

Politická ekonomie médií

Monika Metykova

m.metykova@sussex.ac.uk; 32153@mail.muni.cz

Melissa Wall: Citizen Journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't

Článek je z roku 2015 a je shrnutím dosavadního výzkumu a nastolením agendy pro budoucí výzkum.

Občanská žurnalistika je zásadní součástí přenosu a distribuce zpráv celosvětově, kdyby neexistovala tak bychom přišli o pokrytí mnoha globálních i místních událostí.

(Rozlišení mezi profesionální žurnalistikou, občanskou žurnalistikou a svědectvím - witnessing - bude tématem v naší diskusi.)

Co je občanská žurnalistika?

Hodně termínů, hodně nejasností:

občanská žurnalistika, obsahy vyráběné uživateli (user generated contents UGC), participační žurnalistika

V tomto článku je občanská žurnalistika definovaná jako zpravodajský obsah (text, video, audio, interaktivní obsahy atd.) produkováný ne-profesionálními. Takový obsah může zahrnovat jediný moment (např. svědek události), být přerušovaný (např. Twitter feed) nebo produkováný nepravidelně, jako například hyperlokální obsahy. Článek se zabývá jenom digitální občanskou žurnalistikou.

Profesionální žurnalistika reaguje na žurnalistiku občanskou

V počátku mainstreamové zpravodajské organizace experimentovaly se zahrnutím obsahů od občanů. Tradiční zpravodajské organizace nebyly nadšené a došlo ke “kulturnímu střetu”, profesionální žurnalisté chtěli zachovat svou autoritu. Například BBC viděla občanské obsahy jako zdroj pro storky. Někteří viděli občanské obsahy jako odvádění pozornosti od skutečné novinářské práce. V tomto konfliktu nešlo jenom o kvalitu práce nebo o zdroje, ale také o to, že většina žurnalistů se nechce vzdát svých rutin nebo se dělit o svou autoritu.

Hyperlokální obsahy

Občanská žurnalistika má za cíl vylepšit občanský život. Neodmítají žurnalistiku, naopak, od ní očekávají víc. Myslí si, že bez komerčních tlaků budou lépe sloužit svým komunitám. Ovšem hyperlokální iniciativy většinou nejsou dlouhodobě udržitelné.

<https://brummiegourmand.com/category/brum-bloggers/>

Sociální sítě a občanský novinář jednotlivec

Korporátní platformy umožňovaly formu individualizované občanské žurnalistiky, která vytváří významy prostřednictvím angažování veřejnosti, která se podílí na vytváření obsahů přes komentáře, linking, sdílení atd. Všechno se to děje mimo tradiční média.

Odpor

Existují formy digitální občanské žurnalistiky, která má za úlohu odpor vůči existujícímu politickému a sociálnímu systému. Taková občanská žurnalistika je kolektivní a združuje aktivisty, kteří se staví vůči existujícím mocenským strukturám. Jeden z nejvýznamnějších a prvních příkladů je hnutí Independent Media Center (IMC), radikální, anarchismem inspirovaný projekt, který vyrostl z opozice vůči globální korporátní moci.

<https://indymedia.org/>

Reakce občanů

Výzkumy naznačují, že publikum je skeptické ohledně mainstreamových zpravodajských organizací a víc důvěřují občanské žurnalistice než profesionálnímu zpravodajství. Ovšem existují i výzkumy podle kterých publikum oceňuje naplnění většiny rolí žurnalistů víc v případě profesionálů, až na roli oponenta.

Budoucí trendy

1. Výzkum občanské žurnalistiky se musí zaměřit na vliv socializace platformou. Co nás učí sociální média a jejich komunity o logice specifické pro tyto platformy?
2. Potřebujeme víc zkoumat jak občanská žurnalistika interaguje s rasou, genderem, třídou a jinými kategoriemi marginalizace.
3. Občanská žurnalistika je považovaná za prostor pro inovaci.
4. Organizace, které produkují občanskou žurnalistiku jsou zkoumané málo, pozornost se pořád soustředí na mainstreamové organizace.
5. Máme k dispozici etnografické studie občanské žurnalistiky, potřebujeme ale taky jiné studie.
6. Dominantní teorie, které se používají ke studiu občanské žurnalistiky zahrnují sociologii žurnalistiky, veřejnou sféru a konvergenci, potřebujeme ale jiné teoretické rámce na vylepšení analýzy občanské žurnalistiky.

Úkol v malých skupinách

1. Jak mainstreamová média používají příspěvky publika? Obsahy, komentáře, náměty na storky apod. - mají v těchto oblastech média politiky/pravidla? The New York Times, DenníkN/DeníkN, Daily Mail, Blesk
2. Svědectví občanů - příklady kdy mainstreamová média používají tento typ obsahu. Války, katastrofy atd.
3. Hyperlokální obsahy, profesionální? Občanské?:
<https://www.niemanlab.org/2020/07/hundreds-of-hyperpartisan-sites-are-masquerading-as-local-news-this-map-shows-if-theres-one-near-you/>
<https://www.niemanlab.org/2018/02/this-hyperlocal-news-site-in-san-francisco-is-reinventing-itself-with-an-automated-local-news-wire/>
<https://www.niemanlab.org/2016/08/the-hyperlocal-nonprofit-austin-monitor-is-trying-to-find-the-sweet-spot-for-hyperlocal-policy-news/>

Změny nejsou jenom technologické...

- Peter Greste: How Journalism Became One of the Most Dangerous Jobs in the World
- https://www.youtube.com/watch?v=AqnSHi8HEeQ&ab_channel=TEDxTalks
- Může spolupráce mezi novináři, občany, odborníky z jiných oblastí (data, IT atd.) vést ke kvalitnějším obsahům?

**Amazon, Google, Facebook, Twitter – nová
forma kapitalizmu?**

Abstraktnější pohled na média a společnosti ve kterých fungují

- Společnosti kapitalistické
- Liberální demokracie

Co je kapitalismus?

- <https://www.youtube.com/watch?v=dluaW9YWqEU>

(titulky taky v češtině)

- TEDx Talk:

<https://www.youtube.com/watch?v=iq5lX-j6Prg>

- Ha-Joon Chang: **23 věcí, které vám neřeknou o kapitalismu z roku 2013**

Definice kapitalismu – Bruce Scott Harvard Business School

Capitalism is often defined as an economic system where private actors are allowed to own and control the use of property in accord with their own interests, and where the invisible hand of the pricing mechanism coordinates supply and demand in markets in a way that is automatically in the best interests of society. Government, in this perspective, is often described as responsible for peace, justice, and tolerable taxes.

Scottův příspěvek

Capitalism is a system of indirect governance for economic relationships, where all markets exist within institutional frameworks that are provided by political authorities, i.e. governments. ... Capitalism is a three-level system... Markets occupy the first level, where the competition takes place; the institutional foundations that underpin those markets are the second; and the political authority that administers the system is the third. While markets do indeed coordinate supply and demand with the help of the invisible hand in a short term, quasi-static perspective, government coordinates the modernization of market frameworks in accord with changing circumstances, including changing perceptions of societal costs and benefits. In this broader perspective government has two distinct roles, one to administer the existing institutional frameworks, including the provision of infrastructure and the administration of laws and regulations, and the second to mobilize political power to bring about modernization of those frameworks as circumstances and/or societal priorities change. Thus, for a capitalist system to evolve in an effective developmental sense through time, it must have two hands and not one: an invisible hand that is implicit in the pricing mechanism and a visible hand that is explicitly managed by government through a legislature and a bureaucracy.

Úkol v malých skupinách

- Stadia kapitalismu – záleží samozřejmě na kategorizaci – ale se podíváme na:
 1. Merkantilismus (mercantile capitalism).
 2. Keynesiánismus (Keynesian capitalism).
 3. Fordismus (Fordist capitalism).
 4. Nejnovější fáze – jiná kritika než od Zuboff – už není kapitalismus ale techno- nebo neo-feudalismus. Co to znamená?

Shoshana Zuboff

- Harvard Business School
- Knihy:

In The Age Of The Smart Machine: The Future Of Work And Power (1988)

Informační technologie možná zhorší nejvíce problematické rysy automatizace, zbaví pracovníky autonomie a ti budou dělat nedůstojnou práci. Ale pokud budou tyto technologie použité moudře tak budou mít opačný efekt: nabídne víc možností k abstraktnímu a imaginativnímu myšlení a zvrátí proces ztráty dovedností (de-skilling) na který upozorňují marxističtí kritikové práce v kapitalismu. (Morozov)

The Support Economy: Why Corporations are Failing Individuals and the Next Episode of Capitalism (2004)

Shoshana Zuboff – více optimistické počátky

- I v roce 2009 Zuboff tvrdila, že Amazon, eBay, a Apple „měly obrovskou hodnotu v tom, že poskytovaly lidem to co chtěly za podmínek, které si sami nastavili ve vlastním prostoru.“ Zuboff dospěla k tomuto slunnému závěru po analýze toho jak informační technologie mění společnost a v tomto ohledu byla jednou z těch myslitelů, kteří tvrdili, že sme na počátku nové éry – „post-industrální“ nebo „post-Fordismus“.
- Morozov: “Capitalism’s new clothes”
<https://thebaffler.com/latest/capitalisms-new-clothes-morozov>

Surveillance capitalism – souhrn tezí

Behaviorální přebytek

Zuboff používá Google jako typický příklad pro svou teorii. Na počátku Google neměl jasný business model, jedna z komerčních činností bylo licencování vyhledávače jiným webovým stranám, nebyl to ale významný zdroj příjmu. V tomto období mohl Google naplnit optimistické očekávání Zuboff jako tzv. advocacy-oriented firma, t.j. firma zaměřená na posílení postavení konzumentů (např. sbíraná data sloužila k poskytnutí lepších služeb).

Všechno se změnilo když se Google zaměřil na personalizovanou reklamu, data, která Google sbírá slouží k prodeji reklamy a ne pouze k zlepšení poskytovaných služeb. Data, která sbírá jsou za hranicí objektivně existující potřeby sloužit uživatelům, Zuboff pojmenovává toto překročení hranice behaviorální přebytek. Google je kapitalistická společnost, která chce maximalizovat tento přebytek a proto se vnořuje do našich dat nejenom hlouběji, ale také do větší šířky (nabízí nové služby atd.)

Kombinace 3 komponentů – behaviorální kontrola, predikce produktů a trhů ve vztahu k budoucímu chování uživatelů – dává kapitalismus dohledu (surveillance capitalism): ‘a new economic order that claims human experience as free raw material for hidden commercial practices of extraction, prediction and sales’.

U predikce chování uživatelů hrají roli úspory z rozsahu a dosahu, důležité ale je, že: kromě predikce chování se tyto firmy také snaží formovat a modifikovat chování tak, aby si zajistily garantovaný výsledek. „Cílem této činnosti není vnutit behaviorální normy ..., ale spíš produkovat chování, které ... vede k žádoucím komerčním výsledkům“ (p. 201). Kapitalismus dohledu tedy formuje vaše chování teď k tomu, aby lépe predikoval vaše chování později (p. 316).

Tady se nabízí otázka ohledně povahy chování, které tyto firmy formují, jak píše recenzent knihy: „Although the tool might be based on an economic logic, the application and the output might certainly be political.“ (Je demokracie v nebezpečí?)

Podle Zuboff je kapitalismu dohledu zcela unikátní v historii, nejedná se jenom o „variantu“ nebo „fázi“ kapitalismu.

Častá kritika: nenabízí alternativu/řešení

Shoshana Zuboff: We Need Rights To Protect Us From Big Data Surveillance

- https://www.youtube.com/watch?v=D8qAGQQbZd0&ab_channel=ManpourandCompany

Christopher Wylie on data privacy and social media giants

- The Facebook–Cambridge Analytica whistleblower Christopher Wylie tells The National's Ian Hanomansing that governments have the ability to crack down on abuses of data–mining technology, but people need to push for privacy protection.
- https://www.youtube.com/watch?v=d1vjNW01XCg&ab_channel=CBCNews%3ATheNational