

Nad rámec tradičnej žurnalistiky: Reflexia vplyvu nových médií na participatívne ambície publika so zameraním na kontext slovenskej mediálnej scény

Andrea Olejárová

Abstrakt

Štúdia reflektuje vybrané premeny vzťahu inštitucionalizovaných médií a publika, pod vplyvom konvergentných postupov a široko dostupného interakčného rozhrania nových médií. Venuje sa vplyvu digitálnych technológií na premeny produkčných a distribučných stratégií, ako aj „rozvoľňovaniu“ definície žurnalistiky ako takej. Predmetom autorkinho záujmu je nie len prelínanie profesionálnych a amatérskych výstupov, ale tiež načrtnutie problematiky občianskeho konania mediálnych publik.

Kľúčové slová

Internetová žurnalistika, nové médiá, kultúra konvergenencie, alternatívne médiá, občianska žurnalistika.

1 Na pomedzí tradičnej a internetovej žurnalistiky

Žurnalistika predstavuje kultúrny fenomén, ktorý sa úspešne vymyká každej snahe o jednoznačnú definíciu, a keď sa už zdá, že sa to konečne podarilo, o slovo sa prihlási technologická premena spoločnosti determinujúca vydavateľské možnosti aj samotný status novinára. Avšak kostru publikačnej praxe by sme zrejme bez dlhšieho premýšľania zostavili z jednoty starostlivého zberu informácií, kreovania konkrétneho uhlu pohľadu a verejnej prezentácie. Pochopiteľne je toto všetko potrebné realizovať pri aplikovaní zásad vonkajšej objektivity a etického kódexu resp. eliminácie finančnej, politickej či inej závislosti k tretím stranám. Toto pomerne zjednodušené konštatovanie vyplýva z očakávanej role žurnalistiky podporovať verejný záujem, niesť určitú mieru spoločenskej zodpovednosti a naplňovať svoju úlohu nevyhnutnej podmienky dodržiavania demokratických princípov. Takéto uchopenie môže pôsobiť čiastočne mätku a jeho výklad sa viaže na konkrétne politické a kultúrne reálie, preto možno v historických etapách žurnalistiky identifikovať hneď niekoľko teoretických rámcov (napr. Teória slobodnej tlače, Teória spoločenskej zodpovednosti, Štvrtý stav a pod.) Denis McQuail konštatuje, že niektorí bádatelia popisujú žurnalistiku 20. storočia ako fenomén s vlastnou ideológiou: „[...] *ne ve smyslu systému víry, ale jako soubor hodnot toho, co tvoří*

*dobrou žurnalistiku, a neformálnych pravidiel pro postupy, které k ní vedou.*¹ Zároveň však McQuail upozorňuje, že súčasná žurnalistika sa výrazne odlišuje od svojich počiatkov, v ktorých stačilo len pero a papier. Zdôrazňuje celý rad technických zručností, rovnako ako kreatívny úsudok a citlivosť k politickej realite i ďalším skutočnostiam.²

Slovenská profesionálna žurnalistika sa hlási k tradícií dôkladnej práce s faktami a teda si vyžaduje zverejňovanie vyvážených gramaticky i štylisticky kvalitných článkov, ktoré sa pridriavajú zásad nestrannosti, pravdivosti a relevancie. Mravčia práca so zdrojmi informácií a prehľadávanie archívov či urputné pátranie po dobrom príbehu sa vo svetle súčasných premien novinárstva neraz javí ako nostalgické ohliadnutie sa za cvakaním písacieho stroja a zmäteným redakčným ruchom ako z filmu *Všetci prezidentovi muži* (1976). Práve tento snímok prezentuje nie len fakt, že sa redaktorom The Washington Post podarilo v 70. rokoch minulého storočia demonštrovať vplyv „siedmej veľmoci“, periodickej tlače v afére Watergate, ale zároveň to, ako časovo náročná, monotónna a vyčerpávajúca môže byť práca novinára. Toto tzv. poctivé novinárstvo, ktoré prehovára silou faktov neraz vedie autora v procese tvorby slepými uličkami a nikam nevedúcimi stopami, avšak možno v ňom identifikovať odkaz kritickej žurnalistiky „kydačov hnoja“ (muckrakerov), ktorí so zápalom odhaľovali korupciu, úplatkárstvo, vykorisťovanie aj ľahostajnosť autorít k vážnym spoločenským problémom. Filmy ako *Všetci prezidentovi muži* odkazujú k tomu, čo McQuail považuje za mytológiu okolo žurnalistiky, s ktorou sa často stretávame práve vo fiktívnych obsahoch či memoároch novinárov. Podporuje totiž obraz tvrdohlavého, ale v jadre morálneho obhajcu práva.³ Avšak pokiaľ ide o postavenie žurnalistov, anglosaská liberálno-demokratická tradícia žurnalistiky považuje za svoj pilier dobre informovaného občana, čo pochopiteľne predpokladá všeobecnú dostupnosť spravodajského obsahu a zvýrazňuje rolu novinára ako sprostredkovateľa informácií. Na základe zistení prieskumu Samuela Brečku, Branislava Ondrášika a Richarda Keklaka (2010) aj medzi slovenskými novinármi z hľadiska sebapoviemania dominuje tzv. informačné novinárstvo a teda podľa respondentov je úlohou novinára informovať publikum nezaujato, presne a rýchlo. Pre úplnosť je potrebné dodať, že za neutrálnym informovaním sa umiestnila interpretačná funkcia s dôrazom na vysvetľovanie a komentovanie zložitých spoločenských problémov, ako aj funkcia kontroly spoločenského, politického i hospodárskeho života.⁴

S príchodom nových médií sa prehĺbila individualizácia a zmenila sa aj rovnováha síl medzi vysielateľmi a publikom, pričom personalizované vyhľadávanie, hypertextovosť, dematerializácia médií a istá „publikačná samoobsluha“ recipientov poskytla potenciálny priestor pre produkciu obsahu na viacerých úrovniach. Nehovoriac o algoritmoch umožňujúcich si v radikálnom slova zmysle vyskladať vlastnú mediálnu realitu takpovediac „na mieru“. Na rozdiel od desaťročí spoliehania sa na agendu televízneho vysielania, tlače a rozhlasu, internetové komunikáty predpokladajú zaangažovanosť čitateľa, ktorý rozhoduje o tom v akom poradí budú jednotlivé segmenty sprístupňované a sám sa tak podieľa na výslednej línii textu. Novinárka Miroslava Kernová konštatuje, že: „*Napríklad príchodom sociálnych sietí sa zvýšil význam online spravodajstva, čomu sa prispôbil aj štýl písania – bežné spravodajstvo je*

¹ MCQUAIL, D.: *Žurnalistika a společnost*. Praha: Karolinum, 2016, s. 99.

² *Ibid.*, 2016, s.100.

³ *Ibid.*, 2016, s.99.

⁴ BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R. : *Média a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava: Eurokódex, 2010, s.191.

stručnejšie, ale ak má čitateľ zároveň záujem o podrobnosti, vďaka linkovaniu, infografike, môže získať oveľa širší objem informácií. Súčasne sa zvýšil význam titulku, ale aj fotiek, ktoré rozhodujú o tom, či čitateľ v mori informácií na sociálnych sieťach zavadí o ich článok alebo nie.⁵

Nie len že sa žurnalistika dominujúca pred érou nových médií musela prispôbiť zmeneným podmienkam, v ktorých vládne hyperkonektivita a všade prítomný, neustále cirkulujúci tok informácií, ale predovšetkým vstúpila do určitej krízy. Riaditeľka Aliencie Fair-play Zuzana Wienk si myslí, že: „[...] napriek technologickému pokroku a rýchlym zmenám ostáva podstata mnohých ľudských aspektov stále tá istá. To platí aj na žurnalistiku. Jej rolou je informovať ľudí o aktuálnom dianí a pomôcť im vyznať sa v relevancii informácií, ktorými sú zaplavovaní, overovať ich či odkrývať pravdu. Z médií sa stáva predmet zábavného priemyslu a to často deformuje samotnú profesiu, ktorej úspech sa meria klikmi prinášajúcimi zisk. Profesia sa vďaka technológiám zmocnilo aj veľké množstvo amatérov, ktorí nedodržiavajú desaťročia formované etické a profesijné štandardy.“⁶ Pri všeobecne dostupných publikačných možnostiach sa tak musia oficiálni mediálni gatekeeperi konfrontovať s mikromediálnym univerzom užívateľskej kontroly nad informáciami. V tomto veľmi špecifickom druhu verejnej sféry začali pomerne rýchlo dozrievať rozmanité formy občianskej žurnalistiky či špecializovaných webových stránok prozumentov⁷, ktoré využívajú publicistický štýl a jeho žánre. Takéto prostredie sa neustále živo formuje a dotvára, podporujúc proces deprofesionalizácie žurnalistiky. Základné charakteristiky rôznorodých internetových užívateľských variant v podstate integrujú novinárske postupy tradičnej žurnalistiky⁸, avšak implikujú aj určité kvantitatívne a kvalitatívne zmeny. Možnosť získať informácie v „surovej“ podobe, ľubovoľne si zvoliť médium či slobodne reagovať nepochybné prináša výrazne demokratický aspekt a zasahuje do monopolu mediálnych konglomerátov, vytvárajúc podmienky na užívateľskú participáciu a horizontálnu komunikáciu.

Od experimentálnej siete o štyroch uzloch až k miliónom vzájomne prepojených počítačových sietí sa internet po sprístupnení firmám a domácnostiam stal jedným z najdôležitejších okien do spoločenského diania, ale aj do súkromia samotných užívateľov Luciano Floridi patriaci k vedúcim predstaviteľom tzv. filozofie informácie v predhovore k svojej knihe *Štvrtá revolúcia* uvádza, že informačné a komunikačné technológie nie sú iba nástrojom interakcie so svetom a inými ľuďmi. Stali sa environmentálnymi, antropologickými, sociálnymi a interpretačnými silami, ktoré utvárajú naše intelektuálne i fyzické skutočnosti, menia naše seba porozumenie, modifikujú spôsoby ako sa správame k iným aj k sebe samému a rozširujú možnosti toho ako interpretujeme svet. Je teda presvedčený, že pod ich vplyvom stojíme na prahu hlbokéj kultúrnej revolúcie.⁹ Mediálna krajina sa koniec koncov nevyhnutne a nepredvídateľne transformuje pod vplyvom novej paradigmy „surfovania na webe“ a podlieha aj postžurnalistickej logike, v rámci ktorej mnohokrát dochádza k rezignáciám na pôvodné aspekty novinárskeho poslania. Mediálny teoretik Marshal McLuhan upozorňoval, že nie je možné

⁵ Web 10

⁶ Web 10

⁷ Pozn. aut.: Termín pochádzajúci od amerického futurologa Alvina Tofflera definuje konzumenta s identitou producenta.

⁸ Pozn. aut.: Pod pojmom tradičná žurnalistika máme na mysli výrobné procesy charakteristické pre tlač, rozhlas a televíziu pred príchodom online obsahu.

⁹ FLORIDI, L.: *Čtvrtá revoluce. Jak infósfera mění tvář lidské reality*. Praha: Karolinum, 2019, s.7.

podceňovať vplyv technologickej platformy na spôsob vnímania a produkcie mediálnych posolstiev, pričom aj napriek kritike jeho technologického determinizmu je potreba všímať si komplexnú prepojenosť spoločnosti s formou dominantného média stále relevantným argumentom. Ďalší mediálny teoretik Mark Deuze upriamuje pozornosť na neviditeľnosť týchto médií, ktoré sa stále tesnejšie zapletajú do všedného života, štrukturujú našu každodennosť aj keď nás nútia zabudnúť, že vôbec existujú. Deuze citujúc Jaya Boltera a Richarda Grusina pripomína ambivalentné spôsoby fungovania digitálnych médií v dnešnej kultúre. Na jednej strane na seba upozorňujú remixovaním a zmnožovaním svojich vlastností resp. prostredníctvom remediácie¹⁰, ale na druhej strane sa stávajú neviditeľnými na základe vlastnej bezprostrednosti, ktorá zahľadzujú a automatizujú ich operácie.¹¹

Internet sa v spoločnosti etabloval pomerne rýchlo a kým v roku 2005 bolo k nemu podľa údajov Štatistického úradu pripojených 11, 5 percent slovenských domácností¹², v roku 2017 je to na základe zistení štatistického úradu Eurostat viac ako 80%.¹³ Aj keď existenciu webu datujeme už od 80. rokov, až v roku 1991 sa zrušili obmedzenia pre jeho komerčné využívanie a padlo tiež rozhodnutie, že sa stane otvoreným fórom, ktoré môžu využívať všetci po celom svete.¹⁴ Nárast počtu používateľov internetu v prvej polovici 90. rokov znamenal revolúciu, z ktorej vzišla aj online publicistika. Pod jej expanziu sa podpísali nie len nízke produkčné náklady, ale takisto fundamentálne znaky kyberpriestoru, ku ktorým patrí nesequenčný spôsob reprezentovania informácií v hypertextovej sieti i schopnosť konvergovať multimediálne formáty a obsahy (text, fotografia, video atď.) Jedným z ústredných aspektov sa však stala interaktivita a radikálna premena v oblasti spätnej väzby na mediálne posolstvá. Podľa sociológa Vojtěcha Bednářa rozdiel oproti klasickým médiám spočíva v tom, že sa s komunikáciou zo strany príjemcov počítajú už v technologickej konštrukcii média, a v skutočnosti, že spätná väzba v priebehu času kumulatívne pridáva ku komunikátu informácie.¹⁵

Netrvalo dlho kým sa o existenciu webu začali zaujímať aj slovenské média, pričom prvé elektronické noviny sa u nás postupne objavovali už od roku 1994. V tomto roku vydával denník SME svoje online vydanie na portály Slovenskej akadémie vied a o dva roky neskôr vznikla jeho vlastná doména SME.sk. V roku 1998 ho nasledovali denník Pravda (Pravda.sk) a Hospodárske noviny (HNX.sk neskôr HNOnline.sk)¹⁶ Obdobie rokov 1997-1999 prinieslo vznik serverov ako Netáčik, Sieťovka alebo Hystéria, ktoré sa zameriavali na popularizáciu internetu a neskôr, v druhej polovici 90. rokov, bola vytvorená tiež stránka Živě.sk, predstavujúca jednotku

¹⁰ Pozn. autora: Remediácia predstavuje procesy, prestupovania starších a novších médií, ktoré si vzájomne vypožičiavajú formálne a obsahové prvky. Nejde však o jednosmerný proces, pretože remediácia prebieha od staršieho média k novému, ale aj naopak. Zdroj MACEK, J.: *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011, s. 32.

¹¹ DEUZE, M.: *Media life. Život v médiách*. Praha: Karolinum, 2015, s. 63-64.

¹² BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R. : *Média a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava: Eurokódex, 2010, s.31

¹³ Web 12

¹⁴ BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R. : *Média a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava: Eurokódex, 2010, s.31

¹⁵ BEDNÁŘ, V.: *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 22.

¹⁶ BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R. : *Média a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava: Eurokódex, 2010, s.31

v spravodajských serveroch o informačných technológiách.¹⁷ Od roku 2004 sa pre nedostatok internetového obsahu postupne objavujú aj rozmanité blogerské projekty, pričom v lete toho istého roku denník SME uvažuje o vytvorení priestoru čitateľom na posielanie postrehov a článkov o aktuálnom dianí vo svojom okolí. Vzniká Blog.sme.sk a vo februári 2005 si pričítava už viac než dvesto prispievateľov¹⁸, odôvodňujúc svoju existenciu slovami: „V denníku SME veríme, že internet zásadne mení úlohu médií vo svete. Novinári už nie sú len vysielateľmi informácií a čitatelia ich prijímateľmi. Projekt blog.sme.sk by mal byť novým priestorom na spoločenskú diskusiu, ktorá by mala byť voľnejšia a zároveň odbornejšia, ako diskusie k článkom. Mal by byť priestorom na komunikáciu medzi novinármi, expertmi a čitateľmi – a zároveň miestom, kde sa každý čitateľ môže stať novinárom, pretože určite existuje oblasť, v ktorej je sám odborníkom. Prostredníctvom blogov chceme dať vám, čitateľom, možnosť, aby ste písali o tom, v čom sa vyznáte, čo vás baví, teší alebo zarmucuje - možno o finesách vašej profesie, možno o skorumpovanom úradníkovi vo vašej obci, možno o tom, kde sa najlepšie lyžuje, o problémoch s dopravou vo vašom meste alebo i o tom, ako vás dnes zasa raz rozosmiali vaše deti.“¹⁹

Pri reflektovaní zmien, ktoré vzišli z internetovej revolúcie sa objavujú zásadné otázky o vplyve tejto technológie na novinársku činnosť a organizačnú štruktúru médií. Vzhľadom k skutočnosti, že došlo k markantnému uvoľneniu definícií v oblasti žurnalistiky, ktorá je, ako spomíname v úvode, už tak nejednoznačne vymedzená, je predsa len dôležité identifikovať status quo, slúžiaci ako východiskový bod reflexie zmien. Denis McQuail uvádza, že: „Žurnalistika je konštrukciou a zverejňovaním správ o súčasných udalostiach, lidech alebo okolnostiach verejného významu, či zájmu. Tato konštrukcia sa zakladá na informáciách získaných z dôveryhodných zdrojů.“²⁰ McQuail však upozorňuje na istú absenciu formálnej inštitúcie, pripomínajúc, že v žiadnej krajine neexistuje úrad pre tlač²¹ ani žiadne pevne dané pravidlá jej konania. Inštitúcia tlače je tak menej konkrétna ako iné sociálne inštitúcie, no napriek tomu o nej McQuail uvažuje ako o niečom, čo poskytuje zásadným činnostiam verejného informovania určitú koherenciu a vedenie.²² Podľa *Slovníka mediální komunikácie* (Irena Reifová a kol.): „Žurnalistika jako profese nemá jasně definovanou aprobaci (soubor nutných znalostí a dovedností) a označení „žurnalista“ není v řadě zemí nijak chráněno, není vázáno na žádnou formu certifikace a za žurnalistu se může označit každý.“²³ Navzdory problematickému vymedzeniu, však možno uplatniť pri definovaní žurnalistiky systémový prístup Siegfrieda Weischenberg, Maji Malik a Armina Scholla, ktorí rozlišujú novinárstvo v troch úrovniach. Na spoločenskej úrovni je to sociálny systém, ktorý stojí na profesionálnom pozorovaní tém z rôznych spoločenských oblastí, ktoré sú nové a relevantné, s cieľom poskytnúť ich na verejnú

¹⁷ Web 13

¹⁸ Web 2

¹⁹ Web 7

²⁰ MCQUAIL, D.: *Žurnalistika a společnost*. Praha: Karolinum, 2016, s.33.

²¹ Pozn. autora: Denis McQuail používa termín tlač (z angličtiny *press*) na označenie nie len tlačovní, ale taktiež televízie rozhlasu a internetových médií.

²² *Ibid.*, 2016, s.35.

²³ REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 322.

komunikáciu.²⁴ Na organizačnej úrovni ide o mediálne podniky, produkty a inštitúcie, ktoré zabezpečujú novinársku komunikáciu na základe špeciálnych pravidiel a rutinných postupov.²⁵ A napokon na úrovni profesionálnych aktérov ide o pracovníkov, ktorých hlavnou profesiou je novinárstvo resp. ak tejto činnosti venujú viac ako polovicu pracovného času (a tvorí viac ako polovicu ich príjmov).²⁶ Pod tieto kritéria spadá taktiež internetová žurnalistika avšak pre objasnenie terminologického aparátu je potrebné identifikovať jej hlavné znaky, ktorými sa odlišuje od predošlých štandardov. Podľa Bednářa medzi nich patrí fakt, že prebieha v reálnom čase (t. j. s minimálnym technologickým omeškaním), je interaktívna (počíta s interakciou čitateľa), implikuje bezprostredné porovnávanie s konkurenciou (užívateľ môže sledovať viac médií súčasne) a je hypertextová resp. informácie sú previazané a k dispozícii na jednom mieste.²⁷ Okrem toho však Bednář upozorňuje aj na vznik nových žánrov ako online reportáž, interaktívny rozhovor či priebežne aktualizovaná správa, ktoré by v prostredí tradičných médií nemohli existovať.²⁸ Rozdiel oproti tradičnej žurnalistike vidí v rozpojení času resp. neexistencii technických obmedzení a v nesequenčnosti. Princípom je, že webové médium sa skladá z jednotlivých vzájomne prepojených komunikátov namiesto jednoliateho „prúdu“ informácií.²⁹ Vychádzajúc z definície *Slovníka mediální komunikácie* sa internetová žurnalistika delí na profesionálnu a amatérsku.³⁰ „Zatímco profesionální žurnalista je za svou práci placen a vykonáva ji jako své zaměstnání, pro amatérského novináře je vydávání internetového periodika (tzv. e-zinu) především koníček, kterému sa věnuje bez podpory jakékoli mediální organizace.“³¹ Existencia amatérskej žurnalistiky bola pred vznikom internetu finančne a časovo omnoho náročnejšia ako je tomu dnes a preto sa objavovala o niečo menej. Na základe týchto ohraňčení teda za internetovú žurnalistiku nebudeme považovať indexovacie stránky (napr. Google news), viažuce sa na existenciu webových vyhľadávačov ani diskusné platformy a sociálne siete. Pokiaľ ide o blogosféru, môžeme konštatovať, že implikuje širokú paletu publikačných výstupov a teda aj rozmanitú mieru žurnalistickej úrovne. Blogy predstavujú nekonvenčný zdroj informácií, pretože nepodliehajú tlakom, ktorým sú spravidla vystavené profesionálne médiá avšak zároveň sa vyznačujú vysokou mierou subjektivity a často aj nízkym stupňom relevancie. Nemožno ich teda jednoznačne zaradiť k žurnalistike, avšak nemožno ich ani opomenúť, pretože svojimi špecifickými vlastnosťami vytvárajú podmienky pre dosiahnutie potenciálne objektívnejšieho a vyváženejšieho spravodajstva.

V období rannej kyberkultúry sa v debatách o potenciáli nových médií presadzovala prevažne revolučno-utopická rétorika, ktorá utvárala obraz zlatého veku demokratizácie

²⁴ WEISCHENBERG, S. – MALIK, M., SCHOLL, A.: *Journalism in Deutschland*, 2006, s. 346-361. Zdroj: BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R. : *Média a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 77.

²⁵ *Ibid.*, 2010, s.77.

²⁶ *Ibid.*, 2010, s.77.

²⁷ BEDNÁŘ, V.: *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 30.

²⁸ *Ibid.*, 2011, s. 24.

²⁹ *Ibid.*, 2011, s. 16.

³⁰ Pozn. autora.: *Slovník mediální komunikácie* ďalej uvádza, že medzi profesionálnou a amatérskou žurnalistikou sa objavuje aj oblasť poloprofesionálov (napr. súkromné projekty renomovaných publicistov a pod.). Zdroj: REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 324.

³¹ REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 324.

akejkoľvek spoločenskej rozpravy prekvitajúcej na digitálnych agorách a svetových virtuálnych pavlačiach. Podľa McQuaila ranné úvahy predpokladali úplnú zmenu niekdajšieho toku spravodajských informácií „zhora dolu“, pri vzniku novej verejnej sféry, ktorá by sa vyznačovala informačnou hojnosťou, rôznymi tokmi a absolútnou slobodou posilnenou občianskou participáciou s potenciálom pre kvalitnejšiu podobu demokracie.³² Napríklad Filozof Pierre Lévy presadzoval myšlienku, že jedným z princípov kyberpriestoru je kolektívna inteligencia ako duchovná perspektíva, ktorej nositeľmi sú virtuálne kolektívy. Opisoval web ako informačnú riekku, ktorá nie je štruktúralne, časovo ani sémanticky uzavretá a prináša záplavu otvorených a nelineárnych znalostí v pohyby. Celok je definitívne mimo náš dosah.³³ Takýto stav prirodzene vedie k silnému pocitu dezorientácie, avšak podľa Lévyho práve kolektívna inteligencia a vzájomná prepojenosť virtuálnych spoločenstiev pomáha jedincovi brániť sa.³⁴ Tento pomerne radikálny obrat k participačnej kultúre sa vo výsledku nezdá až tak dramatický a hoci skutočnosť, že sa informácie produkujú a šíria online nepochybne vytvára odlišnosti, internetová žurnalistika (nech už ju definujeme akokoľvek) nevytvára vo vzťahu k tradičným médiám autonómne a nezávislé odvetvie.

2 Žurnalistika v kultúre konvergencie

Pod pojmom tradičné médiá sa spravidla rozumejú tzv. terciárne médiá (tlač, televízia, rozhlas) s pevnou a rozsiahlou distribučno-organizačnou infraštruktúrou, ktoré ako píše mediálny teoretik Jakub Macek, zohrali kľúčovú rolu pri formovaní modernej spoločnosti. V súčasnosti sa ešte stále s obľubou hovorí o súmraku týchto médií v dôsledku existencie sieťovej technológie, založenej na digitálnom kódovaní dát. Ako sme naznačili, internet predstavuje multimediálnu platformu, u ktorej sa predpokladalo, že staršie mediálne kanály sa buď úplne stratia alebo dôjde k akejsi asimilácii s digitálnym prostredím. Vďaka technickej a formálnej konvergencii sa síce prepájajú pôvodne oddelené technologické platformy a médiá si vzájomne vypožičiavajú konvenčné znaky i postupy, avšak ani jeden z vyššie uvedených scenárov sa úplne nenaplnil.³⁵ Je pravdou, že jednoznačná dištinktivná hranica medzi tradičnými a novými médiami stráca relevanciu, ale výsledkom ich súbežného fungovania sa stal akýsi komplementárny a previazaný ekosystém, ktorý je štandardnou súčasťou každodenného života.

Témy, ktoré prinášajú tradičné médiá jednoducho inšpirujú diskusie na internetových platformách, ale aj problematika rezonujúca v týchto komunitách neraz upúta pozornosť dominantných spravodajských platforiem.³⁶ Rastúci význam internetu a jeho možností

³² MCQUAIL, D.: *Žurnalistika a spoločnosť*. Praha: Karolinum, 2016, s. 66.

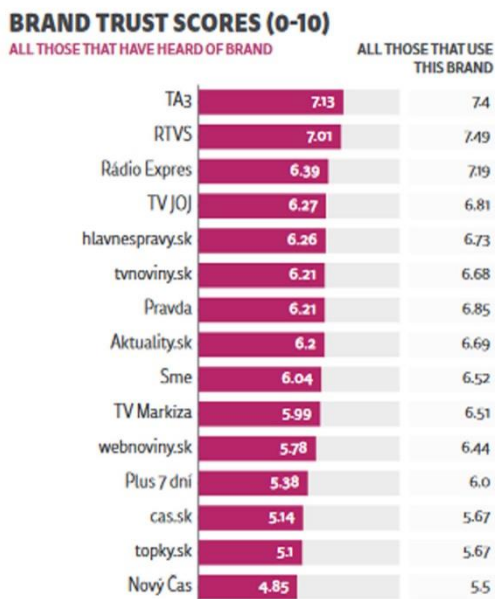
³³ LÉVY, P.: *Kyberkultúra*. Praha: Karolinum, 2000, s.142 – 145.

³⁴ *Ibid.*, 2000. s.150.

³⁵ Pozn. aut.: Zaujímavá je predovšetkým polemika o novosti nových médií. Tento termín totiž pôvodne označoval komunikačné prostriedky, ktoré sa objavili s nástupom televízie a za najstaršie „nové médiá“ teda možno považovať technológie rozširujúce vlastnosti televízie a telefónu (napr. teletext, diaľkové ovládanie alebo videotelefón). (REIFOVÁ, I. a kol., 2004, s. 134) Sociológ Jakub Macek taktiež považuje označenie „nové médiá“ za zavádzajúce vzhľadom k skutočnosti, že každé médium bolo svojho času pre spoločnosť nové. Tieto médiá sú podľa neho skôr premenlivé než skutočne nové a ich novosť vysvetľuje ako schopnosť byť zdrojom technologických a komunikačných inovácií. (MACEK, 2011, s. 13)

³⁶ Pozn. aut.: Jedným z príkladov tohto javu je občianska iniciatíva za záchranu lesov – „My sme les“, ktorá svojou kampaňou na internete rozvírila rozsiahlu diskusiu v médiách. Štátny podnik tak čelil kritike

spôsobuje isté zmeny v ekonomickej a organizačnej stránke médií, avšak ako zdôrazňuje Bednář: „[...]webová média nejsou a nemohou být ostrovem sama pro sebe. Důvodem je, že existují v kontextu staršího mediálního světa tištěných a tradičních elektronických sdělovacích prostředků.“³⁷ Ako poukazuje Macek, aj napriek poklesu sledovanosti je televízia nenahraditeľná, pretože tvorí kontinuálny tok posolstiev a teda znamená kľúčový prístupový bod k hlavnému kultúrnemu prúdu.³⁸ Z výročnej správy Reuters Institute for the Study of Journalism za rok 2018 vyplýva, že televízia je vo väčšine krajín stále kritickým zdrojom informácií, čo potvrdzujú aj výsledky týkajúce sa Slovenska. Aj keď dôvera v spravodajstvo je u nás celkovo stále nízka, naj dôveryhodnejšími médiami v oblasti spravodajstva sú podľa týchto zistení televízie TA3 a RTVS, za ktorými nasleduje Rádio Expres.³⁹



Obrázok 1 Hodnotenie dôveryhodnosti slovenských médií

Zdroj: digitalnewsreport.org [cit. 9.6.2019] Dostupné na:

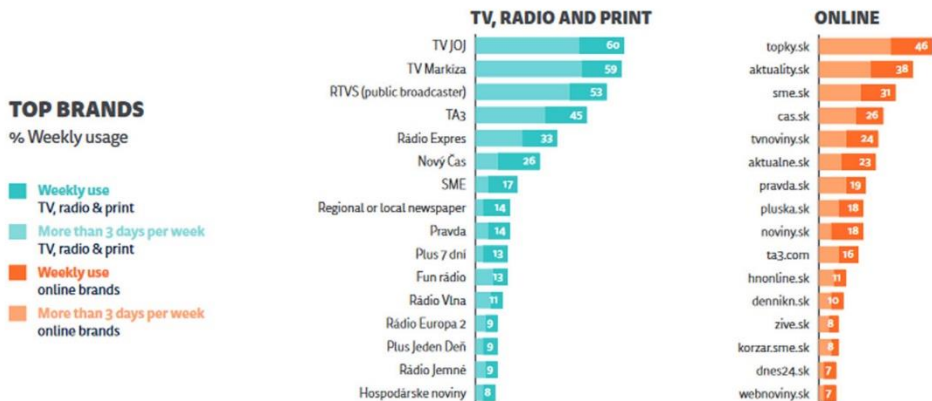
<http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>

nadmerného vyťažovania slovenských lesov, na ktorú reagoval vlastnou marketingovou kampaňou s názvom „Lesy sme my“

³⁷ BEDNÁŘ, V.: *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 68.

³⁸ MACEK, J.: *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011, s. 61.

³⁹ Pozn. aut.: Výskum je postavený len na názoroch respondentov a nezohľadňuje výsledky sledovanosti, počúvanosti a čítanosti.



Obrázok 2 Hodnotenie používania slovenských médií

Zdroj: digitalnewsreport.org [cit. 9.6.2019] Dostupné na:

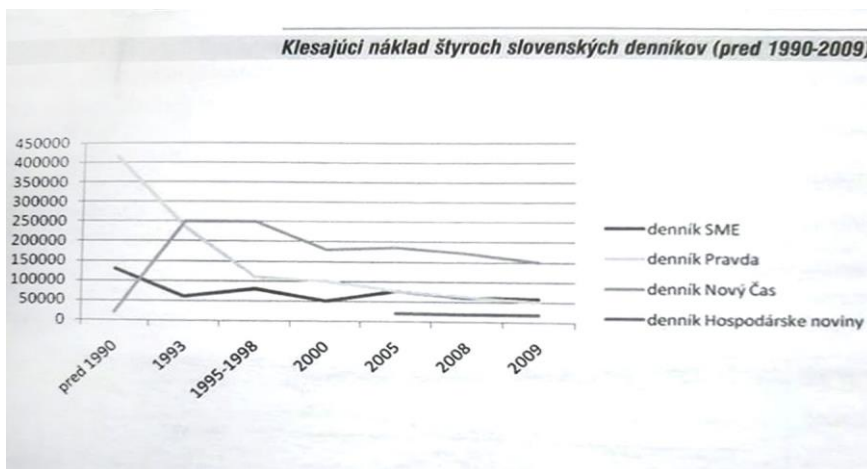
<http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>

Brečka, Ondrášik a Keklák konštatujú, že rast online médií však značne ovplyvňuje náklad dennej tlače, uvádzajúc príklad Spojených štátov, ktoré zaznamenávajú kolaps viacerých tlačených titulov.⁴⁰ Pokiaľ ide o situáciu na Slovensku, pokles tlače je podľa nich dramatický, každým rokom viditeľnejší a v niektorých prípadoch ohrozujúci existenciu média. Zároveň však reflektujú skutočnosť, že niektoré tlačené média klesajú rýchlejšie ako iné, pričom ako možné príčiny sa javia demografické charakteristiky čitateľov (napr. rozdielnosť veku).⁴¹ Z údajov kancelárie pre overovanie nákladov tlače ABC SR vyplýva, že náklad serióznej tlače má každým rokom konštantne klesavú tendenciu aj v roku 2018.⁴²

BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R. : *Média a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava: Eurokódex, 2010, s. 33.

⁴¹ Ibid., 2010, s. 37-38.

⁴² Porov. <http://www.abcsr.sk/domov/>



Obrázok 3 Pokles nákladu slovenských tlačných denníkov

Zdroj: BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R. Média a novinári na Slovensku 2010, 2010, s. 35

Zdá sa, že nedochádza k výraznej zmene obsahu správ, avšak mení sa forma, ktorá sa prispôsobuje informačnej presýtenosti. Možno uviesť príklad tzv. „sound-bite news“, ktoré predstavujú krátke fragmenty správ bez kontextu, odkazujúce k tzv. „sound-bite“ kultúre. Tento nový rozmer spoločnosti je charakterizovaný záplavou obrazov, sloganov a samostatne stojacich kúskov informácií, ktorým dominuje kultúra okamžitej, ale plytkej komunikácie.⁴³ Ako sme však naznačili v predchádzajúcej kapitole, už v ranných fázach vstupu nových médií do spoločnosti začali byť zrejme účinky internetu na konzumentov. Mediálny teoretik Henry Jenkins konštatuje, že konvergencia vyjadruje kultúrny posun, práve v dôsledku participačných ambícií publika, ktoré je vďaka novým technológiám povzbudzované vytvárať a rozširovať médiá.⁴⁴ Ako uvádza Macek: „...publika na jednu stranu začínajú od konce 90. let ve vztahu k vysílatelům vystupovat stále aktivněji a sebevědoměji a narušují jejich monopol na kontrolu nad šířením obsahů. Korporátní média na stranu druhou přizpůsobují své strategie nové situaci a snaží se ji více či méně úspěšně využít k tomu, aby nejenže neztratila, ale ve výsledku naopak posílila svou pozici.“⁴⁵ Jenkinsova teória kultúry konvergenzie sa teda rysuje v medziach stretu oficiálnych médií s malými distribučnými sieťami, pričom základná premisa spočíva v konštruovaní obsahov ako transmediálnych rozprávání.⁴⁶ Mediálne posolstvá tak prechádzajú rozmanitými kanálmi a dávajú recipientovi na výber z odlišných spôsobov prístupu k nim. Previazanosť mediálnych a komunikačných systémov i fakt, že internet dal amatérom do rúk profesionálne nástroje, postupy či poznatky, však zároveň formujú existenciu prozumenta, ktorý potenciálne dokáže ovplyvňovať mediálnu scénu zdola. Páve prostredníctvom internetových platforiem vznikajú alternatívne komunikačné kanály využívajúce otvorený prístup k mediálnej produkcii,

⁴³ Web 5

⁴⁴ ONDRUŠOVÁ, M.: *Slovenská občianska žurnalistika*. Brno: Masarykova univerzita: 2012, s. 15 – 16.

⁴⁵ MACEK, J.: *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011, s. 50.

⁴⁶ *Ibid.*, 2011, s. 51.

čím sa zároveň realizuje participatívna kultúra. Ide o alternatívu z hľadiska organizačného princípu otvoreného systému, ktorý je modifikovaný užívateľmi a teda podľa mediálneho odborníka Nicka Couldryho jeho emancipačný a progresívny potenciál prekonáva zakotvenú deľbu práce na výrobcov a spotrebiteľov.⁴⁷ Veľmi špecifickým a zvláštnym príkladom je *Wikipédia* a jej ďalšie crowdsourcingové nástroje (*Wiktionary*, *Wikibooks*, *Wikinews* a pod.) pod hlavičkou neziskovej organizácie *Wikimedia Foundation*. Podľa amerického spisovateľa Claya Shirkyho *Wikipédia* prevzala myšlienku recenzovaného vedeckého časopisu a spojila ju s dobrovoľníkmi po celom svete, pričom sama zahŕňa zhruba 100 miliónov hodín ľudskej práce.⁴⁸ Aj keď *Wikipédia* a podobné komunitné stránky presadzujú filozofiu otvorenosti a nestranného uhlu pohľadu, takisto vyvolávajú obavy o dôveryhodnosť v závislosti od anonymity autorov, nepresnosti faktov i občasného vandalizmu. Hlavné však je, že takýto druh alternatívneho média by mal byť vlastníctvom komunity, slúžiť jej a zabezpečiť účasť členov na výrobnom procese. Podľa spisovateľa Alfonsa Gumucia Dagróna je alternatívna komunikácia v podstate komunikáciou participatívnou, pričom „alternatívny duch“ zostáva tak dlho, kým nie je participatívna zložka minimalizovaná alebo vylúčená.⁴⁹

Začiatkom milénia teda do mediálnej scény zasiahla nová etapa vývoja internetu a s príchodom webu 2.0 došlo nie len k revolúcií vo webovom podnikaní. Sieťový efekt spôsobil, že stránka už nie je iba statickým textovo-obrázkovým poľom, ale predstavuje živé a premenlivé prostredie, rastúce s pribúdajúcimi užívateľmi, ktorí ho naplňujú vlastným obsahom. Dnes už mnohí hovoria o tretej generácii webu, hoci nikto ešte presne nepozná odpoveď na otázku, čo ju v skutočnosti definuje. Jej charakteristiky však nevyhnutne smerujú nie len k sofistikovanejšej technologickej stránke a personalizovanému vyhľadávaniu, ale taktiež k omnoho väčšej individualite. Antropológ Daniel Miller zdôrazňuje, že s médiami dnes zaobchádzame ako s našim domovom, čo vedie neustálemu skrášľovaniu profilu na sociálnych sieťach, hardwarovým i softwarovým úpravám osobného počítača či chytrého telefónu. Tak ako náš domov prestupujú a pretvárajú média, aj oni sami podliehajú zdomácneniu, prostredníctvom hromadného úsilia o individuálne nastavenia.⁵⁰ Web 3.0 sa stáva svetom, ktorý prelamuje hranice medzi realitou a virtualitou, stáva sa objektom našej citovej zaangažovanosti i priestorom nášho sociálneho fungovania. Ľudia teda trávajú na internete značnú časť svojho času, pričom v dôsledku nelimitovaných možností publikovania vznikajú stránky, ktoré sú programovo zamerané práve na túto činnosť. Blogovacie systémy či streamovacie platformy poskytli užívateľom príležitosť zapájať sa do komentovania najrôznejších spoločenských tém a ašpirovať na pozície profesionálov. Ako uvádza Bednář: „*Malá časť týchto užívateľů (...) se postupem času může stát profesionálními publicisti a skutečně participovat na obsahu webového média. Většina z nich ale publikuje vlastní úvahy, názory, nebo dokonce zprávy na vlastních platformách (...)*“⁵¹ Z hľadiska budúcej perspektívy blogovania je potrebné zdôrazniť, že najúspešnejší blogeri dnes

⁴⁷ SANDOVAL, M. – FUCHS, CH.: Towards a critical theory of alternative media. In: *Telematics and Informatics*, 2010, roč. 27, č. 2, s. 142.

⁴⁸ Web 6

⁴⁹ SANDOVAL, M. – FUCHS, CH.: Towards a critical theory of alternative media. In: *Telematics and Informatics*, 2010, roč. 27, č. 2, s. 142.

⁵⁰ MILLER, D. : *Tales from Facebook*, 2011. Zdroj DEUZE, M.: *Media life. Život v médiích*. Praha: Karolinum, 2015, s. 59.

⁵¹ BEDNÁŘ, V.: *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 157.

disponujú silou ovplyvniť aj spoločenské a politické prostredie. Blogy, weblogy či videoblogy tvoria jednu z najdominantnejších foriem užívateľského obsahu na internete, pričom každých 0,5 sekúnd sa publikuje nový blogový príspevok. Podľa aktuálnych štatistík je dnes na internete viac ako 152 miliónov blogov, tvoriacich štvrtinu všetkých webových stránok.⁵²

3 Každý môže byť strážnym psom (?)

Český novinár Filip Rožánek považuje za najväčší problém online žurnalistiky to, že ju môže robiť každý. Podľa jeho slov: „*Jestli žurnalistika něco vyžaduje, tak kromě talentu na psaní a citu pro zacházení s informacemi je to i cit pro odpovědnost za to, co ten člověk dělá, šíří a píše. A musí mít taky určité nadšení pro řemeslo.*“ Ako sme už uviedli, intervencia nových médií priniesla minimálne v očiach recipientov nie len rozmazávanie hraníc medzi profesionálnou a amatérskou žurnalistikou, ale aj medzi spravodajstvom a akýmkoľvek internetovým obsahom formálne pripomínajúcim správy. Predovšetkým v dôsledku spomínaného informačného zahltenia a nesmiernej diverzifikácie mediálnej scény sa problematizuje orientácia v tom, čo možno považovať za spoľahlivý zdroj. Navyše prísľub slobodnejšej či nezávislejšej virtuálnej verejnej sféry narazil na nemalé prekážky súvisiace s hromadením zisku ako aj presadzovaním sa neprogresívnych radikálnych hnutí a politických populistov. Nakoľko označenie „alternatívne“ v súčasnej atmosfére post-pravdivej doby obsahuje prevažne negatívne konotácie, ktoré sú podmienené situáciou v mediálnom, politickom a socio-kultúrnom prostredí, považujeme za nevyhnutné rozlišovať medzi alternatívnymi progresívnymi a represívnymi spôsobmi využívania nových médií na šírenie spravodajského obsahu. V oblasti publicistiky sa objavuje niekoľko možností ako nahliadať na existenciu alternatívnych médií, avšak v najelementárnejšom zmysle slova sa interpretácia viaže na možnosť voľby medzi minimálne dvoma cestami. Ponúkajú sa tiež dve základné perspektívy, ktoré zahŕňajú alternatívu voči tradičným médiám a ich postupom, ale taktiež alternatívu voči dominantnému spoločensko-ideologickému usporiadaniu. Alternatívne média predstavujú mimoriadne široký diapazón komunikačných štruktúr, ktorý predpokladá existenciu nie len radikálnych, ale aj komunitných, občianskych či špecializovaných platforiem. Spravidla sa chápu ako akýsi doplnok tradície mainstreamových médií, pričom za ich hlavnú motiváciu možno považovať potrebu prezentovať marginalizované témy alebo transformovať ustálené spôsoby organizácie spoločnosti. Vďaka tomu sa v istom zmysle udržiava rovnováha medzi inštitucionalizovanými spravodajskými agendami a nezávislou verejnosťou či dokonca kontra-verejnými sférami. Podľa mediálnych teoretikov Chrisa Attona a Jamesa Hamiltona alternatívna žurnalistika môže poskytovať priestor ako politickým diskusiám, tak aj každodennosti či populárnej kultúre a zároveň dáva možnosť preskúmať a realizovať individuálny entuziazmus a subkultúrnu identitu rovnako ako radikálne vízie.⁵³ Napríklad iniciatíva „*Lovci šarlatánov*“, projekt študentov medicíny (dnes už lekárov), využíva internetovú komunikáciu na publikovanie článkov vytrácajúcich tzv. medicínske nezmysly, ktorých rozšírenie však paradoxne internet podporil.

Atton a Hamilton v článku „*Why alternative journalism matters*“ (Prečo je alternatívna žurnalistika dôležitá) tvrdia, že verejnosť môže vyjadrovať nespokojnosť s pokrytím určitých otázok a tém ako aj s celkovým mainstreamovým spravodajstvom, normou objektivity,

⁵² Web 11

⁵³ Web 1

hierarchickou a kapitalizovanou ekonomikou komerčnej žurnalistiky, častým elitárstvom či podriadenou úlohou publika.⁵⁴ Možno sa teda domnievať, že pokiaľ reflektujeme žurnalistiku z perspektívy jej kontrolnej funkcie k výkonu moci ako strážneho psa demokracie, alternatívne médiá v istom zmysle potenciálne stoja v rovnakej pozícii voči dominantným médiám. K naplneniu demokratického potenciálu verejnej sféry na internete má blízko spomínaná občianska žurnalistika ako mediálna alternatíva, v rámci ktorej prispievajú do diskurzu mainstreamovej publicistiky zaangažovaní občania, využívajú isté postupy profesionálnych novinárov. Aj keď v určitej podobe občianske mediálne iniciatívy existovali ešte pred vznikom internetu, až nízkorozpočtovosť a potenciálne široký dosah v kyberpriestorových podmienkach umožnili ich plnú sebarealizáciu. Zdôrazňuje sa tu hlavne interaktívna povaha a rôzne stupne nezávislosti, tentujúc k neprofesionálnemu, neplatenému, horizontálne štruktúrovanému a pohotovému spracovaniu informácií. V kontexte individualizovanej kultúry je tu prítomný tiež sklon pomeriavať fakty vzhľadom na osobné skúsenosti a vlastné preferencie. Avšak k základným atribútom občianskej žurnalistiky patrí najmä schopnosť nastoľovať agendu nových tém, ovplyvňovať verejný diskurz a prinášať správy vtedy keď tradičné médiá alebo oficiálne inštitúcie zlyhávajú. Na druhej strane, aktivity občianskych žurnalistov a blogerov môžu aj pomáhať profesionálnej žurnalistike reflektovať najvážnejšie spoločenské problémy a vytvárať akýsi symbiotický vzťah. Slovenský občiansky aktivista a bloger Ján Benčík upozorňuje, že: „*Žijeme v tzv. postfaktuálnej dobe, keď väčšiu váhu ako pravdivá informácia má emócia vyvolaná trebárs aj otvoreným klamstvom. V dobe, keď prístup na internet je požehnaním aj prekliatím. Keď seriózna, dlhoročnou prácou špičkových odborníkov preverená teória či informácia, má pre mnohých menšiu váhu ako táranie obratného manipulátora či polovzdelaného šarlatána. V dobe povrchnosti, keď chýba ochota overovať si zdroje informácií a pohnútky dezinformátorov vrátane zámerného systematického pôsobenia cudzích tajných služieb a ich dezinformačných kampaní, v dobe platených trollov či užitočných idiotov.*“⁵⁵ Benčík ako laureát ocenenia Biela Vrana (2016)⁵⁶ za dlhodobé monitorovanie a odhaľovanie virtuálnej činnosti osôb inklinujúcim k radikálnym a extrémistickým myšlienkam, pripomína, že okrem overených správ sa slobodne šíria aj klamstvá, preto je potrebné s informáciami pracovať.⁵⁷ Túto požiadavku demonštruje metóda s názvom OSINT (open-source intelligence), ktorú do značnej miery spopularizovalo združenie občianskych vyšetrovateľov „*Bellingcat*“.⁵⁸ Princípom tejto

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Web 3

⁵⁶ Pozn. aut.: Slovenské ocenenie udeľované Alianciou Fair-play osobám, ktoré preukázali statočnosť a aj napriek osobným rizikám upozorňujú na závažné spoločenské problémy.

⁵⁷ Web 3

⁵⁸ Pozn. aut.: Združenie založil Eliot Higgins, ktorý v roku 2012 prišiel o zamestnanie v administratíve a začal sa aktívne venovať blogovaniu pod pseudonymom Brown Moses. Ohniskom jeho záujmu sa spočiatku stal vojenský konflikt v Sýrii, pričom Higgins bol iba na základe porovnávania zdanlivo nepodstatných verejných záznamov a fotografií schopný kúsok po kúsku poskladať dôkaz o použití zakázaných zbraní režimom sýrskeho prezidenta Bashara al-Assada. To všetko bez toho, aby musel vycestovať alebo vôbec ovládať arabský jazyk. V roku 2014 jeho združenie prostredníctvom rozsiahleho internetového pátrania uviedlo, že zostrelenie civilného boeingu spoločnosti Malaysia Airlines, nad ukrajinskou Doneckou oblasťou bolo v kompetencii ruských vojakov z 53. raketovej divízie a zároveň usvedčilo ruské úrady zo snahy vyvrátiť túto skutočnosť falošnou satelitnou snímkom. Bellingcat sa angažovalo v mnohých ďalších podobných prípadoch a naďalej pokračuje v činnosti.

metódy je dôsledná práca s verejne dostupnými zdrojmi informácií ako sú fotografie, videá, satelitné snímky alebo profily na sociálnych sieťach. Bellingcat je podľa slov zakladateľa združenia Eliota Higginsa stará bájka o skupinke myší, ktorá je terorizovaná veľkou a nebezpečnou mačkou, preto sa rozhodne uviazať jej okolo krku zvoniec. Spôsob vyšetrovania skrze otvorené zdroje učí ľudí ako zvonieť na tento zvoniec a využiť pole sociálnych sietí, smartphonov a informácií dostupných online na pokojnú revolúciu resp. možnosť doviesť autority k zodpovednosti.⁵⁹ Podobne túto skutočnosť reflektuje Benčík a zdôrazňuje, že: „*Ak niekto dobrovoľne zverejní status tak, že ho môžu vidieť všetci, je to na úrovni verejného vyhlásenia. Ak niekto napíše svoj názor a nastaví jeho viditeľnosť pre všetkých, logicky si ho môže prečítať aj chlapík z africkej chatrče. A podľa pravidiel sociálnej siete môže ten názor aj ďalej šíriť. Ja nerobím nič iné, len zbieram verejné vyhlásenia konšpirátorov a extrémistov a dávam ich do článkov, aby ľudia videli, čo sú zač.*“⁶⁰

V konečnom dôsledku teda alternatívne médiá kreuju pluralitný priestor, ktorý konfrontuje recipienta s inými verziami sociálnej reality a spochybňujú monopol dominantných médií na šírenie informácií. Nové podmienky však tento priestor natoľko rozvinuli, že podľa Sandovalovej a Fuchsa je problémom fragmentarizácia verejnej sféry najmä pokiaľ ide o alternatívne médiá, ktoré sa venujú politickým diskurzom. Domnievajú sa totiž, že aby tieto médiá naplnili potenciál rozsiahlejších procesov zmeny, mali by sa spoločne sformovať do jednej kontraverejnej sféry.⁶¹ Navzdory problémom ako sú už spomenutá nízka miera objektivity alebo vplyv selektívnej expozície⁶² je však potrebné zdôrazniť, že nové médiá podporili premenu mocenských vzťahov publika nie len voči dominantným médiám, ale aj k politickej a spoločenskej realite. Aj keď tieto nové spôsoby participácie sa môžu javiť ako marginálne a ani zďaleka nie také, v aké dúfali predstavitelia technooptimizmu, ich vplyv v skutočnosti nie je zanedbateľný. Môžeme si napríklad všimnúť vzrastajúci význam online foriem demokratickej participácie (napr. internetové petície, alebo vyjadrenie postoja príslušnosťou k skupine na sociálnej sieti), často na úkor tradičných možností ako je účasť na voľbách alebo verejné zhromaždenie.

Záver

Domnievame sa, že publikačné iniciatívy recipientov nemožno reflektovať len z hľadiska konkurenčného vzťahu k tradičnej žurnalistike, ale predovšetkým ako prejav radikálnej premeny vzťahu medzi vysielateľmi a publikom. V kontexte mediálnej kultúry dnes nedokážeme jasne vytýčiť jednoznačné hranice mediálnych infraštruktúr a ich aktérov. Dominantné mediálne kanály v istom zmysle prišli o svoje výsadné postavenie zapojením sa čitateľov do mediálnej scény, avšak po komerčnej stránke väčšinu etablovaných médií tento prienik zatiaľ zdá sa existenčne neohrozuje. Do popredia sa v súčasnosti dostáva posilňovanie lojality recipientov a prienik médiá na všetky dostupné platformy v snahe adaptovať vlastné produkčné i distribučné postupy konvergentným podmienkam, vychádzajúc v ústrety komunite. Obsah sa tak neviaže na jeden typ textuality, pričom však táto diverzita spolu so zmenenou rovnováhou moci medzi

⁵⁹ Web 9

⁶⁰ Web 8

⁶¹ SANDOVAL, M. – FUCHS, CH.: Towards a critical theory of alternative media. In: *Telematics and Informatics*, 2010, roč. 27, č. 2, s. 143.

⁶² Pozn. aut.: Tendencia posudzovať informácie na základe toho či podporujú už prijaté názory jedinca.

vysielateľmi a publikom komplikuje aplikovanie predchádzajúcich klasických modelov. Rizikom sa stáva tiež fragmentarizácia verejnej sféry a vzájomná izolácia jednotlivých skupín, čo pod vplyvom sociálnych sietí kreuje polarizovanú názorovú atmosféru.

Za mimoriadnu hrozbu možno v tomto smere považovať tzv. „šedú zónu“ resp. určité žurnalistické projekty, ktoré vzbudzujú dojem štandardného spravodajstva, avšak medzi prevzatými agentúrnymi správami publikujú svoje pôvodné články. Vlastná činnosť týchto portálov nespočíva v poskytnutí alternatívneho pohľadu na spoločenské dianie, ktoré je nezastúpené alebo zamlčané v mainstreamových médiách, ale v úsilí vytvárať jednorozmernú kampaň či dokonca zreteľnú politickú konšpiračnú agendu postavenú na emocionálne zafarbených hodnotiacich floskulách a neopodstatnenom nálepkaní. (umiestnenie jedného z týchto webov na piatom mieste v rebríčku dôveryhodnosti médií je alarmujúce. Pozri Obr. 2). Akási „fluidná povaha“ súčasného sveta primäla užívateľov uplatňovať hodnotiace procesy miery dôveryhodnosti online informácií prakticky permanentne a v dôsledku toho sa v hypertextovom bludisku vyvinuli rýchle stratégie posudzovania, ktoré mnohokrát kladú dôraz viac na vizuálne a grafické prvky ako na analýzu samotného obsahu.

Považujeme za nevyhnutné dôsledne skúmať vzťah prozumentov a ostatných individuálnych aktérov k etablovaným inštitucionalizovaným médiám z hľadiska dôvery v tieto zdroje informácií. Dôvera resp. nedôvera v tradičné demokratické inštitúcie (nie len inštitúciu tlače) totiž odhaľuje krehkosť nášho spoločenského a politického systému.

Štúdia je výstupom grantového projektu:

VEGA 1/0282/18 Charakter a vývoj nezávislej kultúry a umenia na Slovensku po roku 1989.

Literatúra a zdroje

- BEDNÁŘ, V.: *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing, 2011. 210 s. ISBN 978-80-247-3452-1
- BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R.: *Média a novinári na Slovensku*. Bratislava: Eurokódex, 2010. 232 s. ISBN 978-80-89447-32-9
- DEUZE, M.: *Media life. Život v médiích*. Praha: Karolinum, 2015. 267 s. ISBN 978-80-246-2815-8
- FLORIDI, L.: *Čtvrtá revoluce. Jak infosféra mění tvář lidské reality*. Praha: Karolinum, 2019. 273 s. ISBN 978-80-246-3803-4
- LÉVY, P.: *Kyberkultúra*. Praha: Karolinum, 2000. 230 s. ISBN 80-246-0109-5
- MACEK, J.: *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011. 71 s. ISBN 978-80-7464-025-4
- MCQUAIL, D.: *Žurnalistika a společnost*. Praha: Karolinum, 2016, 254 s. ISBN 978-80-246-3093-9
- ONDRUŠOVÁ, M.: *Slovenská občianska žurnalistika: diplomová práca*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 214 s.
- SANDOVAL, M. – FUCHS, CH.: Towards a critical theory of alternative media. In *Telematics and Informatics*, 2010, 27(2), 141-150 ISSN: 0736-5853. [cit. 2016-01-28]. Dostupné na: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2009.06.011>.

- REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7
- Web 1 ATTON, CH. – HAMILTON, F. J.: Why Alternative Journalism matters. In *The ReaderExtra*, 2008, 31. Pp. 3-14 [cit. 2016-01-28]. Dostupné na: <http://www.coldtype.net/Assets.08/pdfs/1108.ReaderExtra1.pdf>.
- Web 2 BELLA, T.: *Blog.sme.sk - stručná a prekrútená história*. [online] 2.11.2005, [cit. 9.6.2019]. Dostupné na: <https://info.blog.sme.sk/c/23199/Blogsmesk-strucna-a-prekrutenahistoria.html>
- Web 3 HATŇANKOVÁ, M.: *Ján Benčík: S informáciami treba pracovať, a to mnoho ľudí nevie*. [online]. [cit. 10.6.2019]. Dostupné na: <https://www.heroes.sk/jan-bencik-rozhovor/#maincontent>
- Web 4 HERMOCHOVÁ, T.: *Pojem občanská žurnalistika uprimně nesnáším, říká Filip Rožánek*. [online]. 15.2.2019, [cit. 10.6.2019]. Dostupné na: <https://www.flowee.cz/civilizace/5758-pojem-obcanska-zurnalistika-uprimne-nesnasim-rika-filip-rozaneek>
- Web 5 NORDQUIST, R.: *Sound Bites in Communication*. [online]. 3.8.2018, [cit. 8.6.2019]. Dostupné na: <https://www.thoughtco.com/sound-bite-communication-1691978>
- Web 6 SHIRKY, C.: *Does the Internet Make You Smarter?*. [online]. 4.6. 2010, [cit. 4.1.2019]. Dostupné na: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704025304575284973472694334>
- Web 7 SME.blog: *Základné informácie o projekte*. [online]. 29.5.2005, [cit. 9.6.2019]. Dostupné na: <https://info.blog.sme.sk/c/12352/zakladne-informacie-o-projekte.html>
- Web 8 SUDOR, K.: *Ján benčík: konšpirátorov a extrémistov nepribúda, sú iba hlučnejší*. [online]. 12.2.2019, [cit. 10.6.2019]. Dostupné na: <https://dennikn.sk/1369569/jan-bencik-konspiratorov-a-extremistov-nepribuda-su-iba-hlucnejssi/>
- Web 9 TEDx Talks.: *Finding truth in a post-truth world | Elliot Higgins | TEDxAmsterdam*. [online]. 18.11.2016, [cit. 10.6.2018]. Dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=mozxTk3Brqw>
- Web 10 *Aká bude budúcnosť žurnalistiky? Opýtali sme sa Zuzany Wienk aj Miroslavy Kernovej*. [online]. 2.5.2018, [cit. 5.6.2019]. Dostupné na: <https://soda.o2.sk/pribehy/aka-bude-buducnost-zurnalistiky-opytali-sme-sa-zuzany-wienk-aj-miroslavy-kernovej/>
- Web 11 *Need-to-Know Blogging Statistics in 2019*. [online]. 23.4.2019, [cit. 8.6.2019]. Dostupné na: <https://99firms.com/blog/blogging-statistics/>
- Web 12 *Výše 80 percent slovenských domácností má internet*. [online]. 14.9.2018, [cit. 5.6.2019]. Dostupné na: <https://zive.aktuality.sk/clanok/134781/vyse-80-percent-slovenskych-domacnosti-ma-internet/>
- Web 13 *Vývoj internetovej žurnalistiky na Slovensku*. [online]. 29.3.2008, [cit. 5.6.2019]. Dostupné na: <https://tech.sme.sk/c/1989602/vyvoj-internetovej-zurnalistiky-na-slovensku.html>

Beyond Traditional Journalism: Reflection of the influence of new media on participatory ambitions of the audience with focus on the context of the Slovak media environment

The study reflects selected transformations in the relationship of institutionalized media and audiences, under the influence of convergent practices and the widely available new media interaction interface. It deals with the impact of digital technologies on the transformation of production and distribution strategies, as well as the "disengagement" of the definition of journalism as such. The subject of the author's interest is not only the intersection of professional and amateur production, but also the outline of the issue of civil initiative of media audiences.

Mgr. Andrea Olejárová
Katedra kulturológie, FF UKF v Nitre
Hodžova 1
949 01 Nitra
andrea1.olejarova@gmail.com