

MEDIÁLNÍ STUDIA: VÝCHODISKA A VÝZVY¹

// Media Studies: Perspectives and Challenges

Jaromír Volek

Masarykova univerzita, Brno

Jan Jiráček

Barbara Köpplová

Univerzita Karlova, Praha

ABSTRACT

The academic field of “media studies” is one of the modern interdisciplinary-orientated fields of social scientific research and university lecturing. It is a settled and well-developed discipline, although its stability is continuously attacked by a variety of trends, with the rapidly changing subject of its interest as one of the most important examples. The main traditions of studying the media are the cognitive-empirical tradition, the critical-speculative one and the “cultural” tradition. Apart from that, a strong tradition of historical study of media can be traced back. The last decade and the turn of the century have opened a new topic of media studies – the ICT. With dissemination of “new” technologies and their integration into social communication, new questions have been raised: how do the ICT-based media influence the scope and shape of public communication? What are the political, commercial and cultural consequences of implementing these communications? What kinds of changes are caused by ICT regarding users’ habits? Last but not least, how to incorporate ICT development into a more traditional narrative of media development? The article aims to explain the cotemporary status of media studies with some comments on the “Czech” and “Slovak” media studies tradition, transforming some of these questions into a possible programme for future development of the whole field.

KEY WORDS:

media studies – ICT – information ideology – information power – cognitive-empirical tradition – critical-speculative tradition – cultural tradition – communication-technology tradition.

KLÍČOVÁ SLOVA:

mediální studia – informační ideologie – informační moc – kognitivně empirická tradice – kriticko-spekulativní tradice – kulturní tradice – komunikačně-technologická tradice.

Hledání pevného místa v systému ostatních vědeckých disciplín a vůbec přežití v tomto vysoce kompetitivním prostředí znamená pro každou vědeckou disciplínu nekonečný „boj o diskurz“, proces postupných redefiníci klíčových vědeckých problémů, hledání nových témat a nové vymezování vůči ostatním, zvláště příbuzným oborům. Pro tak mladý obor, jakým jsou mediální studia, platí tato charakteristika dvojnásob. Na postavení tohoto oboru působí řada faktorů: je vývojově formován médii jako radikálně se proměňujícím předmětem svého zájmu, jeho postavení je podmiňováno střetem různých vědeckých přístupů, které se nad „tématem média“ setkávají. A co víc, je stále silněji konfrontován s postmoderním diktátem metodologického i tematického rozvolňování a rozostřování hranic jednotlivých vědeckých disciplín, které je legitimováno všeobecnou snahou o dosažení interdisciplinarity

¹ Studie vznikla v rámci výzkumného záměru MSM0021620841 Rozvoj české společnosti v EU: výzvy a rizika.

jako konečného „ideálního stavu“.² Jakkoliv můžeme mít o této poněkud mytologizované snaze (která začasť jen maskuje absenci vlastního tématu a výzkumné strategie) určitou pochybnost, představuje uvedený trend pro mediální studia velkou příležitostí, ale i jistě nebezpečí. Na jedné straně je zřejmé, že mediální studia mají potenciál reflektovat komplexněji situaci radikálních sociotechnických komunikačních proměn, které s sebou přináší tzv. informatizace, respektive kulturní a ekonomická globalizace. Na straně druhé ovšem představuje široce interdisciplinární charakter mediálních studií nebezpečí, že se rozplynou v tradičních, pevněji zakotvených „pomocných subdisciplínách“, které si berou média jako jedno z témat svého zájmu. Je proto důležité, aby se mediální studia držela (přes přitažlivost bezbřehé „teorie všeho“) pokud možno co nejpevněji oborových hranic, jakkoliv je jasné, že tyto hranice budou vždy znovu překračovány a redefinovány.

Dnes není pochyb o tom, že *mediální studia* jsou – nejen v euroamerickém kontextu – etablovanou vědeckou disciplínou, která disponuje svébytnou oblastí bádání a vědeckými problémy, institucemi, kde se vlastní vědecký provoz odehrává (akademie, univerzity, katedry), i vlastní vědeckou produkcí, včetně specializovaných nakladatelství, odborných a vědeckých časopisů a vědeckých a pedagogických organizací.³ Nebudeme se proto v našem textu zabývat mírou institucionalizace mediálních studií jako vědní disciplíny, neboť máme za to, že jejich postavení je stabilizované. Zaměříme se především na základní témata a otázky, které před tento obor staví civilizační a zvláště komunikačně-technologické proměny pozdně moderních společností.

Konstatování o standardním provozu mediálních studií jako vědní disciplíny nelze ale bez výjimky vztáhnout i na české a slovenské podmínky. Především absence odborného periodika doposud poněkud oslabovala slovenskou a českou i československou reflexi dané problematiky. Tato stať by tak měla otevřít doposud skomírající a rozptýlenou rozpravu, a to již na „domácí půdě“ vlastního odborného časopisu *Mediální studia*.

1. Studium médií

Masová média – což se v obecnější rovině týká všech zespolečenštělých komunikačních procesů – jako by v sobě skrývala možnou odpověď na otázku po příčinách současného stavu společnosti, které se nazývají postmoderní, postindustriální, pozdně moderní či informační a v nichž celospolečenský rozměr komunikace – tedy komunikace zajišťované právě masovými médii – hraje konstitutivní úlohu.

Již v roce 1910 německý sociolog a historik Max Weber hovořil na sociologickém kongresu o nutnosti studia „tisku“, respektive o sociologii novinářství, a otevřel tak jedno z klíčových témat výzkumu médií – média jako významný politický, a tedy mocenský fenomén. V průběhu minulého století se tak z oblasti studia médií stala disciplína, jež může ve sféře svého odborného zájmu hledat (a možná i nacházet) odpovědi na některé otázky týkající se podstaty ekonomického, politického i kulturního fungování moderního světa.

Jakkoliv bychom mohli hledat a nacházet kořeny protomediologické reflexe již v antice, není cílem tohoto textu systematizovat historii *myšlení o médiích*, ale pokusit se přiblížit

2 Jak ji do značné míry představují například závěry Gulbenkianovy komise o restrukturalizaci sociálních věd zdůrazňující potřebu rozvoje integrovaných výzkumných programů. (Wallerstein et al. 1998)

3 Mediální studia splňují základní kritéria samostatné vědní disciplíny, respektive disponují třemi následujícími základními perspektivami: a) antropologickou, která reflektuje vztah člověka ke světu (a tedy i ke komunikační technologii) a k sobě samému (skrže komunikační technologii), b) poznávací, jež odráží způsob systematizace vědeckého vědění chápaného jako soustava výpovědí, definic a pravidel jejich tvorby a c) sociálně-materiální, jež vymezuje místo a úlohu dané disciplíny ve společnosti.

základní inspirační zdroje studia médií i jeho klíčová dilemata, a to i s ohledem na domácí historii myšlení o médiích.⁴ Budeme se tedy snažit postihnout (1) přístupy k předmětu zájmu studia médií (tj. čím se vlastně studium médií zabývá) a (2) nejsilnější metodologické a výzkumné tradice, jež se v oblasti studia médií setkávají a (3) naznačit nové výzkumné oblasti, před kterými tento obor stojí.

1.1. Předmět studia médií

Pomineme-li nerelevantní významy pojmu *medium* (chemický, spiritistický apod.) a soustředíme-li se na ty, které se nějak vztahují k *sociální komunikaci*, stále ještě se před námi otevírá dosti obsáhlá a nestejnorodá oblast *komunikačních prostředků*: od přirozeného jazyka a neverbálních kódů přes písmo, telefon a třeba email po noviny, televizi, ale také film, divadlo nebo výtvarné umění. Záběr mediálních studií tak zahrnuje jak historickou reflexi působení masových médií, tak studium konstituování mediální kultury a její recepce. Proto tento obor reflektuje (či spíše měl by reflektovat) nejen vývoj mediální komunikace z pohledu *terciárních médií* (tzv. masových médií, která umožňují oslovovat velké skupiny příjemců z centra – tisk, rozhlas, televize), ale i roli médií *primárních* (přirozený jazyk, nonverbální komunikace), *sekundárních* (kterými jsou rozuměny technické prostředky umožňující překonávat časové a prostorové bariéry a usnadňující tak interpersonální komunikaci – telefon, telegraf) a *kvartárních* (tzv. síťových nebo digitálních médií, která kombinují možnosti předcházejících tří typů).

Oblast studia médií se zpravidla soustřeďuje na oblast médií terciárních a stále více i kvartárních. Vždy se ovšem jedná nejen o média ve smyslu technickém a výrobním,

4 Je třeba zdůraznit, že počátky myšlení o médiích byly v prvorepublikovém Československu na výši doby a vycházely podobně jako v ostatních zemích, kde se tato reflexe rozvíjela (Spojené státy, Německo, Francie, Velká Británie) především ze sociologických a historických kořenů. Domácí meziválečné studium médií tak vycházelo zvláště ze sociologického vědění ovlivněného Weberem, Comtem, Spencerem, popřípadě Masarykem. Zvláště německé inspirační impulzy byly určující. Horst Riemann (Riemann 1989) řadí mezi osobnosti, které vstoupily na „pole sociologie a komunikačního výzkumu“, zvláště Maxe Webera, Emila Dovifata, Karla Büchera, Ferdinanda Tönniese, Kurta Baschwitz, Hanse von Eckardta a Otto Grotha. Podobně i v prvorepublikovém Československu stáli u zrodu myšlení o médiích též sociologové Arnošt Inocenc Bláha, Oskar Butter a Emanuel Chalupný. Německá inspirace vedla tak na přelomu 20. a 30. let 20. století k snaze založit obor *novinověda*, zakotvený v meziválečném sociologickém myšlení. (Jirák – Köpplová 2004) Zásadní význam zde má především založení prvního specializovaného, v dnešním smyslu mediologického periodika *Duch novin* (s podtitulem *Časopis pro studium novin a péči o novinářství*), které vychází od roku 1928 jako měsíčník řízený Oskarem Butterem a Věnceslavem Švihovským. Postupně se tak objevuje „nový obor“, či spíše zpočátku pouze pracovní označení *novinověda* (Zeitungswissenschaft), která „[...] neměla nic společného s žurnalistickou pedagogikou. Stanovila si za cíl studovat tisk jako sociální jev, jako projev činnosti lidí žijících ve společnosti, jako prvek této společnosti samé, jenž má vliv na všechny ostatní prvky a podléhá sám zas jejich vlivu.“ (Valot, S.: Věda o novinách. *Duch novin*, roč. III, č. 4, 25. dubna 1930, s. 109–111). Věda o novinářství se v tomto pojetí definovala jako soustavné a soustředěné zkoumání procesu vzájemného působení tří činitelů: (a) sociálního, ekonomického a kulturního prostředí, (b) žurnalistiky samotné (novinářské produkce) a (c) veřejného mínění. *Novinověda* tak byla chápána jako svébytný obor především jako sociologie a historie novinářství (vnímala žurnalistiku jako svébytný sociální a politický fenomén významný pro formování veřejného mínění) s důrazem na srovnání stavu a vývoje českého novinářství v mezinárodním (hlavně evropském) kontextu a jen s prvními náznaky zájmu o další média (rozhlas a film – především proto, že obě tato média mají ve své nabídce prvek novinářský, ale také proto, že obě, a zvláště film, si ve své době novinářství vzala za jedno ze svých témat). Přístup se vyznačoval vysokou mírou normativnosti, tedy vůle po osvětě a aplikaci poznatků (propagace novinářství, výchova budoucích novinářů, mediální výchova). To se projevilo i ve zřetelném důrazu na připomínky výrazných novinářských osobností minulosti i současnosti (jako možné pozitivní vzory). Posledním významným zakladatelským krokem pro rozvoj myšlení o médiích v meziválečném období bylo založení Svobodné školy politických nauk (1928), kde vedle oddělení obecně politického bylo rovněž oddělení novinářské. V meziválečném Československu se tato škola stala prvním a jediným relevantním novinářským učilištěm. Po druhé světové válce se studium médií rozvíjelo především v souvislosti s rozvojem studijního oboru žurnalistika na pražské Univerzitě Karlově a bratislavské Univerzitě Komenského. Institucionální rámec pro studium médií poskytla tzv. teorie žurnalistiky, obor, který měl tvořit protiklad „buržoazní“ sociální vědy věnující se médiím. Pro studium médií bylo v Bratislavě i Praze zřízeno vlastní vědecko-výzkumné pracoviště a v obou jazycích vycházela odborná periodika.

ale i o organizace, které tuto výrobu zajišťují, o obsahy, které tyto organizace nabízejí, o společenské, politické a ekonomické podmínky fungování těchto organizací, v nichž média působí (od očekávání uživatelů přes legislativní rámec, v němž média operují, po ekonomickou sílu prostředí, do něhož vstupují), a hlavně o případné důsledky, jež působení médií má či může mít. Studium masových médií představuje dnes tematicky a metodologicky heterogenní oblast, v níž se setkává a vzájemně ovlivňuje mnoho přístupů a disciplín. Je to dáno především dvěma okolnostmi: (1) logikou vývoje odborného zájmu, tedy právě tím, že se „téma média“ dostávalo a dostává do zorného pole různých disciplín, jež si je vymezují podle svých potřeb, přistupují k němu vybaveny vlastními metodologickými a analytickými přístupy a kladou si ve vztahu k němu různé výzkumné otázky, vřazené zpravidla do kontextu jiného bádání; (2) tím, že se samotná masová média a jejich postavení a role ve společnosti v průběhu času velmi podstatně mění a poptávka po porozumění jejich jednání se v postojích politických elit, zástupců různých oborů i široké veřejnosti objevuje v různých (často málo slučitelných) podobách. Výsledkem je, že oblast studia médií (ať už ji budeme chápat úžeji jako samostatný obor a označovat *mediální studia*, *teorie masové komunikace* či *mediologie*, nebo na ni budeme nahlížet jako na tematicky definovaný, otevřený celek, vytvářený výstupy z různých oborů od historie, politologie a sociologie přes lingvistiku a sémiotiku po psychologii a filmovou vědu) se vyznačuje vysokým stupněm rozvolněnosti, pokud jde o předmět zájmu, širokým rejstříkem metod empirických analýz a málo soudržným souborem zobecnění.

Tento stav je do značné míry spojen se třemi paralelně probíhajícími procesy, které v druhé polovině minulého století vedly ke vzniku některých „nových oborů“, respektive k jejich akademické či katedrové institucionalizaci. Šlo především o (1) narůstající napětí mezi přírodními a humanitními obory, dále o tenzi (2) mezi (idiograficky orientovanou) historií a (nomoteticky zaměřenými) sociálními vědami⁵ a konečně o (3) tzv. „kulturální obrat“ v sociálních vědách. Výsledkem bylo stále silnější tematické překrývání mezi obory, jež vyústilo do vzniku silně interdisciplinárně zaměřených disciplín, mezi které patří mimo jiné i mediální studia. Řada terminologických i metodologických nedorozumění tak plyne právě z toho, že studium médií má široce interdisciplinární povahu a zahrnuje problematiku jak sociálních, tak i humanitních disciplín.⁶ Navíc se nemůže vyhnout ani otázkám spojeným s nástupem nových komunikačních technologií a stále intenzivněji se soustřeďuje na problematiku „socio-technického rozhraní“ moderní komunikace, kde se sociální, uživatelské praxe setkávají s komunikačními technologiemi.

Interdisciplinární povaha mediálních studií dovoluje tomuto oboru, aby uvažoval o syntéze poznatků z oblasti sociálních a humanitních věd a neuzavíral se ani před zjištěními některých technických disciplín (zvláště informatiky). V nejobecnější rovině se tak mediální studia soustřeďují na popis a analýzu procesu mediace či fungování komplexních mechanismů přenosu systémů idejí, a to jak v rovině diachronní, tak synchronní. Současně

5 Historie jako idiografický obor (tj. obor považující za své poslání popisovat neopakovatelnou skutečnost) a na druhé straně sociální vědy jako nomotetické obory (tj. obory kladoucí si za cíl odhalovat zákonitosti vývoje a uspořádání). V oblasti studia médií se tradice idiografického a nomotetického myšlení setkávají, a to především proto, že tento obor je vývojově definován proměňujícím se předmětem svého zájmu (médií), nad nímž se obě tradice scházejí a mají možnost pokoušet se spolu komunikovat.

6 Vycházíme zde z tradičního členění věd na *humanities* (literární vědy, literární historie, klasická filologie, filozofie, historie), které bývají zvláště v anglosaské tradici striktně oddělovány od *social sciences*, věd sociálních. Významnou roli při studiu humanitních disciplín hraje důraz na historický rozměr vědění a především jeho pojetí jako kultivace či výchovy. Naopak *social sciences* – vědy o člověku a společnosti (sociologie, psychologie, ekonomie) – kladou důraz na vysokou míru kvantifikovatelnosti a exaktnosti používaných metod. Ta je ovšem nejvyšší ve třetí kategorii – *science*, která představuje úhrn přírodních a technických věd.

by se měla snažit identifikovat nezamýšlené důsledky tohoto sociotechnického procesu. (srov. Volek 2002)

Mediaci přitom chápeme jako proces, v jehož rámci dochází k propojení technického a symbolického a jehož součástí jsou jak objekty a jejich znaky, tak individuální aktivity, ideje a propojené sociotechnické sítě. V tomto smyslu by se měla mediální studia pokusit reflektovat sociální i technickou povahu mediální komunikace, neboť masová média nejsou pouhými technologiemi, ale jsou sociotechnickými systémy, které vedou dvojitý život, jelikož nesou dvě sady významů: ty, které jsou více méně intencionálně konstruovány jejich tvůrci, a ty, jež jsou důsledkem jejich potenciální otevřenosti jak v hardwarové, tak i softwarové oblasti. Jinými slovy, na jedné straně naplňují záměry svých tvůrců, ale na straně druhé v kontaktu se sociálním i technologickým prostředím své původní určení modifikují. Fungují tedy jako materiální i symbolické objekty. V tomto smyslu můžeme hovořit o jejich dvojí roli – o jejich roli technických prostředků a současně i sociálních aparátů. Průnik těchto funkcí odlišuje akt mediace od prostého přenosu informací.

1. 2. Základní tradice výzkumu médií

V nejobecnější rovině můžeme rozlišovat sociologickou tradici výzkumu médií, která o sobě uvažuje více jako o *teorii masové/mediální komunikace*, popř. *mediologii*, a mladší tradici opírající se o určitou fúzi vybraných sociálněvědních i humanitních oborů (a ocitající se posléze v gravitačním poli „postmoderního“, kulturně orientovaného myšlení), která se vnímá více jako *mediální studia*. Současná většinově přijímaná podoba mediálních studií vychází ze čtyř základních výzkumných tradic (paradigmat): *kognitivně-empirického, kriticko-spekulativního, kulturního a komunikačně-technologického*. Jak ale dále ukážeme, uvedené tradice se v průběhu posledního století reflexe médií intenzivně ovlivňovaly, a nelze proto dnes mluvit o tom, že by jedna tradice vytěsnila definitivně ostatní. Jen v určitých fázích reflexe médií se některé teoretické a výzkumné přístupy jeví jako významnější, aby byly následně vystřídány zdánlivě „mrtvou“ perspektivou, která ale dokáže lépe reagovat na sociotechnické komunikační proměny moderních společností.⁷

a) *Kognitivně-empirickou tradici*, těsně spjatou s rozvojem empirického sociologického výzkumu, modelově představuje projekt výzkumu tištěných a elektronických médií realizovaný sociologem a sociálním psychologem Paulem Felixem Lazarsfeldem před druhou světovou válkou na newyorské Kolumbijské univerzitě. Určující roli zde měl zájem o empirický výzkum zaměřený zvláště na účinky masových médií, a to především ve vazbě na socio-politické dopady mediální komunikace. Uvedený proud si neklade jako primární cíl „kritiku médií“, ale pokouší se především popsat jejich chování a vyložit jeho důvody. Tradice empirického zkoumání představuje významný směr v uvažování o médiích a přispěla k rozvoji studia médií řadou konceptů, které mají konstitutivní charakter, ať už se jedná o zkoumání mediovaných obsahů (tradice obsahových analýz zpravodajství či reklamy), či hledání souvislostí mezi mediálními obsahy a dalšími veřejně tematizovanými problémy (koncept budování agendy), popř. o snahy popsat a vyložit účinky působení médií (např. tzv. mediálního násilí).

b) *Kriticko-spekulativní tradice*, pro změnu spjatá spíše s teoretickou sociologií, ale i s historií, vychází z již připomenuté weberianské tradice úvah o modernizaci společnos-

⁷ Tyto teoretické a metodologické proměny akcentů při výzkumu médií lze dobře ilustrovat na posunech vědeckého zájmu od *kriticko-spekulativní reflexe* mediálních ideologií ke *kulturní perspektivě* částečně „osvobuzující“ příjemce mediálních obsahů. Tato perspektiva je ale postupně vytěsňována perspektivou *kunikačně-technologickou*, jež ovšem nese některé rysy známé z původní *kritické teorie médií*.

ti, navazuje ale explicitněji na sociologické myšlení Karla Marxe a propracovává se od 30. let 20. století až do polohy radikální kritiky médií jako významného faktoru expanze logiky průmyslové modernosti. Zakladatelskou roli zde sehráli představitelé první generace *Frankfurtské školy* sociálněvědné – Theodor W. Adorno a Max Horkheimer, kteří de facto položili základy kritické teorii médií jako *ideologiekritik*. Ta vychází z toho, že jsou to právě mediálně komunikované ideologie, které zaujímají centrální místo v procesu socio-politické reprodukce moderních společností. Média jsou zde vnímána jako součást tzv. *kulturního průmyslu*, respektive jako producenti ideologie/í sloužících mocenské elitě. Jednu z dalších linií tohoto myšlení o médiích představuje radikální poststrukturalistická revize jejich marxistických a především neomarxistických východisek, jak ji předkládá např. Jean Baudrillard (1983, 1987). Klíčový impulz zde přinesla komunikačně-technologická změna, která vede k tomu, že distinkce mezi objektem a jeho reprezentací, věcí a ideou, již nejsou dále validní. Revidovaná kritická teorie médií reaguje na tuto proměnu zaostřením pozornosti na symbolickou směnu a mechanismus označování jako obecný princip komunikace. Ten se jeví v nové situaci mediálních simulací a neoreality jako vhodnější nástroj kritické analýzy.⁸ Další vývoj této tradice je možné vysledovat rozvoji kritické politické ekonomie médií a v některých dalších vyhraněně kritických přístupech (od moralizujícího criticismu Neila Postmana po rozbíjení liberálních mýtů v pracích Noama Chomského a Edwarda Hermana). Unikátnost této koncepce spočívá především v kritické reflexi symbiotického propojení kapitálu, technologie, kultury a každodennosti.⁹

c) *Kulturní tradice* představuje teoretický a metodologický obrat, který přinesla na přelomu 60.–70. let minulého století první generace *Birminghamské školy pro současné kulturní studia* reprezentovaná zvláště zakladatelskou osobností Stuarta Halla. Birminghamský „kulturní obrat“ odmítl poněkud přexponovanou, a tudíž jednostrannou představu *ideologiekritik*¹⁰ a místo ní přišel se syntézou základních východisek komunikační teorie, rétoriky, sémiologie, sociologie i psychologie a pokusil se tak vytvořit model komunikačního procesu a jeho fungování v sociálním kontextu. Do značné míry tak přístup Birminghamské

8 Baudrillardova radikální revize jde ovšem ještě dál a zdůrazňuje, že mediální simulace neznamená falešnou reprezentaci, jako je tomu v případě ideologie. Jsme-li klamáni falešnou reprezentací, jedná se o odklon od nedotčené skutečnosti a existuje naděje, že onen klam dovedeme od této skutečnosti odlišit. V tomto případě jde ale o zákeřnější mechanismus. Nejedná se o zpronevěření skutečnosti, ale o setření rozdílu mezi pravým a falešným, reálným a imaginárním. Symbolická moc tak již nemá primárně ideologickou, ale informační povahu. Staré ideologie se snažily o extenzi v čase a prostoru, respektive aspirovaly na univerzalitu jako metanarace. Naopak informace stlačené v čase a prostoru si žádný nárok na univerzalitu nečiní, jejich reflexe v čase je velmi obtížná. Kritická teorie médií stojí v tomto smyslu před těžkým úkolem – odhalit struktury dominance v situaci, kdy nikdo nedominoval, nic není dominováno a neexistuje žádná základna pro princip osvobození od dominance. Její tradiční předpoklad či podezření, že někde v „zákulisí“ je jakýsi skrytý hybatel, obecná imanence informace zpochybňuje. Proto se někteří teoretici domnívají, že od kritiky ideologie/í musíme přejít ke kritice informace, respektive procesu její tvorby. Tato nová varianta kriticko-spekulativní perspektivy se ale již nemůže odehrávat v jakémsi privilegovaném prostoru mimo prostor, kde se rodí informační obsahy. (Lash 2002)

9 Na tuto výzkumnou tradici přímo navazuje perspektiva kritické politické ekonomie médií a strukturalistická teorie médií, která vedle marxistických a neomarxistických inspirací vychází i ze sémiotiky a lacanovské psychoanalýzy. Uvedené přístupy reflektují mediální kulturu z výrazně interdisciplinárních pozic a snaží se zasadit danou problematiku do kontextu dobových společenských, ekonomických a politických souvislostí. Kulturu přitom chápou jako způsob ideologické reprodukce.

10 Frankfurtská kritická teorie médií se postupně dostala pod tlak některých skutečností, které nedokázala uspokojivě vysvětlit. Především jde o to, že kulturní „nadstavba“ není jen vedlejším produktem třídních vztahů na úrovni základny. Za druhé, že symbolická reprodukce statu quo, jak ji předkládají produkty populární kultury, nemusí být řízena mocenskou elitou, ale jde spíše o hegemonní proces vytváření souhlasu, jak jej popisují Gramsci a Althusser. Za třetí, je zřejmé, že hegemonní významy nepracují uniformně, ale umožňují alternativní či opoziční čtení.

školy sblížil sociálněvědnou a humanitní perspektivu a obrátil pozornost na to, jaké role hrají média v kulturních procesech, jak postupují při konstrukci významů a jak se mediální sdělení přizpůsobují ideologickým a hegemonním kulturním kódům, respektive jak je reprodukuje.

Z pohledu metodologického převažují v této perspektivě kvalitativní postupy a snaha vyváženě analyzovat jak text, tak recepční strategie jeho příjemce,¹¹ popřípadě klást důraz na svrchovanost, „sémiotickou moc“ příjemce, jak o ní optimisticky uvažuje například John Fiske. (1987, 1989) Tento přístup svěřující moc nad vyzněním a účinkem médií (a tedy de facto i odpovědnost za vliv médií) do rukou příjemců se rozvíjel především od sklonku 70. let 20. století a v následujících dvou desetiletích, tedy v době, kdy zvláště v evropském prostoru sílil tlak na deregulaci vysílacích médií a mediální sféra se podřizovala důsledkům ekonomické globalizace. V „praktickém“ myšlení o médiích se to projevovalo neoliberalní rétorikou, jejíž ozvuky je možné za kulturně orientovanými texty o médiích zaslechnout.

Označení *mediální studia* (media studies) se dominantně objevuje ve společenskovědním diskurzu právě až v souvislosti s touto perspektivou. Zároveň ale platí, že problematika médií tvoří jen jedno z tematických, výzkumných polí při promýšlení širšího projektu tzv. *kulturních studií*. Masová média tak jsou vnímána v této „kulturní perspektivě“ spíše jako epifenomén dynamiky moderních společností než jako prvotní hybatelé sociální reality.

d) Tím se „kulturní“ perspektiva principiálně liší od *komunikačně-technologické tradice* studia komunikačních prostředků jako technologií determinujících zásadní proměny společenských systémů i vzorců komunikačního chování jednotlivců. U jejího zrodu stáli Harold Innis a Marshall McLuhan, představitelé *Torontské komunikační školy*. Ani v případě kanadských teoretiků ale není možné mluvit o systematickém budování vědění o médiích či o rozvoji metodologie mediálních studií. Zvláště McLuhan se v první řadě zabýval kulturními proměnami západní civilizace a plnil v dané souvislosti především roli inspirátora řady disciplín.¹² Jeho přístup měl vždy blíže k poetické metodě intelektuální koláže než k systematické analýze. Nejpřesněji charakterizoval vlastní roli sám McLuhan, když se svým typickým stylem označil jako „an explorer rather than an explainer“. Vývoj této tradice charakterizuje posun zájmu od výzkumu individuálních účinků komunikačních technologií ke globálním či planetárním společenským důsledkům. Rozvoj takové reflexe má řadu metodologických východisek: od čistě filozoficky spekulativních přes historické (zvláště u Innise) a radikálně kritické až po empirickou analýzu sociotechnického rozhraní, jak se s ní můžeme setkat například v institucích věnujících se vývoji a modelování funkcí nových komunikačních technologií (např. v MIT).

Musíme přitom zdůraznit, že v rámci „kritické“, „kulturní“ a „technologické“ tradice myšlení o médiích představuje významnou komponentu historická optika studia *dějin médií*. Studium zespolečenštělých komunikačních prostředků jako aspektu vývoje společnosti

11 Syntetickou podobu uvedené koncepce dokládají její základní komponenty. Z klasické *teorie účinků* přejala představu, že masová komunikace je strukturovanou aktivitou, v rámci které instituce produkující mediální sdělení mají moc formovat mediální agendu či definovat základní témata. Současně ovšem odmítla deterministickou představu o tom, že masová média mají schopnost donutit přímým působením jedince k požadovanému způsobu chování. Jako druhý zdroj využívá *teorii užití a uspokojení*, která otevírá problematiku tzv. *aktivního publika*. Objevuje se zde ovšem i vliv *interpretativní a normativní teorie* médií zabývající se způsobem tím, jak jsou reakce a interpretace publika strukturovány za hranici individuální psychologie. V neposlední řadě lze v uvedeném modelu identifikovat též vliv kritické reflexe *sémiologické perspektivy*, soustřeďující se na otázku, jak jsou v průběhu komunikace produkovány významy. Jinými slovy bylo v této perspektivě pojetí atomizovaného a zcela pasivního publika nahrazeno strukturou složenou z množství subkulturních formací či skupin jednotlivců. Ti zde získávají autonomnější pozici.

12 Ani v rámci této výzkumné tradice se nesetkáme s označením *media studies*, ale spíše s *communications*, *mass communications* či *mass media*.

patří k vývojově nejstarším tradicím studia médií obecně. I když ve světě i v českém prostředí bylo (a namnoze dodnes je) chápáno více jako „téma“ historiografické, bylo by chybou jej přehlížet. Není náhodou, že se právě dějiny médií (resp. původně dějiny tisku a dějiny žurnalistiky) staly jedním z nosných pilířů studia médií. (Curran 2004, Prokop 2005) Dějiny médií představují pro studium médií jednotící a do jisté míry univerzalizující perspektivu, což je pozice, která se před mediálními studii otevírá stále reálněji. Popis a analýza mediální komunikace a jejích společenských efektů tak vždy do jisté míry zahrnují historickou komparaci různých typů *mediasfér* (Debray 1994) jako maticí kulturní situace či, přesněji, jako odrazů podmínek přenosu sdělení, které jsou výrazně determinovány komunikačně-technologickou úrovní dané kultury.

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.

Tato tradiční témata, kterými se mediální studia zabývají, tvoří fakticky půdorys oboru, který – jak jsme připomněli na počátku – je nucen se vyrovnávat s rychle se proměňujícím předmětem zájmu, tedy s proměnami samotných médií a jejich postavením ve společnosti. Tak jako se tento obor začal formovat – řečeno s mírným zjednodušením – jako odpověď na dramatický rozvoj tisku a novinářství a později na příchod vysílacích médií, je v posledních letech nucen reagovat na komunikačně-technologickou proměnu pozdně moderních společností. Na jejím příkladě je možné v další části textu ilustrovat, jak si mediální studia tematizují předmět svého zájmu v jeho podvojně – technické a sociální – existenci. Komunikační změny spojené s využitím digitálního zpracování dat a telekomunikačních přenosů, tedy s nástupem *informačních komunikačních technologií* (ICT), si samy o sobě zaslouží soustředěnou pozornost, neboť mění povahu řady politicky a společensky významných procesů od organizace spotřeby po volební chování. Nejen to – digitalizace je současně spojena i se změnou vztahu ke komunikaci, která s sebou přináší dva nové, vzájemně propojené sociálně-politické fenomény:

a) *novou komunikační ideologii*, která chápe technologizaci sociální komunikace jako nový sociální všelék. V této souvislosti se objevují stále intenzivněji otázky týkající se povahy pozdně moderní komunity. Je zřejmé, že se významná část sociálních interakcí realizuje prostřednictvím komunikačních a informačních technologií, jejichž logika je postavena na instrumentální racionalitě, komodifikaci a individualizaci sociálních vztahů. Problematicnost tohoto stavu je ale méně viditelná než v pre-informačním věku. Je totiž překryta fúzí technologické racionality a mytologizované populární kultury.¹³ Kroker a Weinstein (2001)

13 Uvedenou „komunikační ideologii“ sytí především následující sada sociálních trendů, které jsou současně i jejím produktem:

- 1) razantní nárůst simulovaných, spektakulárních informací, jejichž konzumace se realizuje ve virtuálním prostředí,
- 2) sílící role kulturního narcismu a exhibicionisticko/voyerského stylu prezentace,
- 3) stále intenzivnější kontrola mezilidských interakcí, která posiluje „vědomím komunikace uskutečňované pod dozorem“,
- 4) komodifikace informací posilující nárůst primární i sekundární informační nerovnosti,
- 5) „elektronický izolacionismus“ vycházející z nedůvěry k dominantním masovým médiím a posilovaný kvantitativním nárůstem tzv. specializovaných komunikačních kanálů či malých médií,
- 6) zužování veřejného prostoru, ve kterém by docházelo ke sdílení informací mezi jedinci a skupinami odlišného hodnotového zaměření. (Volek, 2004)

v dané souvislosti varují před nastupujícím kyber-autoritarianismem a hovoří o formování nové „virtuální třídy“, opírající se o filozofii technologického liberalismu a technokratické racionalizace. Virtuální třída ovšem nevzývá jakousi koherentní ideologii virtualizace, ale jsou pro ni charakteristická jen více či méně nekritická očekávání spojená s možnostmi nových ICT. Podstatná změna spočívá v tom, že sociální aktéři již nehledají ideovou oporu u „tradičních“ ideologických témat,¹⁴ ale legitimují se informačně-technologicky, odkazem na komunikační technologii jako dobro samotné. To je prostor pro nové „digitální svazáky“, „stachanovce informačního bujení“ či internauty (Virilio 2004), ztracené v informačních sítích a vzývající digitální logiku, která s sebou nese nejen totalitární prvky superpanoptikonu, ale i zárodky mechanismů sociální exkluze a elektronického izolacionismu. (Volek 2002)

b) *nové mocensko-komunikační strategie*. Povaha nových ICT je dána primárně jiným principem konstrukce informace, který vede k tomu, že již nezakoušíme různé kulturní formy jako transcendentální reprezentace, nýbrž jako imanentní objekty, jako technologie. Rodí se tak nový typ *informační moci*, jejíž povaha není dualistická tak jako logika komodifikace, ale charakterizuje ji *informační imanence*, která postupně rozpouští zdánlivě neoddělitelnou dichotomii směnné/užité hodnoty a nahrazuje ji imanentní sférou zasíťovaných prvků/aktérů: lidských i technických, kulturních i materiálních objektů, které byly vyvázány ze sociálních systémů. (Castells 1996, Lash 2002) Ve virtuální technokultuře je veškeré vědění uloženo v databázích v rekombinovatelné podobě informací/zboží. Právě transformace vědění do informací zbavuje vědomí jeho vazeb na historii, respektive na žitou zkušenost.¹⁵ Důsledkem je stav, kdy diskurzivní moc, jak ji např. popisuje Foucault (1977, 1978), ustupuje *moci informační*, která na rozdíl od diskurzu nepotřebuje legitimační argumenty, ale pracuje s bezprostředním „komunikačním násilím“.

2. Studium médií v pozdně moderní situaci

Mediální studia se musí pokusit zmíněnou sociotechnologickou komunikační změnu zpracovat a vyložit – a to znamená nepodlehnout ani symbolickému diktátu komunikačního technooptimismu, ale nedostat se ani do „apokalyptického“ režimu myšlení. Svým způsobem půjde o jakousi „zkoušku z dospělosti“ celého oboru. Je to totiž poprvé, kdy mediální studia prožívají jako plně rozvinutý obor sociálně-komunikační změnu pravděpodobně zásadního významu. Na oboru a jeho představitelích bude záležet, nakolik dokáží reflektovat prožívané změny a včlenit je do stávajícího vědění o médiích a společnosti a vývoji jejich vzájemné interakce. (srov. Benson 2004, Carey 2005) Současně bude obor nepochybně hledat odpověď na otázku, zdali lze tuto sociotechnologickou změnu vyložit s pomocí nástrojů, které nabízejí stávající výzkumné tradice. V rámci řešení tohoto úkolu tak bude třeba hledat odpověď na dvě následující klíčové otázky:

14 Jedinci (jako příjemci) se stále více stávají součástí procesu „konstrukce informace“, respektive jsou schopni konstruovat (i destruovat) virtuální světy, které odpovídají (nebo nekonvenují) jejich potřebám, vkusu a samozřejmě i jejich hodnotové orientaci. Důležitý je přitom fakt, že logika této konstrukce/destrukce většinou není výrazem pevně konstituovaných ideologických pozic, systémů či doktrín, ale jde spíše o parciální ne-ideologickou kritiku, která nezřídka poskytuje aktérům pouze individuální, hrovou satisfakci či potěšení. Například „komunikační taktiky“ tzv. hackerů, respektive tzv. kyberterrorismus, je v řadě případů velmi vzdálený od cíleného naplňování programových tezí pevně definovaného ideologického systému.

15 S jistou nadsázkou je možné říci, že se jedná o děj zcela protikladný tomu, který doprovázel nástup jiného nového média, filmu. První návštěvníci filmových představení se lekali vlaku, který na ně zdánlivě najížděl na plátně, v domněni, že jde o vlak skutečný. Dnešní uživatelé ICT nepovažují skutečnost/neskutečnost obsahu komunikace za problém: skutečné je vše, co je v technologickém prostředí k dispozici.

a) Znamená nástup nových ICT skutečnou, zásadní sociální změnu, nebo jde jen o extenzi starých principů industriálního kapitalismu?

b) Lze dostatečně porozumět a kriticky reflektovat tuto sociotechnickou komunikační změnu nástroji tradiční kritické teorie médií vycházející z *ideologiekritik*, nebo je třeba ji nahradit či modifikovat tak, aby byla schopna reflektovat tzv. informační logiku nových síťových médií?

2.1. Nová výzkumná témata

Mediální studia tedy dnes stojí před úkolem reflektovat sociotechnické procesy spojené s nástupem nových informačních a komunikačních technologií či obecněji globálního technokapitalismu, který produkuje nové formy kultury i její každodenní recepce. Za určující považujeme především následující trendy:

a) intenzivní pronikání nových typů komunikačních a informačních technologií do každodenních životů běžné populace a rychle se zvyšující dovednosti publika při využívání těchto technologií

b) postupující globalizaci a současně fragmentarizaci produkce mediálních obsahů na straně jedné a individualizaci čtenářských či diváckých prožitků na straně druhé

c) rozpouštění hranice mezi konzumenty a tvůrci mediálních obsahů, které činí z dříve pasivního publika stále více aktéry mediálního spektaklu.

Uvedené sociotechnické procesy vedou mediální studia k tomu, aby reflektovala skutečnost, že postupující fragmentace mediální komunikace a rychlá domestikace nových interaktivních informačních technologií zbavuje symbolickou moc její tradiční ideologické role a činí z ní *moc informační*. Na straně druhé by ale mediální studia neměla přehlížet ani význam ideologické legitimizační funkce kulturních průmyslů, respektive mechanismů komodifikace a reifikace kulturní produkce i sociálních vztahů. V tomto smyslu zůstávají stále inspirativní některá zjištění kritické politické ekonomie médií, která ukazují, jak těsné a neoddělitelné je propojení informační moci s mocí ekonomickou. Svým způsobem je odpovědností mediálních studií vnímat komunikační procesy jako celek, tedy nepřehlížet ani média „tradiční“ a analyzovat proměny celého mediálně komunikačního prostředí.

Pro mediální studia se zde nabízí několik základních výzkumných témat a otázek, které lze zobecnit do následujících problémových okruhů:

I. Jak proměňuje postupující komodifikace mediálních obsahů a současně probíhající racionalizace a technologizace jejich výroby jak sociálně-politické, tak i ekonomické funkce médií?

- Do jaké míry je současná povaha politické komunikace ovlivňována rostoucím vyvazováním mediální produkce a distribuce ze struktur národního státu?

- Jakým způsobem ovlivňuje rostoucí penetrace globalizovaných mediálních obsahů procesy konstrukce politických a kulturních identit jejich příjemců?

- Jaký dopad má zvyšující se intenzita komunikačních toků a současně jejich pluralizace a fragmentarizace na (dez)integrační procesy uvnitř současných západních společností?

- Jak a do jaké míry posilují mechanismy „informační simulace“, spektaklizace a virtualizace únik z každodenní sociální a politické reality a jak se v tomto smyslu podílejí na oslabování její percipované validity?

- Jak se nové ICT podílejí na nárůstu nepřímých sociálních vztahů?

- Jak se vzájemně ovlivňují nové ICT a „tradiční“ technologie z hlediska typologie a uspořádání produktů? Tedy nakolik je logika a gramatika výstavby „obsahů“ nabízených v prostředí ICT svébytná, respektive jak se liší od principů používaných „tradičními médii“?

II. Jak ovlivňuje nerovný přístup k ICT míru sociální a politické participace občanů?

- Jaké jsou efekty nárůstu primární (vertikální) informační nerovnosti? Vede k posílení informační chudoby určitých společenských skupin, respektive do jaké míry podporuje proces dualizace pozdně moderních společností?
- Jakou intenzitu a jaké důsledky má informační a komunikační nerovnost v mezinárodním (regionálním, resp. globálním) měřítku?
- Jak se transformují (pokud vůbec) tradiční kategorie politické komunikace (např. veřejná sféra) do prostředí vytvořeného ICT?

III. Jak ovlivňuje nástup nových ICT chování mediálních publik?

- Jak a do jaké míry se proměňuje povaha recepčních strategií konzumentů médií, a to v souvislosti s nástupem interaktivních komunikačních technologií?
- Jak se proměňuje užívání nových komunikačních a informačních technologií jako nástrojů nových forem moci (ale i možných zdrojů subverze statu quo)?

IV. Studium médií a jejich role v rámci národního státu

Vedle těchto globálních oborových výzev má studium médií i svá speciální národní témata a úkoly, na jejichž zpracování „čekají“ především další sociálněvědní obory. Nabízejí se zde zvláště následující témata a otázky:

- Jakou reálnou roli měla média v období 1938–1989?
- Jak se média podílela na transformačních procesech, zvláště na změnách v letech 1989–1992?
- Jak probíhala a jaké podmínky a konsekvence měla transformace českých médií v těchto letech?
- Jaké ekonomické a politické parametry má průběh vtahování českých médií do procesu ekonomické globalizace, technologické konvergence a obsahové hybridizace?
- Jakým způsobem a s jakými (vnitřními i vnějšími) efekty jsou po roce 1989 česká média zapojována do struktur evropského, respektive globálního mediálního průmyslu?
- Jak se proměňuje společenská role novinářů jako profesionálních komunikátorů, a to zvláště v kontextu výše zmíněné komunikačně technologické proměny a všeobecné komercionalizace médií?

Uvedený výběr výzkumných témat si nečiní nárok vyčerpávajícím způsobem zachytit všechny tematické okruhy relevantní pro výzkum médií v pozdně moderní situaci. Spíše se snaží naznačit důležité problémové oblasti. Vychází přitom z předpokladu, že 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 spjata se studiem společnosti, ekonomiky a politiky.

4. Závěr

I když záběr mediálních studií je – jak již bylo naznačeno – podstatně širší a neomezuje se a nebude se omezovat pouze na reflexi proměn spojených se zaváděním ICT, mohou snad právě úvahy nad těmito změnami posloužit k dokreslení představy o otázkách, které před mediálními studii stojí.

Nová výzva, se kterou je tento obor dnes konfrontován, se týká symbolických účinků zavádění a užívání nových komunikačních technologií, a to v prostoru, kde dochází k velmi dynamickému protnutí dvou univerz – světa komunikační technologie a světa každodenních kulturních praxí. V centru zájmu tohoto oboru by tak měl být *akt mediace* jako forma sociotechnického chování, které se podílí na produkci nového politického jednání a na strukturaci sociálních systémů, jež se v pozdně moderních společnostech rodí nevyhnutelně ve vazbě na klíčové informační a komunikační inovace. Uvedený proces sociotechnické strukturace vede k tomu, že dualismus technologie a kultury se postupně rozpadá do imanentní sféry globálního informačního řádu. To, co dříve představovala reprezentační kultura narace, diskurzu a obrazu, které konzumenti přijímali v dualistickém vztahu, se nyní stalo *technokulturou*. V tomto kontextu je neudržitelný hluboce zakořeněný dualismus mediálních studií, který vede na jedné straně k demonizaci nových informačních a komunikačních technologií, na straně druhé k nekritické oslavě tzv. inteligentních technologií. Mediální studia se musí pokusit překonat tento tradiční spor mezi technooptimisty a technoskeptiky. Měla by se proto pokusit propojit *praxis* jako materiální historii a *techné* jako systematické vědění. Dle našeho názoru jsou k tomuto úkolu do jisté míry předurčena svou v zásadě multidisciplinární povahou, která odmítá striktní akademické rozdělení, respektive představu „opevněných“ oborů či vědních disciplín, jež nevráživě střeží vlastní vědeckou niku. V tomto smyslu nepochybně nacházejí své intelektuální dědictví v odkazu *Frankfurtské, Torontské a Birminghamské školy*, které se v zásadě pokusily prolomit oborovou i metodologickou uzavřenost jednotlivých sociálních a humanitních disciplín.

PhDr. Jaromír Volek, PhD. Teoretik masové komunikace, vedoucí studijního směru „mediální studia“ na Katedře mediálních studií a žurnalistiky FSS MU. Vystudoval sociologii na FF MU. Od roku 1995 přednáší na FSS MU teorie médií a specializuje se zvláště na problematiku mediálních publik a na jejich vztah k novým ICT. V posledních letech se zabývá výzkumem profesní role českých žurnalistů. E-mail: volek@fss.muni.cz

doc. PhDr. Jan Jiráček Teoretik médií, zástupce vedoucí Centra pro mediální studia. Absolvoval Filosofickou fakultu UK, obor angličtina-čeština. Učil český jazyk a stylistiku na Fakultě žurnalistiky UK. Od roku 1990 do současnosti přednáší na Fakultě sociálních věd UK problematiku médií, zajímá se hlavně o roli jazyka a řeči a o analýzu zpravodajství. V roce 1993 se podílel na založení Katedry mediálních studií na UK FSV, o tři roky později pomáhal založit Centrum pro mediální studia CEMES při téže fakultě. V letech 1992–1997 působil jako proděkan pro zahraniční styky UK FSV, od roku 2000 je proděkanem pro studijní záležitosti. E-mail: jirak@mbox.fsv.cuni.cz

doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc. Historička, vedoucí Centra pro mediální studia, současně vedoucí Katedry mediálních studií a proděkanka UK FSV. Na katedře mediálních studií se věnuje rozvoji mediálních studií – přednáší dějiny a současnost masových médií (komparace vývoje českých médií ve světovém kontextu), podílí se na realizaci předmětů Proseminář ke studiu médií a Úvod do studia komunikace. Je vedoucí Centra pro mediální studia UK FSV (CEMES). E-mail: koppelova@mbox.fsv.cuni.cz

Literatura:

- Baudrillard, J. 1983. *Simulations*. New York: Semiotext(e).
- Baudrillard, J. 1985. „The Masses: The Implosion of the Social in the Media“. S. 557-589 in *New Literaty History*, 16 (3).
- Baudrillard, J. 1987. *The Ecstasy of Communication*. New York: Semiotext(e).
- Bell, D. 1960. *The End of Ideology. On Exhaustion of Political Ideas in The Fifties*. New York: Free Press.
- Bell, D. 1973. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.
- Benson, R. 2004. „Bringing the Sociology of Media Back“ S. 275-292 in *Political Communication*, 21:275-292.
- Butter, O. 1932. „Úkoly a cíle vědeckého bádání o novinách.“ S. 159-172, 368-385 in *Sociologická revue*, III.
- Carey, J. W. 2005. „Historical pragmatism and the internet.“ S. 443-455 in *New Media & Society*, 7(4).
- Castells, M. 1996. *The Rise of Networked Society. The Information Age. Economy, Society and Culture*, volume 1, Oxford: Blackwell.
- Cubbit, S. 1998. *Digital Aesthetics*, London: Sage.
- Curran, J. 2002. *Media and Power*. London and New York: Routledge.
- Debray, R. 1994. *Media Manifestos*. London: Sage.
- Fiske, J. 1987. *Television Culture*. London: Methuen.
- Fiske, J. 1989. *Reading the Popular*. Boston, MA: Unwin and Hyman.
- Foucault, M. 1977. *Discipline and Punish: The Birth of Prison*. New York: Random House.
- Foucault, M. 1978. *The History of Sexuality: An Introduction*. New York: Random House.
- Fukuyama, F. 1992. *The End of History and the Last Man*. New York: The Free Press.
- Hall, S. 1977. „Culture, the Media and the Ideological Effect.“ In *Mass Communication and Society*, ed. by J. Curran et al. London: Edward Arnold.
- Hall, S. 1982. „The Rediscovery of ‚Ideology‘: Return of the Repressed in Media Studies.“ In *Culture, Society and the Media*, ed by M. Gurevitch, T. Bennet, J. Curran, J. Woollacott. London: Methuen.
- Köpplová, B. – Jiráak, J. 2004. „Moderní východiska českého myšlení o médiích: příspěvek k vývoji českého metamediálního diskurzu.“ S. 77-58 in *Rozvoj české společnosti v Evropské unii III*, ed. by J. Končelík et al. Praha: matfyzpress.
- Kroker, A. – Winstein, M.A. 2001. *Data Trash: the Theory of the Virtual Class*. Montreal: New World Perspectives.
- Lévi, P. 2000. *Kyberkultura*. Praha: Karolinum.
- Manovich, L. 2001. *Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Morley, D. 1992. *Television Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Lash, S. 2002. *Critique of Information*. London: Sage.
- Poster, M. 1990. *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Chicago: University of Chicago Press.
- Poster, M. 1995. *The Second Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Prokop, D. 2005. *Boj o média*. Praha: Karolinum.
- Pross, H. 2000. *Zeitungsreport*. Weimar: Verlag Hermann Böhlau Nachfolger.
- Robins, K. – Webster, F. 1999. *Times of the Technoculture*. London: Routledge.
- Virilio, P. 2004. *Informatická bomba*. Červený Kostelec: Nakladatelství Pavel Mervart.
- Volek, J. 2002. „Nezamýšlené důsledky ‚komunikační ideologie‘ v kontextu informační společnosti.“ S. 11-37 in *Média a realita: sborník prací Katedry mediálních studií a žurnalistiky*, ed. by J. Volek, V. Štětka. Brno: Masarykova univerzita.
- Volek, J. 2004. „Mediální studia mezi kritikou ideologie a kritikou informace.“ S. 11-34 in *Média a realita*. Brno: Masarykova universita.
- Wallerstein, E. 1998. *Kam směřují sociální vědy*. Zpráva Gulbenkianovy komise o restrukturalizaci sociálních věd. Praha: Slon.
- Webster, F. 1996. *Theories of the Information Society*. London: Routledge.