

Mediální studia 2.0?

Jakub Macek

Není – přinejmenším zatím – zcela obvyklé věnovat recenzní text obsahu blogových a emailových diskuzí, jež se svými formálními náležitostmi poněkud vymykají standardům akademické debaty. Výměna názorů, kterou na několika internetových blozích a emailových fórech počátkem jara 2007 rozničil britský teoretik David Gauntlett svým provoláním „Media Studies 2.0“ (Gauntlett 2007-a), si ovšem pozornost a shrnutí zaslouží i přesto, že proběhla (konzervativní komentátor by možná neopomněl dodat „pouze“) prostřednictvím internetu a že její jazyková a argumentační forma je patřičné akademické střídmosti místy poněkud vzdálena. Ona diskuze, vedená teoretiky a pedagogy zabývajících se zkoumáním a výukou médií,¹ totiž ilustruje pnutí, které ve Velké Británii (a vzhledem k původu některých diskutujících nejen tam) v rámci výzkumného a vzdělávacího programu mediálních studií roste od nástupu kvartérních (síťových, digitálních) médií – přičemž jednak podtrhuje zřetelnou těžkopádnost, s níž (britská) mediální studia na změny v mediálním světě reagují, a jednak zviditelňuje několikero témat, jež někteří zástupci ostrovních mediálních studií chápou jako aktuálně palčivá.

Gauntlett, navazující na teoretika Williama Merrina, jenž téma mediálních studií 2.0 bez větší reakce otevřel na podzim roku 2006 (Merrin 2006-a, 2006-b), ve svém textu navrhuje revizi teoretické a výzkumné orientace mediálních studií s tím, že nová média vyžadují nová mediální studia – „stará“ mediální studia přitom Gauntlett podrobuje ostré kritice a posun, k němuž by podle

něj měla studia médií směřovat, podtrhuje tím, že „nová“ mediální studia nepřehlédnutelně a s odkazem ke světu počítačového softwaru označuje jako verzi 2.0. Otázka tedy zní: Odhalují Merrin a Gauntlett a na ně navazující diskutéři něco skutečně nového, cosi, co jeden z jeho komentátorů označil za kuhnovský paradigmatický posun (Berry 2007-b), anebo jen pokračují v již dávno probíhající oborové diskuzi? A zároveň je na místě se ptát: Zachycují Merrin a Gauntlett podstatu onoho pnutí v mediálních studiích?

Aby bylo možno pokusit se zformulovat odpovědi, je pochopitelně nutno seznámit se napřed s argumenty obhájců „nových“ mediálních studií. A právě tak s kritikou jejich oponentů, kteří iniciaci diskuze o MS 2.0 kromě jiného chápou jako ne zcela vhodnou snahu iniciátorů debaty zviditelnit se a přihrát si nad plameny čerstvých trendů vlastní kariérní polévku.

Merrinův „čas pro mediální studia 2.0“

Označení *mediální studia 2.0* se poprvé objevuje na konci listopadu roku 2006, kdy William Merrin (Katedra mediálních a komunikačních studií, University of Wales Swansea) zakládá právě tak pojmenovaný blog. (hřef 1) Merrin provoz stránky, jejímž cílem je sdílet informace relevantní pro výuku a zkoumání nových médií, otevírá dvěma provoláními (Merrin 2006-a, 2006-b), v nichž konstatuje, že mediální krajina a spolu s ní i naše zkušenost s médii procházejí zásadní změnou, kterou ovšem z Merrinova pohledu konzervativní mediální studia, uvízlá na mělčinách zkoumání televizního publika, analýzy televizních obsahů a neproduktivního promílání tezí oborových klasiků, zachycují jen velmi povrchně a nedostatečně. A nejen to – podle Merrina zástupci oboru tyto změny zkrátka a dobře nechťejí vidět.

1 Do debaty vstoupili například tito: Faye Davies (University of Central England), Mike Mason (University of Lincoln), Dean Lockwood (University of Lincoln), Ravindra Mohabeer (York University), Karl Maton (University of Sidney), Annette Casey (Northumbria University), Jay Hamilton (University of Georgia), Mandy Powell (University of Stirling), Geoff King (Brunel University), Andy Medhurst (University of Sussex).

Na vině podle něj v první řadě je, že vyučující a teoretici mediálních studií se „od časů Raymonda Williamse obávají hříchu technologického determinismu“ (Merrin 2006-a), a proto raději přehlížejí změny, jež s novými technologiemi přicházejí. Příčinou současně je, že mediální odborníci disponují – narozdíl od svých studentů – poměrně malými osobními zkušenostmi s užíváním nových technologií. „Přednášející mediálních studií již nejsou schopni média učit: vědí příliš málo o technologiích. Jen velmi málo z nich alespoň ví cosi o filozofii technologie [...], ale jejich neznalost skutečné současné technologie je čím dál tím zjevnější. Jen málokterí ji používají, jen málokterí mají skutečnou představu o tom, jakými rozmanitými způsoby ji využívají jejich studenti, většina jich nemá tušení o mediálních světech, v nichž jejich studenti žijí, a většina jich nemá opravdové ponětí, jak současné technologie fungují. Důkladná znalost publik a sémiologie BBC a auteur teorie dnes prostě nestačí,“ konstatuje Merrin. (Merrin 2006-b) Učitelé, jinými slovy, rozumí mediálním studiím – a studenti mediálním technologiím. A je to právě tato propast, která zvýrazňuje, že mediální teorie, jež ztratila kontakt s realitou a která, jsouc uzavřena v rychle zastarávajícím jazyce teorie publik, „je v bryndě“ (tamtéž), není podle Merrina schopna adekvátně čelit revoluci, která s novými médii přišla. Proto William Merrin druhý ze svých textů uzavírá slovy: „Jak jsem řekl, je čas pro mediální studia 2.0.“ (Merrin 2006-b)

Gauntlettova kritika mediálních studií

Nápad s mediálními studií 2.0 nicméně pozornost části britské oborové komunity nakonec upoutal – a to na konci února 2007, kdy si označení od Merrina vypůjčil teoretik David Gauntlett. Gauntlett měl coby iniciátor rozpravy oproti Merrinovi

dvě zřetelné výhody – zvolil výraznější, vyhocenější formu argumentace a současně se mohl spolehnout na svůj věhlas v rámci oboru.

Sociolog David Gauntlett, jenž působí jako profesor médií a komunikace na University of Westminster, patří mezi výrazné a současně poněkud nekonformní zástupce mladší generace britských mediálních teoretiků. Jeho autorské a výzkumné aktivity jsou charakterizovány zřetelnou kritičností vůči zavedeným teoretickým pořádkům – do oborové diskuze vstoupil jako čtyřicetiletý knihou *Moving Experiences: Understanding Television's Influences and Effects* (Gauntlett 1995), v níž podrobil kritice stávající výzkum vlivu médií, a k tématu mediálních účinků a publika se později ještě vrátil například v článku *Ten Things Wrong With the Media 'Effects' Model* (Gauntlett 1998), v monografii *Video Critical: Children, the Environment and Media Power* (Gauntlett 1997) a ve studii *TV Living: Television, Culture and Everyday Life*, kterou zpracoval spolu s Annetou Hillovou. (Gauntlett – Hill 1998) Zároveň se věnoval i vztahu médií a genderové identity, a to ve svém učebnicově pojatém textu *Media, Gender and Identity: An Introduction*.² (Gauntlett 2000) Na přelomu století se nicméně coby editor sborníku *Web.Studies* (Gauntlett 2000-b, 2004) začal profilovat jako jeden z průkopníků strážlivého, ne-futurologického obratu mediálních studií k novým informačním a komunikačním technologiím.

Jsou to právě 1) zájem o stále všudypřítomnější nové technologie a jejich úlohu v transformaci sociokulturního prostředí, 2) zaujetí pro nové, kvalitativně orientované a metodologicky poměrně neortodoxní formy zkoumání uživatelů mediálních technologií (v rámci studie *Video Critical* nechal zkoumané děti, aby samy připravovaly vlastní mediální obsahy) a 3) kritický vztah ke staršímu výzkumu médií, jež jsou obsahem

2 Česká recenze knihy vyšla v *Revue pro média* č. 9: *Média a gender*. (Sedláček 2004)

Gauntlettova provokativně laděného textu „Media Studies 2.0“.³ (Gauntlett 2007-a)

Gauntlett staví na efektním, i když zřetelně zjednodušujícím argumentačním modelu – pojmenovává konkrétní vybrané slabiny „starých“ mediálních studií (které označuje jako mediální studia 1.0) a v kontrastu vůči nim definuje oblasti, které by měly charakterizovat mediální studia 2.0. Současně se snaží podrobněji osvětlit, v čem že spočívá jak ona krize mediálních studií, tak ona technokulturní změna, o níž William Merrin hovoří jako o revoluci – a to explicitním pojmenováním fenoménu tzv. *webu 2.0* jako inspiračního zdroje při utváření nálepky mediální studia 2.0.

Mediální studia, poznamenaná „vymělkovaným, čtením mediálních textů, neschopností pojmenovat skutečné dopady médií a černou dírou, jež zbyla po selhání ducha-prázdného amerického ‚komunikačněvědného‘ kvantitativního výzkumu, a současně absencí imaginativnějšího kvalitativního výzkumu“ (tamtéž), se podle Gauntletta ocitla ve stavu stagnace. A impulsem, který je z něj mohl vyvést, se stal nástup kvartérních médií. Tato situace je, jak Gauntlett naznačuje, analogická stagnaci, která postihla na přelomu století web – a jelikož konec „krize“ webu bývá spojován s proměnou forem participace uživatelů sítě na utváření obsahů, kterou vlivný blogger, aktivista a vydavatel Tim O'Reilly pojmenoval jako *web 2.0* (O'Reilly 2005), považuje Gauntlett označení mediální studia 2.0 za dobrou terminologickou volbu. Tím spíš, že kvalitativní charakteristiky proměny starého webu ve web 2.0 jsou podle něj obdobné kýženému posunu od mediálních

studií k mediálním studiím 2.0, že důraz na kooperativní charakter webu 2.0 by měl být v mediálních studiích 2.0 jedním z prioritně reflektovaných témat a že mediální studia 2.0 není podle něj možno jednoduše chápat jako „evolučního“ nástupce stávajících mediálních studií. „Web 2.0‘ není [...] náhradou webu, který známe a máme rádi, ale je spíše užitím existujících systémů ‚novým‘ způsobem: prostřednictvím kreativního spojení lidí. O'Reilly to popsal jako ‚využití kolektivní inteligence‘. Duch ‚webu 2.0‘ spočívá v tom, že jednotlivci by spíše než snaze vytvořit a ochraňovat ‚své vlastní‘ materiály měli být otevření kolaborativním projektům. ‚Dokonalým‘ příkladem toho je snad Wikipedia, obří on-line encyklopedie kolektivně utvářená miliony svých uživatelů. [...] Koncept ‚webu 2.0‘ mě inspiroval [...] k rozepsání sekcí definujících mediální studia 1.0 a 2.0.“ (Gauntlett 2007-a)⁴

Co je na mediálních studiích špatně? Mediální studia 1.0, čili tradiční přístup ke studiu médií, jsou podle Gauntletta charakterizována „fetišizací ‚experta‘, jehož čtení populární kultury jsou chápána jako významnější než čtení ostatních členů publika“; sklonem „oslavovat jisté klíčové texty produkované mocnými mediálními společnostmi a oslavované uznávanými kritiky“; „vírou v to, že studenti by měli být učeni, jak ‚číst‘ média patřičně ‚kritickým‘ způsobem“; zaměřením na západní masová média „(ironicky) doprovázeným kritickým odporem k velkým mediálním institucím, jakou je například News International Ruperta Murdocha, ale nikoli již konkrétní ideou ohledně toho, co by mělo být alternativou“;

3 Zde stojí za podotknutí, že většina argumentů, které Gauntlett v tomto textu překládá, se, jak autor sám upozorňuje, objevila již v jím psaných úvodech k prvnímu i druhému vydání sborníku *Web.Studies* (Gauntlett 2000-b, 2004) a v krátkém článku *Internet studies: What went wrong?* (Gauntlett 2000-c), leč výraznější reakce se dočkala až pod záměrně provokativní nálepkou s číslicí 2.0

4 Problematika webu 2.0 a diskuze o tom, zda se jedná jen o marketingové označení, nebo zda má smysl chápat označení web 2.0 jako svébytný termín s distinktivním obsahem, by rozhodně zasloužila vlastní reflexi, pro kterou zde ovšem stěží najdu prostor. Jako základní mapa problematiky může posloužit např. text Jana Ambrože *Web 2.0: bublina, nebo nový směr webu?* (Ambrož 2007)

velmi vlašným vztahem k internetu a celému komplexu nových komunikačních technologií, jež jsou chápány jako jakýsi „doplněk“ tradičních médií; a v neposlední řadě „preferováním konvenčních výzkumných metod“, chápajících sociální aktéry buď jako neexpertní publikum příjemců, nebo jako expertní producenty obsahu. (tamtéž)

Už lehká nadsázka prostupující Gauntlettovy formulace jasně naznačuje, že ve všech těchto bodech by se měla mediální studia 2.0 coby alternativní přístup lišit. Mediální studia 2.0 by se podle Gauntletta v první řadě měla přesunout od „expertního“ čtení textu ke zkoumání nejrozmanitějších publik a k jejich tvorbě každodenních významů. Zájem o klasická masová média by měl být doplněn o zájem o minoritní nezávislá internetová média tvořící tzv. dlouhý chvost⁵ mediální produkce, přičemž kvartérní média by již dále neměla být vnímána jako pouhý doplněk „skutečných“ čili masových médií. Konvenční metody zkoumání médií, jejich obsahů a publik by měly být rozšířeny o metody „zohledňující a využívající kreativitu samotných lidí“ a měly by opustit „zastaralá pojetí ‚přijímajících‘ publik a elitních ‚tvůrců‘“, přičemž by podle Gauntletta mělo být upuštěno od „vzdělávání“ studentů ke kritičnosti a bylo by naopak záhodno začít brát vážně skutečnost, že „mediální publika již jsou extrémně schopnými interprety mediálního obsahu, disponujícími kritickým okem a znalostí současných mediálních technik“. A co se mediálních účinků v této souvislosti týče, model silných, mocných médií by měl být opuštěn právě tak jako model pasivních publik. (tamtéž)

Diskuze a kritika kritiků

Gauntlettova filipika proti tematickému, teoretickému i metodologickému konzeratismu mediálních studií se reakcí dočkala jednak na blogu *Media Studies 2.0 Forum* (viz hřef 2), který Gauntlett spolu s Merrinem přímo za tím účelem založili a v jehož rámci se do debaty dále zapojovali, a jednak například na emailovém fóru britské profesní organizace MeCCSA.⁶ (viz hřef 3; hřef 4)

Pozitivně laděné odpovědi na Gauntlettovy a Merrinovy texty rozvíjejí především téma propasti mezi vyučujícími mediálních studií a jejich posluchači – poměrně vyčerpávajícím způsobem problém shrnuje Ravindra Mohabeer, podle něhož je propast mezi učitelem a studentem především epistemologická. Učitelé užívají, zakoušejí a chápou mediální technologie jinak než generace jejich žáků. „Média pro mě nedělají to stejné, co pro ně. [...] Obýváme odlišné kulturní prostory, které jsou si blízké jen shodou okolností,“ tvrdí Mohabeer, přičemž onou shodou okolností, oním věcným svorníkem jsou média coby technologické artefakty. (Mohabeer 2007)

Kriticky laděné ohlasy Gauntlettovi vytýkají především zbytečně provokativní a přehnaně zjednodušující charakter jeho argumentace a případně poukazují rovněž na jistou samoúčelnost a jen malou inovativnost Gauntlettova provolání. (Davies 2007, King in hřef 3; Powell in hřef 3; Maton in hřef 4; Casey in hřef 4) Veškeré tyto reakce mohou být charakterizovány slovy Davida Berryho, publikovanými na konci května roku 2007 v reakci na Merrinovu

5 *Long tail* (čili „dlouhý chvost“) „je označení dříve známé spíše ze statistiky a označuje tu vlastnost křivky mocninného rozdělení, kde po krátké části obsahující málo jednotek s velkou frekvencí výskytu následuje velké množství jednotek s malou frekvencí výskytu“. (Zbiejczuk 2007: 03.5) Termín „dlouhý chvost“ v souvislosti s křivkou mocninného rozdělení, návštěvností webů a specifickými ekonomickými charakteristikami internetového prodeje poprvé užil Chris Anderson v časopise *Wired* (Anderson 2004), sama problematika mocninného rozdělení ovšem samozřejmě nová není. (srv. např. Brynjolfsson – Hu – Smith 2007)

6 MeCCSA – *Media, Communications & Cultural Studies Association/ The Association of Media Practice Educators*.

veřejnou přednášku o mediálních studiích 2.0 (v níž Merrin snažení své a Gauntlettovo shrnul). „Neodvažoval bych se [...] rýsovat mezi mediálními studii 1.0 a mediálními studii 2.0 příliš tlustou čáru,“ píše Berry. „Takové rozčlenění může být samozřejmě čteno jako významný posun či diskontinuita, což je poněkud přehnané. Je tu mnoho vědeckých prací o starých médiích, které jsou výborné a měly by výzkumu nových médií sloužit jako vzor, a nesouhlasil bych s tím, že výzkum starých médií se s příchodem digitálních technologií stal překonaným – i když, viděn v novém kontextu, může být transformován.“ (Berry 2007-a)

Komplexnější výtky vůči Gauntlettovi pak na blogu *Media Studies 2.0 Forum* (href 2) prezentuje anonymní pisatel ([Anonymous] 2007),⁷ který konstatuje, že se zdá, že MS 2.0 se „primárně zabývají studiem publika a nezajímají se o zřejmě irelevantní otázky týkající se formy/ obsahu textu a o podmínky produkce“. MS 2.0 podle tohoto přispěvatele opomíjejí politickoekonomická témata a téma nerovného přístupu k technologiím a povýšeně předpokládají, že každý, kdo učí mediální kriticismus, „musí být ideolog svázaný prehistorickou pedagogikou“. A v neposlední řadě, jak anonymní autor tvrdí, se MS 2.0 utápějí v nekritickém pojetí populární kultury a přehlížejí skutečnost, že určité typy médií i nadále předpokládají jisté formy profesionálního tréninku.

Schematičnost, s níž vedle sebe staví stará a nová mediální studia, Gauntlett (2007-b) obhajuje s tím, že za jeho argumentací nestojí ani tak snaha o důslednou analýzu stavu disciplíny, jako spíše potřeba vyprovokovat debatu. (Což se mu zjevně podařilo.) Opakuje přitom, že cílem MS 2.0 není nahradit stará mediální studia, ale rozšířit jejich teoretické a metodologické

pole. (tamtéž) V reakci na slova o vztahu MS 2.0 a stávajících studií publika a recepce pak Gauntlett opakuje již výše zmíněný Merrinův argument ohledně teorie publika, a to když dodává, že MS 2.0 se snaží překonat limity, na něž teoretizování publika a recepce naráží v tváři v tvář novým technologiím. Gauntlett s odkazem na text *Blogging and the Emerging Media Ecosystem* (Naughton 2006) poukazuje na to, že s nástupem nových médií se významně mění jednání publika/uživatelů, a tedy i povaha mediálního ekosystému, a označuje v této souvislosti teorii publika za neaktuální – tvrdí, že „celá idea mediální ‚recepce‘ se rychle hroutí“. (Gauntlett 2007-c)

I Merrin (2007) v návaznosti na probíhající diskusi přidává několik dalších kritických připomínek vůči stávajícím mediálním studiím a několik poznámek k proměně mediální krajiny. Mediální studia podle jeho názoru trpí ahistoričností, v důsledku čehož nejsou schopna reflektovat mediální technologie a komunikační formy v širším dějinném a kulturním kontextu. Současně nejsou s to se vyrovnat s konvergencí mediálních technologií – hybridizace mediálních forem a jejich vzájemné prolínání je pro mediální teoretiky, uvažující v kategoriích jasně ohraničených, distinktivních mediálních technologií, podle Merrina příliš tvrdým oříškem. (Merrin 2007)

K čemu je to tedy dobré?

Diskuzi o mediálních studiích 2.0 lze chápat jako vcelku oprávněnou artikulaci potřeby „přeorientovat disciplínu tak, aby osvětlila mnohé ze zásadních změn souvisejících s novými technologiemi, novými formami participčních médií a novými způsoby mediální

7 Vyjadřovat se v recenzím textu ke sloům anonymního autora není zcela obvyklé. Zde je ovšem, jak věřím, tento krok oprávněný a obhajitelný. (1) Citovaný text zjevně patří k diskusi, a jako promluvu jej proto jen těžko lze ignorovat (a to tím spíše, že na něj v diskusi reaguje i David Gauntlett). (2) Jméno a příjmení autora jsou – spíše než „důkazem“ existence textu – souřadícím prvkem, jako který v téhle situaci dostatečně slouží ono „Anonymous“ (vzhledem k tomu, že víc anonymů se v diskusi nevykytuje, je text dobře bibliograficky ukotvitelný).

tvorby/ konzumace,“ jak konstatuje David Berry z University of Wales Swansea. (Berry 2007-b) V tomto ohledu je Merrinův a Gauntlettův počin velmi legitimní a užitečný, a to tím spíše, že upozorňuje na několik problémů, jimž mediální studia po nástupu nových technologií čelí (proměna diváctví a uživatelských praxí, změna vztahu autora a čtenáře, odlišné prožívání technologické změny přednášejícími a studenty oboru, technologická změna...). Mediální studia zkrátka nemohou nová média ignorovat – a jen těžko mohou vytěsňovat transformaci, již jsou nové komunikační a informační technologie součástí. Proto je možné přijmout MS 2.0 jako dobře míněnou provokaci, jež může mediálním studiím jako takovým prospět – jistá revize je rozhodně namístě. Jen stěží lze ovšem přijmout tvrzení, že MS 2.0 jsou natolik novátorská a radikálně invenční, že by si Merrin a Gauntlett mohli nárokovat pozici oborových revolucionářů.

Předně: Nařčení mediálních studií – respektive jejich reprezentantů – z generačně podmíněné teoretické a metodologické necitlivosti vůči technokulturní změně může být jakkoli oprávněné (a zde ruku na srdce, že?), leč důvod pro volání po „nových mediálních studiích“ je to poměrně chabý. Podobné „generačně-technologické“ propasti se totiž povětšinou řeší jaksí přirozeně – stačí vzpomenout na proměnu mediálních studií, jež byla v 70. a 80. letech spojena s obratem směrem ke zkoumání diváctví a roli televize v každodennosti a která byla podmíněna nástupem té generace výzkumníků a teoretiků, která se socializovala již do „plně televizního“ světa.

Většina argumentů a návrhů k teoretickým a metodologickým reformám, s nimiž oba autoři přicházejí, se navíc v rámci mediálních studií již v minulosti objevila. Ať už v souvislosti s novými médii, nebo již v rámci starších diskuzí. Fetišizace experta coby „relevantnějšího čtenáře“ mediálních textů byla například britskými i americkými kulturními studiemi kritizována již ve vztahu k Frankfurtské škole, a to v souvislosti s odmítnutím představy manipulovaného a pasivního masového publika. (srv. např. Volek – Jiráček – Köpplová 2006) Potřeba zaměřit se i na neevropská či například minoritní média je součástí debaty o vztahu médií a globalizace. (srv. např. Štětka 2007) Kritika pozitivistického, kvantitativního výzkumu provází mediální studia od 60. let a ústí například v rozvíjení široké palety kvalitativních metod zkoumání textů, divácké recepce i užití. Mediální studia zkrátka nelze zredukovat na kvantitativní obsahové analýzy, sémiotické rozbory seriálů a analýzy západního televizního publika. Právě tak lze jen těžko tvrdit, že nová média jsou v rámci mediálních studií zcela ignorovaným fenoménem, že teoretici zabývající se novými technologiemi trpí nedostatkem rozhledu v teorii nebo že nejsou schopni nové technologie studovat s respektem vůči historickému kontextu. I kdyby totiž snad bylo možné takový soud vyřknout o britských mediálních studiích, rozhodně není na místě cosi takového tvrdit o disciplíně jako takové. I když se totiž téma informačních a komunikačních technologií prosazuje jen postupně, o nových médiích se v mediálních studiích nemlčí – už jen existence specializovaných žurnálů, zakládáných, vydávaných a editovaných postavami spojenými

8 Konkrétně mám na mysli žurnály *New Media & Society* (založený v r. 1999 Rogerem Silverstonem), *Television & New Media* (založený v r. 2000 a editovaný Tobym Millerem, Johnem Hartleym, Lynn Spigel a Hermanem Grayem; v ediční radě žurnálu zasedají např. David Morley, Horace Newcomb, Annette Hill a Douglas Kellner), *Convergence* (založený v r. 1995 a editovaný Julií Knight, Alexis Weedon; v ediční radě toho žurnálu nakonec, vedle např. Henryho Jenkinse, Margaret Morse a J. Davida Boltera, zasedá i David Gauntlett...), *Participations: Journal of Audience & Reception Studies* (založený v r. 2003 a editovaný Martinem Barkerem a Sue Turnbull; v ediční radě žurnálu zasedají mj. David Buckingham a Andrea Press) a například elektronický *Journal of Computer-Mediated Communication* (založený r. 1995 a editovaný mj. Kevinem Wrightem).

právě s mediálními studii, je toho dobrým indikátorem.⁸

Je třeba také upozornit, že Gauntlett mísí předpoklady, jež je možno či dokonce nutno formulovat a priori (to se týká především epistemologických a metodologických východisek případných nových mediálních studií), s tvrzeními, jež – spíše než zřejmými východisky – jsou tezemi, které je nutno opřít o empirické přezkoumání (sem patří teze o proměně mocenských vztahů či o kritičnosti mediálních publik).

Nejzásadnější ovšem je, že Gauntlett a Merrin i další účastníci debaty mijejí pointu celé věci, tedy celé „kauzy nová média“. Přibližují se k ní – to když například Merrin (2007) konstatuje, že mediální studia si nevědí rady s hybridizací mediálních forem, a když Mohabeer (2007) píše, že studenti a učitelé používají a chápou stejné technologické artefakty různým způsobem a navrhuje, aby média byla analyzována jako proces. Jádro problému ale v diskuzi o MS 2.0 nakonec zůstává nepojmenováno.

Zdá se totiž, že jistá odtaziťost mediálních studií vůči novým technologiím souvisí s konceptuální nepřipraveností na tento tematický terén – mediální studia jsou uzavřena nikoli ve „staré teorii publika“, ale v neadekvátní terminologické a konceptuální výbavě jako takové. Ukazuje to například otázka, zda je možné stále hovořit o opozici publika a producenta textu, či problém, jak od sebe odlišit jednotlivé mediální formy (respektive kde vytyčovat hranici mezi jednotlivými médii). Nejistota, zda televize na internetu nebo na mobilním telefonu je stále televizí a zda je server YouTube televizí či něčím jiným (tedy zda je variací staré mediální formy, nebo zda pro něj máme připravit zcela novou kategorii), je toho dobrou ilustrací: Konceptuální aparát mediálních studií, založený na jasných distinkcích mezi jednotlivými médii a na zřetelných typologiích uživatelů či publik při přesvědčivém popisu nového „mediálního ekosystému“ selhává. Volání

po kreativnější metodologii, odsuzování analýzy televizních publik z obstarožnosti ani požadavek „novomediální gramotnosti“ mediálních teoretiků ovšem není řešením. Klíč ke dveřím nových médií mediální studia najdou až ve chvíli, kdy budou schopna uspokojivě reformulovat svou definici média tak, aby tato definice poskytla oporu jak pro analýzu televize a jejího publika, tak pro analýzu Wikipedie a mobilního telefonu.

Tento klíč ovšem debata o mediálních studiích 2.0 nenabízí. Chvályhodně odhaluje tenzi, již do mediálních studií vnesla nová média, ale v úvodu zmíněný kuhnovský zvrat se zcela jistě nekoná.

Literatura:

- Ambrož, Jan. 2007. „Web 2.0: bublina, nebo nový směr webu?“ In *Lupa*. <http://www.lupa.cz/clanky/web-2-0-bublina-nebo-novy-smer-webu/> (6. 10. 2007)
- Anderson, Chris. 2004. „The Long Tail.“ In *Wired*, říjen 2004. <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html> (6. 10. 2007)
- [Anonymous.] 2007. „A response: anonymous.“ In *Media Studies 2.0. Forum*. Ed. Gauntlett, David – Merrin, William. (http://twopointzerforum.blogspot.com/2007/03/response_06.html) (6. 10. 2007)
- Berry, David. 2007-a. „Media Studies 2.0.“ In *Stunlaw: A critical review of politics, arts and technology*. <http://stunlaw.blogspot.com/2007/05/media-studies-20.html#c7737403555942418186> (6. 10. 2007)
- Berry, David. 2007-b. „Media Studies 2.0. (Comment, 1:18 PM)“ In *Stunlaw: A critical review of politics, arts and technology*. <http://stunlaw.blogspot.com/2007/05/media-studies-20.html#c7737403555942418186> (6. 10. 2007)
- Brynjolfsson, Erik – Hu, Yu (Jeffrey) – Smith, Michael D. 2007. „Goodbye Pareto Principle, Hello Long Tail: The Effect of Search Costs on the Concentration of Product Sales.“ In *Social Science Research Network. (Working Papers Series)*. <http://papers.ssrn.com/>

- sol3/papers.cfm?abstract_id=953587 (6. 10. 2007)
- Davies, Faye. 2007. „A Response: Faye Davies.“ In *Media Studies 2.0. Forum*. Ed. Gauntlett, David – Merrin, William. http://twopointzeroforum.blogspot.com/2007/03/response_5686.html (6. 10. 2007)
- Gauntlett, David. 1995. *Moving Experiences: Understanding Television's Influences and Effects*. London: John Libbey Media.
- Gauntlett, David. 1998. „Ten things wrong with the ‚effects‘ model.“ In *Approaches to Audiences – A Reader*. Ed. Dickinson, Roger – Harindranath, Ramaswani – Linné, Olga. London: Arnold. <http://www.theory.org.uk/david/effects.htm> (6. 10. 2007)
- Gauntlett, David. 1997. *Video Critical: Children, the Environment and Media Power*. Luton: John Libbey Media. <http://artlab.org.uk/videocritical/> (6. 10. 2007)
- Gauntlett, David. 2000-a. *Media, Gender and Identity: An Introduction*. London: Routledge.
- Gauntlett, David (ed.). 2000-b. *Web.Studies: Rewiring Media Studies For The Digital Age*. London: Arnold.
- Gauntlett, David. 2000-c. „Internet studies: What went wrong?“ In *Newmediastudies.com*. <http://www.newmediastudies.com/thes.htm> (6. 10. 2007)
- Gauntlett, David. 2004. „Introduction to the New Edition.“ In *Web.Studies*. (Druhé, přepracované vydání.) Ed. Gauntlett, David – Horsley, Ross. London: Hodder Arnold.
- Gauntlett, David. 2007-a. „Media Studies 2.0.“ *Theory.org.uk: Media / Identity / resources and projects*. <http://www.theory.org.uk/mediastudies2.htm> (6. 10. 2007)
- Gauntlett, David. 2007-b. „A response to the responses.“ In *Media Studies 2.0. Forum*. Ed. Gauntlett, David – Merrin, William. <http://twopointzeroforum.blogspot.com/2007/03/response-to-responses.html> (6. 10. 2007)
- Gauntlett, David. 2007-c. „The Emerging media ecosystem.“ In *Media Studies 2.0. Forum*. Ed. Gauntlett, David – Merrin, William. <http://twopointzeroforum.blogspot.com/2007/03/emerging-media-ecosystem.html> (6. 10. 2007)
- Gauntlett, David. – Hill, Annette. 1998. *TV Living: Television, Culture and Everyday Life*. London: Routledge.
- Merrin, William. 2006-a. „MEDIA STUDIES 2.0 ... WHY THIS BLOG?“ In *Media Studies 2.0*. <http://mediastudies2point0.blogspot.com/2006/11/media-studies-20-why-this-blog.html> (6. 10. 2007)
- Merrin, William. 2006-b. „Media Studies 2.0 – what we need...“ In *Media Studies 2.0*. <http://mediastudies2point0.blogspot.com/2006/11/dear-media-studies-wake-up-its-time-to.html> (6. 10. 2007)
- Merrin, William. 2007-a. „The Revolution Has Already Taken Place.“ In *Media Studies 2.0. Forum*. Ed. Gauntlett, David – Merrin, William. <http://twopointzeroforum.blogspot.com/2007/03/revolution-has-already-taken-place.html> (6. 10. 2007)
- Merrin, William. 2007-b. „A response to ‚anonymous‘ below.“ In *Media Studies 2.0. Forum*. Ed. Gauntlett, David – Merrin, William. <http://twopointzeroforum.blogspot.com/2007/03/william-merrin-response-to-anonymous.html> (6. 10. 2007)
- Mohabeer, Ravindra. 2007. „A Response: Ravindra Mohabeer.“ In *Media Studies 2.0. Forum*. Ed. Gauntlett, David – Merrin, William. <http://twopointzeroforum.blogspot.com/2007/03/response-ravindra-mohabeer.html> (6. 10. 2007)
- Naughton, John. 2006. „Blogging and the emerging media ecosystem.“ (Background paper for an invited seminar to Reuters Fellowship, University of Oxford, November 8, 2006.) <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/discussion/blogging.pdf> (6. 10. 2007)
- O'Reilly, Tim. 2005. „What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.“ In *O'Reilly Media*. <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> (6. 10. 2007)
- Sedláček, Lukáš. 2004. „Identita jako zboží

k prodeji.“ In *Revue pro média* č. 9: *Média a gender*. http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue09/recenze_gauntlett.htm (6. 10. 2007)

Štětka, Václav. 2007. „Od imperialismu ke glokalizaci: paradigmatické proměny a současné trendy ve výzkumu mezinárodní komunikace.“ Pp. 8–33 in *Mediální studia*, r. 2, č. 1.

Volek, Jaromír – Jiráček, Jan – Köpplová, Barbora. 2006. „Mediální studia: východiska a výzvy.“ Pp. 8–20 in *Mediální studia*, r. 1, č. 1.

Zbiejczuk, Adam. 2007. „Long Tail (dlouhý chvost).“ In *WEB 2.0 – charakteristiky a služby (on-line verze diplomové práce)*. Brno: FSS MU. <http://zbiejczuk.com/web20/03-5-long-tail-dlouhy-chvost.html> (6. 10. 2007)

Další internetové zdroje:

href 1: Merrin, William. *Media Studies 2.0*. <http://mediastudies2point0.blogspot.com/> (6. 10. 2007)

href 2: Gauntlett, David – Merrin, William. (eds.) *Media Studies 2.0 Forum*. <http://twopointzeroforum.blogspot.com/> (6. 10. 2007)

href 3: „MECCSA Archives – February 2007.“ *JISCmail homepage*. <http://www.jiscmail.ac.uk/cgi-bin/webadmin?A1=ind0702&L=meccsa> (6. 10. 2007)

href 4: „MECCSA Archives – March 2007.“ *JISCmail homepage*. <http://www.jiscmail.ac.uk/cgi-bin/webadmin?A1=ind0703&L=meccsa> (6. 10. 2007)

Teorie utopené v obrazech, obrazy utopené v teoriích

Michal Šimůnek

Jacques Aumont: *Obraz*. Praha: AMU 2005. 327 stran.

Kniha s ambiciózním titulem *L'Image* francouzského teoretika a historika filmu Jacquese Aumonta byla poprvé vydána v nakladatelství Nathan v roce 1990. V roce 2005 vyšla kniha pod stejně strohým titulem *Obraz* v českém překladu.⁹ Vzhledem k tomu, že překladatel Ladislav Šerý vycházel z francouzského vydání knihy z roku 2003, dostává se k českému čtenáři v podstatě neobvykle čerstvý překlad monografie z oblasti francouzské filmové teorie, kterou Jacques Aumont výrazně reprezentuje již od 80. let. Překladatele Ladislava Šerého a redaktora Víta Janečka je tak třeba pochválit za rychlost, se kterou dokázali Aumontův titul připravit k vydání. Toto velké pozitivum je však poněkud kaleno řadou nedostatků, kterými český překlad trpí: neobvykle velké množství překlepů, nepropracované bibliografické poznámky ve smyslu neupozorňování na české překlady Aumontem zmiňovaných textů, a zejména absence předmluvy, úvodu či doslovu, ať již z pera překladatele, redaktora či kohokoli jiného.¹⁰ Posledně zmiňovaný nedostatek je dle mého názoru nejzávažnější, neboť Aumontův text je žánrově nevyhraněný, v některých aspektech poněkud selektivní a neaktuální, mnohde málo vysvětlující a příliš se spoléhající na předběžnou znalost čtenáře.

Jacques Aumont patří do „post-metzovské“ generace¹¹ francouzských teoretiků

9 Recenzovaná kniha je první Aumontovou monografií vycházející v českém překladu, není však prvním přeloženým textem: v českém jazyce doposud vyšly dva další Aumontovy eseje. (viz Aumont 2003 a Aumont 2004)

10 Vzorovým příkladem je v tomto smyslu Pecharův překlad Metzova *Imaginárního signifikantu*, který je doplněn obsáhlým úvodem překladatele a doslovem Přemysla Maydla. (Metz 1991)

11 Generace autorů, kteří bezprostředně navazují na dílo Christiana Metzeho a jejichž dílo je rámováno zejména sémiologií, freudo-lacanovskou psychoanalýzou a důrazem na širší kontext produkce, distribuce a recepce filmu

filmu a obrazu (ostatně kniha *Obraz* je, jak bývá v této generaci zvykem, Metzovi věnována) a v současné době je jedním z nejlodnějších autorů této generace.¹² Ve svých knihách se Aumont zaměřuje na problematiku reprezentace, figurace (zejména ve smyslu metzovské tradice analýzy rétorických a stylistických prostředků, tedy snahy popsat vizuální myšlení, jazyk či rétoriku obrazů), vztahu filmu a malířství, antropologie pozorovatele, historie a estetiky filmového obrazu a kinematografického aktu v jeho komplexnosti (produkce, distribuce, konzumace filmu). Jedním z klíčových témat, kterému je ostatně věnována i kniha *Obraz*, je teorie recepce obrazu (nejen) filmového ve francouzském prostředí zastupovaná zejména tzv. *teorií dispozitivu*. Aumont se ve svých textech nesnaží konstruovat nové „velké“ teorie či metody analýzy obrazů, ale prosazuje naopak nutnost selektivně volit metody a teorie v závislosti na konkrétním analyzovaném obrazu (což je stanovisko obsažené mimo jiné i v recenzované knize). Aumontovo dílo je tak tvořeno jednak zejména analýzami partikulárních obrazů a obrazových žánrů, jednak teoretickými syntézami, přičemž kniha *Obraz* patří do druhé skupiny.

Text knihy je strukturován do pěti kapitol, které dle Aumonta odpovídají na pět klíčových otázek, které si musíme klást při snaze uchopit jakýkoli obraz ve vztahu k jeho recipientovi. Aumont se tak postupně ptá, jaký podíl má na recepci obrazu oko (fyziognomické procesy lidského vidění), divák/ pozorovatel (role psyché, tedy jak subjekt

se svým věděním, rozpoznáváním a pamětí recipuje obrazy), dispozitiv (sociální, institucionální, technický a ideologický kontext recepce), samotný obraz (teorie reprezentace) a nakonec umění (specifičnost recepce uměleckých obrazů).

Aumont si v úvodu knihy vytkl velmi náročný úkol – a to „[...] hovořit o tom, co je společné všem vizuálním obrazům, jakkoli různá může být jejich povaha, forma, užití či způsob vzniku“. (s. 5) Tento cíl by – společně s postřehy že „[...] obrazy se dnes stále častěji prolínají, zaměňují a proměňují jeden v druhý“ a že „nelze zkoumat jednu kategorii obrazů a opomíjet přitom všechny ostatní“ (s. 6) – mohl dávat tušit, že se na stránkách knihy setkáme s pokusem o vytvoření obecné teorie a metodologie obrazů či popřípadě s hledáním podstaty všech vizuálních obrazů. Aumont samozřejmě není naivní a s žádnou generalizací a velkou teorií tohoto druhu se v knize explicitně nesetkáme. Kniha má totiž dle Aumonta být učebnicí či snad encyklopedií relevantních teorií a konceptů vztahujících se k pěti výše uvedeným okruhům. Aumont chce „pouze podat zprávu o současném stavu chápání obrazů v určitých oblastech“. (s. 7)

Kniha *Obraz* je tak zejména obdivuhodně pojatou syntézou či snad lépe řečeno eklektickým výčtem teorií, konceptů a pojmů. Vzhledem k oprávněnému renomé autora knihy ovšem poněkud zaráží skutečnost, že za tímto výčtem se sám Aumont poněkud ztrácí. Zřejmě ve snaze předložit „neutrální“ učebnicí autor jednotlivé předkládané teorie příliš nehodnotí, nepřichází s vlastním

a obrazů (teorie dispozitivu). Za další příslušníky této generace můžeme označit například M. Verneta, M. Mariéa, J.-M. Scheffera, J.-L. Baudryho, J.-P. Oudarta, M. Colina, R. Odina a další.

12 Aumontova bibliografie čítá desítky příspěvků do řady časopisů (mimo jiné často publikuje či publikoval v *Cinéma*, *Cahier du Cinéma*, *Hors-Cadre* atd.) a sborníků a desítky knižních monografií: *L'Oeil interminable* (1989), *Du visage au cinéma* (1992), *Introduction à la couleur: de discours aux images* (1994), *De l'esthétique au présent* (1998), *Amnésies. Fictions du cinéma d'après Jean-Luc Godard* (1999), *Les théories de cinéastes* (2002), *Ingmar Bergman: „Mes films sont l'explication de mes images“* (2003), *L'analyse des films* (2004, společně s Michel Mariéem), *Voyages du spectateur: de l'imaginaire au cinéma* (2004), *Matière d'image* (2005), *Dictionnaire théorique et critique du cinéma* (2005, společně s Michel Mariéem), *Les cinéma et la mise en scène* (2005) a prozatím poslední kniha *Moderne?: Comment le cinéma est devenu le plus singulier des arts* (2007).

pohledem, pouze kompiluje a místy nechává protichůdné názory mezi sebou promlouvat. Vzhledem k encyklopedické povaze knihy není možné podat stručné shrnutí a přiměřený komentář ke všem částem knihy, a nemá tudíž příliš velký smysl zabývat se heterogenním obsahem jednotlivých kapitol. Na knize je ostatně mnohem zajímavější zejména to, co v ní není zmíněno, anebo to, co je v ní obsaženo pouze implicitně. V následujících odstavcích se tak nejdříve pozastavím nad některými Aumontem opomenutými teoriemi, koncepty a pojmy, které by bylo možno v rámci jednotlivých kapitol knihy očekávat. V závěru se pak blíže zastavím u kapitoly věnované podílu dispozitivu a pokusím se ukázat, jak teorie dispozitivu stojí za samotnou strukturou knihy a trochu spekulativně se odvážím tvrdit, že právě za dispozitivem lze hledat v záplavě partikulárních teorií a obrazů ono univerzální a společné všem obrazům.

Aumontovi se podařilo při přijatelné míře stručnosti a srozumitelnosti¹³ přehlédnout pole myšlení o obrazech v rámci řady disciplín humanitních, sociálních a exaktních věd. Kniha, snažící se postihnout takto široký okruh vědění, musí být nutně selektivní. Aumont tak například téměř výlučně odkazuje na knihy a teorie ze 70. a 80. let minulého století a odvolává se převážně na autory, kteří se zabírali zejména obrazy uměleckými. V jeho zorném poli tak nenajdeme téměř žádné odkazy do oblasti mediálních studií či třeba tzv. *visual studies*.

Ačkoli Aumont deklaruje, že se chce věnovat všem obrazům, věnuje se zejména obrazům uměleckým¹⁴, a z toho ještě převážně filmu (což je pochopitelné vzhledem

k jeho zaměření). Aumont tak zcela ignoruje oblast populární kultury, která je naopak akcentována například v rámci kulturních studií či v rámci širokého a multiparadigmatického oboru *visual studies*. Jak ukázali například Judith Williamsonová (1986, 2000); John Fiske (1995, 1997); David Morley (1999); Roland Barthes (1988, 2004, 2005) či třeba Stuart Hall (2002), populární obrazy nejsou o nic méně teoreticky inspirativní a z hlediska kreativity jejich tvůrců omezenější než obrazy takzvané umělecké. V odstavcích věnovaných sociologii obrazu Aumont zcela ignoruje pokusy o sociologii fotografie v podání například Johna Tagga (1988), Allana Sekuly (1982) či Geoffreya Batchena (1999). V této souvislosti je Aumontovo tvrzení, že „sociologické studie o vnímání médií a uměleckých děl se většinou soustřeďují na ‚obsahy‘“ (s. 186) značně nepřesné, neboť v rámci mediálních studií došlo k odklonu od textu ke kontextu a recepci dříve než ve filmových studiích.

V souvislosti s recepčními teoriemi a etnografickými výzkumy filmových publik Aumont zcela opomíjí například slavné výzkumy *Payne Fund Studies* z první poloviny 20. století, rozsáhlou literaturu z okruhu britských kulturních studií věnovanou etnografii publik nebo řadu dalších kvalitativních výzkumů publik prováděných v rámci mediálních studií (přehledově srv. např. Moores 1993).

Aumontova kniha je neaktuální nejen ve smyslu opomíjení řady významných autorů z oblasti sociálních věd, nýbrž jeho zabírání se obrazy historicky končí videem. Obzvláště v souvislosti s jeho

13 Místy bohužel srozumitelnost ustupuje stručnosti, jako třeba v kapitole věnované Lacanovu pojmu imaginárno a tomu, jak s ním nakládá Metz (viz s. 117–118), kde se Aumont příliš spoléhá na předběžnou obeznámenost čtenáře s Lacanovou psychoanalýzou a jeho pojmovým aparátem.

14 O tom ostatně svědčí i celá pátá kapitola věnovaná dispozitivu umění. Zatímco první čtyři kapitoly uvozuje Aumont otázkami, kapitola pátá není situována kolem otázky a odpovědi na ni, nýbrž jeho rozhodnutím zaměřit se na umělecké obrazy. Aumont se k tomuto zaměření převážně na umělecké obrazy v závěru knihy přiznává: „Nechali jsme se vést vlastními hledisky a dali jsme přednost obrazům vznikajícím v uměleckých oblastech, protože je implicitně považujeme za zajímavější než jiné (originálnější, silnější, zábavnější a trvalejší).“ (s. 265)

poznámkami o vzájemném prolínání se obrazů v současné kultuře je tak zarážející, že Aumont zcela ignoruje diskusi o digitalizaci, hybridizaci médií a třeba post-fotografii (viz. např. Mitchell 1992; Manovich 1995, 2000; Sonesson 1999; Batchen 2001) a vůbec nepracuje s pojmy jako jsou intermedialita, hypermedialita, transmedialita, multimedialita apod. V kapitole *Iluze, zdvojení, simulakrum* (s. 98–104) zcela nepochopitelně nenajdeme jedinou zmínku o Baudrillardovi či Borgesovi. Obdobně – patrně ve snaze prosadit například svoje „romantické“ vidění autorství a významu autorovy intence pro pochopení díla (zřejmě vycházející z Aumontova působení ve skupině kritiků kolem *Cahiers du cinéma*, která je známá tzv. politikou autorů) – zapomíná třeba na Barthesův slavný text o smrti autora (Barthes 2006), přestože se zhusta odvolává na řadu jeho dalších textů.

Pojem *dispozitiv*¹⁵ vnímám jako klíčový pojem a koncept Aumontovy knihy. Aumont jej vymezuje jako sociální determinace ovlivňující každý individuální vztah k obrazům, tedy „souhrn ‚situačních‘ faktorů, [...] jež řídí vztah diváka k obrazu [...]“ (s. 7), „zejména prostředky a techniky produkce obrazů, způsob jejich oběhu, případně reprodukce, místa, kde jsou dostupné, a nosiče, které slouží k jejich šíření“. (s. 134) Vůči

Baudrymu (Baudry 1978) a Metzovi (Metz 1991) se Aumont v souladu s dalšími soudobými teoretiky dispozitivu (srv. např. Kessler 2003; Sirois-Trahan 2003) vyhraňuje v tom smyslu, že se z tohoto konceptu snaží vyloučit ahistorické¹⁶ prvky a dispozitiv omezit de facto pouze na metodologický nástroj vymezující okruh otázek, které je třeba si v souvislosti s obrazy klást. Takto pojímaný dispozitiv je v zásadě univerzálně aplikovatelný, konkrétní povaha vztahů a důsledků, které v jeho rámci vznikají, je však historicky relativní.

V kapitole věnované podílu obrazu Aumont píše, že „je nesnadné oddělit podíl obrazu od podílu dispozitivu a diváka: figurativní obraz se nám nabízí v zorném poli jen proto, že jsme schopni vyhledat ho v prostoru členěném našim pohyblivým pohledem v perspektivním rámci“. (s. 223) Zdá se tedy, že podíl oka, pozorovatele, obrazu a třeba i umění jsou pro Aumonta nedílnou součástí samotného dispozitivu. Struktura Aumontovy knihy, jež vymezuje dispozitiv jakožto cosi separátního od oka, pozorovatele či samotného obrazu, je tak poněkud paradoxní: všechny tyto „proměnné“ jsou ve skutečnosti součástí dispozitivu, tvoří onen kontext, který je třeba zohledňovat. Nabízí se tedy otázka, proč Aumont dispozitiv jakožto zastřešující koncept odděluje od jeho některých prvků, proč jej explicitně

15 *Dispozitiv* je pojem odkazující k teoretickému a metodologickému konceptu, který je rozvíjen zejména od 70. let minulého století v rámci poststrukturalistického paradigmatu a který je založen zejména na odklonu od textu a obsahu směrem k širšímu kontextu produkce, distribuce a recepce obrazů (či šířeji vědění, jako například u Foucaulta) a na odklonu od dichotomických a trichotomických vztahů ke vztahům „mnohopólovým“. Dispozitiv má značně nejasné hranice a různí autoři – Foucault, Deleuze, Lyotard a další – jej vymezují různým způsobem. (podrobněji viz např. Kessler 2006) Aumontovo vymezení má dle mého názoru spíš než k Baudrymu a Metzovi blíže k Foucaultovi, který dispozitiv vymezuje jako koncept vážící k sobě heterogenní prvky a umožňující nahlédnout jejich vzájemné ne nutně kauzální vztahy v rámci specifické historické epochy (viz. dispozitiv vědění či moci, Foucault 1999, 2000). Diskuze k tomuto pojmu je velmi bohatá a rozhodně neukončená (viz například Jacquinet-Delaunay – Monnoyer 1999 či monotematické číslo *Cinemas* z roku 2003).

16 Baudry vyvozuje povahu recepce z dispozitivu samotného kinosálu a projekčního zařízení, Metz do značné míry z povahy kinematografického signifikantu. Z těchto východisek se oba dostávají k meta-psychologické analýze (ve Freudově smyslu univerzálních aspektů lidské psyché) divákovy zkušenosti. Baudry s Metzem tak z dispozitivu projekce/ recepce filmu a kinematografického signifikantu (ztemnělý promítací sál, diváckí usazení pevně v sedadlech, izolovanost diváků od sebe, identifikace s diegezí, pohledem kamery, herců atd.) vyvozují úvahy o divákově imaginární identifikaci (Baudry s odkazem na Freudovo pojetí snu a halucinace, Metz s odkazem nejen na Freuda, ale i na Lacana a jeho koncept stádium zrcadla), které vymezují jako univerzální a ahistorické.

nevymezil jako strukturující pozadí nejen recepce obrazů, ale i jeho knihy?

Metodologicky je pojem dispozitivu vymezován v zásadě vágně. Řada autorů včetně Aumonta hovoří o dispozitivu zejména jako o kontextu produkce, distribuce a recepce obrazů. Jonathan Culler napsal o vztahu kontextu a významu známou a výstižnou větu: „Meaning is context-bound, but context is boundless“ (Culler 1981: 123), kterou by bylo možno v souvislosti s dispozitivem obrazů parafrázovat následovně: „Images are dispositive-bound, but dispositive is boundless.“ Vymezení dispozitivu jakožto metody, která by jasně říkala, na co, kde, kdy a jak se ptát, v Aumontově knize, a de facto ani v ostatních textech o dispozitivu obrazů, nenajdeme.¹⁷ To však neznamená, že je nesmyslné hledat klíčové prvky, které dispozitiv obrazů tvoří. Dispozitiv lze vnímat jako mapu, jež se proměňuje v závislosti na území, které se snaží reprezentovat, popsat, zmapovat. Heterogenita faktických geografických celků však ještě neznamená, že by kartografie se

svou metodologií reprezentace zemského povrchu byla nesmyslná a nemožná. Totéž lze dle mého názoru říci o dispozitivu jakožto metodě analýzy vztahu obraz-recepce: fotografie z 19. století a fotografie ze století 21. jsou v mnoha směrech odlišné obrazy, liší se právě a zejména v dispozitivu, který determinuje jejich recepci, a který tudíž může být prostředkem umožňujícím uchopit odlišnosti těchto obrazů. Dispozitiv lze tedy vnímat jako konceptuální či strategický rámeček, který de facto tvoří pozadí sociální existence různých sociálních fenoménů a zároveň jako metodologický nástroj, který nám umožňuje uchopit tyto sociální fenomény v jejich komplexnosti, nehierarchických vztazích a synchronní i diachronní různosti.

Je to právě tento komplikovaný koncept, v jehož rámci dle mého názoru Aumont ve své knize aspiruje na postižení určitých rysů společných všem vizuálním obrazům. Aumont sice nikde explicitně neodkazuje k tomu, že by se pokoušel vytvořit jakousi jednotnou metodu, avšak struktura jeho

17 Z teoretického hlediska považuji za jeden z nejvydařenějších pokusů o obecné postižení dispozitivu partikulárního typu obrazů knihu Jean-Marie Schaeffera *L'image précaire. Du dispositif photographique*. (Schaeffer 1987) Schaeffer si je totiž v souvislosti s konceptem dispozitivu zřetelně vědom paradoxu *obecného a partikulárního*: svůj pokus o obecné vymezení dispozitivu fotografie vždy temperuje poznámkami o omezenosti těchto generalizací vzhledem k obrovské heterogenitě fotografických obrazů a jejich partikulárních dispozitivů. (srv. např. Schaeffer 1987: 105) Jednotlivé obrazy se zkrátka liší v mnoha aspektech produkce, distribuce a recepce, liší se jejich publika, technologický, organizační a institucionální rámeček. V případě fotografie je tato partikularizace obzvláště silně vnímána zejména díky její tautologické a analogické povaze: například pro Rolanda Barthesa je fotografie absolutní jednotlivinou, „[...] je neklasifikovatelná, protože není žádného důvodu nějak *vyznačovat* to či ono, co se v ní vyskytuje [...]“. (Barthes 2005: 14) Zdá se tak, že osudem konceptu dispozitivu vycházejícím z jeho samotné povahy je nemožnost smířit na teoretické rovině partikulární s obecným. Snahy o postižení klíčových prvků dispozitivu obrazů (na co se ptát?) jsou tak buďto příliš partikulární (lze se zajisté úspěšně pokusit vymezit dispozitiv recepce konkrétní fotografie v konkrétní situaci a před konkrétním recipientem), a díky tomu omezené v možnostech generalizace, anebo jsou příliš obecné, což většinou ústí v kapitulaci před heterogenitou každé bytí úzce vymezené skupiny obrazů, tedy před aplikací obecného konceptu na konkrétní příklady. Tato paradoxní situace však dle mého názoru odhaluje nejsilnější stránku konceptu dispozitivu, a tou je právě vzájemné a reflektované zohledňování obecného a partikulárního. Koncept dispozitivu tak lze zařadit po bok antidualistických teorií snažících se, jako například v sociologii Giddensova teorie strukturace (Giddens 1976: 123–127), smířit objektivní a subjektivní, obecné a partikulární, strukturu a jednání. Schaeffer tak dále, na rozdíl např. od Metze či Baudryho, razantněji a bez ahistorické psychoanalytické argumentace zohledňuje pozici samotného subjektu v rámci dispozitivu. Do dispozitivu fotografie jakožto jakési strukturující struktury se tak snaží vpašovat samotného recipienta, kterému dává potenci strukturovat strukturu. Činí tak zejména prostřednictvím svého konceptu *arché* (vědění o způsobu výroby věcí), který lze vnímat jako obeznamenost běžného rozumu s dispozitivem daného obrazu, tedy vědění, které je základní podmínkou umožňující samotnou recepci obrazů a umožňující samotný vztah dispozitiv-subjekt. V Schaefferově podání tak dispozitiv jakoby vystupuje z hierarchického dualismu typického např. pro Metzeho či Baudryho (dispozitiv/ struktura vs. recepce/ subjekt) a zdá se být zřetelněji hybridním a paradoxně do sebe zavnutým konceptem.

knihy, dle mého názoru ne náhodou se podobající konceptu dispozitivu, k tomu odkazuje. Nasvědčuje tomu i skutečnost, že ústředním tématem knihy je popis recepce a všeho toho, co ji ovlivňuje, což je přesně téma, které je v rámci francouzské teorie filmu uvozeno konceptem dispozitivu. Právě zde se dle mého názoru otevírala Aumontovi cesta k překonání učebnicové úrovně knihy směrem k monografii.

Knihu Jacquese Aumonta lze číst dvěma způsoby. Lze se zaměřit na jednotlivé kapitoly a načerpat z nich základní informace k dané problematice. Pokud tedy čtenář hledá například stručný úvod k úvahám o analogičnosti a realističnosti obrazů, ke vztahu ikonicity a indexikality fotografie, k Oudartově pojmu *surture*, Barthesově konceptu *punctum* či k různým historickým formám perspektivy, najde v Aumontově knize dobrého průvodce. Místy Aumont dokáže vnést řád do mnohdy vzájemně zaměňovaných a nesprávně užívaných pojmů, jako je tomu například u pojmů iluze, zobrazení a realismus. (s. 102) Tato edukativní kvalita knihy je zvládnutě přehledně zpracovanou bibliografií k jednotlivým Aumontem probíraným tématům. Škoda jen, že kniha neobsahuje index.

Číst knihu v celku, což je druhý možný způsob čtení, bych nedoporučoval. Kniha totiž postrádá explicitně vyřčený jednotící rámeček, má povahu encyklopedie a přibližně od poloviny nudí. Na první pohled učebnicová struktura textu je dle mého názoru na mnoha místech nepřehledná a spíše zatemňující než osvětlující – čtenář se v textu rozparcelovaném na podkapitoly a) až g) po chvíli ztrácí. Tento způsob čtení však na druhou stranu odkrývá Aumontův pokus o uchopení a rozpracování dispozitivu vizuálních obrazů.

Aumontova kniha *Obraz* tak dle mého názoru zůstala na půli cesty mezi monografií a učebnicí. Jakožto učebnice je mnohde málo vysvětlující, jakožto monografie postrádá hlubší autorský přínos. Aumontovu knihu

je tak nutno hodnotit paradoxně. Trpí totiž svým největším kladem, kterým je postižení rozlehlého pole myšlení o obrazech. Obrazy se před zraky čtenáře topí v teoriích a teorie jsou utopeny v heterogenitě obrazů.

Literatura:

- Aumont, Jacques. 2003. „Forma a deformace, exprese a expresionismus.“ Pp. 17–30 in *Illuminace*, r. 15, č. 4. Praha.
- Aumont, Jacques. 2004. „Proměnlivé oko aneb Mobilizace pohledu.“ Pp. 167–189 *Nová filmová historie: antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Ed. Szcepanik, Petr. Praha: Herman a synové/FAMU.
- Barthes, Roland. 1988. „The Photographic Message.“ S. 194–210 in *A Barthes Reader*. Ed. Sontag, Susan. New York: The Noonday Press.
- Barthes, Roland. 2004. „Rétorika obrazu.“ Pp. 51–62 in *Co je to fotografie?* Ed. Císař, Karel. Praha: Herman a synové.
- Barthes, Roland. 2005. *Světlá komora*. Praha: Agite/Fra.
- Barthes, Roland. 2006. „Smrt autora.“ Pp. 75–77 in *Aluze*, r. 10, č. 3. Olomouc.
- Batchen, Geoffrey. 1999. *Burning with Desire*. London: MIT Press.
- Batchen, Geoffrey. 2001. *Each Wild Idea: Writing, Photography, History*. Cambridge, MA, London: The MIT Press.
- Baudry, Jean-Louis. 1978. *L'Effet cinéma*. Paris: Albatros.
- Cinéma. 2003. *Cinéma: Dispositif(s) du cinéma*. r. 14, č. 1.
- Culler, Jonathan. 1981. *The Pursuit of Signs. Semiotics, literature, deconstruction*. London – New York: Routledge.
- Fiske, John. 1997. *Television Culture*. London – New York: Routledge.
- Fiske, John. 1995. *Understanding Popular Culture*. London, New York: Routledge.
- Foucault, Michel. 1999. *Dějiny sexuality I. Vůle k vědě*. Praha: Herman & synové.
- Foucault, Michel. 2000. *Dohlížet a tresta: kniha o zrodu vězení*. Praha: Dauphin.

- Giddens, Anthony. 1976. *New Rules of sociological Method: A Positive Critique of Interpretative Sociologies*. London: Hutchinson.
- Hall, Stuart. (ed.) 2000. *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- Jacquinet-Delaunay, Geneviève – Monnoyer, Laurence. (eds.) 1999. *Hermès n. 25 – Le dispositif. Entre usage et concept*. Paris: CNRS.
- Kessler, Frank. 2003. „La cinématographie comme dispositif (du) spectaculaire“. Pp. 21–34 in *Cinémas* 14, 1.
- Kessler, Frank. 2006. *Notes on dispositif*. <http://www.let.uu.nl/XFrank.Kessler/personal/notes%20on%20dispositif.pdf> (4. 12. 2007)
- Manovich, Lev. 1995. *The Paradoxes of Digital Photography* http://www.manovich.net/TEXT/digital_photo.html (4. 12. 2007)
- Manovich, Lev. 2000. *The Language of new media*. Cambridge – Massachusetts – London: The MIT Press.
- Metz, Christian. 1991. *Imaginární signifikat. Psychoanalýza a film*. Český filmový ústav: Praha.
- Mitchell, William, J. 1992. *The Reconfigured Eye. Visual Truth in Post-Photographic Era*. Cambridge – Massachusetts – London: The MIT Press.
- Moore, Shaun. 1993. *Interpreting Audiences: the Ethnography of Media Consumption*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- Morley, David. 1999. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London, New York: Routledge.
- Schaeffer, Jean-Marie 1987. *L'image précaire. Du dispositif photographique*. Paris: Seuil.
- Sekula, Allan. 1982. „On the Invention of Photographic Meaning.“ Pp. 84–110 in *Thinking Photography*. Ed. Burgin, Victor. London – Basingstoke: The MacMillan Press.
- Sirois-Trahan, Jean-Pierre 2003. „Dispositif(s) et réception.“ In *Cinémas*, r. 14, č. 1. <http://www.erudit.org/revue/cine/2003/v14/n1/008962ar.html> (4. 12. 2007)
- Sonesson, Göran. 1999. „Post-photography and beyond. From mechanical reproduction to digital production.“ Pp. 11–36 in *Visio*, r. 4, č. 1. <http://www.arthist.lu.se/kultsem/sonesson/VisioPhoto1.html> (4. 12. 2007)
- Tagg, John. 1988. *The Burden of Representation. Essays on Photographies and Histories*. London – Basingstoke: The MacMillan Press.
- Williamson, Judith. 1986. *Consuming Passions. The Dynamics of Popular Culture*. London – New York: Marion Boyars.
- Williamson, Judith. 2000. *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. London – New York: Marion Boyars.

Zkušenosti jednoho českého novináře

Zuzana Zejdová

Jiří Roth: Mediální výchova v Čechách. Praha: Tutor 2005. 118 s.

V publikaci *Mediální výchova v Čechách* autor shrnuje a reflektuje své (dle údajů na přebalu knihy) zhruba osmileté novinářské zkušenosti. V úvodu knihy sám zdůrazňuje, že se jedná o „subjektivní pohled člověka z branže“, tj. vzdává se tím ambice, aby jeho práce byla pokládána za odbornou literaturu. Subjektivní pohled na věc podtrhuje také použití ich-formy, již je sepsána. Tím se však autor vystavuje nebezpečí, že jeho práce pozbude obecné platnosti a potenciální čtenář nenajde důvod, proč knihu číst.

Publikace rozhodně nezapře autorovu snahu vyrovnat se se svou vlastní zkušeností poctivě, precizně, místy i kriticky. Většinu nedostatků, jimiž spisek trpí, si autor s největší pravděpodobností uvědomuje a, možná mimoděk, pojmenovává je v úvodu publikace.

Hlavním a zásadním problémem knihy je autorova absolutní rezignace na existující mediálněvědní, žurnalistické a sociologické teorie. Jak píše, „rozhodně jsem neměl v úmyslu vklínit se mezi spisky zabývající se návody, jak tvořit jednotlivé novinářské útvary, jak se naučit psát, kde získávat informace a já nevím co ještě“. (Roth 2005: 5) Právě autorovo „já nevím, co ještě“ se stává klíčem k pochopení důvodů zásadní nedostatečnosti knížky jako odborného nebo výukového zdroje. Mnohé autorovy postřehy z fungování mediální organizace jsou jistě přesné, svěží a směřující k jádru věci, avšak bez alespoň minimálního odkazu k existujícím mediálněvědním a sociologickým teoriím či jejich kritické reflexi zůstávají nedořečeny, na povrchu problému. Stejně tak autor rezignoval, jak sám uvádí, na historické souvislosti nebo popis situace v zahraničí. Právě tyto souvislosti však mohly tvořit zajímavý rámec jeho zkušenostem a učinit publikaci komplexnější. Zcela nedostatečné odborné zakotvení dosvědčuje také chudičký závěrečný soupis použité literatury. Autor v seznamu šesti titulů uvádí kromě jedné sociologické publikace a jedné slovníkové příručky zdroje spíše publicistické a minimálně v jednom případě rozhodně postradatelné (Malette, M. F. 1994. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*). Důvod, proč autor čtenáři zamlčel existenci dostupné odborné literatury z oblasti mediální studií, není zcela jasný. Stejně nejasný účel má i oddíl označený „Zdroje“, kde se nacházejí životopisné údaje několika osob, jejichž souvislost s knížkou nebo autorem není zřejmá.

Nelze než s autorem souhlasit, když se v úvodu vyslovuje pro srozumitelné vyjadřování. Tvrdí: „Protože si myslím, že i kniha, která má ambice čtenáři něco předat, by se v první řadě měla dát číst, nijak jsem se nestylizoval do odborného nebo akademického jazyka a podávám informace mírně odlehčenou formou.“ (Roth 2005: 5) Dále dokonce „varuje“ všechny, kdo by se chtě-

li kriticky vyjádřit k jeho publicistickému stylu. Jeho styl si však kritické zhodnocení zaslouhuje a tato recenze proto autorovo přání respektovat nebude: Kniha je napsána stylem až příliš odlehčeným; nadužívá sarkasmu a ironie, je plná výrazů pocházejících z novinářského slangu, které pohříchu nejsou vždy vysvětleny (např. výraz „ohláška“, viz kap. 11, pojednávající o rozhlasové žurnalistice, s. 108 dole). Už za hranici přijatelnosti se pohybují autorovy výroky typu: „Na jedné straně je tu deník, jehož reportéři dokáží zveřejnit informace, které srazí vaz předsedovi vlády, na straně druhé zaplácávají obrovský prostor slaboduchým tlacháním s lidmi, o které byste si normálně neopřeli ani kolo.“ (Roth 2005: 24) Kdyby autor upřednostnil uměřenost před domnělým efektem, jistě by dosáhl výsledku o poznání srozumitelnějšího a obecně přijatelnějšího. (V tomto směru by bylo možné knihu doporučit studentům žurnalistiky a mediálních studií, kteří rovněž mívají praktické zkušenosti z médií, aby se poučili, jak nepsat své studentské práce.)

Všechny tyto problémy a výtky, jež autor ostatně sám předznamenává, lze ponechat stranou jako irelevantní, pokud čtenář přistoupí na Rothovu nepřímou vyslovenou žádost a nebude publikaci pokládat za odborný text. Zásadním pochybením, jehož se však vydavatel a autor neměli dopustit, je rozpor mezi titulem knihy a jejím vlastním obsahem. Název *Mediální výchova v Čechách* totiž čtenář může interpretovat dvěma různými způsoby: Buď může knihu pokládat za učebnici mediální výchovy, což autor popírá na první straně, anebo ji může chápat jako kritickou reflexi výuky mediální výchovy na českých školách či její koncepcí v závazných školských dokumentech, již Rothova kniha rovněž není. Situace se tímto stává téměř kuriózní, protože po přečtení publikace je čtenáři jasné, že autor se při vytváření titulu své knihy zpronevěřil vlastním zásadám, které formuluje v souvislosti s psaním titulku zpravodajského. Titulek by

podle a autora měl být „stručný, výstižný a lákavý a měl by obsahovat tu nejdůležitější informaci, která je ve zprávě. Nikdy by neměl být zavádějící či nesmyslný“. (Roth 2005: 40) Je zřejmé, že i v tomto případě u vydavatele i autora zvítězila atraktivita titulu, tj. potenciální prodejnost knihy, před výstižným označením produktu. Důsledný čtenář by si tak mohl autorův závěrečný test z třetí kapitoly, kde má za úkol po přečtení zpráv z denního tisku zhodnotit, zda titulky byly pravdivé nebo zavádějící, doplnit o hledání vhodnějšího titulu knihy.

Samotný obsah knížky nechává tušit, že autor přistupoval k jejímu psaní s dobrou vůlí a myšlenkou na prospěch čtenáře masového tisku. V publikaci je patrná solidární snaha vysvětlit čtenáři některé aspekty novinářské práce, které by mu mohly být podle autorova názoru mediálními organizacemi bezděky či úmyslně zamlčovány. Vlastní text autor člení do jedenácti kapitol, z nichž každá je věnována jednomu aspektu tištěné žurnalistiky, přičemž výjimkou je kapitola poslední, kde si autor všímá elektronických médií. Kapitoly vždy obsahují autorův úvod do konkrétní problematiky a popis jeho zkušeností, přetištěné ukázky, shrnutí či slovníčky použitých pojmů a idiomů a (spíše zábavné) závěrečné testy. Členění textu je tedy pro laického čtenáře dostatečné a srozumitelné. Velmi nejasná je ale funkce pasáží nazvaných Příběh z praxe, které se v každé kapitole vyskytují. Jestliže autor předznamenal svou knížku jako sumarizaci svých zkušeností z praxe, jak se pak liší Příběhy z praxe od ostatních autorových vyjádření?

První kapitola může být pro čtenáře masového tisku poměrně užitečná. Autor v ní popisuje marketingové zvyklosti mediálních organizací a charakterizuje média jako nástroj zisku (výrobní organizace), což nikdy není od věci připomenout. (Tramonta 2006: 152–162) Otevřeně také hovoří o nákladech a ziscích médií jako výrobních organizací, takže i blíže nepoučený čtenář

si může učinit poměrně dobrou představu o sumách peněz, které se ve vydavatelském podnikání pohybují.

Ve druhé a třetí kapitole se autor vyrovnává s pravidly a úskalími zpravodajského výběru, nezávislostí médií, objektivitou či infotainmentem. (Reifová 2004) Tyto dvě kapitoly lze se vši rozhodností označit za nejslabší části Rothovy knížky. Na první pohled je zřejmé, že v tomto případě si stanovil příliš těžký úkol. V problematice objektivitě zpravodajství vyjadřuje svůj názor, který v podstatě kopíruje učebnicové prostopřavdy, avšak je zasazen do neurčité změti příhod a výroků, jež k osvětlení tohoto mediálního mýtu rozhodně nepřispějí. Ve třetí kapitole evidentně aplikuje teorii zpravodajských hodnot dle J. Galtunga a M. Rugeové (Galtung – Ruge 1999: 21–31), odkazuje však pouze na B. McNaira (McNair 2004: 79–82), a to ještě z toho vratkého důvodu, že McNair „je světově uznávaným profesorem mediálních studií“. (Roth 2005: 28) Terminologii, kterou autor používá a ve slovníčkách v závěru kapitol také vysvětluje, lze rozdělit na dvě části: První, již autor ze své praxe dobře zná a správně definuje, a druhou, spadající do oblasti mediálních studií, kde vykládá odborné termíny často nepřesně. Příkladem může být infotainment, který autor charakterizuje jako „sdělení s důrazem na zábavu na úkor užitečnosti informace“. (Roth 2005: 32) Bez ohledu na přijatelnost či nepřijatelnost zpravodajství ve funkci zábavy Roth tímto nepřesným vyjádřením přesvědčuje čtenáře, aby uznal zábavu za neúčinnou.

Čtvrtá kapitola je zpracováním autorovy zkušenosti s cestou novináře od události přes vznik zprávy až po její mediaci a (pravděpodobně) intuitivním uchopením teorie gate-keeping. Odborně zainteresovaný čtenář se však nemůže ztotožnit s některými autorovými tezemi, jako je například motivace vzniku zprávy. Podle Rotha může být podnětem k napsání zprávy „agenturní zpráva, informace od zdroje nebo, světe div

se, také výsledek samostatného myšlení novináře“. (Roth 2005: 25) Zde se ukazuje, že autor nechápe zprávu jako popis události nezávislé na existenci či zájmu médií, nýbrž jako cosi, co může vzniknout z novinářova popudu, bez vztahu k extramediálnímu dění, tj. jedná se o pseudoudálost. (Boorstin 1987) Ze způsobu, jakým se k tomuto vzniku zprávy autor vyjadřuje, lze usuzovat, že jej považuje za chvályhodný. Autor by v tom případě mohl být považován za krajního zastávce teorie mediální konstrukce reality; ostatní vyznění jeho názorů však působí zcela opačně. Je tedy zřejmé, že autor ve věci nemá příliš jasno.

Na stejnou potíž naráží také v páté kapitole při popisu jevů, které charakterizuje jako manipulaci nebo skrytou reklamu. Vzhledem k době, kdy kniha vznikala, se rozsáhle zabývá v té době poměrně novým formátem v české mediální krajině, jímž je reality-show. Zvláště v případě skryté reklamy mohou být autorovy postřehy pro laického čtenáře objektivní a možná i pobuřující, a to vzhledem k představám, které by snad o působení médií mohl chovat. Ani zde se autor bohužel nevyhne některým generalizujícím a nijak nepotvrzeným závěrům, s nimiž se nelze ztotožnit: „rozvleklé prezentování názorů pro a proti neznamená nic jiného, než že zvědavost na reality show popadne i toho nejvíce zatvrzelého intelektuála, který z principu pohrdá televizí vůbec“. (Roth 2005: 48)

Kapitoly šestá, sedmá a osmá by mohly být jistou odměnou trpělivému čtenáři za to, že se knihou pročetl až sem. Autor se v nich evidentně dostává do míst, kde nejlépe uplatní své profesní zkušenosti a návyky, a zřejmě se i cítí volněji. Publicistiku (zajímavou i neprofesionálně provedenou) označuje v šesté kapitole za tvář deníku (a tištěného média vůbec), jeho argumenty vyznívají přinejmenším přirozeně. Výsledný dojem je však opět pokazen pasáží, v níž autor adresně vyjadřuje své sympatie či antipatie k práci některých

českých komentátorů. Čtenář totiž rychle pochopí, že se v podstatě jedná o Rothovy kolegy, a je nucen čelit pocitům trapnosti: „Zatímco texty Jiřího Hanáka mají hlavu a patu a čtenář se v nich snadno orientuje, na stránkách Práva publikuje i Martin Hekrdla, kterého bych zařadil mezi slovní žonglery, kdy se přes záplavu kreativně poskládaných výrazů jen těžko prohrabete k podstatě sdělení.“ (Roth 2005: 57) V sedmé kapitole věnuje zvláštní pozornost umění rozhovoru, kde čtenáři předkládá nástroje, jak snadno odhalit absenci řádné přípravy, pohodlnost či neumětelství novináře, popřípadě triky časopisů, jak „z ničeho“ udělat rozhovor. Také zde autor adekvátně uplatnil své profesní znalosti. Škoda, že dojem z autorových výstižných postřehů opět degraduje jeho styl, který by jistě mohl legitimně a s úspěchem použít na redakční poradě, ale v tištěné publikaci, jež má být mediální reflexí, působí nemístně. Ani v této kapitole se nevystříhal komentování umu svých kolegů, tentokrát však alespoň formou pochvaly. Kapitola věnovaná interpretaci obrazových textů je vzhledem ke zkušenosti s první částí knihy téměř příjemným překvapením. Lze jistě ocenit, že autor zařazuje vybrané snímky a jejich titulky, které vyšly v různých novinách. Čtenář tak dostává k posouzení argumenty, které autora vedly k jeho závěrům. Zároveň získává příležitost uvědomit si specifickou řeč fotografií, které mnohdy nesou zásadní významy. Nejasně ale autor v této kapitole pracuje s pojmem celebrita. Vzhledem k tomu, že jej nijak nevymezuje, je těžké uvěřit mu například tvrzení, že „seriózní deníky se zatím celebritám vyhýbají“. (Roth 2005: 77) Pokud by totiž pod pojmem celebrita chápal například úzkou skupinu lidí sledovaných médií, nemohl by toto tvrzení udržet. (Bauman 1999: 66) Zvláště také působí autorův údiv nad tím, že české deníky se často shodují ve výběru agenturních fotografií – autor sám se v první části knihy dotkl pravidel zpravodajského výběru, který přirozeně platí i pro fotografie.

Naopak velmi vhodně autor v této kapitole zařadil polemiku o zveřejňování fotografií zobrazujících lidské utrpení a souvisejících etických problémech.

V posledních třech kapitolách už autor nijak nepřekračuje linii, kterou vyznačil v první části knihy. Dominantním důvodem pro zařazování příloh k dennímu tisku je podle něj potřeba vytvoření prostoru pro reklamu. Opět se dopouští terminologických nepřesností, když například není zcela jasné, v jakém významu autor chápe pojem „kultura“ (Barker 2006: 95-98): „I když to vypadá, že kultura zajímá stále méně lidí, kulturní přílohy jsou ty nejvyhledávanější.“ (Roth 2005: 90) Svůj postoj k přílohám Roth znovu nastiňuje prostřednictvím žlučovitého komentování výkonů svých kolegů. Tyto pasáže je snad lépe přeskočit. V části věnované časopisům by bylo nasnadě předpokládat, že zde autor vzhledem ke svému zaměstnání (šéfredaktor lifestylového časopisu Redhot, viz přebal) ukáže to nejlepší, co umí. V úvodu charakterizuje typy časopisů, které vycházejí v našem mediálním prostoru. Není překvapením, že nejlaskavějšího komentáře se dostává časopisům společenským, zatímco zpravodajské podle Rotha nacházejí stále dost čtenářů „rozmazáváním a rozpitváváním nějaké události, propírané v denních periodikách“. (Roth 2005: 93) Ohledně časopisů pro děti a mládež varuje před jejich vlivem a v dobré vůli, avšak opět mylně, tvrdí, že jejich prostřednictvím děti „přicházejí poprvé do styku s iluzorním světem plným krásy, zdraví a štěstí, který nemá s reálným světem nic společného“. (Roth 2005: 94) Autor evidentně zapomněl na existenci televizní reklamy, kterou děti vstřebávají mnohem dřív, než dokážou číst nebo jen prohlížet časopis. (Pravdová 2006: 61-68) V této kapitole na sebe Jiří Roth zároveň prozradil možná mnohem více, než chtěl. V souvislosti se zábavními časopisy píše, že „drtivou většinu kupujících tvoří ženy, což platí ostatně pro většinu časopisů,

snad vyjma těch odborných“. (Roth 2005: 95) Škoda, že autor své tvrzení o ženské nedostatečnosti v nákupu odborných tiskovin nijak nerozvádí – čtenář/ka by se jistě rád/a nechal/a poučit, popřípadě ve výzkumech dohledal/a příčiny této anomálie. V testu k této kapitole se ostatně autor nevyvaroval ani jiných stereotypů a tradovaných klišé, jako že „Reflex je pro aktivní populaci, mladšího až středního věku, bez rozdílu pohlaví“. (Roth 2005: 115) Patrně se dosud nedozvěděl, že i těmto médiím hlavního proudu mnozí badatelé a badatelky vyčítají převahu mužských témat a že významově mužský časopis se nemusí poznat pouze podle nahé modelky na obálce. (Zoonen 1992, 1994)

Kapitola poslední, nazvaná *Stručný pohled do ostatních médií na závěr*, snad ani ve spisku shrnujícím autorovy zkušenosti s tištěnými médii nemusela být. Jedná se o jakési porovnávání domnělých výhod a nevýhod elektronických médií vzhledem k tištěným, přičemž je zřejmé, že autor se v problematice elektronických médií neorientuje a předkládá čtenáři metafyzické hádanky typu: „do tištěných zpráv se vejde více informací než do zpráv reprodukováných hlasatelem“. (Roth 2005: 107) Patrně v důsledku své nezkušenosti v této oblasti opět zaměňuje profesní slang za žánrovou terminologii. Poslední kapitole lze označit za zcela postradatelnou, a pokud vydavatel skutečně v budoucnu plánuje vydání dalších dílů tohoto díla zaměřených na internet a televizi, jak avizuje na přebalu, bylo by užitečné, kdyby tento svůj záměr ještě zvažil. Vydavatel se naštěstí vystavuje podezření, že rychlým vydáním titulu se slovním spojením „mediální výchova“ v roce 2005 provedl obratný marketingový kousek, kterým využil silné tržní poptávky po tomto tématu, a žádné pokračování ve skutečnosti nechystá. Recenzentka zároveň vydavateli děkuje, že knížka nesplnila příslib na obalu a Jiří Roth nebyl nikde uvnitř odhalen.

Své dílo autor uzavírá metaforou, v níž přirovnává získávání informací z médií k nákupu v supermarketu (což znovu dokládá autorův – jistě legitimní – názor, že média jsou jeden velký obchod): „[P]otřebujete jen rohlíky a mléko, ale v košíku se vám hromadí čipsy, cola a čokoláda. [...] Stejně je to s informacemi. Potřebujete vědět, co se děje, abyste se dokázali orientovat v současném světě, a místo toho hltáte články a pseudopříběhy rádo by celebrit, zabýváte se tím, zda vás absence značkového zboží nevyřazuje z kolektivu a zkoumáte možnosti, jak být úspěšnější, krásnější a zdravější.“ (Roth 2005: 111) Ukazuje, že autor si dobře uvědomuje některé problémy mediálního světa, na druhou stranu ale z jeho výroku není jasné, které informace jsou ty, jež máme potřebovat k orientaci v současném světě. Ať se to autorovi líbí nebo ne, pseudopříběhy celebrit, značkové zboží a touha být zdravý a úspěšný jsou součástí světa mnoha lidí. Závěr ovšem rozhodně znovu dokládá autorovu dobrou vůli a snahu prospět, díky které mu laskavý čtenář možná rád odpustí některé přehmaty, jichž se ve své knížce dopustil.

Komu je tedy kniha určena a komu ji doporučit? Vydavatel na přebalu hlásá, že je určena všem, kteří chtějí porozumět mediálnímu světu, a že bez těchto informací se neobejdou PR specialisté, marketing středních firem, studenti středních a vysokých škol, budoucí novináři a čtenáři novin. Je však jisté, že všichni jmenovaní se bez knihy obejdou velmi snadno, protože mají-li s médií své zkušenosti, dokážou je shrnout a reflektovat sami. Ve skutečnosti byla kniha určena ke koupi všem, kdo se v roce 2005 chtěli vzdělat v mediální výchově. Ti už naštěstí v současné době mají dostatek příležitostí koupit si knihy, které splní, co slibovaly. Nyní je publikace určena pouze lidem, kteří chtějí porozumět světu Jiřího Rotha, proto ji lze vřele doporučit jeho spolupracovníkům a podřízeným.

Literatura

- Barker, Chris. 2006. *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál.
- Bauman, Zygmunt. 1999. *Globalizace. Důsledky pro člověka*. Praha: Mladá fronta.
- Boorstin, Daniel J. 1987. *The Image. A Guide to Pseudo-events in America*. New York: Atheneum.
- Galtung, Johan – Ruge, Mari H. 1999. „The Structure of Foreign News.“ In *News: a Reader*. Ed. Tumber, H. Oxford: Oxford University Press.
- McNair, Brian. 2004. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál.
- Pravdová, Markéta. 2006. *McDonald's – tak trochu jiná kultura?* Praha: Karolinum.
- Reifová, Irena & kol. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Roth, Jiří. 2005. *Mediální výchova v Čechách*. Praha: Tutor.
- Trampota, Tomáš. 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál.
- Zoonen, Liesbet van. 1992. „Mass Media and the Womens Movement: The Construction of a Public Identity “ In *European Journal of Communication*, r. 7, č. 4.
- Zoonen, Liesbet van. 1994. *Feminist Media Studies*. London: Sage.
- Vybrané publikace a odkazy k mediální výchově**
- Burton, Graeme – Jiráček, Jan. 2003. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal.
- Brečka, Samuel. 1999. *Mediální výchova*. Bratislava: Národné centrum mediálnej komunikácie.
- Jiráček, Jan – Köpplová, Barbara. 2003. *Mediální společnost*. Praha: Portál.
- Mediální tvořivě*. <http://www.mediatvorive.cz/> (6. 11. 2007)
- „Mediální výchova.“ In *Metodický portál RVP*. <http://www.rvp.cz/sekce/182> (6. 11. 2007)
- Mičienka, Marek – Jiráček, Jan & kol. 2007. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál.
- Mičienka, Marek – Jiráček, Jan & kol. 2006. *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech.

- ProMed – PROjektovým vyučováním k MEDIální výchově.* <http://portal.celn.cz/promed/> (6. 11. 2007)
- Průřezová témata prostřednictvím dokumentárních filmů/ ZŠ. 2007.* Praha: Člověk v tísni.
- Revue pro média č. 8 – Mediální gramotnost.* 2004. Brno: Spolek přátel pro vydávání Hosta. http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue08/archiv_08.htm (6. 11. 2007)
- Rozumět médiím – mediální výchova pro učitele.* <http://www.rozumetmediim.cz> (6. 11. 2007)
- Stewart, Colin – Lavelle, Marc – Kowaltzke, Adam. 2001. *Media and Meaning: An Introduction.* London: BFI Publishing.
- Svět průřezových témat pro I. stupeň ZŠ.* 2006. Praha: Raabe.
- Svět průřezových témat pro II. stupeň ZŠ.* 2006. Praha: Raabe.
- „Teaching Resources.“ In *British Film Institute.* <http://www.bfi.org.uk/education/teaching/> (6. 11. 2007)
- Verner, Pavel. 2007. *Mediální výchova – průřezové téma.* Praha: Albra.
- Varianty.* <http://www.varianty.cz> (6. 11. 2007)
- Základy žurnalistiky pro redaktory školních časopisů.* 2004. Praha: Otevřená společnost.

Učebnice, která oživí kurzy mediálních studií

František Kalvas

Eoin Devereux: *Media Studies. Key Issues & Debates.*

London – Thousand Oaks – New Delhi – Singapore: Sage, 2007.

Kniha editorky Eoin Devereux je v několika ohledech netypickou učebnicí. Předně, sama editorka vymyslela „pouze“ celou koncepci učebnice, poté oslovila různé akademiky, etablované i nové tváře, aby se zhostili tvorby jednotlivých kapitol (mezi autory najdeme i tak zvučná jména jako je Pamela J. Shoemaker, Lisbeth

van Zoonen, Sonia Livingstone a Greg Philo). Editorka pak dohlížela na to, aby autoři v několika bodech naplnili základní formát kapitol – jinak jim v obsahovém zpracování témat dala volnost.

Věcně editorka vytyčila pro autory kapitol dva cíle: (1) aby autoři zasazovali svěrenou problematiku do sociálního kontextu a (2) aby při analýze užívali holistický model, který zohledňuje produkci textu komunikátorem, obsah textu a také recepci textu publikem. (s. 3) Sama editorka se těchto dvou zásad držela i při volbě témat jednotlivých kapitol, kdy některé z nich akcentují nějakou část holistického modelu a některé sociální kontext.

Dále editorka od autorů žádala, aby každá z kapitol formálně obsahovala následující: (a) definice klíčových konceptů, (b) přehled stavu debaty o tématu, (c) „[...] aktuální ilustrativní materiály a data.“ (s. 2), (d) „detailní případové studie“ (s. 2), (e) shrnutí tématu na konci kapitol, (f) „anotovaný seznam textů k dalšímu studiu“ (s. 2) a (g) vhodné úkoly pro studenty. Každá z kapitol naplňuje těchto sedm bodů do různé míry, což je logický důsledek toho, že každá z kapitol je sepsána různými autory. Obecně se forma zpracování jednotlivých kapitol pohybuje od klasického učebnicového textu, jak bychom očekávali, až k originální studii, kterou bychom spíše očekávali v odborném časopise.

V první kapitole se Natalie Fenton snaží překonat – podle ní zdánlivě – rozdíly v přístupu k analýze mezi kritickou politickou ekonomikou a kulturními studii. Ukazuje, že kritickou politickou ekonomikou a kulturní studia je možné při analýze produkce, obsahu a chápání sdělení publikem vhodně organicky propojit. Kapitola nejprve rekapituluje historii konfliktu mezi oběma analytickými přístupy a poté je srozumitelně představuje (věnuje jim plochu rozsáhlejších, a tedy podrobných slovníkových hesel). Cenné je obecné vysvětlení výhod, které nabízí propojení těchto dvou

přístupů, navíc doplněné o ilustraci takového postupu.

Tou je analýza reality show *Big Brother*, kde je tento televizní formát postihnout v daném sociálním kontextu. Jediné, v čem Natalie Fenton nenaplnila záměry editorky, jsou anotace dalších textů ke studiu. Na konci kapitoly uvádí sice seznam třinácti tematicky rozřazených textů, ale jejich anotace chybí.

Ve druhé kapitole představují David Croteau a William Hoynes klasický přehledový text zaměřený na mediální průmysl. Nejprve se věnují základním definicím a pak zmiňují poslední vývojové trendy tohoto odvětví (doplněné o konkrétní současné údaje). Následně se soustředí na změny ve struktuře a strategiích mediálních koncernů a na závěr se zabývají otázkou, zda s příchodem nových technologií končí éra masových médií, přičemž odpověď autorů zní, že dosud se vždy velcí mediální producenti dokázali přizpůsobit novým technologickým podmínkám a nyní není důvod se domnívat, že by se jim to tentokrát nemělo podařit.

Z hlediska moci se novými technologiemi zabývá ve třetí kapitole Michael J. Breen, který formuluje základní otázky, které je třeba si v souvislosti s novými médii klást. V duchu zadání editorky Devereux se Breen zabývá zvláště producenty a obsahem sdělení, která jsou novými technologiemi nesená, a zvláště publiky těchto sdělení. Breen poukazuje na klíčovou roli obsahu, který však je, a podle Breena i nadále bude, kontrolován velkými mediálními producenty. V závěru upozorňuje na hrozbu, že obsah nových médií přestane reflektovat základní sociální témata a problémy. Konečně, je třeba ocenit podrobné anotace textů k dalšímu studiu na konci kapitoly.

Čtvrtá a pátá kapitola se více či méně věnují *diskurzí analýze*, což je známkou, že v knize začíná být akcentován především obsah sdělení. Nejprve Philippa Smith a Allan Bell stručně popisují kořeny *diskurz-*

ní analýzy a dále se pak zmiňují o základních přístupech v rámci diskurzí analýzy a o *kritické diskurzí analýze*. Tento výklad je doplněn rozsáhlou ilustrativní analýzou článku, který popisuje konflikt mezi japonskou velrybářskou lodí a lodí Greenpeace. Čtvrtá kapitola je doplněna dobře anotovaným seznamem textů k dalšímu studiu.

V páté kapitole se Greg Philo zabývá analýzou obsahu zpráv a je v tomto ohledu – jako ředitel výzkumu *Glasgow University Media Group* (GUMG) – osobou nad jiné povolnou. Philo velmi stručně charakterizuje obsahovou analýzu a poté se naopak velmi podrobně zabývá tím, jakým způsobem je možné spojit obsahovou analýzu s identifikací přítomné ideologie. Charakterizuje zde tři přístupy: (1) přístup realizovaný v rámci GUMG a analytické strategie (2) Theuna van Dijka a (3) Normana Fairclougha. Ke konci kapitoly Greg Philo charakterizuje genezi a podstatu jedné z metod GUMG – *hry na novináře* (*news game* nebo také *news writing exercise*). Autor v této kapitole také upozorňuje na (různá) nebezpečí pozitivistické analýzy, kterým se snaží představené přístupy čelit, přičemž jako poměrně spolehlivé řešení doporučuje věnovat pozornost nejen obsahu, ale také jeho produkci, recepci a cirkulaci významů.

V šesté kapitole se Jenny Kitzinger zabývá *analýzou rámců* (*frame analysis*) – uvádí historii tohoto přístupu, metodu charakterizuje a ilustruje ji na příkladech analýz článků o embryích ve výzkumu kmenových buněk a článků o uprchlících. Koncepte celé knihy se přitom nejvíce projevuje v pasáži, v níž se Jenny Kitzinger věnuje analýze rámců v produkci sdělení. Přiznává zde, že tradičně se analýza rámců soustředí především na samotné sdělení, případně na jeho dopad na příjemce, ale roli producentů byla dosud věnována jen malá pozornost. Otázka „Odkud se rámce berou?“ (s. 138) je zkrátka zcela zásadní, ale analýzou rámců zatím téměř nepovšimnutá. Kitzinger ukazuje, že

zdrojem rámců mohou být politické instituce a odkazuje čtenáře na další literaturu. Kapitola je doplněna pečlivě anotovanými texty, určenými k dalšímu studiu.

V kapitole sedmé se Amanda Hayes zabývá mediální reprezentací rasy a etnicity a podobně se v kapitole osmé Joke Hermes zabývá reprezentací genderu. Obě kapitoly se vymykají tím, že v nich nejde ani o specifickou teorii mediálních studií, ani o specifickou metodu, nýbrž o širší téma či problém, jehož jsou média pouze součástí. Obě kapitoly představují definice konceptů a dále zabývají se tím, jakými způsoby jsou příslušné stereotypy médií reprodukovány. Kapitola věnovaná etnicitě se více zaměřuje na zastoupení etnik v produkci sdělení a v jejich obsahu, zatímco kapitola týkající se genderu se více zabývá vztahem genderu a žánru a genderováním publika.

V deváté kapitole řeší John Corner vztahy médií, moci a politické kultury. Kapitola má charakter odborného eseje doplněného o nepřilíš povedený informační box. Ze samotného eseje se sice dozvíme, že bychom měli rozlišovat mezi termíny *propaganda* a *spin*, ale z informací uvedených v „boxu“ tento rozdíl patrný není. V eseji jako takové John Corner identifikuje čtyři změny, které v současnosti nastaly ve vztahu mezi politickým a mediálním systémem. Jsou to (1) proměna povahy politické publicity a jejího managementu ze strany politiků, (2) změna tónu politické žurnalistiky v prostředí měnící se ekonomiky, (3) posun podstaty občanství a (4) důsledky nových komunikačních technologií. Na závěr John Corner navrhuje dvě oblasti, kterým by měla být, jako ohniskům dalších možných změn, věnována v budoucnu pozornost. Jsou to: (a) propagační etika, tj. co lze v komunikaci politiků s veřejností považovat ještě za přijatelné, a (b) politická kultura.

V desáté kapitole Pamela J. Shoemaker spolu se svými kolegy prezentuje vlastní výzkum v oblasti zpravodajských hodnot. Tato prezentace má parametry regulérního odborného časopiseckého textu. Hlavním tématem jsou fyzická (*proximity*)¹⁸ a psychologická (*scope*)¹⁹ úroveň události jako zpravodajské hodnoty. Podle autorů této kapitoly to však je míra shody mezi těmito dvěma úrovněmi, která hraje roli jako zpravodajská hodnota a rozhoduje o tom, zda bude událost vybrána jako zpráva, či ne. V obsahové analýze více než 30 000 článků z několika zemí světa bylo kódováno, zda popisované události proběhly na lokální, regionální, národní či mezinárodní úrovni (*proximity*) a na jakých úrovních byl patrný jejich dopad (*scope*). Závěry ukazují, že u většiny zpráv (70 %) jsou obě úrovně shodné.

V jedenácté kapitole Peter Hughes čtenářům představuje textuální analýzu. V úvodu definuje text v sémiotickém smyslu, tedy jako „organizovaný soubor znaků“ (s. 249), v němž žádný druh znaku nemá významnější hodnotu než jiný. Obecným charakteristikám textu a textuální analýze je nicméně obětována jen menší část kapitoly. Její většina je věnována vysvětlení metody, a to na příkladu analýzy krátkého dokumentárního filmu *The Ballad of Big Al*. Postup analýzy je průběžně komentován a doplněn například ukázkou záznamového archu. Tento názorný a podrobný náhled do analytické kuchyně je v knize doplněn nejrozsáhlejším a nejpodrobněji anotovaným seznamem textů.

Analýzu televizních žánrů, zejména seriálů, rozebírají ve dvanácté kapitole Kim Akass a Janet McCabe. Velkou pozornost přitom věnují samotnému pojmu žánr, jeho vývoji, vztahu k publiku, jak je s ním zacházeno v mediálním průmyslu a jak dochází

18 Pojmem *proximity* autoři označují, v jakém geografickém prostoru událost *fyzicky* probíhá – zda na lokální, regionální, národní či mezinárodní úrovni.

19 Pojmem *scope* se zase míní pro jaký geografický prostor jsou *relevantní dopady* této události – zda to je úroveň lokální, regionální, národní či mezinárodní.

k míšení žánrů. Svůj výklad autorky hojně prokládají příklady, které v anglosaském kontextu zřejmě jejich výklad velmi trefně ilustrují, ale které českému a slovenskému čtenáři nemusí být blízké. Autorky ovšem se čtenáři, kteří nemusí americkou seriálovou produkci dobře znát, počítaly, a tak se z poznámek dozvíme alespoň něco o některých nám dosud neznámých seriálech.

Ve třinácté kapitole Sonia Livingstone rozebírá fenomén *pokojevé kultury* (*bedroom culture*) a to, jaké změny přináší rodinám prostý fakt, že jsou dětské pokoje vybavovány televizí. Tato kapitola je opět klasickým odborným časopiseckým textem, opírajícím se tentokrát o analýzu kvalitativního ražení. Text popisuje „přesun“ dětí a mladých lidí z ulice (*street culture*) do vlastního pokoje (*bedroom culture*), přičemž Livingstone se snaží porozumět jak příčinám tohoto procesu, tak efektům, které takovýto proces privatizace na mladé lidi má. Sleduje také dopady procesu na život rodiny a obavy rodičů. Při svém výzkumu pracuje s analýzou rozhovorů, pro ilustraci hlubších obecnějších procesů používá statistické údaje a v neposlední řadě také analyzuje obrázky vytvořené dětmi a mladými lidmi.

Ve čtrnácté kapitole se Jeroen de Kloet a Liesbet van Zoonen zabývají kulturou fanoušků, a to především fanoušků televizních seriálů. Autoři se snaží vyhnout negativním konotacím, které jsou se slovem „fanoušek“ obvykle spojovány, a také se pokoušejí o překonání limitů psychologického přístupu, který počítá s tím, že publikum si k nějaké osobě (například postavě, hrdinovi, herci, zpěvačce, či sportovkyni) vytváří parasociální vztah. De Kloet a van Zoonen říkají, že fanouškovství je spíše charakterizovatelné jako obecný vztah k textu/ textuálnímu objektu, a to s tím, že „znalosti, [...] praktiky a interakce obsažené ve fanouškovství nejsou v zásadě odlišné od těch, které se týkají umění, politiky a vědy“. (s. 337)

Jedinou odlišnost tak spatřují pouze v povaze textuálního objektu, ke kterému se fanoušci – na rozdíl od milovníků umění, politických participantů a učenců – vztahují. De Kloet a van Zoonen dále ukazují, že fanouškovství má několik dimenzí: kulturní (jde o akt kulturní produkce), performativní (v tomto aktu jsou performovány gender, etnicita, třída, věk a sexualita) a lokální (jde často buď o vztah k lokálním textuálním objektům, nebo o produkci lokálních textů, které se vztahují ke globálním textuálním objektům). Kapitola je napsána jako svěží, přehledně strukturovaný učebnicový text doplněný četnými boxy a příklady.

V patnácté kapitole se Kevin Howley zabývá vztahem komunitních médií a veřejné sféry. V krátkém učebnicovém textu autor nejprve představuje Habermasův koncept veřejné sféry a jeho vztah k moderním médiím a následně pojmenovává možná ohrožení veřejné sféry. Jako jedno z nich uvádí právě komunitní média, která ji měla rozdrobit na jednotlivé komunitní diskurzy. Howley však tvrdí, že veřejná sféra je komunitními médii naopak revitalizována. Své tvrzení Howley dokládá třemi krátkými případovými studii. Kapitulu uzavírá krátký, ale velmi dobře anotovaný seznam textů k dalšímu studiu.

V poslední kapitole Karim H. Karim charakterizuje vztah mezi médii a diasporou. Činí tak formou klasického učebnicového textu – nejprve definuje pojmy jako diaspora, národ, globalizace a jejich vztahy a poté se podrobněji věnuje tzv. etnickým médiím. Více se zde zaměřuje na satelitní vysílání a na jeho využití v diaspoře, na úspěch bollywoodské produkce v indických diasporách a na možnosti, které pro diasporu představuje kyberprostor. Karim ukazuje, že diaspory jsou v přijímání a využívání nových technologií velmi aktivní a patří mezi jejich první uživatele. Seznam textů k dalšímu studiu na konci kapitoly je poměrně rozsáhlý a dobře anotovaný.

Nepochybným přínosem této učebnice je dostatek prostoru věnovaný problémům podstatným v rámci mediálních studií. Přínosná je také žánrová a obsahová pestrost jednotlivých kapitol – můžeme tu krom klasických učebnicových textů narazit na eseje, metodologické a klasické odborné články, přičemž volbu žánrů lze ve všech případech hodnotit jako velmi vhodnou. Dalším kladem knihy je, že se kapitoly soustředí na různé aspekty mediálních studií: teorie, metody, technologie a témata s širším, politickoekonomickým přesahem. Můžeme tedy uzavřít, že editorka Eoin Devereux své zadání dodržela a navíc se jí toto zadání podařilo naplnit přínosným a opravdu smysluplným obsahem.

Otázkou však zůstává, k čemu se taková publikace hodí. Tato kniha není klasickou učebnicí, která by poskytovala vyčerpávající přehled o historických a aktuálních tématech oboru. Teoretické bohatství, které mediální studia za léta své existence nahromadila, zmiňuje kniha okrajově. Proto se jen těžko může stát osou nějakého úvodního kurzu a základním učebním materiálem.

Síla této učebnice je ale paradoxně právě v tom, že se soustředí na šestnáct dobře vybraných partikulárních témat, díky čemuž mohou studenti získat dobrý přehled o tom, jak mají vypadat kvalitní, a přitom původní texty. Rozhodně lze části této učebnice využít také k výkladu témat, kterým hodláme věnovat větší pozornost. Především se však nabízí možnost využít zvolené kapitoly jako četbu a výchozí diskusní materiál pro semináře, vybrané kapitoly by rovněž mohly studentům posloužit při práci na bakalářské či diplomové práci, a to jako základní úvod do tématu a přehled o současné literatuře věnované tématu.

Knihu editorky Eoin Devereux tak lze vřele doporučit jako materiál, který může výrazně oživit stávající či připravované kurzy mediálních studií a který může pomoci studentům s jejich první vážnou prací.

Úvahy o kombinacích metod, které nevznívají jako fráze

František Kalvas

Andy Ruddock: *Understanding Audiences. Theory and Method.*

4. vydání (poprvé 2001). London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage, 2006.

Učebnice zkoumání publika, jejímž autorem je Andy Ruddock, je poněkud neobvyklá – je skutečně velmi problematické stručně vystihnout její hlavní předmět, protože výklady teorií jsou zde propojeny s výkladem a diskusí metod, kterými se k ověřování teorií dospívá. Kniha se navíc věnuje jak klasickému výzkumu účinků masové komunikace, tak kulturním studiím na straně jedné – a kvalitativním i kvantitativním metodám výzkumu na straně druhé. Když k tomu všemu přičteme uvedení do vztahů mezi teorií a metodou a rekapitulaci debaty mezi Karlem Popperem a Thomasem Kuhnem, můžeme mít pocit, že naznačená syntéza nemohla dopadnout dobře. Opak je však pravdou, v knize je vše organicky propojeno.

Andy Ruddock zkrátka napsal velmi zdařilou učebnici, která v úvodu upozorňuje studenty na zásadní vztah mezi poznatky a metodou a dále je seznamuje s teoriemi a metodami studia účinků masové komunikace a výzkumu veřejného mínění. V dalších kapitolách přechází přes teorii kultivace ke kulturním studiím a obhazuje tezi, že ač jsou tyto teoretické přístupy zakotveny v jiných výzkumných paradigmatech, dochází k podobným závěrům. Teorie kultivace, „zatímco stále ‚chroupá čísla‘“, dle autora dospívá ke „kritičtějšimu postoji“, a to proto, že odděluje pozitivismus od kvantitativních metod. (s.16)

Ruddock všechny teorie a metody, o nichž pojednává, kriticky hodnotí – a je

velmi pozitivní, že se poctivě snaží žádnému z přístupů a žádné z metod nestránit. Obecně se o jeho hodnocení dá říci, že se snaží ukázat hranice, v nichž mohou přístup a metoda spolehlivě fungovat, tedy hranice, mimo které je riskantní přijímat závěry. Celou knihu Ruddock například uzavírá takto: „[...] moc je materiální síla, která může být částečně měřena; kulturní koheze může nastat pouze tehdy, když většina myslí a jedná určitým způsobem. Kvantitativní výzkum je tudíž důležitý jako prostředek mapování zjevných (*denotative*) aspektů moci. Kvalitativní metody jsou užitečným způsobem analýzy toho, jak jsou tyto formace konsenzu utvářeny, udržovány a měněny. Výzkum publika by konec konců měl být hodnocen podle stupně shody mezi metodou a otázkou.“ (s. 181)

Ruddock ve své knize ukazuje, že při výzkumu publika neexistuje jeden jediný správný způsob. Neprosazuje tedy ani kulturní studia, ani kvantitativní přístup (v tomto případě především kultivační analýzu), ani jeden z těchto směrů automaticky nezavrhuje. Snaží se pouze ukázat, že odlišné teoreticko-metodologické přístupy produkují odlišné, ale komplementární poznání. Klíčová je pak samozřejmě odpověď na otázku, k jakému poznání o publiku chceme dospět. Podle Ruddocka bychom přiměřeně této odpovědi měli volit teorie, které budou náš výzkum rámovat, a tudíž i metody, které během výzkumu použijeme.

Příčiny sporu mezi tradicí účinků a kulturními studii vidí Ruddock ve třech bodech. (1) Výzkum účinků ve svých počátcích (tj. 20. léta 20. století) špatně odhadl povahu, sílu a „reakční dobu“ efektů masové komunikace, přičemž tento omyl je pak reprodukován některými pokračovateli této tradice. V některých případech je kvantitativní přístup s tímto „starým“ omylem stále nespravedlivě spojován, ač se snaží změnit pohled na povahu efektů masové komunikace. (2) Obě tradice se liší v pojetí publika – zatím-

co výzkum účinků se zajímá pouze o to, zda dotázaný vstoupil do interakce s médiem, kulturní studia pojmají diváctví jako pestrou škálu aktivit (od sledování televize jako kulisy počínaje, přes poslech rádia spojený s četbou komiksu, až po zanícenou četbou novin) mezi nimiž se snaží pečlivě rozlišovat. (3) Především se však oba přístupy liší v otázkách, které si kladou.

Prvá kapitola Ruddockovy učebnice se týká především vztahu mezi teorií a metodou. Teorie je zde ukotvením mnoha předpokladů nezbytných pro náš výzkum a zároveň představuje odrazový můstek pro metodické zkoumání našeho světa. Dále autor v této kapitole studentům vštěpuje, že v sociálním světě neexistuje žádná pravda, která by čekala na objevení pomoci správné metody – odmítá tedy objektivistické nároky na sociální vědy. Upozorňuje studenty, že (1) sociální realita je příliš komplexní na to, aby mohla být zkoumána pomocí jediné spolehlivé metody a že (2) sociální výzkum je sociálním dějem svého druhu, a jeho výstup je proto velmi ovlivněn zvoleným paradigmatem a teoretickým a metodologickým rámcem.

Ve druhé kapitole Ruddock shrnuje rané období výzkumu účinků masové komunikace (zhruba 20. až 50. léta 20. století), přičemž se soustředí především na tehdy převládající pojetí efektů masové komunikace jako efektů kvantitativních. Předkládá zde stručný a dobrý přehled dobových komunikačních modelů, seznamuje studenty s experimentem a surveyem a s metodami analýzy dat. Pak rekapituluje pozdější kritiku namířenou vůči tomuto období a zároveň ukazuje, jaké poznání takové metody vyprodukovaly a do jaké míry je toto poznání použitými metodami omezeno.

Třetí kapitola nám podává přehlednou historii výzkumu veřejného mínění. Autor o něm soudí, že je to dnes nejběžnější forma studia publika. Podle Ruddocka se v poslední době tento výzkum odklání od sledování okamžitých efektů a zabývá

se vztahem socializace a médií a studiem mediálního šíření ideologií. Výzkum veřejného mínění také opouští představu, že jedni aktéři studovaných procesů jasně determinují druhé – vztahy mezi médii, politickými institucemi a publikem jsou v poslední době uvažovány jako vztahy vzájemné interakce. Příčinu inovací na poli výzkumu veřejného mínění vidí Ruddock právě v tomto myšlenkovém obratu. Jako jeho ilustrace může sloužit studium politických orientací a především jejich utváření v rámci dlouhodobé interakce medií, publika a politických institucí.

Čtvrtá kapitola se snaží oddělit zdánlivě velice pevně provázanou dvojici kvantitativního přístupu a pozitivismu. Jako příklad zde slouží teorie kultivace, což je přístup, který sice stále používá kvantitativní metody, ale je ve svém zkoumání podobně kritický jako kulturní studia. Teorie kultivace je podle Ruddocka schopna produkovat zobecnitelné vzorce reakcí publika na obsah (především) televizního vysílání. Je tedy schopna ukázat propojení mezi zájmy korporací, podobou jejich placených sdělení a reakcí diváků na tato sdělení. V tom se podobá politické ekonomii a evropské kritické teorii. Hlavní zbraň této teorie tkví podle Ruddocka ve schopnosti výše zmíněné vztahy přesvědčivě doložit. Její hlavní slabina je však v neschopnosti přesvědčivě popsat, jak k procesu kultivace dochází. Ruddock vidí příčinu této neschopnosti v nedostatečné reflexi kvalitativních aspektů textuality, zároveň však dodává, že to nijak nesnižuje validitu celého přístupu – jen je třeba mít na paměti, že vztah medií a publika je bohatší, než teorie kultivace předpokládá.

V páté kapitole jsou charakterizována kulturní studia a jejich základní východiska. Především je tu akcentována pozornost, kterou kulturní studia věnují ideologii, a důraz je zde pochopitelně kladen na Hallův a Morleyho koncept kódování a dekódování mediálních diskurzů. Zde Ruddock upozorňuje na zdánlivě nepatrný,

ale ve skutečnosti výrazný posun od modelu selektivního vnímání ke konceptu kódování a dekódování: nejde totiž o to, že by příjemci vnímali jen některé obsahy, ale především o to, že recipienti jsou schopni tato sdělení dekódovat nezávisle na záměru komunikátora. Ruddock ve zmíněném konceptu vidí „klíčový prvek obrany empirického výzkumu proti postmoderní kritice“ (s. 16) V závěrečné části kapitoly věnuje autor pozornost způsobům, jak analyzovat data v empirickém výzkumu provedeném v tradici kulturních studií a jak si pro analýzu vhodná data opatřit.

Šestou kapitolu Ruddock otvírá kritikou modelu kódování a dekódování. Poté uvádí koncept spotřeby, který je využitelný při studiu publika ve vztahu k aspektům každodenního života a týká se „textů, technologií a spojení mezi médii a dalšími komoditami“ (s. 147) Na jedné straně můžeme vnímat jednotlivá média jako komodity, či dokonce značky a jejich sledování jako spotřebu zboží svého druhu. Druhou možností je sledovat propojení mezi mediálními obsahy, technologiemi a dalšími oblastmi života, kdy se například populární postavy stávají přirozenou součástí her na dětských hřištích a kdy je obtížné rozlišit, zda hračky představující takové postavy jsou doplňkem populárních seriálů, anebo zda jsou tyto seriály v podstatě reklamou na toto zboží.

V samotném závěru se autor snaží hledat epistemologické otázky, které by byly společné kvalitativnímu a kvantitativnímu výzkumu publika. Jako příklad používá stále živou debatu ohledně vlivu mediálního zobrazování sexuality a násilí, na niž se snaží ilustrovat hlavní skryté nástrahy sociálního výzkumu.

Autor řazením kapitol opisuje elegantní oblouk. Poté, co obecně pojedná vztah teorie, metody a výstupů výzkumu, charakterizuje kvantitativní a zároveň pozitivistický přístup výzkumu publika. Následně přes teorii kultivace (která sice používá kvantitativní metody, nicméně je kritická) přejde ke kulturním studiím a celou knihu

uzavře konceptem spotřeby – ten využívá pro empirický výzkum kvantitativní metody i metody typické pro kulturní studia.

Všechny teorie a metody podává Andy Ruddock velmi přístupnou formou, zjevně zná své publikum a počítá s tím, že v něm budou spíše studenti než zkušení akademi-ci. Kniha se jako učební text deklaruje i tím, že na konci každé kapitoly jsou pro studenty připraveny úkoly, které nejsou ani příliš náročné, ani příliš triviální, a při tom všem ještě dávají studentům dobrý vhled do aplikace konkrétních výzkumných metod. Recenzovaná kniha ovšem není učebnicí zcela typickou. Jednak, jak je naznačeno výše, je jejím předmětem spor mezi paradigmatem mediálních účinků a paradigmatem kulturních studií. Dalším důvodem je, že kniha vizuálně připomíná učebnici maximálně oněmi úkoly pro studenty – zcela zde ovšem chybí informační boxy a další prvky typické pro vizuální uspořádání západních učebnic určených pro bakalářský stupeň. Ač to může mít někdo autorovi za zlé, osobně to hodnotím kladně – text je napsán tak, aby byl pro studenty jasný a srozumitelný, ale vizuální stránka jim může dát pocit, že nestudují „jen“ učebnici, ale plnohodnotný odborný text.

Jelikož se autor snaží vypořádat se dvěma teoretickými a dvěma metodologickými přístupy na necelých sto padesáti stranách (nepočítám zde úvod a první kapitolu obecně věnovanou vztahu teorie a metody), je jasné, že jeho výklad není encyklopedicky úplný. To ale zjevně ani není autorovým záměrem. Tím je přestavit studentům výzkum publika jako pole, které je z historických důvodů fragmentované, a dále jim napříč celou knihou ukázat, že neexistuje nic takového jako dokonalá a univerzální metoda. Že pokud tedy chtějí někdy v této oblasti obstát, je třeba, aby se seznámili s celou škálou metod. A zároveň aby si uvědomili podmínky jejich spolehlivého použití, míru a druh omezení získaných poznatků a konečně aby se nebáli zmíně-

né metody kombinovat. Což, konec konců, nejsou doporučení marná ani pro ostřílené borce v oboru. Podobné výroky o kombinaci a uvážlivém použití metod mnozí z nás již mnohokrát slyšeli a četli, v Ruddockově knize však nevyznívají jako fráze.