

## Kulturologické sondy do problematiky alternatívnych médií na Slovensku

Ľubica Krajčí Konzelmannová

### Abstrakt

Bakalárska práca sa zaoberá problematikou alternatívnych médií na Slovensku. Analyzuje alternatívne médiá ako opozitum ku mainstreamovým médiám a ako ich kontinuum. Dominantné negatívne vnímanie alternatívnych médií v slovenskom prostredí súvisí s faktom, že sú takmer výlučne spájané s dezinformačným obsahom. Cieľom práce je poukázať na jednostrannosť takéhoto vnímania a zároveň ho negovať. Práca je štruktúrovaná do dvoch častí. V teoretickej časti analyzuje a sumarizuje súčasné teoretické prístupy v danej oblasti z rôznych perspektív, podáva prehľad o jednotlivých alternatívnych médiách a špecifikuje ich základné znaky. Identifikuje termín dezinformácia a skúma jeho vzájomný vzťah s alternatívnymi médiami. Druhá časť práce aplikuje získané poznatky na slovenské alternatívne médiá.

### Kľúčové slová

Alternatívne médiá. Mainstreamové rádiá. Alternatívny žurnalizmus. Dezinformácie. Fakenews.

### 1 ALTERNATÍVA VS. MAINSTREAM

Médiá v každej svojej forme zohrávajú dôležitú úlohu v spoločnosti nielen ako zdroj informácií, ale aj ako nástroj verejnej mienky v demokratickej spoločnosti. Dvojica poľských mediálnych teoretikov – Maciej Iłowieckii a Tadeusz Zasepa vo svojej knihe *Moc a nemoc médií* zdôrazňujú, že práve verejná mienka je najdôležitejším činiteľom a základom demokracie. Úlohou masmédií v tomto procese je kontrola dodržiavania a rešpektovania verejnej mienky vládou a inštitúciami.<sup>1</sup> Okrem uvedeného zdieľania informácií je účel médií nezastupiteľný v realizácii práv občana, pri kontrole moci, správy vecí a verejných prostriedkov.

Mainstreamové médiá, uvádzané aj skratkou MSM, sú definované ako preferovaný pohľad na realitu. Noah Chomsky, jazykovedný profesor a analytický filozof, kriticky prirovnáva MSM ku korporátnej inštitúcii a ideologickému nástroju.<sup>2</sup> Organizačná štruktúra médií má teda rovnaké atribúty ako akákoľvek obchodná spoločnosť vrátane hierarchickej organizačnej

---

<sup>1</sup> ILOWIECKI, T., ZASEPA, T. *Moc a nemoc médií*, 2003, s.55.

<sup>2</sup> CHOMSKY, N. *What Makes Mainstream Media Mainstream* [online]. 1997, [cit. 2020-03-20]. Dostupné na internete: [https://chomsky.info/199710\\_/](https://chomsky.info/199710_/).

štruktúry, deľby práce, má špecifikované postupy, stanovené ciele, nástroje na ich kontrolu a hlavným motívom je dosahovanie zisku. Olga G. Baileyová, Bart Cammaerts a Nico Carpentier, autori knihy *Understanding Alternative Media*, uvádzajú, že mainstreamové médiá sa podieľajú na vytváraní „hlavných“ spoločenských hodnôt prostredníctvom ich „...permanentného vystavovania sa publiku“.<sup>3</sup> Hovoríme vlastne o kultúrnej hegemonii, ktorú si väčšia časť populácie nemusí uvedomovať. Mitzi Waltzová, teoretička v oblasti žurnalistiky a alternatívnych médií, uvádza, že MSM je možné identifikovať podľa vlastníctva samotných médií, ktoré je v skutočnosti koncentrované len v rukách nízkeho počtu spoločností.<sup>4</sup> Produkovaný obsah z toho dôvodu môže priamo súvisieť so záujmami vlastníckej štruktúry, čím môže byť ovplyvnená objektivita. V *Slovníku mediální komunikace* od autorky Ireny Reifovej je pod heslom mainstreaming uvedená definícia: „Proces, kdy intenzivní příjem relativně homogenizovaných a stereotypizovaných sdělení obrazů z médií a zvl. televize vede k názorovému a hodnotovému zestejšňování příjemců z rozdílných a kulturních prostředí“.<sup>5</sup>

Z uvedených definícií môžeme MSM charakterizovať ako model obchodnej spoločnosti produkujúcej tovar v podobe hegemonného videnia sveta a ktorá v zásade nemôže ignorovať ekonomické ciele. Alternatíva by teda mohla byť definovaná ako všetko ostatné, čo nie je mainstreamové.

## 2 DEFINÍCIA ALTERNATÍVNYCH MÉDIÍ A ICH ŠTRUKTURÁLNE ZNAKY

### 2.1 Radikálne médiá

Profesor John D.H. Downing, ktorý sa intenzívne venuje téme alternatívnych médií a sociálnej zmene, vo svojej publikácii *Radical Media. Rebelious Communication and Social Movements* uvádza v historickom kontexte spôsoby organizácie médií – východný/sovietsky a západný/kapitalistický, ktoré vznikli v časoch Studenej vojny. Komparatívnym výskumom oboch modelov médií zadefinoval pojem radikálne médiá, ktoré sú vo všeobecnosti malého rozsahu a majú rozličné formy a ktoré prezentujú alternatívny pohľad na politickú a kultúrnu hegemoniu, priority a názory.<sup>6</sup> Zjednodušene, ku všetkému v konečnom dôsledku existuje alternatíva.<sup>7</sup>

J. Downing definuje alternatívne, resp. radikálne médiá, na základe viacerých spoločných znakov, ktoré ich stavajú do opozície voči tradičným. Identifikuje ich na základe formy, obsahu, spôsobu distribúcie alebo stupňa radikalizácie. Rozlišujúcim znakom je aj tendencia byť viac demokratický ako konvenčné médiá, poddimenzované financovanie a zvyčajne sú to spoločnosti malého rozsahu.<sup>8</sup> Politické hľadisko ako dominantný faktor pri analýze alternatívnych médií môže implikovať určitý dojem zásadnej sociálnej zmeny a médiá v tomto procese zohrávajú dôležitú úlohu. Svojou formou aj obsahom môžu byť chápané ako radikálna zmena voči profesionalizovaným a inštitucionalizovaným mainstreamovým médiám.

<sup>3</sup> BAILEY, O.G. - CAMMAERTS, B.– CARPENTIER, N. *Understanding Alternative Media*, 2007, s. 16.

<sup>4</sup> WALTZ, M. *Alternative and Activist Media*, 2005, s. 1.

<sup>5</sup> REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*, 2004, s. 126.

<sup>6</sup> DOWNING, J.D.H. et al. *Radical media. Rebelious Communication and Social Movements*, 2001, s. v.

<sup>7</sup> *Ibid.*, s. ix.

<sup>8</sup> *Ibid.*, s. ix.

Analýzou a výskumom alternatívnych médií sa zaoberal aj Kristoffer Holt, profesor mediálnych a komunikačných štúdií. Existencia alternatívnych médií a ich pracovné metódy „...môžu mať vplyv na verejnú debatu a ostatné médiá a tým vytvárajú podmienky na formovanie verejnej mienky...“<sup>9</sup> Alternatívne médiá delí podľa obsahu na antisystémové, irelevantné, polarizačné vo vzťahu k spoločnosti a neantisystémové, pričom jednotlivé skupiny zároveň vytvárajú vzťahy voči mainstreamovým médiám.<sup>10</sup> Uvedený model je založený na koncepcii politických strán Giovannioho Sartoriho, ktorý K. Holt aplikoval na oblasť médií. Východiskovým princípom je ideologická a relacionistická antisystémovosť.

Pôvodnú teóriu radikálnych médií v roku 2001 J. Downing revidoval a aplikoval ju na širšiu oblasť populárnej kultúry. Sám uznáva, že tento pôvodný pohľad je do značnej miery limitovaný a je skôr kritikou modelu západných médií.<sup>11</sup> Vlastníctvo médií je síce v súkromných rukách, obchodné záujmy a vlastníctvo ale predstavujú hlavnú formu kontrolných mechanizmov. Model východných médií podliehal kontrole štátom prostredníctvom cenzúry. V takomto prostredí je potláčaný a cenzurovaný akýkoľvek opozičný názor, štátna moc odmieta akýkoľvek dialóg a prípadný odpor je trestaný formou perzekúcie, alebo sú ich aktéri označovaní za protisocialistické a kriminálne živly.

Antisystémové médiá K. Holta naznačujú určitý podiel radikalizácie pre svoj podiel antagonizmu nielen voči tradičným prostriedkom, ale aj voči politickej situácii a jej zobrazovaniu mainstreamovými médiami. Ich prostredníctvom môže dochádzať k nepresnému sprostredkovaniu informácií, čím môžeme v takýchto prípadoch odôvodniť podstatu a význam alternatívnych médií.

## 2.2 Participatívne médiá

Niektoré médiá sú často krát označované prívlastkami ako občianske, komunitné, aktivistické, grassroots<sup>12</sup>, nezávislé alebo demokratické. Rozdiel medzi nimi je v odbornej literatúre definovaný spravidla na základe konkrétnych príkladov z praxe, ktoré ich významovo od seba diferencujú.

M. Waltzová konceptualizovala vo svojej publikácii *Alternative and activist media* tzv. aktivistické médiá, ktoré svoje publikum vyzývajú priamo k činom vedúcim k sociálnej zmene a to bez ohľadu na prípadnú politickú príslušnosť. Súvis medzi alternatívnymi a aktivistickými je podľa M. Waltzovej v potenciálnom vplyve, ktorý majú na spoločnosť v rámci ekonomických a sociálnych zmien.<sup>13</sup> Tie sú spravidla úsilím konkrétnej skupiny ľudí a kľúčovým faktorom je komunikácia. Mediálny aktivizmus môže mať rôzne podoby a môže byť mierny alebo radikálny. Nie je to len fenomén súčasnej doby, rôzne formy občianskeho aktivizmu sú prítomné aj v histórii. Aktivizmus však nemusí byť limitovaný len geografickým priestorom. Prostredníctvom médií a súčasných technológií dochádza k rýchlejšiemu šíreniu informácií vnútri určitých skupín a zároveň aj smerom von. Dominantné platformy digitálnych médií

---

<sup>9</sup> HOLT, K..Alternative media and theNotion of Anti-systemness: Towards an Analytical Framework, In: *Media and Communications*, Volume 6, Issue 4. s. 52. [online]. 2018, [cit. 01.04.2020]. Dostupné na internete: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1467>.

<sup>10</sup>Ibid., 2018, s. 53.

<sup>11</sup> DOWNING, J.D.H. 2001, s. viii.

<sup>12</sup> Na lokálnej úrovni

<sup>13</sup> WALTZ, M. *Alternative and activist media*, 2005, s. 3.

21. storočia sú využívané občanmi alebo skupinami občanom na vyjadrenie nesúhlasu alebo svojich názorov. Príkladom je „hashtag“ aktivizmus, slovo alebo slogan označený špeciálnym znakom #, ktorého funkciou je identifikácia skupín reprezentujúcich spoločný cieľ, názory alebo vyjadrenie podpory konkrétneho cieľa. V roku 2015 po útoku na redakciu francúzskej redakcie vydávajúcej týždenník Charlie Hebdo, pri ktorej zahynulo 12 ľudí, sa globálne prejavila masová podpora nielen obetiam vraždy, ale v širšom kontexte aj podpora slobody slova označením #JeSuisCharlie.

O. G. Baileyová, B. Cammaerts a N. Carpentier rozlišujú aj pojmy participácia v médiách a participácia prostredníctvom médií. Prvý termín umožňuje občanom podieľať sa na tvorbe obsahu médií na úrovni mikrosfér v rámci každodenného života na neprofesionálnej úrovni. Participácia prostredníctvom médií prebieha na úrovni makrosfér, pričom umožňuje vyššiu účasť vo verejných diskusiách.<sup>14</sup> Participáciu v médiách môžeme teda charakterizovať ako proces, v ktorom určitá komunita resp. jednotlivec má možnosť podieľať sa na tvorbe obsahu médií alebo môže mať priamy vplyv na výsledok procesu. Sem môžeme zaradiť napríklad sociálne siete ako formu alternatívnej komunikácie.

Odlíšny hodnotiaci rámec pojmu alternatívne médiá zadefinovala Clemencia Rodriguezová, odborníčka na mediálnu komunikáciu. Určité druhy médií by mali byť definované najmä podľa ich zámeru a účinku na spoločnosť a nie vo vzťahu k mainstreamovým médiám. Výskumom realizovaným v Columbii zaviedla pojem „občianske médiá“<sup>15</sup>, ich primárnym cieľom je „...aktivovať komunikačný proces, ktorý pomáha vytvárať ich miestnu komunitu“.<sup>16</sup> Výskum C. Rodriguezovej v danej oblasti súvisel s komplikovanou politickou situáciou v Columbii a s nárastom paramilitantných skupín a drogových kartelov. V takomto sociálnom prostredí sa najefektívnejšími stávajú občianske médiá, ktoré sa neobmedzujú len na prenos informácií, ale sa stávajú prostriedkom komunikácie medzi ľuďmi bez použitia nástrojov zvyčajne používaných mainstreamovými médiami.

Pokiaľ občiansky aktivizmus alebo angažovanosť komunit či skupín obyvateľstva nezaujme pozornosť tradičných médií, sú zámerne prehliadané alebo ich interpretácia nie je pravdivá, potreba alternatívy bez ohľadu na svoju formu sa stáva dôležitou hybnou silou v procese sociálnych a ekonomických zmien a de facto alternatívou jedinou.

### 2.3 Kritické médiá

Kritika prostriedkov masovej komunikácie a mediálnej kultúry vychádza už z prác predstaviteľov Frankfurtkej školy. Max Horkheimer a Theodor W. Adorno vo svojom diele *Dialektika osvícenství* tvrdia, že kultúrny priemysel „...energicky provádí dříve namnoze neobratnou transpozici umění do konzumní sféry a že z ní učinil princip, že zábavu svlékl z její vtíravé naivity a zlepšil způsob zpracování zboží.“<sup>17</sup> V 50 - tých rokoch 20. storočia vznikom Birminghamskej školy dochádza ku tzv. kultúrnemu obratu. Jeho predstavitelia masovú kultúru

<sup>14</sup>BAILEY O.G. – CAMMAERTS, B. – CARPENTIER, N. *Understanding Alternative Media*, 2007, s. 11.

<sup>15</sup> Z anglického „citizens media“.

<sup>16</sup> RODRIGUEZ, C. *Citizens' Media as a Tool for the Local Construction of Peace in Colombia: Disrupting Violence in Colombia*, In VARGAS, L. *Citizens' Media as a Tool for the Local Construction of Peace in Colombia: Opportunities for Youth*, s.10. [online]. 2013, [cit. 2020-01-20]. Dostupné na internete: [https://www.mcgill.ca/isid/files/isid/pb\\_2013\\_14\\_vargas.pdf](https://www.mcgill.ca/isid/files/isid/pb_2013_14_vargas.pdf).

<sup>17</sup> ADORNO, T.W. - HORKHEIMER, M. *Dialektika osvícenství*, 2009, s. 136.

pracujúcej triedy povýšili na predmet akademického záujmu, pričom v rámci širokého spektra ich vedeckého záujmu sa sú aj mediálne štúdiá. Podľa Stuarta Halla bola dôležitým obratom pre mediálne štúdiá redefinícia zaužívaných dominantných paradigiem vo výskume masovej komunikácie. Východiskovým bol výskum predstaviteľov Frankfurtskej školy, ktorá preferovala model priameho vplyvu masovokomunikačných prostriedkov v kontexte behaviorizmu a svoju pozornosť zamerali na ideologickú úlohu médií.<sup>18</sup> Jeho koncept „kódovania / dekódovania“ v kontexte diváka a média je založený na vytvorení odkazu alebo správy vysielajúceho subjektu, teda televízie. Proces kódovania vzniká počas produkcie a divák podľa teórie S. Halla má mať schopnosť interpretovať správu kriticky a nezávisle od vlastných skúseností prostredníctvom kódov na konotatívnej úrovni.<sup>19</sup>

Literárny kritik a semiotik Umberto Eco vo svojej knihe *Skeptikové a tešitelé* zosumarizoval súdobé kritické názory na masmédiá a označil ich za „obžalobu médií“. Masmédiá podľa U. Eca šíria kultúru homogénneho typu a ich produkty spôsobujú, že ...“konzument se nemusí namáhat, každá myšlenka je převedena na formuli...“.<sup>20</sup>

Kritické médiá ako kategóriu alternatívnych médií definoval Christian Fuchs, špecializujúci sa na výskum v oblasti mediálnej a sociálnej teórie. Vo svojej štúdií *Alternative Media as Critical Media* ich charakterizuje ako kritické nielen svojou formou, ale najmä opozičným obsahom voči dominantne a jej represívneho heteronómneho pohľadu na reflexiu patriarchátu, rasizmu, sexizmu, nacionalizmu a podobne.<sup>21</sup> V reflexii alternatívnych médií je práve aspekt kritiky hlavným rozlišujúcim faktorom voči mainstreamu. Neznamená to, že v MSM absenteje kritika, alebo že sú nekritické. Takáto simplifikácia tvrdenia by však väčšinu médií klasifikovala ako alternatívu. Zároveň, aj prijatie nekritického obsahu príjemcom kriticky nedefinuje médium ako alternatívne, je to skôr výsledok mediálnej gramotnosti a kritického myslenia recipienta.

## 2.4 Alternatívne médiá ako kontinuum

Podľa Lindy Jean Kenixovej, odborníčky v odbore komunikácie a žurnalistiky, sú tradičné formy médií na ústupe. Vo svojej publikácii *Alternative and Mainstream Media: The Converging Spectrum* vychádza z údajov Výročných správ o americkej žurnalistike konštatujúcich globálny pokles počtu tradičných printových médií a s tým súvisiace zníženie finančných ziskov spoločností, ktoré ich vlastnia.<sup>22</sup> Na rozdiel od nich sú alternatívne médiá charakterizované ako spoločnosti menšieho rozsahu s obmedzenými zdrojmi financovania<sup>23</sup>, nekopírujú ich organizačnú štruktúru<sup>24</sup> a prezentujú záujmy a názory menších skupín. Podľa Chrisa Attona, mediálneho a kultúrneho teoretika a profesora z Edinburskej univerzity, sú

---

<sup>18</sup> HALL, S. *Culture, Media, Language. Working papers in Cultural Studies 1972-79*, s.2005, s. 104.

<sup>19</sup> HALL, S. Encoding, decoding. In: DURING S., *The Cultural Studies Reader*, 1993, s. 98-99.

<sup>20</sup> ECO, H. *Skeptikové a tešitelé*, 1995, s. 44-45.

<sup>21</sup> FUCHS, CH. *Alternative Media as Critical Media*, In: *European J of SocialTheory* 13 (2) : 173-192, s. 179. [online]. 2010, [cit. 2020-04-15]. Dostupné na internete <http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/altmedia.pdf>.

<sup>22</sup> KENIX, L.J. *Alternative and Mainstream Media: The Converging Spectrum*, 2011, s. 26.

<sup>23</sup> Vid' Downing

<sup>24</sup> Vid' Rodriguezová a Waltzová

alternatívne médiá prostriedkom demokratickej komunikácie pre ľudí zvyčajne vylúčených z mediálnej produkcie.<sup>25</sup>

Podiel na úpadku tradičných médií priamo súvisí s rozvojom digitálnych médií a s rozvojom internetu. Pred ich masovým nástupom bola produkcia obsahu výlučne doménou profesionalizovaných skupín, internet ale umožnil vytvoriť z pôvodných recipientov obsahu ich tvorcov. Je tu, samozrejme, predpoklad určitého stupňa profesionalizácie a zručností, predstavuje však radikálny obrat v porovnaní s tradičnými formami produkcie, v ktorých jednotlivé kroky distribúcie vykonávané špecializovanými profesionálmi nahradí podstatne menšie množstvo ľudí.

Henry Jenkins, zakladateľ a riaditeľ Programu komparatívnych mediálnych štúdií na Massachusettskom technologickom inštitúte, vo svojej publikácii *Convergence Culture: Where old and new media collide* hovorí o konvergentnej kultúre a konvergentných médiách, v ktorých kolidujú staré a nové médiá, stretávajú sa lokálne a korporátne médiá a kde moc mediálneho producenta a moc mediálneho príjemcu prebieha v nepredvídateľných interakciách.<sup>26</sup> Klasický model distribúcie informácií je nahradený novými typmi a výsledným procesom je škála konvergentných médií kombinujúcich informačné a komunikačné technológie v inovatívnych formách.

Prístup k internetu v rámci Európy má až 87,2% (z celkového počtu takmer 835 miliónov obyvateľov), celosvetovo je to 58,7%.<sup>27</sup> Len v rámci Európy má teda prístup k internetu viac ako 727 miliónov obyvateľov. Rozvoj digitálnych médií a ich masové využívanie umožňuje pohľad na alternatívne médiá viac ako kontinuum MSM, ktoré sa prispôbujú súčasným trendom vo forme vzniku rôznych hybridných médií a nahrádza pôvodný dichotomický pohľad na výlučne opozičný vzťah mainstream – alternatíva. Zároveň nivelizuje rozdiely v organizačných štruktúrach mediálnych inštitúcií ako aj medzi metódami MSM a alternatívnych médií.

## 2.5 Alternatívna žurnalistika

Zaužívané predstavy o monopole na informácie získavané z tradičných médií prostredníctvom špecializovaných novinárov sa narušajú s príchodom konvergentných médií a spoločne s nástupom internetu. Zo sféry novín a časopisov nastáva posun do virtuálneho sveta. K. Holt konštatuje, že časť novinárov z MSM už nie je považovaná za „strážcov pravdy“<sup>28</sup>, ale za súčasť vládnucej vrstvy v štruktúre spoločnosti.<sup>29</sup> Tým sa prezentovaná informácia stáva neobjektívnou. Príkladom ideálneho novinára podľa Ch. Fuchsa je občiansky novinár konfrontujúci korporátne a politické tlaky a súčasne je od nich nezávislý.<sup>30</sup> Nezávislosť médií môžeme teda charakterizovať ako nezávislosť z pohľadu financovania, vlastníctva a distribuovaného obsahu.

Alternatívnu žurnalistiku môžeme v širšom slova zmysle označiť ako súčasť komunitných resp. participatívnych médií s nadväznosťou na spoločenskú zmenu. Spoločným menovateľom tohto typu alternatívnych médií je podľa Ch. Attona a J. F. Hamiltona nespokojnosť recipientov

<sup>25</sup> ATTON, CH. *Alternative Media*, 2002, s. 4.

<sup>26</sup> JENKINS, H. *Convergence Culture. Where old and new media collide*, 2006, s. 2.

<sup>27</sup> Web (2)

<sup>28</sup> Z anglického „watchdogs.“

<sup>29</sup> HOLT, K.. 2018, s. 51.

<sup>30</sup> FUCHS, CH. 2010, s. 178.

so zobrazovaním reality MSM, radikálny obsah a nekomerčné zameranie. V užšom slova zmysle je tu priestor nielen na radikálnejšiu reflexiu spoločnosti, ale aj na sebaujadrenie jednotlivca alebo skupiny v kontexte subkultúrnej identity.<sup>31</sup> Určité časti spoločnosti môžu byť zámerne prehliadané či dokonca ignorované majoritnou časťou spoločnosti, pretože sa odlišujú svojimi názormi, normami a hodnotami. Často uvádzaným príkladom v odbornej literatúre sú tzv. fanzíny, časopisy produkované anglickou punkovou subkultúrou, označovanou aj ako D.I.Y. culture.<sup>32</sup> Hlavným aspektom je hľadanie alternatívneho spôsobu života divergentného od spoločenských noriem. V súlade s heslom D.I.Y. boli tlačené a distribuované za čo najnižšie náklady, často krát s nesprávnou gramatikou a preklepmi.

S využívaním súčasných technológií sa v podstate môže stať novinárom ktokoľvek. Geografické hranice vo virtuálnom priestore prakticky neexistujú. Teoreticky každá udalosť sa dostáva do on-line priestoru v priebehu niekoľkých sekúnd. Môžeme namietkať, že občianska participácia je amatérska v porovnaní s profesionálnymi novinármi, napriek tomu je jej trend stúpajúci. To predstavuje veľkú výzvu voči tradičným médiám, ktoré kvôli svojmu hierarchickému systému a organizačnej štruktúre vyžadujúcej niekoľko úrovňový schvaľovací proces, nedokážu reagovať promptne.

Preto sa podľa L. Kenixovej aj tradičné médiá snažia o zapájanie verejnosti do tvorby svojho obsahu.<sup>33</sup> Moderné technológie umožňujú vytvorenie zvukového, obrazového záznamu alebo kombináciu oboch a MSM svojimi prostriedkami dokážu obsah masovo šíriť. Ako uvádza H. Jenkins, konvergencia sa prejavuje nielen v zmene systému mediálnej produkcie ale aj v spôsobe akým je mediálny obsah prijímaný.<sup>34</sup> Vplyv médií umožnil z pôvodne pasívneho publika vytvoriť publikum aktívne, čím sa narušila dovtedy pôvodne striktno oddelená forma producent – príjemca. Internet napríklad na rozdiel od televízie, rádia a tlače dáva možnosť priamej reakcie na obsah formou diskusie a umožňuje jeho ďalšie šírenie.

V kontexte alternatívnych médií je dôležité uviesť, že primárnym cieľom alternatívneho alebo občianskeho žurnalizmu je propagovanie ideí a nie akumulácia zisku na rozdiel od mainstreamových médií.

## 2.6 Znamky alternatívnych médií podľa p. Lewisa

Proces globalizácie umožnil rozšírenie mediálneho systému vo svetovom meradle a hranice medzi mainstreamom a alternatívou sa postupne stierajú najmä kvôli dostupnosti technológií umožňujúcich tvorbu a distribúciu mediálneho obsahu, ktoré už nie sú len výsadou elitných skupín. Peter Lewis editoval publikáciu *Alternative Media: Linking Global and Local*, ktorá vyšla pod záštitou Organizácie OSN pre vzdelávanie, vedu a kultúru (UNESCO). V nej štruktúrne zadefinoval alternatívne médiá podľa jednotlivých oblastí a identifikoval ich hlavné znamky:

---

<sup>31</sup> ATTON, CH., HAMILTON J. F. Why Alternative journalism matters. In *The Cold Type Reader Extra/1*[online]. 2008, issue 31. [cit. 2020-04-22] Dostupné na internete:

<http://www.coldtype.net/Assets.08/pdfs/1108.ReaderExtra1.pdf>

<sup>32</sup> Z anglického „Do it yourself“ – urob si sám.

<sup>33</sup> KENIX. L. J. 2011, s. 30.

<sup>34</sup> JENKINS, H. 2006, s. 16.

Tabuľka č. 1<sup>35</sup>

| Oblasť                         | Znaky alternatívnych médií  |
|--------------------------------|---|
| Motív alebo dôvod              | Odmietnutie komerčných/obchodných dôvodov                           |
|                                | Presadzovanie etnických, ľudských, kultúrnych, vzdelávacích zámerov |
| Zdroje financovania            | Odmietnutie štátnych a mestských dotácií                            |
|                                | Odmietnutie príjmov z reklamy                                       |
| Regulačné výnimky              | Podliehajú iným kontrolným mechanizmom ako tradičné médiá           |
|                                | Autonómne (s vlastnými pravidlami)                                  |
| Organizačná štruktúra          | Vedomé vytváranie iného druhu organizačnej štruktúry                |
| Profesionálne praktiky         | Kritika zaužívaných profesionálnych metód                           |
|                                | Podpora dobrovoľníkov v produkcii                                   |
|                                | Participácia a/alebo kontrola „obyčajnými“ ľuďmi                    |
| Obsah správ                    | Alternatíva voči tomu, čo je dostupné alebo dovolené                |
| Vzťah s publikom / konzumentom | Priama forma kontroly média publikom                                |
|                                | Médiá umožňujú užívateľom priamo artikulovať svoje potreby          |
| Kompozícia publika             | Mladí ľudia, ženy, dedinské publikum                                |
| Rozsah                         | Je skôr lokálny ako regionálny a národný                            |
| Povaha výskumnej metodológie   | Vytvára obraz o médiu a jeho využití ako alternatívneho             |

Východiskovým podkladom publikácie bolo 9 prípadových štúdií komunitných médií, teda médií s vysokou občianskou participáciou. Ako uvádza P. Lewis, určité komunity majú na výber len z dvoch možností. Prvou je snaha presvedčiť mainstreamové médiá o ich lepšie zobrazenia, druhou možnosťou použitie vlastných médií.<sup>36</sup> Takáto forma sebaujedenia vyplýva teda z potreby konkrétnych skupín, ktoré sú pre svoj charakter alebo zameranie odsúvané na okraj spoločnosti. Z vlastného uhla pohľadu sami seba nemusia identifikovať ako alternatívne, môžu tak byť označované tradičnými médiami. Evaluácia alternatívnosti sa môže posudzovať z rôznych hľadísk. Médium sa môže považovať za alternatívne aj bez toho, aby tak bolo vnímané a naopak, médium spĺňajúce viaceré hodnotiace kritériá, samé seba neposudzuje ako alternatívne. Miera posúdenia nemusí vychádzať len z preddefinovaného hodnotiaceho rámca, ale môže byť založená na subjektívnom prístupe tvorcu aj príjemcu.

### 3 VZNIK ALTERNATÍVNYCH MÉDIÍ

Východiskovým konceptom vzniku alternatívnych médií je pre M. Waltzovú pojem Jürgena Habermasa „verejná sféra“ - komunikačná platforma v rámci demokratickej spoločnosti. Existencia verejnej diskusie v masových médiách je však výsledkom manufaktúrneho procesu s vopred známym výsledkom.<sup>37</sup> Občiansku verejnosť môžeme chápať ako sféru súkromných osôb tvoriacich rôzne vrstvy spoločnosti, ktoré sa snažia o dialóg s mocou. Alternatívne médiá

<sup>35</sup> LEWIS, P. *Alternative Media: Linking Global and Local*, 1993, s. 12.

<sup>36</sup> LEWIS, P. 1993, s. 15.

<sup>37</sup> WALTZ, M. 2005, s. 17.



sa v tomto prípade stávajú efektívnejším nástrojom v zmysle dosiahnutia objektívnej verejnej diskusie pre komunity alebo jednotlivcov z dôvodu svojej nezávislosti. V súčasnej dobe sú to napríklad rôzne panelové diskusie a dialógy s občianskou participáciou, alebo on-line diskusie, ktoré majú nepomerne vyšší dosah.

J. Downing vznik alternatívnych médií odôvodňuje kritikou kultúrnej hegemonie, ktorú odvodzuje od konceptu Antonia Gramsciho, talianskeho socialistu a marxistu. Triáda „moc – hegemonia – odpor“ je východiskovým princípom vzniku alternatívnych médií.<sup>38</sup> Hegemonia je podľa Gramsciho v publikácii od S. Jonesa *Antonio Gramsci* užitočnejší a viac kritický termín ako dominancia, ktorá odmieta uznať význam podriadených skupín v kontexte moci.<sup>39</sup> Kultúrna hegemonia je kontrola kultúry prostredníctvom dominancie vládnučích skupín tým, že manipuluje s kultúrou spoločnosti. Hegemonia ako všeobecne platná dominantná ideológia ospravedľuje sociálny, politický a ekonomický status quo ako prirodzený, nevyhnutný a prospešný pre všetkých.

Alternatívne médiá existujú v určitom čase, priestore a v rámci určitej kultúry rovnako ako mainstreamové. Ich existencia vyplynula z konkrétnych dôvodov. Skepticky môžeme konštatovať, že primárna funkcia masových médií vymizla a narastá nespokojnosť s interpretáciou faktov. N. Chomsky vo svojej knihe *Understanding Power: The Indispensable Chomsky* uvádza, že médiá majú len dve funkcie. Jedna z nich spočíva v indoktrinácii elitnej časti spoločnosti, aby dostali tie „správne myšlienky“, pretože je to časť obyvateľstva, ktorá sa určitým spôsobom podieľa na rozhodovaní. Úlohou masových médií je zbaviť sa zvyšku populácie – marginalizovať ich a eliminovať, aby sa im zamedzil prístup ku akejkoľvek forme rozhodovania. Prostriedkami na dosiahnutie týchto cieľov nie sú tzv. mienkotvorné médiá, ale sitcomy, sex, násilie a pod. Pokiaľ táto časť populácie dokáže uniknúť z procesu znižovania vzdelávania, ostáva tu veľké publikum pre alternatívu.<sup>40</sup> Je to teda časť populácie vymedzujúca sa proti komformizmu.

Dôvody vzniku alternatívnych médií sa neprofilujú len z potreby „byť alternatívny“ voči MSM, ale súvisia so snahou o nezávislosť v ekonomickej, politickej aj kultúrnej rovine. Ďalším aspektom vzniku alternatívnych médií vyplývajúcim z nárastu digitálnych technológií je enormné množstvo informácií, ktorých relevancia a pravdivosť je spochybňovaná. Ich šírenie je do značnej miery možné prostredníctvom sociálnych aktivít – sietí a správ, ktoré nepodliehajú zaužívanému kontrolnému mechanizmu. Pri tradičných alebo mainstreamových rádiách je tu vysoký podiel kontroly obsahu štátom, vlastníkom alebo rôznymi nástrojmi kontroly ako sú overenie zdrojov, fact-checking<sup>41</sup>, pri alternatívnych médiách existuje systém samoregulácie a do veľkej miery aj dohľad zo strany publika alebo jeho priama participácia. Napriek zjavne prítomnému elementu kontroly sa médiá stávajú terčom kritiky pre svoj obsah z dôvodu nárastu nepravdivých informácií.

Pojem „nepravdivá informácia“ môže evokovať protiklad „pravdy“, v súčasnosti je často používaný termín „fake news“.<sup>42</sup> Ním ale nemusí byť exaktne vystihnutá široká škála odtieňov

---

<sup>38</sup> DOWNING, J.D.H., s. 12

<sup>39</sup> JONES, S. *Antonio Gramsci*, 2006, s. 54.

<sup>40</sup> CHOMSKY, N. - MITCHELL, P.R. - SCHOEFFEL, J. *Understanding Power. The Indispensable Chomsky*, 2002, s 121.

<sup>41</sup> V preklade overenie faktov.

<sup>42</sup> V preklade falošné správy.

toho, čo nie je považované za pravdu. Európska komisia vo svojom Akčnom pláne proti dezinformáciám z roku 2018 pod slovom dezinformácie uvádza, že sú to „...preukázateľne nepravdivé alebo zavádzajúce informácie, ktoré sú vytvorené, prezentované a šírené s cieľom ekonomického zisku alebo kvôli úmyselnému podvádzaniu verejnosti a môžu spôsobiť verejné poškodenie.“<sup>43</sup> Európska rada vo svojej Správe *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* identifikovala sedem existujúcich typov dezinformácií objavujúcich sa na internete.

Tabuľka č. 2<sup>44</sup>

| Diferenciácia         | Znaky   |
|-----------------------|---|
| Satira alebo paródia  | Nie je tu úmysel spôsobiť poškodenie, ale má potenciál oklamať                |
| Falošná konektivita   | Nadpisy, vizuálne prvky a titulky sú v nesúlade s obsahom                     |
| Klamlivý obsah        | Zavádzajúce použitie informácií z dôvodu obvinenia jednotlivca alebo problému |
| Falošný kontext       | Pravdivý obsah je zdieľaný s falošnými kontextuálnymi informáciami            |
| Napodobňovanie obsahu | Pravdivé informácie sú vydávané za vlastné                                    |
| Manipulovaný obsah    | Manipulovanie s pravdivými informáciami a obrázkami uvádza do omylu           |
| Vymyslený obsah       | Nový obsah je úplne nepravdivý a jeho cieľom je klamať a spôsobovať škodu     |

Z vyššie uvedeného vyplýva, že otázka, či sú informácie pravdivé alebo nepravdivé už nie je dostačujúca, nestačí rozlíšiť „dôveryhodné“ správy od „škodlivých“ správ. Všeobecný termín „fake news“ je v súčasnej dobe nepostačujúci, pretože ostáva vo všeobecnej rovine a je neadekvátny jednotlivým kategóriám zavádzajúceho alebo nepravdivého obsahu.

Dôležitejším kritériom sa stáva úmysel autora alebo média, či chce svojimi informáciami reálne informovať, alebo zavádzať. E. Moravčíková z Univerzity Konštantína filozofa v Nitre vo svojom článku *Metamorfózy mediálnej krajiny v ére postfaktuálnej (Kulturologická sondáž)* upozorňuje na zneužitie termínu „fake news“ v kontexte postfaktuálnej spoločnosti ako jednu z možných stratégií tzv. hybridnej vojny, kde rozhodujúcim faktorom nie je samotná dezinformácia, ale obvinenie oponenta z jej šírenia.<sup>45</sup>

Dostupnosť internetu a digitálnych médií môžeme považovať za dôležitý aspekt existencie alternatívnych médií, ale keď nie za priamy dôvod ich vzniku, pretože z historického hľadiska tu alternatíva pravdepodobne vždy bola. Zjednodušil a urýchlil sa ale proces vzniku, produkcie

<sup>43</sup> Web (3)

<sup>44</sup>WARDLE, C. – DERAKSHAN, H. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* [online]. 2017, [cit. 2020-04-22]. Dostupné na internete: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation-1.pdf?x67824>

<sup>45</sup>MORAVČÍKOVÁ, E. *Metamorfózy mediálnej krajiny v ére postfaktuálnej (Kulturologická sondáž)*, In *Culturologica Slovaca*. [online] 2019, s. 40-52 [cit. 2020-04-30]. Dostupné na internete: <http://www.culturologicaslovaca.ff.ukf.sk/index.php/aktualne-cislo>

a distribúcie informácií a nekonečné zápasy o zobrazovanie reality sa presunuli do virtuálneho sveta. Rovnaké faktory, ktoré podporujú zdravú demokraciu, podporujú aj šírenie dezinformácií. Voľný tok informácií a názorová pluralita je zastúpená vysokým počtom médií, všetky tieto demokratické výhody ale zároveň poskytujú príležitosti aj pre vznik dezinformácií.

## 4 ALTERNATÍVNE MÉDIÁ NA SLOVENSKU

### 4.1 Alternatívne vs. Dezinformačné

V roku 2016 Slovenská akadémia vied zriadila Inštitút strategických analýz, ktorého hlavnou náplňou je „...identifikácia výziev spoločenského vývoja alebo technologických dopadov krajiny a spoločnosť v Slovenskej republike“<sup>46</sup> Jedným z projektov realizovaných uvedenou inštitúciou bola aktivita Sociálna analýza Slovenska a v roku 2017 bola jej témou spoločenská komunikácia. Aktivita bola realizovaná formou reprezentatívneho prieskumu verejnej mienky, ktorý pre Inštitút strategických analýz Slovenskej akadémie vied vypracovala agentúra MVK. Prieskumu sa zúčastnilo 1600 respondentov a prebiehal v dňoch 20. až 24. novembra 2017. Z výsledkov prieskumu<sup>47</sup> vyplynulo, že 45 percent respondentov sleduje alternatívne médiá a 42 percent celkom alebo čiastočne nedôveruje tradičným médiám. Takýto vysoký podiel ľudí dôverujúcich alternatívnym médiám logicky vyvoláva otázky, čo sú alternatívne médiá a aké je ich vnímanie na Slovensku.

Transparency International Slovensko, organizačná jednotka Centra pre hospodársky rozvoj a národná pobočka celosvetovej organizácie Transparency International, za alternatívne označuje médiá s dezinformačným obsahom a „alternatívnym“ pohľadom na svet. Odvoláva sa na prieskum agentúry Focus realizovaný na vzorke 1008 respondentov v čase od 2.12. – 9.12.2019. Médiá v kategórií „Seriózne spravodajstvo“, konkrétne SME, Dennik N a Aktuality, podľa prieskumu sleduje aspoň raz týždenne 27,6 percent respondentov. V kategórií „Alternatívne spravodajstvo“ boli uvedené „známejšie“ médiá Hlavné správy, Zem a Vek, Slobodný vysielač a Infovojna. Z výsledkov vyplýva, že 13,6 percent opýtaných sleduje niektoré z nich.<sup>48</sup>

GLOBSEC, nepolitická organizácia pôsobiaca v oblasti medzinárodnej politiky a bezpečnosti v správe *GlobsecMegatrends 2018* uvádza, že 40 percent populácie neverí mainstreamovým médiám.<sup>49</sup> V štúdií *Hybridné hrozby na Slovensku* sú tzv. samozvané „alternatívne“ médiá reálnou hrozbou v kontexte šírenia dezinformácií a „alternatívnej“ pravdy.<sup>50</sup> Vo vlastnom prieskume realizovanom v súvislosti s oslavami 75. výročia Slovenského národného povstania v roku 2019 analyzovali a komparovali spôsob a rozsah pokrytia uvedenej

---

<sup>46</sup> Web (4)

<sup>47</sup> Web (5)

<sup>48</sup> PIŠKO, M. *Dezinformačné weby pravidelne číta každý siedmy* [online]. 2020, [cit. 2020-04-26] Dostupné na internete: <https://transparency.sk/sk/dezinformacne-weby-pravidelne-cita-kazdy-siedmy/>

<sup>49</sup> Web (6)

<sup>50</sup> KLINGOVÁ, K. a kol. *Hybridné hrozby na Slovensku*, s. 29 [online]. 2019, [cit. 2020-04-19]. Dostupné na internete: [https://www.globsec.org/wp-content/uploads/2018/01/Hybridne-hrozby-na-SR\\_6-tematickyh-oblasti.pdf](https://www.globsec.org/wp-content/uploads/2018/01/Hybridne-hrozby-na-SR_6-tematickyh-oblasti.pdf)

témy vybranými webovými stránkami.<sup>51</sup> Sledované médiá boli kategorizované obdobne ako v prípade International Transparency Slovensko. Skupina tradičných médií – Denník N, Sme, Aktuality a „alternatívna“ zahŕňajúca Hlavné správy, Zem a Vek, Magazin 1 a Slobodný vysielateľ.

Portál antipropaganda.sk, ktorého prevádzkovateľom je Slovenský inštitút pre bezpečnostnú politiku, stotožňuje „alternatívne“ médiá s účelovými dezinformáciami, prekrútenými faktami a vetami vytrhnutými zo súvislosti.<sup>52</sup>

Môžeme konštatovať, že alternatívne médiá sa na Slovensku spájajú s prevažne negatívnymi konotáciami, v opozícii ku MSM a spoločným menovateľom je dezinformačný obsah. Z realizovaných prieskumov ale zjavne vyplýva, že respondenti nemali možnosť alternatívne médiá identifikovať, ale len vybrať si z tých, ktoré už boli označené ako alternatívne.

#### 4.2 „Alternatívna“ sebareprezentácia

Označenie médií ako alternatívneho iným subjektom alebo tradičnými médiami na základe vlastného hodnotiaceho rámca je jedným zo spôsobov ich identifikácie. Opačnou perspektívou je sebaidentifikácia samotného média ako alternatívneho. Internetové portály označené v predchádzajúcej kapitole sami seba zhodne prezentujú ako informačné zdroje opozičné voči MSM, alternatívne, bez cenzúry, s utajovanými informáciami (Zem a Vek), označujú sa ako konzervatívne (Hlavné správy) alebo slobodné a nezávislé (Slobodný Vysielateľ). Formy distribúcie prostredníctvom internetu, sociálnych sietí, v niektorých prípadoch v tlačovej forme sú ale identické s tzv. tradičnými médiami. Rovnako aj spôsoby financovania plynúce z reklám alebo finančnej podpory čitateľov, témy<sup>53</sup> spravodajstva reflektujúce spoločenskú situáciu kopírujú, dokonca sú takmer identické s väčšinovými médiami. Jednou z definícií alternatívnych médií Lewisa je obsah nepokrývaný MSM, pokiaľ však dokázateľne ide len o spravodajstvo nepodložené dôkazmi alebo zdrojmi, informačný obsah naplňa niektorú z definícií dezinformácií v zmysle Európskej rady (viď kapitola č. 4).

Zámerné sme v predchádzajúcej komparácii vynechali obsah uvedených stránok ako rozlišovacie kritérium, pretože práve ten ostáva ako jediný sporný faktor. Sloboda slova je jedným zo základných práv v každej demokratickej spoločnosti. V prípade, že publikovaný obsah je v rozpore s inými právami, resp. porušuje alebo ohrozuje spoločnosť, je potrebný zásah. N. Chomsky termínom „alternatívna“ demokracia označuje koncepciu, v ktorej by verejnosť mal byť vylúčená z riadiaceho procesu a komunikácia by mala byť prísne kontrolovaná.<sup>54</sup> Táto myšlienka by mohla evokovať striktnú cenzúru totalitných štátov a v zásade popierať slobodu slova. Podľa N. Chomského je ale v tejto logike vyšší morálny princíp, podľa ktorého sa masa ľudí stáva „nekontrolovateľným stádom“, pretože väčšina ľudí je nekompetentná rozumieť veciam a to obzvlášť v kontexte médií.<sup>55</sup> Informačný obsah médií, ktoré na Slovensku sami seba

---

<sup>51</sup>SAWIRIS, M. *SNP na stránkach „alternatívnych médií“ a tradičných médií* [online]. 2019, [cit.2020 -04-15]. Dostupné na internete: <https://www.globsec.org/publications/snp-na-strankach-alternativnych-medii-a-tradicnych-medii/>

<sup>52</sup> Web (7)

<sup>53</sup>Nie obsah, pozn. autora

<sup>54</sup> CHOMSKY, N. *Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda*, 1991, s. 7.

<sup>55</sup>Ibid, 1991, s. 14

označujú ako alternatívne alebo nezávislé, je v zásade hlavným argumentom, kvôli ktorým ich za alternatívne označujú aj tradičné médiá.

Okrem termínu „alternatívne“ sú označované aj ako dezinformačné, konšpiračné alebo médiá so zavádzajúcim obsahom. Občianske združenie Konšpirátori.sk vytvára pravidelne aktualizovanú databázu webových stránok, ktoré označujú ako „sporné“ práve kvôli svojmu obsahu. Relevantnosť a dôveryhodnosť textov posudzuje nezávislá odborná komisia. Primárna funkcia občianskeho združenia však spočíva len v identifikácii stránok, na ktorých neodporúčajú spoločnostiam umiestňovať svoju inzerciu.

Domnievame sa, že problematika alternatívnych médií na Slovensku spočíva najmä v rozdielnom ponímaní termínu „alternatívny“. Dokazujú to aj realizované prieskumy verejnej mienky, ktoré za alternatívne označujú médiá spájané s dezinformačným obsahom. Považujeme to jednostranný hodnotiaci rámec, ktorý je v rozpore so zahraničnou odbornou literatúrou, pretože nereflektuje žiadny iný aspekt.

### 4.3 Kto je alternatíva?

V teoretickej rovine by sme skepticky mohli uviesť, že na Slovensku alternatíva voči mainstreamu neexistuje, pretože médiá toto označenie odmietajú z dôvodu negatívnej interpretácie založenej na dezinformačnom obsahu samotných médií. To by však mohlo utopisticky znamenať, že na Slovensku nie je potreba ich existencie. Prieskumy verejnej mienky, ako sme uviedli v predchádzajúcej kapitole naznačujú, že vysoká časť populácie nedôveruje informáciám z mainstreamových médií. Transparency International Slovensko vo svojej správe *Úloha médií v boji proti korupcii, etika v médiách, korupcia v médiách* uvádza, že v súčasnej dobe je na Slovensku novinár buď pod tlakom zo strany médiá, teda zamestnávateľa, ktorý rovnako môže byť pod tlakom politického alebo ekonomického charakteru, alebo pod priamym tlakom formou priamej alebo nepriamej korupcie rôznych záujmových skupín.<sup>56</sup> Domnievame sa, že to je jeden z dôvodov, prečo narastá nielen sledovanosť a obľuba iných typov médií, ale aj snaha o zobrazenie reality alternatívnymi spôsobmi.

Podľa J. Downinga je pri identifikácii alternatívnych médií rozhodujúcim elementom obsah a kontext.<sup>57</sup> S tým súvisí aj potenciál ovplyvniť spoločenskú situáciu z následné konzekvencie. Príkladom posledných rokov zo slovenského prostredia boli masové protesty na jar v roku 2018 konajúce sa v takmer štyridsiatich mestách, výsledkom ktorých bola rekonštrukcia vlády. Smutne známe dôvody týchto protestov rezonujúce v spoločnosti až dodnes súviseli, z dostupných informácií, s investigatívnou prácou novinára pracujúceho v renomovanom tradičnom médiu. Podľa L. Kenixovej sila mainstreamových médií v súčasnej dobe vyplýva z ich rozsahu a v teoretickej rovine by túto silu mohlo narušiť len niečo stojace plne v opozícii.<sup>58</sup> Príklad investigatívnej žurnalistiky v kontexte alternatívnych médií môžeme ale chápať ako kontinuum MSM a jednu z foriem alternatívnej žurnalistiky. Potenciál spoločenskej zmeny sa v uvedenom prípade prejavil nielen samotným publikovaním článkov, ale najmä následným

---

<sup>56</sup>MISTRÍKOVÁ, Z. – ŽITNÝ, M. *Úloha médií v boji proti korupcii, etika v médiách, korupcia v médiách*[online]. 2001, [cit. 2020-04-20]. Dostupné na internete: [http://www.transparency.sk/wp-content/uploads/2010/01/030807\\_uloha.pdf](http://www.transparency.sk/wp-content/uploads/2010/01/030807_uloha.pdf).

<sup>57</sup> DOWNING, J.D.H. 2001, s. X.

<sup>58</sup> KENIX, L.J. 2011, s.20.

mediálnym aktivizmom prostredníctvom sociálnych sietí, ktoré svojim dosahom dokázali oslovit' a mobilizovať spoločnosť.

Z hľadiska formy alebo distribúcie medzi alternatívne médiá môžeme zaradiť aj inovatívne spôsoby využívajúce aktuálne technologické vymoženosti. Ako jedno z možných hľadísk ho uvádza aj Miroslav Kapec z Fakulty masmediálnej komunikácie v príspevku *Mainstreamové a alternatívne médiá v slovenskom mediálnom priestore*,<sup>59</sup> publikovanom v zborníku *Megatrendy a médiá*. Za inovatívny spôsob môžeme považovať aj sociálne siete, ktorých popularita má stúpajúcu tendenciu. Pôvodne alternatívny komunikačný nástroj určený študentom jednej univerzity sa aj kvôli svojej jednoduchosti stal spoločnosťou dosahujúcou svoje zisky najmä z reklamy.

V súčasnosti charakteristika sociálnych sietí zodpovedá modelu MSM z viacerých hľadísk ako sú štruktúra, vlastníctvo a financovanie a dosahovanie zisku. Pôvodná funkcia alternatívneho komunikačného prostriedku však ostala zachovaná a umožnila vznik platformy pre množstvo komunit, organizácií, aktivistov a iných skupín. Aj v rámci sociálnych sietí, samozrejme, existuje množstvo skupín alebo komunit, ktorých dosah je minimálny, pretože o úspechu rozhodujú samotní príjemcovia, teda publikum. Skúmaním problematiky alternatívnych médií na Slovensku ale môžeme konštatovať, že aj v tomto anonymnom virtuálnom prostredí existujú zoskupenia ktoré vlastným spôsobom reflektujú spoločenské a politické dianie. Aplikovaním teoretických východísk z predchádzajúcich kapitol a za predpokladu, že alternatívne médiá posudzujeme v súvislosti so spoločenskou zmenou, zodpovedajú tieto formy viacerým štruktúrnym znakom alternatívnych médií podľa P. Lewisa. Nie sú tu prítomné obchodné záujmy, organizačná štruktúra je horizontálna, sú autonómne, vo veľkej miere je tu možná participácia publika, sú s nulovým príjmom z reklamy, obsahovo sa vymedzujú voči MSM a môžu vyvolať verejnú diskusiu s potenciálom spoločenskej zmeny.

## ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

- ADORNO, T.W. – HORKHEIMER, M. 2009. *Dialektika osvícenství*. Praha : Oikoymenth, 2009. 248 s. ISBN 978-80-7298-267-7.
- ATTON, CH. *Alternative Media*. London : SAGE Publications Ltd, 2002. 172 p. ISBN 978-0-7619-6770-5.
- ATTON, CH. – HAMILTON, J.F. 2008. Why Alternative Journalism Matters. In *The Cold Type Reader Extra/1* [online]. 2008, issue 31. 3-15 p. [cit. 2020-04-22]. Dostupné na internete <http://www.coldtype.net/Assets.08/pdfs/1108.ReaderExtra1.pdf>.
- BAILEY, O.G. – CAMMAERTS, B. – CARPENTIER, N. 2007. *Understanding Alternative Media*. Berkshire : Open University Press, 2007. 196 s. ISBN: 978-0-335-22210 0.
- COULDRY, N. – CURRAN, J. 2003. *Contesting Media Power. Alternative Media in a Networked World*. Maryland : Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2003. 319 p. ISBN 0-7425-2384-5.
- DOWNING, J.D.H. et.al. 2001. *Radical media. Rebelious Communication and Social Movements*. London : Sage Publications, Inc., 2001. 440 p. ISBN 0-8039-5699-1.

---

<sup>59</sup> KAPEC, M. *Megatrendy a médiá*, 2019, s. 89-104. [online]. 2019, [cit. 2020-04-29]. Dostupné na internete: [https://fmk.sk/download/Megatrendy\\_a\\_media\\_2019\\_Digital-Universe.pdf](https://fmk.sk/download/Megatrendy_a_media_2019_Digital-Universe.pdf)

- ECO, H. 1995. *Skeptikové a těšitelé*. Praha : Nakladatelství Svoboda, 1995. 417 s. ISBN 80-205-0472-9.
- FUCHS, CH. 2010. AlternativeMedia as CriticalMedia, In: *European J of SocialTheory*13 (2) : 173-192 [online]. 2010, vol 13, issue 2, 173-192 p. [cit. 2020-04-15]. Dostupné na internete <http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/altmedia.pdf>.
- HALL, S. 1980. *Culture, Media, Language. Workingpapers in CulturalStudies, 1972-79*. London : Hutchinson & Co. Ltd, 1980. 311 p. ISBN 0-09-142071-7.
- HALL, S. 1993. Encoding, Decoding. In DURING S., *TheCulturalStudiesReader*. London : Routledge, 1993. 478 p. ISBN 0-415-07708-7.
- HOLT, K. 2018. Alternative Media and the Notion of Anti-systemness: Towards an Analytical Framework, In *Media and Communications* [online]. 2018, volume 6, issue 4. [cit. 01.04.2020]. Dostupné na internete: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1467>.
- CHOMSKY, N. 1991. *MediaControl. TheSpectacularAchievements of Propaganda*. New York : Seven Stories Press, 1991. 59 p. ISBN 1-888363-49-5.
- CHOMSKY, N. 1997. What Makes Mainstream Media Mainstream. In *Magazin Z* [online]. 1997. [cit.2020-03-20]. Dostupné na internete: <https://chomsky.info/199710/>.
- CHOMSKY, N. – MITCHELL, P.R. - SCHOEFFEL, J. 2002. *Understanding Power. The Indispensable Chomsky*. New York – The New Press, 2002. 416 p. ISBN 1-56584-703-2.
- ILOWIECKI, T. – ZASEPA, T. 2003. *Moc a nemoc médií*. Trnava : Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003. 183 s. ISBN 97-8802-240-740-3.
- JENKINS, H. 2006. *Convergence Culture. Where old and new media collide*. New York : New York University press, 2006. 308 p. ISBN 978-0-8147-4281-5.
- JONES, S. 2006. *Antonio Gramsci*. Oxon : Routledge, 2006. 154 p. ISBN 97-8041-5319-485.
- KAPEC, M. 2019. Mainstreamové a alternatívne médiá v slovenskom mediálnom priestore. In *Megatrendy a médiá 2019*. [online]. Trnava : FMK UCM, 2019. ISBN 978-80-572-0014-7. s. 89-103. 2019, [cit. 2020-04-29]. Dostupné na internete: [https://fmk.sk/download/Megatrendy\\_a\\_media\\_2019\\_Digital-Universe.pdf](https://fmk.sk/download/Megatrendy_a_media_2019_Digital-Universe.pdf)
- KENIX, L.J. 2011. *Alternativean Mainstream Media: The Converging Spectrum*. London : Bloomsbery, 2011. 216 p. ISBN 9-7818-4966-520-9.
- KLINGOVÁ, K a kol. 2019. *Hybridné hrozby na Slovensku*, s. 29 [online]. 2019, [cit. 2020-04-19].Dostupné na internete: [https://www.globsec.org/wp-content/uploads/2018/01/Hybridne-hrozby-na-SR\\_6-tematickyh-oblasti.pdf](https://www.globsec.org/wp-content/uploads/2018/01/Hybridne-hrozby-na-SR_6-tematickyh-oblasti.pdf)
- LEWIS, P. 1993. *AlternativeMedia: LinkingGlobal and Local*. Paris : UNESCO Publishing, 1993. 130 p. ISBN 92-3-102852-9.
- MISTRÍKOVÁ, Z. – ŽITNÝ, M. 2001. *Úloha médií v boji proti korupcii, etika v médiách, korupcia v médiách*[online]. 2001, [cit. 2020-04-20. Dostupné na internete: [http://www.transparency.sk/wp-content/uploads/2010/01/030807\\_uloha.pdf](http://www.transparency.sk/wp-content/uploads/2010/01/030807_uloha.pdf)
- MORAVČÍKOVÁ, E. 2019. Metamorfózy mediálnej krajiny v ére postfaktuálnej (Kulturologická sondáž). In *CulturologicaSlovaca.4/2019* [online].Nitra : KK FF UKF, 2019. 222 s. ISSN 2453-9740. [cit. 2020-04-30]. Dostupné na internete: <http://www.culturologicaslovaca.ffa.ukf.sk/index.php/aktualne-cislo>

- PIŠKO, M. 2020. *Dezinformačné weby pravidelne číta každý siedmy* [online]. 2020, [cit. 2020-04-26] Dostupné na internete: <https://transparency.sk/sk/dezinformacne-weby-pravidelne-cita-kazdy-siedmy/>.
- REIFOVÁ, I. a kol. 2005. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2005. 328 s. ISBN 8-7178-926-7.
- RODRIGUEZ, C. 2013. *Citizens' Media as a Tool for the Local Construction of Peace in Colombia: Disrupting Violence in Colombia*, In VARGAS, L. *Citizens' Media as a Tool for the Local Construction of Peace in Colombia: Opportunities for Youth* [online]. 2013, [cit. 02.04.2020]. Dostupné na internete: [https://www.mcgill.ca/isisd/files/isisd/pb\\_2013\\_14\\_vargas.pdf](https://www.mcgill.ca/isisd/files/isisd/pb_2013_14_vargas.pdf)
- SAWIRIS, M. 2019. *SNP na stránkach „alternatívnych médií“ a tradičných médií* [online]. 2019. [cit. 2020-04-15]. Dostupné na internete: <https://www.globsec.org/publications/snp-na-strankach-alternativnych-medii-a-tradicnych-medii/>
- WALTZ, M. 2005. *Alternative and Activist Media*. Edinburgh : Edinburgh University Press Ltd, 2005. 149 s. ISBN 0-7486-1957-7.
- WARDLE, C. – DERAOKSHAN, H. 2017. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* [online]. 2017, [cit. 2020-04-22]. Dostupné na internete: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation-1.pdf?x67824>.
- Web (1) [cit. 2020-01-20]. Dostupné na internete: <https://www.youtube.com/watch?v=ImaH51F4HBw>.
- Web (2) [cit. 2020-04-20]. Dostupné na internete: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
- Web (3) [cit. 2020-04-20]. Dostupné na internete: [https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action\\_plan\\_against\\_disinformation.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action_plan_against_disinformation.pdf).
- Web (4) [cit. 2020-04-20]. Dostupné na internete: <http://www.isa-sav.sk/o-institute/misia/>.
- Web (5) [cit. 2020-04-20]. Dostupné na internete: [https://www.sav.sk/index.php?doc=services-news&source\\_no=20&news\\_no=7338](https://www.sav.sk/index.php?doc=services-news&source_no=20&news_no=7338).
- Web (6) [cit. 2020-04-19]. Dostupné na internete: [https://www.globsec.org/wp-content/uploads/2018/05/Globsec\\_Megatrends\\_2018.pdf](https://www.globsec.org/wp-content/uploads/2018/05/Globsec_Megatrends_2018.pdf).
- Web (7) [cit. 2020-04-19]. Dostupné na internete: <https://www.antipropaganda.sk/ako-pracuju-tradicne-a-alternativne-media/#>



## **Cultural probes into the topic of alternative media in Slovakia**

The bachelor thesis approaches to the issue of alternative media in Slovakia. It analyzes alternative media as an opposition to mainstream media and as their continuum. The dominant negative perception of alternative media in the Slovak environment is related to the fact that they are almost exclusively associated with disinformation content. The aim of the work is to point out the unilaterism of such perception and at the same time to negate it. The work is structured into two parts. The theoretical part analyzes and summarizes current theoretical approaches in the field from different perspectives, gives an overview of individual alternative media and specifies their basic features. It identifies the term disinformation and examines its relationship with alternative media. The second part of the work applies the acquired knowledge to Slovak alternative media.

Príspevok predstavuje vybranú časť Bakalárskej práce s názvom Kulturologické sondy do problematiky alternatívnych médií na Slovensku, ktorá bola úspešne obhájená na Katedre kulturológie, FF UKF v Nitre v akademickom roku 2019/2020. Školiteľkou záverečnej práce bola Mgr. Erika Moravčíková, PhD.

**Autorka: Ľubica Krajčí Konzelmannová**  
bývalá študentka Katedry kulturológie FF UKF v Nitre  
lubkakonzelmann@gmail.com

**Školiteľka: Mgr. Erika Moravčíková, PhD.**  
Katedra kulturológie, FF UKF v Nitre  
emoravcikova2@ukf.sk