

Martin Foret – Marek Lapčík – Petr Orság
(eds.)

MÉDIA DNES

*Reflexe mediality, médií
a mediálních obsahů*

*Václav BĚLOHRADSKÝ
Michal BOČÁK
Jiří BYSTRICKÝ
Miloš ČERMÁK
Marta FILIPOVÁ
Martin FORET
Vítězslav HORÁK
Stanislav HUBÍK
Karel HVÍŽĎALA
Adam JAVŮREK
Jan JIRÁK
Jan KELLER
Jakub KONČELÍK
Jan KOŘENSKÝ
Milan KRUML
Marek LAPČÍK
David MACHÁČEK
Miroslav MARCELLI
Arnošt NOVÁK
Petr ORSÁG
Miroslav PETŘÍČEK
Irena REIFOVÁ
Juraj RUSNÁK
Renáta SEDLÁKOVÁ
Otokar ŠOLTYS
Peter VALČEK
Jaromír VOLEK
Pavel ZAHRÁDKA*

**Katedra žurnalistiky
Filozofické fakulty
Univerzity Palackého v Olomouci**

2008

ÚVODEM

Společným jmenovatelem všech klíčových slov uvedených na přebalu sborníku je – přes jejich značnou různorodost – tematika mediality, médií a mediálních obsahů. Svým rozptylem odrážejí jak šíři oboru mediálních studií, tak obtížnost komplexního pokrytí všech témat, která potenciálně zahrnují.

Když jsme se rozhodovali, jakým způsobem k výběru a uspořádání textů k problematice médií/mediality přistoupit, zvolili jsme to, co by se dalo nazvat *otevřenou tematizací*. Výsledek tak není, a ani nechce být v jakémkoli smyslu učebnicí či kompendiem základních textů o mediální problematice, ale nabízí množství přístupů ke zkoumání a snaží se odhalit různé roviny tohoto fenoménu a nastínit různé způsoby jeho konceptualizace. Byť se tím vystavujeme riziku, že bude sborník kritizován pro přílišnou nesourodost či roztržitost, interdisciplinární přístup, jehož optikou je fenomén médií napříč texty vnímán, chápeme jako výhodu. Mimo jiné i proto uzavírají sborník příspěvky publicistického charakteru, které i přes svou nestandardní formu vymykající se odbornému diskursu dotvářejí mozaiku pohledů na problematiku. Stejně jako řazení textů i jednotlivé sekce vznikly ad hoc a v rámci sborníku slouží spíše jako jeden z možných způsobů strukturace jednotlivých tematických okruhů. Zvolené uspořádání není jediné možné a samy příspěvky navazují intertextové vztahy napříč jednotlivými sekcemi.

Jádrem sborníku jsou texty vzniklé na základě přednášek, které zazněly na Katedře žurnalistiky Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci v akademickém roce 2007/2008 v rámci cyklu *Aktuální otázky médií – Média dnes*. S přednáškou byly pozvány různé osobnosti tak, aby celková skladba kursu byla co nejpestřejší a nabídla studentům co nejširší škálu tematizací médií/mediality. Vybrané osobnosti, nebyly předem omezeny konkrétním tématem či způsobem jeho uchopení a zpracování. Konceptualizace médií/mediality je totiž natolik pluralistická, že jakékoli jednotící uchopení by ji nezbytně redukovalo. Ostatně, právě tato rozmanitost je charakteristickým rysem studia médií a ilustruje neuchopitelnost mediality nějakým unifikujícím způsobem. Každá z naznačených rovin totiž odhaluje další, kterou by bylo třeba dále rozvíjet. Jednotlivé texty se tak liší formou, rozsahem, zaměřením, mírou obecnosti i způsobem uchopení, avšak mají jedno společné, jsou pokusem o obohacení diskursu vědění o médiích. Odrážejí tak klíčový rys svého předmětu zkoumání – média/medialita totiž netvoří sevřenou a systematicky strukturovanou oblast sociální reality, ale spíše jí různými způsoby a v různých rovinách pronikají. Slovy Jeana-Françoise Lyotarda: „*nám nepřísluší být dodavateli reality (v našem případě jednoznačného popisu mediality – pozn. red.), nýbrž vynalézat náznaky poukazující na myslitelné ...*“

Martin Foret, Marek Lapčík, Petr Orság,
editoři sborníku

OBSAH

MYŠLENÍ MEDIALITY

Václav Bělohradský	<i>Proletáři všech spektáklů spojte se!</i>
	<i>Esej o Guy Debordovi a jeho Společnosti spektáklů</i>
Jan Keller	<i>Globalizace, postmoderní mentalita a média</i>
Jiří Bystřický	<i>Média a moderní obraz světa</i>
Stanislav Hubík	<i>Mediální abstrakce a rychlost</i>
Miroslav Marcelli	<i>Mesto a komunikácia</i>
Miroslav Petříček	<i>Věda a umění ve věku nových médií</i>

MEDIALITA A SÉMIOTIKA E-KOMUNIKACE

Jan Kořenský	<i>Sémiotika sdělování a její terminologické problémy</i>
Peter Valček	<i>Diplastie – návrat neostrého denotátu, e-kultúra a identita mediálních poselství</i>
Otakar Šoltys	<i>Melounizace a bublinizace znělek uvádějících televizní zpravodajství</i>

TEORETICKÉ RÁMCE MEDIÁLNÍCH OBSAHŮ

Irena Reifová	<i>Kulturální studia v postkomunistické situaci</i>
Renáta Sedláková	<i>Mediální konstrukce reality – reprezentace druhých</i>
Pavel Zahrádka	<i>Mýtus o mýtu krásy</i>
Arnošt Novák	<i>Příroda a životní prostředí ve zpravodajských médiích</i>
Marek Lapčík	<i>Diskursivní kontury televizního zpravodajství a možnosti jeho analýzy</i>
Jaromír Volek	<i>Proměny chování mediálních publik: postkritická perspektiva</i>

MEDIALITA A VIZUALITA

Marta Filipová	<i>Vizuální studia: obsahy, východiska, metody</i>
Vítězslav Horák	<i>Mediamorfózy. Obraz, slovo a hybridné znaky</i>
Martin Foret	<i>Vizuální kultura – vizuální média – vizuální gramotnost</i>

HISTORICKÉ ZLOMY DĚJIN ČESKÝCH MÉDIÍ

Jakub Končelík	<i>Řízení a kontrola českého tisku v Protektorátu Čechy a Morava</i>
Petr Orság	<i>Československá exilová periodika v době „obnovení pořádku“. K některým aspektům vývoje exilových médií po roce 1968</i>

KONSTRUKCE MEDIÁLNÍ PROFESE

Jan Jirák	<i>Jak se dělají novináři aneb K pojetím studia žurnalistiky</i>
David Macháček	<i>Upocená vybíjená aneb Žurnalistika mezi akademiky, studenty a novináři</i>
Renáta Sedláková	<i>Jaký má být a co má umět začínající novinář - zpráva z výzkumu</i>

AKTUÁLNÍ TRENDY V MÉDIÍCH

Michal Bočák - Juraj Rusnák	<i>Na ceste za poslucháčom a divákom: poznámky o trendoch v programovaní v elektronických médiách</i>
Milan Kruml	<i>Aktuální trendy v televizní zábavě</i>
Miloš Čermák	<i>Blogosféra: rezervace plná šelem, anebo krásný nový svět?</i>
Adam Javůrek	<i>Hyperlokální žurnalistika</i>
Karel Hvížd'ala	<i>Dva nebezpečné posuny v globální mediální vesnici</i>

MYŠLENÍ MEDIALITY

Václav Bělohradský

Proletáři všech spektáklů spojte se!
Esej o Guy Debordovi a jeho Společnosti spektáklů

ABSTRAKT

Tato esej se zabývá knihou Guye Deborda *Společnost spektáklů* (1967), ale i některými Debordovými filmy a jeho myšlením obecně. Navzdory všem svým sympatiím k Debordově revoltě je však autor kritický k samotnému způsobu jeho kritiky spektáklů, neboť vychází z neúnosného antagonismu mezi spektakulárními formami reprezentace a psaným textem, pro Deborda jedinou adekvátní a autentickou formou sebe prezentace, striktně postavenou proti vyvolastnění oficiálními masmédií. Debordova „antispektakulární“ autorita je parazitickou formou participace na systému; je to další příklad toho, jak společnost spektáklů dokáže inkorporovat všechna alternativní hlediska. Abychom kritiku systému učinili smysluplnou, musíme opustit toto antagonistické myšlení, a to tak, že si uvědomíme společný kořen slov „spektákl“ a „teorie“ (které ve své archaické podobě znamenají kontemplovat o něčem, nebo dívat se na nějakou slávu, procesí). Autor volá po „inverzi spektáklů do teorie“, čehož příklad nachází v Chaplinově filmu *Světla velkoměsta* (1931): abychom opravdu viděli, musíme svůj pohled distancovat od toho, co je nám prezentováno jako nezprostředkované (tak na nás působí ideologie); jediné pak se nám podaří změnit masu ve veřejnost.

KLÍČOVÁ SLOVA: Guy Debord; Společnost spektáklů; spektákl; společnost hojnosti; buržoazie; každodenní život; modernost; situace; dějinnost; Marx; zbožní fetišismus; věda a technika; logos; logo; teorie; Chaplin; masa; publikum.

Jan Keller

Globalizace, postmoderní mentalita a média

ABSTRAKT

Stať se zabývá problematikou globalizace. Autor chápe globalizaci jako proces, v jehož průběhu dochází k vyhranění mocenské asymetrie na základě různé schopnosti mobility jednotlivých aktérů. V této souvislosti se dotýká rizik globalizace pro demokracii. Zabývá se rovněž některými rysy takzvané postmoderní mentality a zmiňuje se o úloze automobilismu a televizní kultury ve formování postmoderní mentality. Odtud popisuje způsoby legitimizace globalizace pro veřejnost.

KLÍČOVÁ SLOVA: globalizace, postmoderna, media.

Jiří Bystřický

Média a moderní obraz světa

ABSTRAKT

Problematika žité skutečnosti současného světa je odkázána na procesy zprostředkování „stavu přítomnosti“, především na technologie zrychlených transportů dat, pokrývajících prostor mediální reality jako obrazu žitého prostoru každodennosti. K vysvětlení vztahu mezi realitou masmédií a konvenční realitou všedního dne je zapotřebí obnovit význam sebedůvěry přítomného okamžiku. Rámecem pro porozumění tomuto vztahu je technika bezprostřednosti, tj., způsobu v jakém média budou předkládat konstrukci světa, v němž bude člověku k dispozici i kontrola forem, v nichž se sama „přítomnost“ odehrává.

KLÍČOVÁ SLOVA: techniky zprostředkování – obraz světa – moderna – komunikace – sebereferece – postmoderna – realita masmédií – pojem a zobrazení.

Stanislav Hubík

Mediální abstrakce a rychlost

ABSTRAKT

Proces mediální abstrakce je způsob, pomocí kterého je určitá část skutečnosti reprezentována znaky. Tento proces závisí jak na druhu média, tak na rychlosti a sítích. Například mediální abstrakce založená na písmu vytvoří jeden typ reprezentace, mediální abstrakce založená na technickém obraze spoluvytváří zcela jinou reprezentaci. Výsledek mediální abstrakce – reprezentace skutečnosti – je tak podmíněn vnitřní logikou skrytou v povaze média. Vhodnými teoretickými nástroji identifikace a uchopení této logiky jsou teorie M. Castella, J. Derridy, V. Flussera a P. Virilia a proto jsou teoretickým rámcem tohoto příspěvku.

KLÍČOVÁ SLOVA: *mediální abstrakce – rychlost – Virilio – písmo – Derrida – technický obraz – Flusser – síťová společnost – Castells – Baudrillard.*

Miroslav Marcelli

Mesto a komunikácia

ABSTRAKT

Štúdia sa zaoberá vzťahom medzi dvoma štruktúrami: jednou z nich je urbánny priestor a druhou komunikačná sieť. Autor sa usiluje odôvodniť predpoklad, že medzi týmito dvoma rovinami sa dajú nájsť korešpondencie a následne možno konštruovať ich spoločné modely. Vychádza pritom zo semiotických analýz Rolanda Barthesa, z komunikológie Viléma Flussera a predovšetkým z konceptu rizómy, ako ho uviedli a rozvinuli Gilles Deleuze a Félix Guattari. Posledná časť sa zameriava na uplatnenia tohto pojmu pri skúmaní kyberpriestoru a kyberkultúry.

KLÍČOVÉ SLOVÁ: *mesto – komunikácia – rizóm – kyberkultúra.*

Miroslav Petříček

Věda a umění ve věku nových médií

ABSTRAKT:

Článek předkládá stručný nástin úzkého propojení vědy a umění na konci 20. století, zejména konvergentního vývoje konceptů „text“ a „obraz“. Jakožto střední, zprostředkující pojem by mohl být vnímán koncept události.

KLÍČOVÁ SLOVA: *text – obraz – událost – limita jako hranice – dynamické definice.*

MEDIALITA A SÉMIOTIKA E-KOMUNIKACE

Jan Kořenský

Sémiotika sdělování a její terminologické problémy

ABSTRAKT

Pro současnou terminologii z oblasti zprostředkované komunikace je charakteristické rozšířené užívání termínů médium a jeho derivátů mimo oblast materiálně a technicky zprostředkujících proků komunikačních struktur. Autor posuzuje a formuluje konceptuální vztahy výše uvedených termínů a dospívá k závěru, že expanze užívání termínu médium spolu s jeho deriváty je důsledek skutečnosti, že právě zprostředkující technologie motivují existenci nových druhů a typů komunikátů, textů, žánrů, forem a vůbec způsobů komunikace.

KLÍČOVÁ SLOVA: médium – kód – kanál – sdělení – text – technologie – inter/transtextualita – intermedialita – multitextualita – multimedialita – multikódovost – hypertextualita.

Peter Valček

*Diplastie – návrat neostrého denotátu,
e-kultúra a identita mediálních poselství*

ABSTRAKT

„Utváření dějin“ na bázi lasswellovského historical engineering v demokracii není jen argumentací; naopak, mnohem častěji v masové komunikaci platí parabolický mechanismus, který je určen významovou oscilací mezi asémantickou pravou a sémantickou levou mozkovou hemisférou. Článek opisuje tento neurobiologický systém tvorby významu (Sperry, Lotman) ve vztahu k některým konkrétním masověkomunikačním skutečnostem, ale i ve vztahu Poršněvově interdikční hypotéze, podle které sugestibilní aparát tzv. diplastie přetrvává jako potenciál ve vývojově starších strukturách mozku a není tudíž vyloučeno jeho interaktivní zapojení do komunikace paradoxně právě v její nejmodernější, multimedializované formě.

KLÍČOVÁ SLOVA: imprinting – e-civilizace – psychologie attachmentu – interdikční hypotéza (Poršněv) – elitní rozhodnutí verus veřejná ratifi kace rozhodnutí v demokracii – multimedialní poselství.

Otakar Šoltys

Melounizace a bublinizace znělek uvádějících televizní zpravodajství

ABSTRAKT

Sémiotická analýza se (za prvé) snaží ukázat, že vývoj mediální sémiózy po r. 1989 postupoval od komunikace v symbolických znacích ke komunikaci v ikonických znacích. To může být považováno za projev mediální logiky. Komerencializace médií znamená rozšíření trhů a snižování nákladů. Oba procesy v České republice nastaly. Je překvapivé konstatovat, že se tento vývoj týká i médií veřejné služby. Zdá se (za druhé), že sémiotická analýza jako kvalitativní metoda závisující na „hic et nunc“ nemůže tyto zákonitosti odhalit, musíme se spolehnout na znakové systémy a vzájemné systémové vztahy mezi znaky, abychom rozeznali vývojové tendence. Detailní analýza komplexních komunikátů, které uvádějí televizní zpravodajství, prokázala, že jak soukromá, tak média veřejné služby sledují vývojovou cestu směřující ke globalizaci, simplifikaci a trivializaci využívání znaků. Vývoj sleduje směr od Peircovy ontologické terciálnosti k ontologické primárnosti. Začátky po r. 1989 byly symbolicky sofistikovány, konce jsou ikonicky atraktivní.

KLÍČOVÁ SLOVA: ikonický znak – symbolický znak – národní reprezentace – simplifikace – atraktivní ikony.

TEORETICKÉ RÁMCE MEDIÁLNÍCH OBSAHŮ

Irena Reifová

Kulturální studia v postkomunistické situaci

ABSTRAKT

Text se zabývá vztahem mezi parametry postkomunistické situace jako specifické společenské formace a možnostmi, které nabízí kulturální analýza. Klade si otázku, zda postkomunistická zkušenost může prospět kulturálním studiím, u nichž se v poslední době soudí, že se vzhledem k vyčerpání etnografického obratu a k „rozpuštění do tradičních disciplín“ ocitají v krizi. Text naznačuje, že díky postkomunistické perspektivě vyniká to, že kulturální studia opustila debatu o pojetích ideologie s výrazně nevyváženým výsledkem. Zahltla sama sebe koncepcemi ideologie pro svobodné společnosti, ale nevyvinula v podstatě žádný rámec ideologie pro nesvobodné společnosti po druhé světové válce. Text se také zabývá otázkou, co mohou kulturální studia nabídnout společnostem v postkomunistické situaci. Na příkladech české televizní seriálové produkce ukazuje, že mohou být zejména velmi potřebným zdrojem motivace ke studiu populární kultury, která v těchto společnostech stále není plně rehabilitována jako objekt odborného zájmu.

KLÍČOVÁ SLOVA: postkomunistická situace – kulturální studia – ideologie – svobodné a nesvobodné společnosti – populární kultura – televizní seriál.

Renáta Sedláková

Mediální konstrukce reality – reprezentace druhých

ABSTRAKT

Text představuje základní teoretický rámec, který je možné využít jako background např. při výzkumu reprezentace menšin v médiích. Autorka vychází z kulturálního přístupu a představuje základní stanoviska reflexivního a konstruktivistického pojetí reprezentace. Jádrem stati tvoří práce S. Halla a M. Pickeringa. Odkazem na myšlenky D. Boorstina autorka navrhuje spirálový model procesu mediální reprezentace reality a dále se věnuje tematické významu, opakování, stereotypu, pojetí Druhého a jinakosti.

KLÍČOVÁ SLOVA: reprezentace – mediální konstrukce reality – koncept Druhého – jinakost.

Pavel Zahradka

Mýtus o mýtu krásy

ABSTRAKT

Text je polemikou s knihou Mýtus krásy americké feministky Naomi Wolfové. Wolfová zaujímá vůči současnému ideálu ženské krásy skeptické stanovisko, které je tvořeno třemi základními tezemi: 1a) ideál ženské krásy je sociální konstrukcí, 2a) obrazy tělesné krásy zraňují ženy a brání jejich společenské emancipaci, 3a) řešením problému je odstranění normativního ideálu krásy. Důkaz prvního tvrzení Wolf opomíjí a soustředí se na prokázání druhého a třetího tvrzení. Cílem článku je: 2b) kritické zhodnocení autorčiny analýzy negativního vlivu mýtu krásy v oblasti profesního života (pracovní diskriminace, sexuální obtěžování) a lidské sexuality (pornografie, sexuální násilí), 3b) kritické zhodnocení autorčina návrhu na transformaci pojmu krásy. V závěru článku je představena 1b) diskuse týkající se ontologického statusu lidské krásy, která probíhá mezi zastánci sociálního konstruktivismu a stoupenci evoluční biologie.

KLÍČOVÁ SLOVA: mýtus krásy – sociální konstrukce – pracovní diskriminace – sexuální obtěžování – pornografie – násilí – evoluční biologie.

Arnošt Novák

Příroda a životní prostředí ve zpravodajských médiích

ABSTRAKT

Text přináší stručný úvodní vhled do problematiky mediálního pokrytí environmentálních témat. Skládá se ze dvou částí. V první se zabývá různými koncepty přírody a životního prostředí, stejně tak jako použitím adjektiv přírodní, přirozený. Ve druhé části se článek věnuje některým aspektům zpravodajského pokrytí environmentálních problémů, a to především tím, jak si zpravodajská média vybírají environmentální události, kdo je ve zprávách o životním prostředí zdrojem a kdo je primárním definujícím.

KLÍČOVÁ SLOVA: příroda – životní prostředí – zpravodajská média.

Marek Lapčík

***Diskursivní kontury televizního zpravodajství
a možnosti jeho analýzy***

ABSTRAKT

Text se pokouší na pozadí tematizace specifického charakteru TV zpravodajství navrhnout analytický nástroj, který by umožnil popsat prvky a postupy utvářející diskursivní povahu tohoto typu mediálních obsahů. Zatímco „obvyklé“ přístupy k analýze zpravodajství se zaměřují na rozbor informací, které jsou vztaženy k jednotlivým událostem, koncept strukturální diskursivní analýzy se pokouší naopak identifikovat a popsat „stabilní“ struktury TV zpravodajství. Tento koncept je vytvořen na základě propojení teorie „TV zpravodajství jako specifického typu kulturního diskursu“ Petera Dahlgrena a principů diskursivní analýzy.

KLÍČOVÁ SLOVA: TV zpravodajství – diskurs – diskursivní analýza – strukturální diskursivní analýza – diskursivní strategie.

Jaromír Volek

***Proměny chování mediálních publik:
postkritická perspektiva***

ABSTRAKT

Text se pokouší reflektovat roli nové globální konstelace technokapitalismu, v jehož rámci dochází k postupné proměně mediálních publik. Transformace jejich mediálního chování postupně oslabuje explanační sílu tradiční „ideologiekritik“ a otevírá prostor pro postkritickou perspektivu, která nahlíží nová mediální publika jako fragmentované produkty symbolického působení nových ICT, jež tato publika deideologizují. Ti jsou tak transformováni a současně sami sebe proměňují na lhostejné hráče rozptýlené v mediálním poli.

KLÍČOVÁ SLOVA: fragmentarizovaná publika – kritické paradigma – nové ICT – postkritická perspektiva – rozptýlená publika.

MEDIALITA A VIZUALITA

Marta Filipová

Vizuální studia: obsahy, východiska, metody

ABSTRAKT

Vizuální studia jsou poměrně novým oborem, který se objevil počátkem devadesátých let ve Spojených Státech a ve Velké Británii a rychle se rozšířil i do dalších zemí včetně České republiky. Existuje mnoho důvodů, proč ke vzniku a popularitě vizuálních studií došlo, ale většinou se zdůrazňuje neustále se zvyšující význam vizuálních informací v dnešní době, opomíjení nemalého množství obrazového materiálu dějinami umění a snaha vysvětlit obrazy nejrozličnějších humanitních i vědeckých disciplín. Tyto potřeby vedly k ustavení teoretických přístupů k takovýmto vizuálním jevům, které by přijaly vhodný diskurs. Dnes jsou vizuální studia poměrně dobře zavedeným oborem, který využívá množství metod z příbuzných disciplín. Na některé z nich se zaměřuje i tento článek ve snaze představit vizuální studia jako obor s interdisciplinárním charakterem.

KLÍČOVÁ SLOVA: vizuální kultura – vizuální studia – mediální studia – obraz – nová média – interdisciplinarita – dějiny umění – teorie kultury.

Vítězslav Horák

Mediamorfózy. Obraz, slovo a hybridné znaky

ABSTRAKT

Ľudské zaobchádzanie s obrazom a písmom produkuje celý rad zmiešaných foriem. Obrazovo-vizuálna kvalita kaligramov, grafi tov, stredovekých iniciálov alebo dnešných fi remných log je nám ihneď nápadná a sčasti sa stala i predmetom výskumu. Piktogramy a signety sú zo strany vedcov naopak vnímané ako hraničné prípady obrazu, ktoré majú veľa spoločného s písmom. Zmiešané formy medzi obrazom a písmom vytvárajú nový pohľad na pojem obrazu a písma, ktoré sú predmetom intenzívneho výskumu v po nemecky hovoriacich krajinách posledných 15 rokov. V strede záujmu príspevku sú preto formy komunikácie, ktoré kombinujú obraz a písmo nie vedľa seba, ale v sebe. Pomocou nich budem z fl ozofi ckého hľadiska refl ektovať širšie systematické otázky výskumu písma a obrazov: Akú úlohu spĺňa materialita znaku pri vytváraní významu pomocou obrazu a textu? Ako generujú obrazy a písmo význam? Sú obraz a písmo dva alternatívne symbolické systémy?

KEUČOVÉ SLOVÁ: obraz – písmo – znak – semiotika.

Martin Foret

Vizuální kultura – vizuální média – vizuální gramotnost

ABSTRAKT

Při hodnocení současné mediální kultury/komunikace se stále častěji setkáváme s konstatováními o dominanci vizuálního. Vizualita se také těší stále většímu zájmu coby předmět analýzy v rámci různých diskursů. Vzhledem k privilegovanému postavení fotografického obrazu, se text věnuje vymezením jeho povahy a otázkám analogie, realismu a perspektivy, stejně jako proměnám fotografie v éře digitalizace a jejím vztahům s kresbou a digitálním obrazem. Díky podcenění recepčních strategií při „čtení“ obrazů však přesto/právě proto dochází k prohlubování propasti mezi úrovní produkčních a recepčních kompetencí. V souvislosti s potřebou rozvoje klíčových kompetencí a zaváděním mediální výchovy tak vyostává i otázka kompetencí, které můžeme označit jako vizuální gramotnost. Příspěvek se chce pokusit definovat tento pojem a poukázat na některé základní problémy, které jsou s recepcí obrazu spjaté a měly by být reflektovány.

KLÍČOVÁ SLOVA: obraz – vizualita – vizuální texty – ikon – denotace a konotace – analogie (podobnost) – perspektiva – realismus – kresba vs. fotografie – digitální obraz – technické obrazy – gramotnost – mediální gramotnost – recepční a produkční složky gramotnosti – vizuální gramotnost – kódování.

HISTORICKÉ ZLOMY DĚJIN ČESKÝCH MÉDIÍ

Jakub Končelík

*Řízení a kontrola českého tisku
v Protektorátu Čechy a Morava*

ABSTRAKT

Článek sleduje téma řízení a kontroly médií v Protektorátu Čechy a Morava v letech 1939–1945. Nabízí základní náhled na mechanismy, kterými totalitní správa orientovala mediální agendu, ovlivňovala personální politiku vydavatelů, postihovala nevídané mediální obsahy, či jinak zasahovala do chodu mediálních institucí. Zásadní pozornost věnuje působení Tiskového odboru Předsednictva ministerské rady a Skupiny tisk při Úřadu říšského protektora, dílčí pozornost věnuje i mediální legislativě.

KLÍČOVÁ SLOVA: média – řízení tisku – tiskové porady – Protektorát Čechy a Morava – období 1939–1945 – český tisk – cenzura – totalitní systém médií.

Petr Orság

*Československá exilová periodika
v době „obnovení pořádku“.*

K některým aspektům vývoje exilových médií po roce 1968

ABSTRAKT

Text se zaměřuje na proměny exilové mediální scény a vznik nových exilových periodik jako jednoho z konkrétních projevů masivní exilové vlny, která následovala po okupaci Československa vojsky Varšavské smlouvy v srpnu 1968. Většina z nově zakládaných titulů se v počáteční fázi profilovala především jako nosiče praktických informací pro uprchlíky přicházející z okupované vlasti. Později se z některých stalo významné komunikační fórum československých exulantů, v jehož rámci pokračovala cenná diskuse zahájená v době pražského jara v oficiálních médiích v ČSSR.

KLÍČOVÁ SLOVA: československá exilová periodika – rok 1968 – normalizace – exil – emigrace – média – Státní bezpečnost.

KONSTRUKCE MEDIÁLNÍ PROFESE

Jan Jirák

Jak se dělají novináři aneb K pojetím studia žurnalistiky

ABSTRAKT

Žurnalistika je jedním z konstitutivních rysů veřejné komunikace, a tedy významným politický, a komunikačním jevem současných společností. Do tohoto postavení se probojovávala postupně, s významnou pomocí technologických změn. S jejím rozvojem souvisí i rozvoj přípravy k ní – novinářské vzdělávání. Povaha žurnalistické profese je však nejistá a tato nejistota se promítá i do nejistoty kolem vhodné přípravy. Ta se postupně institucionalizovala od redakčního učňovství a elévství přes profesně orientovanou celoživotní nebo pregraduální přípravu po univerzitní vzdělávání. Každý z těchto způsobů přípravy novinářů má své historické kořeny, své přednosti a svá omezení. Učňovství se orientuje na předávání osvědčených postupů a rutin a rezignuje na podporu obecnější sociální role novináře jako vzdělaného profesionála. Celoživotní i pregraduální vzdělávání si praktickou orientaci ponechává, ale spojuje ji s prohlubováním vzdělanostního zázemí. Univerzitní vzdělávání je vedeno snahou o posílení vzdělanostního zázemí budoucích novinářů, ale současně trpí napětím mezi akademickou tradicí univerzit a utilitárním pragmatismem mediálního průmyslu.

KLÍČOVÁ SLOVA: masová média – žurnalistika (novinářství) – žurnalisté (novináři) – žurnalistická profese – vzdělávání žurnalistů (novinářů).

David Macháček

*Upocená vybíjena
aneb Žurnalistika mezi akademiky, studenty a novináři*

ABSTRAKT

Slovo žurnalistika spojuje tři profesní skupiny – praktikující novináře, akademické pracovníky a vyučující a vysokoškolské studenty. Namísto jednoty však mezi ně společně slovo přináší neshody, střety a rozčarování. Autor v textu na základě osobních zkušeností popisuje hlavní třecí plochy mezi třemi žurnalistickými skupinami a rozebírá nejčastější konflikty.

KLÍČOVÁ SLOVA: žurnalistika (novinářství) – žurnalisté (novináři) – studenti žurnalistiky – vzdělávání žurnalistů (novinářů) – teorie žurnalistiky.

Renáta Sedláková a kol. *Jaký má být a co má umět začínající novinář
(zpráva z výzkumu)*

ABSTRAKT

Stať přibližuje zjištění z internetového dotazníkového šetření v redakcích českých médií realizovaného na jaře 2008 na Katedře žurnalistiky FF UP v rámci projektu ESF. Přináší informace o zkušenostech vedoucích pracovníků různých typů médií (tištěných, audiálních, audiovizuálních i internetových, celostátních i lokálních, zpravodajských, publicistických, zájmových i odborných a zábavných) se začínajícími žurnalisty, studenty a absolventy tohoto oboru. Soustřeďuje se na praktické dovednosti a kompetence, které praktikující novináři považují za klíčové pro uplatnění v tomto oboru. Patří k nim především zoládnutí základů tohoto řemesla, povědomí o žurnalistických žánrech, schopnost rešeršování zdrojů a úpravy textu do stanoveného rozsahu, naopak odborné vzdělání v oboru žurnalistika je dotázanými hodnoceno spíše jako okrajové.

KLÍČOVÁ SLOVA: žurnalistika – žurnalistická profese – dovednosti.

AKTUÁLNÍ TRENDY V MÉDIÍCH

Michal Bočák - Juraj Rusnák *Na ceste za poslucháčom a divákom: poznámky o trendoch v programovaní v elektronických médiách*

ABSTRAKT

V štúdiu sa zaoberáme základnými otázkami produkcie, funkcie a recepcie programu v elektronických médiách. Zameriavame sa najmä na tvorbu a fungovanie programových formátov, a to v oboch relevantných významoch termínu (1. zacielené programovanie elektronického média a 2. komodifikovaný manuál na tvorbu relácie). Charakterizujeme rozmanité programové stratégie a ilustrujeme ich na vysielaní slovenských elektronických médií. Koncepty následne aplikujeme pri podrobnej analýze programovania slovenských plnoformátových televízií na prelome access-primu a prime-time.

KLÍČOVÉ SLOVÁ: *elektronické médiá – programovanie – časový rozvrh programu – programové stratégie – programový formát – televízia – prime-time.*

Milan Kruml *Aktuální trendy v televizní zábavě*

ABSTRAKT

Text pojednává o aktuálních trendech v programování především komerčních televízí, se zaměřením na zábavní pořady/žánry. Pojmenovává několik základních tendencí, které současnému televiznímu trhu dominují – snahu předstírat „reálné“ situace, ať již ve formátu reality show či tzv. „docusoap“, akcent na událostní charakter soutěžních pořadů, proměnu dramatických seriálů směrem k nákladnější podobě bližší filmové produkci a sepětí televize s internetem.

KLÍČOVÁ SLOVA: *fikce – reality show – docusoap – event – internet.*

Miloš Čermák *Blogosféra: rezervace plná šelem, anebo krásný nový svět?*

ABSTRAKT

V roce 2002 se v českých médiích objevilo o blozích zhruba dvacet příspěvků, v roce 2007 jich bylo více než třicet tisíc. Blogy se staly nejen oblíbeným subjektem médií, ale především jejich součástí. Zároveň se však nenaplnily některé předpoklady, že blogy média a žurnalistiku nějakým zásadnějším způsobem promění. Vztahy tradičních a nových médií, reprezentovaných mimo jiné blogy, se ustálily v jakési symbióze. Není to však konečný stav. Tisk ztrácí čtenáře, televize diváky, technologie se bouřlivě proměňují. Žijeme ve velmi vzrušující době, kdy se rozhoduje, jakou roli a podobu budou média mít. A možná tyto změny i zásadním způsobem promění společnost. V tomto příspěvku nabízím spíše letmý pohled na pět, respektive deset let existence blogů (v Česku a ve světě). A to včetně poznámek a postřehů na okraj této krátké historie. Rozhodně není uzavřená ani definitivní.

KLÍČOVÁ SLOVA: *blogy – blokování – blogosféra.*

Adam Javůrek

Hyperlokální žurnalistika

ABSTRAKT

Hyperlokální žurnalistika je definována jako žurnalistika šířená pomocí internetu, určená pro konkrétní geografickou oblast, jejíž obyvatelé se cítí členy stejné komunity, a spoluvytvářená či výhradně vytvářená čtenáři. Její příchod znatelně mění podobu současného regionálního tisku: nižší náklady umožňují zaměřit se na menší oblasti, kolaborační nástroje dovolují zapojení amatérů a nové technologie přináší personalizaci zpravodajství. Úspěšných webů hyperlokální žurnalistiky je ovšem zatím málo. Majitelé webů zatím hledají cesty, jak správně moderovat obsah, motivovat a usměrňovat komunitu a monetarizovat web. Dalším problémem je fakt, že stávající systémy personalizace zpravodajství jsou zatím relativně primitivní a neumí si poradit s komplikovanými preferencemi čtenářů.

KLÍČOVÁ SLOVA: *online žurnalistika – hyperlokální žurnalistika – amatérizace – personalizace – uživateli vytvářený obsah – gatewatching – komunity – databázová žurnalistika – mash-upy – public journalism – bayosphere – backfence – bluff ton today – unikátní prodejní nabídka – sémantický web – web 2.0 – blogy – dlouhý chvost.*

Karel Hvížd'ala

Dva nebezpečné posuny v globální mediální vesnici

ABSTRAKT

Na trhu s médii se přiostrčil boj i v nejznámějších médiích jako je The Wall Street Journal a The New York Times. Skoro všichni bohatí lidé by chtěli vlastnit nějaké médium, protože výše zisku je v poměru k ostatnímu byznysu ještě vysoká. Příklad Berliner Zeitung zase ukazuje majitelům možnou jinou cestu, jak vydělávat peníze: obchodovat s adresami předplatitelů.

KLÍČOVÁ SLOVA: *The New York Times – úsporná opatření – boj o akcie – Berliner Zeitung – redakční nezávislost – zisk – důležitější než čtenáři jsou adresy.*

ABECEDNÍ SEZNAM AUTORŮ

Prof. PhDr. Václav **BĚLOHRADSKÝ**, Università di Trieste, Facoltà di Scienze politiche, Itálie

Mgr. Michal **BOČÁK**, Katedra všeobecnej jazykovedy, fonetiky a masmediálnych štúdií FF PU v Prešově, Slovensko

Doc. PhDr. Jiří **BYSTRICKÝ**, CSc., Centrum pro studium elektronické kultury FHS UK v Praze

Miloš **ČERMÁK**, novinář (Reflex), vyučuje na Katedře mediálních studií Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK v Praze

Mgr. Marta **FILIPOVÁ**, Leeds College of Art and Design, Velká Británie

Mgr. Martin **FORET**, Katedra žurnalistiky FF UP v Olomouci

Dr. Vítězslav **HORÁK**, Institut für Kunstwissenschaft und Medietheorie, Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe, Německo

Prof. PhDr. Stanislav **HUBÍK**, CSc., Katedra žurnalistiky FF UP v Olomouci

Karel **HVÍŽDALA**, novinář a spisovatel

Adam **JAVŮREK**, novinář, vyučuje na Katedře žurnalistiky FF UP v Olomouci

Prof. PhDr. Jan **JIRÁK**, Ph.D. Katedra mediálních studií Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK v Praze

Prof. PhDr. Jan **KELLER**, CSc., Katedra sociální práce ZSF OU v Ostravě

PhDr. Jakub **KONČELÍK**, Katedra mediálních studií Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK v Praze

Prof. PhDr. Jan **KOŘENSKÝ**, DrSc., Katedra bohemistiky FF UP v Olomouci

PhDr. Milan **KRUML**, analytik TV Nova, vyučuje na Katedře mediálních studií Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK v Praze

Mgr. Marek **LAPČÍK**, PhD., Katedra žurnalistiky FF UP v Olomouci

Ing. David **MACHÁČEK**, novinář, vyučuje na Katedře žurnalistiky FF UP v Olomouci

Prof. PhDr. Miroslav **MARCELLI**, Ph.D., Katedra filozofie a dejín filozofie, FF UK v Bratislavě

Mgr. Arnošt **NOVÁK**, Katedra sociální a kulturní antropologie Institutu magisterských studií FHS UK v Praze

PhDr. Petr **ORSÁG**, Katedra žurnalistiky FF UP v Olomouci

Prof. Miroslav **PETŘÍČEK**, Dr., FAMU a Ústav filozofie a religionistiky FF UK v Praze

PhDr. Irena **REIFOVÁ**, Ph.D., Katedra mediálních studií Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK v Praze

Doc. PhDr. Juraj **RUSNÁK**, CSc., Katedra všeobecnej jazykovedy, fonetiky a masmediálnych štúdií FF PU v Prešově, Slovensko

Mgr. Renáta **SEDLÁKOVÁ**, Ph.D., Katedra žurnalistiky FF UP v Olomouci

PhDr. Otakar **ŠOLTYS**, CSc., Katedra mediálních studií Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK v Praze

PhDr. Peter **VALČEK**, Ph.D., Katedra žurnalistiky, FF UK v Bratislavě, Slovensko

PhDr. Jaromír **VOLEK**, Ph.D., Katedra mediálních studií a žurnalistiky FSS MU v Brně

Mgr. Pavel **ZAHRÁDKA**, Katedra sociologie a andragogiky FF UP v Olomouci

Martin Foret – Marek Lapčík – Petr Orság (eds.)

MÉDIA DNES
REFLEXE MEDIALITY, MÉDIÍ A MEDIÁLNÍCH OBSAHŮ

Výkonný redaktor: Prof. PhDr. Ladislav Daniel, Ph.D.
Odpovědný redaktor: Mgr. Jana Kreiselová
Odborný, technický a jazykový redaktor: Mgr. Martin Foret

Sazba: *Subrational Industries – Tomáš Matějčík*
Tisk: *Střední škola polygrafická, Olomouc*

Vydala Univerzity Palackého v Olomouci,
Křížkovského 8, 771 47
pro
Katedru žurnalistiky
Filozofické fakulty
Univerzity Palackého v Olomouci
Wurmova 7, 771 47
katedra.upmedia.cz

1. vydání

Olomouc 2008

Ediční řada: sborníky – UPmedia
www.upmedia.cz

Neprodejné.

ISBN 978-80-244-2023-3