflexe v období slabé syntézy směřuje k jakémusi permanentnímu kritickému korektivu charakteristickému otevřenou opatrností nejen k vyhraněně optimistickým nebo pesimistickým výrokům, ale především k simplifikujícím generalizacím jako takovým.

Příznačná je v tomto ohledu Moscovova politickoekonomicky laděná kritika kyberprostorové mytologie *The Digital Sublime* (2004), k níž se vrátím ve třetí kapitole, Dahlbergova stať „Internet Research Tracings: Towards Non-Reductionist Methodology“ (Dahlberg 2004), jež je souhrnnou kritickou analýzou redukcionistických tendencí ve výzkumu internetu, i diskuze britských mediologů o takzvaných mediálních studiích 2.0 (srv. Macek 2007). a exemplární je i ono bilanční číslo časopisu *New Media & Society*, v němž byl publikován právě Silverův článek i Wellmanovo v úvodu kapitoly citované ohlédnutí za vývojem studií nových médií (Silver 2004; Wellman 2004). Bylo-li první číslo *New Media & Society*, publikované v roce 1999, programovým provoláním akademické normalizace studií nových médií, pak číslo vydané k pátému výročí založení periodika (r. 6 [2004], č. 1) je jejich kritickou evaluací.

Jak tato evaluace vypadá? Andrew Feenberg a Maria Bakardjjeva (2004) konstatují, že hledání dominantních dopadů nových médií vyšlo naprázdno a logika „vražedné implikace“ („killer implication“) se tedy ukázala jako neplodná. Pablo Boczkowski (2004) upozorňuje, že historizující přístup k novým médiím, který se během předchozích pěti let začal prosazovat, se stále omezuje na vývoj nových médií jako takových – uspokojivý obraz může ovšem nabídnout jen heuristická komparace s vývojem médií starších. Lee Rainie a Peter Bell (2004) se kriticky ohlížejí za dekádu velkých kvantitativních výzkumů a shrnují případy špatně získaných a dezinterpretovaných dat týkajících se internetu. Varují přitom před magií zdánlivě soběstačných čísel. Špatně interpretovaná data stála podle autorů v roce 2001 za neadekvátními očekáváními investorů před splasknutím dotcomové bubliny a v devadesátých letech se podílela na vyvolání vlny morální panikou spojené s pornografickými obsahy i na ochotě amerických poskytovatelů datových spojení investovat do nerealisticky naddimenzovaných infrastruktur.

Velmi příznačný pro dobové „kritické klima“ pak je článek Robin Mansellové (2004). Ta dochází k závěru, že zkoumání nových médií přese všechny proklamace do značné míry podcenilo potřebnost politickoekonomického pohledu a je nadále ohroženo bezbřehou spekulativností. Ve výukových programech je podle autorky většina studijní literatury věnována sociologickým a politologickým tématům a ani příspěvky na specializovaných konferencích, věnujících se politické ekonomii internetu, se ekonomické dimenze problematiky prakticky nedotýkají. Byť ovšem Mansellová slibuje návrh rámce, který by umožnil patřičně holistický přístup k novým médiím, nakonec zůstává u pouhého provolání:

Tento článek potrhuje potřebu konstruovat pro studium nových médií nejen interdisciplinární výzkumnou agendu, ale (ve srovnání s hlavním proudem) explicitně kritickou výzkumnou agendu.

(Mansell 2004: 102)

S mírnou ironií by bylo možno říci, že bilanční číslo žurnálu *New Media & Society* anekdoticky zachycuje stav celého metapole studií nových médií v období slabé syntézy – shodneme se na tom, co jsme dělali špatně (byli jsme redukcionističtí a teoreticky málo důkladní), shodneme se na tom, co je třeba dělat jinak (je třeba volit důsledněji celostní, kritické strategie a prohloubit teoretický záběr studií nových médií), a shodneme se na tom, že je stále předčasné formulovat jakkoli obecnější závěry.

Závěr kapitoly

Pokud by zde měla přijít silná, jednoznačná pointa kapitoly, pak by taková pointa byla pravděpodobně založená na silné nadsázce, zbožném přání nebo jen dalším z mnoha více či méně velkolepých provolání. Vývoj studií nových médií v tuto chvíli pointován není – je stejně otevřený a víceznačný, jako jsou otevřená a víceznačná sama nová média. Silná syntéza ani skutečná „oborová“ konsolidace společenskovedních studií nových médií se zjevně neodehrály a neodehrávají a v době dohledné odehrávat s největší pravděpodobností ani nebudou – v první polovině druhého desetiletí 21. století si studia nových médií udržují pozici volnějšiho interdisciplinárního metapole charakteristického sdíleným zájmem, oborově nerigidním institucionálním zázemím i publikačním jevištěm a poměrně obecným konsenzem ohledně teoretických (a tedy i konceptuálních) východisek. Stále jsou zčásti pod vlivem vernakulárních diskurzů. Stále se v některých momentech ocitají ve vleku okouzlení „novostí“ a jazyka přelomovosti, a to i přesto, že historicky vzato nová média nová nejsou a neofilní fascinace novostí je v rozporu se střízlivým jazykem stabilizované sociální vědy.

Pokud se – po spíše extenzivním historickém přeletu nad krajinou studií nových médií – budeme chtít podívat podrobněji na ty segmenty rozpravy, které se souvisejí s cílem této knihy (tedy s hledáním konceptuálního podchycení samotného ústředního termínu *nová média*), pak se jako nejlepší z možných řešení jeví sledovat linii, kterou končí předchozí podkapitola. Linii interní kritiky studií nových médií. Je totiž, jak věřím, možné říci, že pokud něco studia nových médií charakterizuje stejně dobře jako jejich historický vývoj, pak jsou to právě kritická témata odhalující neuralgické body celé diskuze.

III. KAPITOLA

POZNÁMKY KE KRITICE STUDIÍ NOVÝCH MÉDIÍ

III. POZNÁMKY KE KRITICE STUDIÍ NOVÝCH MÉDIÍ

Příběh studií nových médií, jak byl načrtnut v předchozí kapitole, lze zcela zjevně nahlížet jako postupnou cestu od nadšení ke střízlivosti, od okouzlení novostí nových médií k „banálnímu“ realismu, od spekulativních tezí k takřkajícím normální sociální vědě. Výchozím bodem této cesty jsou utopické a dystopické teze a spekulace reagující na jen stěží dohlédnutelné, ale přesto s chutí předvídané budoucí dopady nové generace mediálních, převážně s internetem spojených technologií. Aktuální pozici je moment slabé syntézy – otevřené shody ohledně toho, že logika *dopadů* je v souvislosti se zkoumáním médií lichá a má být nahrazena multikauzálním pohledem sociálního konstruktivismu, že utopie ani dystopie nejsou vítanými formami spekulace, že orientace na budoucnost není příliš smysluplná, protože sociální vědy nejsou vědami prediktivními a futuristické věštění jim příliš nejde. Příběh nových médií lze v tomto smyslu chápat jako příběh setrvalé kritiky, pod jejímž tlakem byla původní pravidla vyprávění opuštěna a nahrazena jinými.

Kritice (v rámci) studií nových médií se tedy věnuji v této kapitole, a to s tím, že se zde soustředím na dva její dominantní okruhy, kterými jsou *kritika redukcionismu a determinismu*, směřující studia nových médií k celostnímu přístupu, a *kritika rétoriky novosti* (a s ní související ahistoričnosti a ideologičnosti diskurzů obklopujících a spoluutvářejících nová média), obracející studia nových médií od futurizujících spekulací směrem k sociální *realitě*. Tato kapitola v zásadě není ničím jiným než snahou o soustředěnější zvážení známých a notoricky se opakujících výhrad vůči slabinám stávajících přístupů ke studiu nových médií. V rámci celého výkladu však hraje důležitou roli, protože dále pak, ve čtvrté kapitole, dovolí v návaznosti na tyto výhrady formulovat takový koncept nových médií, jenž se s riziky, na něž kritika upozorňuje, vyrovnává.

Problém redukcionismu a hledání celostního přístupu

Raná reflexe nových médií formovaná vernakulárními diskurzemi postavila studia nových médií do poměrně vyhraněné výchozí pozice. Provokativně laděná prorocká rétorika *digerati*, kteří si v tiráži magazínu *Wired* vytkli jako (doslova) svatého patrona Marshalla McLuhana, resuscitovala – společenskými vědami velmi rezervovaně přijímaný – odkaz technologického determinismu. a spolu s ním, v čerstvém kontextu rodící se rozpravy o důsledcích šíření internetu, znovuoživila i související letitou diskuzi, kterou zralé společenskovědné obory procházely o dvě až tři dekády

dříve: diskuzi o neudržitelnosti (jakkoli) deterministické logiky a problematičnosti aplikace teoretického redukcionismu na společenskovědní výzkum. Dlužno podotknout, že striktně akademická reflexe nových médií se v tomto obnoveném vymítání přízraku determinismu ocitla zčásti vlastně nevinně. I když raná reflexe nových médií k deterministické logice jistě inklinovala, jak poznamenávají například Carey (1999, 2005), Flichy (1999), Lievrouwová a Livingstoneová (2002), Feenberg a Bakardjieva (2004) a Dahlberg (2004), už první ucelenější náčrt agendy studií nových médií, formulovaný Ronaldem Ricem (1984), volil, jak bylo řečeno v přechozí kapitole, optiku bezpochyby neredukcionistickou a volal po celostním přístupu. Ohlas entuziastického a neskrývaně technodeterministického vítání nových médií, s nímž digerati přišli, nicméně proměnil de facto dávno vyřešený problém v jedno z prominentních témat, podél nichž se studia nových médií utvářela.

Teze, na kterých je tato novomediální diskuze o determinismu a redukcionismu vystavěna, nejsou v principu nikterak inovativní – jsou v zásadě aplikací dnes již klasických argumentů, jež vůči technologickému determinismu formuloval například Raymond Williams (2003) nebo s nimiž v souvislosti s kritikou sociálněvědního pozitivismu (jakožto formy redukcionismu) přišli například Berger s Luckmannem v teorii sociální konstrukce reality (Berger – Luckmann 1999) a Anthony Giddens ve své teorii strukturace (1976, 1984). Pro studia nových médií je však kritika redukcionismu a determinismu klíčová nikoli pro svou převratnost (ta se zkrátka nekoná), ale spíše proto, že cesta od „nedůvěryhodného technodeterminismu“ (akcentujícího *dopady* technologických inovací na společnost) k „umírněnému sociálnímu konstruktivismu“ (pohlížejícímu na nová média jako sociotechnický komplex), cesta dlážděná ostrou kritikou i obhajobami z technodeterministické hereze obviněných autorů, je paralelní s cestou studií nových médií k tomu, co jsem výše nazval akademickou normalizací a co David Silver chápe jako proces budování akademické legitimacy (Silver 2004). Studia nových médií se v této diskuzi navíc explicitně obrací k teoreticko-metodologickému dědictví mediálních studií, sociologie a dalších společenskovědních oborů, čímž umenšují původně převládající (a v podstatě velmi neoprávněný) dojem vlastní výlučnosti, jež byla odvozována z nekomplikovaného přijetí apriorní výlučnosti nových médií jako takových.

V neposlední řadě je pak diskuze o redukcionismu zásadní proto (a to je důležité především s ohledem na cíl této studie), že její pointou je to, co jsem v předchozí kapitole nazval slabou syntézou – tedy sdílená epistemologická shoda, jež v zásadě vymezuje epistemologické pole pro formulaci konceptu nových médií. (Je zjevné, že hledám-li v této knize cestu k takovému teoretickému modelu nových médií, který by naznačil, jak nová média uchopit komplexně, a tedy neredukcionisticky a nedeterministicky, je nutno s termíny redukcionismu a determinismu srovnat účet

a vymežit základní obrysy diskuze, jež se kritice redukcionismu a determinismu v mediálních studiích věnuje.)

V této podkapitole tedy shrnuji argumentaci kritiků redukcionistického a deterministického přístupu k novým médií a jejich pojetí přístupu neredukcionistického. Rámec výkladu tvoří statě mediálních teoretiků Lincolna Dahlberga (2005) a Davida Chandlera (1995, 1996), kteří téma uchopili systematicky a s ohledem na širší souvislosti debaty.

Kritika teoretického redukcionismu a determinismu

Východiskem textů Lincolna Dahlberga (2004) a Daniela Chandlera (1995, 1996) je letitý a snad až banálně vyznívající postřeh, že společenskovední teorie jsou mnohdy ochotné rezignovat na celostní pohled na média a že téma médií v závislosti na svých epistemologických východišcích v řadě případů

- buď *redukuji* na určitý jeho segment (například na ideologickou instanci obsahů, psychickou konstituci diváků nebo na ekonomické a politické souvislosti existence a fungování médií), přičemž ostatní souvislosti v lepším případě uzávorkují a v horším případě ignorují,⁴⁴
- nebo je podřizují na pohled elegantnímu monokauzálnímu vysvětlení, založenému na předpokladu, že jimi preferovaný segment nahlíží jako nezávislou proměnou, jež celý komplexní fenomén, který označujeme jako komunikační média, *determinuje* (jako charakteristickou ilustraci takové argumentace si můžeme uvést například tržní determinismus, předpokládající, že charakter mediální scény je určen autopoeitickým svobodným trhem strukturovaným ekonomickými vztahy nabídky a poptávky).

Samotná kritika redukcionistických a deterministických tendencí samozřejmě není ve společenských vědách – a konkrétněji ani v mediálních studiích, jež jsou pro studia nových médií dominantním inspiračním zdrojem – ničím novým a neobvyklým, jak už bylo řečeno. Odvíjí se v zásadě od obecnější diskuze o uplatnitelnosti klasické pozitivistické explanativní (deduktivně-nomologické) teorie při zkoumání a popisu společnosti a sociálních aktérů.⁴⁵ Tedy od námítky, že redukcionistické (a tedy i deterministické) způsoby argumentace lze z nepozitivistických pozic velmi snadno

44 Redukcionismus v tomto pojetí není možno jednoduše ztotožnit s karteziánským (resp. pozitivistickým, empirickým) metodologickým redukcionismem, podle něž je zkoumanou realitu nutno rozložit (redukovat) na základní jevy. Redukcionismus, s nímž se zde utkáváme, je sice na metodologickém redukcionismu v řadě případů založen, ale častěji je, zdá se, spíše výrazem prosté redukce tématu motivované nikoli metodologickým předpisem, ale snahou pragmaticky omezit šíři zkoumaného.

45 Pro shrnutí této diskuze viz např. Rosenberg 1995: 1–58, dále též Fay 2002.

komplikovat poukazem na to, že svět, kterým se společenské vědy zabývají – svět sociálních aktérů a jejich jednání –, je jen obtížně a za cenu zřetelných ztrát redukovatelný na jednotlivé základní prvky a kauzální vztahy mezi nimi a že se vzhledem ke svému charakteru zkrátka vzpírá lineárním kauzálním popisům. Daniel Chandler v této souvislosti poznamenává:

Utváření teorie vyžaduje zjednodušení a redukcionismus se v přírodních vědách osvědčil jako užitečný, ale jako způsob přístupu k sociálním fenoménům je široce kritizován. Je nemožné izolovat jedinou příčinu sociálního procesu a prokázat, že právě toto je primární determinanta (je například velmi problematické izolovat případné kognitivní účinky gramotnosti od vlivů školní výchovy).

(Chandler 1995: kap. „Reductionism“)

Kritika jednostrannosti či výpovědní omezenosti teoretického pohledu na komunikační technologie (či případně technologie jako takové a na jejich roli například v procesu sociální změny) je bezpochyby jednou z nejzásadnějších sil, formujících diskuzi nejen v metapoli studií nových médií, ale i v jeho „mateřském“ poli mediálních studií. Ostatně zásadní a dramatická proměna výzkumu a teoretizování médií, jež proběhla v šedesátých a sedmdesátých letech 20. století pod inspirativním vlivem britských kulturních studií (a spojovaná primárně se jmény Raymonda Williamse a Stuarta Halla), byla krom jiného charakterizována právě snahou o nalezení komplexnějšího a plnějšího pohledu na média a komunikaci, než jaký nabízela do té doby dominantní teoretická vidění komunikačních médií (srv. Morley 1995; Davis 2004). Aniž bych zamýšlel výrazněji zabíhat do teoreticko-historického exkurzu, dovoluji si ve stručnosti připomenout, že tato proměna, jež probíhala ruku v ruce s širší rekonstrukcí společenských věd jako takových, byla spojená se zpochybnutím ústřední pozice pozitivistického (sociálně-behavioristického a funkcionalistického) paradigmatu, s revizí (neo)marxistických východisek kriticko-spekulativní tradice a s formulací argumentů vůči technologickému determinismu (tehdy synekdochicky spojovanému převážně – i když nikoli výlučně – s dílem Marshalla McLuhana). A současně byla charakterizována obohacením diskurzů mediálních studií o strukturalistická, poststrukturalistická, sociálněkonstruktivistická a sociálně/kulturněantropologická témata, tedy témata podtrhující symbolický a procesuální charakter sociálního světa (a médií jako jeho součástí).⁴⁶ Z dnešního pohledu je nepochybné, že toto nové – kulturními studii iniciované – vytyčení a současně otevření teoretického perimetru vedlo v mediálních studiích nejen k tradičně pod-

46 Podrobněji viz např. Morley 1995; Volek – Jiráková – Köpplová 2006.

trhovanému „zaktivnění publika“⁴⁷ a plodné resuscitaci konceptů moci a ideologie, ale i ke zvýšení citlivosti vůči redukcionistickým a deterministickým argumentacím.

Přesto by patrně – jak ostatně ukazuje dále přiblížená analýza Lincolna Dahlberga (2004) – nebylo nejprozíravější spojovat zmíněný kulturní obrat (třebaže mediálními studii zřetelně přidal na teoretické plasticitě a tematické i argumentační pluralitě) s definitivním koncem teoretického redukcionismu a determinismu, ať už přiznaného, nebo nepřiznaného. Příčina toho je přinejmenším dvojitá.

Mediální studia jsou v první řadě – coby bytostně interdisciplinární obor, konstituující se na rozhraní společenských, humanitních a technologických věd⁴⁸ – vnitřně štěpena, a to jednak podél linie ústředních témat, jednak podél linie výchozích teoreticko-metodologických tradic. Výchozími tradicemi mediálních studií jsou přitom, jak konstatují Volek, Jiráček a Köpplová (2006: 13–15), tradice *kognitivně-empirická, kriticko-spekulativní, kulturní a komunikačně-technologická*.

Jakkoliv je zřejmé, že studium médií prochází různými proměnami vědeckého zájmu a podléhá různým teoreticko-metodologickým akcentům, jsou všechny uvedené tradice studia médií stále „ve hře“. Jejich východiska jsou tak přítomna výběrově v rámci rozhodující části mediologické reflexe zaměřené na tři klíčové oblasti studia médií:

- a) mechanismy konstrukce mediálních obsahů jako masových reprezentací
- b) chování mediálního publika (mediálních publik) a jeho (jejich) recepční strategie
- c) role médií jako ekonomicko-politických institucí.

(Volek – Jiráček – Köpplová 2006: 15)

Toto dvojitá rozštěpení – rozštěpení podél epistemologické a tematické osy – může vést a mnohdy vede jednak k (ve své podstatě nutné, ale formou a v důsledcích leckdy nešťastné) tematické a explanační redukci, jednak k epistemologické uzavřenosti analýz. Krajním důsledkem prvního i druhého může být tendence k redukcionismu (či determinismu) – v prvním případě je způsobena příliš důsledným uzávorkováním, v druhém pak přeceněním výpovědních možností zvolených východisek.⁴⁹ Mediální studia si limity redukcionismu a determinismu nesou ve svých zdrojových tradicích

47 Tedy k obrácení pozornosti i k interpretačním aktivitám na straně příjemců mediálních sdělení a obecněji též k zájmu o širší kontext obklopující a formující akt recepcce.

48 Blíže viz např. Volek 2004.

49 Determinismus tak lze nahlížet jako – slovy Umberta Eka – svého druhu epistemologický fanatismus, charakteristický přeceněním svých východisek (srv. Eco 2005: 31).

a s jistou nadsázkou je možno napsat, že nástup nových médií tyto limity zvýraznil a současně zpřehlednil a zviditelnil.

Dahlbergovy a Chandlerovy typologie redukcionismu a determinismu

Inspirativní vhléd do této oblasti nabízejí, jak bylo řečeno, novozélandský mediolog Lincoln Dahlberg a britský sémiotik Daniel Chandler. Ti patří mezi autory, již odmítli jak vyhrčeně optimistickou či naopak pesimistickou akademickou reakci na nástup nových médií (které se podrobněji věnuje následující podkapitola), tak tendenci některých autorů hledat jasné a přehledné kauzální vysvětlení dopadů nových komunikačních technologií.

Daniel Chandler se problematice věnuje ve studii *Technological or Media Determinism* (Chandler 1995) a ve stati „Engagement with media: Shaping and being shaped“ (Chandler 1996), v nichž se zabývá především technologickým a mediálním determinismem a jejich východisky i jejich kritikou. Chandler při té příležitosti nabízí i jednoduchou typologii deterministických argumentací, kdy rozlišuje mezi *silným technologickým determinismem* (pohlížejícím na technologie jako na primární a výsadní kauzální faktor vedoucí ke společenským změnám a změnám v sociálním jednání) a *slabým technologickým determinismem* (kam Chandler zařazuje ty přístupy, jež technologii chápou jako jeden z klíčových, ale nikoli výhradních faktorů procesu sociální změny), *sociokulturním determinismem* (kladoucím důraz na determinující roli sociálního a kulturního kontextu, v němž ta která technologie existuje) a *voluntarismem* (podtrhujícím kontrolu intencionálního subjektu nad technologií).

Lincoln Dahlberg ve svém textu „Internet Research Tracings: Towards Non-Reductionist Methodology“ (Dahlberg 2004), který koncipuje jako meta-metodologickou poznámkou k výzkumu a teoretizování internetu a počítačově mediované komunikace, nabízí o něco otevřenější, obecněji pojatou typologii nejvýznamnějších přístupů ke společenskovědnímu zkoumání a teoretizování nových médií. Také on v této souvislosti přichází s mapou determinací (tj. tematických preferencí), jež oblasti teoretizování a výzkumu informačních a komunikačních technologií – v čele s internetem – dominují.

Dahlberg společenskovědní teoretizování internetu explicitně propojuje se stávajícími teoriemi médií, čímž podtrhuje provázanost aktuální reflexe nových médií se stávajícími diskurzemi mediálních studií. a naznačuje přitom, že případné vydělování teorie nových médií z tematického pole mediálních studií a hledání nové, „vlastní“ oborové platformy je v případě mediologických témat poněkud neopodstatněné. Dahlberg ukazuje,

jak výchozí hlediska výzkumu Internetu vyrůstají z různých zavedených tradic mediálního a technologického výzkumu. Ty mohou být rozděleny podle toho, jak akcentují některý ze tří rozdílných aspektů determinace určující dopady mediální technologie: aspekt užití, kde je zdůrazňováno instrumentální využití artefaktu; technologický aspekt, kde je ve středu zájmu forma mediální technologie; a sociální aspekt, kde ústřední je strukturování dopadu společenskými determinantami.

(Dahlberg 2004)

Na základě této typologie tematických akcentů tedy Dahlberg charakterizuje tři základní větve výzkumného a teoretického zaměření studií nových médií: 1) *determinaci užitím (uses determination)*, 2) *technologickou determinaci (technological determination)* a 3) *sociální determinaci (social determination)*. Každou větev provazuje s tou kterou mediálněvědní metodologicko-teoretickou tradicí,⁵⁰ pojmenovává klíčové teoretické inspirace – a definuje potenciální slabiny každého proudu a s nimi spojená nebezpečí možných zkreslení, jimž se zastánci jednotlivých přístupů vystavují. Každý z těchto přístupů totiž podle Dahlberga je, pakliže přecení svou perspektivu, ohrožen některou z forem redukcionismu či determinismu, jež se v zásadě překrývají s výše uvedenou typologií Chandlerovou a kterými jsou 1) instrumenta-
lismus, 2) technologický determinismus a 3) sociální determinismus.

Technologická determinace se v reflexi nových médií projevuje akcentem na technologickou povahu mediální technologie a ideově čerpá buď z marxismu, z tezí kanadských autorů tzv. torontské školy (H. Innis, M. McLuhan), z prací autorů zabývajících se problematikou informační společnosti (D. Bell, A. Toffler, I. de Sola Pool), z argumentů v přechodí kapitole zmiňovaných *digerati* a s nimi spřízněných raně kyberkulturních autorů, či ze širšího rezervoáru vůči komunikačním technologiím pesimisticky orientovaných textů z oblasti mediálních studií a filozofie (N. Postman, J. Ellul, M. Heidegger, H. Marcuse, J. Habermas, P. Virilio, J. Baudrillard, aj.).⁵¹ Takto orientovaná reflexe nových médií⁵² se ve své krajní poloze, tradičně označo-

50 Podobně jako výše odkazovaní Volek, Jirák a Köpplová (2006) Dahlberg konstatuje, že mediální studia se aktuálně štěpí – na rozdíl od Volka a kol. se ovšem Dahlberg nepouští do zevrubnější typologie východisek metodologicko-teoretických tradic a svou základní mapu oborového prostoru tak primárně strukturuje podle tematické osy.

51 Marcuseho, Heideggerovu a Habermasovu vztahu k technologii se detailně věnuje např. Andrew Feenberg (1996, 2000).

52 Chandler (1995) v této souvislosti hovoří o *teorii technologicky iniciované sociální změny (technology-led theory of social change)*, přičemž upozorňuje, že většina společenskovedných teorií soustředících se na technologickou povahu média téma technologické inovace s tématem společenské změny spojuje.

vané jako technologický determinismus, odvíjí od předpokladu, že za proměnou mediální krajiny – či přímo společnosti jako takové – stojí především specifické vlastnosti média, v případě médií nových tedy jejich digitální a síťová povaha a jejich schopnost emulovat a konvergovat již existující mediální formáty a vést ke vzniku myriády formátů nových. Chandler (1996) v této souvislosti podtrhuje, že technologický determinismus spatřuje v technologii primární příčinu společenské změny jak na makrosociální, tak na mikrosociální úrovni: vlastnosti nových médií tak bývají – více či méně otevřeně – označovány nejen za determinantu proměny politicko-ekonomických a mocenských vztahů (jak předpokládají některé texty zabývající se tématem informační společnosti, srv. Webster 2006, Murdock 2004), ale například i nových uživatelských – čtenářských i producentůvých – praxí, nových forem textuality či nových typů sociálních identit.

Technodeterministické výpovědi o nových médiích jsou přitom charakteristické několika věcmi. Tou první je, že technologii reifikují, tedy že jí přisuzují věcnou a kauzální autonomii.

Takové přístupy mají tendenci pojímat mediální technologii jako autonomní kauzální agens, který jako by na sociální život působil shora svou vlastní nezávislou logikou a silou. Mediální technologie na sebe v takto silných deterministických argumentech bere formu diskrétní entity, nezávislé na individuální nebo sociální kontrole.

(Dahlberg 2004)

Pro technologický determinismus rané reflexe nových médií je navíc, jak jsem ukázal již dříve a jak kromě Dahlberga a Chandlera upozorňují i další autoři (jako např. Robins – Webster 1989; Fisher – Wright 2001; Manovich 2001; Carey 2005), příznačná orientace na budoucnost, na predikované dopady nových technologií. Zde se, jak upozorňují Douglas Kellner (1998) a Frank Webster s Kevinem Robinsem (1989), může skrývat ideologická past technologického determinismu. Technodeterministické diskurzy na sebe totiž leckdy berou buď podobu pesimistického varování před negativními dopady nových technologií či technologizace jako takové (hovoří se v této souvislosti o technopesimismu, technologickém dystopismu, skepticizmu, atd.) a budoucí technologicky ovlivněnou společnost vykreslují například jako budoucnost posilujícího odcizení a sociální izolace, důslednější komodifikace či nových a důkladnějších forem kontroly a útlaku, nebo naopak nové technologie obhajují jako agens pokroku a řešení stávajících problémů (zde se mluví o technooptimismu či technologickém utopismu).

Ideologičnost technologického determinismu spočívá jednak v tom, že se ujímá apriorní, z podstaty spekulativní (ale svou spekulativní povahu mnohdy nepřiznávající)

obhajoby či *obžaloby* určité více či méně možné verze budoucího vývoje společnosti. Svou predikci navíc naturalizuje užitím jazyka „nevyhnutelné“ revoluce a „přírodního“ pokroku, metafor i argumentačních figur z oblasti přírodních věd (příkladem čehož je například tzv. *Mooreův zákon*) a odkazem k nevyhnutelnosti technologicky determinované změny.⁵³ Chandler i Dahlberg se k tomu – když se ve zkratce pokoušejí vystihnout podstatu této naturalizační figury – vyjadřují s jistou ironií:

Čímkoli konkrétní technologická „revoluce“ může být, technologickými deterministy je prezentována jako dramatická a „nevyhnutelná“ síla, jejíž „dopad“ „povede“ k hlubokým a „dalekosáhlým“ „účinkům“ či „důsledkům“.

(Chandler 1996)

Musíme jednoduše akceptovat nevyhnutelné sociální transformace způsobené mediálními technologiemi, jako je internet, transformace, které jsou předpovězené a současně podpírané prorocstvími síťových guru, a přizpůsobit se těmto transformacím. Taková rétorika [...] indikuje, že zde funguje naturalistický diskurz, kterým je mediální technologie nazývána jako součást evolučního procesu, nezávislého na politické kontrole.

(Dahlberg 2004)

Ne všechny texty zaměřující se na dopady mediálních technologií jsou pochopitelně technodeterministické. Dahlberg poukazuje například na práce Manuela Castellsa (2010a; 2010b) a Marka Postera (1995), které explicitně připouštějí, že média jsou právě tak sociálně strukturovaná jako sociálně strukturující, a jež se zjednodušujícímu pohledu na problematiku technologií moderované sociální změny snaží vyhnout.⁵⁴

Příklon k *determinaci užitím* se projevuje akcentem na zkoumání nikoli mediální technologie, ale jejich uživatelů. Projevuje se především v kvantitativních i kvalitativních výzkumech zabývajících se formami využívání technologií a charakteristických tedy důrazem na zkoumání uživatelských (tvůrčích) a čtenářských (interpretálních) aktivit uživatelů mediálních technologií (členů mediálních publik).

53 Což pěkně dokládají například Webster s Robinsem (1999) a v souvislosti s evropskou informační a komunikační politikou to ilustrují například Goodwin a Spittle (2002).

54 I když je na místě připomenout, že právě Castells se za svůj koncept síťové společnosti, v níž nové způsoby toků informací (umožněné novými komunikačními technologiemi) vedou k novému prostorovému i mocenskému rozvržení ekonomického, politického a kulturního jednání, dočkal kritiky právě v tom smyslu, že jeho model „nové společnosti“ je v principu jednodimenzionální a „síťově deterministický“ (srv. van Dijk 1999; Webster 2006).

Výzkumy a teorie zaměřující se na užití technologií ideově navazují převážně na společenskovední studie každodennosti (Schütz – Luckmann 1974; de Certeau 1984 [1980], Lefebvre 2002 [1947]) a související mediologické studie britských kulturně orientovaných autorů (viz např. Morley 1986; Silverstone 1994; Livingstone 1998), na Fiskeho (1989) pojetí populární kultury jako rezervoáru polysémicky otevřených obsahů či kupříkladu na starší teorie užití a uspokojení. Tedy na přístupy, které „do středu jeviště postavily lidského aktéra“ (Dahlberg 2004) a jež se vymezily jednak proti výzkumu mediálních účinků, jednak vůči tezí kritické frankfurtské školy a jejímu pojetí masového publika jako monolitické, pasivní entity, složené z atomizovaných jedinců a vydané napospas ideologickému působení masových médií (Morley 1995).

Studie, pro něž je silná orientace na determinaci užitím charakteristická, podle Chandlera vycházejí z předpokladu „technologické neutrality“ (Chandler 1996). To – řečeno Dahlbergovými slovy – znamená, že mají „tendenci nahlížet na technologický artefakt jako na neutrální nástroj schopný naplnit záměry aktéra, který je využívá“ (Dahlberg 2004). Jejich neduhem bývá, že se v řadě případů zakládají na „logice technického řešení, která ve vývoji a užití technologií nejrůznějšího typu vidí odpověď na sociální a politické problémy“ (Dahlberg 2004).⁵⁵

S touto formou argumentace se můžeme setkat například ve studiích ilustrujících, jakými (mnohdy velmi nečekanými) způsoby si uživatelé uzpůsobují existující technologie pro vlastní potřeby,⁵⁶ a v textech identifikujících v nových informačních a komunikačních technologiích prostředek ozdravení a znovuoživení komunity, demokracie a veřejné sféry nebo oslavujících internet jako nástroj vzniku nové ekonomiky.⁵⁷ Dahlberg upozorňuje, že tyto studie mají tendenci inklinovat k *instrumentalismu* (respektive metodologickému individualismu, který je formou redukcionismu)⁵⁸ – sociálního aktéra chápou jako svrchovaného a primárního činitele nadaného svobodnou vůlí, který prostřednictvím využití technologických nástrojů jaksí nekomplikovaně směřuje k naplnění svých potřeb a jenž je v systému sociálního jednání de facto nezávislou proměnnou.

Mít za to, že individuální aktéři mají nad mediálními technologiemi úplnou kontrolu, je ovšem chybou. Takový předpoklad přehlíží, že jednání

55 K problematice logiky technického řešení, jež souvisí s rétorikou novosti, se vyjadřují např. Robins a Webster (1989). Podrobněji se k tématu vrací následující podkapitola.

56 Příkladem mohou být studie hackerských subkultur, podrobněji např. viz Taylor 1999.

57 Tato očekávání provázejí v moderní společnosti vznik prakticky nové technologie. Kritikou rétoriky novosti se podrobněji zabývá následující podkapitola.

58 Chandler (1996) v této souvislosti hovoří o *voluntarismu*, jak jsme viděli výše.

je strukturováno technologickými systémy, a opomíjí sociální provázanost těchto systémů a jejich uživatelů.

(Dahlberg 2004)

Dodejme, že teorie zaměřující se na uživatele či čtenáře navíc mnohdy přehlíží ještě jeden předpoklad, který limituje mnohost a konstitutivní sílu užití mediální technologie. Mám na mysli oboustrannou provázanost technologických systémů a uživatelů se širším sociálním milieu čili strukturující sílu sociohistorického kontextu. V tomto směru se instrumentální pohled na technologie setkává s pohledem technodeterministickým:

Oba vidí média jako nezávislá na sociálních kontextech. V obou případech je mediální technologie vnější vůči sociálnímu, rozdíl je jen v tom, kam je situováno jednání (agency) – zda na stranu uživatele, nebo na stranu technologie. Stejně jako silné zaměření na rozměr užití může vést až k tvrzení, že mimo čtení není text, silný technologický determinismus nevidí nic mimo text. Sociální kontext ale musí být brán v potaz.

(Dahlberg 2004)

Právě na roli sociálního kontextu a na to, „jakým způsobem jsou účinky [internetu] ovlivněny sociálními a ekonomickými strukturami a sociální konstrukcí technologických artefaktů“ (Dahlberg 2004), se soustředí přístupy, jež spojuje důraz na *sociální determinaci*. Tyto přístupy zdůrazňují procesuální a historický rozměr nových technologií a zasazují je do užších (každodenních) i širších (ekonomických, mocenských, sociálních a symbolických) kontextů. Současně podtrhují jejich symbolickou a konvencionální povahu – na nové technologie se tak dívají v souvislostech širšího technologického vývoje a odmítají onen důraz na „věcnou“ či „objektivní“ povahu technologie, jenž spojuje determinaci užitím a technologickou determinaci.

Nejvlivnějšími směry, které se zabývají mediálními a komunikačními technologiemi a v nichž se podle Dahlberga aktuálně projevuje sociální determinace, jsou vědní a technologická studia a holisticky laděná kritická politická ekonomie médií (kteřou v anglickém prostředí zastupují například N. Garnham, V. Mosco, P. Golding a G. Murdock, v americkém kontextu R. McChesney, E. S. Herman a N. Chomsky, aj.). Tyto směry sice sdílejí základní východiska, která Dahlberga vedou k tomu, že je zařazuje do jedné skupiny, ale rozdíl je mezi nimi zřejmý:

Ačkoli se kritičtí političtí ekonomové a stoupenci vědních a technologických studií shodují na tom, že užití a dopady mediálních technologií jsou rámovány sociálním kontextem, ohnisko jejich zájmu se liší. Zatímco

výzkumníci z oblasti vědních a technologických studií se soustředí na přímé sociální vstupy, jež ovlivňují vývoj konkrétních technologických systémů, kritičtí političtí ekonomové se pokoušejí systematicky zkoumat roli širších mocenských vztahů a sociálních struktur.

(Dahlberg 2004)

Je-li Dahlberg k determinaci technologické a determinaci užitím výhradně kritický, k teoretikům vědních a technologických studií i k politickým ekonomům médií přistupuje o poznání smířlivěji. Tito se totiž vymezují právě vůči jednoduchým, lineární kauzalitu hledajícím pohledům na mediální technologie a explicitně hledají plnější, plastičtější obraz technologie jako součásti širší sociální situace.

Přesto mohou být i tyto přístupy jistými formami redukcionismu ohroženy – vědní a technologická studia mohou opomíjet regulativní vliv politické moci (viz Winner in Brey 1997) a, jak varují Williams a Edge (1996), přecenit tak autonomii aktérů, kteří utvářejí a vyjednávají technologickou inovaci. v zásadě tak vědní a technologická studia mohou argumentovat stejně voluntaristickým způsobem jako výše zmíněné přístupy z oblasti determinace užitím. S obdobným rizikem se potýká i kritická politická ekonomie, a to pokud zvolí buď příliš „optimistický“ pohled na autonomii a subverzivní možnosti „bezmocných“ uživatelů technologií (příkladem mohou být závěry Henryho Jenkinse ohledně kultury konvergence [2006], k nimž se vracím ve čtvrté kapitole této knihy), nebo naopak příliš „pesimistický“ pohled na schopnost mocných využít mediální technologie pro své vlastní účely (příznačná je v tomto ohledu Krokerova a Weinsteinova kritika tzv. virtuální třídy [1994], jež je vystavěna na předpokladu, že se síťovými technologiemi se rodí nové formy dominance a nová mocenská elita sestávající z vlastníků a poskytovatelů komunikačních infrastruktur a služeb).

Kritická politická ekonomie i vědní a technologická studia ovšem mohou sklouznout i k opačnému extrému – k sociálnímu (či slovy Daniela Chandlera sociokulturálnímu) determinismu anebo k determinismu ekonomickému. a to tehdy, přeceňují-li strukturující sílu sociálního či mocenského kontextu nebo tržních sil, nebo pokud zastávají pozici „silného“ sociálního konstruktivismu – v takových případech podceňují jak performativní rozměr sociálního jednání, tak současně „opomíjejí velmi reálné účinky formy a fyzických vlastností technologie na významy a užití“ (cit. Dahlberg 2004; srv. též Williams – Edge 1996).

Hledání celostního přístupu

Dahlbergova ani Chandlerova kritika by pro nás patrně neměla výraznějšího smyslu, pokud by z nich nevyplývaly závěry naznačující něco víc, než jen kterými cestami při zkoumání médií nepostupovat. Dahlberg i Chandler samozřejmě s „pozitivními“ výstupy přicházejí – a jsou to právě i tyto závěry, pro které jsem si nakonec texty těchto dvou konkrétních teoretiků vybral jako argumentační oporu. Nutno ovšem zdůraznit, že Chandler i Dahlberg nabízejí na otázku, jak že má tedy vlastně konkrétněji vypadat neredukcionistický přístup k novým médiím, odpověď pokud ne vyhýbavou, pak rozhodně opatrnou – což je pro studia nových médií v zásadě velmi charakteristické. Zejména odpověď Dahlbergova (odpověď přislíbená již titulem jeho statě) je pro studia nových médií v období slabé syntézy symptomatická: je volná a otevřená, neformuluje konkrétní, detailněji propracovaná východiska. Dahlberg právě tak jako například Lievrouwová s Livingstoneovou (2002b), Wellman (2004) či (ve zřetelně obecnějších souvislostech) Murdock (2004) jednoznačně říká „jak ne“, a jen velmi obecně pojmenovává ono právě tak důležité „jak ano“. S tím, že konkrétní naplnění pozitivní odpovědi si ani neklade za cíl a nechává je na těch, kdo budou jeho kritickou zprávu o stavu reflexe nových médií (nebo obecné sociologické teorie v případě Murdockově) následovat.

Stručně shrnuto: oba autoři, tedy jak Dahlberg, tak Chandler, navrhuji vyvarovat se toho, co Umberto Eco (2005: 31) v jiném, leč ne nepřibuzném kontextu nazývá epistemologickým fanatismem – tedy apriorního trvání na svého druhu extrémních teoretických předpokladech, za něž lze považovat i jednotlivé formy redukcionismu a determinismu. Oba zjevně odmítají obraz mediální technologie vystavený na lineárně kauzálním popisu situace a doporučují pohlížet na komunikační médium jako na komplex vzájemně se konstituujících prvků.

Chandler (1995, 1996), který se zaměřuje především na kritiku silného technologického determinismu, se ve druhém ze svých zde zmiňovaných textů pouští do obhajoby toho, co on sám označuje za technologický determinismus mírný. Co si pod tímto označením představit? Sémiotik Chandler v zásadě dochází k podobnému závěru, k němuž o dekádu dříve dospěl o Ronald Rice (1984), a totiž že výhrady vůči technodeterministickým argumentům by teorii (nových) médií neměly vést k úplnému přehlížení či uzávorkování materiálních (artefaktuálních) kvalit mediálních technologií. Mediální artefakt zkrátka disponuje jistými objektivními vlastnostmi, které při analýze média a jeho užití není možno ignorovat, poněvadž materiální vlastnosti mediálního kanálu je třeba chápat jako jednu ze struktur, která formuje jednání s médiem spojené. (Podrobněji se k jeho tezi vrátíme později, ve čtvrté kapitole. Zde jen poznamenejme, že Chandler formuluje jeden z klíčových předpokladů komplexního teoretického modelu mediální technologie – totiž že každé médium

je nutno chápat *i jako* technologický artefakt disponující jistými vlastnostmi, které předznamenávají možné způsoby jeho užití, přičemž v této souvislosti hovoří o *selektivitě* mediální technologie.)

K obdobné tezi směřuje i Dahlberg (2004), když říká, že „technologie jsou významněny prostřednictvím kulturního porozumění, potřeb a hodnot, ale současně disponují velmi reálnými materiálními vlastnostmi a omezeními, jež musí být zohledněny“. a i když Dahlberg úlohu materiálních charakteristik narozdíl od Chandlera podrobněji nerozpracovává, na základě výše přibližné kritiky jednotlivých determinací načrtává kontury čehosi ambicióznějšího – explicitně vymezuje hranice, v nichž by se měla pohybovat neredukcionistická sociální teorie nových médií. Vychází přitom, jak už bylo několikrát zmíněno, z předpokladu, že je třeba odmítnout logiku jednoduché kauzality (kdy jeden z prvků zkoumané reality má výsadní postavení „prvního hybatele“) i logiku jediné determinace. Sociální teorie zabývající se novými médii musí zohledňovat jak (1) materiální povahu technologických artefaktů, tak (2) způsoby jejich užití a (3) kontexty, v nichž je technologie zasazena a v nichž je užívána.

Dahlberg se v tomto ohledu nicméně, jak už bylo řečeno, drží na poměrně obecné rovině a odmítá navrhnout konkrétnější konceptuální rámec, v němž by takové teoretizování mělo být zasazeno.

Chci pouze říci, že je zapotřebí multidimenzionální metodologické perspektivy. Výzkum by měl nejlépe brát v úvahu souhru mnoha vzájemně se křížících a konstituujících prvků.

(Dahlberg 2004)

„Obecná pravidla“ slabé syntézy, naznačená již v předchozí kapitole, zde z výkladu tří konkrétních kritických přehledových textů vystupují snad poměrně jasně: studia nových médií mají – i přes zjevnou neochotu postavit konkrétnější konceptuální předpis, který by pole nových médií nejen vymezoval, ale také zřetelněji strukturoval – tendenci odmítat redukcionistické a deterministické, lineární kauzální pohledy na mediální technologie a naopak preferovat optiku umírněného sociálního konstruktivismu. Chandler (1995, 1996), Dahlberg (2004), Lievrouwová s Livingstoneovou (2002b) a vlastně již i Rice (1984) zkrátka formulují základní epistemologický (a současně tedy i metodologický) imperativ slabé syntézy, zabráňující sklouznutí do tenat metodologické redukce (respektive preference jedné determinace). Na implicitní otázku „Co je to mediální technologie?“ tedy vlastně všichni shodně odpovídají tak, že mediální technologie je *materiální artefakt disponující určitými objektivními technologickými vlastnostmi, který je v určitých kontextech určitými způsoby užíván určitými uživateli k produkci, šíření, uchování a recepci*

komunikátu. Kontexty, povaha artefaktu a způsoby užití jsou přitom ve vzájemně konstitutivním vztahu. Přičemž technologická povaha nových médií i způsoby jejich užití a kontexty, v nichž jsou tyto artefakty užívány, se – jak nakonec zmiňují i další autoři (Carey 2005; Flichy 1999; Jankowski 2002) – v čase proměňují, a je tedy nutno tedy brát v potaz i jejich procesuální (ve vztahu k artefaktu a jeho užití) a historický (ve vztahu ke kontextu) rozměr.

Novost nových médií aneb nová média v sevření futuristické ideologie

Z kritiky redukcionismu a determinismu zřetelně probleskuje druhé z klíčových sporných témat: utopická a dystopická variace příběhu nevyhnutelné technologické budoucnosti, která konkrétně v raných teoriích virtuálních komunit rezonuje skutečně nepřehlédnutelně, je spojená s *okouzlením novostí*.⁵⁹

Toto okouzlení – jež na sebe bere podobu kulturně mocného vzrušení nebo zneklidnění z *nového*, jež ve své „nezmapovanosti“ narušuje stávající pořádky – je ve své problematičnosti zdrojem několika klíčových rovin kritiky, jež studia nových médií formuje. Téma *novostí* se totiž, jak už bylo několikrát naznačeno, promítá nejen do samotného definičního rámce nových médií (kdy je pochopitelně nutno uspokojivě obhájit, proč lze o nových médiích hovořit jako o *nových*), ale právě spolu s problematikou redukcionismu a determinismu vstupuje i do diskuze o adekvátnosti zejména rané reflexe kvartérních médií. Kritice logiky *dopadů*, tedy kritice redukcionismu a determinismu, jsem se podrobněji věnoval výše – a v této podkapitole se tedy blíže podíváme na kritiku futurizujícího technooptimismu a technopesimismu, jež velmi úzce souvisí s tím, jakými způsoby byla (a v některých případech stále je) v reflexi nových médií konstruována právě jejich novost.

Podkapitolu pojmám jako přehledové shrnutí vybraných, dle mého snad nejinspirativnějších kritických pohledů na příčiny a funkce okouzlení novostí. Cíl podkapitoly je přitom – nechám-li teď stranou skutečnost, že sama slouží jako jedno z argumentačních východisek pro čtvrtou, „konceptuální“ kapitolu – několikery.

V první řadě diskuzi o zdrojích neofilní fascinace sociotechnickou změnou a o příčinách poněkud výstřední povahy rané diskuze o nových médiích představuji proto, že se jedná o dosud nedořečený příběh. Dozvuky rané diskuze i čerstvé vlny okouzlení novostí přístup společenských věd k novým médiím stále do jisté míry ovlivňují, a právě tak formují i veřejnou diskuzi, která se v opakujících se vlnách

59 Slosloví *okouzlení novostí* volím po konzultaci s anglistou a překladatelem Tomášem P. Kačerem jako snad nejméně těžkopádný a současně významově přiléhavý překlad termínu *novelty sublime*.

morální paniky a zmámeného optimismu nechává zas a znovu překvapovat nečekaným *novým* a hledáním patřičné reakce.

Současně je cílem podkapitoly ukázat, že toto *okouzlení novostí* není historicky nikterak specifické a z dále naznačených příčin provázelo i nástup většiny starších *nových* médií.

V neposlední řadě pak věřím, že bližší pohled na teze, s nimiž v souvislosti s okouzlením novostí přišli například Vincent Mosco (2004), Patrice Flichy (2007) či Kevin Robins a Frank Webster (Webster – Robins 1986; Robins – Webster 1989, 1999; Webster 2006), je důležitý nejen pro lepší pochopení historie zkoumání a ustavování studií nových médií. Současně totiž dovoluje nahlédnout společenské vědy jako jeden z aktivních elementů podílejících se na sociokulturní konstrukci nových komunikačních technologií.

Nikterak nová novost

Přemrštěnost či neadekvátnost očekávání vkládaných do nových médií je terčem kritiky již od osmdesátých let. To mimo jiné ukazují práce Franka Webstera a Kevina Robinse (Webster – Robins 1986; Robins – Webster 1989, 1999), kteří systematicky poukazují na naivitu optimismu spojeného s očekávanými dopady informačních technologií a kteří této naivitě nastavují argumentační zrcadlo. v něm ukazují, že důsledky šíření nových médií nemusejí být nutně ani blahodárné, ani předvídatelné, a dokonce ani nikterak revoluční. Hlavní korpus kritických hlasů se nicméně obrací k textům z pozdějších let – od poloviny devadesátých let je primárním terčem akademické kritiky rétorika *digerati* (o nichž jsem hovořil ve druhé kapitole). a o dekádu později se pak do hledáčku kritických akademických komentátorů dostává vyprávění o takzvaném *webu 2.0*.⁶⁰

Za prvé, výchozí linii kritiky toho, co například Vincet Mosco označuje jako *digitální okouzlení* (*digital sublime*, Mosco 2004), Steve Woolgar jako *kyberbolu* (*cyberbole*, Woolgar 2002), A. Michael Noll jako *spirálu humbuku* (*spiral of hype*, Noll 1997) a Richard Barbrook a Andy Cameron jako *kalifornskou ideologii* (Barbrook – Cameron 1996), lze snad považovat tu, která upozorňuje na fakt, že obdobná fascinace novostí, jíž jsme svědky v případě osobního počítače, internetu a dalších mediálních technologií souhrnně označovaných jako nová média, sama vlastně nijak nová není. Vznik a úspěšné prosazení prakticky všech ve své době nových elektronických médií byly během devatenáctého i dvacátého století ze strany společenských věd (či sociální

60 Problematikou webu 2.0 se podrobněji zabývám ve stati „Web 2.0 jako imaginaire aneb ke kritice ideologie novosti“ (Macek 2011), v níž kritiku rozvíjenou v této podkapitole aplikuji právě na téma „nového webu“.

filozofie) i z pozic neakademických diskurzů vždy provázeny obdobnou reakcí. Jak ukazují kupříkladu historikové vědy David Edgerton (2006) a Patrice Flichy (2007) nebo sociolog Vincent Mosco (2004), je každá technologie, jež je moderní společností chápána jako přelomová,⁶¹ přijímána se zjevným technologickým futurismem. Ten na straně jedné nerealisticky slibuje ozdravení politických poměrů i komunitních vztahů, „zmenšení“ světa, posílení a emancipaci slabých, vymýcení chudoby nebo zlepšení vzdělávání, na straně druhé varuje před ohrožením autentičnosti i zavedených, dobře známých a bezpečných pořádků. Tato slova – jež nám v souvislosti s novými, digitálními médii nemohou neznít povědomě – v různých variacích vítala, jak ukazují Flichy a Mosco, již parní stroj, telegraf, elektrifikaci, telefon, rozhlas i televizi. Rétorika novosti je tak v první řadě napadána jako ahistorická. Je totiž buď nereflekтовanou repeticí v minulosti několikrát zaznamenané litanie a (spíše než zachycením skutečně revoluční povahy *nového*) prostým důkazem historické nepoučenosti těch, kteří podléhají vzrušení z lepší budoucnosti. Anebo je součástí ideologické strategie, jež s vytržením z historických souvislostí pracuje cíleně (k tomuto vysvětlení se ještě podrobněji vrátím).

Ogburnova teorie kulturního opoždění

Okouzlení novostí není, jak by se snad mohlo zdát, výlučnou vlastností vernakulárních, tedy neakademických diskurzů, ale promítá se i do diskurzů akademických (příkladem toho mohou být texty Pierra Lévyho věnované kolektivní inteligenci a kyberkultuře, srov. Lévy 1997, 1998, 2000). v této souvislosti pochopitelně vyvstává otázka, proč je přijetí nových technologií doprovázeno tímto typem reakce právě i ze strany společenských věd – čili proč jsou společenské vědy náchylné radikálnímu okouzlení novostí podléhat, jakkoli by vůči němu měly být v ideálním případě zcela imunní.

Socioložka Dana Fisherová a mediolog Larry Wright (Fisher – Wright 2001) „extrémní reakci“ společenských vědců na technologickou inovaci (reakci, u níž

61 A týká se to, jak ilustruje Edgerton (2006), nejen médií, ale i dalších technologických inovací, jako byla například elektrifikace či využití jaderné energie. v této souvislosti stojí za zmínku i kniha Carolyn Marvinové *When Old Technologies Where New* (1988). Marvinová, vycházející z tradice vědních a technologických studií, v knize zachycuje zrod elektrických médií na konci 19. století. Soustředí se přitom na sociokulturní dimenzi této zásadní proměny tehdejší mediální sféry a nástup klíčových masových médií 20. století vykresluje nikoli jako důsledek pouhého technologického pokroku, ale především jako výslednici mnohem komplexnějších a do značné míry „mimo-technologických“ procesů: „[Studie] ukazuje, že raná historie elektrických médií není ani tak evolucí technologických možností v oblasti komunikace, jako spíše řadou arén, v nichž byly vyjednávány záležitosti klíčové pro usměrnění sociálního života. Mezi jinými pak, kdo je uvnitř a kdo vně, kdo smí a kdo nesmí promlouvat, kdo je kompetentní a může požívat důvěry“ (Marvin 1988: 5).

zdůrazňují její utopickou/dystopickou podvojnost) vysvětlují jako reakci svého druhu nevyhnutelnou. Odkazují přitom na postřehy amerického pozitivistického sociologa Williama Ogburna, který již ve dvacátých letech 20. století přichází s teorií *kulturního opoždění* (*cultural lag*). Ogburn – později pro své přesvědčení, že technologie je prvotním hybatelem společenské změny, kritizovaný coby technologický determinista – se prostřednictvím teorie kulturního opoždění pokoušel vysvětlit skutečnost, že mezi vznikem technologie, jejím rozšířením ve společnosti a následnou institucionální změnou existuje zřetelná prodleva (Ogburn 1964). „V době, kdy opoždění existuje, obklopují technologii nerealistické interpretace,“ interpretují Ogburna Fisherová a Wright. Upozorňují přitom sice na zřetelně problematickou nekomplikovanost Ogburnova modelu,⁶² ale podtrhují zároveň výkladový potenciál jeho postřehů.

Institucionální změna podle Ogburna probíhá ve čtyřech stupních – v *technologickém* (*technological*), *průmyslovém* (*industrial*), *vládním* (*governmental*) a *sociálněfilozofickém* (*social philosophical*). Toto odstupňování přitom odráží postřeh, že různé společenské sektory reagují na zavedení nové technologie různě rychle. Jako první tak podle Ogburna činí průmyslový sektor, který v odezvě následují vládní (respektive státní) struktury, jež novou technologii podřizují legislativní a organizační regulaci. Bez existence regulace ze strany státu nelze ve čtvrtém stupni překonat opoždění sociální filozofie: společenské vědy na technologickou inovaci v její časně fázi reagovat adekvátně jednoduše nemohou, protože v době šíření a postupné institucionalizace inovací nedisponují empirickými vodítky, která by dovolila věcný nadhled. Sociální vědci se tak pouštějí do extrapolací, které se odvíjejí především od jejich osobních hodnotových preferencí. Reakce badatelů je proto mnohdy přemrštěná a nerealistická, a to až do doby, než je inovace nejen kulturně akceptována, ale i společensky fixována a regulována právě pomocí legislativních rámců.

Zdá se, že historie studií nových médií Ogburnovu tezi podporuje – realistická reflexe nových médií se, jak jsme viděli v předchozí kapitole, stává normou na konci devadesátých let, když se nová média stávají banálními. To znamená v době, kdy jsou relativně samozřejmou součástí každodennosti a současně již pevně zasazena v perimetru státní regulace. Ogburnův model je nicméně lépe nahlížet spíše jako další doklad toho, že vlny okouzlení novostí se zkrátka opakují, než jako uspokojivé

62 Ogburn nepředpokládá, že by vládní struktury nebo průmysl zasahovaly do fáze technologického vývoje, a současně pracuje s představou jediné monolitické kultury. Oba tyto „nepředpoklady“ jsou samozřejmě dobově podmíněné a dnes je lze chápat (v lepším případě) jako problematické – ideu „jedné kultury“ sociologie opustila na počátku druhé poloviny 20. století a představa vzniku technologické inovace jako „autonomního“ procesu hnaného individuální vynalézavostí a takřkajícím neviditelnou rukou rozumného pokroku vzala (především díky vědním a technologickým studiím) za své jen o málo později.

vysvětlení okouzlení samotného. Ogburn totiž v zásadě neříká nic jiného než to, že konvenční sociální vědy se jen těžko mohou adekvátně vyslovovat k fenoménu, který je sociálně neustálený, a proto je ve své sociokulturní nestabilitě takřkajíc „datově chudý“ a nečitelný.

Kladem Ogburnova modelu je jistě to, že na reflexi technologické inovace nahlíží jako na součást širšího společenského procesu, ale jeho nespornou slabinou je linearita, s níž vykresluje vztah mezi jednotlivými instancemi, ve kterých se sociokulturní adopce technologie odehrává. Ogburnův model není s to zohlednit vzájemný formativní vztah mezi sociálními vědami, průmyslovým sektorem a státem. Přitom je ale nepochybné, že například ona hodnotově vypjatá raná reflexe nových médií nezůstala při formulování legislativy, která nové technologie regulovala a reguluje, bez odezvy.

Vypjaté optimistické i pesimistické argumenty současně nejsou ničím jiným než amplifikací i „expertním potvrzením“ obecněji platných hodnotových rámců, neuralgických bodů, problematických hodnotových rozhraní definujících cestu nových médií (či jiných sociotechnických inovací) do společenské banality. Ogburnův výkladový model není s to zachytit ani hodnotové zázemí, v němž nová (mediální) technologie vzniká, ani skutečnost, že expertní i vernakulární diskurzy, jež obklopují nastupující novou (mediální) technologii, se aktivně a významně podílejí na utváření toho, co by snad bylo možno nazvat *sociální identitou* této technologie – tedy balíku vědění, které je s touto technologií spjato. Vědění, které formuje sdílená očekávání stran toho, čím nová technologie je, co by mělo být jejím přínosem, v čem spočívá její novost a jak naplňuje potřeby, jež společnost dle jejích aktérů má.

Rétorika novosti jako imaginaire

V tomto smyslu snad plnější, živější pohled na problematiku novosti volí již zmiňovaný historik Patrice Flichy (2007), jenž vychází ze sociálněkonstruktivistické tradice vědních a technologických studií a explicitně se vymezuje právě proti takovému typu lineárního výkladu, který v inspiraci Ogburnem formulovali Fisherová a Wright. Podle Flichyho je třeba na utopické či dystopické artikulace novosti hledět nikoli jako na nevyhnutelnou, leč dočasnou nepatřičnost, ale jako na nedílnou součást samotného, bytostně kulturního procesu vzniku a šíření technologické inovace. Flichy – jenž předkládá jednu z nejuplnějších historických rekonstrukcí toho, co Mosco označuje jako digitální okouzlení – analyzuje utopické diskurzy rámuující v devadesátých letech šíření internetu jako *imaginaire*. Tedy jako kolektivně utvářenou reprezentaci – sdílenou vizi formulující účel a povahu nového média a současně mobilizující klíčové aktéry podílející se na adopci a šíření inovace.

Tato vize je společná celým profesím nebo sektorům spíše než týmu nebo pracovnímu kolektivu. Zahrnuje nejen designéry, ale i uživatele, což je jeden z klíčových bodů spojujících tyto dva typy aktérů podílejících se na technickém jednání.

(Flichy 2007: 4)

Imaginaire hraje ve vztahu k sociotechnickému systému, v tomto případě tedy k internetu a novým médiím obecněji, konstitutivní úlohu – je neopominutelnou součástí jeho vývoje, protože umožňuje nahlédnout, proč jsou tomu kterému sociotechnickému systému v době jeho šíření přiznávány ty které vlastnosti, a proč je tedy preferovaně spojován s určitým jednáním, s jistými dopady a s konkrétními hodnotami. Mobilizační funkci, která obstarává utlumení nedůvěry vůči inovaci a na cestě nového média směrem do sociální každodennosti současně sehrává úlohu jakéhosi „symbolického lubrikantu“, přitom zabezpečují v *imaginaire* zahrnuté symbolické praxe barthesovského mýtu (Barthes 2004), utopie a ideologie.⁶³ Právě ony jsou coby „extrémní“ formy promluv, vymykající se pravidlům jazyka vědy, předmětem kritiky a právě ony se primárně zaobírají novostí (a tedy *jinakostí*). Mýtus je identifikovatelný v rovině naturalizace diskurzu, a to třeba v souvislosti s rétorikou nevyhnutelných dopadů, kdy je internet vykreslován jako *přírozeně* demokratická technologie, nebo naopak jako technologie vedoucí s *ohledem na svou povahu* k asociálnímu, disinhibovanému jednání (kterýžto předpoklad rezonoval v rané diskuzi o virtuálních komunitách a online sociálních interakcích, srov. Macek 2009). Utopie i ideologie pak mytických postupů dále využívají – utopie je podle Flichyho tou složkou diskurzu, jež je subverzivní vůči statu quo a jež umožňuje zmapovat možnosti *nového*.⁶⁴ Ideologie pak naopak sehrává úlohu konzervativního elementu, který *nové* se statem quo usmíruje – hraje roli legitimizační a současně, ve vztahu ke skupinové identitě, roli integrační.⁶⁵

63 V případě utopie a ideologie vychází Flichy z Ricoeura a jeho tříúrovňových konceptů ideologie a utopie coby dvou protikladných, ve vzájemném napětí koexistujících symbolických strategií (Flichy 2007: 8–9; Ricoeur 1986).

64 Příkladem může být utopická dimenze Lévyho konceptu kyberkultury – Lévy kyberkulturu v druhé polovině devadesátých let předjímá a modeluje jako nový, právě se rodící kulturní řád, který by měl být s to naplnit osvícenské ideály a který by měl díky „mnohohlasné“ povaze síťových technologií diktát významových totalit, jimiž byly charakteristické všechna předchozí kulturní uspořádání. Lévy při tom klade důraz na *novou* a ve své podstatě revoluční formu produkce, organizace a distribuce vědění – na takzvanou kolektivní inteligenci, založenou na decentralizované, počítačovými sítěmi umožněné synergii jednotlivých nositelů znalostí (srov. Lévy 2000).

65 Což lze ilustrovat na komunitarianistických argumentech ve prospěch šíření internetu – internet byl v jejich intencích vykreslován jako nástroj prospívající lokálním společenstvím (což novou

Namísto prostého kritického odmítnutí neadekvátnosti těchto promluv přitom Flichy volí cestu k jejich pochopení a analýze, k historickému zmapování jejich konstrukce. Otevření černé skříňky, kterou *imaginaire* svým způsobem představuje, dovoluje nahlédnout nová média jako média sociálně konstruovaná – a to v dlouhodobém, mnohoznačném a v řadě momentů vnitřně protichůdném procesu.

Rétorika novosti jako depolitizující mytologie

Obdobný pohled na fascinaci novostí jako Flichy volí i Vincent Mosco (2004) a James W. Carey (2005) – a jsou to pohledy, které v jistém směru zároveň souzní s kritikou rétoriky novosti, kterou formulují britští autoři z oblasti kritické politické ekonomie médií (Webster – Robins 1986; Robins – Webster 1989; Murdock 2004).

Zatímco Flichy se zabývá především vernakulárními diskurzy, jež vznikaly do poloviny devadesátých let 20. století, pak Flichy, Mosco i Carey rozšiřují svůj kritický záběr i směrem k akademickému poli a ukazují, že vůči digitálnímu okouzlení nebyla a není imunní ani oblast sociálních věd.

Carey se s Flichym shoduje v tom, že neadekvátnost technologii zbožšťující rétoriky je důsledkem „neurotického hledání jistoty“ (Carey 2005: 447), nicméně Careyho hledání (ať už pozitivní, nebo negativní) jistoty má poněkud obecnější dimenzi. Zatímco pro Flichyho je zdrojem nejistoty sama novost technologické inovace, u Careyho má nejistota takřikajíc beckovské či giddensovské kořeny: jde o nejistotu plynoucí z abstraktnosti a neovlivnitelnosti rizik pozdně moderní společnosti, nejistotu, na kterou utopie a dystopie vyprávěné v souvislosti s technologickou změnou přinášejí jasnou, a tedy uklidňující odpověď. Nejistotu, na níž se – jen zdánlivě paradoxně – podílejí i samy nové informační a komunikační technologie.

Mosco (2004) se zase spíše než příčinami fascinace novostí zabývá jejími důsledky. v centru jeho zájmu je anatomie vztahu moci a utopických/dystopických zpráv o světě nových médií. Mosco právě tak jako Flichy nahlíží na vyprávění o nových médiích (respektive o kyberprostoru) jako na barthesovské mýty (sloužící v jeho podání primárně utopii) a akcentuje depolitizující povahu digitálního okouzlení. Příběh nových médií je podle něj ve své utopické i dystopické variantě stížen historickou slepotou, protože je charakterizován radikálním rozvodem s historií. Mosco odkazuje k Barthesově (2004) tezi ohledně tendence mýtu

[...] odmítnout a transcendovat historii. Mýtus [kyberprostoru] nás zde podněcuje k tomu, abychom ignorovali historii, protože kyberprostor je

technologii legitimizovalo jako cosi, co je obecně přínosné) a budování online komunikačních platform zintenzivňujících komunitní interakce bylo formulováno jako sdílený cíl (srov. Dahlberg 2001a).

něčím zcela novým, dokonce je důsledkem historického zlomu, informačního věku. [...] Stejně jako jsou oddělené Starý a Nový zákon, tak jsou i informační věk a to, co mu předcházelo, dvěma fundamentálně odlišnými světy, nová éra je definována samotnou informací. [...] Odmítnutí historie je pro pochopení mýtu jako depolitizované promluvy klíčové, protože důsledkem odmítnutí historie je, že z diskuze je vypuštěno aktivní lidské jednání, vliv sociální struktury i skutečný politický svět. (Mosco 2004: 34–35)

Kyberprostor coby reprezentace *novosti* je rovněž hybným tématem dalších dvou velkých aktuálních mýtů, které formují svět spoluvytvářený novými médii a jejichž společným znakem je akcentace *konce*: vedle mýtu *konce historie* jsou to mýtus *konce politiky* a mýtus *konce geografie*. Jednotícím znakem mytického komplexu, v jehož podání jsme díky kyberprostoru vyvázáni ze závislosti na historických souvislostech, omezených možnostech reálné politiky a limitech geografických vzdáleností, je přitom právě důsledná depolitizace světa, do něhož kyberprostor vstupuje. Kyberprostorová mytologie zkrátka zakrývá fakt, že politika, geografie ani historie nepřestávají existovat, a odvrací od nich pozornost.

Na novost jako zdroj depolitizace (vyvěrající především z dekontextualizujícího důrazu na zlomovost toho, co se děje) a současně jako na významný faktor limitující výpovědní hodnotu teoretických výroků o povaze nových médií a jejich vztahu k probíhajícím změnám ukazují rovněž Frank Webster, Kevin Robins a Graham Murdock. Robins s Websterem ve své společné knize *Times of the Technoculture* (Robins – Webster 1999), která je fakticky argumentační aktualizací jejich dvou předchozích publikací z osmdesátých let (Webster – Robins 1986; Robins – Webster 1989), opakovaně ukazují, že *novost* slouží primárně jako mocná symbolická konstrukce, podpírající a obhajující moderní pojetí pokroku jakožto nevyhnutelného, přirozeného a instrumentální racionalitou jištěného společenského pohybu vpřed, k lepším zítřkům. Robins s Websterem zároveň zpochybňují rétoriku informační revoluce coby emancipačního procesu neseného technologickou inovací. Revoluce se podle nich v žádném slova smyslu nekoná – v zásadě jsme svědky možná dramatické, ale systémově jen minimálně transformativní snahy západní formy kapitalismu o zefektivnění a intenzifikaci kapitalistických forem výroby a směny. Robins (1999, 2003) dále v tomto duchu kriticky rozebírá Lévyho utopickou koncepci kyberkultury jako nového globálního kulturního řádu (Lévy 2000) a označuje ji za kombinaci zdánlivě radikální rétoriky s velmi konzervativním rozhledem. a Webster (2006) a Murdock (2007) na podobném základě odmítají ty z teorií informační či postmoderní společnosti, které zdůrazňují diskontinuitu „nové“ společnosti a přehlížejí ty

rysy, jež naznačují, že současná situace je daleko spíše extrapolací dlouhodobých modernizačních trendů než radikální změnou.

Anatomie kritiky novosti

Co mají jednotlivé argumentace kritiků té či oné formy rétoriky *novosti* společné? Zobecním-li argumenty zmiňovaných autorů, pak se jako adekvátní cesty k překonání nástrah rétoriky novosti ukazují dva vzájemně se doplňující postupy, které lze v současnosti považovat za součást konvenčního přístupu k novým médiím.

První strategie vychází z důrazu na *staré* – respektive na historickou kontextualizaci. Ochota k cestě do širších historických kontextů je možným a zjevně účinným lékem vůči okouzlenému, historicky slepému futurismu; ať už má pohled do minulosti médií přinést poznání, že exaltovaná a vlastně jen minimálně variovaná rétorika provází každou zásadnější technologickou inovaci, nebo že zdánlivě disruptivní změny jsou součástí dlouhodobých a kontinuálních procesů. Zde se oklikou vracím k rozpravě o hledání celostního přístupu, jíž jsem se věnoval v kapitole o vývoji studií nových médií. Historická kontextualizace totiž, jak dokládají Mosco, Webster, Robins, Carey, Murdock i Flichy, vždy obrací poněkud parochiální soustředění na technologie samotné (či na jejich partikulární užití) směrem k plnějšímu pohledu, který musí zahrnout politickou, ekonomickou i mocenskou dimenzi.

Například Carey (2005) jako odpověď na digitální okouzlení nabízí cestu *historického pragmatismu*, který je založen na dvou postřezích: jednak že každá sociální změna má „svou cenu“ (čili že každá technologická inovace je vzhledem k sociálním kontextům, v nichž se odehrává, ve svých účincích dvojnásobná), jednak že každá smazaná hranice s sebou obvykle nese vytčení hranice jiné (problém podle Careyho ovšem je, že v atmosféře pozitivní neofilní rétoriky máme tendenci vidět spíše hranice bourané nežli vztyčované). Právě v tomto momentu se Carey setkává s kritickými politickými ekonomy Websterem, Robinsem a Murdockem. Aplikace historicky-pragmatického přístupu může mít poměrně zajímavé implikace. Webster a Robins (1999), kteří Careyho ideu historického pragmatismu v zásadě naplňují a shodně s ním poukazují na mnohoznačnost důsledků šíření nových médií, se explicitně ocitají mimo dialektiku technologického optimismu a pesimismu (respektive odmítají být označováni za technopesimisty). Ona dialektika je totiž, z pohledu jimi prosazovaného kritického přístupu, uzamčena v logice „přijímání“ nebo „odmítání“ přirozeného a jediného správného „pokroku“, přičemž terčem Websterovy a Robinsovy kritiky je předně právě sama (bytostně moderní) idea „pokroku“. Ta není, jak tito autoři upozorňují, samonosná, ale je historicky osvědčeným produktem právě těch moderních společenských kontextů, které dávají vzniknout i optimistickým a pesimistickým rétorikám technologické novosti, a tak musí být analyzována

spolu s nimi. Analytická nedůvěra v moderní ideu pokroku tak může být jen stěží vykládána jako výraz technologického pesimismu.

Druhý postup, který by bylo možné označit jako kombinaci empirického realismu s teoretickým konzervatismem, se výrazně projevuje právě i v textech Webstera, Robinse a Murdocka, již ukazují, že smysluplnou reakcí na apelativní vítání či odmítání *nového* je v první řadě teoretická skepse. Ta má podobu apriorní konzervativní nedůvěry v revoluční rétoriku a je doprovázená snahou o zasazení *nového* do prověřeného teoretického milieu a konfrontací „revolučních“ argumentů s empirickými daty. Účinnost této strategie dokládají Robins s Websterem ve své kritice nepodloženého politického technooptimismu charakterizujícího britské politické diskurzy osmdesátých let (Webster – Robins 1986; Robins – Webster 1989), Webster sám pak ve své analýze teorií informačních společností (Webster 2006) a Murdock ve své výzvě ke kriticky uměřenému přehodnocení teoretické dramatickosti spojené s nadužíváním prefixu *post-* (Murdock 2007). Zmínění autoři přitom ukazují, jak zranitelná je rétorika *novosti* (a konkrétně teze o zásadní systémové změně společnosti) tváří v tvář jak zavedeným teoretickým výkladovým rámcům (jako například teorii modernizace), tak ekonomickým a sociologickým datům.

Na tomto místě považuji za nutné v krátkosti poznamenat, že konsekventní k těmto kritickým strategiím je pak ten přístup k novosti nových médií, který byl zmíněn již v úvodu této statě a který má podobu svého druhu pragmatického úkroku mimo debatu o problematické povaze *nového*. Tento úkrok – který ovšem není ničím jiným než pokusem o racionalizaci volby termínu *nová média* – je vlastně pragmatickou reakcí na „zrušení“ *nového*, k němuž předchází dvě strategie směřují. Jestliže historická kontextualizace poněkud relativizuje historickou výlučnost nových médií a pokud teoretický konzervatismus a empirický realismus narušují představu, že nová média a nové transformace moderní společnosti nevyhnutelně volají po radikálně nové teorii, pak studia nových médií stojí před otázkou, proč tedy vydržovat zjevně problematické slovo *nová* v označení celého metapole. Odpovědí je posun v chápání *novosti*, a to ve směru toho pojetí, které navrhuji Leah Lievrouwová a Sonia Livingstoneové v úvodní kapitole *Handbook of New Media*, v kapitole, kterou lze chápat jako manifest „pravidel slabé syntézy“ studií nových médií (Lievrouw – Livingstone 2002). Nová média jsou z tohoto pohledu jako nová označována proto, že jsou mimořádně živým, proměnlivým terénem, v němž dosud nejsme svědky „konečné“ stabilizace, fixace ani mediálních forem, ani způsobů užití, ani širší mediální krajiny – nová média jsou nová proto, že jsou jedním z klíčových zdrojů probíhající transformace mediálního světa, a pro společenské vědy tak zůstávají zdrojem stále nových impulzů.

Sama existence i povaha všech zmíněných kritických a realistických reakcí je nakonec, jak naznačuje Mosco (2004), stejně tak málo překvapivá, jako jimi kritizovaná

rétorika – podle Mosca je kritika pochopitelnou reakcí akademického pole na digitální okouzlení. Vzhledem k fungování akademického pole jde totiž de facto o nevyhnutelnou korekci mytizujících, utopických a ideologizujících tendencí, jež jsou digitálnímu okouzlení vlastní. Tyto symbolické strategie jsou zkrátka, jak ukazuje například Clifford Geertz (2000) ve své klasické konceptualizaci ideologie, v rozporu s principy, jimž se podřizuje jazyk vědy. Důsledkem kritiky jazyka *novosti* nicméně nemusí být, a největšinou není, důsledná symbolická „neutralizace“ reflexe nových médií, ale daleko spíše repolitizace rozpravy. Mosco přesvědčivě ukazuje, že tato kritika může vést k jen zdánlivě paradoxnímu návratu k politizujícímu pohledu na média – obrací totiž rozpravu o nových médiích od pohledu do budoucnosti směrem k současnosti a k historii, a vrací ji tak do souvislostí, v nichž neopominutelnou roli sehrávají témata ekonomických a mocenských vztahů, nerovností, zájmů.

Závěr kapitoly

Kritické hlasy zaznívající v rámci studií nových médií ilustrují především sílící senzitivitu odborné komunity vůči komplexní, mnohvrstevnaté povaze toho, co je jako nová média označováno – a zároveň podtrhují, že rozprava o nových médiích je pevně napojená na širší teoretické prostředí společenských věd. Sklony k adoraci novosti, jež se promítaly i do tendence raných studií nových médií nahlížet na nová média jako na radikálně nové téma, které nutně potřebuje radikálně nové teoretické řešení, byly z velké části zbanalizovány sílící teoretickou střízlivostí a konzervativností studií nových médií ve stejné době, kdy se i sama nová média stávala banálními i na ulicích, v domácnostech a v kancelářích. Studia nových médií zkrátka ztratila auru „výlučnosti“ právě tak, jako ji ztratila nová média – důsledkem čehož nemohlo být nic jiného, než snaha hledat takový pohled na nová média, jenž bude v teoretickém smyslu slova uměřený, bude odpovídat stavu širší společenskovědné debaty a nebude střed svého zájmu zaměřovat za střed celého společenského pohybu.

Současně tato kritika, jak ukazuje například Dahlbergův text směřující k formulaci neredukcionistického výzkumně-teoretické rámce analýz internetu, velmi ostře vymezuje pole, v němž by se měla držet přijatelná konceptualizace nových médií – tedy ta konceptualizace, k jejíž formulaci směřuje následující kapitole. V tomto smyslu tedy slova věnovaná kritice sehrávají roli předběžné obhajoby východisek, jež dále formulují.

IV. KAPITOLA

**POZNÁMKY K DEFINICI:
TŘÍDIMENZIONÁLNÍ KONCEPT NOVÝCH MÉDIÍ**

IV. POZNÁMKY K DEFINICI: TŘÍDIMENZIONÁLNÍ KONCEPT NOVÝCH MÉDIÍ

Je tím, co hledáme, skutečně revoluční, zcela nový konceptuální rámec? Kuhnovský zlom vycházející z naprosto čerstvého teoretického jazyka, zlom vnášející do temnoty nepochopení světlo nového paradigmatu? Neřekl bych. Odpověď v podobě plodného, teoreticky výživného konceptu je již víceméně formulovaná. Nastíněna a přinejmenším částečně vyřčena byla – jak nakonec ukázaly předchozí kapitoly – již v řadě statí, knih a přednášek. a možná každý akademik zabývající se novými médii s touto konceptualizací, jak věřím, v zásadě pracuje. Jako v textuálním světě borgesoskové knihovny: tato rozsáhlá kapitola předkládající třídimenzionální model nových médií byla již napsána jinými autory v jiných textech a byla čtena a opakovaně promyšlena mnohými z těch, kteří se novými médii zabývají.

Nedostatečné definice

Netvrdím, že definice nových médií neexistují. Definice máme – a některé z nich se staly pevnou součástí stávajícího kánonu studií nových médií. Tyto definice nám nicméně (a zjevně) neslouží zcela dobře – nenabízejí totiž pevnější konceptuální, teoretickou kostru, která je při cestě ke komplexnímu, neredukcionistickému přístupu k novým médiím zapotřebí.

S mírným zjednodušením lze rozlišit dva typy stávajících definic nových médií: definice *partikulární* a definice *široké*.

Mezi partikulární definice lze zařadit ty, jež zdůrazňují konkrétní dimenzi nových médií:

- technicky orientované definice, soustředící se na specifičnost nových médií jakožto digitálních technologií (Feldman 1999; Manovich 2001; Negroponte 2001);
- textuálně orientované definice vycházející primárně z literární teorie a definující nová média skrze jejich specifickou (hyper)textualitu (Landow 1998, 2006; Koskimaa 2000; Bolter 2001);
- mezi těmito dvěma typy definic stojí pohled na nová média jako na média interaktivní – což je pojetí pracující současně s technologickou i textuální logikou nových médií (Aarseth 1997; Green 2002; McMillan 2002).

Tyto definice, zjednodušeně řečeno, načrtávají obraz nových médií založený na zdůraznění odlišností mezi médii starými a novými – jako ta stará jsou chápána centralizovaná, simplexní masová média kontrolovaná elitními vysíláři, přenášející

analogový signál a omezující možnosti subverze na straně příjemců (tedy alternativní nakládání s přenášenými obsahy). Média nová jsou naproti tomu vykreslována jako ta, jež jsou duplexní, decentralizovaná, založená na obsazích digitálně kódovaných a síťově šířených. Tedy jako média, jež – s ohledem na svou interaktivní povahu – rozmazávají hranici mezi vysílateli a příjemci (či autory a čtenáři).

Tyto definice jsou zcela jistě užitečné v tom, že nám pomáhají nahlédnout, v jakých ohledech se nová média liší od médií konvenčních na technologické nebo textuální úrovni. Nenabízejí nicméně hlubší propojení se sociální teorií a současně jsou zřetelně náchylné k redukcionistické logice – často pracují s neadekvátními generalizacemi⁶⁶ a mají tendenci pohlížet na nová média jako na dekontextualizované, ahistorické entity.

Výhrady vůči tomuto typu zjednodušování stojí v jádru kritiky redukcionismu a determinismu, které se věnovala předchozí kapitola. Podle této kritiky by nová média měla být pojímána jako něco více než kupříkladu soubor jistých technologických charakteristik. James Carey v této souvislosti podotýká:

„Přemýšlet o technologii“ jako o čemsi abstraktně fungujícím, bez ohledu na politický a ekonomický moment, v němž se tato technologie zrodila, znamená nepochopit jak možnosti, tak omezení, které jakákoli technologie má.

(Carey 2005: 442)

Řešení nabízí *široké definice*, tedy ony definice, jež byly formulovány (povětšinou) v souvislosti s kritikou, jež doprovázela hledání slabé syntézy. Tyto definice zahrnují kritické výhrady proti redukcionismu a pracují s komplexním pohledem na komunikační technologie. Rozvíjejí – explicitně nebo implicitně – dědictví kulturních studií a politické ekonomie médií (s jejich důrazem na fenomén moci, jež je udržována a reprodukována prostřednictvím procesu označování a ekonomických vztahů) a sociální konstruktivismus v pojetí sociologické teorie (rozpracovávající dialektický vztah mezi jednáním a strukturami) i vědních a technologických studií (s jejich důrazem na sociální vyjednávání technologických designů).

Toto pojetí nových médií zvýšilo citlivost analytiků vůči vzájemné provázanosti technologických a sociálních prvků, což je perspektiva, kterou postrádají alternativní pohledy, jež vedou výzkumníky k tomu, aby se

66 Řada online zpravodajských portálů, ačkoli se jaksí „nepochybně“ jedná o nová média v tom smyslu, že jde o média digitální, je například zcela zjevně založena na masovém – čili jednosměrném, centralizovaném – modelu.

soustředili například buď technické schopnosti nových artefaktů, nebo na jejich symbolickou konstrukci.

(Boczkowski 2004: 145)

Široké definice aspirují, jinak řečeno, na holistické pojetí nových médií – přistupují k nim nikoli jako k „technologickému artefaktu“, „obsahu“ nebo „užitím a praxím“, ale jako ke komplexu vzájemných vztahů mezi technologickým artefaktem, sociálním jednáním a obklopujícími sociokulturními, politickými a ekonomickými kontexty.

Jako příklad široké definice může posloužit například ta, kterou formulují Lievrouwová a Livingstoneová (2002b: 7) a která byla zmíněna již v předchozí kapitole. Autorky nová média popisují jako technologie („artefakty či zařízení umožňující komunikaci a rozšiřující naši schopnost komunikovat“), jež jsou používány konkrétním způsobem („komunikační aktivity a praxe, jichž se účastníme a které rozvíjíme prostřednictvím těchto zařízení“) v rámci určitých kontextů („sociální uspořádání nebo organizace, které se formují okolo zařízení a praxí“).

Dohromady se na tyto tři aspekty nových médií můžeme dívat jako na „ensemble“, jak to nazývá Michel Callon, anebo – ve smyslu definice, kterou v této knize [Handbook of New Media] předkládají Susan Leighová a Geof Bowker – jako na infrastrukturu. Tyto tři aspekty jsou neoddělitelné a vzájemně se ovlivňují.

(Lievrouw – Livingstone 2002b: 7)

Tento slibný úhel pohledu na nová média (kde komunikační technologie je nahlížena jako konfigurace vzájemně provázaných prvků zahrnujících artefakt, jednání a kontexty), přinejmenším od osmdesátých let navrhovaný celou řadou autorů (např. Rice 1984; Dahlberg 2004; Chandler 1996; Gitelman 2006; Lüders 2008; Lister a kol. 2009), otevírá cestu k obecnějšímu konceptuálnímu rámci. S ohledem na svou vágnost ovšem ani široké definice nejsou dostačující – i definice, se kterou přišly Lievrouwová a Livingstoneová, nakonec přináší spíše více otázek než odpovědí. Tím, co hledám, je konceptuální rámec, který bude s to vysvětlit jak všechny tři dimenze nových médií, tak vztahy mezi nimi, což stávající definice přinejlepším naznačují.

Co hledáme?

Shrnu-li požadavky, jež lze ve vztahu k využitelnému konceptuálnímu rámci formulovat, pak na nejobecnější rovině by takový rámec měl sledovat potřeby, které Lievrouwová a Livingstoneová poměrně výstižně artikulují těmito slovy:

Pole [studii nových médií] potřebuje definici dostatečně abstraktní na to, aby dokázala zahrnout celý vějíř systémů, obsahů, témat a hodnot, které výzkumníci považují za zásadní, a současně nesmí jít o definici natolik širokou, aby nová média nemohla být odlišena od ostatních ustavených oblastí v rámci komunikačního výzkumu a dalších disciplín.

(Lievrouw – Livingstone 2002b: 5)

Konceptuální rámec by tedy měl být v první řadě kompatibilní s hlavními aktuálními proudy v rámci studií nových médií, které, jak jsme viděli výše, Dahlberg (2004) rozděluje do tří skupin (determinace technologická, užitím a sociální) podle toho, kterou z dimenzí nových médií preferovaně řeší. Tyto linie jsou podle Dahlberga spíše komplementární, než aby se jejich pohledy nutně vylučovaly, přičemž právě otevřený konceptuální rámec by měl jejich komplementaritu podtrhnout. Současně by měla definice sloužit jako platforma umožňující organicky systematizovat a smysluplně propojovat pole konkrétních konceptů a termínů spojených s novými médii (koncepty a termíny jako hypertext, virtuální komunita, prozument, interaktivita atd.).

Další podmínky, jimž by se definice měla podřídít, plynou z kritické debaty, kterou shrnula předchozí kapitola:

1. Koncept nových médií by se měl vyhnout logice unilineární, jednoduché příčinnosti, založené na technologickém, sociálním, ekonomickém nebo psychologickém redukcionismu nebo na voluntarismu. Koncept by měl naopak zohlednit vícedimenzionální a mnohovztahovou povahu komplexu nových médií.
2. Koncept by tedy – jak už bylo opakovaně řečeno – měl být založen na širokých definicích nových médií. Partikulární definice jsou důležité, protože zachycují specifika nových médií jakožto technologických artefaktů nebo textuálních forem. Nová média jsou ale evidentně čímsi víc než souborem technických/ hardwarových vlastností, textuálních charakteristik nebo forem interaktivního užití. Partikulární definice by proto měly být využity jako stavební kameny definice široké, ale musí být podřízeny multikauzálnímu, vícedimenzionálnímu úhlu pohledu.

3. Koncept musí osvětlovat vztahy mezi jednotlivými dimenzemi komplexu nových médií. Uznání toho, že nová média jsou vícedimenzionálními fenomény, je jen prvním krokem – analyticky využitelný konceptuální rámec musí být v ideálním případě schopen posloužit při vysvětlování dynamiky v rámci každé dimenze i mezi nimi navzájem.
4. Studia nových médií ve své otevřenosti a mnohohlasnosti postrádají explicitní vazbu na konkrétní teoretické paradigma. Využitelný koncept nicméně musí být zřetelně zasazen do sociální teorie – musí se opírat o transparentní volbu teoretických východisek tvořících výkladové jádro. Tato volba přitom musí odrážet nejen sociálněkonstruktivistickou povahu konceptu, ale i další nároky, které vyplývají z kritiky studií nových médií: teoretické jádro by mělo zcela jistě zahrnovat kritický – tedy vzhledem k tématu mocí citlivý – úhel pohledu na sociální realitu a současně by mělo dovolit procesuální a historizující přístup k novým médiím.

Teoretické jádro: teorie strukturační a základní schéma konceptu nových médií

Prvním krokem na cestě k definici nových médií musí být jasná volba teoretického jádra. Přičemž optimálním teoretickým východiskem pro sociálněkonstruktivistický, celostní model nových médií by měla být taková teorie, jež je sama na těchto východiscích vystavěna a která inkorporuje jak mikrosociální, tak makrosociální pohled na sociální realitu – a takovou bezpochyby je Giddensova teorie strukturační (Giddens 1976, 1984), která rozvíjí sociálněkonstruktivistický model výkladu společenského světa navržený Bergerem a Luckmannem (1999).

Giddensova teorie strukturační

Giddens ve své teorii strukturační, kterou představil a rozpracoval v sedmdesátých a osmdesátých letech v návaznosti na jazykový obrat v sociálních vědách, plodně usmířuje epistemologicky velmi odlišné teoretické tradice, jakými jsou na jedné straně funkcionalismus a strukturalismus (přes veškeré rozdíly sdílejí tyto dvě tradice primární důraz na analýzu sociálního celku, vzhledem k němuž nahlížejí jednání sociálních aktérů jako odvozené) a na straně druhé interpretativistické sociologické směry (akcentující rovinu jednání a sociálních interakcí). Výsledkem Giddensovy snahy o tuto „velkou syntézu“ je teorie, jež překonává slabiny zmíněných přístupů (tedy neschopnost úspěšně se vyrovnat buď s performativní povahou

sociálního jednání, nebo se strukturou) a – přinejmenším s ohledem na potřeby této studie – více než uspokojivě zachycuje komplementární vztah jednání a struktury (vztah vypůjčený z jazykovědy a v souvislosti se sociálním jednáním pojmenovaný již Bergerem a Luckmannem a zachycený v jejich konceptu sociálních institucí, srv. Berger – Luckmann 1999). Zároveň nabízí dynamický, tedy procesuální pohled na společnost. Společnost je strukturní optikou viděna jako „produkt“ setrvalého procesu sociálního jednání vycházejícího ze struktur a struktury reprodukcí, jednání nedílně spojeného s věděním fixovaným jazykem (který je současně médiem sociální vzájemnosti).

Zřetelným pozitivem Giddensovy teorie přitom rovněž je, že umožňuje celostní pohled, protože propojuje zdánlivě disparátní roviny jednání, sociálních struktur a systémové úrovně společnosti. Současně je velmi dobře aplikovatelná právě na problematiku nových médií. Dovoluje totiž přistupovat k novým médiím, ke komunikačním technologiím, jako ke specifické formě sociálně-materiální struktury. Tedy jako ke struktuře sestávající jednak z textuálně-materiálního artefaktu, jednak ze souboru věděním a konvencí, jako ke komplexu, jenž umožňuje a vymezuje možné sociální jednání spojené s artefaktem a s jím neseným textem, a současně je sám produktem tohoto jednání (zde Giddens hovoří, ve stejném smyslu jako Berger s Luckmannem [1999], o *sociální instituci*).

Ústředními pojmy, na nichž teorie struktury zakládá výklad fungování společnosti, jsou *aktér, jednání, struktura, strukturace, dualita struktur, systém, moc, věděním a reflexivita*. Základní vztahy mezi těmito pojmy naznačily předchozí odstavce, ale přesto je patřičné zde Giddensův teoretický rámec vyložit podrobněji – a to do té míry důkladně, aby skutečně mohl dále posloužit při explikaci modelu nových médií.⁶⁷

Pro teorii struktury je příznačné, že opouští zdánlivě nevyhnutelnou dilematickou volbu, a totiž zda ve středu zájmu sociální teorie má stát aktér jakožto intencionální hybatel či nositel společenského, anebo sociální struktura a sociální systém jakožto univerzum durkheimovsky objektivních sociálních faktů. Giddens se této volbě vyhýbá tím, že na popis vztahu sociálního aktéra, veškerého jednání a struktur aplikuje jazykovou metaforu – a nahlíží na něj obdobně jako jazykověda na vztah mluvčího, jazykového systému (paradigmatu, langue) a promluvy (syntagmatu, parole).

67 Výklad Giddensovy teorie struktury, který zde předkládám, je pochopitelně zjednodušený a pragmaticky se vyhýbá proměnám, kterými Giddensova teorie během sedmdesátých a osmdesátých let prošla. Výklad se opírá o Giddensovy knihy *New Rules of Sociological Method* (1976) a *The Constitution of Society* (1984) a částečně též o interpretaci Giddensovy teorie, jak ji předkládá Johnson (2008). S ohledem na to, že Giddensova teorie zde slouží jen jako jeden z nástrojů, které využívám při postupu dále, si dovoluji rovněž opominout kritickou diskuzi, jež byla v návaznosti na Giddensovy texty rozvíjena a již se podrobněji věnují například Stones (2005) a Johnson (2008).

Takový přístup podobné dilema nepřipouští, neboť jednající subjekt a struktury chápe jako vzájemně se podmiňující součásti jediného systému.

Struktury (structures), jež mají povahu buď *pravidel (rules)*, nebo *zdrojů (resources)*,⁶⁸ umožňují a vymezují *jednání (action, agency)* – a jednání coby řetězec performativních *aktů (acts)* naopak reprodukuje (a případně inovuje) struktury. Vykonavatelem jednání je přitom *aktér (agent)*, sociální jedinec disponující znalostí pravidel a přístupem ke zdrojům, jedinec, který v jednání naplňuje své prostřednictvím struktur definované cíle. Giddens s ohledem na oboustranně konstitutivní vztah jednání a struktury hovoří o dualitě struktur – ty jsou totiž strukturující i strukturované, jsou v čase proměnlivé, dynamické, mají zřetelně historickou dimenzi.

Klíčovým je pro ideu strukturace teorém duality struktur, který logicky vyplývá z výše uvedených argumentů. Fyzičtí aktéři a struktury nejsou dva nezávislé soubory fenoménů, tedy dualismus, ale reprezentují dualitu. Strukturální vlastnosti sociálních systémů jsou, s ohledem na povahu duality struktur, současně prostředkem i důsledkem praxí, které jsou jimi rekurzivně organizovány. Struktury nejsou vzhledem k individuím „externí“: vzhledem k tomu, že jsou paměťovými stopami a že jsou konkretizovány v sociálních praxích, jsou v durkheimovském smyslu vůči individuálnímu jednání spíše „interní“ než externí.

(Giddens 1984: 25)

Externí vůči individuím je naopak *systém*, pod kterým Giddens rozumí pravidelnosti vyplývající ze struktur – pravidelnosti v sociálním jednání a ve vztazích mezi aktéry a mezi aktéry a materiálními objekty. Samy struktury pak jsou – vzhledem k tomu, že existují pouze intersubjektivně – objektivně pozorovatelné pouze prostřednictvím svých výstupů v podobě systému a jednání.

Jednání Giddens definuje jako řetězec cílených, intencionálních intervencí sociálních aktérů do okolního světa, jež mají reflexivní charakter – což znamená, že ze strany aktérů podléhají setrvalému promyšlení zahrnujícímu formulaci motivů, racionalizaci jednání a v dlouhodobějším časovém horizontu širší reflexivní monitorování jednání (Giddens 1984: 5). Toto promyšlení, stejně jako samo jednání, má opět oporu a zdroj ve strukturách, a to konkrétně ve vědění – vědění buď každodenním,

68 Pravidla mají povahu buď *konstitutivní* (to znamená, že zahrnují kulturní hodnoty – ustavují situace a vztahy v nich), nebo *regulativní* (zahrnují normy – formulují pravidla výkonu jednání a sankce za nedodržování těchto pravidel). Zdroje pak Giddens rozlišuje na *alokativní* (materiální objekty sloužící k produkci a konzumaci, objekty sociálně definované právem sociálně patřičného užití a právem vlastnictví) a *autoritativní* (vyjádřené schopnosti nebo nárokem ovlivňovat ostatní sociální aktéry).

sdíleném (mutual/everyday knowledge), které je povětšinou rutinní, praktické povahy (a může, ale nutně nemusí mít diskurzivní, tedy jazykem fixovanou podobu), nebo ve vědění druhého řádu, ve vědění *expertním (expert knowledge)*, jež je z vědění sdíleného reflexivně odvozené a zpětně jej ovlivňuje (a které již diskurzivní bez výjimky je). Vědění je přitom organizováno do diskurzivních *systémů vědění*, které na úrovni praxí organizují vědění vztahující se ke konkrétním souborům jednání a v širším měřítku pak konstituují celé výklady sociálního světa (Giddens 1976, 1984).

Jednání je současně nevyhnutelně spojené s mocí – tu lze u Giddense v nejobecnějším smyslu chápat jako schopnost aktéra jednat zvoleným způsobem, nebo naopak schopnost vzepřít se jednání, k němuž jej struktury nebo jiní aktéři vedou či vyzývají. Aktéři disponující omezenou mocí mají pole možného jednání nebo odporu vůči jednání limitované; aktéři mocní naopak disponují širšími, v krajním případě neomezenými možnostmi – moc je tak v zásadě vyjádřením míry, jíž je aktér s to kontrolovat, ovládat a reformulovat struktury, jež strukturují jeho vlastní jednání.

„Moc“ ve smyslu transformativní kapacity lidského jednání je schopností aktéra vstupovat do řetězce událostí a ovlivňovat jejich průběh; je to právě „moci“, které vstupuje mezi intence či přání a skutečnou podobou následných výstupů. „Moc“ v užším, vztahovém slova smyslu je vlastností interakce a lze ji definovat jako schopnost zajistit výstupy tehdy, když tyto výstupy závisí na jednání druhých. Právě v tomto smyslu mají lidé moc „nad“ druhými: toto je moc ve významu dominance.

(Giddens 1976: 111)

Právě i toto pojetí moci, spojené s přiznáním performativních možností aktérům a zároveň „řídících“ schopností strukturám, posouvá Giddensovu teorii strukturaře mimo podezření z možného (přespříliš optimistického) voluntarismu na jedné straně, a naopak z možného přecenění „totality struktur“ na straně druhé – teorie strukturaře je v tomto ohledu vyvážená a dovoluje analytický popis v zásadě jakékoli představitelného „rozložení sil“ mezi aktéry, jednáním a strukturami.

Strukturační teorie a nová média

Jak aplikovat Giddensovu obecně pojatou teorii na problematiku nových médií? K tomu, abych odpověď zformuloval, si dovolím zneužít McLuhanův (1991) notoricky známý bonmot a napíši, že médium je z pohledu teorie strukturaře poselstvím – je zprávou o společnosti. Když nicméně opustím technodeterministický důraz na technologickou formu a přidřím se Giddensova sociálněkonstruktivistického pohledu, nabude toto poselství poněkud komplikovanější a současně barvitější

podoby, než jakou mohl vzhledem ke svým východiskům nabídnout McLuhan – není to totiž poselství psané atomovou bombou *samotnou* (abych se přidržel McLuhana a využil další z jeho příměrů), ale je to poselství, které spoluformulovala i celá řada aktérů: ti, kdo se podíleli na jaderném výzkumu, kdo stáli za designem jaderné pumy, ti, kteří činili politická rozhodnutí ohledně financování projektu Manhattan, právě tak jako technický personál armádních zbrojních rezerv obstarávající již zhotovenou bombu během její údržby a skladování, piloti zacvičení k samotnému užití zbraně, ekonomičtí aktéři podílející se na zbrojní výrobě, nevládní organizace patřící k protiválečnému hnutí... a rovněž je to poselství psané stovkami tisíc skutečných i potenciálních obětí. Poselství atomové bomby je ovšem psané i strukturami: americkými federálními zákony a procedurálními pravidly amerického letectva, později rovněž politickou regulací šíření zbraní hromadného ničení a obchodu s jaderným materiálem... v neposlední řadě je toto poselství psáno i myriádami dalších, s bombou provázaných technologií, sehrávajících roli nutných technologických (infra)struktur umožňujících existenci, výrobu, údržbu i transport vražedné zbraně.

Úmyslně krajní příklad atomové bomby naznačuje, co platí i v souvislosti s novými médii: ta jsou poselstvím o společnosti, protože jsou pevně vsazena do existujících struktur a do systémů, které jsou z těchto struktur odvozeny, čili do sociálního a symbolického řádu aktualizovaného setrvalým sociálním jednáním a reprezentovaného společenskými, ekonomickými a politickými vztahy. Nová média jsou poselstvím o společnosti, protože tento řád svou přítomností spoluutváří – sama jsou totiž strukturou, jež umožňuje a vymezuje jednání. a ze stejného důvodu jsou nová média poselstvím o svých uživateli / konzumentech / publicích...

Z Giddensovy teorie strukturace tak v zásadě opětovně plyne argument formulovaný širokou definicí: nejenže nová média jsou poselstvím o společnosti, ale společnost je současně poselstvím o nových médiích. Zabývat se novými médii by skutečně mělo znamenat zabývat se jimi s ohledem vůči celému jejich milieu, tehdy vzhledem k jednání, intencím aktérů, formativním strukturám, systému. Technologie sama o sobě, pokud je vytržena z těchto souvislostí, je stejně tak prázdná a nahá jako mobilní telefon ztracený v domorodé novoguinejské vesnici (nebo notebook zapomenutý na kuchyňském stole mého dědečka): mobilní telefon bez „patričního“ uživatele⁶⁹ a „příslušného“ strukturálního a systémového kontextu⁷⁰ není mobilním telefonem.

69 Uživatele disponujícího přinejmenším praktickým věděním stran toho, jak mobilní telefon jakožto strukturu aktualizovat, tedy použít.

70 V případě mobilního telefonu musíme rovněž přemýšlet přinejmenším o aktérech „na druhé straně telefonu“, schopných přijmout hovor nebo přečíst si textovou zprávu, a též o elektrických a celulárních sítích a dalších technologiích (coby technologických infrastrukturách sehrávajících roli

Ba co víc: výsledný obraz mobilního telefonu se proměňuje spolu s tím, jak se proměňují formy jeho užití i kontextuální struktury a systémy. Mobilní telefon užívaný v Severní Koreji v prostředí tvrdých ekonomických a politických restrikcí, jež z něj činí elitní a těžko dostupnou technologii, je – přinejmenším z pohledu široké definice – jiným médiem než artefaktuálně shodný mobilní telefon užívaný v Severní Americe nebo v Evropě nebo například v permanentní kmenovou válkou devastovaném Somálsku. a mobilní telefon užívaný výhradně k hlasové komunikaci je „odlišnou technologií“ než ten samý telefon užívaný jako fotoaparát, diář, zařízení sloužící k přístupu k internetu...

Nutno ovšem podotknout, že nová média sama o sobě jsou ve vztahu ke společnosti poselstvím fragmentárním, jsou jen střípkem v mnohem komplexnější mozaice, a to proto, že jsou jen jednou z mnoha struktur. Chtít z poselství, které média „vyprávějí“, odvozovat obraz společnosti jako takové, by bylo krátkozraké, neboť by to znamenalo jen návrat k teoretické redukci, i když snad skryté pod pláštěm celostní teorie. z teorie strukturace tak vystupuje i argument formulovaný Websterem (2006) v souvislosti s jeho kritikou technocentrických konceptů informační společnosti: zatímco zohledněním milieu můžeme najít cestu k uspokojivému, ale neúplnému obrazu nových médií, nová média nám naopak poskytují sice důležitý, ale jen dílčí obraz společnosti jako takové.

Základní schéma modelu nových médií

Na základě stručně naznačeného teoretického jádra dostává výše formulovaná široká definice zajímavé a poměrně již ostře nastíněné obrysy.

Jak již bylo řečeno výše: nové médium je z pohledu široké definice komplex konstituovaný ve třech vzájemně se ovlivňujících dimenzích – nové médium je (1) určitý techno-textuální artefakt umožňující komunikovat (či rozšiřující takovou schopnost), který je (2) intencionálně užívaný jistými sociálními aktéry, kteří se nacházejí (3) v jistých každodenních, sociálních, ekonomických a politických kontextech. V návaznosti na argumenty teorie strukturace je možno tuto formulaci rozšířit v tomto smyslu:⁷¹

alokativních zdrojů), provozovaných dalšími aktéry a regulovaných normami a legislativou (coby autoritativními zdroji).

71 Nabízí se patrně nevyhnutelná otázka, zda je možno konceptuální schéma vyvozené z teorie strukturace smysluplně aplikovat i na jiné – a to nejen mediální – technologie, než jsou nová média. Dovolím si předpokládat, že tato obecnější aplikace možná je, nicméně musím zdůraznit, že důkladnější rozvaze jsem předkládaný koncept podrobil pouze v souvislosti s novými médii a nad obecnější aplikací předkládaných tezí jsem uvažoval pouze okrajově a velmi nedůsledně.

1. *Artefakt* nového média:

- a) je v souladu s tezí o dvojí artikulaci média (Silverstone 1994) coby současně materiální objekt i text – zároveň alokativním zdrojem i strukturou strukturující jednání;
- b) si svým vstupem do sociálního systému vynucuje vznik nových kontextuálních konstitutivních a regulativních struktur a vede ke vzniku nových autoritativních zdrojů;

2. *Jednání* aktérů (užití nových médií):

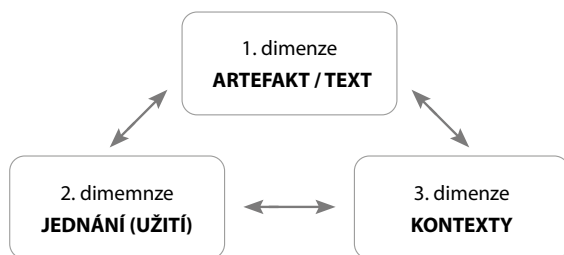
- a) předpokládá na straně aktéra *intenci* (a tedy *motivy a cíle*, jež mají být jednáním naplněny) vycházející z praktického nebo expertního *vědění*;
- b) zpětně restrukturuje/inovuje podobu artefaktu;
- c) zpětně restrukturuje/inovuje konstitutivní a regulativní struktury kontextu, stejně jako systém alokativních a autoritativních zdrojů.

3. *Kontexty*:

- a) je nutno rozlišit na kontexty 1. řádu (zahrnující kontexty každodennosti) a kontexty 2. řádu (zahrnující širší milieu);
- b) zahrnují alokativní (materiální) i autoritativní (mocenské) společenské zdroje a regulativní pravidla (sociální normy, legislativní regulaci) i konstitutivní pravidla (kulturu a systémy vědění jako vědu a ideologie), jež
- c) formují systémy, do nichž je užití artefaktu zasazeno, tj. systémy společenských a ekonomických vztahů;
- d) strukturují podobu artefaktu;
- e) strukturují jednání aktérů.

Pro lepší přehlednost je možno tuto poněkud těžkopádnou formulaci doplnit o schéma, jež má podobu jednoduchého trojúhelníku, jehož vrcholy jsou tvořeno jednotlivými, vzájemně se ovlivňujícími dimenzemi konceptu:

Schéma 1: Základní schéma třídimenzionálního modelu nových médií



Předtím, než přistoupím k podrobnějšímu výkladu jednotlivých dimenzí, jistě není na škodu alespoň ve stručnosti naznačit, jakými způsoby se projevuje ono vzájemné ovlivňování jednotlivých dimenzí. Zatímco skutečnost, že technologická povaha novomediálního artefaktu a kontextuální struktury vymezují pole možného jednání, se zdá být poměrně jasná, ostatní vztahy mohou na první pohled vzbuzovat pochyby.

Vliv užití na podobu artefaktu – pokud ponechám stranou proces vzniku (sociální konstrukce) technologické inovace, který ve své specifčnosti přesahuje tematický rámec této studie, a tak se mu zde podrobněji nevěnuji – si lze představit jednak jako individuální proces uzpůsobení si konkrétního artefaktu konkrétním uživatelem (proces, který má v případě osobního počítače nebo mobilního telefonu například podobu instalace nových programů, změny vzhledu a uživatelských nastavení, rozšiřování přístroje o periferní zařízení, jako jsou tiskárny...), jednak jako dlouhodobý proces postupného, zpětnovazebného vztahu mezi uživateli a například výrobci softwaru nebo hardwaru.

Pod vlivem artefaktu na kontextuální dimenzi je možno si představit obligátní „dopady technologie na společnost“. Lze předpokládat, že vznik a především úspěšné šíření nového artefaktu vždy vedou, stejně jako proměny artefaktu již existujícího, k proměnám v kontextuální dimenzi. a to přinejmenším v tom smyslu, že reakcí na novou technologii nebo nové vlastnosti stávající technologie je vznik nových regulačních mechanismů v podobě technických a legislativních norem. Podobnou odezvu přinášejí i nové formy jednání, jejichž důsledkem může být opět zrod nové právní regulace, vznik nových forem tržních vztahů, v dramatictějších případech pak například alternace stávajících mocenských nebo sociálních struktur.⁷²

Kontextuální regulační mechanismy naopak zpětně ovlivňují podobu artefaktu – v důsledku politické regulace tak může být, jak je možné vidět například v Číně nebo v některých islámských zemích, přikročeno ke změnám síťových protokolů, funkčnosti vyhledávacích enginů nebo například lokálních wifi sítí (srv. např. Goldsmith – Wu 2008).

Následující podkapitoly se podrobněji věnují každé ze třech základních dimenzí nových médií a zde naznačeným vztahům mezi nimi. Výklad je přitom založen na práci s partikulárními definicemi a teoriemi, jež byly v souvislosti s tou kterou dimenzí v rámci studií nových médií formulovány. Cílem je zde zkrátka důkladněji zachytit specifčnost nových médií, kterou obecně vystavěný teoretický rámec nezachycuje.

72 Příkladem, v němž se v tomto smyslu protínají dimenze užití, artefaktu/textu a kontextu, jsou například snahy americké FCC a britského Ofcomu o revizi mediální regulace (formulované původně pro prostředí opanované jednoznačně ohraničitelnými masovými médii, ale v kontextu nových médií evidentně nedostačující) nebo dlouholetá kontroverze ohledně autorského práva.

První pohled na strukturu a rozsah následujících podkapitoly může naznačovat určitou nevyváženost, která vyžaduje poznámku. Problematice artefaktu a textuality a „inherentních vlastností“ nových médií je věnováno více prostoru než dalším dvěma dimenzím konceptu nových médií. To by mohlo naznačovat poněkud paradoxní tendenci k mediocentrickému výkladu, kterou v předchozích částech knihy ovšem kritizují. Tato nevyváženost je nicméně pouze zdánlivá a je důsledkem spíše mé těžkopádné autorské rozvahy než mediocentrického akcentu – vzhledem k propojenosti všech tří dimenzí konceptu se již v souvislosti s problematikou technologických a textuální vlastností nových médií dotýkám řady témat nevyhnutelně souvisejících jak s jednáním/receptí (což se týká například problematiky kybertextu, hypertextu a označování), tak s kontextuálními strukturami (jak ukazuje například téma remediace či regulační úlohy kódu). Podkapitola „Artefakt/text“ je tedy nejrozsáhlejší prostě proto, že přichází jako první – a otevírá témata, jež by právě tak dobře mohla být pojednána v podkapitolách dalších.

Artefakt/text

Každá komunikační technologie je reprezentována materiálními artefakty. Pozornost studií nových médií omezená pouze na technologické vlastnosti informačních a komunikačních technologií by ovšem měla být (a je, jak bylo opakovaně řečeno výše) kritizována a odmítána – tyto materiální objekty, artefakty, jaksi neexistují v sociokulturním vakuu a coby zároveň sociokulturní entity jsou více než jen souhrnem svých technologických specifikací, jak jsme viděli. Na druhou stranu by ovšem bylo, jak ostatně podotýká už Ronald Rice (1984) a jak plyne z výše nastíněné aplikace teorie strukturace, přinejmenším nerozumné objektivní materiální kvality toho kterého technologického artefaktu ignorovat. Tyto vlastnosti totiž sehrávají roli struktur strukturujících, tedy struktur vymezujících to, co lidé s novými médií dělají, a – navíc – jsou tyto vlastnosti sociálně vyjednávané. Opomíjet technologické kvality artefaktu znamená vystavovat se nebezpečí podobně fatálního nepochopení komunikační technologie, jaké přináší ignorace například politickoekonomických souvislostí.

Určitým artefaktem myslím, ve shodě s Ronaldem Ricem (1999), uměle vytvořený materiální objekt, který je produktem lidského jednání (sociální konstrukce) a disponuje konkrétními objektivními vlastnostmi, jež ve vztahu k jednání sehrávají roli struktury, což znamená, že umožňují a vymezují (strukturují) potenciální užití tohoto artefaktu. Kladiivo je s ohledem na své materiální vlastnosti potenciálně předurčeno k takovým druhům jednání, jež zahrnují silné úder, a analogová terestriální televize zase dobře slouží jako nástroj simplexní masové komunikace; obě tyto technologie nicméně nebudou příliš užitečné coby nástroj umožňující dálkovou

asynchronní obousměrnou komunikaci či jako nástroj uspokojivě sloužící k uchování a organizaci bází psaného slova. (Jakékoli performativní jednání spojené s artefaktem je navíc vymezeno i věděním, tedy konvencionalitou a kulturními významy vztaženými k užití artefaktu – k tomu si nicméně vrátím dále, v podkapitolách věnujících se diskuzi užití a kontextu.) Teorie designu tuto „schopnost“ artefaktu strukturovat (podporovat či umožňovat) *určité* jednání označuje neologismem *affordance*,⁷³ který „obrací naši pozornost k jednání, k jehož provádění nás věc vzhledem ke své povaze „vyzývá““ (Lister a kol. 2009: 16), a Daniel Chandler (1996) ve stejné souvislosti navrhuje užívat fenomenologický termín *selektivita* (*selectivity*).

Při přemýšlení o nových médiích je ovšem nutno do hry vpustit víc než jen materialitu artefaktu – objektivní technologické kvality nových médií totiž zahrnují rovněž nemateriální kód, který zde hraje stejně důležitou roli jako materialita. V souvislosti s novými médii zkrátka nehovoříme jen o hardwaru, ale i o softwaru (nehovoříme jen o počítačích, routerech nebo mobilních telefonech, ale též o síťových a komunikačních protokolech, operačních systémech a aplikacích, o programovacích jazycích, APIs, databázích). Tyto nemateriální technologické kvality jsou od artefaktu neoddělitelné, protože artefakt je bez nich „nedokončený“, a strukturoují prostor potenciálního jednání přinejmenším právě v takové míře jako kvality materiální.

V případě komunikačních technologií je navíc „určitý artefakt“ vždy spojen s „určitou textualitou“, s konkrétními typy obsahu – technologická a textuální dimenze jsou nevyhnutelně svázané. Na úrovni artefaktu je nutno, jak naznačuje například Dahlberg (2004), pohlížet na nové médium jako na *technologický objekt* (materiální i nemateriální současně) a zároveň jako na *text*: vzhledem k tomu, že není mediálních technologií bez textuality a textuality bez mediálních technologií, nedává žádný smysl přemýšlet o mediální technologii odděleně od textuality a naopak. Je možno – pokud tento argument budu extrapolovat – říci, že určitý mediální artefakt je konstruován k tomu, aby nesl určité typy textů a určité typy textů existují pouze prostřednictvím svých technických nosičů.

Dílčím závěrem tedy je, že nová média mají objektivní vlastnosti zahrnující *materiální technologické kvality* hardwaru, *nemateriální technologické kvality* kódu a *textuální kvality*. Konkrétní konstelace těchto kvalit ustavuje selektivitu určitého novomediálního artefaktu – respektive konkrétní konstelaci těchto kvalit lze chápat jako strukturu umožňující určité sociální jednání (komunikaci, užití nového média).

73 Původně kognitivistický termín, jehož autorem je psycholog James J. Gibson (Gibson 1977, cit. z Norman 1988). Do oblasti technologického designu jej uvedl Donald A. Norman (1988). Do češtiny přeložitelný snad rovněž prostřednictvím neologismu jako *jednatelnost*.

Nová média jako digitální média

V širším slova smyslu termín nová média „zahrnuje celé pole výpočetních, počítačových technologií a s nimi spojených datových obsahů, v užším slova smyslu se pak vztahuje pouze k počítačově, tedy digitální technologií mediované komunikaci“ (Macek 2002). Technologickou povahu nových médií přitom, na úrovni hardwaru, nejvýrazněji určuje skutečnost, že tyto komunikační technologie jsou založeny na digitálním (číselném) kódování a zpracování dat.

Digitální technologie používá k záznamu informace (znaku, obrazu, zvuku, popisu úkonu) číselného kódování – digitalizace je tedy proces transformace informace do numerického kódu. Ten je v současnosti z řady praktických důvodů založen na systému se dvěma čísly (tedy binárním systémem), s jedničkou a nulou, do nějž jsou převáděny veškeré informace.

(Kůst 2003: 24)

Oproti analogovým médiím jsou tedy obsahy přenášeny a zpracovávány novými číselně kódovány – sestávají z oddělených, kvantifikovaných vzorků reprezentovaných binárním kódem. Tento digitální základ nových médií má přitom řadu důležitých implikací, kterým se – z různých úhlů pohledu – zevrubně věnují výše již zmíněné partikulární definice Lva Manoviche (2001) a Tonyho Feldmana (1999).⁷⁴

Manovichovy principy nových médií

Lev Manovich (2001) v souvislosti s novými médii hovoří o pěti principech, které z jejich digitální povahy vyplývají a jimiž jsou *numerická reprezentace, modularita, automatizace, variabilita a transkódování*.

Skutečnost, že data nesená novými médii jsou *reprezentována numericky*, je dle Manoviche nejzásadnější vlastností nových médií – nová média totiž mohou být popsána formálně, matematicky, a objekty nových médií jsou tak předmětem algoritmické manipulace (například obrazy, křivky či zvuky jsou vyjádřitelné prostřednictvím matematických funkcí a obsahy nesené novými médii tak dle Manoviche mají povahu nikoli konstant, ale modifikovatelných proměnných). Vzhledem k tomu, že jsou založena na stejném numerickém kódu, jsou současně

⁷⁴ Feldman a Manovich pochopitelně nejsou jediní, kteří s technologicky orientovanou definicí vlastností nových přicházejí – v zásadě se velmi podobným způsobem jako oni specifikům digitálních médií věnují rovněž např. Mitchell (1992), Lévy (2000), van Dijk (2006) či Lister a kol. (2009).

nová média *modulární* – jednotlivé jejich složky, jednotlivé objekty mohou být s ohledem na svou diskrétní povahu a číselné vyjádření měněny a modifikovány jako moduly bez toho, aby bylo nutno re-produkovat médium jako takové.⁷⁵

V těchto dvou ohledech se nová média od médií analogových liší nejzásadněji, přičemž numerická reprezentace a modularita tak de facto předznamenávají ostatní tři Manovichem definované principy nových médií.

Numerický kód a modulární struktura nového média jednak umožňují *automatizovat* řadu operací v přístupu k médiu, v jeho utváření a při manipulaci s ním. Nová média jsou zároveň *variabilní* – nejsou jednou provždy fixována, ale mohou existovat v různých, potenciálně nekonečných variantách. Nejsou totiž nevyhnutelně vázána na konkrétní fyzické médium a jeho unikátní vlastnosti. Zatímco tradiční média jsou „napevno propojena“ s konkrétní materiální strukturou, s konkrétním nosičem, objekty nových médií jsou transportovatelné a aktualizovatelné na rozmanitých typech materiálních artefaktů operujících s numerickou reprezentací obsahů. a navíc, s ohledem na numerický charakter kódu, mohou být zapsána ve formě proměnných, díky čemuž mohou jednotlivé aktualizace novomediálního objektu variovat v závislosti na vstupních instrukcích zadaných médiu například prostřednictvím uživatelského rozhraní (což je případ počítačové hry).

S pátým z principů nových médií již Manovich opouští pole výlučně technologických vlastností, přesto jej zde pro úplnost zmíním. Manovich u nových médií rozlišuje „počítačovou vrstvu“ (vyjádřenou digitálními daty, tedy numerickým kódem) a „kulturní vrstvu“ (vyjádřenou kulturními konvencemi, významy, hodnotami). A v souvislosti s novými médii hovoří o *transkódování* jejich výše definovaných vlastností a způsobů, jimiž organizují a reprezentují data, do kulturní roviny, a naopak o vlivu stávajících mediálních a kulturních konvencí například na konstrukci uživatelských rozhraní.⁷⁶

75 Jako objekty nových médií Manovich označuje v zásadě konkrétní mediální formy realizované prostřednictvím digitálního kódu – digitální fotografie, webové stránky, digitální video, počítačovou hru. Termín si, jak říká, vypůjčuje jednak od ruské umělecké avantgardy dvacátých let 20. stol., jednak z jazyka počítačové vědy, kde je spojen s modulárními, objektivě orientovanými programovacími jazyky a objektovými databázemi (Manovich 2001: 39–40).

76 Digitální data jsou – jinými slovy – transkódována z numerického záznamu do podoby kulturních a mediálních objektů (obrazů, videa, textu, hudby, řeči), nicméně už sám fakt, že jsou tato data zároveň stále jako data (respektive datové soubory) reprezentována a že jsou manipulovatelná a použitelná opět pouze prostřednictvím nového média, vede k modifikaci kulturní roviny nových médií. Existující kulturní konvence pak ovlivňují způsoby, jimiž jsou například datové soubory uloženy v počítači organizovány, ale v zásadě i to, jaké typy dat nová média nesou a distribuují. Manovich zde vlastně odkazuje k tomu, co Pierre Lévy (1998, 2000) charakterizuje ve svém konceptu virtuálního a Margaret Morseové (1998) ve svém pojetí kyberkultury (srv. Macek 2004).

Feldmanovy vlastnosti digitální informace

Manovichech navržený soubor distinktivních vlastností nových médií je možno doplnit o pojetí digitální informace formulované Tonym Feldmanem (1999). Feldmanovým cílem není postavit vyčerpávající definici nových (digitálních) médií, ale identifikovat ty znaky digitální informace, které podle něj přispívají k úspěšnému prosazení digitalizace jako dominantního modu záznamu a zpracování dat a komunikátů. Feldmanovou ambicí tak zjevně není předložit analyticky precizní, konzistentní koncept, ale spíše upozornit na některé konkrétní rysy digitální technologie, které mají pozitivní vliv na její šíření. To lze jistě chápat jako teoretickou slabinu Feldmanovy definice – zároveň této definici ovšem nelze upřít, že v některých směrech velmi vhodně Manovichovy principy nových médií doplňuje.

Podle Feldmana je jakákoli diskuze o nových médiích vždy spojená s počítačovými technologiemi čili s komputačním procesem a jeho pravidly – logika počítačových technologií je zkratka pro nová média konstitutivní. Když užíváme digitální média, hovoříme, jak konstatuje Feldman, „výlučným jazykem počítačů“ (Feldman 1999: 3). Feldman proto definuje pět klíčových faktorů charakterizujících tento „výlučný jazyk“, patero vlastností specifických právě pro digitální informace – *manipulovatelnost, síťovatelnost, zhušťovatelnost, kompresovatelnost a nestrannost*.

Nestrannost digitální informace odkazuje ke skutečnosti, že nová, digitální média mohou díky povaze digitálního kódu nést v zásadě libovolný typ obsahu – text, obraz, zvuk, animaci atd. Principiálně tedy – na rozdíl od starších médií – „nestraní“ konkrétnímu typu obsahu. Digitální informace je zároveň *manipulovatelná*, což znamená, že informace vyjádřená v digitálním kódu není fixovaná, ale je otevřená transformaci. *Síťovatelností* Feldman pojmenovává tu skutečnost, že digitální informace je možné sdílet a přenášet prostřednictvím sítí, *zhušťovatelností* to, že informace je přenositelná na minimálním fyzickém prostoru (což Feldman ilustruje na příkladu optických disků CD a DVD), a *kompresovatelností* pak Feldman odkazuje k tomu, že objemy digitálních dat lze s ohledem na numerickou povahu informace umenšovat i algoritmickou cestou.

Feldman tyto vlastnosti spíše ilustruje, nežli vysvětluje – to, jak například síťovatelnost digitální informace souvisí s tím, že se jedná právě o digitální informaci, zůstává ve Feldmanově textu neobjasněno.

Materiální i nemateriální vlastnosti digitálního média

Pracuje-li Manovich s prvními dvěma ze svých pěti principů nových médií (tedy numerickou reprezentací a modularitou) jako se základními, axiomatickými, a zbylé tři chápe jako funkce těchto základních vlastností digitálního mediálního objektu, pak

Feldmanem předložené faktory nejsou ničím jiným než právě jen dalšími vlastnostmi odvozenými z povahy numericky, binárním kódem reprezentované informace. Feldmanovy faktory se, jak bylo zmíněno, do určité míry překrývají s vlastnostmi definovanými Manovichem – zásadnější ovšem je, že do určité míry Manovichovu deskripci technologických kvalit nových médií rozšiřují o některé poměrně zásadní postřehy, a to v tom smyslu, že Feldman zohledňuje i fyzické, materiální důsledky digitalizace informace. Jednoduchá syntéza obou definic tak nabízí takový pohled na digitální artefakt, který zahrnuje jak jeho materiální, tak nemateriální technologické vlastnosti.

1. *Nová média jsou tedy založena na numerickém kódování dat.* To má několik zásadních konsekvencí.
 - a) Nová média jsou *nestranná* (digitální informace může kódovat rozmanité typy objektů nových médií),⁷⁷ *modulární* (objekty nových médií mají diskretní povahu) a (reverzibilně) *manipulovatelná*. Toto je základem *variability* nových médií, jež jsou ze samotného svého technologického základu otevřená konvergenci a mnohosti mediálních forem.
 - b) Manipulace s digitálními daty, která nesou obsahy nových médií, je automatizovatelná – objekty nových médií jsou zpracovatelné strojově, manipulace s nimi může mít podobu automaticky vykonávané procedury. To se promítá do rychlosti a kvantity zpracovávání dat.⁷⁸
2. *Numerický kód, v němž nová média operují, má binární charakter.* To zásadně ovlivňuje zpracování, přenositelnost a uskladnitelnost digitálních dat, protože binární kód může být zpracováván, zaznamenáván a přenášen rozmanitými způsoby, využívajícími pouhé dva stavy přenosového kanálu nebo záznamového nosiče (zapnuto/vypnuto).

77 To například umožňuje simulovat starší mediální formy, což se promítá mj. do proměny produkce starších médií, jako je tisk, rozhlas nebo televize, jejichž produkční fáze byla v posledních dvaceti letech kompletně digitalizována.

78 Data nesená novými médii jsou v zásadě vždy zpracována automatickou, tedy strojovou cestou – proces zpracování digitální informace je založen na automatickém výkonu polovodičové jednotky (dnes nejčastěji ztělesněné mikroprocesorem), která vykonává ve vyšším programovacím jazyku formulované příkazy přeložené do jednoduchého souboru základních instrukcí, označovaných jako strojový kód. Automatizovaný je i samotný překlad instrukcí vyšších programovacích jazyků do strojového kódu, stejně jako řada operací vykonávaných například operačním systémem. Otázka automatizace se tak týká spíše toho, ve které vrstvě kódu (k čemuž se vrátím dále) je automatizace nahrazena volným jednáním uživatele, než toho, nakolik je automatizace zpracování digitálních dat nevyhnutelná.

- a) Výpočetní technologie zpracovávající digitální data mohou mít vysoký počítačový výkon při velmi malých rozměrech a relativně nízkých ekonomických nákladech.⁷⁹
 - b) Digitální data jsou uskladnitelná a přenositelná na fyzických nosičích rozličných vlastností (děrované štítky, magnetické pásky, optické nosiče, magnetické disky, čipové paměti), přičemž tyto nosiče mohou mít i při velkých kapacitách velmi malé rozměry.
 - c) Digitální data jsou přenositelná i prostřednictvím elektromagnetického vlnění, přičemž variabilita forem přenosu je zde stejně široká jako v případě fyzických nosičů; přenositelnost digitálních dat v nejrůznějších částech spektra elektromagnetického vlnění je mj. předpokladem síťování nových médií.
3. *Nová média jsou síťovatelná.* Společná technologická báze nových médií a její v předchozích bodech pojmenované charakteristiky umožňují propojování technologických artefaktů označitelných jako nová média, do sítí, jež dovolují sdílení a přenosy objektů reprezentovaných v digitálním kódu. Nová média tak – v závislosti na svých dalších, nemateriálních technologických vlastnostech – umožňují synchronní i asynchronní komunikaci, a to v modelech typických pro starší média (duplexní model interpersonální komunikace – *one-to-one*, simplexní model masové komunikace – *one-to-many*), tak v modelu plně využívajícím komunikační potenciál sítě (model *many-to-many*).

Nová média jako kód

Rozprava o digitálním technologickém základu nových médií podtrhuje, jak zásadní roli hraje jejich nemateriální technologická složka, kterou jsem výše označil jako *kód*. Je to právě kód, jenž spolu s povahou hardwaru určuje, jakým způsobem novomediální artefakt dovoluje operovat s daty.⁸⁰

79 Právě postupná miniaturizace a ekonomická dostupnost hardwarové složky otevřela po vynálezu mikročipu počátkem sedmdesátých let 20. století cestu k masivnímu rozvoji, mainstreamizaci a faktické všudy přítomnosti nových médií.

80 Ilustrovat je toto možno na architektuře počítačových sítí – internet či lokální domácí síť nejsou jen fyzickým propojením jednotlivých zařízení, ale jsou založené na protokolech (TCP, IP, HTTP, FTP, Bonjour, SMB...), které určují, jakým způsobem spolu mají propojená zařízení komunikovat, jak si navzájem předávat data, apod. (Pužmanová 2006). Jako příklad se nabízí i každodenní užití osobního počítače – aby počítač dokázal zpracovat a zobrazit například vizuální data, obrázky, a umožnil jejich editaci uživatelem, musí disponovat nejen zobrazovacím zařízením (například grafickou kartou a monitorem), ale také strojovým kódem (sadou instrukcí pro samotný procesor, která je v zásadě „nejhlubší“ vrstvou kódu), operačním systémem (který slouží jako základ pro další vrstvy kódu a současně jako uživatelské rozhraní, umožňující ovládání počítače uživatelem), ovladači (instrukcemi, jež dovolují počítači

Kódem rozumím veškeré protokoly, strojové kódy, interpretery a kompilátory, programovací jazyky, operační systémy a programy, které umožňují novým médiím fungovat v tom smyslu, že – aniž bych zamýšlel zabíhat do nadbytečných technologických detailů – nesou vstup, jež instruují hardwarovou, materiální složku nového média, jak zpracovat vložená data.

Z pozice studií nových médií lze na povahu kódu v zásadě pohlížet několika způsoby překračujícími linii technologického uvažování, přičemž tyto pohledy jsou zřetelně komplementární, naznačují vztahovou provázanost technologických a textuálních vlastností daného artefaktu a odkazují k sociální konstruovanosti technologického artefaktu i k jeho roli coby struktury.

První nabízející se pohled akcentuje selektivitu kódu, tedy *rolí kódu při v strukturování užití nových médií* – a zde se již zřetelně posunujeme do dimenze užití. Kód na úrovni síťových protokolů v zásadě definuje, jaké jednání a za jakých podmínek je umožněno v rámci sítě; kód na úrovni operačního systému definuje vlastnosti například uživatelského rozhraní (HCI) a kód aplikací určuje, jaké konkrétní úkony je možno s daty v rámci tohoto rozhraní vykonávat. K tomuto pohledu ostatně odkazuje i již zmíněná Manovichova teze o transkódování – kód mimo jiné slouží překladač strojem zpracovávaných dat do podoby kulturních objektů, přičemž podoba těchto objektů a kódem definované vztahy mezi nimi vymezují pole uživatelské kontroly nad obsahy nových médií a uživatelského jednání.

Inspirativní přístup k této vlastnosti kódu nabízí teorie *kybertextu*, kterou formuloval Espen J. Aarseth (1997).⁸¹ Kód lze z pohledu této teorie chápat nejen jako součást technologické roviny média, ale zároveň jako rovinu jeho textuální dimenze. Textualita nového média je totiž podle Aarsetha s kódem pevně spojená a tvořena strojovou vrstvou a textem „čitelným“, což Jaroslav Švelch velmi hutně shrnuje takto:

Espen Aarseth ve své teorii kybertextu rozlišuje řetězce znaků podle toho, do které ze dvou zmíněných vrstev textu patří. Řetězec, který

~~~~~  
používat ona zobrazovací zařízení) a grafickým programem sloužícím uživateli jako rozhraní pro editaci grafiky.

- 81 Aarsethova teorie kybertextu s problematikou kódu primárně nepracuje, a dokonce ani nesměřuje výlučně k popisu textuality nových médií (Aarseth výslovně konstatuje, že „kybertext je perspektivou ke všem formám textuality“, viz Aarseth 1997: 18), ale má ambici zachytit konfigurativní souhrn mezi textuálním médiem jako „strojem na texty“ a čtenářem jako uživatelem tohoto „stroje“. Jako klíč ke vztahu čtenáře, kódu a textuality nových médií slouží velmi dobře. Uplatnění nachází například v souvislosti s analýzou počítačových her coby specifických mediálních objektů, které se v řadě ohledů liší od ostatních typů obsahů nesených novými médii. (Podrobněji viz mj. Švelch 2008.)

„existuje v textu“, nazývá *texton*. Řetězec, který je „prezentován“ čtenáři, nazývá *skripton*.

(Švelch 2008: 14)

Kód jako texton tedy hraje z pohledu textuality roli mostu mezi materialitou nového média a jeho „čitelnou“, respektive čistě kulturní textualitou. Ve vztahu k materialitě nového média hraje kód roli instrukčního mechanismu, ve vztahu k uživateli/čtenáři pak roli textonu, konfigurativního rezervoáru, z nějž jsou aktualizovány konkrétní skripty (pod čímž můžeme chápat nejen specifickou herní situaci, ale i konkrétní hypertextový řetězec, zobrazené video, aktuální konfiguraci uživatelského rozhraní či přehrávaný zvukový soubor).

Druhý pohled na problematiku, pohled, jenž nás naopak posouvá do dimenze kontextuálních struktur, nabízejí ti teoretici (např. Lessig 2006, Galloway 2004, Galloway – Thacker 2007, Goldsmith – Wu 2008), kteří se kódem zabývají způsobem, jenž podtrhuje jeho obecnější sociální implikace. Na kód pohlížejí jako regulační mechanismus, který strukturuje nejen strojový výkon a jednání na úrovni individuálního užití, ale který má vedle technologického rozměru i zřetelně širší společenské a politickoekonomické důsledky. Právní teoretik Lawrence Lessig (2006), který formuluje své pojetí kódu jako odpověď na raně kyberkulturní libertariánské chápání kyberprostoru, definuje regulační úlohu kódu prostřednictvím analogie s regulací legislativní:

Víme, jak zákony regulují reálný svět – prostřednictvím ústav, statutů a dalších právních kódů. v kyberprostoru musíme pochopit, jak reguluje jiný „kód“ – jak software a hardware (tedy „kód“ kyberprostoru), jež činí kyberprostor tím, čím je, jej zároveň takový, jaký je, regulují. Tento kód je podle Williama Mitchella „zákonem“ kyberprostoru. „Lex Informatika“, jak jako první poznamenal Joel Reidenberg, či ještě lépe: „Kód je zákon.“ (Lessig 2006: 5)

Podle Lessiga zkrátka není možné na kyberprostor pohlížet jako na neregulovanou (či dokonce neregulovatelnou) sociální arénu, a to právě kvůli existenci kódu, který je vždy výrazem mocensky usměřňovaného konsenzu ohledně hodnot, jež by regulace měla ochraňovat a udržovat – kód tak zároveň sehrává roli konstitutivních i autoritativních pravidel. To, zda je či bude prostředí nových médií například prostorem svobody slova, či nikoli, zda bude nakloněno ochraně soukromí, nebo naopak bude sloužit společenské kontrole, je, jak Lessig upozorňuje, „technickou“ otázkou v tom smyslu, že je to usměřňováno kódem reprezentujícím nemateriální technologické vlastnosti nových médií. Současně je to ovšem otázkou politickou, a to s ohledem

na to, že kód je intencionálně vytvářen mimo jiné i s ohledem na zájmy formulované politickou, ekonomickou i veřejnou sférou.<sup>82</sup>

Obdobným způsobem se úlohou kódu (respektive síťových protokolů) zabývají Alexander R. Galloway a Eugene Thacker – přičemž, v návaznosti na francouzskou tradici kritické teorie reprezentovanou v tomto případě zejména Foucaultovým a Deleuzovým přístupem k moci, akcentují především kontrolní úlohu kódu. „Viděn jako celek je protokol distribuovaným řídicím systémem umožňujícím kontrolu v rámci heterogenního materiálního milieu,“ konstatuje Galloway v monografii *Protocol* (2004: 8), přičemž doporučuje „pohlížet na protokol v jeho politickém smyslu, jako na pseudoideologickou sílu, která má vliv na skutečné lidské životy“ (tamtéž: 81). Galloway tak zpochybňuje představu, že distribuované, nehierarchické počítačové sítě postrádající centrální autoritu jsou mocensky neutrální. Skutečnost, že protokoly strukturují způsob, jímž fungují počítačové lokální i globální sítě a současně vymezují způsoby jednání v rámci těchto sítí, odkazuje k jejich mocenskému rozměru – protokol v tomto přístupu sehrává roli analogickou té, kterou přiznává Foucault (1994) diskurzu. Kontrola vykonávaná protokolem tak je nikoli explicitním dohledem nebo „prostou manipulací, ale spíše usměrněním“ (Galloway – Thacker 2007: 35). Protokol administruje, protokol definuje technologické a komunikační standardy, protokol povoluje či zakazuje přístup k síti konkrétním technologiím i lidským aktérům; protokol je nástrojem i zdrojem řádu, přičemž tento řád zahrnuje a podřizuje si jak materiální objekty, tak společenské subjekty. Zásadní v tomto ohledu – stejně jako u Lessiga – je, že protokol je (jako jedna z forem kódu) vyjednaný, institucionalizovaný, a že jeho kontrolní moc má nejen technologický, ale i politický rozměr (Thacker in Galloway 2004: xii).

## Textualita nových médií

Jak vyplývá z výše formulované definice technologických vlastností nových médií, je jimi nesená textualita v první řadě charakterizovatelná svou otevřeností, co se forem týče. Zatímco klasická média jsou definována (mimo jiné) tím, jaký distinktivní typ textuality nesou, nová média v tomto ohledu zůstávají zřetelně flexibilní. V závislosti na konkrétních hardwarových rozhraních, na vlastnostech kódu a na konkrétních kapacitních a výkonnostních vlastnostech toho kterého artefaktu mohou nést a reprezentovat textové, obrazové, zvukové, audiovizuální i hmatové obsahy. To dále vyřazuje jednu ze skutečností naznačených již v souvislosti s technologickými

82 Toto dobře ilustruje například kauza čínské cenzury vyhledavače Google, který v Číně blokuje všechny dotazy týkající se těch politických a náboženských témat, jež jsou z pohledu čínského systému nebezpečná. K problematice srv. Macek 2006; Goldsmith – Wu 2008.

vlastnostmi nových médií – o nových médiích je nutno hovořit vždy v plurálu, vždy s ohledem na jejich mnohost, rozmanitost a proměnlivost, neboť se jedná o pole vymezené nikoli konkrétní konfigurací technologického artefaktu a textuality, ale toliko základní technologickou platformou.

V souvislosti s textuálitou nových médií se vynořuje několik témat, jež z řady důvodů, k nimž se postupně vrátíme, není možno považovat za témata spjatá výlučně s novými médii. Tato témata nicméně v diskuzi o vlastnostech nových médiích a jejich textuálitě zřetelně rezonují a zásadně celou debatu o nových médiích formují. Důvod je, jak uvidíme, nasnadě – jsou to právě nová média a jejich technologické vlastnosti, jež dovolují realizovat a zvýraznit některé rysy textuality, jež byly v kontextu masových médií a tisku jednak nezřetelné, jednak naplnitelné jen se zjevnými limity. Dále diskutovaná témata tak můžeme chápat jako jedny z linií podtrhujících rozdíly mezi klasickými a novými médii.

Těmito tématy jsou již zmíněný *kybertext* a *vrstevnatost textuality*, *hypertextualita*, *interaktivita* a *formální konvergence* a *remediace*.

### **Vrstevnatost, virtualita a kmitající označující**

Výše nastíněná teorie kybertextu (Aarseth 1997) pomáhá nahlédnout jednu z důležitých textuálních vlastností nových médií – textualita nesená novými médii je vrstevnatá, což je skutečnost, jež má několik zásadních důsledků.

Se svým rozlišením textonu a skriptonu a poukázáním na vrstevnatost textuality nových médií se Aarseth dotýká problematiky, kterou v diskuzi o nových médiích o něco dříve otevřel již Pierre Lévy (1998 [1995]). Lévy, v předchozích kapitolách zmiňovaný jako jeden z předních utopizujících teoretiků devadesátých let, se totiž ve svých textech věnuje nejen ohlašování nástupu kolektivní inteligence a celoplanetární kyberkultury (což jsou témata, v souvislosti s nimiž se mu dostalo ostře kritických ohlasů), ale i virtualitě – přičemž v této souvislosti se drží ve výrazně věcnější argumentační poloze. Lévy termín *virtuální*, který se v každodenním jazyce stal synonymem nereálného, falešného, rehabilituje – a oproti zaužívanému chápání toho slova staví význam původní, filozofický.

Ve scholastické filozofii je virtuálním to, co existuje spíše potenciálně nežli aktuálně. Virtuální *směřuje* k aktualizaci. [...] Strom je virtuálně obsažen v semeni. Virtuální by tedy, přísně vzato, nemělo být stavěno do

protikladu k reálnému, ale k aktuálnímu, s tím že virtualita a aktualita jsou jen dvěma rozdílnými formami bytí.

(Lévy 1998: 23)

Takto definovaná dvojice termínů virtuální/aktuální je využitelná nejen například k popisu vztahu struktur a jednání, s nimiž pracuje teorie strukturace, a strukturalisticky pojatého jazykového systému (langue) a promluvy (parole), ale i, jak Lévy dokládá, k popisu vztahu mezi digitálními daty a reprezentací objektů nových médií. Digitální kód má virtuální povahu a médiiem je v komputačním procesu aktualizován do podoby mediálního objektu – a naopak je například aktuální obraz v procesu digitalizace virtualizován do podoby digitálních dat. Digitální kód je z tohoto pohledu virtuálním rezervoárem jak možného výkonu počítače (kód, jak jsme viděli, předurčuje, co daný stroj případně může dělat), tak percipovatelného textu (v nejširším slova smyslu – může kódovat písmo i vizuální a audiální obsahy) i potenciálního uživatelského jednání (ve virtuální podobě nese konkrétní nástroje, jako například textový editor). Lévy touto argumentací dochází k podobným závěrům jako autor teorie kybertextu: i když je konkrétní aktualizace nezpochybnitelně odvislá i od aktivního zásahu subjektu, vztah mezi novým médiem a čtenářem je vztah formovaný rovněž vlastnostmi strojem neseného virtuálního kódu (zde by Aarseth řekl *textonu*), jež vymezují pole možných aktualizací (Aarsethovými slovy podob *skriptonu*). Lévy tak, stejně jako Aarseth, poukazuje na skutečnost, že se v nových médiích setkává formální logika strojového jazyka s kulturní logikou uživatele.

K teorii kybertextu se v tomto smyslu vyjadřuje literární teoretička N. Katherine Haylesová (1999, 2000). V souvislosti s textualitou nových médií předně upozorňuje na jednu její specifickou vlastnost, která jednoznačné, esenciální rozlišení textonu a skriptonu komplikuje – Haylesová konstatuje, že „technologická“ vrstva textu, kód, je sama otevřená čtení ze strany uživatele. Vztah textonu a skriptonu je proto nutně situační, respektive je definován aktuální pozicí čtenáře vůči danému řetězci kódu.

V digitálním počítači texton odkazuje k napětím, k řetězcům binárního kódu, nebo k programovému kódu, a to v závislosti na tom, kdo je „čtenářem“. Skriptony budou vždy zahrnovat zobrazení na obrazovce, ale rovněž jakýkoli kód viditelný uživateli, který je schopný vstoupit do různých úrovní kódu.

(Hayles 2000, online)

Zápis webové stránky v kódu html tak může být v jednom okamžiku textonem (a to tehdy, čte-li čtenář tuto webovou stránku tak, jak ji zobrazuje webový prohlížeč, čili je-li skriptonem stránka otevřená v prohlížeči) a v jiné situaci může být tento zápis

sám skriptonem (a to tehdy, je-li – v textovém editoru nebo v některém z programů určených pro editaci a tvorbu webových stránek – čten přímo html zdroj).

To odkazuje k poměrně zásadní vlastnosti textuality nových médií, která z tohoto pohledu nutně zahrnuje i samotný kód v tom smyslu, jemuž jsem se věnoval výše. *Textualita nových médií je mnohvrstevnatá* – zahrnuje řadu úrovní textonů (jež v případě webové stránky na jedné straně začínají strojovým kódem a na straně druhé vrcholí například zdrojem zapsaným v html) a je završena skriptonem (zobrazením webové stránky v prohlížeči na displeji nového média), přičemž prakticky kterákoli textonová vrstva se s ohledem na pozici čtenáře/autora může dostat do pozice skriptonu. Kód jedné vrstvy je přitom navíc kontinuálně překládán do kódu vrstvy navazující. Důsledkem toho podle Haylesové (1999: 29–31) je, že s novými médii přichází kvalitativně nová forma označování. Haylesová upozorňuje, že

[...] informační technologie fungují v rámci prostředí, v němž je označující otevřeno bohaté vnitřní hře s odlišností. Označující nemůže být v informatice nahlíženo jako jednotlivý znak, například znak vytištěný na stránce. Existuje spíše v podobě flexibilního řetězce znaků provázaných arbitrárními vztahy určenými prostřednictvím příslušných kódů. [...] Označující z jedné úrovně se na další, vyšší úrovni stává označovaným. Právě proto, že je vztah mezi označujícím a označovaným na každé z těchto úrovní arbitrární, lze jej změnit prostřednictvím jediného souhrnného příkazu.

(Hayles 1999: 31)

Haylesová v této souvislosti hovoří o *kmitajícím označujícím* (*flickering signifiers*), kterýmžto konceptem jednak explicitně navazuje na Lacanovo pojetí plovoucího označujícího<sup>83</sup> a současně – byť spíše implicitně – poukazuje na to, že symbolická logika strojového textu se odlišuje od logiky textu kulturního.

Lacanova analýza znakového systému neseného klasickými médii odhaluje rozvolněnost vztahu mezi označujícím a označovaným, za níž stojí „...absence označovaných jako věcí o sobě a současně absence stabilního vztahu mezi označujícími“ (tamtéž).

83 Lacan si podle Chandlera tento termín vypůjčuje od Lévi-Strausse a extrapoluje jím saussurovskou tezi o arbitrárním vztahu označujícího a označovaného – vztah mezi označujícím a označovaným může být ve své kontextuální podmíněnosti natolik volný a nestálý, že pod označujícím, v závislosti na konkrétním kontextu, mohou proplouvat různá označovaná a význam znaku tak situačně variuje. Daniel Chandler poznamenává, že Lacan přiznává primát označujícímu, a Lacanovo pojetí plovoucího označujícího dokresluje slovy: „Jacques Lacan dokonce velebí Carrollova Valihracha jako ‚pána označujícího‘, a to za jeho zvolání ‚když já řeknu slovo, tak to slovo znamená, co jen já chci, aby znamenalo – nikdy víc ani méně“ (Chandler 1994: kap. „Modality and Representation“).

Tato dvojitá absence se však ve světě zvrstvených kódů komplikuje – potkává se zde totiž jazyk lidský s kódem strojové procedury, jazyk žité kultury s jazykem logických a jednoznačných instrukcí a algoritmů, a tak zatímco v rovině čtenářského kontaktu se skriptem se situace dle všeho nikterak neproměňuje (proces označování a recepce zde pochopitelně zůstává sociální praxí a je závislý na konvenčním přiřazování významu znakům), v textonických, strojových vrstvách kódu mezi označujícím a označovaným vládou pravidla zcela odlišná. Označující a označované zde sice jsou svázány arbitrárně, ale proces označování zde nemá podobu sociální praxe, ale strojové procedury. Vztah označujícího a označovaného v textonické vrstvě není volný v tom smyslu, že by umožňoval otevřenou, „nestabilní“ interpretaci – vztah označujícího a označovaného je zde sice kmitající (tedy dynamický, proměnlivý), ale současně je zřetelně definován jako jednoznačná konfigurace kódu, jako řetězec logických vazeb, v němž není prostor pro mnohost „významu“, a fakticky ani pro význam jako takový.

Z tohoto důvodu není patřičné ani možné směšovat proces označování probíhající na úrovni vztahu čtenáře a textu na jedné straně a na straně druhé proces označování probíhající na úrovni strojových vrstev textuality nových médií – jde o procesy odlišné. Což jen zdůrazňuje potřebu odlišit strojovou a kulturní vrstvu textuality. Strojová vrstva textuality, kód, nám díky povaze kmitajícího označujícího umožňuje pochopit důsledky strojově kontrolovatelné konfigurativnosti textu, což mimo jiné umožňuje otevřít diskuzi o hypertextu. Kulturní vrstva textuality pak odkazuje k procesu kódování a dekodování, tedy ke kulturní produkci a recepci textuality, jež ani v prostředí nových médií nemohou být redukovány na významově nestranné, neideologické a nediskurzivní, z kulturních kontextů vytržené aktivity.

## **Hypertext**

Koncept hypertextu – textu stavěného do kontrastu vůči statické, lineární textuality reprezentované klasickými tištěnými a elektronickými médii – patří k těm tématům, jež v souvislosti s novými médii patří mezi témata notoricky známá, ale s novými médii jsou spojena svým způsobem druhotně. Nová média – díky digitální povaze jimi nesených obsahů a z ní vyplývající vrstevnatosti a strojově kontrolovatelné konfigurovatelnosti textu – ve vztahu k hypertextu sehrávají roli nástroje, jež umožňuje původně teoretický projekt nové textuality realizovat.

Sama idea hypertextu, jak dokumentují například George P. Landow (1998, 2006), Jay David Bolter (2001) a Sergio Cicconi (1999), vzniku nových médií předchází, přičemž vyvěrá ze dvou inspiračních zdrojů, jež mají kořeny v polovině minulého století: na jedné straně z pragmaticky motivovaných technologických pokusů o nalezení nového modelu organizace vědomostních a knihovnických zdrojů



iniciovaných pracemi Vannevara Bushe, Theodora H. Nelsona a Douglase C. Engelbarta,<sup>84</sup> na straně druhé pak z kritické strukturalistické a poststrukturalistické teorie textu, již nabídli například Roland Barthes (2007 [1970]), Jacques Derrida (1981 [1972]), Umberto Eco (2005 [1990]) a Michel Foucault (2002 [1969]).

Současný pohled na hypertext, jak jej shrnují zmínění teoretici Landow, Bolter i Cicconi, ony dvě inspirační linie integruje – technologický vývoj hypertextových aplikací a rozhraní, který od sedmdesátých let 20. století sílil v návaznosti na šíření osobních počítačů a jenž byl počátkem let devadesátých svým způsobem završen uvedením world wide webu, zřetelně rozvíjel iniciační Bushovy, Nelsonovy a Engelbartovy vklady, jež diskuzi o hypertextu současně poskytly základní konceptuální výbavu; kritická teorie se pak zřetelně promítla do literárněvědné reflexe nové textuality a do zasazení problematiky hypertextu do širších souvislostí společenských věd a humanitních oborů.

Jako *hypertext* je označován nelineární, nesequenční text, jehož základními stavebními kameny jsou lexie (diskrétní bloky textu) a linky, jimiž jsou lexie (jednosměrně nebo obousměrně) propojeny.<sup>85</sup> V ideální podobě je hypertext decentralizovaný a nehierarchizovaný – žádná z lexii není organizačním středem hypertextu a organizace čtení je plně v rukou čtenáře, který prostřednictvím linků prochází od lexie k lexii a každým čtením tak vytváří novou, unikátní linii textu, jehož centrum vždy nově sám definuje. V rámci ideálního hypertextu se navíc prolínají role autora

84 Vannevar Bush ve svém textu „As We May Think“ (Bush 1945) navrhl nový způsob organizace (primárně vědeckých) textů, založený nikoli na hierarchické tematické kategorizaci a abecedním řazení vstupů, ale na principu vytváření asociativních spojení. Přestože Bush pracoval s představou mechanického propojení mikrofilmů (systém označil jako *Memex*), svým přístupem předznamenal a inspiroval týmy vedené Nelsonem a van Damem (Brown University) a Engelbartem (Stanford Research Institute), kteří o dvě dekády později poprvé úspěšně přenesli Bushovu ideu do prostředí digitálního počítače. Theodor H. Nelson, zabývající se problematikou počítačově mediované komunikace, přichází v polovině šedesátých let v návaznosti na Bushovu práci s koncepcí *hypertextu* a *hypermédií* (Nelson 1965), kterou pod vedením technologa Adriese van Dama uvádí do praxe v podobě projektů Hypertext Editing System (1967) a File Retrieval and Editing System (1968). Douglas Engelbart, který se rovněž odvolává na inspiraci Bushovým Memexem (2003 [1962]), vyvíjel se svým výzkumným týmem mezi lety 1962–1968 kolaborativní počítačové rozhraní oN-Line System, při jeho uvedení byla představena nejen řada později standardně používaných technologických řešení (e-mail, myš, telekonference, sdílení dokumentů), ale právě i první plně funkční hypertextové rozhraní. K historii hypertextu podrobněji viz Kobíková 2003, Koskimaa 2000; Mezihorák 1998; Abrams 1998; Nelson 1997, 1998; Cicconi 1999; Landow 2006.

85 Barthesův termín lexie, označující jednotku četby (Barthes 2007: 26–27), začal v souvislosti s hypertextovými bloky používat George P. Landow (1998). Autorem termínu *hypertext* pak je Theodor Nelson (1965). v případě, že jsou lexie tvořeny audiálními, obrazovými a audiovizuálními texty, navrhuje Nelson označovat takový hypertext jako *hypermédiium*. S ohledem na široké pojetí textuality, které v návaznosti na francouzskou teorii dnes v mediálních studiích i studiích nových médií převládá, si tento druhý termín nicméně dovoluji považovat za redundantní.

a čtenáře – a to jednak proto, že čtenář je tvůrcem aktuální čitelné konfigurace lexii, a zároveň proto, že čtenář ideálního hypertextu sám může dokumentové univerzum, jež je virtuálním zdrojem aktuálních hypertextových čtení, doplňovat o nové linky a nové lexie a pole textuálních aktualizací tak rozšiřovat o vlastní obsahové a organizační prvky. Jsou to právě tyto vlastnosti, které vedou ke spojování tématu hypertextu s francouzskou kritickou teorií:

Pro Landowa a další se hypertext stal elektronickou realizací poststrukturalistické teorie. Řada vlastností, které poststrukturalisté spojovali s tiskem – nestálost a intertextualita textu, ztráta autority autora a proměna vztahu mezi autorem, textem a čtenářem –, byla v počítači doslova či funkčním způsobem naplněna.

(Bolter 2004: 19)

Reálná implementace hypertextu v prostředí internetu se od ideálního modelu nicméně může v řadě ohledů odlišovat – a většinou také odlišuje. Jak ukazuje například Zuzana Kobíková (2003), naplněnost „hypertextového ideálu“ je v prostředí webu v kompromisním vztahu s centralizovaným modelem masového média. Portály, jako jsou například český Seznam a Centrum či mezinárodní Yahoo, jsou zřetelně centralizované a hierarchizované, příčinou čehož je ekonomická i organizační pragmatika provozovatelů webových služeb.<sup>86</sup> a nakonec i „hypertextovému ideálu“ nejbližší projekty, jako je například kolaborativní Wikipedia, částečně pracují s hierarchickou, centralizovanou strukturou hypertextu a s jednosměrným linkováním. Radikálně decentralizovaný a nehierarchický, důsledně obousměrně linkovaný a asociativně organizovaný hypertext, jak jej prosazuje Nelson (1998), tak je zatím spíše intelektuální fikcí – anebo spíše normativním konceptem než analytickým popisem textuality nových médií.

### **Interaktivita**

Koncept interaktivity je s rozpravou o konfigurovatelném hypertextu zřetelně provázán. Odkazuje totiž k manipulovatelnosti a konfigurovatelnosti obsahů nových médií a k prolínání rolí autora a čtenáře. Přehledné kritické shrnutí diskuze o interaktivitě nabídl Rob Cover (2007), který odmítá čistě technologicky orientované

86 Webové portály jsou tím, že zdrojem jejich příjmů je reklama zobrazená uživatelům, motivované k tomu, aby uživatele udržely v hranicích svého systému, a současně se snaží své prostředí podřídit zažitým organizačním konvencím, k nimž v západní kultuře hierarchická struktura obsahů a témat nepochybně patří.

definice a typologie interaktivity a současně předkládá definici, jež na interaktivitu pohlíží jako vlastnost nikoli technologickou, ale textuální.

Příkladem svým způsobem klasických, technologických definic interaktivity, jež v kritickém duchu Cover zmiňuje, jsou ty, s nimiž přišly Lelia Greenová (2002) a Sally McMillanová (2002) a které v zásadě odpovídají pojetí interaktivity převládajícímu v mediálních studiích.<sup>87</sup>

Greenová (2002) jako interaktivní definuje takovou mediální technologii, která ke své uspokojivé funkčnosti vyžaduje aktivní jednání ze strany uživatele – tedy aktivní zpětnou vazbu. Výtkou, jež se vůči takovému pohledu na interaktivitu nabízí, je nábídní: každé médium vyžaduje jistou formu zpětné vazby a je jen otázkou další definice, co znamená ona „interaktivní“ aktivita ze strany uživatele a kde je (nutně arbitrární) hranice mezi dostatečnou a nedostatečnou aktivitou. Pokud Greenové koncept o takovou rozšiřující definice nedoplníme a připustíme, že i přepínání televizních kanálů nebo přejížení záznamu na VHS nebo na DVD je aktivitou (k tomuto například směřuje i McQuail, který konstatuje, že větší množství kanálů u satelitní televize v důsledku znamená zvýšení interaktivního potenciálu samotné televize, viz McQuail 1999: 47), pak se tato definice ukazuje být natolik širokou, že zahrnuje prakticky jakékoli užití jakéhokoli média. a pakliže přistoupíme i na tezi, že aktivitou je i interpretace, pak interaktivita absentuje pouze tam, kde absentuje divák...

McMillanové (2002) definice je v tomto ohledu poněkud sofistikovanější – nabízí totiž typologii forem interaktivity, jež je odvozená z klasifikace telekomunikačních služeb, kterou navrhli Jan L. Bordewijk a Ben van Kaam (1986), a jež zahrnuje *alokuci* (masový model komunikace, kdy centrální vysílatel oslovuje periferní příjemce), *konzultaci* (oslovení média uživatelem, zahrnující například hledání v databázi), *registraci* (k níž dochází tehdy, když technologický systém shromažďuje informace o uživateli a například v současných internetových vyhledávacích je užíván při zpětnovazebném přizpůsobování média uživatelským vzorcům jednání) a *konverzaci* (zahrnující technologicky mediovanou interakci mezi dvěma subjekty). Cover ovšem dodává, že tato typologie nepokrývá takové typy interakce s médiem, které známe například z počítačových her a jež počítají s komplexní kontrolou uživatele/diváka nad podobou výsledného technologicky mediovaného textu. a poznamenává, že „definice Greenové i McMillanové se při charakterizování toho, co lze považovat za interaktivitu, jako na ústřední kritérium odvolávají na strukturu a uspořádání technologie nebo média“ (Cover 2007: 197).

Cover oproti tomu – v návaznosti na Shezafa Rafaeliho a Fay Sudweeksovou (1997) – navrhuje interaktivitu definovat nikoli jako technologickou vlastnost média,

87 Soudě alespoň dle nástinu definice, který nabízí kanonický uspořadatel (myšleno nikoli ironicky) Denis McQuail (1999: 47).

ale jako fenomén spojený s textualitou a komunikací. Rafaeli a Sudweeksová interaktivitu chápou jako vzájemnou vazbu dvou po sobě jdoucích, na sebe navazujících sdělení, přičemž míra interaktivity je tím vyšší, čím provázanější tato sdělení jsou. Cover na základě tohoto argumentu konstatuje, že interaktivita není ničím jiným nežli (kulturně podmíněnou) participací jednoho subjektu (čtenáře) na naraci vytvořené jiným subjektem (autorem) nebo objektem (strojem).

Selektivita média zde hraje sice důležitou, ale pouze zprostředkující úlohu. Tištěná kniha je svou strukturou zjevně méně nakloněná zásahu do autorem uzavřeného textu než text digitalizovaný, ale její narace – jak ukazují umělecké hry s koláží nebo jak naznačuje večerní čtení pohádek, jež bystřejší malí posluchači s oblibou doplňují o vlastní narativní vstupy – nakonec interaktivitě přece jen otevřená je. Nová, digitální média jsou zkrátka pro interaktivní zacházení s textovou narací technicky lépe uzpůsobená, ale sama zdrojem interaktivity nejsou.

Jde o to, že *tato* forma digitální interaktivity je vrcholem mnohem staršího a stále probíhajícího sporu ohledně kontroly nad textem, *jako kdyby* text byl v momentě své distribuce dokončeným, jednotným a koherentním celkem.

(Cover 2007: 199)

Interaktivita tak je současně odrazem mocensky laděného, historicky a kulturně proměnlivého vztahu mezi autorem, textem a čtenářem, čímž Cover odkazuje ke kontextuální dimenzi nových médií, v níž se spor o kontrolu nad textem (a tedy míru interaktivity) rodí a v níž i nakonec je (a bude) rozhodován, jak ukazuje v současnosti probíhající debata o autorských právech.

### ***Konvergence forem a remediace***

V souvislosti s vlastnostmi digitálně kódovaných dat lze na nová média nahlížet jako na média bytostně hybridní. Jednak umožňují simulovat starší mediální formy, což je zřetelné například při současné produkci tištěných médií či rozhlasu a televize, jejichž produkční fáze – zahrnující sazbu textu nebo záznam, střih a postprodukcii zvuku a obrazu – je nejpozději od druhé poloviny devadesátých let 20. století plně komputerovaná. a jednak jsou otevřena setrvalé konvergenci nejen po strukturální či materiální stránce,<sup>88</sup> o čemž jsme hovořili výše, ale i po stránce formální – v rozmanitých konfiguracích totiž spojují a modifikují formální znaky starších médií

88 V tomto smyslu konvergenci definují například de Sola Pool (1983), Rice (1999), Allen (2008) či van Dijk (2006).

a dalších nových médií, přičemž rozmlžují a rozrušují hranice, jež by mohly pomoci substanciálně a jednoznačně jednotlivá média ohraničit a vymezit. Současně jsou nová média ve své mnohosti a konvergentnosti bytostně nestálá a fluidní – jsou předmětem permanentní změny, spočívající v přebírání, propojování a inovaci stávajících formálních konvencí. Webová stránka v devadesátých letech 20. století přebírá konvence tiskových médií a postupně je obohacuje o prvky médií audiovizuálních. Videoportály – jako YouTube nebo Vimeo – si vypůjčují některé znaky televize i videa, stejně tak jako vyhledávacího portálu a knihovnické báze. Mobilní telefon přebírá, rozšiřuje a postupně i opouští rysy svého stacionárního předchůdce a přijímá rysy počítače – logika sluchátka se protíná s logikou počítačového rozhraní, jež v sobě (s odkazem na „intuitivnost“, a tedy opět na kulturní konvence) zahrnuje starší rozhraní psacího stroje a psacího stolu a poznámkového bloku. a internetová telefonie prvky telefonie mobilní i stacionární do tohoto rozhraní přímo přenáší a doplňuje je o prvky chatové komunikace. Mapy ze serverů Google, Bing nebo z českého Seznamu pracují s konvencionalitou map tištěných – a tu propojují s logikou navigačních zařízení a tištěných bedekrů... a ty překládají z webového prohlížeče do rozhraní mobilního telefonu.

Právě hybridní povahu nových médií i logiku formální konvergence sleduje teorie *remediace*, kterou zformulovali Jay David Bolter a Richard Grusin (1999; česky částečně 2005).<sup>89</sup> Za remediaci označují logiku vztahů mezi staršími a novými médii, přičemž jádrem jejich teorie je předpoklad, že média si od sebe vypůjčují (remediují) jednotlivé formální i obsahové prvky. Proces remediace není podle autorů ani lineární, ani jednosměrný – remediace tedy probíhá nejen směrem od staršího média k novějšímu, ale i naopak (jako příklad uvádějí Bolter s Grusinem situaci, kdy tištěné deníky a televizní zpravodajství přebírají fragmentaritu webových zpravodajských portálů). Klíčem k remediaci je přitom právě konvencionalita mediálních forem, která má, jak Bolter s Grusinem zdůrazňují, kulturní rozměr – nová média a jejich reprezentace textuality jsou konstruovány a rekonstruovány tak, aby odpovídaly kulturně již ustaveným, zažitým způsobům organizace a užití mediálních obsahů. Remediace tak odkazuje ke kulturně kotvené pragmatice – spolu s remediací konkrétních prvků jednoho média do druhého dochází i k přenosu „intuitivnosti“ a „důvěryhodnosti“ těchto prvků čili praktického vědění nutného k jejich užití (respektive užití média jako takového).

---

89 Termín remediace používá ve vztahu k médiím i Paul Levinson (1997). Jeho termín nicméně neodkazuje ke konvencionalitě mediálních forem – Levinson, rozvíjející McLuhanovy (1991, 2000) teze o povaze a vývoji médií, své pojetí remediace formuluje jako mediocentrické vysvětlení technologického (mediálního) pokroku. Remediace v Levinsonově případě označuje lineární evoluční proces, během nějž nová média přijímají a zdokonalují principy starších médií.

Bolterova a Grusinova analýza remediálních strategií má zřetelně historický rozměr, zasahuje hluboko před vznik samotných nových médií. Remediacce je proces, který doprovází a doprovázel vznik a vývoj všech historických mediálních forem. „[T]ato nová média činí totéž, co jejich předchůdci: prezentují se jako přepracované a vylepšené verze jiných médií,“ poznamenávají Bolter a Grusin (1999: 14). Remediacce se dotýká všech médií – médium vždy remediuje jiná média.

Každý akt mediace závisí na jiných aktech mediace. Média se setrvale a navzájem komentují, reprodukují a nahrazují, což je proces, který je médiím vlastní. Média se navzájem potřebují, aby jako média mohla vůbec fungovat.

(Tamtéž: 55)

Aby ve své analýze remediace – jež je, jak autoři konstatují, inspirována Foucaultovým pojetím genealogie (Foucault 1994) a je rozkročena mezi uměnovědnými a mediologickými diskurzemi – Bolter a Grusin zachytili vývoj médií jako kulturních forem (což je moment, v němž se důsledně rozcházejí s McLuhanem, vůči němuž svůj text implicitně vymezují), vracejí se až do období středověku a renesance. Teorii remediace je tak možno považovat za jeden z prvních a do značné míry úspěšných pokusů o komplexnější, historizující uchopení problematiky nových médií (srv. např. Baatens 2004).

Teorie to ovšem není zcela neproblematická. Její slabinou je jednak (poněkud paradoxně vzhledem k tomu, že se její autoři odvolávají na Foucaultovu genealogickou metodu) jen zcela minimální reflexe fenoménu moci a současně jistá rozvolněnost, s níž autoři pod své pojetí remediace zahrnují zjevně disparátní jevy a procesy – snaha o co nejširší, obecný záběr teorie (jenž se poeticky odráží i v podtitulu jejich monografie, který zní *Understanding New Media*) vede autory k tomu, že jako remediaci označují v nejobecnější rovině jakoukoli reprezentaci jednoho média druhým (srv. Bolter – Grusin 1999: 44–46). Jako remediaci tak chápou i filmovou adaptaci románové narace nebo prosté zobrazení média médiem, což nutně vede k otázce, kde je hranice jejich konceptu. Vztahuje-li se Bolterovo a Grusinovo chápání remediace i na narativní struktury a na prosté ikonické zobrazení jednoho média jiným, lze již s obtížemi hovořit pouze o „formální logice“ a přebírání konvencí a současně se poněkud komplikuje „negativní definice“ – tedy odpověď na otázku, co *není* remediace.

Ponecháme-li ovšem tuto výtku v závorce a remediaci budeme chápat právě v zúženém smyslu jako formální logiku vztahů mezi mediálními formami (což je pojetí, k němuž se Bolter de facto vrací i v druhém vydání své monografie *Writing Space*, srv. Bolter 2001: 23–26), pak lze přijmout tvrzení, že „remediace je určující vlastností

nových digitálních médií“ (tamtéž: 45). Všechna média sice remediují, leč s ohledem na výše řečené – s ohledem na hybridní, otevřenou povahu nových médií a s přihlédnutím k hypermediální povaze části jimi nesených obsahů a ke schopnosti nových médií simulovat starší, nedigitální mediální formy – je zřejmé, že remediační proces je v případě nových médií zjevně intenzivnější, než tomu bylo u starších médií, a že právě rozšířená schopnost remediovat a inkorporovat jiné mediální formy (čili různé formy textuality) je jednou z vlastností, které nová média odlišují od starších, statictějších mediálních technologií.

### ***Textuální vlastnosti nových médií***

I přes zřetelnou terminologickou košatost diskuze o textuálních vlastnostech nových médií je shrnutí, které je třeba učinit, poměrně jednoduché – a takové nakonec musí být, pakliže nemá utonout v opakovaném výčtu konceptů a jejich variací.

Textuální vlastnosti nových médií jsou umožněny materiálními a nemateriálními technologickými vlastnostmi těchto médií, ale konstituují oproti nim specifický soubor charakteristik, v nichž se povaha technologického artefaktu setkává s kulturními konvencemi – vymezují totiž vlastnosti struktur strukturujících možné formy čtenářských a uživatelských aktivit publik nových médií.

Textualita nových médií je, jak bylo ukázáno, primárně definována svou *vrstevnatostí, konfigurovatelností a formální konvergentností*. Zatímco vrstevnatost charakterizuje všechna nová (digitální) média, konfigurovatelnost a formální konvergentnost jsou vlastnostmi, kterými nová média mohou, ale nutně nemusí disponovat.

1. *Vrstevnatost textuality* nových médií je předpokladem dalších dvou klíčových vlastností a přímo odkazuje k technologickým vlastnostem digitálních médií. Vrstevnatost odkazuje k tomu, že tato textualita sestává:
  - a) z textonových vrstev kódu podřizujících se formální logice strojové procedury
  - b) a skriptonových vrstev interpretovatelného textu aktualizovaných v interakci lidského aktéra a stroje a otevřených naopak kulturní logice označování,
  - c) přičemž zatímco čtenářský vstup na úroveň kulturně konvenčního skriptonu vyžaduje primárně praktické vědění odvozené ze znalosti kulturního světa „mimo stroj“ (tedy gramotnost, znalost konvencí filmové narace atd.) a je spojen s užitím nového média *jako textu*, vstup do hlubších strojových vrstev vyžaduje znalosti expertní a je spojen s užitím nového média *jako stroje*.

2. Vztah strojové a kulturní vrstvy ustavuje potenciální *konfigurovatelnost* textuality nových médií, která implikuje specifické čtenářské aktivity: aktuální skriptonická vrstva textu může mít podobu více či méně unikátní textové konfigurace, jež je důsledkem konkrétní interakce mezi čtenářem a mediální technologií. Ať už má taková konfigurace podobu hypertextu (který lze chápat jako čtenářem konfigurovaný řetězec diskrétních lexíí vybíraných z virtuálního textového rezervoáru a spojených buď před procesem čtení nebo během něj utvářenými vazbami), nebo například počítačové hry, vždy se jedná o ergodické texty (Aarseth 1997), tedy texty charakteristické nelinearitou a vyžadující zpětnovazebnou aktivitu uživatele.
3. *Formální konvergentnost* pak odkazuje v technotextuální rovině k nestranosti digitálního kódu a strojově-kulturní dualitě vrstevnaté textuality – nová média mohou díky otevřenosti strojové procedury simulovat principiálně jakákoli starší, nedigitální média.<sup>90</sup> Současně formální konvergentnost odkazuje k rovině kontextuální (ke konstitutivním pravidlům kulturního milieu) a k rovině jednání (k institucionalizované, konvenční povaze užití médií), a to v tom smyslu, že simulace starších médií má podobu remediace formálních konvencí a současně kulturně podmíněného prolínání konvenčních, formálních prvků těchto starších médií.

## Užití

Je vcelku pozoruhodné, že byť právě dimenzi užití nových médií byla a je dílčími empirickými studii věnována patrně nejextenzivnější pozornost (Mansell 2004; Carey 2005; Gauntlett 2007), je právě tato oblast patrně nejméně systematizovanou a nejvíce nepřehlednou. Příčinu této situace naznačuje v empirické studii *Internet Society: The Internet in Everyday Life* Maria Bakardjieva (2005): rozptyl možných užití nových médií i motivů k jejich užití je enormní a soustředěnému pohledu se proto na první pohled poněkud vzpírá. Zatímco v případě televize například Silverstone (1994) hovoří o jediném, relativně málo variabilním médiu, Bakardjieva v případě nových médií mluví o užití v plurálu. Jak ostatně naznačila předchozí část této kapitoly – otevřená, rekombinační, hybridní textuální povaha nových médií ve spojitosti s jejich velmi variabilními technologickými vlastnostmi otevírá velmi široké pole selektivity, a tedy i možného (a skutečně realizovaného) jednání. Na tomto

90 V textuálním prostředí nových médií tak mizí jednoznačná technologická hranice mezi jednoznačně odlišitelnými mediálními formami a Lievrouwová a Livingstoneová proto hovoří o rekombinační a hybridní povaze nových médií. (Lievrouw – Livingstone 2002b: 7–8.)



místě tedy nemám ambici předložit vyčerpávající nomenklaturu možných forem užití (něco takového považuji za zbytečné i nemožné), ale spíše orientuji svou pozornost na ty formy jednání, jež jsou relevantní z pohledu mediálních studií, a naznačuji způsob, jak (s oporou ve výše nastíněných teoretických východiscích) tyto formy jednání otevřít systematictější pojetému zkoumání.

Dílním závěrem, který předjímá následující výklad, přitom je, že užití nových médií má charakter *sociálně institucionalizovaného jednání*, tedy mediálních prací strukturovaných selektivitou užitého média a kontextuálními strukturami, přičemž mediální technologie je užitím *dvojitě artikulována* – a to jako text a současně jako konzumovaný objekt. Zároveň ukazují, že mediální praxe navázané na konkrétní nová média nelze zkoumat izolovaně, bez ohledu na praxe spojené s dalšími novými i staršími, tedy elektronickými a tištěnými masovými médii – mediální praxe a techno-textuální artefakty jsou totiž mediálními publiky / uživateli v rovině každodennosti organizovány do *mediálních celků*.

Specifikem nových médií přitom je, že v jejich případě sice stále platí *distinkce mezi vysílatelem a publikem*, ale ta již není tak jednoznačná jako v případě masových médií. To souvisí nejen s technologickými a textuálními vlastnostmi nových médií (a tedy jejich velmi proměnlivou selektivitou) a množstvím rozmanitých typů komunikačních kanálů a komunikačních praxí, jež pojem nová média kryje, ale rovněž s probíhající rekonfigurací vztahu mezi veřejným a privátním prostorem (jemuž se pak dále věnuji v podkapitole zabývající se kontextem). Jako možný klíč k vysvětlení přitom nabízím Jenkinsovu (2006) teorii *kultury konvergence* a Longhurstovu a Abercrombieho (1998) teorii *rozptýleného publika*, jež z rozdílných pozic nahlížejí sociokulturní kořeny této důležité proměny publika / uživatelů mediálních technologií.

## **Užití jako sociální instituce**

Dimenze užití je strukturována dvěma druhy struktur, které jsou externí vůči sociálnímu aktérovi – vlastnostmi techno-textuálního artefaktu a současně strukturami kontextu. Zároveň má užití nových médií podobu sociálně konvenčního, institucionalizovaného jednání, což znamená, že je strukturováno rovněž praktickým, sdíleným věděním, jež strukturuje uživatelovy motivace a cíle i jeho reflexi jednání a kterému se jedinec učí v sociální interakci s ostatními. Jinak řečeno: to, „k čemu“ a „jak“ je „správné“ či „obvyklé“ určitý artefakt využít, je sociálně podmíněné – užití artefaktu sice může být dílem individuální a veskrze překvapivé improvizace,<sup>91</sup> ale vět-

91 Ani brilantní improvizace se ovšem nevymkne z hranic selektivity technologického artefaktu (pakliže tedy má jít o užití objektu *jako* technologie). Ve vztahu k jednání prostřednictvím užití artefaktu

šina „obyčejných uživatelů“<sup>92</sup> jedná rutinně a předpokládatelně, anebo se o rutinní zvládnutí artefaktu přinejmenším snaží.

Zastavme se ještě na moment u oné „překvapivé improvizace“. Rutinní, konvenční povaha užití založeného na sdíleném vědění odkazuje (spolu se skutečností, že už sám technologický design je sociálně konstruován s jistými intencemi) k zajímavé a poměrně podnětné paralele, s níž pracují Maria Bakardjiewa (2005) a teoretik vědních a technologických studií Adrew Feenberg (2010). Feenberg v souvislosti se selektivitou artefaktu a potenciální mnohosti jejího naplnění hovoří o interpretační flexibilitě a její mocenské dimenzi a Bakardjiewa upozorňuje na společné rysy tohoto konceptu s Hallovým konceptem kódování a dekodování (Hall 2005). Skutečnost, že „je zde zřetelná souvislost mezi ideou různých dekodování, rozvíjenou britskou školou kulturních studií, a sociálněkonstruktivistickým konceptem interpretační flexibility artefaktu“ (Bakardjiewa 2005: 23), implikuje, že je v zásadě možno hovořit o *preferovaném a aberantním užití*, a to v obdobném smyslu, v jakém Hall hovoří o preferovaném a aberantním čtení. Uzavřený technologický design předpokládající konkrétní, preferované formy užití, tak je v podstatě odkazem k moci tvůrců tohoto designu nad jednáním uživatelů – a naopak aberantní užití, kterým je právě i překvapivá improvizace, je, podobně jako aberantní dekodování, subverzní taktikou „slabých“ vůči strategické moci „silných“ (vypůjčím-li si termíny Michela de Certeau [1984]).<sup>93</sup>

Idea preferovaného a aberantního užití novomediálního artefaktu tak podtrhuje využitelnost konceptu sociální instituce při kritické analýze užití nových médií. Zvýrazňuje totiž jednu z klíčových vlastností sociální instituce – její mocenský charakter, kdy patřičné užití technologie je vymáháno nejen pouze prostřednictvím sociální kontroly, ale i prostřednictvím vlastností konkrétního technologického

---

plati v zásadě ten stejný argument, jaký Umberto Eco (2005: 49–50, 70–71) formuluje ve vztahu k potenciálně neomezené, zcela otevřené interpretaci textů (nekonečnému sémantickému driftu). Eco, vymezující se vůči radikálnímu pojetí otevřené semiózy, tvrdí, že interpretace textu má své meze, jež spočívají v povaze textu samotného – nevíme, jaké čtení je to jedno a jediné správné, ale rozhodně jsme schopni říct, které je nesprávné a nesmyslné. Ekova slova lze ve vztahu k technologii parafrázovat v tom smyslu, že právě tak jako je podezřelá představa neomezeného sémantického driftu, je podezřelý i neomezený drift uživatelský – nevíme, jaké užití technologie je „nejlepší“, ale je zřejmé, která užití „smysluplná“, a dokonce ani možná nejsou.

92 Což je termín, který zavádí Maria Bakardjiewa (2005) proto, aby odlišila rutinního, neexpertního uživatele od uživatele expertního (tedy uživatele disponujícího specifickým expertním věděním a ochotného přistupovat k novým médiím poněkud performativnějším, „neočekávatelným“ způsobem).

93 Feenberg (2010) tyto taktiky, mezi něž ilustrativně řadí například hackerské aktivity, se zjevnou sympatií označuje jako *kreativní uzpůsobení si technologií* (*creative appropriations of technologies*) a považuje je za projevy technické mikropolitiky odporu vůči stabilizaci technologického designu.

artefaktu. Druhou z klíčových vlastností sociálních institucí, kterou je důležité brát v potaz, je pak jejich historický rozměr. Berger s Luckmannem v souvislosti s historií sociální institucí poznamenávají:

Vzájemné typizace činností se vytvářejí v průběhu sdílených dějin. Nemohou vzniknout najednou a z ničeho. Instituce mají vždy svou historii, které jsou výsledkem. Není možné instituci správně porozumět bez pochopení historického procesu, který vedl k jejímu vzniku.

(Berger – Luckmann 1999: 58)

Z institucionalizované povahy užití nových médií tak vyplývají otázky, jež je vhodné přinejmenším implicitně brát při zkoumání uživatelských aktivit v potaz. S některými z nich se dále vyrovnávám v části věnované konceptu *mediální celku*, ale další – a to především ty, jež souvisí s problémem preferovaného užití – nechávám otevřené. Jaká je povaha preferovaného užití? Jak je toto patřičné užití strukturováno technologickými a textuálními vlastnostmi artefaktu a kontextuálními strukturami a k jakým dominantním hodnotám takové preferované užití odkazuje? Jaké formy vědění jsou s preferovaným užitím spojeny? Jak je toto užití aktéry reflektováno a racionalizováno? Jakou podobu na sebe berou aberantní formy užití a vůči jakým dominantním hodnotám se subverzivně jednající uživatelé vymezují a proč? S jakými formami vědění je spojeno a jak je subverzivními uživateli aberantní užití reflektováno a racionalizováno? Jaké jsou historické kořeny sociálně institucionalizovaného jednání, v jakých momentech, jak a proč se toto jednání případně měnilo?<sup>94</sup>

### ***Dvojí artikulace novomediálního artefaktu***

Dualita mediálních artefaktů, která byla přiblížena výše, tedy dualita materiálního (technického) objektu a textu, má průmět i do roviny jednání. V souvislosti s televizí tuto skutečnost zdůraznil Roger Silverstone v konceptu *dvojí artikulace* (*double articulation*), jež dovoluje nahlédnout mediální technologii jako konzumovaný objekt a současně jako recipovaný text. Na jedné straně tak podle Silverstonea stojí „technická dimenze stroje, jeho design, jeho obraz konstruovaný prostřednictvím reklamy a jeho konečná uzpůsobení domácím kulturám“ (Silverstone 1994: 123). Na straně druhé pak stojí komunikace, kterou médium nese, v případě televize proud audiovizuálních sdělení podléhajících narativním, žánrovým a dalším pravidlům.

94 Nepochybně zajímavou ilustraci této problematiky nabízí ve své tematicky inovativní diplomové práci Jan Švelch (2013) z Univerzity Karlovy, který se zabývá glitchem (tedy chybovým prvkem) v počítačových hrách a jeho přijímáním hráčskými komunitami.

Tvrdím tedy, že kulturní hodnota takového přístroje, jako je televize, spočívá jak v jeho významu jako objektu – zasazeného do veřejných diskurzů moderního kapitalismu, kteréžto výrazy jsou ovšem stále otevřené vyjednávání v rámci soukromých diskurzů domácnosti –, tak v jeho obsahu, který je ukotvený obdobným způsobem. Význam televize jako objektu konzumace je definován konzumací obojího, tedy technologie i jejího obsahu. a právě v tomto smyslu odkazují k televizi jako ke dvojité artikulované.  
(Silverstone 1994: 123)

Dvojitou artikulaci lze odlišit nejen v pohledu na média, ale i v pohledu na publika, kde – jak v ohlednutí za Silverstoneovou práci v oblasti mediálních studií a studií nových médií píše Sonia Livingstoneová (2007) – se zjevně setkáváme s dualitou konzument/divák (nebo konzument/uživatel), a tedy i se dvěma spojitými, ale odlišitelnými rovinami jednání. a právě tak dvojité artikulovaný by měl být i sám výzkum médií, respektive nových médií – měl by explicitně pracovat

s analýzou médií *jako* materiálních objektů nacházejících se v konkrétních časoprostorových uspořádáních a s analýzou médií *jako* symbolických sdělení nacházejících se v toku jistých sociokulturních diskurzů.  
(Livingstone 2007: 18)

Silverstoneova dvojitá artikulace nicméně skrývá určitá úskalí – úskalí spíše marginální, ale vyžadující poznámku. Na první z nich, jež je metodologické povahy, upozorňuje právě Livingstoneová, která v návaznosti na praktické výzkumné zkušenosti podotýká, že vést dvojité artikulovaný výzkum je krajně obtížné jak stran sběru dat (výzkum v tomto případě zahrnuje analýzu textů i kvalitativní terénní výzkum domácností), tak ohledně jejich analytického propojení. Jako relativně nejúspěšnější pokus o integraci textuální analýzy a analýzy jednání Livingstoneová zmiňuje výše citovanou studii Marii Bakardjiev (2005), ale i tato výzkumná práce nakonec zřetelněji akcentuje jen jednu artikulaci (soustředí se více na žánry jednání a méně již na textualitu), což Livingstoneovou vede k závěru, že adekvátní výzkumná procedura pro dvojité artikulovaný výzkum stále spíše chybí.

Druhé úskalí se týká toho, že v rovině objektu se o médiu uvažuje primárně v intencích soukromého prostoru domácnosti – v souvislosti se strukturací domácího prostoru a času. Silverstone se ve své teorii domestikace zajímá o konzumaci mediálního artefaktu jako o proces, v němž je artefakt vyňat ze sféry komodit a komoditní směny (v níž je povětšinou za přispění marketingových strategií opatřen sadou významů, jež mají na straně konzumenta vyvolávat touhu po artefaktu), přenesen do sféry privátně vlastněných objektů a inkorporován do „klasifikačního systému“

dalších objektů tvořících prostředí domácnosti, přičemž užití artefaktu je následně včleněno do systému ostatního jednání, odehrávajícího se v soukromém domácím prostoru.<sup>95</sup> Médium jako proud sdělení přitom slouží jako rozhraní mezi privátním a veřejným prostorem a médium jako artefakt pak jako jeden z organizačních principů například prostoru domácnosti a jako (do systému dalších objektů více či méně reflexivně a pečlivě zaaranžovaný) statusový znak. Zmíněné úskalí zde souvisí se skutečností, že nová média mohou, ale rovněž nemusí do „domácnostního“ rámce zapadat, a to proto, že jejich užití v několika ohledech komplikuje dualitu soukromého a veřejného prostoru, s níž Silverstone pracuje (a která je odvozena z Williamsova konceptu *mobilního zprivatnění* [*mobile privatisation*], srv. Williams 2003 [1974]) – nová média jsou totiž součástí procesu rekonfigurace veřejného a privátního prostoru (čemuž se dále věnuji podrobněji) a souvisejících proměn konzumace obsahů naznačujících vznik toho, co Jenkins (2006) nazývá kulturou konvergence (i k tomuto se dále vracím). Obě tyto změny pak mají spojitost s tím, že:

1. nová média na rozdíl od konvenčních masových médií nejsou užita pouze jako jednosměrný kanál sytící prostředí domácnosti symbolickým tokem z veřejného prostoru, ale současně mohou sloužit i jako oboustranná rozhraní mezi těmito dvěma prostory a umožňovat tak aktivní vstup individuálních aktérů jako mluvčích do veřejného prostoru;
2. nová média v řadě svých konkrétních podob sehrávají nikoli roli rozhraní privátního a veřejného, ale slouží k interpersonální a skupinové interakci;
3. nová média mohou v řadě případů mít velmi mobilní charakter nejen v tom smyslu, že jsou přenositelná, ale i v tom smyslu, že slouží současně jako komunikační média užívaná v soukromém, volném čase, a současně jako *pracovní nástroje* užívané jednak uvnitř domácího prostoru i mimo něj, jednak jako nástroje produkce a distribuce obsahů užívané profesionálními komunikátory z korporátních (masových) médií.

To podstatné, co zde ze Silverstoneova konceptu dvojí artikulace vyplývá, je nicméně klíčové i bez ohledu na zmíněná úskalí: nová média jsou sociálními aktéry současně užívaná jako komunikační média i jako konzumované objekty, přičemž v rovině konstrukce konzumovaného objektu je nutno zohlednit strukturující dopady symbolických aktivit ekonomických aktérů (jinými slovy: do toho, jak uživatelé vnímají a proč chtějí používat ten který technologický artefakt, může někdy i zásadním

95 Silverstone v rámci teorie domestikace (1995: 123–130) rozlišuje šest momentů procesu konzumace mediálního objektu, kterými jsou *komodifikace* (*commodification*), *imaginace* (*imagination*), *přivlastnění* (*appropriation*), *objektifikace* (*objectification*), *inkorporace* (*incorporation*) a *adaptace* (*conversion*), v nichž takto stručně nastíněný rekurzivní proces důkladněji rozebírá. Silverstoneovu modelu se zde nicméně důkladněji nevěnuji, protože tento je poněkud obtížněji organicky propojitelný se strukturačním modelem.

způsobem vstupovat marketingová persvazivní komunikace, vůči níž uživatelé mohou zaujímat strategie dominantního, kritického nebo aberantního čtení). Současně nelze přehlédnout, že nemalá část nových médií se skutečně podílí na prostorové a časové strukturaci domácnosti a že užití nových médií se vzájemně ovlivňuje se vzorci užití ostatních médií. Z čehož vyplývají další otázky, které je případné si při analýze užití nových médií zohlednit. Konkrétně je nutné soustředit se na to, jakým způsobem je médium užíváno v čase/prostoru (a jak je tento vztah reflektován uživateli), jak je artefakt užíván jako konzumovaný objekt a jakým způsobem se do intencionality a reflexivity ve vztahu uživatele k artefaktu promítají snahy ekonomických aktérů strukturovat vědění o artefaktu jako konzumovaném objektu (respektive jaké strategie dekódování vůči těmto snahám uživatelé volí).

Zároveň dvojitá artikulace odkazuje k nutnosti dále nastínit a klasifikovat formy užití nových médií jako komunikačních prostředků.

### ***Vysílatelé a publika?***

Patrně není třeba dokladovat či zbytečně ilustrovat, že digitální technologie jsou v současnosti – s ohledem na otevřenost digitální platformy – skutečně všudypřítomné a že s bity se lze setkat patrně snad ve všech myslitelných oblastech lidského jednání. Pozornost studií nových médií, a tím spíše té části metapole, jež vychází z mediálních studií, se nicméně soustředí jen na některé z digitálních technologií – a to pochopitelně na ty, jež jsou užívány jako prostředky produkce, distribuce a recepce obsahů.

Jakákoli snaha o předběžnou systematizaci užití nových médií je nutně konfrontována s tím, že – na rozdíl od situace, v níž ještě nedávno stál například klasický výzkum televizních publik – v případě nových médií stojíme nikoli před jedním konkrétním médiem s poměrně jednoznačně danou selektivitou, ale před potenciálně nekonečnými variacemi různých mediálních forem a současně různě definovaných sociálních situací. Už jen technické vlastnosti digitálních médií naznačují, jak jsme viděli, že nová média mohou být využívána k interpersonální, masové a skupinové komunikaci i k symbolické interakci výhradně mezi subjektem a strojem (a to nejen v případě krajně ergodické formy kybertextu, jakou je počítačová hra), že může jít o komunikaci synchronní i asynchronní povahy a že může zahrnovat komunikaci prostřednictvím (v užším smyslu) textových, vizuálních, audiálních i audiovizuálních kódů.

Podstatnější nicméně je, že i v případě užití nových médií do jisté míry platí zažitá dualita *vysílatelé a publika* (a to i přes zmíněné komplikace, které ve vztahu k některým médiím přináší aktivní uživatelská participace a rekonfigurace vztahu

veřejného a privátního prostoru).<sup>96</sup> Nová média jsou jednak užívána – slovy Marie Bakardjiev (2005) – běžnými uživateli v rámci jejich každodennosti a současně jsou užívána profesionálními komunikátory jako produkční nástroje zajišťující chod prakticky všech konvenčních masových médií, jako jsou tisk, rozhlas a televize, a pochopitelně i nových forem masových médií, jako jsou například online zpravodajské portály. Tyto dvě základní roviny užití – byť se ve skutečnosti subtilně prolínají například v jednání konkrétních novinářů, kteří ve své práci využívají i praxe fakticky identické s těmi, které je provázejí v mimopracovním životě (srv. např. Sošková 2010) – je praktické odlišit, protože se liší jak v rovině motivace, tak i v rovině praxe, strukturujícího vědění a kontextuálních struktur, jež je formují.

Jednání profesionálních komunikátorů – tedy aktérů (novinářů, editorů) jednajících v organizačních systémech korporátních (privátních nebo veřejných) médií – je plně v gesci mediálních studií, která tuto oblast už tradičně soustředěně mapují. Studia nových médií mohou přispět svým konceptuálním zázemím k zodpovězení otázek týkajících se toho, zda a jak se (dnes v zásadě naprostá) digitalizace procesu produkce masových médií promítá do redakčních rutin, do žánrové oblasti, do obsahové i formální obsahové podoby masových médií.<sup>97</sup>

V centru pozornosti studií nových médií jsou oproti tomu především „běžní uživatelé“, tedy každodenní aktéři vstupující do mediovaného komunikačního prostoru jako recipienti i mluvčí, kteří nová média užívají v široké šále každodenních situací; užití nových médií je konstitutivní složkou jejich každodennosti – zajišťuje kontakt s veřejným prostorem a hlavním kulturním proudem (masová komunikace, individualizovaná konzumace populárních obsahů), sociálními druhými (synchronní i asynchronní interpersonální komunikace) a současně zprostředkovává i jejich participaci na skupinovém životě (synchronní i asynchronní skupinová interakce). Užití, jak už bylo řečeno a jak bude podrobněji rozebíráno dále, *může mít* povahu aktivní konzumace, tedy jednání, jež překračuje hranici relativně pasivní recepce a jež zahrnuje aktivní vstup běžných uživatelů do veřejného prostoru (ať už v podobě individuálních blogů, mediálního aktivismu, nebo kolektivních kolaborativních projektů, jako jsou např. wikis), a současně zahrnuje širokou škálu konkrétních mediálních praxí, která dohromady v každodennosti jedince tvoří reflexivně propojený, v čase proměnlivý *mediální celek* (viz dále).

96 K tématu se stručně vracím dále, v podkapitole věnované právě rekonfiguraci veřejného a privátního prostoru.

97 Ostatně těchto oblastí se částečně dotýká Manovich (2001) se svou konceptualizací vlastností nových médií, Bolter s Grusinem (1999) ve své teorii remediace; vlastní diskuze je pak věnována problematice online žurnalistiky a obecně proměně novinářských praxí a zpravodajství v souvislosti s proliferací nových médií a především internetu (srv. např. Pavlík 1999, 2001; Kawamoto 2003; Allan 2006).

## Mediální celek

Výše jsem poznamenal, že nová média mohou ovlivnit vzorce užití ostatních médií, a tato poznámka si zaslouží podrobněji rozvést, neboť odkazuje k tomu, k čemu míří i teorie domestikace a na ní založené výzkumy (Haddon 2006; Silverstone 2006) – nová média, stejně tak jako televize, vstoupila a vstupují do každodenních kontextů, jež mají svá pravidla a své pravidelnosti.<sup>98</sup> Vstupují do každodennosti, v jejímž středu stojí soukromá sféra koncentrovaná obvykle kolem sdíleného domova, do každodennosti, jež je propsána vyjednanými hodnotami, stvrzenými potřebami, mocenskými vztahy a genderovými a rodinnými rolemi. Zde se konkrétní nová média se ocitají v kontextech užití, v nichž jsou situována vedle jiných mediálních technologií, tedy vedle jiných objektů, komunikačních kanálů a interakčních platform a současně jiných mediálních praxí. a spolu s nimi utvářejí to, co označuji jako *mediální celek* (*media ensemble*).<sup>99</sup>

Mediálním celkem rozumím *komplex mediálních praxí*, které formují celou mediální zkušenost sociálního aktéra, jež jsou nutně ve vzájemném vztahu a které odrážejí to, že sociální aktér cíleně a více či méně reflektovaně své užití médií segmentuje.<sup>100</sup> Mediální celek je jednou z konstitutivních součástí každodennosti a privat-

98 Dále rozvíjený koncept mediálního celku je domestikací teorií přiznaně inspirovaný, ale patrně je dobré explicitně napsat, že se od ní liší ve třech klíčových ohledech. Domestikační teorie se primárně soustředí na proces včlenění médií do prostředí domova, zatímco koncept mediálního celku se soustředí na organizaci již domestikovaných médií. Domestikační teorie a výzkumy se – byť s výjimkami, jak konstatuje Leslie Haddon (2006), a i přesto, že nutně zohledňují roli ostatních médií – většinou zabývají jednotlivými médii, nikoli tedy „mediální domácností“ jako strukturovaným celkem. a pochopitelně se oba přístupy – třebaže oba vycházejí se sociálněkonstruktivistické tradice – liší ve svých konkrétních teoretických východiscích.

99 Následující výklad konceptu *mediálního celku* prošel oproti původní verzi z disertačního textu zásadní proměnou. Původní pojetí konceptu, jež mediální celek vykládalo jako *soubor artefaktů*, bylo zčásti založeno na deduktivní spekulaci a zčásti na postřezích vycházejících z pilotních kvalitativních studií zpracovaných mými studenty. V této knize formulovaná definice mediálních celků se již opírá o etnografickou analýzu užití nových a starých médií, jež je součástí postdoktorského výzkumu, který se právě na problematiku mediálních celků soustředí – konkrétně o analýzu mediálních celků čtyř rodin s malými dětmi a dvou desítek bezdětných párů. Konfrontace původního modelu s daty jednak vedla k tomu, že jsem v úloze osy konceptu nahradil mediální artefakty *mediálními praxemi*, a současně mi opora v datech dovolila koncept dále rozpracovat. Zde otištěné pojetí mediálních celků bylo poprvé prezentováno na *Cyberspace 12: 10th International Conference* (Macek 2012a). Podrobnosti ohledně teoretické a metodologické rozvahy probíhajícího výzkumu je možno dohledat v textu projektu (Macek 2012b).

100 Hovořím-li o *mediálních praxích*, pak mám na mysli to, čemu například Maria Bakardjieva (2005) v návaznosti na Vološina říká *malé zánry jednání* – tedy situačně ustálené a ukotvené typy institucionalizovaného užití médií, jež jsou ve svých konkrétních podobách typické pro toho kterého jedince, respektive pro tukterou domácnost. Tento přístup kužití médií je odvozený z logiky etnografického



ního prostoru, do něž je situován a jež spoluutváří. Projevuje se a je analyzovatelný jako systém, tedy jako soubor vztahů mezi jednotlivými mediálními praxemi, které jej tvoří, a *současně* se projevuje jako struktura objektů, mediálních artefaktů, která spolustrukturuje aktuální jednání.

Koncept mediálního celku je coby analytický nástroj aplikací strukturačního modelu nových médií na oblast každodennosti a zahrnuje na jedné straně institucionalizované praxe (jednání, *agency*) a na straně druhé kontextuální struktury prvního řádu (kontexty každodennosti) a struktury techno-textuálních artefaktů. Koncept je přitom založen na několika předpokladech, v nichž se propojuje logika strukturačního modelu (nových) médií s postřehy, které přinesly především domestikační teorie a výzkumy zaměřující se na roli televize a nových médií v každodennosti.

- Mediální celek je v první řadě – a to už vzhledem k tomu, že jeho jádrem je teorie strukturace – konceptem celostním a vztahovým. Vychází z oné jednoduché, ale zásadní teze, že při analýze role médií v každodennosti je nutno média nahlížet nikoli izolovaně, ale ve vztahu ostatním médiím, jež každodennost zabydlují – a to právě proto, že jsou vzájemně organizována do specifických systémů. Porozumění roli konkrétního objektu, textuality a komunikační praxe tak je založeno na pochopení jejich vzájemného vztahu (například „sledování televizních seriálů“ je zkrátka provázáno s různými konkrétními seriálovými texty i s užitím různých artefaktů) stejně jako na jejich pozici vůči jiným objektům, textualitám a komunikačním praxím zahrnutým v tom kterém mediálním celku.
- Současně je mediální celek – jak už bylo řečeno – strukturální součástí každodennosti a její časoprostorové dimenze. Bylo by ovšem scestné přisuzovat mu v tomto ohledu úlohu výlučnou. Mediální celky by měly být analyzovány jednak jako jedna z mnohých konstitutivních sil, jež každodennost formují, a zároveň jako výslednice obecnějších vlivů, jako komplexy, do nichž se promítají rozmanité komunikační, kulturní a sociální potřeby sociálních aktérů, jejich sociokulturní statusy, jejich ekonomické a sociální zdroje.
- V neposlední řadě pak mediální celky nejsou ani statické, ani neutrální. Jsou proměnlivé, mají své historie a své narativované biografie. Jsou politické jak

výzkumu a má tu výhodu, že se vyhýbá pasti substanciální definice – hovořit o „sledování televize“, „čtení knížek“, „bytí na Facebooku“ nebo „komunikaci s kamarády“ znamená hovořit o konkrétních praxích v termínech konkrétních sociálních aktérů. a to bez nominalistické ambice vyřešit problém toho, jaká je nejlepší „obecně platná“ definice kupříkladu „sledování televize“ ve chvíli, kdy taková praxe ve své stále rostoucí rozmanitosti leckdy vůbec nezahrnuje ani televizor, ani te-restrické vysílání, a sestává z konzumace online archivů a konzumace online stahovaných televizních seriálů, a jindy naopak zahrnuje toliko konvenční sledování v jeho klasické podobě. Výhoda tohoto přístupu vystupuje právě ve chvíli, kdy se rozvolňuje vazba mezi konkrétními artefakty, textualitou a praxemi.

v soukromém, tak ve veřejném smyslu. Jsou jednak genderované a jsou odrazem vyjednávání a mocenských vztahů, jež se rodí v rámci domácností, intimních vztahů a rodin. a zároveň – k čemuž se podrobněji vrátím v další části této kapitoly – coby jedno z klíčových rozhraní mezi soukromým a veřejným ztělesňují a odrážejí širší kontextuální mocenské vztahy, jež ovlivňují soukromou sféru, stejně jako případné participační ambice, jež soukromí aktéři mohou naopak mít vzhledem k veřejnému prostoru.

Je nabíledni, že mediální celky coby systémy variiují od jedince k jedinci a od domácnosti k domácnosti, že mohou být velmi barvitě a že mohou nabývat různé složitosti. Spojuje je nicméně právě to, že je o nich možno hovořit jako o systémech, respektive jako o klasifikačních systémech – a to, že se do způsobů, jimiž organizují mediální praxe a přítomnost a postavení mediálních objektů a textů, formativně promítá několik společných klíčových kategorií.

Které jsou tedy ony klíčové kategorie, které se do struktury mediálních celků promítají? Na základě proběhnuvších pilotních analýz si dovoluji předběžně navrhnout, že jimi jsou (1) kulturní kapitál a morální ekonomie domácnosti, (2) zakoušení a strukturace času a (3) partikulární potřeby a motivace.

Kulturní kapitál chápu – s vědomím toho, že vztah mezi teorií strukturace a tímto konceptem je věcí důkladnější a zde uzávorkované teoretické hry – v obdobném smyslu, jak jej chápe Pierre Bourdieu (1996, 1998). Tedy jako sociálně podmíněný soubor kulturních hodnot a vědění, jenž odkazuje k sociálnímu statusu jedince (v tom smyslu, že jedním z výrazů i zdrojů jeho postavení v sociálním systému) a který krom jiného strukturuje individuální vkus a konzumní preference a praxe. Kulturní kapitál zásadním způsobem formuje jednak vztah k textuálnosti jako takové a k jejímu postavení v životě jedince (respektive v domácnosti) a současně je klíčem k pochopení toho, proč jsou v rodinách s různým statusem různá média preferována jako kýžená, či naopak odmítána jako nepřipadná. Rozhodnutí nesledovat televizi, být čtenářem a sběratelem knih, poslouchat jazzovou hudbu z gramofonových desek či odebírat kulturní zpravodajství prostřednictvím RSS kanálu a to pak pravidelně číst cestou do práce ze smartphonu jsou rozhodnutími, která jistě nejsou nahodilá – a jejich zdrojem je právě kulturní kapitál.

Morální ekonomii domácnosti pak, v návaznosti na Silverstonea (1994, 2006), odkazuji k té skutečnosti, že každá domácnost se definuje jako ekonomická jednotka, jako součást širšího ekonomického systému. Ekonomie domácnosti přitom není ekonomii tržní racionality – je ekonomii morální v tom smyslu, že je (právě i v návaznosti na povahu kulturního kapitálu členů domácnosti) hodnotově rámovaná a ve vztahu ke spotřebě se projevuje například hodnotově ukotveným pojetím její „rozumnosti“ či „přiměřenosti“. V tomto ohledu se projevuje jako specifický regulativ rozhodování, které objekty a texty budou či nebudou do mediálního celku

vpuštěny či nevpuštěny – promítá se do ochoty inovovat „výkonnostně nedostačující“ domácí počítač, pořizovat kompletní sbírky oblíbených knižních autorů či neinvestovat do pořízení tabletu, pro nějž přece „není smysluplné využití“.

Zakoušení a strukturace času hrají v rámci mediálního celku pozoruhodně jednoduchou, ale zásadní úlohu – a současně jsou, jak ukazují etnografické rozhovory, velmi účinným korektivem zavádějící představy, že důležitost médií odkazuje k jejich nutně centrálnímu postavení v rámci každodennosti. Triviálně napsáno: to zda a nakolik intenzivně jsou média užívána, je do značné míry dáno tím, kolik nestrukturovaného, volného času ten který aktér má. Nemalá část mediálních praxí má povahu víceméně volnočasových aktivit a slouží ke strukturování „prázdného“ času – a pakliže je z důvodu pracovních, studijních či rodinných povinností času málo, jsou právě mediální praxe tím, co je nejsnáze obětováno. Ilustrovat je to možno na příkladu rodin s malými dětmi, kde rodiče často velmi razantně minimalizují veškeré mediální praxe krom těch, které mají interakční povahu, protože na čtení, televizi a filmy zkrátka „není čas“.

V neposlední řadě se do podoby mediálního celku pochopitelně promítají partikulární potřeby, které jsou mediálními praxemi syceny – a jež sociální aktéry k těm kterým praxím motivují. Sem patří například potřeba interakce s druhými, potřeba správy a kultivace sociálního kapitálu, potřeba vytváření sdíleného vztahového prostoru, potřeba vytváření soukromého místa, potřeba kontaktu s veřejným prostorem, potřeby spojené s prací, instrumentální potřeby či prostá potřeba relaxace.

Jsou to právě potřeby a motivace, jež se zdají být přiměřeným klíčem k základní typologizaci praxí utvářejících strukturu mediálního celku. Ta tedy zahrnuje praxe *individuální, interakční, sdílené a semisdílené*.

- *Individuální praxe*, mezi něž patří široká paleta praxí zahrnujících například čtení knih, časopisů a tisku, čtení online zpravodajství, individuální hraní videoher, instrumentální užití internetu a PC (tedy vyhledávání informací, online nakupování, pracovní užití počítače), individuální poslech hudby a individuální sledování televize, seriálů, filmů... Oblast individuálních praxí je zčásti rezervoárem, z něž jsou následně rekrutovány praxe sdílené a semisdílené.
- *Interakční praxe* jsou ty praxe, jež zajišťují mediovanou interpersonální a skupinovou interakci – tedy například telefonování, esemeskování, užívání online sociální sítí, chatování, emailování či hraní online her.
- *Sdílené praxe* hrají klíčovou úlohu při budování a udržování vztahového, sdíleného soukromí a při konstrukci a ritualizaci domácího času a při upevňování sdíleného kulturního kapitálu – jsou to takové praxe, jež mají povahu společně, párově provozovaných aktivit a patří mezi ně například společně sledování filmů, seriálů nebo televizních zpráv.

- *Semisdílené praxe* jsou pak takové praxe, které vytvářejí příposlechovou kulisu – stejně jako sdílené praxe se podílejí na ritualizaci času a na vyplňování domácího prostoru, ale na rozdíl od sdílených praxí jsou zakoušeny jako součást vytváření scény, nikoli jako víceméně soustředěná aktivita. Mezi semisdílené praxe může patřit například poslech rádia během snídane, v autě či v zaměstnání, společné sledování seriálů při jídle, pouštění hudby coby domácí kulisy či pouštění televize coby pozadí dalších domácích aktivit.

S ohledem na akcenty, které do mediálního celku vnáší preference vycházející z kulturního kapitálu, se pak ty nejzásadnější z individuálních, interakčních nebo sdílených praxí dají označit jako praxe *konstitutivní*, *negované* nebo *konfliktní*.

- *Konstitutivní praxe* jsou ty, které v daném mediálním celku hrají zásadní či ústřední roli – jsou spojené s oceňovanými a preferovanými typy objektů a textů a leckdy jsou manifestně stavěny do středu každodennosti coby výraz kulturních preferencí domácnosti. Příznačné je, že konstitutivní praxe mají jednak kulturně-identitní přesah („být silným čtenářem“, „být fanouškem sci-fi“, „být posluchačem elektronické hudby“). a zároveň jsou prostorem, v němž se – vzhledem k tomu, že v případě společného (převážně tedy párového) soužití se individuální mediální celky prolínají v rovině interakčních, sdílených a semisdílených praxí – stvrzuje opečovávaný soulad v oblasti „společného“ vkusu.
- *Negované praxe* jsou takové praxe, které naopak v mediálním celku právě tak manifestně a zdůrazněně a z obdobných důvodů *absentují* – příkladem může být zdůrazňované nesledování televize, nečtení některých typů periodik nebo nepoužívání online sociálních sítí.
- *Konfliktní praxe* jsou pak ty, v nichž se projevuje dizonance kulturních kapitálů členů domácnosti – takové praxe jsou zdrojem konfliktů a současně oblastí vyjednávání ohledně upřednostňovaných kulturních hodnot.

Pro přehlednost je možno systém mediálního celku ilustrovat na konkrétním záznamu praxí vzešlém z pilotního etnografického výzkumu (Macek 2012a, 2012b)

Tab. 2: Příklad záznamu prolínajících se mediálních celků manželského páru

| SILVA                                      | DAVID                            |                    |
|--------------------------------------------|----------------------------------|--------------------|
| ● čtení knih                               | ● čtení knih                     | Individuální praxe |
|                                            | čtení online zpravodajství       |                    |
| instrumentální užití internetu (minimálně) | instrumentální užití internetu   |                    |
| čtení časopisů (min.)                      | čtení časopisů (min.)            |                    |
| ★ nečtení novin                            |                                  |                    |
| ■ telefonování                             | ■ telefonování                   | Interakční praxe   |
| ■ posílání SMS                             | ■ posílání SMS                   |                    |
|                                            | užívání IM (Skype)               |                    |
| užívání FB                                 | užívání FB užívání FB a Twitteru |                    |
|                                            | užívání LinkedInu                |                    |
| emailování                                 | emailování                       |                    |
|                                            | ▲ nesledování TV                 | Sdílené praxe      |
|                                            | ● sledování filmů                |                    |
|                                            | sledování seriálů (min.)         |                    |
|                                            | poslech rozhlasu (min.)          | Semisdílené praxe  |
|                                            | poslech hudby (min.)             |                    |

|          |                       |                                   |
|----------|-----------------------|-----------------------------------|
| Legenda: | ● Konstitutivní praxe | ★ Individuálně negované praxe     |
|          | ▲ Negované praxe      | ■ Praxe vzájemné párové interakce |

Tabulka zachycuje prolínající se mediální celky manželského páru disponujícího poměrně specifickým, neboť v zásadě elitním typem kulturního kapitálu. Silva a David, rodiče ročního a čtyřletého potomka, mají univerzitní vzdělání společenskovedního

typu – Silva je na rodičovské dovolené, David pracuje jako mediální profesionál. Oba se – s odkazem na rodiny, v nichž byli vychováni, i s přihlédnutím ke svému současnému vkusu – definují jako silní čtenáři knih a filmoví fanoušci. Knihovna je centrálním objektem jejich domácnosti a společné večerní sledování filmů (většinou stahovaných z internetu a konzumovaných prostřednictvím notebooku) klíčovou sdílenou praxí. Oba zároveň podtrhují, že nevlastní ani nesledují televizi – s tím, že ji přestali sledovat během společného soužití, protože je nezajímala, protože se shodli na tom, že je rušivým elementem, a navíc proto, že pro ni v jejich praxích nezbyval prostor. Mediívanou interakci v rámci páru i interakci se širší rodinou Silva s Davidem řeší prostřednictvím telefonování a esemeskování – s tím, že Silva navíc při telefonování s některými kamarádkami užívá kromě mobilního telefonu pevnou linku (která ovšem sehrává víceméně vedlejší úlohu). David v práci navíc používá Skype. Oba používají Facebook – Silva méně a spíše pasivně, coby pozorovatel, David velmi aktivně. David kromě Facebooku používá rovněž Twitter a v zaměstnání LinkedIn – přičemž aktivity na prvních dvou online sociálních sítích vzájemně provazuje. Zatímco David poměrně intenzivně sleduje zpravodajství, a to především z online zdrojů, a jeho zájem o dění ve veřejném prostoru se projevuje i v jeho aktivitách na online sociálních sítích, Silva se zpravodajským informacím cíleně vyhýbá. Zdůrazňuje, že nečte noviny, že zpravodajství ji zneklidňuje a nezajímá a že případné důležité informace z veřejného prostoru jí tlumočí manžel. Příznačné je, že oba konstatují, že veškeré jejich mediální praxe jsou od doby, kdy mají potomky, poměrně utlumené – a to se týká dříve nejen poměrně frekventovaného čtení časopisů, ale i samotných konstitutivních praxí, jimiž jsou čtení knih a sledování filmů. David navíc minimalizoval své čtenářské aktivity v momentě, kdy do zaměstnání přestal dojíždět veřejnou dopravou, v níž čtením vyplňoval volný čas.

Takovýto velmi zjednodušený deskriptivní záznam, jehož osou je aktuální systém mediálních praxí, je pochopitelně jen záznamem dílčím – neobsahuje důkladnější analýzu motivací a jednotlivých praxí, nezachycuje strukturu jednotlivých mediálních objektů a samozřejmě nedovoluje postihnout historický rozměr mediálních celků.

Historická a současně klasifikační dimenze mediálního celku se zviditelňují právě v momentě, kdy při analýze přesuneme těžiště z praxí směrem ke struktuře technotextuálních artefaktů. Užití určitého média je zkrátka vymezeno nejen tím, k čemu jej lze v souladu s konvencemi a jeho selektivitou skutečně využít, ale i tím, k čemu vzhledem k existenci dalších mediálních technologií v rámci individuálního mediálního komplexu užíváno není (nebo *již* není). Tento pohled navíc podtrhuje skutečnost, že jednotlivé praxe mohou být jednak dále vnitřně strukturované, jednak mnohdy provázané s více než jedním artefaktem, a navíc že nové artefakty mohou nepřekvapivě iniciovat vznik praxí zcela nových. Koexistence mobilního telefonu a pevné telefonní linky v jedné domácnosti tak kromě „artefaktuální historie“

může odrážet skutečnost, že telefonování nemusí být, a mnohdy není, jednoduchou praxí – mobilní telefon je například užíván k vyřizování jiného typu hovorů než pevná linka (pevná linka *již* není užívána ke všem hovorům). a esemeskování prostřednictvím mobilního telefonu může ukázat, že některé typy interakcí je oproti minulosti přiměřené či pragmatické nesvěřovat hlasovému hovoru (kvůli některým věcem se *již* netelefonuje).

Koncept mediálního celku, jak jej zde nastiňuji, je pochopitelně nutno chápat jako předběžný návrh – v době dokončování této knihy je empirická cesta, jež by dovolila alespoň přiměřeně „finální“ formulaci konceptu, stále ještě daleko před svým koncem. Za důležité nicméně považuji, že analýza mediálního celku by mohla být ukázkou toho, že dvojité artikulovaný výzkum je – byť s jistými limity – realizovatelný. a současně je podstatné, že koncept mediálního celku podtrhuje skutečnost, že bez zohlednění toho, jakou roli to které médium hraje či nehraje v rámci komplexněji pojímané mediální každodennosti, je snadné získat poměrně zkreslenou či neúplnou představu o skutečném užití a relativní významnosti daného média. Což může mít poměrně zajímavé konsekvence například pro vydavatele printových médií nebo televizní vysílatele v situaci, kdy první čelí zřetelné krizi a druzí se již takřka celou dekádu ne právě úspěšně potýkají se stále viditelnější proměnou diváckých praxí.

### ***Participační kultura a rozptýlená uživatelská publika***

Problém, na který při promýšlení a zkoumání publika / uživatelů nových médií narážíme, je zřejmý – a v tomto souvětí jej zčásti vystihuje užití lomítka, jež vyjadřuje nejistotu ohledně toho, zda spíše užít termín publikum, nebo uživatel. Do hry navíc vstupuje rekonfigurace vztahů veřejného a privátního prostoru. Zatímco v případě klasických masových médií mohla mediální studia pracovat s relativně neproblematickým dichotomickým rozlišením vysílatele a publika, tedy s termíny, které byly případně (s ohledem na nárůst počtu vysílatelů a jejich strategií i s ohledem na rozrůznění publik a pohledů na ně) užívány v plurálech (Morley 1995; Metyková 2004), v případě nových médií narážíme na skutečnost, že spolu s rozrušením hranice mezi veřejným a privátním prostorem se jednoznačná distance mezi vysílateli (producenty obsahů) a publiky (uživateli) mění v širokou, nejistou mezihraniční zónu. Jistě – není problém rozlišit mezi „čistými“ profesionálními producenty obsahů (opírajícími se o profesní status a zázemí profesionálních organizačních struktur a produkuje obsahy buď s cílem ekonomického profitu, nebo s cílem naplnění například zákonného zadání, jako je tomu u médií veřejné služby) a „čistými“ publiky/uživateli (v konzumaci vedenými motivy spotřeby, potěšení, nasycení sociálních potřeb a v rovině produkce využívajícími nová média k interpersonální a skupinové komunikaci). Nicméně například pohled na prostředí online sociálních sítí

naznačuje, že mezi a za těmito dvěma ideálními typy aktérů se v části krajiny nových médií odehrává něco, co tato distinkce nedokáže přijmout ani vysvětlit. Něco, co má podobu kulturního remixu (Manovich 2005), setrvalé, aktivitou uživatelů hnané a technologickými strukturami nových médií umožněné recirkulace populárních obsahů profesionálního i amatérského původu. Tedy aktivní konzumace odehrávající se v prostředí hybridně privátně-veřejném a kombinující (1) vytváření a vystavování vlastních komunikátů (a současně tedy performativní vystavování sebe sama) probíhající formou interpersonální i skupinové interakce, (2) konzumaci komunikátů vytvořených a šířených jinými aktéry (profesionály i amatéry) a (3) třídění a recirkulaci komunikátů vytvořených jinými aktéry (a tedy performativní vystavování vlastní spotřeby a vlastního vkusu).

Z diskuze, která je v rámci studií nových médií a mediálních studií v souvislosti s touto proměnou vedena, zde vybírám dvě příznačné reakce: teorii *kultury konvergence* Henryho Jenkinse (2006) a teorii *rozptýleného publika* Nicholase Abercrombieho a Briana Longhursta (1998), jejichž kombinací je možno z teoretického pohledu snad poněkud problematickou povahu užití nových médií nahlédnout s přiměřenou plasticitou.

Jenkins (2006) zachycuje proměnu uživatelského jednání i strategií mediálních korporací, která se odehrává v novém kulturním kontextu, jež Jenkins označuje jako kulturu konvergence. Konvergenci v jeho pojetí je na tomto místě dobré odlišit od technologické konvergence, o níž hovoří de Sola Pool (1983), a formální konvergence, kterou jsem zmiňoval v souvislosti s teorií remediace (Bolter – Grusin 1999) – zatímco technologická konvergence odkazuje k propojování technologických (infra)struktur a formální konvergence k prolínání formálních charakteristik textů nesených novými médii, konvergence kulturní označuje vzájemně se prostupující soubory kulturních praxí uživatelů nových médií, které jdou napříč různými mediálními kanály. Jenkins tak konvergenci nechápe jako technologicky podmíněnou, ale jako kulturní proces odrážející obecnější společenské tendence a dominantní zájmy:

Konvergence [...] reprezentuje paradigmatický posun od obsahů vázaných na specifická média směrem k obsahům, které tečou skrze rozmanité mediální kanály, směrem k vyšší provázanosti komunikačních systémů, směrem k rozmanitým způsobům přístupu k mediálním obsahům a směrem k ještě vyšší komplexitě vztahů mezi shora dolů komunikujícími korporátními médii a zdola nahoru naplňovanou participační kulturou. Oproti tomu, co tvrdí rétorika „demokratizace televize“, je ovšem tento posun poháněn ekonomickým kalkulem, a nikoli jakýmsi obecným cílem posílit veřejnost.

(Jenkins 2006: 254)



Jenkinsovu konvergenci lze v zásadě chápat jako šířeji vystavěnou variaci na Coverovo (2007) pojetí interaktivity – Jenkins participaci popisuje jako kulturně podmíněnou touhu uživatelů podílet se na produkci mediálních obsahů a získat podíl na kontrole nad jejich šířením. Touhu, jejíž naplnění je sice ulehčeno a významně katalyzováno vznikem nových médií, ale která má kořeny mimo samotnou technologii, a to mimo jiné v kulturním milieu starších mediálních subkultur, jimiž jsou třeba subkultury fandomové. Touhu, která se dostává do konfliktu s mocenskými ambicemi korporátních médií, ale která je zároveň korporátními médii podporována, protože jejich cílem je novou situaci důsledněji využít ke generování zisku. Konvergence přitom na straně uživatelů zahrnuje velmi široké pole zřetelně různých aktivit: zastřešuje sdílení a recirkulaci mediálních textů prostřednictvím online komunit i peer-to-peer sítí, blogerské publikační aktivity, kolaborativní projekty založené na využití kolektivní inteligence (jako je například Wikipedia nebo jako jsou weby mediálních subkultur) i alternativní aktivistická nebo komunitní média navazující na tradici „grassroots“ médií ze šedesátých až osmdesátých let.

Jenkins – co východisek navazující na Michela de Certeaua (1984) – vykresluje rodící se kulturu konvergence jako sféru někdy otevřeně konfliktních a někdy zřetelně konsenzuálních snah obou typů aktérů o nalezení modu vivendi ve stále velmi čerstvé, neustálé kulturní a mocenské konstelaci. Toto hledání je přitom charakteristické snahou uživatelů i mediálních korporací prosadit a udržet svou pozici vzhledem k mediálním obsahům. Uživatelé se k nim stále častěji vztahují z pozice členů vědomostních komunit (*knowledge communities*), které jsou komunitami spojenými zájmem o text, jeho recirkulaci, rekonfiguraci a reinterpretaci, komunitami otevřenými interpretační synergii svých členů a zesilujícími uspokojení těchto členů ze sdílené kontroly nad textualitou. Jenkins v této souvislosti hovoří o kultuře konvergence jako o *participační kultuře* (*participatory culture*) – a podotýká, že ta je produktem emancipačních, subverzivních taktik „slabých“ aktérů, ale současně je zohledněna i ve strategiích „silných“ korporátních médií. Ta se totiž snaží, s ohledem na své zájmy, omezit moc, kterou uživatelé začlenění do vědomostních komunit získávají, a snaží se participační kulturu podřídit svým vlastním cílům.

Limity kultury konvergence jsou zřejmé a sám její autor je otevřeně pojmenovává – Jenkins své vysvětlení probíhající změny mediálního prostředí staví na případových studiích jednání aktérů, kteří jsou ranými osvojiteli nových médií. Jedná se tedy o uživatele s poměrně elitními sociodemografickými charakteristikami, uživatele, kteří jsou převážně „bílé, muži, ze střední třídy a vysokoškolsky vzdělaní“, kteří „mají ten nejlepší přístup k novým mediálním technologiím a ovládli schopnosti nutné k plné participaci v těchto nových vědomostních kulturách“ (Jenkins 2006: 23). Už z tohoto důvodu je nutno na Jenkinsův poměrně optimisticky formulovaný model hledět se strážlivou rezervovaností – jen těžko lze, jak sám autor

upozorňuje, jakkoli předjímat, jakým způsobem se kultura konvergence bude proměňovat s tím, jak se jí postupně budou ujímat i další, co do kulturního a sociálního kapitálu jaksi méně disponované segmenty uživatelské populace. Při nejlepší vůli je možno jen pojmenovat krajní varianty možného vývoje. Onu (nejen z Jenkinsova pohledu) pozitivní a optimistickou, ne nepřipomínající utopické teze například Pierra Lévyho (1997, 2001), v níž se dědictví fandomové participační kultury stane obecným kulturním módem a kultura konvergence bude skutečně kulturou emancipovaných členů vědomostních komunit. a onu pesimistickou, v níž strategie korporátních médií tváří v tvář pasivitě řadových uživatelů zkolonizují re-formující se mediální krajinu a v níž sebevědomá, aktivní a skutečně participativní konzumace mediálních obsahů zůstane i nadále výsadou relativně elitních segmentů společnosti.

Pozitivem Jenkinsovy teorie na druhou stranu je, že na empirické bázi pomáhá načrtnout základní mapu toho, co se děje na pomezí proměňujících se veřejných a privátních prostorů, a že tato mapa explicitně zohledňuje jak mocenský charakter probíhajících změn, tak povahu interakcí, jež sféru mediální komunikace restrukturují.

Určitým korektivem Jenkinsova kriticky optimistického pohledu může být koncept *rozptýleného publika* (*diffused audience*), který formulovali Nicholas Abercrombie a Brian Longhurst (1998) a který obrací pozornost k té rovině komunikativního jednání, jež je v Jenkinsově pohledu poněkud oslabena, a to k sociální performativitě a k sebezprezentaci sociálních aktérů.

Rozptýleným publikem Abercrombie s Longhurstem odkazují k novému, distinktivnímu typu publika,<sup>101</sup> který je založen na performativním jednání samotných členů publika a který se v moderní společnosti prostoupené médii rodí

z interakce dvou procesů, obou moderních. Na jedné straně je svět konstruován jako spektakl a na straně druhé jsou individua konstruována jako narcistní. Lidé se cítí být současně členy publika i performery; jsou zároveň tím, kdo sleduje, i tím, kdo je sledován.

(Abercrombie – Longhurst 1998: 75)

Zdrojem sytícím vzájemně se rekuperující spektakl a narcismus jsou přitom právě média, proměna jejichž užití hraje v konceptu rozptýleného publika zásadní roli. Zrod rozptýleného publika je totiž spojen s přeměnou mediální konzumace ze situačně jasně vymezeného jednání v prakticky permanentní aktivitu a s tím, že se

101 Rozptýlené publikum stojí vedle *jednoduchého publika* a *publika masového*. Jednoduchá a masová publika se s rozptýleným publikem, jak podotýkají Abercrombie s Longhurstem, nevylučují, ale „odehrávají se na pozadí rozptýleného publika“ (Longhurst – Abercrombie 1998: 69).

média stala jedním z ústředních prvků konstituujících každodennost, jak konstatuje Roger Silverstone (1994). Být součástí publika zkrátka přestalo být prostorově a časově ohraničenou zkušeností a stalo se všudypřítomným a zásadním prvkem sebekonstrukce. Setrvalá konfrontace s mediálním spektaklem navíc vede k zvýraznění performativního rozměru jednání – tedy k jednání, které je vykonáváno s tím i proto, že je samo sledováno. I performativita se tak stává permanentní a v zásadě stejně zastřenou, jako je neviditelná televize puštěná na pozadí jiných aktivit nebo jako je přeslechnuté rádio hrající jako kulisa během návštěvy hypermarketu.

Ve stále větší míře je [...] zkušenost rozptýleného publika charakterizována virtuální *neviditelností* performance [...]. Život je souvislou performancí; jsme současně publikem i performerem; publikem jsme všichni a stále. Performance není dílčí událost.

(Abercrombie – Longhurst 1998: 72-73)

Abercrombie s Longhurstem koncept rozptýleného publika sice formulují v souvislosti s televizními publiky, ale je zjevné, že jej lze více než dobře aplikovat i na situaci, v níž do každodennosti vstupují i nová, síťová média – více či méně permanentní život online, performativní sebevystavení v online sociálních sítích, dodává konceptu rozptýlených publik snad až doslovný rozměr. Individuální performance se totiž odehrává nejen v prostoru spoludefinovaném trvalou přítomností média, ale v mediálním prostoru samotném.

Optikou konceptu rozptýleného publika dostávají Coverova interaktivita i Jenkinsova kultura konvergence nový rozměr – ukazuje se, že participace má i jiné, mnohem komplexnější kořeny, než jen ty, které Jenkins dohledává v touze podílet se na textu. Participace je současně příznakem touhy po sebevystavení, po sebereprezentaci – participovat jako člen rozptýleného publika zkrátka znamená nejen sdílet, převyprávět a redistribuovat obsahy své i jiných sobě i jiným, ale současně sdílet, převyprávět a redistribuovat sebe sama. Kultura konvergence je současně kulturou performativní, a to se všemi akcenty, které Abercrombieho a Longhurstův koncept implikuje.<sup>102</sup>

Z tohoto pohledu se pak rozrušení hranic mezi soukromým a veřejným prostorem a mobilizace soukromého, což jsou témata, ke kterým se vracím v následující podkapitole, jeví jako součást širšího komplexu sociokulturních trendů, v nichž nová média hrají roli sice důležitou, ale jen jednu z mnoha.

102 K tématu se ještě podrobněji vracím ve studii „More Than a Desire for Text: Online Participation and the Social Curation of Content“ (Macek 2013), v níž se na základě výzkumů probíhajících na Masarykově univerzitě zabývám motivacemi uživatelů online sociálních sítí k online participaci na textu.

## Kontext

Vzhledem k vzájemné propojenosti všech tří dimenzí tvořících komplex nového média bylo mnohé z toho, co se týká dimenze kontextuální, řečeno už v předchozích dvou podkapitolách věnovaných artefaktu a užití – a to například v souvislosti s rolí technologických kódů, v odkazech k problematice veřejného a privátního, ve výkladu konceptu mediálního celku i ve stručné diskuzi o kultuře konvergence a rozptýleném publiku. V této podkapitole se tedy k problematice kontextu (respektive kontextuálních struktur) obracím snad systematictěji. Předně předkládám klasifikaci struktur a systémů, jež kontextuální dimenzi konceptu nových médií tvoří, a dále se zde podrobněji zabývám tématy, kterých jsem se již dotkl: rekonfigurací privátního a veřejného prostoru, v nichž jsou nová média užívána a které spoluutvářejí, sociálními nerovnostmi a jejich vztahem k užití nových médií a stručně též diskuzí o makrosociologických charakteristikách společnosti, jejíž proměna související s nástupem nových médií je tematizována v teoriích informačních společností.

### *Dvě roviny kontextu*

V kontextuální dimenzi je přiměřeně rozlišit dvě úrovně struktur, které se od sebe odlišují obecností a dosahem struktur, které zahrnují. Pro přehlednost o nich budu hovořit jako o kontextech první úrovně a druhé úrovně, přičemž:

1. *Kontexty první úrovně* zahrnují kontextové struktury každodennosti, jež přímo strukturují jednání. Konkrétněji tedy
  - a) časové a prostorové struktury soukromého prostoru domácnosti,
  - b) struktury semiveřejných a veřejných prostorů, v nichž jsou nová média součástí či prostředkem sociálních interakcí,
  - c) systém mediálního celku
  - d) a struktury a systémy sociálních formací (komunit, sociálních sítí) a formálních organizací, v jejichž rámci jsou nová média užívána.

Tato úroveň struktur je mapována teoriemi, které se zabývají například novými médii a každodenností (viz výše), mediálními organizacemi a žurnalistickými rutinami (viz výše), virtuálními komunitami a online sociálními sítěmi (viz výše), mediálním aktivismem a nevládními a neziskovými organizacemi (Walch 1999; Bennett 2005; aj.) atd.

2. *Kontexty druhé úrovně* zahrnují struktury obecnější povahy – kontexty socio-kulturní, politické, ekonomické a regulační. Tedy širší milieu, reprezentované veřejným prostorem, jenž je mimo dosah jednání sociálního aktéra, systémy obecně sdílených kulturních hodnot a sdíleného vědění, regulačními kódy práva a technických norem, politickými systémy, systémy ekonomických

vztahů, nerovností v přístupu k novým médiím, ale i širšími technologickými a materiálními infrastrukturami. Kontexty druhé úrovně jsou tematizovány v souvislosti s rolí médií ve veřejném prostoru (viz dále), v teoriích informační společnosti a takzvané digital divide (viz dále), v souvislosti politickou ekonomikou nových médií (Mosco 2004; Mansell 2004; Goldsmith – Wu 2008; aj.), právní vědou (Lessig 2004, 2006), historií technologií a kultury (Abbate 1999; Hayles 1999; Tofts a kol. 2003; Matei 2005; Edgerton 2006; Turner 2006; Flichy 2007; aj.) atd.

Obě úrovně kontextu přitom, jak bylo řečeno v rámci výkladu teorie strukturační, sehrávají roli formativních struktur, a to jak vzhledem k dimenzi artefaktu, tak k dimenzi užití. Podtrhují tak kontextuální situovanost (a proměnlivost) samotných novomediálních technologií i způsobů jednání, které jsou s nimi provázány. A současně ztělesňují zásadní argument vůči naivním redukcionistickým představám nových médií jako médií ze své technologické podstaty například principiálně svobodných a nevyhnutelně demokratických, nebo naopak opresivních a odcizujících.

Ve vzájemných vztazích jsou současně i obě úrovně kontextů. Tyto vztahy jsou zprostředkovány skrze aktualizaci v jednání, ale s určitým zjednodušením lze říci, že zákonná regulace formuje podobu například mediálních organizací a jejich interních pravidel, stejně jako aktivistické politické skupiny mohou prostřednictvím užití nových médií ovlivňovat sféru politických vztahů. Provázanost kontextů první a druhé úrovně je nakonec možno ilustrovat i na provázanosti privátního a veřejného prostoru, tvořících dvě z klíčových kontextuálních struktur, vzhledem k nimž hrají média a jejich užití fakticky centrální úlohu.

## ***Rekonfigurace privátního a veřejného prostoru***

V souvislosti s dvojí artikulací jsem předchozí podkapitole zmínil, že v případě nových médií se poněkud komplikuje model vztahu mezi prostorem soukromé domácnosti a vůči ní vnějšího veřejného světa. Naznačil jsem rovněž, že tato komplikace má pro pochopení užití nových médií poměrně zásadní důsledky. Výklad způsobu, jímž se užití nových médií do vztahů veřejného a soukromého promítá, se nicméně neobejde bez širšího historického expozé – což nakonec dovoluje na konkrétnějších argumentech ukázat, že nová média patrně nejsou ani tak nositelem radikální společenské změny, jako jsou spíše produktem i činitelem dlouhodobých, optice přelomovosti se vzpírajících společenských procesů.

Cesta k rekonfiguraci privátního a veřejného prostoru nemůže začít jinde než v rané modernitě. Podle Jürgena Habermase (1992, 2000) byla raná moderní společnost 18. století mimo jiné svědkem zrodu dvou distinktivních sfér, svědkem oddělení dvou sociálních prostorů – privátní sféry (zahrnující intimní rodinný prostor

charakterizovaný komunikací tváří v tvář, osobními vazbami a sdílenými ekonomickými a reprodukčními zájmy) a veřejné sféry (komunikačního prostoru nacházejícího se „mimo domácnost“, odděleného od sféry státu a ekonomiky a syceného veřejnou diskuzí a jednáním transcendingícím hranice a partikulární zájmy soukromých světů privátní sféry). Není nutné, abych zde sledoval dlouhou a živou debatu stran Habermasových argumentů – už proto, že se zde nebudu zabývat Habermasovým historickým ani normativním konceptem veřejné sféry,<sup>103</sup> ale s veřejným prostorem budu volněji pracovat jako s prostorem utvářeným neprivatní, veřejnou, v moderní společnosti z nemalé části masovými médii zprostředkovanou komunikací. Tedy jako s komunikační sférou, jež hraje v moderní společnosti zásadní roli, jak konstatuje Raymond Williams (2003) – masová média podle něj slouží jako zásadní kulturní formy, které skrze utváření sdíleného komunikačního prostoru zajišťují kulturní integritu komplexních, geograficky rozsáhlých a současně mobilních moderních společností.

U Habermase začínám proto, že tento autor přichází s důležitým postřehem: totiž že nevyhnutelnou podmínkou zrodu distinkce mezi moderní privátní a veřejnou sférou je, krom jiného, existence patřičné komunikační platformy, která umožňuje sociálním aktérům (v případě Habermasovy rané veřejné sféry pouze úzké vrstvě středostavovských měšťanů) konstruovat veřejný prostor jako prostor komunikační.

Raný periodický tisk 18. století – Habermasem vykreslený jako svého druhu ideální typ média pro veřejnou komunikaci – sloužil jako dvousměrný komunikační kanál mezi veřejností a soukromými jedinci. Byl čten a diskutován na veřejných místech, byl provázán s lokální komunitou a zpřístupňoval komunikační tok gramotným a patřičně postaveným aktérům (až na výjimky mužům), kterým umožňoval přímý vstup do veřejné rozpravy.

Komunikační trajektorie většiny tištěných periodických a později i dalších masových médií nicméně měla, jak ukázal v 19. století nástup teritoriálně i sociálně

103 Jürgen Habermas veřejnou sféru chápe jednak jako historický typ komunikační sféry spojené s rané buržoazní, vzdělanou měšťskou elitou, ale současně též veřejnou sféru postuluje jako normativní koncept – moderní demokracie je podle Habermase (rozwíjejícího teze např. Johna Rawlese, Ronalda Dworkina a Karla-Otty Apela) závislá na kultivaci veřejných diskurzů a na veřejné sféře coby otevřeném prostoru deliberativního komunikativního jednání. Normativita konceptu spočívá v tom, že Habermas takto pojatou sféru chápe jako ideál, o jehož naplnění je nutno se pokoušet, a nikoli jako popis reálného stavu veřejného prostoru (Habermas 1992). v souvislosti s tímto pojetím veřejné sféry je v rámci studií nových médií přinejmenším od poloviny devadesátých let rozvíjena diskuze o tom, zda nová média k naplnění takového normativního ideálu přispívají, či nikoli (viz např. Poster 1996; Dahlberg 1998, 2001b, 2001c, 2007; Gimmler 2001; Papacharissi 2002; Downey – Fenton 2003; Volek 2003). Závěry, k nimž tato debata dochází, přitom naznačují, že nová média sice mohou vést ke vzniku deliberativních komunikačních platform, ale současně přispívají k fragmentarizaci veřejného prostoru a ke vzniku dílčích, postojově a tematicky orientovaných subsfér, které habermasovkou představou celospolečenské veřejné sféry nenaplní.

otevřeného masového tisku, jiné směřování. Masový tisk se stal takřka bezvýhradně jednosměrným masovým médiem. Na jednu stranu pokrýval mnohem rozsáhlejší sociální a geografická teritoria, než kterými byly lokální a de facto elitní buržoazní society (a díky tomu masový tisk přispěl ke vzniku definitivně „národního“ kulturního a politického prostoru). Na stranu druhou se proměnil v kanál nesoucí komunikaci ze sdíleného, nicméně abstraktního (tedy založeného nikoli na osobní znalosti druhých, ale na jejich reprezentaci) veřejného prostoru do sféry privátních míst. Masový tisk se tak stal nenahraditelným zdrojem kontaktu soukromých aktérů žijících v kontextu fyzicky ohraničených soukromých domácností s národní politikou, kulturou, veřejnou diskuzí – a zde přitom nechávám stranou Habermasovu normativní kritiku refeudalizace veřejnosti a sleduji spíše argumenty Raymonda Williamse (2003).

Poněkud jiným potřebám posloužily telegraf a telefon. Vynález elektrického telegrafu (v polovině 19. století) a jeho rozšíření přinesly technologii, která nebyla primárně designována pro privátní užití,<sup>104</sup> ale zajišťovala komunikaci v rámci veřejného prostoru a mezi jednotlivými národními veřejnými prostory. Tedy komunikaci státní, ekonomickou a – což je zde podstatné – komunikaci jaksi meta-mediální (čili komunikaci zajišťující chod zpravodajských agentur a kontakt mezi konkrétními mediálními organizacemi). Telefon – šířící se od poslední čtvrtiny 19. století – naopak sytil jinou kulturně podmíněnou potřebu, jež v kontextu prostorově rozptýlené společnosti rozčleněné do buněk nukleárních rodin vyvstala. Telefon poskytl možnost dvousměrné synchronní komunikace mezi dvěma fyzicky vzdálenými privátními prostory – coby komunikační médium situované do geograficky ukotvené domácnosti (pěkným vyjádřením této geografické ukotvenosti je institut telefonního seznamu, kombinujícího informace o telefonních číslech s adresami) posloužil na úrovních soukromých prostorů obdobnému účelu, jakému posloužili telegraf a jeho technologicky pokročilejší nástupci na úrovni veřejných a státních organizací.

Nástup elektronických masových médií (tedy rozhlasu a následně televize) posílil postavení jednosměrného modelu masové komunikace, který byl původně spojen především s masovým tiskem: rozhlas a televize vnášejí veřejný svět do samotného středu domácnosti, slouží jako jednosměrné spojení mezi sférou „vnější společnosti“ a „vnitřním kruhem“ soukromí a intimity moderní rodiny. Mnozí autoři – mezi jinými Williams (2003) se svým konceptem mobilního zprivátnění a Joshua Meyrowitz (2006) ve svých tezích o dopadech mediálních technologií na sociální zakoušení prostoru a času – upozorňují na povahu dynamiky vztahů mezi soukromým a veřejným v televizní kultuře. Mediálně konstruovaný symbolický svět rozhlasu a televize sice vnesl do obývacího pokoje doslova „celý svět“, ale současně

104 Pokud telegraf pro privátní účely využíván byl, pak příznačně skrze filtr kontaktu se státními úředníky.

podtrhl striktní separaci (mediovaného) veřejného prostoru a (žitého) prostoru privátního, domácího, jenž mohl být veřejným prostorem „symbolicky syčen“ bez toho, aby byl příjemce veřejného komunikátu jakkoli nucen narušit či překročit hranice svého privátního světa. Zároveň televize a rozhlas přinesly domácnosti jednu důležitou novinku: relativně snadno transportovatelná televizní (nebo rozhlasová) technologie, kulturní mamila dovolující přisát se ke kulturnímu hlavnímu proudu dobře známého reprezentovaného světa prakticky odkudkoli v rámci národního státu (pro detailnější argumentaci, zasazenou do kontextu diskuze o veřejné službě, viz Curran 2004), učinila soukromí domácností relativně nezávislé na geografii. Privatizace, postupně sílící od počátku modernity, se spojila se sílící potřebou mobility – a tato mobilita získala silnou kulturní oporu ve formě televize, jak konstatuje Williams (2003).

Klauzura „privátního“ na druhou stranu zvýraznila delokalizovanost veřejného prostoru, jeho definitivní symbolizaci. Richard Sennett (1977), Margaret Morseová (1990) a Joshua Meyrowitz (2006) a jiní obrací svou pozornost ke skutečnosti, že veřejný prostor se stal pouhou metaforou postrádající referent ve „skutečných“, tedy fyzických prostorech – a fyzické prostory ztratily svou veřejnou dimenzi. Televizní technologie tak v privátním rodinném světě hraje klíčovou roli. Ve své době fakticky monopolně přináší do středu privátního symbolické neprívátní a ztělesňuje vnější svět, celý veřejný prostor.

Nová média vztah privátního a veřejného obohacují o nové prvky, narušují monopol masových médií na mediaci veřejného prostoru a současně dále posilují mobilizaci soukromí.

Vztah nových médií a veřejného prostoru je, jak je konstatováno v úvodu kapitoly, intenzivně tematizován již po více než dvě dekády, a to především v souvislosti jednak s tématem již zmiňované habermasovské veřejné sféry (srv. Poster 1996; Dahlberg 2001; Bentivegna 2002; Papacharissi 2002, 2009; Dahlgren 2005), jednak obecněji s tématem demokracie a politické a komunikační participace (srv. Bakardjieva 2009; Carpentier 2011; Dahlberg 2011; Dahlgren 2011; Jenkins – Carpentier 2013; Macek 2013). Řada důležitých otázek nicméně stále zůstávala dlouhodoběji bez odpovědi, respektive byla a stále ještě do jisté míry je zodpovídána spíše nesystematicky, leckdy pouze formou spekulativních tezí. Na počátku druhé dekády 21. století se diskuze točí převážně okolo problémů spojených jednak s adekvátní reformulací teorie veřejné sféry, jednak s definicí participace na veřejném prostoru prostřednictvím (nových) médií i v médiích jako takových.<sup>105</sup> Z těchto dvou prolínajících se debat

105 Provázanost celé diskuze o nových médiích ilustruje jistě už skutečnost, že v „definiční diskusi“ ohledně participace se nakonec plodně a zajímavě setkávají osobnosti epistemologicky natolik odlišné, jako je americký kulturní teoretik Henry Jenkins (jehož teorii konvergentní kultury jsem se věnoval výše) a belgický mediolog a politolog Nico Carpentier (zabývající se primárně vztahem



pak – pokud nechám stranou čistě politologické akcenty týkající se proměny politické komunikace – vystupuje řada poměrně zásadních otázek, na jejichž uspokojivé zodpovězení teprve čekáme. Vede užívání nových médií ke znovupřetvoření veřejných prostorů ve veřejná *místa* a slouží nová média lokálním společnostem k posílení smyslu pro lokalitu, smyslu pro místo, jak slibuje například William Mitchell (1995)? Jak „nové“, novými médii zprostředkované a utvářené veřejné prostory ovlivňují ty „staré“, zprostředkované a utvářené masovými médii tisku, rozhlasu a televize? a v jakém jsou vzájemném vztahu? a vedou veřejná diskuze a politická participace prostřednictvím nových médií – krom toho, že je v souvislosti s nimi možno sledovat fragmentarizaci veřejného komunikačního prostoru do názorově a zájmově orientovaných subsfér (srv. např. Volek 2002; Dahlberg 2007; Papacharissi 2009) – k formování kvalitativně specifického obecnějšího smyslu pro veřejný prostor?

V návaznosti na stávající diskuzi je snad možno (se snahou o střízlivost) konstatovat, že nová média posilují jak dlouhodobé tendence k delokalizaci veřejného prostoru (tedy k odpojení veřejného prostoru od konkrétních fyzických míst), tak i – spolu s tím, jak alternují „jednosměrnost“ hlavního proudu veřejné komunikace neseného masovými médii – jeho pokračující fragmentarizaci. Dílčí, empiricky podložené závěry pilotních studií, které vznikly na Masarykově univerzitě, ovšem dávají tušit, že uspokojivé odpovědi na mnou zformulované otázky budou – jak už to tak bývá – patrně komplexnější a současně méně jednoznačné, než aby měly povahu jednoznačných tezí. Studie věnované novým médiím a aktivismu (Jelečková 2010, 2012; Macková 2012; Ondrušová 2013) naznačují, že užívání nových médií může v řadě případů vést nikoli k další delokalizaci veřejného prostoru, ale naopak k repolitizaci lokálního a k revokaci lokálních identit. Současně ale čestí a slovenští političtí aktivisté a občanskí žurnalisté vykazují zřetelnou tendenci k individualizaci a jisté sociální zapouzdřenosti svých aktivit, což jednak odpovídá fragmentarizačním předpokladům i slovům Zizi Papacharissiové o narcistní povaze současného aktivního občanství (Papacharissi 2009).

~~~~~  
 médií a demokracie). Jejich setkání, jež proběhlo na půdě Karlovy univerzity v roce 2012, bylo završeno společným dialogicky pojatým a zároveň až překvapivě konsenzuálním textem publikovaným o rok později v časopisu *Convergence* (Jenkins – Carpentier 2013). Jenkins a Carpentier v zásadě docházejí k závěru, který Carpentier v návaznosti na teorie radikální demokracie prosazuje i ve svých předchozích textech (Carpentier 2011) – a sice že definičním znakem participace je její vazba na mocenské vztahy a že participace je účastí na rozhodovacích procesech. (Tento přístup dovoluje odlišit participaci od pouhé interakce – participace zahrnuje totiž takové jednání, které má povahu účasti na dění ve veřejném prostoru.) a současně Carpentier s Jenkinsem velmi plodně rozlišují mezi participací *prostřednictvím* médií a participací v médiích – přičemž druhý typ participace, který zahrnuje kontrolu nad fungováním mediálních kanálů, si dovolím považovat za jedno z velmi opomíjených témat, která dosud studiím nových médií spíše unikají.

Druhou stranou veřejně-soukromého příběhu nových médií tvoří vztah nových médií a privátní sféry. I zde nová média posilují starší, dlouhodobé trendy. Margaret Morseová (1998) upozorňuje na sílící tendence směrem k mobilizaci soukromí, tedy tendence, které v sedmdesátých letech s ohledem na sociální roli televize popsal Williams (2003). Buňky soukromých prostorů jsou – v kontrastu vůči Williamsovu světu televizní kultury – vytrhovány ze specifických míst a přetvářeny v abstraktní soukromé symbolické prostory (což je něco, co se veřejným místům stalo před desetiletími) a jako vzájemně prosifované bubliny soukromí křižují vnějším fyzickým (veřejným) světem. Někdejší veřejná místa (městské ulice, veřejná doprava, hospody, kluby, univerzity atd.) jsou tak privatizována soukromými jedinci nosícími s sebou svá trvalá technokulturní napojení na jiné (symbolické) veřejné prostory stejně jako na privátní prostory jiných privátních aktérů.

Někteří autoři, jako například Stuart Shapiro (1998) nebo Roger Silverstone (2006), mají za to, že dramatický nárůst toho, co lze nazvat *privátní mobilitou* (což je termín, který zavedla Lynn Spigelová [2001] v kontrastu vůči Williamsovu [2003] konceptu mobilního zprivátnění), vede k rozrušení stávajících symbolických i fyzických hranic jak mezi privátním a veřejným, tak mezi virtuálním (symbolickým) prostorem a fyzickým místem. Toto tvrzení je jednou z dalších hypotéz ohledně vztahu nových médií a soukromí, jež mohou být přijaty či odmítnuty pouze empirickou cestou. Skutečně se užití nových médií podílí na rozvracení hranic intimní, privátní sféry? Kudy jsou vedeny hranice nové, jsou-li vedeny? Jak sociální aktéři nová média užívají ke konstruování soukromí a intimity? Jak způsobem se nová média vpisují do soukromých míst, jak ovlivňují prostory domácnosti?

O zodpovězení těchto otázek se pokouší výzkum vedený z pozic mediálních studií, antropologie i psychologie a k takřikajíc klasickým titulům z této oblasti dnes patří již zmiňované studie Sherry Turkleové (1995, 2001, 2011), Sonie Livingstoneové (2002) a Marie Bakardjiev (2005).¹⁰⁶ Turkleová ve své studii *Alone Together* (2011) například konstatuje, že sociální aktéři žijící v situaci trvalé online dostupnosti zakoušejí takzvaný *životní mix*, fakticky tedy setrvalý překryv sociálních situací, který vede k erozi jednoznačných situačních plánů, v jejichž rámci byly budovány soukromí a vztahová intimita. Z tohoto pohledu lze například trend „kustomizace“ a „personalizace“ technologií nahlížet jako eufemistický příznak pokračující individualizace privátního prostoru (kde konečným nositelem soukromí je individuální aktér, a nikoli relativně kompaktní jednotka nukleární rodiny), spojené mimo jiné s rostoucí přenositelností nových médií (symbolizovanou například rozšířením

106 Za pozornost krom těchto publikací stojí rozhodně celá ona větev výzkumu, jež je provázána s teorií domestikace – zasvěcený a současně kritický přehled této oblasti nabízí Leslie Haddon (2006), který sám patří mezi klíčové postavy výzkumu nových médií a každodennosti.

mobilních telefonů a „všudypřítomnosti“ internetového připojení). Můj vlastní etnografický výzkum, probíhající v době dokončování této knihy, nicméně naznačuje, že příběh mizejících hranic a individualizace a rozpadu soukromí patrně nebude až tak dramatický, jak se snad může zdát – zkoumané partnerské dvojice sice mobilizují své privátní, ale své párově sdílené soukromí, pečlivě budované „soukromé my“, dokáží právě tak udržet, jako situačně i fakticky oddělit od intervenujícího vnějšího světa. Jinak řečeno – je dost dobře možné, že krizi ve vztahu soukromého a veřejného zakoušejí sociální vědci v konceptuální rovině výrazněji než sami sociální aktéři.

Zmíněné trendy a položené otázky (či hypotézy) odkazují k velmi pravděpodobnému a zřetelně williamsovskému závěru, že nová média slouží „starým“ potřebám moderní společnosti a že jsou jako kulturní formy rozvíjena v souladu se staršími tendencemi ke zvyšování mobility „soukromého“ a delokalizovanosti „veřejného“. a rovněž lze zopakovat, že užití nových médií – stejně jako dříve užití starších mediálních technologií – mění a rekonfiguruje vztah mezi těmito prostory i tyto prostory jako takové. Uspokojivé porozumění povaze těchto změn je nicméně dosažitelné pouze skrze zkoumání toho, jakými způsoby si svá soukromí s využitím nových médií konstruujeme. Zkoumání toho, jak konstruujeme veřejné a svůj vztah k němu, jak překračujeme topografii soukromí, jak vnášíme veřejné do svých domovů a do svých soukromí, a naopak.

Nová média a nové nerovnosti?

Jedněmi ze zásadních otázek, které jsou v souvislosti s kontextuální dimenzí kladeny, jsou otázky spojené s tématem nerovnosti – a tedy zda, jakým způsobem a do jaké míry se do užití nových médií promítají stávající společenské, strukturální nerovnosti, zda nová média vedou k posilování, či naopak nivelizaci těchto nerovností a zda v souvislosti s nimi (a s jejich šířením a užitím) nelze hovořit o nerovnostech nových.

Diskuze o nových médiích a nerovnostech – obvykle nálepkovaná termínem *digital divide* – je zřetelně mnohavrstevnatá a roztržštěná. Zahrnuje, jak ve své přehledové stati věnované tomuto tématu upozorňuje Roman Bureš (2010), výzkumné zprávy z reprezentativních kvantitativních šetření (sledující primárně nerovnost v přístupu k osobnímu počítači a k internetu), normativně orientované politické diskurzy (předjímající *digital divide* jako problém, který je a bude nutno řešit a jenž se promítá do politické agendy národních států i mezinárodních organizací) i ambiciózněji pojaté snahy o conceptualizaci *digital divide* jako nikoli nerovnosti v samotném přístupu k novým médiím, ale jako komplexnějšího fenoménu odkazujícího i k rovině vědění, praxí, kulturního a sociálního kapitálu.

Přesto (či právě proto?) je debata o *digital divide* více než ilustrativní. Jednak totiž – vzhledem ke svému prolnutí do roviny politiky a regulace – ukazuje k propojení

mezi akademickými diskurzí (tedy systémem expertního vědění), sférou politického jednání, regulace a ekonomiky (Gunkel 2003; Stewart a kol. 2006). A současně její směřování ke komplexnějšímu modelu digital divide, zachycené například ve studiích Marka Warschauera (2002), Neila Selwyna (2004), Jana Van Dijka a Kennetha Hackera (2003) i zmíněného Romana Bureše (2010), odkazuje k jemnější provázanosti mezi strukturálními nerovnostmi, praktickým vědění a jednáním.

Na vícedimenzionální a současně poněkud „konzervativní“ povahu nerovnosti v přístupu k novým médiím poukázala již politoložka Pippa Norrisová (2001), která jako jedna z prvních systematictěji komparovala data o šíření internetu v globálním i národním měřítku. Norrisová jednak dochází k závěru, že nerovnost v šíření připojení k internetu kopíruje stávající formy ekonomických, sociálních a geografických nerovnosti. a současně navrhuje rozlišovat ve vztahu k novým médiím globální rovinu nerovnosti (*global divide*), sociální rovinu nerovnosti (*social divide*) a nerovnost na úrovni demokratické participace (*democratic divide*). Globální nerovnost odkazuje k nerovnému šíření nových médií na úrovni států a celých regionů, kdy data odhalují vcelku očekávatelné rozdíly mezi rozšířením internetu ve vyspělých západních zemích a zemích z rozvojových částí světa. Sociální rovina nerovnosti vykresluje nerovné šíření nových médií v rámci národního státu. a nerovnost na úrovni demokratické participace souvisí s různými, sociálně podmíněnými kapacitami již připojených individuálních aktérů užívat nová média jako prostředku k účinnému vstupu do veřejného prostoru.

Je to právě tato poslední rovina nerovnosti, která, jak správně podotýká Bureš (2010), je nejzajímavější v tom smyslu, že zahrnuje více než jen pouhou existenci nebo neexistenci přístupu k nové technologii, a volá tak po plastičtějším vysvětlení. Bureš za tímto účelem syntetizuje široký model digital divide, který zohledňuje jak důsledky strukturální nerovnosti (tedy socioekonomicky podmíněného potenciálu *mít přístup* k novým médiím a takových proměnných, jako jsou věk, vzdělání či příjem), tak jemnější, sociálně rovněž podmíněné proměnné, zahrnující praktické vědění, cíle a motivace uživatele. Samotné užití a jeho sociálně situovanou proměnlivost tedy nahlíží způsobem, k němuž směřuje i zde předkládaný koncept nových médií – jako součást komplexní souhry mezi sociálními a kulturními strukturami, technologií a uživatelem. Takto ukotvený pohled pak umožňuje – jak Bureš ukazuje s využitím Bourdieuho teorie jednání (Bourdieu 1998) – na nerovnost ve vztahu k novým médiím a na její reprodukci pohlížet jako na sociální nerovnost jakéhokoli jiného typu. S tím, že její sociální vázanost i dosavadní výzkumy zkrátka nenačnou, že by překonání digital divide mělo či mohlo být klíčem k vymýcení chudoby či nerovnosti jako takové, jak apelativně slibovali utopisté v polovině devadesátých let.

Nová média a nová společnost?

Způsobů, jimiž je teoretizována většina prvků kontextuální dimenze, jsem se průběžně dotkl v předchozích kapitolách (i když některé, jako například problematiku právní regulace nebo vztahu organizačních struktur formálních organizací a implementace nových médií, s ohledem na svou nedostatečnou erudici spíše opatrně obcházím). To platí i o tématu, kterého jsem se letmo dotkl v úvodu této studie a následně v souvislosti s historickou rolí díla Manuela Castellese – o tématu zásadní společenské změny, která se časově překrývá s nástupem nových médií (a řadou autorů je s novými médii dávána do příčinné spojitosti) a je spojená s ideou informační (vědomostní / postindustriální / síťové / postmoderní) společnosti.

Idea informační společnosti není ani omylem neproblematická (jak jsem ostatně v první kapitole naznačil s odkazem na závěry kritické analýzy, v níž Frank Webster [2006] podrobil důkladnému a nemilosrdnému rozkladu její nejlivnější teoretické výklady). Ať už má mít podobu společnosti, v níž dochází k přesunu těžiště ekonomické produkce a dominujících forem zaměstnání ze sekundárního, industriálního sektoru do sektoru terciárního, tedy do sektoru služeb zahrnujícího i informační sektor,¹⁰⁷ nebo je společností, v níž změna označování způsobená dominancí elektronických médií vede ke krizi reprezentace a autenticity, a tak i ke vzniku nového kulturního modu,¹⁰⁸ či je například komplexněji vykreslována jako společnost, v níž dochází k zásadnější proměně morfologie společenských struktur, politických vztahů i forem produkce,¹⁰⁹ vždy je tato společnost vykreslována jako společnost procházející zásadním *systémovým* zvratem. Tedy jako společnost principiálně nová, více či méně radikálně se vymezující proti společnosti moderní. Což se může ukázat jako přinejmenším sporný závěr, jak ukazuje Webster (2006), konfrontující tyto ohlášky velké transformace jednak s jejich vnitřními teoretickými a empirickými rozpory, jednak s argumenty Habermasovými a Giddensovými – podle Webstera sice je zřejmé, jak je řečeno v úvodní kapitole, že se společností se opravdu „cosi děje“, ale v tomto okamžiku není zdaleka jisté, zda jde o události, jež mají povahu systémové změny. Jisté podle něj ovšem je to, že žijeme ve společnosti, v níž řada aktuálně velmi zvýrazněných trendů (jako jsou mimo jiné posilování úlohy expertních systémů, informatizace a racionálně organizovaného dohledu) není ničím jiným než extrapolací vlastností modernity, a že žijeme ve společnosti, jež je současně stále společností kapitalistickou a společností národního státu.

107 Tak jako je tomu v klasických ekonomických teoriích informační společnosti nebo v teorii postindustriální společnosti, kterou na počátku sedmdesátých let formuloval Daniel Bell (1973).

108 Což je případ postmoderní společnosti v pojetí Marka Postera (1990, 1995).

109 Zde je možno se odvolat ke Castellsovu modelu síťové společnosti (2010a, 2010b, 2010c).

Na tomto místě se nebudu pouštět ani do podrobnějšího výkladu Websterovy kritiky, ani nebudu přednostně vykládat některého z prominentních teoretiků zabývajících se novou společností – to je nakonec spíše téma samostatné práce než dílčí podkapitoly knihy věnující se konceptualizaci nových médií. Mým cílem zde zkrátka není řešit Websterem artikulované dilema, zda změna, ke které dochází, je, či není dostatečně systémová, a stejně tak ani není mým cílem aplikovat na kontextuální dimenzi konceptu nových médií konkrétní výklad třeba Castellsovy velmi komplexní, ale v některých ohledech přece snad problematické analýzy informačního věku. Základní kontury debaty o informační společnosti zde naznačuji z mnohem strídmějších a zároveň prozaičtějších důvodů.

Debata o informační společnosti – ať už mají pravdu ti autoři, kteří mají za to, že se jedná o systémově novou společnost, nebo má k pravdě blíže Websterova sázka na kontinuitu – předně odhaluje, že společnost je na počátku jednadvacátého století ve fázi proměny, jejíž povaha je mnohoznačná. Neshoda totiž nakonec panuje především stran hloubky této změny, ne snad ohledně toho, zda se změna děje, či neděje. Povaha nových médií, charakter jejich užití ani vzrůstající míra jejich rozšíření ve společnosti přitom samy o sobě tuto proměnu ani její dosah uspokojivě nevysvětlují (jak ostatně dokládá i Castells [2010a], který ukazuje, že informatizace společnosti je jen jednou z fazet tranziční mozaiky), ale nová média jedním z konstitutivních prvků této proměny dle všeho jsou. a pochopení toho, jakým způsobem se s nástupem nových médií proměňuje mediální sféra, je jednou z nevyhnutelných podmínek na cestě k zachycení celého nového obrazu, k němuž sociální vědy směřují.

Druhý důvod, proč se k debatě o informační společnosti obracím, je, že – jak plyne z teoretických východisek předkládaného teoretického modelu – nová média jsou povahou proměňující se společnosti pochopitelně významně formována. a proto stejně tak jako hledání cesty k novým médiím něco vypoví o povaze probíhajících společenských změn, tak naopak i (třeba problematická) teoretická mapa informační společnosti nabízí interpretační impulzy pro pochopení velmi konkrétních situací spojených s novými médií.

V neposlední řadě pak se zřetelnými sympatiemi podtrhuji kritickou opatrnost, s níž Webster k rozpravě o informační společnosti i nových médiích v ní přistupuje: studia nových médií během svého krátkého vývoje čelila tendencím k velmi předběžným, ale současně velmi sebevědomým, spekulativním generalizacím ohledně účinků, povahy i možného vývoje nových médií. a jednou z neúčinnějších forem prevence vůči tomuto je – jak konstatuji už v závěru třetí kapitoly – právě ten typ konzervativní nedůvěry, který ve svých textech už po více než tři desítky let prezentuje Webster.

Závěr kapitoly

Třídídimenzionální koncept nových médií, který v této kapitole předkládám k diskuzi, není formulován jako samoučelné teoretické cvičení, ale je v první řadě zamýšlen jako analytický nástroj – a jako takový má pochopitelně jisté metodologické implikace, které je nutno v závěru kapitoly zmínit.

Definování teoretického modelu nových médií jako modelu třídídimenzionální může svádět k zavádějící představě, že jakýkoli výzkum opírající se o tento model by měl probíhat ve všech třech dimenzích spojitě. Takový metodologický požadavek je svým způsobem nerealistický – pakliže Sonia Livingstoneová (2007) konstatuje, že již snaha o dvojité artikulovaný výzkum užití médií klade nemalé nároky na design sběru dat a na interpretaci získaného materiálu, pak výzkum sledující veškeré koordináty plynoucí z předloženého třídídimenzionálního modelu se ocitá v situaci o poznání ještě složitější.

Smyslem předkládaného modelu tak není vystavení detailního předpisu, ale mnohem spíše poskytnutí teoreticky podepřeného rámce umožňujícího postup, který by se dal nazvat snad jako „reflexivní redukce“ – většina zkoumání v oblasti studií nových médií se zkrátka odehrává v jedné ze zmíněných tří dimenzí nebo na průsečíku dvou z nich a pragmatická potřeba omezit pole sledovaných a interpretovaných jevů je zcela legitimní. Tato redukce nicméně musí ale komplexní povahu zkoumaného respektovat, což – abych se vrátil k Dahlbergovi (2004) a jeho stati věnované neredukcionistickému výzkumu internetu – může snad vyznívat jako velmi banální závěr, nicméně „kritické zhodnocení výzkumu internetu [...] ukazuje, že volání po vyšší citlivosti vůči komplexní souhře mezi mnoha vzájemně se ovlivňujícími prvky [...] je zapotřebí“. Třídídimenzionální model nových médií této „vyšší citlivosti“ dodává explicitní oporu v podobě jasněji pojmenovaných, teoreticky snad alespoň částečně vyztužených koordinát, čímž Dahlbergovu poněkud volněji formulovanou výzvu posunuje do konkrétnější polohy.

V. KAPITOLA

POZNÁMKY NA ZÁVĚR

V. POZNÁMKY NA ZÁVĚR

Jen máloco ovlivní čtení textu tak, jako očekávání k němu vztažená. Jakkoli bych se tedy raději vyvaroval snad alibisticky vyznívajících slov o tom, čím tato kniha opravdu není a nemá být, považuji za nutné zopakovat, že jejím cílem nebylo ani předložit vyčerpávající a bezezbytku kompaktní „teorii nových médií“, ani odvést detailní přehledovou práci a důsledně tedy shrnout diskuzi a empirická zjištění o tom kterém dílčím tématu zrodivším se v rámci studií nových médií. První z těchto dvou cílů si dovoluji považovat za cíl, který je v aktuální situaci teoretické a empirické „předběžnosti“ studií nových médií dosud nenaplnitelný. Druhý cíl, jež sledují například editoři a autoři kompendiálních publikací, jakými jsou *Web.Studies* (Gauntlett – Horsley 2004), *Handbook of New Media* (Lievroux – Livingstone 2002) či *New Media: a Critical Introduction* (Lister a kol. 2009), pochopitelně svým detailním záběrem a tematickou šíří dalece přesahuje možnosti disertační práce, jíž tato kniha původně byla, stejně jako možnosti solitérního autora.

Cílem knihy bylo odpovědět na velmi základní a nevyhnutelné otázky, s nimiž se musí společenskovědný výzkum nových médií vedený z pozic mediálních studií vyrovnat: (1) Jak uspokojivě konceptualizovat a teoreticky dostatečně pevně ukotvit pojem *nová média*, aby výsledná konceptualizace jednak plně korespondovala s některou z klíčových sociálněvědních tradic (přičemž zde volím tradici sociálněkonstruktivistickou) a současně dovolila takový vstup do empirie, který bude relativně odolný vůči zjednodušujícím (ať už redukcionistickým, nebo stroze deskriptivním) interpretačním strategiím? (2) Jakou oblast z interdisciplinárního metapole studií nových médií si vzhledem ke svým oblastem zájmu i ke svým teoretickým tradicím mohou či mají nárokovat badatelé z mediálních studií?

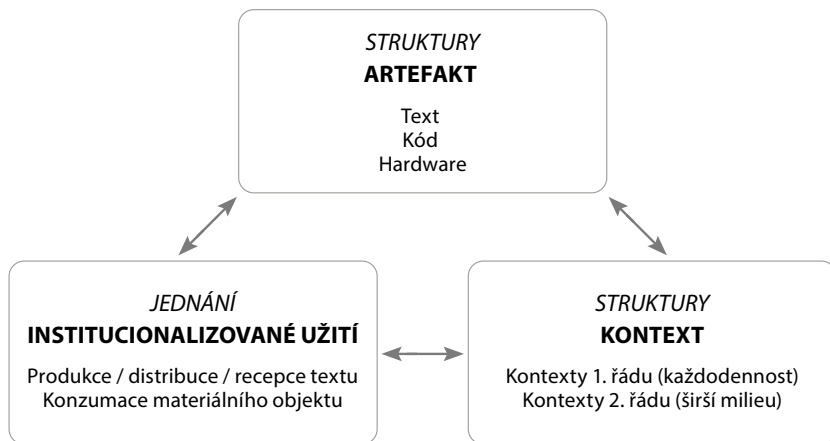
Odpověď na druhou z otázek vymezuje hranice dalšího výkladu, a proto se jí věnuji již v úvodní kapitole – s tím, že těžiště zájmu mediálních studií o nová média by patrně mělo ležet v zájmu o samotný proces novými médii zprostředkované komunikace, o probíhající (a s novými médii související) proměnu mediálních publik a jejich jednání, o vztah mezi novými a masovými médii a o zachycení proměňující se role médií v utváření veřejného a privátního prostoru.

Odpověď na otázku první pak tvoří páteř celé studie a je hledána a formulována ve třech krocích. Krok první spočívá v nástinu vývoje metapole studií nových médií a v identifikaci klíčových trendů, které proměny společenskovědní reflexe nových médií formovaly – a těmi jsou postupná akademizace rozpravy a vyjednávání základní terminologické, tematické a epistemologické shody, ústící v minulém desetiletí v poměrně otevřenou shodu, kterou označuji jako slabou syntézu. V druhém

kroku sledují dvě zásadní linie kritiky, jež slabou syntézu formovaly – a to jednak kritiky redukcionistického a deterministického přístupu ke zkoumání a teoretizování nových médií, jednak kritiky utopické a dystopické fascinace *novostí* nových médií. Na základě závěrů vyplývajících z této kritické evaluace slabin studií nových médií pak přistupují ke kroku třetímu, kterým je formulace konceptu nových médií.

Předkládaný koncept je konkretizovanou, teoreticky ukotvenou variantou těch stávajících pojetí nových médií, jež k mediální technologii holisticky přistupují jako ke komplexu zahrnujícímu tři vzájemně se ovlivňující, příčinně provázané dimenze, kterými jsou *techno-textuální artefakt*, *jednání* a každodenní i širší sociokulturní, politické a ekonomické *kontexty*. Koncept je přitom založen na aplikaci Giddensovy teorie strukturace (Giddens 1976, 1984), která akcentuje vzájemně konstitutivní vztah *struktur a jednání* – přičemž vlastnosti techno-textuálního artefaktu a povaha kontextů sehrávají roli struktur a naopak užití nových médií a s nimi spojená produkce, distribuce a recepce obsahů jsou pak nahlíženy jako jednání. Jestliže rozšířím schéma konceptu, jež je uvedeno ve čtvrté kapitole, je možno základní rozložení vztahů jednotlivých dimenzí konceptu graficky naznačit tímto způsobem:

Schéma 2: Rozšířené schéma třídídimenzionálního modelu nových médií



- *Dimenze techno-textuálního artefaktu* zde sehrává roli struktury, jež v první řadě strukturuje jednání aktérů (a tedy vyjadřuje selektivitu média) a současně se odráží i v povaze kontextuálních struktur. V technologické rovině je charakter artefaktu nového média vyjádřen materiálními vlastnostmi hardwaru a nemateriálními vlastnostmi kódu, pro něž je určující *digitální*

(numerické) kódování dat, jež implikuje textuální *nestrannost*, *modularitu*, *manipulovatelnost*, *automatizovatelnost* a *sítovatelnost* nových médií. Binární povaha digitálního kódu se odráží v potenciálně vysokém výkonu strojového procesu i ve velmi variabilní přenositelnosti a kapacitě nových médií. Textuální vlastnosti nových médií, které vymezují pole možných aktivit spojených s produkcí, distribucí a recepcí textu, jsou z materiálních a nemateriálních technologických vlastností artefaktu odvozeny, přičemž textualita nových médií je v každém případě *vrstevnatá* (je provázaná s vrstvami technologického kódu) a rovněž může být *konfigurovatelná* a otevřená *formální konvergenci*.

- *Užití nových médií* má povahu intencionálního, *sociálně institucionalizovaného jednání* strukturovaného strukturami artefaktu a strukturami kontextu (které jsou jím naopak aktualizovány a restrukturovány). Institucionalizovanost užití nových odkazuje ke skutečnosti, že jednání spojené s novými médii je jednáním konvenčním a situovaným, jednáním formovaným sociálně sdíleným věděním a sociálně definovanými cíli a motivy. Užití nových médií má současně charakter dvojité artikulace – nové médium je prostředkem komunikativního jednání zahrnujícího *produkci, distribuci a recepci textu* a zároveň je konzumovaným materiálním objektem. Užití nových médií jakožto komunikačních prostředků přitom zahrnuje komunikaci masovou, interpersonální a skupinovou, což jen podtrhuje mnohost a mnohoznačnost konkrétních způsobů jednání spojených s novými médii a současně tedy i mnohost a mnohoznačnost forem nových médií.
- *Kontext* je tvořen alokativními a autoritativní zdroji a regulativní a konstitutivními pravidly (jež strukturují dimenzi jednání i artefaktu a zároveň jsou těmito dimenzemi ovlivňovány), přičemž lze rozlišit dvě vzájemně provázané úrovně kontextuálních struktur (a to podle jejich mikro- a makrosociálního charakteru). *Kontexty první úrovně* zahrnují lokální struktury přímo formující každodenní jednání (časové a prostorové struktury každodennosti a konkrétně pak systém *mediálního celku*, struktury a systémy sociálních skupin a formálních organizací). *Kontexty druhé úrovně* pak zahrnují makrosociální proměnné formující veřejný prostor, systémy obecně sdílených kulturních hodnot a sdíleného vědění, legislativní a technické normy, politické systémy, systémy ekonomických vztahů a nerovností a širší technologické a materiální infrastruktury.

Zevrubnější výklad této konceptualizace nových médií, jež v předchozích kapitolách rozpracovávám, je pochopitelně návrhem, skicou, spíše než finální tezí – už proto, že i s přihlédnutím ke skutečnému záměru je rozvržení mých poznámek ke studiím nových médií plně řady sporných, jen velmi střídme či přímo nedostatečně

zachycených či míst a momentů, z nichž některých jsem si vědom a řadu dalších jsem bezpochyby přehlédl. Mnohá témata a mnohé zásadní autory jsem zde odbyl pouhou zmínkou, odkazem k jiným textům, spíše povrchní formulací. Z dluhů, jichž si vědom jsem a které se odvíjejí od toho, že daná témata buď poněkud slaběji korespondují s mediálněvědním tematickým akcentem, který se snažím držet, anebo zřetelněji překračují rámeček, v němž se v této studii pohybují, zmíním tyto:

- Oblastí, jíž se dotýkám jen velmi marginálně, je psychologicky a sociálněpsychologicky kotvené *téma vztahu nových médií a identity*. Takto orientovaným výzkumem nových médií a jejich uživatelů se na Masarykově univerzitě (a se zjevným mezinárodním přesahem) dlouhodobě zabývají kolegové z výzkumného týmu VITOVIN soustředění kolem Davida Šmahela, Anny Ševčíkové a Lukáše Blinky. Úzce provázané je s tímto i *téma dětských a dospívajících uživatelů nových médií a uživatelských rizik*, jemuž se tento tým věnuje v rámci dlouholetého mezinárodního výzkumného projektu European Kids Online.
- V knize do značné míry obcházím *obecnější teoreticko-historický pohled na širší kulturní souvislosti nových médií* reprezentovaný kritickými teoriemi autorů, jako jsou Baudrillard, Virilio, Debord, Deleuze a Guattari, Lash či Poster, nebo odrážející se v diskuzi o tzv. posthumanismu, zohledňující kulturní důsledky proliferace kybernetické metaforiky, viz např. Hayles 1999.
- Bezpochyby zásadní jsou i politologicky laděná *témata politické komunikace, vztahu nových médií a politiky a politického aktivismu* provázaná například s výzkumy proměn volebních kampaní a předvolebních strategií, s výzkumy nevládního sektoru a aktivistických praxí a vůbec s výzkumy konkrétněji ilustrujícími proměny politické dimenze veřejného prostoru (Bentivegna 2002; Bennett 2005; Bakardžieva 2009; Jelečková 2010, 2012; Macková 2011, 2012). Touto oblastí se v České republice zabývá například část zmíněného výzkumného týmu VITOVIN, vedená medioložkou Monikou Metykovou, nebo naši kolegové z Fakulty sociálních věd či Filozofické Fakulty Univerzity Karlovy.
- Jednou z výrazných domén kontextové dimenze, v níž se prolínají problematiky právní regulace nových médií a mocenských vztahů mezi dříve jednoznačněji rozlišenými vysílateli a příjemci mediálních sdělení, je *téma autorských práv* (Lessig 2004); této oblasti se na Masarykově univerzitě dlouhodobě věnuje kolega Radim Polčák, který na Právnické fakultě vede Ústav práva technologii.
- Poněkud nespravedlivě zamlčuji *témata vzniku a šíření technologických inovací*, jež jsou se studií nových médií pevně spojena a opakovaně diskutována s odkazem na sociálněkonstruktivistické teze vědních a sociálních studií a rovněž s odkazem na teorii a výzkum šíření inovací rozvíjející teze Everetta

Rogerse (1962) a dalších autorů (srv. např. Star – Bowker 2002; Lievrouw 2002b; Bakardjieva 2005; Flichy 2007; Lister a spol. 2009; Čepička 2010).

- *Téma nových médií a marketingové komunikace*, které patří k nejživějším oblastem věnujícím se novým médiím (a které se částečně odráží například v diskurzech rozvíjených v souvislosti s webem 2.0, srv. např. Svetlík 2010; Macek 2012c), ale které s ohledem na jeho velmi hraniční postavení vzhledem k mediálním studiím (danému jeho odlišnou pragmatikou) opomímám vlastně zcela důsledně.
- Vůbec se v knize zcela vyhýbám (tedy s výjimkou obecných metodologických tezí spojených s diskuzí neredukcionistického přístupu k novým médiím a též s výjimkou několika poznámek ve čtvrté kapitole) diskuzi otázek metodologického charakteru – tedy otázek spojených s *metodami výzkumu nových médií*. a to snad nikoli proto, že bych se považoval za „teoretika“, který se drží stranou empirického bádání – takovou pozici si ostatně z dovolím v sociálních vědách považovat za stejně pomýlenou jako pozici „empirika“ ignorujícího teorii (podrobněji se tomuto, s jistou ironií, věnuji ve stati věnované kvalitativnímu zkoumání online sociálních sítí, viz Macek 2012d). Důvod, proč zde rozpravu o metodologii opomímám, je zkrátka ten, že celý tento text vznikl především jako teoretická opora pro následující výzkumné aktivity (jimž se ostatně od dokončení disertační verze této knihy věnuji na Masarykově univerzitě) a exkurz do metodologické rozpravy by celou studii, již tak fragmentární, jen dále rozmělnoval. Volání po nových metodologických rámcích a po kreativnějších výzkumných a analytických metodách je nicméně jednou z těch linií diskuzí, jež studia nových médií mohou charakterizovat stejně dobře, jako ty, které jsem zvolil ve svém výkladu – tlak na metodologickou revizi jde v ruku v ruce s voláním po revizi teoretické (viz např. Ganutlett 2007) a má vlastně velmi podobné rysy. Přínejmenším částečně nachází odpověď v rozvíjení jednak kvantitativních metod umožňujících analýzy vztahů a komunikace v rámci online sociálních sítí (srv. např. Hogan 2008) a jednak v rozvíjení kvalitativních, především tedy textuálních a etnografických metod (viz např. Herring 2004; Dicks a kol. 2005; Hine 2005; James – Busher 2009; Kozinets 2009; Markham – Baym 2009).

Všechna tato témata jsou důležitá, jsou nedílnou součástí rozpravy o nových médiích a svou prací rozhodně nemíním třeba jen naznačovat, že by snad byla okrajová v jakkoli obecnějším smyslu.

Vedle těchto témat, jež jsem v textu této studie spíše minimalizoval, je třeba zmínit ještě témata další – a to ta, která pro mě z promýšlení vývoje a aktuálního stavu studií nových médií a z úvah při hledání formulace konceptu nových médií vyplývají jako důležitá. Jedná se bez výjimky o témata empirické povahy – a to nejen proto, že

přiměřenost a analytickou hodnotu teoretického modelu nových médií, který formuluji ve čtvrté kapitole, je možno testovat jedině právě v jeho konfrontaci s empirií. Jinak řečeno: ze setkávání s nejrůznějšími výše zmiňovanými teoriemi a výzkumy se vynořila celá řada z mého pohledu dráždivých, zajímavých problémů, k nimž jsem se následně vrátil – nebo bych se rád vrátil – nikoli cestou teoretické rozvahy, ale cestou výzkumnou.

Tématem zastřešujícím je zde pro mě obecnější problém proměny mediálních publik a jejich každodennosti – tedy problém sociální situovanosti uživatelských praxí. Tímto směrem jsem se vydal ve svém současném výzkumu, který je s touto knihou přímo provázán a jehož jsem se dotkl v podkapitole věnované konceptu *mediálního celku*. V tříletém výzkumném projektu připravovaném již od dokončení disertace, zahájeném v lednu 2013 a nazvaném *Nová a stará média v každodenním životě: mediální publika v čase proměny mediálních praxí* (Macek 2012b) testuji analytickou využitelnost strukturačního modelu nových médií, představeného zde ve čtvrté kapitole. Prostřednictvím mediální etnografie a navazujícího kvantitativního šetření důkladněji zkoumám způsoby, jimiž členové mediálních publik konstruují své mediální celky, jak ošetřují a udržují svá soukromí, jež byla vstupem nových médií vystavena novým specifickým tlakům, a jakým způsobem se prostřednictvím nových a starých médií vztahují k veřejnému prostoru. Přičemž jedním z cílů je mimo jiné důkladněji otestovat takové postupy analýzy, které budou co nejbliže onomu celostnímu přístupu, který v této knize opatrně označuji za jen stěží realizovatelný.

Z úvah o nabízejících se výzkumných cestách a z přípravy výzkumného projektu přitom od počátku vystupuje několik zajímavých dílčích problémů, které v současném momentu mediálněvědního výzkumu nových médií považuji za krajně zajímavé, příznačné a důležité. Zde zmíním dva, jež se dotýkají témat kulturní konvergence, participace a veřejného prostoru.

Prvního problému jsem se dotkl již ve čtvrté kapitole v souvislosti s Jenkinsovým pohledem na aktivní konzumaci a participační kulturu (Jenkins 2006). Současný výzkum nových médií se již od devadesátých let přednostně (a vcelku pochopitelně) soustředil na svého druhu elitní typy uživatelů – a při pohledu na rozpravu o nových médiích se tak může zdát, že aktivní konzumace a participační kultura, hnané touhou po autonomii a kontrole nad mediálními kanály, jsou na nejlepší cestě stát se univerzálním modem vztahu uživatelů k mediálním obsahům, veřejnému prostoru a korporátním vysílatelům. Takový pohled – sycený mimo jiné optimistickou důvěrou akademických pozorovatelů (kteří navíc sami povětšinou patří mezi ony elitní uživatele) v to, že uživatelé mají potřebu být aktivními, subverzivními a kritickými – ovšem může být značně zavádějící.

V první řadě proto, že z těchto úvah, jak už jsem napsal ve čtvrté kapitole, poněkud mizí empiricky podložená rozvaha o situaci těch uživatelů, kteří jsou v tom

nejlepším slova smyslu *neelitní* – konvergentní přístup k obsahům (Jenkins 2006) i participace, jak ji definují Jenkins i Carpentier (2013), se zdají být čímsi, co patří do repertoáru těch svérázných sociálních aktérů, kteří (by) byli aktivité, participaci a snaze o vlastní kontrolu nakloněny vždy. Ovšem – co ti ostatní?

Co se konvergentních praxí týče, je dost dobře možné, že jsme – jak naznačují závěry, k nimž v rámci kvalitativních diplomových výzkumů získali Nela Studýnková (2010), Martin Čepička (2010) a Jiří Fiala (2012), a jak dávají tušit i má vlastní, v současnosti sbíraná a analyzovaná data – svědky koexistence *přinejmenším* dvou typů publik, dvou typů konzumace mediálních obsahů, dvou typů *kontroly* nad mediálními obsahy. Jeden je založen na praxích kultury konvergence, jak je vykreslena Jenkinsem (jeho konkrétní naplnění v podobě konzumace televizních seriálů stahovaných a sdílených pomocí internetu a konzumovaných prostřednictvím osobního počítače ilustrují Fiala [2012] a Studýnková [2010]). Druhý je naopak spojen se striktním situačním oddělováním mediálních kanálů, kdy konkrétní média jsou užívána výhradně k určitým typům aktivit a kdy uživatelé oddělují nejen pracovní a volnočasové užití mediálních technologií, ale i specifické typy mediální konzumace. Otázkou tedy je, zda skutečně můžeme hovořit o převažující kultuře konvergence, anebo zda máme jenkinsovský optimismus mírnit skeptičtější přístupem. Jedním dechem je ovšem nutno se ptát, zda jsou konvergentní a divergentní módy užití médií odděleny po generační a statusové linii (což je vysvětlení, které se bezpochyby nabízí a které implikuje má výhrada vůči preferenci elitních typů publik), anebo zda i tento pohled je příliš omezený (což naznačují průběžné výsledky mého současného výzkumu).

Současně se nabízí (zde spíše již teoretická) otázka, zda nás normativní přístup – ten, který tu více, tu méně explicitně preferuje „dobrou aktivitu“ a jenž participaci spojuje s potřebou demokratického podílu na rozhodování a výkonu moci – v některých úhlech nečiní slepými. V již zmíněné studii motivací k participaci na textualitě (Macek 2013) problematizují čistě „demokratické“ pojetí participace poukazem na to, že sociální aktéry k angažmá ve veřejném nebo semiveřejném prostoru zjevně vedou i motivace, které mají s demokracií máloco do činění. Motivace kořenící v touze po konformitě se sociálním okolím (tedy potřeba ujišťovat sebe i druhé, že se co do postojů a vkusu zkrátka shodneme) a v touze po performativním sebevystavení (což je, jak jsme viděli výše, jedna z vlastností typických pro rozptýlené publikum, viz Abercrombie – Longhurst 1998).

Druhý z problémů, jež zmíním, souvisí s fragmentarizací veřejného prostoru do názorových a tematických subsfér vytvářejících jakési bubliny partikulárních variací hlavního kulturního a politického proudu neseného masovými médii. Vlastní anekdotická zkušenost naznačuje, jak mocné tyto subsféry při vytváření jedincem recipovaného obrazu světa mohou být: po vyhlášení výsledků voleb do české Poslanecké

sněmovny v roce 2010 se řada mých *přátel*, s nimiž jsem propojen prostřednictvím Facebooku, překvapeně vyjadřovala k nízkému zisku Strany zelených. Jak na své *zdi* vyjádřil jeden z mých kolegů: měli jsme pocit, že Zelení budou přinejmenším sestavovat jednobarevnou vládu. Skutečně – zpětné procházení *statusů* z předvolebního období a komentářů k nim ukazuje, že mé sociální okolí připojené k Facebooku (a zde hovořím o potenciálně několika tisících uživatelů vzájemně buď přímo spojených, nebo oddělených jedním stupněm) velmi zdatně komunikovalo svou přízeň této straně a současně se navzájem v často poměrně rozsáhlých a živých diskuzích utvrzovalo ve svém postoji, tedy v sympatiích vůči Zeleným. To, čeho jsme byli účastni (včetně onoho překvapení z reálného volebního výsledku, který podtrhl, jak zásadně se naše názorové mikroklima lišilo od klimatu celospolečenského), ilustruje možné důsledky fragmentarizace veřejného prostoru, jichž si postupně začala všimnat celá řada komentátorů domácího kulturního a politického dění: online sociální sítě slouží svým uživatelům jako velmi účinné nástroje sociální kurace obsahu a dle všeho tak dále posilují tendenci vystavovat se jen takovým postojům, které konvenují s našimi vlastními. Jinak řečeno – „přirozená“ tendence komunikovat se sobě podobnými tématy, která jsou nám společná, zde nachází natolik silnou oporu, že zapouzdřování se v oněch bublinách sdílené konformity může mít možná překvapivé důsledky. Proto tato fragmentarizace zaslouží důkladnější přezkoumání – zatím jednoduše netušíme, jakých konkrétních forem (co do charakteru komunikace, konstruování konsenzu a typů komunikovaných témat) názorově jednotné subsféry mohou nabývat a zda nejsou „výsadou“ jen specifických, postojově vyhraněných sociálních skupin.¹¹⁰ Spíše spekulativní povahu mají argumenty o vztahu těchto partikulárních skupin k širšímu veřejnému prostoru – jisté je patrně jen to, že k analytickému popisu těchto subsfér je potřeba přehodnotit stávající pojetí deliberativní veřejné sféry, jak poznamenává Lincoln Dahlberg (2007), ale o anatomii reálného vlivu těchto skupin například na politické jednání a širší veřejné diskurzy víme jen velmi málo.

Třídídimenzionální model nových médií při hledání odpovědí na tato otázky může být nápomocný – svým důrazem na celostní pohled implikuje takové výkladové strategie, jež jsou založeny na zohlednění a kontinuálním promyšlení provázanosti užití nových médií s mocí, kontextuálními vlivy i technologickými vlastnostmi nových médií. Což je jediný přístup, troufám si tvrdit, který lze považovat za smysluplnou cestu k načrtnutí takového obrazu nových médií, jenž nebude redukován na jedinou základní barvu a nebude stavět na jednostranně zborcené perspektivě.

110 Nakonec i výše pojmenovaný „konvergenční optimismus“ nemusí být ničím jiným než plodem podobné bubliny, do níž je uzavřen akademický výzkum nových médií.

JMENNÝ REJSTŘÍK

LITERATURA

JMENNÝ REJSTŘÍK

A

Aarseth, Espen J. 95, 114, 115,
117, 118, 128

Abbate, Janet 47, 149

Abercrombie, Nicholas 129, 144, 146,
147, 169

Abrams, Marc 121

Allan, Stuart 135

Allen, Matthew 125

B

Baatens, Jan 126

Balsamo, Anne 50

Bakardjieva, Maria 35, 36, 62, 68,
128, 130, 137,
152, 166, 167

Barbrook, Richard 82

Barlow, John Perry 38, 40

Barrett, Edward 48

Barthes, Roland 86, 87, 121

Baudrillard, Jean 73, 166

Baym, Nancy K. 54, 167

Beer, David 60

Bell, Daniel 16, 73, 157

Bell, David 11, 58, 60, 61

Bell, Peter 62

Benedikt, Michael. 48

Bennett, Lance W. 149, 166

Bentivegna, Sara 152, 166

Berger, Peter 68, 99, 100,
131

Bey, Hakim 37, 60

Blinka, Lukáš 166

Boczkowski, Pablo J. 62, 97

Bolter, David J. 45, 52, 54, 56,
95, 120, 121,
122, 125, 126,
127, 135, 144

Bordewijk, Jan L. 123

Bourdieu, Pierre 138, 157

Bowker, Geoffrey C. 97, 167

Brand, Stewart 38, 39, 40

Brey, Philip 78

Bureš, Roman 10, 156, 157

Burrows, Roger 49, 50

Bush, Vannevar 121

Busher, Hugh 167

C

Cameron, Andy 82

Carey, James W. 68, 74, 81, 87,
89, 96, 128

Castells, Manuel 16, 52, 53, 75,
157, 158

Certeau, Michel de 76, 130, 145

Cicconi, Sergio 120, 121

Cover, Rob 123, 124, 145,
147

Craven, Paul 43

Cubitt, Sean 52

Curran, James 152

Č

Čepička, Martin 10, 167, 169

D

Dahlberg, Lincoln 12, 22, 23, 35,
54, 62, 68, 69,
71, 72, 73, 74,

<i>Dahlberg, Lincoln</i>	75, 76, 77, 78, 79, 80, 87, 91, 97, 98, 108, 150, 152, 153, 170
Davis, Helen	70
Debord, Guy	166
Delany, Paul	48
Deleuze, Gilles	166
Derrida, Jacques	121
Dery, Mark	38, 49, 107
Deuze, Mark	54
Dicks, Bella	167
Downey, John	150
Dutton, William H.	46, 49

E

Ebo, Bosah	49
Eco, Umberto	71, 79, 121, 130
Edge, David	39, 40, 78, 83, 149
Edgerton, David	83, 149
Ellul, James	73
Engelbart, Douglas C.	35, 121

F

Fay, Brian	69, 124
Featherstone, Mike	49, 50
Feenberg, Andrew	35, 36, 62, 68, 73, 130
Feldman, Tony	51, 59, 95, 109, 111, 112
Fenton, Natalie	150
Fisher, Dana R.	74, 83, 84, 85
Fiske, John	76
Flašar, Martin	44

Flichy, Patrice	23, 57, 68, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 89, 149, 167
Foucault, Michel	37, 61, 116, 121, 126
Freyermuth, Gundolf	37, 39

G

Galloway, Alexander R.	115, 116
Gane, Nicholas	60
Garnham, Nicholas	77
Gates, Bill	40
Gauntlett, David	22, 23, 30, 35, 54, 55, 60, 128, 163
Geertz, Clifford	42, 91
Gelernter, David	40
Gibson, James J.	108
Gibson, William	38
Giddens, Anthony	12, 68, 87, 99, 100, 101, 102, 103, 158, 164
Gimmler, Antje	150
Gitelman, Lisa	97
Golding, Peter	77
Goldsmith, Jack	106, 116, 149
Gore, Al	40
Goodwin, Ian	75
Granovetter, Mark	43
Gray, Herman	54
Green, Lelia	95, 123
Greene, Thomas	47
Grusin, Richard	52, 56, 125, 126, 135, 144
Guattari, Félix	166
Gulia, Milena	55

Gunkel, David 156
 Gurak, Laura J. 11, 30

H

Habermas, Jurgen 73, 150, 151,
 152, 158
 Hacker, Kenneth 156
 Haddon, Leslie 136, 154
 Hall, Stuart 70, 130
 Hamman, Robin 54
 Haraway, Donna 44, 45
 Hartley, John 54
 Hassan, Robert 11, 61
 Hayles, N. Katherine 118, 119, 149,
 166
 Haythornthwaite, Caroline 54
 Heidegger, Martin 73
 Herec, Ondrej 38
 Herman, Edward S. 77
 Herring, Susan C. 167
 Hill, Annette 54
 Hiltz, Starr Roxanne 29, 43, 44, 45,
 47, 54
 Hine, Christine 167
 Hogan, Bernie 167
 Holmes, David 49, 50, 51
 Horáková, Jana 44
 Horowitz, Michael 41
 Horsley, Ross 22, 163

CH

Chandler, Daniel 12, 23, 70, 72,
 73, 74, 75, 76,
 77, 78, 79, 80,
 97, 108, 119
 Cherny, Lynn 49
 Chomsky, Noam 77

Chun, Wendy Hui Kyong 11, 61

I

Innis, Harold 73

J

James, Nalita 167
 Jankowski, Nicholas. W. 35, 54, 81
 Jelečková, Petra 10, 59, 154,
 166
 Jenkins, Henry 18, 36, 42, 54,
 55, 78, 129,
 133, 144, 145,
 146, 147, 152,
 153, 168, 169
 Jirak, Jan 20, 24, 70, 71,
 73
 Jobs, Steve 40
 Johnson, Doyle Paul 100
 Jones, Steven G. 49, 50, 51, 54,
 60

K

Kaam, Ben van 123
 Kahn, Richard 23
 Katz, James Everett 35, 55, 56
 Kawamoto, Kevin 135
 Keenan, Thomas 11, 61
 Kellner, Douglas 23, 50, 54, 55,
 74
 Kiesler, Sara 29, 46, 49, 50
 Kim, Sung Tae 11, 22, 55
 Knight, Julia 54
 Kobíková, Zuzana 121, 122
 Kolko, Beth E. 51
 Kollock, Peter 51
 Kopplova, Barbara 20, 24, 70, 71,
 73

Koskimaa, Raine	95, 121
Kozinets, Robert V.	167
Kroker, Arthur	42, 54, 78
Kůst, František	109

L

Landow, George P.	45, 48, 95, 120, 121, 122
Landweber, Larry James	47
Lash, Scott	23, 166
Leary, Timothy	38, 40, 41
Lefebvre, Henri	76
Lessig, Lawrence	55, 115, 116, 149, 166
Levinson, Paul	51, 125
Lévy, Pierre	51, 56, 83, 86, 88, 109, 110, 117, 118, 146
Licklider, J. R. C.	29, 35
Lievrouw, Leah A.	11, 12, 15, 19, 20, 21, 22, 24, 30, 35, 43, 55, 56, 58, 60, 79, 80, 90, 97, 98, 128, 163, 167
Lister, Martin	11, 22, 60, 97, 108, 109, 163, 167
Livingstone, Sonia	11, 12, 15, 19, 20, 21, 22, 24, 30, 35, 43, 54, 55, 57, 58, 60, 68, 76, 79, 80, 90, 97, 98, 128, 132, 163
Longhurst, Brian	129, 144, 146, 147, 169
Luckmann, Thomas	68, 76, 100, 131
Luders, Marika	97

Ludlow, Peter	49
Luke, Timothy W.	48, 49, 50, 51

M

Macek, Jakub	9, 10, 17, 23, 35, 37, 38, 44, 47, 59, 62, 82, 86, 109, 110, 116, 137, 141, 147, 152, 167, 168, 169
Macek, Petr	44
Macková, Alena	9, 59, 154, 166
Manovich, Lev	19, 59, 74, 95, 109, 110, 111, 112, 114, 135, 144
Mansell, Robin	23, 62, 128, 149
Marcuse, Herbert	73
Markham, Annette N.	167
Matei, Sorin Adam	39, 149
McChesney, Robert	77
McLuhan, Marshal	67, 70, 73, 102, 125, 126
McMillan, Sally	95
Merrin, William	23
Metyková, Monika	9, 143
Meyrowitz, Joshua	152
Mezihorák, Zdeněk	121
Millarch, Francisco	30, 53
Miller, Toby	54
Mitchell, William	40, 41, 42, 109, 115, 153
Montfort, Nick	11, 61
Morley, David	54, 70, 76, 143
Morse, Margaret	52, 54, 56, 110, 152, 154

Mosco, Vincent	23, 53, 62, 77, 82, 83, 85, 87, 88, 89, 90, 91, 149	Rainie, Lee	62
Moskalyuk, Alex	47	Ravetz, Jerome R.	49
Murdock, Graham	10, 23, 74, 77, 79, 87, 88, 89, 90	Rheingold, Howard	40, 41, 42
N		Rice, Ronald E.	11, 20, 22, 29, 34, 35, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 50, 54, 55, 56, 57, 68, 79, 80, 97, 107, 125
Nakamura, Lisa	51	Ricoeur, Paul	86
Navrátilová, Jolana	10, 38, 44,	Robins, Kevin	23, 39, 46, 48, 52, 55, 56, 74, 75, 76, 82, 87, 88, 89, 90
Negroponte, Nicholas	40, 41, 42, 95	Rodman, Gilbert	51
Nelson, Theodor H.	29, 35, 45, 121, 122	Rogers, Everett M.	22, 167
Newcomb, Horace	54	Rosenberg, Alexander	69
Noll, A. Michael	82	Rushkoff, Douglas	39, 40
Norman, Donald A.	108	S	
Norris, Pippa	156	Sardar, Ziauddin	49
Nunes, Mark	50	Selwyn, Neil	156
O		Sennett, Richard	152
Ondrušová, Miroslava	154	Shapiro, Stuart	154
P		Shields, Rob	49, 51
Papacharissi, Zizi	54, 150, 152, 153, 154	Schütz, Alfred	76
Pavlik, John V.	135	Silver, David	11, 20, 30, 32, 33, 48, 51, 54, 55, 60, 61, 62, 68
Polčák, Radim	166	Silverstone, Roger	25, 26, 54, 56, 76, 105, 128, 131, 132, 133, 134, 136, 139, 147, 154
Porter, David	49, 50, 51	Simonyi, Charles	40, 41
Poster, Mark	16, 50, 52, 75, 150, 152, 157, 152, 166	Smith, Marc A.	51
Postman, Neil	73	Sobchak, Vivian	50
Pužmanová, Rita	113	Sola Pool, Ithiel de	73, 125, 144
R			
Rafaeli, Scheizaf	124		

Sošková, Alžběta	135
Spigel, Lynn	54, 154
Spittle, Steve	75
Sproull, Lee	29, 46, 50
Star, Susan Leigh	49, 167
Sterling, Bruce	37, 40
Stewart, Concetta M.	38, 39, 40, 156
Stoll, Clifford	40, 41
Stones, Rob	100
Strawn, George	47
Sudweeks, Fay	124
Svetlik, Martin	10, 59, 167

Š

Ševčíková, Anna	166
Šmahel, David	166
Švelch, Jan	114, 115
Švelch, Jaroslav	131

T

Thacker, Eugene	115, 116
Thomas, Julian	11, 61
Thurlow, Crispin	60
Toffler, Alvin	43, 73
Tofts, Darren	149
Tomasello, Tami K.	11, 21, 22
Toulouse, Chris	48, 49, 50, 51
Trend, David	60, 61
Turkle, Sherry	29, 44, 45, 50, 52, 154
Turner, Fred	38, 39, 149
Turoff, Murray	29, 43, 44, 45, 47

V

Valauskas, Edward J.	54
----------------------	----

Van Dijk, Jan	35, 52, 53, 54, 75, 109, 125, 156
Virilio, Paul	73, 166
Volek, Jaromir	9, 17, 18, 20, 23, 24, 70, 71, 73, 150, 153

W

Wardrip-Fruin, Noah	11, 61
Warschauer, Mark	156
Weaver, David	11, 22, 55
Weedon, Alexis	54
Webster, Frank	15, 16, 17, 18, 23, 25, 39, 46, 47, 52, 53, 54, 74, 75, 76, 82, 87, 88, 89, 90, 104, 157, 158, 159
Weinstein, Michael	70
Weise, Elizabeth Reba	49
Wellman, Barry	11, 30, 31, 32, 43, 49, 50, 55, 58, 62, 79
Williams, Raymond	56, 68, 70, 133, 150, 151, 152, 154, 155
Williams, Robin	78
Wolf, Milton T.	48
Woolgar, Steve	46, 82
Wright, Kevin	54
Wright, Larry Michael	47, 53, 74, 83, 84, 85
Wu, Tim	106, 115, 116, 149

LITERATURA

- Aarseth, Espen J.** 1997. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Abbate, Janet.** 1999. *Inventing the Internet*. Cambridge: MIT Press.
- Abercrombie, Nicholas – Longhurst, Brian.** 1998. *Audiences: a Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: SAGE.
- Abrams, Marc. (ed.)** 1998. *World Wide Web – Beyond the Basics*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Allan, Stuart.** 2006. *Online News: Journalism and the Internet*. Maidenhead: Open University Press.
- Allen, Matthew.** 2008. „Web 2.0: An argument against convergence“. In *First Monday*, 13(3). <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2139/1946> (15.8.2013).
- Baatens, Jan.** 2004. „A Remediation’s Remediation?“. In *Electronic Book Review*. <http://www.electronicbookreview.com/thread/imagenarrative/designflaw> (15.8.2013).
- Bakardjieva, Maria.** 2005. *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. London: SAGE.
- Bakardjieva, Maria.** 2009. „Subactivism: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet.“ Pp. 91–104 in *The Information Society*, 25.
- Barbrook, Richard – Cameron, Andy.** 1996. „The Californian Ideology.“ Pp. 44–72 in *Science as Culture*, 6(1). <http://www.hrc.wmin.ac.uk/theory-californianideology-main.html> (15.8.2013).
- Barlow, John Perry.** 1996. „A Declaration of the Independence of Cyberspace.“ in *Electronic Frontier Foundation*. <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html> (15.8.2013)
- Barrett, Edward.** 1992. *Sociomedia: Multimedia, Hypermedia, and the Social Construction of Knowledge*. Cambridge: MIT Press.
- Barthes, Roland.** 2007. *S/Z*. Praha: Garamond.
- Bell, Daniel.** 1976. *The Coming of Post-industrial Society*. New York: Basic Books.
- Bell, David.** 2001. *An Introduction to Cybercultures*. New York: Routledge.
- Bell, David.** 2007. *Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*. New York: Routledge.

- Bell, David – Kennedy, Barbara M. (ed.)** 2000. *The Cybercultures Reader*. New York: Routledge.
- Bell, David – Loader, Brian D. – Pleace, Nicholas – Schuler, Douglas. (ed.)** 2004. *Cyberculture: Key Concepts*. New York: Routledge.
- Benedikt, Michael. (ed.)** 1991. *Cyberspace: First Steps*. Cambridge: MIT Press.
- Bennett, Lance W.** 2005. „Moc nových médií: internetový a globální aktivismus.“ Pp. 19–24 in *Revue pro média* č. 12/13: Mediální aktivismus.
- Bentivegna, Sara.** 2002. „Politics and New Media.“ Pp. 50–61 in *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Ed. Lievrouw, Leah – Livingstone, Sonia. London: SAGE.
- Berger, Peter – Luckmann, Thomas.** 1999. *Sociální konstrukce reality*. Brno: CDK.
- Bey, Hakim.** 2004. *Dočasná autonomní zóna*. Praha: Tranzit
- Boczkowski, Pablo J.** 2004. „Books to think with.“ Pp. 144–150 in *New Media & Society*, 6(1).
- Bolter, David J.** 2001. *Writing Space*. New Jersey: Lawrence Erlbaum A.P.
- Bolter, David J.** 2004. „Theory and Practice in New Media Studies.“ Pp. 15–33 in *Digital Media Revisited*. Ed. Liestøl, Gunnar – Morrison, Andrew – Rasmussen, Terje. Cambridge: MIT Press.
- Bolter, David J. – Grusin, Richard.** 1999. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Bolter, Jay David – Grusin, Richard.** 2005. „Imediace, hypermediace, remediace.“ Pp. 5–40 in *Teorie vědy, XIV(XXVII)*.
- Bordewijk, Jan L. – Kaam, Ben van.** 1986. „Towards a New Classification of Tele- Information Services.“ Pp. 16–21 in *InterMedia*, 14(1).
- Bourdieu, Pierre.** 1996. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre.** 1998. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum.
- Brey, Philip.** 1997. „Philosophy of technology meets social constructivism.“ In *Society for Philosophy and Technology*, 2(2-4). http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/SPT/v2_n3n4html/brey.html (15.8.2013).
- Bureš, Roman.** 2010. *Digital Divide: Široký koncept*. (Bakalářská práce.) Brno: Masarykova univerzita.

Bush, Vannevar. 1945. „As We May Think.“ In *The Atlantic Monthly*, July 1945. <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush> (15.8.2013).

Carey, James W. 2005. „Historical pragmatism and the internet.“ Pp. 443–455 in *New Media & Society*, 7(4).

Castells, Manuel. 2010a. *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society, and Culture*, volume I. (2nd ed.) Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel. 2010b. *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society, and Culture*, volume II. (2nd ed.) Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel. 2010c. *End of Millennium. The Information Age: Economy, Society, and Culture*, volume III. (2nd ed.) Oxford: Blackwell.

Certeau, Michel de. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.

Cicconi, Sergio. 1999. „Hypertextuality.“ Pp. 21–43 in *Mediapolis*. Ed. Inkinen, Sam. New York: De Gruyter.

Cover, Rob. 2007. „Inter/aktivní publikum: Interaktivní média, narativní kontrola a revize dějin publika.“ Pp. 195–207 in *Mediální studia*, 2(2).

Craven, Paul – Wellman, Barry. 1973. „The Network City.“ In *Centre for Urban and Community Studies and Dept. of Sociology, Univ. of Toronto, Research Paper no. 59*. Toronto: University of Toronto.

Cubitt, Sean. 1998. *Digital Aesthetics*. London: SAGE.

Curran, James. 2004. „Přehodnocení krize veřejné komunikace.“ Pp. 20–31 in *Revue pro média č. 7: Média a veřejná služba*.

Čepička, Martin. 2010. *Digitalizace televizního vysílání z pohledu uživatelů*. (Bakalářská práce.) Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/216231/fss_m (15.8.2013).

Dahlberg, Lincoln. 1998. „Cyberspace and the public sphere: Exploring the democratic potential of the net.“ Pp. 70–84 in *Convergence*, 4(1).

Dahlberg, Lincoln. 2001a. „Democracy via cyberspace: Mapping the rhetorics and practices of three prominent camps.“ Pp. 157–177 in *New Media & Society*, 3(2).

Dahlberg, Lincoln. 2001b. „Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: a Critical Analysis.“ In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1). <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlberg.html> (15.8.2013).

Dahlberg, Lincoln. 2001c. „Extending the Public Sphere through Cyberspace: The Case of Minnesota E-Democracy.“ In *First Monday*, 6(3). http://firstmonday.org/issues/issue6_3/dahlberg/index.html (15.8.2013).

- Dahlberg, Lincoln.** 2004. „Internet Research Tracings: Towards Non-Reductionist Methodology.“ In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9(3). <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue3/dahlberg.html> (15.8.2013).
- Dahlberg, Lincoln.** 2007. „Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: from consensus to contestation.“ Pp. 827–847 in *New Media & Society*, 9(5).
- Davis, Helen.** 2004. *Understanding Stuart Hall*. London: SAGE.
- Delany, Paul – Landow, George P.** 1991. *Hypermedia and Literary Studies*. Cambridge: MIT Press.
- Derrida, Jacques.** 1981. *Dissemination*. Chicago: Chicago University Press.
- Dery, Mark. (ed.)** 1994. *Flame Wars: The Discourse of Cyberculture*. London: Duke University Press.
- Dicks, Bella – Mason, Bruce – Coffey, Amanda – Atkinson, Paul.** 2005. *Qualitative Research and Hypermedia: Ethnography for the Digital Age*. London: SAGE.
- Van Dijk, Jan.** 1999. „The one-dimensional network society of Manuel Castells.“ Pp. 127–138 in *New Media & Society*, 1(1).
- Van Dijk, Jan.** 2006. *The network society: Social aspects of new media*. London: SAGE.
- Van Dijk, Jan – Hacker, Kenneth.** 2003. „The Digital Divide as a coomplex and dynamic phenomenon.“ Pp. 315–326 in *The Information Society*, 19(4).
- Downey, John – Fenton, Natalie.** 2003. „New media, counter publicity and the public sphere.“ Pp. 185–202 in *New Media & Society*, 5(2).
- Dutton, William H. (ed.)** 1996. *Information and Communication Technologies – Visions and Realities*. Oxford: Oxford University Press.
- Dutton, William H. (ed.)** 1999. *Society on the Line*. Oxford: Oxford University Press.
- Ebo, Bosah. (ed.)** 1998. *Cyberghetto or Cybertopia? Race, Class, and Gender on the Internet*. Westport: Praeger.
- Eco, Umberto.** 2005. *Meze interpretace*. Praha: Karolinum.
- Edgerton, David.** 2006. *The Shock of the Old: Technology and Global History since 1900*. London: Profile.
- Engelbart, Douglas C.** 2003 [1962]. „Augmenting Human Intellect: a Conceptual Framework.“ Pp. 95–108 in *The New Media Reader*. Ed. Wardrip-Fruin, Noah – Montfort, Nick. Cambridge: MIT Press.

Escobar, Arturo. 1996. „Welcome to Cyberia: Notes on the Anthropology of Cyberculture.“ Pp. 111–137 in *Cyberfutures: Culture and Politics on the Information Superhighway*. Ed. Sardar, Ziauddin – Ravetz, Jerome R. London: Pluto Press.

Fay, Brian. 2002. *Současný filosofie sociálních věd: Multiulturní přístup*. Praha: SLON.

Featherstone, Mike – Burrows, Roger. (eds.) 1996. *Cyberspace / Cyberbodies / Cyberpunk: Cultures of Technological Embodiment*. London: SAGE.

Feenberg, Andrew. 1996. „Marcuse or Habermas: Two Critiques of Technology.“ Pp. 45–70 in *Inquiry*, 39(1).

Feenberg, Andrew. 2000. „From Essentialism to Constructivism: Philosophy of Technology at the Crossroads.“ Pp. 294–315 in *Technology and the Good Life?* Ed. Higgs, Eric – Light, Andrew – Strong, David. Chicago: University of Chicago Press.

Feenberg, Andrew. 2010. *Between Reason and Experience: Essays in Technology and Modernity*. Cambridge: MIT Press.

Feenberg, Andrew – Bakardjieva, Maria. 2004. „Virtual community: no ‚killer implication.“ Pp. 37–43 in *New Media & Society*, 6(1).

Feldman, Tony. 1999. *An Introduction to Digital Media*. New York: Routledge.

Fisher, Dana R. – Wright, Larry Michael. 2001. „On Utopias and Dystopias: Toward an Understanding of the Discourse Surrounding the Internet.“ In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(2). <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue2/fisher.html> (15.8.2013).

Fiske, John. 1989. *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.

Flichy, Patrice. 1999. „The construction of new digital media.“ Pp. 33–39 in *New Media & Society*, 1(1).

Flichy, Patrice. 2007. *The Internet Imaginaire*. Cambridge: MIT Press.

Foucault, Michel. 1994. *Diskurs, autor, genealogie*. Praha: Nakladatelství Svoboda.

Foucault, Michel. 2002. *Archeologie vědění*. Praha: Herrmann & synové.

Freyermuth, Gundolf. 1997. *Cyberland*. Brno: Jota

Galloway, Alexander R. 2004. *Protocol: How Control Exists after Decentralization*. Cambridge: MIT Press.

Galloway, Alexander R. – Thacker, Eugene. 2007. *The Exploit: a Theory of Networks*. Minneapolis – London: University of Minnesota Press.

Gane, Nicholas – Beer, David. 2008. *New Media: The Key Concepts*. Oxford: Berg.

- Gauntlett, David. (ed.)** 2000. *Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*. London: Arnold.
- Gauntlett, David.** 2004. „Introduction to the New Edition.“ In *Web.Studies*. (2nd ed.) Ed. Gauntlett, David – Horsley, Ross. London: Hodder Arnold.
- Gauntlett, David – Horsley, Ross. (ed.)** 2004. *Web.Studies*. (2nd ed.) London: Arnold.
- Gauntlett, David.** 2007. „Media Studies 2.0.“ In *Theory.org.uk: Media / Identity / resources and projects*. <http://www.theory.org.uk/mediastudies2.htm> (15.8.2013).
- Geertz, Clifford.** 2000. *Interpretace kultur*. Praha: SLON.
- Gibson, James J.** 1977. „The Theory of Affordances.“ Pp. 67–82 in *Perceiving, Acting, and Knowing*. Ed. Shaw, Robert – Bransford, John. Hillsdale: Erlbaum.
- Gibson, William.** 1992. *Neuromancer*. Plzen: Laser.
- Giddens, Anthony.** 1976. *New Rules of Sociological Method*. London: Hutchinson.
- Giddens, Anthony.** 1984. *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Gimmler, Antje.** 2003. „Deliberative democracy, the public sphere and the internet.“ Pp. 21–39 in *Philosophy & Social Criticism*, 27(4).
- Gitelman, Lisa.** 2006. *Always Already New: Media, History, and the Data of Culture*. Cambridge: MIT Press.
- Goldsmith, Jack – Wu, Tim.** 2008. *Kdo řídí Internet?* Praha: Dokořán.
- Goodwin, Ian – Spittle, Steve.** 2002. „The European Union and the information society.“ Pp. 225–249 in *New Media & Society*, 4(2).
- Granovetter, Mark.** 1973. „The Strength of weak ties.“ Pp. 1360–1380 in *American Journal of Sociology*, 78(6).
- Green, Lelia.** 2002. *Communication, Technology and Society*. St. Leonards: Allen & Unwin.
- Greene, Thomas – Landweber, Larry James – Strawn, George.** 2003. „A Brief History of NSF and the Internet.“ In *NSF – Office of Ligeslative and Public Affairs*. http://www.nsf.gov/od/lpa/news/03/fsnsf_internet.htm (15.8.2013).
- Gunkel, David.** 2003. „Second thoughts: toward a critique of the digital divide.“ Pp. 499–522 in *New Media & Society*, 5(4).
- Gurak, Laura J.** 2004. „Internet Studies in the Twenty-first Century.“ Pp. 24–33 in *Web.Studies*. (2nd ed.) Ed. Gauntlett, David – Horsley, Ross. London: Arnold.

Habermas, Jürgen. 1992. „Further Reflections on the Public Sphere.“ Pp. 421–461 in Habermas and the Public Sphere. Ed. Calhoun, Craig. Cambridge: MIT Press.

Habermas, Jürgen. 2000. Strukturální přeměna veřejnosti. Praha: Filosofia.

Haddon, Leslie. 2006. „Empirical studies using the domestication framework.“ Pp. 80–102 in Domestication of Media and Technology. Ed. Berker, Thomas – Hartmann, Maren – Punie, Yves – Ward, Katie J. Maidenhead: Open University Press.

Hall, Stuart. 2005. „Kódování/dekódování.“ Pp. 41–58 in Teorie vědy 2005. č. 2.

Haraway, Donna. 2002. „Manifest kyborgu: Věda, technologie a socialistický feminismus ke konci dvacátého století.“ Pp. 51–58 in Sborník prací Fakulty sociálních studií brněnské univerzity – Sociální studia 7. Ed. Barša, Pavel. Brno: Masarykova univerzita.

Hassan, Robert – Thomas, Julian. (ed.) 2006. The New Media Theory Reader. Maidenhead: Open University Press.

Hayles, N. Katherine. 1999. How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature and Informatics. Chicago: The University of Chicago Press.

Hayles, N. Katherine. 2000. „Flickering Connectivities in Shelley Jackson’s Patchwork Girl: The Importance of Media-Specific Analysis.“ In Postmodern Culture, 10(2). <http://pmc.iath.virginia.edu/text-only/issue.100/10.2hayles.txt> (15.8.2013).

Herec, Ondrej. 2001. Cyberpunk: Vstupenka do tretieho tisícročia. Bratislava: Vydavateľstvo Spolku slovenských spisovateľov.

Herring, Susan C. 2004. „Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior.“ Pp. 338–376 in Designing for Virtual Communities in the Service of Learning. Ed. Barab, S. A. – Kling, R. – Gray, J. H. New York: Cambridge University Press.

Hiltz, Starr Roxanne – Turoff, Murray. 1993. The Network Nation: Human Communication via Computer. (Revised Edition.) Cambridge: The MIT Press.

Hine, Christine. 2005. Virtual methods: issues in social research on the Internet. New York: Berg.

Hogan, Bernie. 2008. „Analyzing Social Networks via the Internet.“ In The Handbook of Online Research Methods. Ed. Fielding, Nigel – Lee, Ray – Blank, Grant. Sage: Thousand Oaks,

Holmes, David. (ed.) 1997. Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace. London: SAGE.

Chandler, Daniel. 1994. Semiotics for Beginners. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/> (15.8.2013).

- Chandler, Daniel.** 1995. Technological or Media determinism. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tecdet.html> (15.8.2013).
- Chandler, Daniel.** 1996. „Shaping and Being Shaped: Engaging With Media.“ In Computer-Mediated Communication Magazine. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/determ.html> (15.8.2013).
- Cherny, Lynn – Weise, Elizabeth Reba. (ed.)** 1996. *Wired Women: Gender and New Realities in Cyberspace*. Seattle: Seal Press.
- Chun, Wendy Hui Kyong – Keenan, Thomas. (ed.)** 2006. *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*. New York: Taylor & Francis.
- James, Nalita – Busher, Hugh.** 2009. „Epistemological Dimensions in Qualitative Research: the Construction of Knowledge Online.“ In *Online Interviewing*. London: Sage.
- Jankowski, Nicholas. W.** 2002. „Creating community with media: History, theories and scientific investigations.“ Pp. 34–49 *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Ed. Lievrouw, Leah – Livingstone, Sonia. London: SAGE.
- Jelečková, Petra.** 2010. *Facebook a politické jednání. (Bakalářská práce.)* Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/215596/fss_b/ (15.8.2013).
- Jelečková, Petra.** 2012. *Online sociální síť a politicky a sociálně motivované jednání. (Diplomová práce.)* Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/215596/fss_m/ (15.8.2013).
- Jenkins, Henry.** 1992. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, Henry.** 1998. *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*. Cambridge: MIT Press.
- Jenkins, Henry.** 1999. „The work of theory in the age of digital transformation.“ Pp. 234-261 in a companion to film theory. Ed. Miller, Toby – Stam, Robert. Oxford: Blackwell.
- Jenkins, Henry.** 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Johnson, Doyle Paul.** 2008. *Contemporary Sociological Theory: An Integrated Multi-Level Approach*. New York: Springer.
- Jones, Steven G. (ed.)** 1994. *Cybersociety: Computer-mediated Communication and Community*. London: SAGE.
- Jones, Steven G. (ed.)** 1997. *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. London: SAGE.

- Jones, Steven G. (ed.)** 1998. *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer Mediated Communication*. London: SAGE.
- Jones, Steven G.** 2003. *Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology*. London: SAGE.
- Kahn, Richard – Kellner, Douglas.** 2004. „New Media and Internet Activism: From the ‘Battle of Seattle’ to Blogging.“ Pp. 87–95 in *New Media & Society*, 6(1).
- Katz, James Everett – Rice, Ronald E.** 2002. *Social consequences of internet use: Access, involvement, and interaction*. Cambridge: MIT Press
- Kawamoto, Kevin. (ed.)** 2003. *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Oxford: Rowman & Littlefield.
- Kim, Sung Tae – Weaver, David.** 2002. „Communication research about the internet: a thematic meta-analysis.“ Pp. 518–538 in *New Media & Society*, 4(4).
- Kellner, Douglas.** 1998. „Intellectuals, the New Public Sphere, and Techno-Politics.“ Pp. 167-186 in *The Politics of Cyberspace: a New Political Science Reader*. Ed. Toulouse, Chris – Luke, Timothy W. New York: Routledge.
- Kiesler, Sara. (ed.)** 1997. *Culture of the Internet*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Kobíková, Zuzana.** 2003. *Hypertext a jeho podoby v online médiích. (Diplomová práce.)* Brno: Masarykova univerzita.
- Kolko, Beth E. – Nakamura, Lisa – Rodman, Gilbert. (ed.)** 2000. *Race in Cyberspace*. New York: Routledge.
- Koskimaa, Raine.** 2000. *Hypertext Literature. (Disertační práce.)* Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto. WWW: <http://www.cc.jyu.fi/~koskimaa/thesis/> (15.8.2013).
- Kozinets, Robert V.** 2009. *Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE.
- Kroker, Arthur – Weinstein, Michael.** 1994. *Data Trash: The Theory of Virtual Class*. London: Palgrave MacMillan.
- Kůst, František.** 2003. „Digitalizace.“ In *Revue pro média č. 5: Média a digitalizace*. http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue05/profil_kust_digitalizace_rpm5.pdf (15.8.2013).
- Landow, George P.** 1998. „Hypertext a kritická teorie – Hypertextový Derrida, poststrukturalista Nelson?“ Pp. 9-21 in *Biograph* (6).
- Landow, George P.** 2006. *Hypertext 3.0*. London: The Johns Hopkins University Press.
- Lash, Scott.** 2002. *Critique of Information*. London: SAGE.
- Lefebvre, Henri.** 2002. *Everyday life in the modern world*. New York: Continuum.

-
- Lessig, Lawrence.** 2004. *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. New York: Penguin Press. <http://www.free-culture.cc/freeculture.pdf> (15.8.2013).
- Lessig, Lawrence.** 2006. *Code: Version 2.0*. <http://codev2.cc/> (15.8.2013).
- Leary, Timothy – Horowitz, Michael.** 1997. *Chaos a kyberkultura*. Praha: Mafá/Dharmagaia.
- Lévy, Pierre.** 1997. *Collective Intelligence*. Cambridge: Perseus Books.
- Lévy, Pierre.** 1998. *Becoming Virtual*. New York: Plenum Trade.
- Lévy, Pierre.** 2000. *Kyberkultura*. Praha: Karolinum.
- Levinson, Paul.** 1997. *Soft Edge*. New York: Routledge.
- Licklider, J. R. C.** 1990. „Man-Computer Symbiosis.“ Pp. 1–20 in *In Memoriam: J.C.R.Licklider*. Palo Alto: Digital Equipment Corporation. <http://memex.org/licklider.pdf> (15.8.2013).
- Licklider, J. R. C. – Taylor, Robert W.** 1990. „The Computer as a Communication Device.“ Pp. 21–41 in *In Memoriam: J.C.R.Licklider*. Palo Alto: Digital Equipment Corporation. <http://memex.org/licklider.pdf> (15.8.2013).
- Lievrouw, Leah A.** 2004. „What’s changed about new media? Introduction to the fifth anniversary issue of new media & society.“ Pp. 9–15 in *New Media & Society*, 6(1).
- Lievrouw, Leah A.** 2002a. „Theorizing New Media: a Meta-Theoretical Approach.“ Pp. 4–13 in *Medien Journal*, 26(3). <http://polaris.gseis.ucla.edu/lievrouw/LievrouwMeta.pdf> (15.8.2013).
- Lievrouw, Leah A.** 2002b. „Determination and Contingency in New Media Development: Diffusion of Innovations and Social Shaping of Technology Perspectives.“ Pp. 193–199 in *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Ed. Lievrouw, Leah – Livingstone, Sonia. London: SAGE.
- Lievrouw, Leah – Livingstone, Sonia. (ed.)** 2002a. *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London: SAGE.
- Lievrouw, Leah – Livingstone, Sonia.** 2002b. „Social Shaping and Consequences of ICTs.“ Pp. 1–11 in *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Ed. Lievrouw, Leah – Livingstone, Sonia. London: SAGE.
- Lister, Martin a spol. (ed.)** 2009. *New Media: a Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Livingstone, Sonia.** 1998. *Making sense of television: the psychology of audience interpretation*. New York: Routledge.

- Livingstone, Sonia.** 1999. „New media, new audiences?“ Pp. 59–66 in *New Media & Society*, 1(1).
- Livingstone, Sonia.** 2002. *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London: SAGE.
- Livingstone, Sonia.** 2007. „On the material and the symbolic: Silverstone’s double articulation of research traditions in new media studies.“ Pp. 16–24 in *New Media & Society*, 9(1).
- Lüders, Marika.** 2008. „Conceptualizing personal media.“ Pp. 683–702 in *New Media & Society*, 10(5).
- Ludlow, Peter. (ed.)** 1996. *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace*. Cambridge: MIT Press.
- Macek, Jakub.** 2002. „Heslář: Nová média.“ Pp. 52 in *Revue pro média* č. 4: Média a globalizace. http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/nova_media.htm (15.8.2013).
- Macek, Jakub.** 2003. „Heslář: Kyborg (cyborg).“ Pp. 37–39 in *Revue pro média* č. 5: Média a digitalizace. http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/nova_media.htm (15.8.2013).
- Macek, Jakub.** 2004. *Raná kyberkultura*. (Diplomová práce.) Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/14931/fss_m/ (15.8.2013).
- Macek, Jakub.** 2005a. „Private and Public: Communication Technologies Between Two Cultural Spaces.“ *Cyberspace 2005 Conference*, Masarykova univerzita, Brno, listopad 2005.
- Macek, Jakub.** 2005b. „Dočasná autonomní zóna.“ Pp. 38–40 in *Revue pro média* č. 12/13: Mediální aktivismus. <http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue12-13/RPM-12-13-recenze.pdf> (15.8.2013).
- Macek, Jakub.** 2006. „Mýtus přirozeně demokratické technologie.“ Pp. 9 in *Literární noviny*, r. 2006(25). http://www.literarky.cz/index_o.php?p=clanek&id=2322 (15.8.2013).
- Macek, Jakub.** 2007. „Mediální studia 2.0?“ Pp. 308–316 in *Mediální studia*, 2(4).
- Macek, Jakub.** 2009. „Poznámky k teorii virtuálních komunit“ Pp. 3–31 in *Biograf: Časopis pro kvalitativní výzkum*, č. 50.
- Macek, Jakub.** 2010. „Nová média a rekonfigurace privátního a veřejného prostoru.“ Pp. 7–14 in *Člověk – Kultura – Media*. Ostrava: VŠB–TU Ostrava.
- Macek, Jakub.** 2011a. „Poznámky k vývoji studií nových médií.“ Pp. 6–35 in *Mediální studia*, 5(1).
- Macek, Jakub.** 2011b. „Kyborg aneb cesta tam a zase zpátky.“ Pp. 128–138 in *Umění a nová média*. Brno: Masarykova univerzita.

- Macek, Jakub.** 2012a. „The ‚Media Ensemble‘: on construction of media experience in everyday life.“ In *Cyberspace 12: 10th International Conference*. 2012. http://www.academia.edu/2226330/The_Media_Ensemble_on_construction_of_media_experience_in_everyday_life (15.8.2013).
- Macek, Jakub.** 2012b. *New and old media in everyday life: media audiences at the time of transforming media uses*. Postdoktorský grantový projekt č. GP13-15684P, Grantová agentura České republiky. <http://cl.ly/1s3O1J2b3s3p> (15.8.2013).
- Macek, Jakub.** 2012c. „Web 2.0 jako imaginaire aneb ke kritice ideologie novosti.“ Pp. 15–29 in *ProInflow: časopis pro informační vědy*. 4(1).
- Macek, Jakub.** 2012d. „Nevyčíslitelné porozumění: kvalitativní výzkum online sociálních sítí.“ Pp. 1–15 in *ProInflow: časopis pro informační vědy*. 4(1).
- Macek, Jakub.** 2012e. „Poznámky k okouzlení novostí nových médií.“ Pp. 6–16 in *Mediaální studia*, 6(1).
- Macek, Jakub.** 2013. „More than a desire for text: Online participation and the social curation of content.“ Pp. 295–302 in *Convergence*, 19(3).
- Macková, Alena.** 2011. *Nástroje politického marketingu v nových médiích*. (Diplomová práce.) Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/217374/fss_m/ (15.8.2013).
- Macková, Alena.** 2012. *Nová média a občanská společnost – případová studie protestní skupiny Žít Brno*. (Diplomová práce.) Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/217374/fss_m_b1/ (15.8.2013).
- Manovich, Lev.** 2001. *Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Manovich, Lev.** 2005. „Remix and Remixability.“ In *Nettime Maling List Archives*. <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-0511/msg00060.html> (15.8.2013).
- Mansell, Robin.** 2004. „Political economy, power and new media.“ Pp. 96–105 in *New Media & Society*, 6(1).
- Markham, Annette N. – Baym, Nancy K. (ed.)** 2009. *Internet inquiry: conversations about method*. London: SAGE.
- Matei, Sorin Adam.** 2005. „From counterculture to cyberculture: Virtual community discourse and the dilemma of modernity.“ In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3). <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/matei.html> (15.8.2013).
- McLuhan, Marshal.** 1991. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon.
- McLuhan, Marshal.** 2000. *Člověk, média a elektronická kultura: Výbor z díla*. Brno: Jota.
- McMillan, Sally.** 2002. „A Four-Part Model of Cyber-Interactivity: Some Cyber-Places are More Interactive than Others.“ Pp. 271–291 in *New Media & Society*, 4(2).

- Merrin, William.** 2006a. „MEDIA STUDIES 2.0 ... WHY THIS BLOG?“ In Media Studies 2.0. <http://mediastudies2point0.blogspot.com/2006/11/media-studies-20-why-this-blog.html> (15.8.2013).
- Merrin, William.** 2006b. „Media Studies 2.0 – what we need...“ In Media Studies 2.0. <http://mediastudies2point0.blogspot.com/2006/11/dear-media-studies-wake-up-its-time-to.html> (15.8.2013).
- Metyková, Monika.** 2004. „Premeny akademického výskumu publika.“ Pp. 2–5 in Revue pro média č. 10: Mediální publika.
- Mezihorák, Zdeněk.** 1998. „Úvod: Počátek digitální revoluce.“ Pp. 4 in Biograph, (6).
- Meyrowitz, Joshua.** 2006. Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální jednání. Praha: Karolinum.
- Millarch, Francisco.** 1998. „Net ideologies: From cyber-liberalism to cyber-realism.“ In Cybersoc Magazine, (4). <http://www.artefaktum.hu/it2/millarch.html> (15.8.2013).
- Mitchell, William.** 1992. The Reconfigured Eye. Cambridge: MIT Press.
- Mitchell, William.** 1995. City of bits: Time and the infobahn. Cambridge: MIT Press.
- Morley, David.** 1986. Family Television Cultural Power And Domestic Leisure. Hoboken: Taylor.
- Morley, David.** 1995. „Theories of Consumption in Media Studies.“ Pp. 296–328 in Acknowledging Consumption. Ed. Miller, Daniel. New York: Routledge.
- Morse, Margaret.** 1990. „An Ontology of Everyday Distraction: The Freeway, the Mall, and Television.“ Pp. 193–221 in Logics of Television: Essays in Cultural Criticism. Ed. Melencamp, Patricia. Bloomington: Indiana University Press.
- Morse, Margaret.** 1998. Virtualities: Television, Media Art and Cyberculture. Bloomington: Indiana University Press.
- Mosco, Vincent.** 2004. The Digital Sublime: Myth, Power and Cyberspace. Cambridge: MIT Press.
- Moskalyuk, Alex.** 2006. „US Internet usage 1995–2006.“ In ZDNet. <http://www.zdnet.com/blog/itfacts/us-internet-usage-1995-2006/10998> (15.8.2013).
- Murdock, Graham.** 2004. „Past the Posts: Rethinking Change, Retrieving Critique.“ Pp. 19–38 in European Journal of Communication, 19(1).
- Navrátilová, Jolana.** 1998. Kyberpunk v díle Williama Gibsona a jeho přínos pro sociální teorie. (Diplomová práce). Brno: FSS MU.

- Navrátilová, Jolana.** 2002. „Donna Haraway a útok na jednotu bez různosti.“ Pp. 59–66 in Sborník prací Fakulty sociálních studií brněnské univerzity – Sociální studia 7. Ed. Barša, Pavel. Brno: Masarykova univerzita.
- Negroponte, Nicholas.** 2001. Digitální svět. Praha: Management Press
- Nelson, Theodor H.** 1965. „Complex information processing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate.“ Pp. 84–100 in ACM/CSC-ER Proceedings of the 1965 20th national conference. Ed. Winner, Lewis. <http://www.scribd.com/doc/454074/A-File-Structure-for-the-Complex-The-Changing-And-the-Indeterminate> (15.8.2013).
- Nelson, Theodor H.** 1997. The Future of Information. Tokyo: ASCII Corporation.
- Nelson, Theodor H.** 1998. „Myšlenky versus informace.“ Pp. 5–9 in Biograph, (6).
- Noll, A. Michael.** 1997. Highway of Dreams. New Jersey: Lawrence Erlbaum A.P.
- Norman, Donald A.** 1988. The Design of Everyday Things. New York: Basic Books.
- Norris, Pippa.** 2001. Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ondrušová, Miroslava.** 2013. Slovenská občianska žurnalistika. (Diplomová práce.) Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/385005/fss_m/ (15.8.2013).
- O'Reilly, Tim.** 2005. „What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.“ In O'Reilly Media. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (15.8.2013).
- Papacharissi, Zizi.** 2002. „The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere.“ Pp. 9–27 in New Media & Society, 4(1).
- Papacharissi, Zizi.** 2009. „The Virtual Sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere and beyond.“ Pp. 230–245 in Handbook of Internet Politics. Ed. Chadwick, A. – Howard, P. London: Routledge.
- Pavlik, John V.** 1999. „New media and news: implications for the future of journalism.“ Pp. 54–59 in New Media & Society, 1(1).
- Pavlik, John V.** 2001. Journalism and New Media. New York: Columbia University Press.
- Porter, David. (ed.)** 1996. Internet Culture. New York: Routledge.
- Poster, Mark.** 1990. The Mode of Information: Poststructuralism and Social Contexts. Cambridge: Polity Press.
- Poster, Mark.** 1995. The Second Media Age. Cambridge: Polity Press.

- Poster, Mark.** 1996. „Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere.“ Pp. 201–218 in *Internet Culture*. Ed. Porter, David. New York: Routledge.
- Pužmanová, Rita.** 2006. *Moderní komunikační sítě od a do Z.* (2. vydání.) Brno: Computer Press.
- Rafaeli, Scheizaf – Sudweeks, Fay.** 1997. „Networked Interactivity.“ In *Journal of Computer Mediated Communication*, 2(4). <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html> (15.8.2013).
- Rainie, Lee – Bell, Peter.** 2004. „The numbers that count.“ Pp. 44–54 in *New Media & Society*, 6(4).
- Rice, Ronald E.** 1984. *The New Media*. London: SAGE.
- Rice, Ronald E.** 1999. „Artifacts and paradoxes in new media.“ Pp. 24–32 in *New Media & Society*, 1(1).
- Ricoeur, Paul.** 1986. *Lectures on Ideology and Utopia*. New York: Columbia University Press.
- Rheingold, Howard.** 1993. *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading: Addison-Wesley. <http://www.rheingold.com/vc> (15.8.2013).
- Robins, Kevin.** 1999. „New media and knowledge.“ Pp. 18–24 in *New Media & Society*, 1(1).
- Robins, Kevin.** 2003. „Kyberprostor a svět, ve kterém žijeme.“ Pp. 15–23 in *Revue pro média* č. 5: Média a digitalizace. http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue05/preklad_robins_rpm5.pdf (15.8.2013).
- Robins, Kevin – Webster, Frank.** 1989. *The Technical Fix: Computers, Industry and Education*. London: MacMillan.
- Robins, Kevin – Webster, Frank.** 1999. *Times of the Technoculture: From the Information Society to the Virtual Life*. New York: Routledge.
- Rogers, Everett M.** 1962. *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
- Rogers, Everett M.** 1999. „Anatomy of the two subdisciplines of communication study.“ Pp. 618–631 in *Human Communication Research*, 25(4).
- Rosenberg, Alexander.** 1995. *Philosophy of Social Science*. Boulder: Westview Press.
- Rucker, Rudy – Sirius, R. U. – Queen Mu.** 1992. *Mondo 2000: a Users Guide to the New Edge*. New York: Perennial.
- Rushkoff, Douglas.** 2000. *Kyberie – život v kyberprostoru*. Praha: SPVČ.

- Sardar, Ziauddin – Ravetz, Jerome R. (ed.)** 1996. *Cyberfutures: Culture and Politics on the Information Superhighway*. London: Pluto Press.
- Selwyn, Neil.** 2004. „Reconsidering political and popular understandings of the digital divide.“ Pp. 341–362 in *New Media & Society*, 6(3).
- Sennett, Richard.** 1977. *The fall of public man: The forces eroding public life and burdening the modern psyche with roles it cannot perform*. New York: Knopf.
- Shapiro, Stuart.** 1998. „Place and spaces: The historical interaction of technology, home, and privacy.“ Pp. 275–284 in *The Information Society*, 14(4).
- Shields, Rob. (ed.)** (1996) *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies*. London: SAGE.
- Schütz, Alfred – Luckmann, Thomas.** 1974 *The structures of the life-world*. London: Heinemann.
- Silver, David.** 2000a. „Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990–2000.“ Pp. 19–30 *Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*. Ed. Gauntlett, David. London: Arnold Publishers.
- Silver, David.** 2000b. „Margins in the Wires: Looking for Race, Gender, and Sexuality in the Blacksburg Electronic Village.“ Pp. 133–150 in *Race in Cyberspace*. Ed. Kolko, Beth E. – Nakamura, Lisa – Rodman, Gilbert. New York: Routledge.
- Silver, David.** 2004. „Internet/cyberculture/digital culture/new media/fill-in-the-blank studies.“ Pp. 55–64 in *New Media & Society*, 6(4).
- Silverstone, Roger.** 1994. *Television in Everyday Life*. New York: Routledge.
- Silverstone, Roger.** 2006. „Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept.“ Pp. 229–248 in *Domestication of Media and Technology*. Ed. Berker, Thomas – Hartmann, Maren – Punie, Yves – Ward, Katie J. Maidenhead: Open University Press.
- Simonyi, Charles. [Nedatováno.] “Digerati.” In Edge.** <http://www.edge.org/digerati/> (15.8.2013).
- Smith, Marc A. – Kollock, Peter. (ed.)** 1999. *Comunities in Cyberspace*. New York: Routledge.
- Sola Pool, Ithiel de.** 1983. *Technologies of Freedom*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sošková, Alžběta.** 2010. *Rozdíly mezi tištěnými a online médii očima novinářů*. (Diplomová práce.) Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/231115/fss_m (15.8.2013).
- Spigel, Lynn.** 2001. *Welcome to the Dreamhouse. Popular Media and Postwar Suburbs*. Durham and London: Duke University Press.

Sproull, Lee – Kiesler, Sara. 1986. „Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication.“ Pp. 1492–1512 in *Management Science*, r. 32.

Sproull, Lee – Kiesler, Sara. 1991. *Connections: New ways of working in the networked organization*. Cambridge: MIT Press.

Star, Susan Leigh. (ed.) 1995. *The Cultures of Computing*. Oxford: Blackwell.

Star, Susan Leigh – Bowker, Geoffrey C. 2002. „How to Infrastructure.“ Pp. 151–162 in *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Ed. Lievrouw, Leah – Livingstone, Sonia. London: SAGE.

Sterling, Bruce. (ed.) 2000. *Zrcadlovky: Kyberpunková antologie*. Ed. by Sterling, Bruce. Plzeň: Laser.

Stewart, Concetta M. – Gil-Egui, Gisela – Tian, Yan – Pileggi, Marii Innes. 2006. „Framing the digital divide: a comparison of US and EU policy approaches.“ Pp. 731–751 in *New Media & Society*, 8(5).

Stoll, Clifford. 1995. *Silicon snake oil: Second thoughts on the information highway*. New York: Doubleday

Stones, Rob. 2005. *Structuration theory*. New York: Palgrave Macmillan.

Svetlík, Martin. 2010. *Marketingová komunikace v nových médiích*. (Diplomová práce.) Brno: Masarykova univerzita. http://is.muni.cz/th/329458/ff_m/ (15.8.2013).

Švelch, Jan. 2013. *Glitch a jeho sociální aspekty v kultuře počítačových her*. (Diplomová práce.) Praha: Univerzita Karlova.

Švelch, Jaroslav. 2008. „Počítačové hry jako nová média.“ Pp. 8–35 in *Mediální studia*, 3(1).

Thurlow, Crispin – Lengel, Laura – Tomic, Alice. 2004. *Computer Mediated Communication: Social Interaction Online*. London: SAGE.

Toffler, Alvin. 1980. *The Third Wave*. New York: Bantam Books.

Tofts, Darren – Jonson, Annemarie – Cavallaro, Alessio. (ed.) 2003. *Prefiguring Cyberculture: An Intellectual History*. Sidney: Power Publications.

Tomasello, Tami K. – Lee, Youngwon – Baer, April P. 2009. „New media' research publication trends and outlets in communication, 1990–2006.“ Pp. 531–548 in *New Media & Society*, 12(4).

Toulouse, Chris – Luke, Timothy W. (ed.) 1998. *The Politics of Cyberspace: a New Political Science Reader*. New York: Routledge.

Trend, David. (ed.) 2001. *Reading Digital Culture*. Oxford: Blackwell.

- Turkle, Sherry.** 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Turkle, Sherry.** 2005. *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. (Twentieth Anniversary Edition.) Cambridge: MIT Press.
- Turkle, Sherry.** 2011. *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Turner, Fred.** 2006. *From Counterculture to Cyberculture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Volek, Jaromír.** 2002. „Nezamýšlené důsledky ‚komunikační ideologie‘ v kontextu informační společnosti.“ Pp. 11–38 in *Média a realita 2002*. Brno: Masarykova univerzita.
- Volek, Jaromír.** 2003. „Mediální studia mezi kritikou ideologie a kritikou informace.“ Pp. 11-34 in *Média a realita 04*. Brno: Masarykova universita.
- Volek, Jaromír – Jirák, Jan – Köpplová, Barbara.** 2006. „Mediální studia: Východiska a výzvy.“ Pp. 8-19 in *Mediální studia*, 1(1).
- Wardrip-Fruin, Noah – Montfort, Nick.** 2003. *The New Media Reader*. Cambridge: MIT Press.
- Warschauer, Mark.** 2002. „Reconceptualizing the Digital Divide.“ In *First Monday*, 7(7). http://firstmonday.org/issues/issue7_7/warschauer/index.html (15.8.2013).
- Webster, Frank.** 2006. *Theories of the information society*. (3rd ed.) New York: Routledge.
- Webster, Frank – Robins, Kevin.** 1986. *Information Technology: a Luddite Analysis*. Norwood: Ablex.
- Wellman, Barry.** 2004. „The Three stages of internet studies: ten, five and zero years ago.“ Pp. 123–129 in *New Media & Society*, 6(1).
- Wellman, Barry – Gulia, Milena.** 1999. „Virtual communities as communities: Net surfers don't ride alone.“ Pp. 167–194 in *Communities in Cyberspace*. Ed. Smith, Marc A. – Kollok, Peter. New York: Routledge.
- Williams, Raymond.** 2003. *Television: Technology and Cultural Form*. (2nd ed.) New York: Routledge.
- Williams, Robin – Edge, David.** 1996. „The Social Shaping of Technology.“ Pp. 865–899 in *Research Policy*, 25(6).
- Wolf, Milton T.** 1992. *Thinking Robots, an Aware Internet, and Cyberpunk Librarians*. Library and Information Technology Association: San Francisco.
- Woolgar, Steve.** 2002. *Virtual Society?* New York: Oxford University Press.

ANOTACE

Knih se věnuje studiím nových médií – širokému interdisciplinárnímu akademickému metapoli zastřešujícímu společenskovední výzkum a teoretickou reflexi takzvaných nových médií. Text shrnuje historické a epistemologické kořeny studií nových médií a jejich vývoj a následně formuluje teoretický koncept nových médií. Tento koncept má podobu třídímenzionálního modelu odvozeného z Giddensovy teorie strukturace, přičemž tři jeho dimenze zahrnují užití nových médií (jednání) a technotextuální artefakt a kontexty (coby formy struktur). Koncept by měl sloužit jako neredukcionistický výkladový rámec umožňující teoreticky ukotvenou celostní analýzu nových médií jako komplexního fenoménu utvářeného na úrovních artefaktu, sociálního jednání a každodenních kontextů i širšího kulturního, politického a ekonomického milieu.

KLÍČOVÁ SLOVA

▪ studia nových médií ▪ mediální studia ▪ nová média ▪ digitální média ▪ teorie strukturace

Mgr. Jakub Macek, Ph.D. pracuje na Fakultě sociálních studií Masarykovy Univerzity, kde působí jako odborný asistent na Katedře mediálních studií a žurnalistiky a jako výzkumný pracovník v Institutu pro výzkum dětí, mládeže a rodiny. Ve své odborné práci se zabývá převážně sociologií nových médií. Tato kniha je součástí jeho postdoktorského výzkumné projektu “New and old media in everyday life: media audiences at the time of transforming media uses” (GAČR, GP13-15684P).

SUMMARY

The book deals with new media studies – a wide, interdisciplinary meta-field of studies focused on social theory and research of what is commonly referred to as new media. a central goal of the book is to summarize historical and epistemological roots and developments of the meta-field and, consequently, to formulate a theoretically based concept of new media. The concept is conceived as a three-dimensional model derived from Anthony Giddens' theory of structuration. The three mutually constitutive dimensions of the model include uses of new media (agency), and a techno-textual object and contexts (both playing roles of structures). Such notion of new media should serve as a non-reductionist explanatory framework enabling a theoretically settled, and holistic empirical analysis of new media as complex phenomena constituted on levels of object, social action and wider everyday contexts as well as cultural, political and economical milieu.

KLÍČOVÁ SLOVA

▪ new media studies ▪ media studies ▪ new media ▪ digital media ▪ theory of structuration

Jakub Macek, Ph.D. is a senior researcher at the Institute on Research of Children, Youth and Family and an assistant professor in the Department of Media Studies and Journalism, both at Masaryk University, Czech Republic. His research focuses on the sociology of new media. This book is part of his post-doctoral research project entitled “New and old media in everyday life: media audiences at the time of transforming media uses” (Czech Science Foundation, GP13-15684P).

Poznámky ke studiím nových médií

Mgr. Jakub Macek, Ph.D.

Vydala Masarykova univerzita v roce 2013

Jazyková redakce: Mgr. Radovan Plášek

Grafická úprava a sazba: Bc. Pavlína Suchánková

Edice: Media

Vydání první, 2013

Náklad 300 výtisků

Tisk: Reprocentrum, a. s., Blansko

ISBN 978-80-210-6476-8