

## Rozporuplná obžaloba korektnosti

Stefan Segi

**Sarrazin, Thilo: *Teror ctnosti: O hranicích názorové svobody v Německu*. Praha: Academia 2015. 332 s. ISBN: 978-80-200-2468-8**

Německý ekonom Thilo Sarrazin se po desetiletích vcelku nenápadné práce na vyšších postech státní správy téměř přes noc proslavil díky knize *Německo páchá sebevraždu*. Paralelně s jeho další velkou prací *Evropa euro nepotřebuje* pak vznikla i zde recenzovaná menší kniha *Teror ctnosti*.

Jedná se o publikaci, již nelze číst mimo kontext, ve kterém vznikala (ten je ostatně na každé druhé stránce samotným autorem připomínán). Teror ctnosti totiž představuje především reakci na rozporuplné přijetí, kterého se dostalo knize *Německo páchá sebevraždu*. Na jednu stranu se z díla, jež mimo jiné rozebíralo problematiku emigrace a náboženských i národnostních menšin, stal nevídaný bestseller v oblasti non fiction, kterého se prodalo více než 1,5 milionu výtisků. Na straně druhé byl Sarrazin velice ostře kritizován a k jeho názorům se vyjádřila i nejužší německá politická špička včetně kancléřky Angely Merkelové. Proběhl rovněž neúspěšný pokus vyloučit autora za jeho výroky z německé sociálnědemokratické strany (SPD), ze které později vystoupil sám.

Kniha *Teror ctnosti* si klade tři ústřední cíle: rozebrat diskusi, která se strhla kolem titulu *Německo páchá sebevraždu*, pojednat o historii mediální manipulace, politické korektnosti a takzvané

ho „teroru ctnosti“ a do třetice vyvrátit „axiomy“ teroru ctnosti, jakými jsou například rovnost či různé podoby multikulturality.

Jakkoliv se autor cítí nejjistější ve třetím oddílu, který argumentací přímo navazuje na jeho první knihu, středem našeho zájmu budou první dva oddíly, věnované médiím. Ten první budeme chápat jako případovou studii o podobě mediálního tlaku v současném Německu. Ten druhý pak jako jedno z mála česky vydaných pojednání o stále aktuálnější problematice politické korektnosti. Před závorkou je přitom nutno vytknout, že zabývat se Sarrazinovou knihou tímto způsobem znamená hladit ji proti srsti, protože se v jádru nejedná o odbornou publikaci, nýbrž v první řadě obhajobu autorova díla a jeho světonázoru.

Sarrazin je autorem otevřeně konzervativním a největší nebezpečí spatřuje v prosazování myšlenkových směrů (především náboženství a marxismu), které nějakým způsobem prosazují údajný „teror ctnosti“. Sarrazin přitom v zásadě není proti propagaci těchto názorů jako takových, varuje však před různými prostředky, jejichž prostřednictvím tyto myšlenkové směry usilují o vyloučení opozice. Východiskem je pro něj především model athénské demokracie, jež rozlišuje dva druhy umlčení opozice: výjimečný trest (v případě Sókrata) a mnohem běžnější a na demokratických principech fungující ostrakizaci. To Sarrazina dovádí k úvahám o veřejném mínění, které nepostrádají zajímavost, jakkoliv se jedná především o shrnutí cizích myšlenek.

V tomto ohledu lze pozitivně hodnotit Sarrazinův výběr argumentů z knihy Waltera Lippmanna *Public Opinion* (je škoda, že překladatel František Štícha odkazuje téměř výhradně k německým pře-

kladům anglických originálů; také bez udání důvodu sám překládá části některých děl, jejichž české překlady jsou přitom v bibliografii správně uvedeny). Pojmy jako pseudo-událost či pseudo-realita se přitom už i v českém prostředí používají poměrně běžně. Lippmann ostře kritizoval dobová masmédiá a jejich roli při vytváření veřejného mínění. Soustředil se přitom na způsob vytváření nejrůznějších stereotypů a obrazu „těch druhých“ jako nelegitimních oponentů.

Od Elisabeth Noelle-Neumannové si pak Sarrazin vypůjčuje metaforu spirály mlčení pro popis toho, jak se dominantní názory upevňují a ty minoritní jsou nadále marginalizovány, přičemž hlavním hybatelem má být přirozený strach z izolace, jež jsou schopny prolomit pouze silné individuality.

Zatímco myšlenky Lippmanna či Noelle-Neumannové patří již nějakou dobu do kánonu myšlení o médiích, mediální analytik Matthias Kepplinger je v tuzemském prostředí méně známou figurou. Jeho názory (ve shodě se Sarrazinem) odporují marxistickému či postmarxistickému modelu struktury médií. Ten staví do popředí majetkovou strukturu, respektive zájmy majitele média, který vybírá vedení redakce, a tak vzniká názorová pyramida, vědomě či nevědomě determinovaná shora. Kiplinger oproti tomu materiální podmínky upozaduje a na základě konkrétního výzkumu ukazuje, že novináři se spíše stávají ti, kteří jsou nespokojeni se současným (kapitalistickým) uspořádáním společnosti, a jsou tedy oproti většině společnosti spíše levicově naladěni.

Dále Sarrazin v tomto oddílu pracuje s texty, které se přímo neváží k problematice médií, ale byly autorovi inspirací a snažil se je aktualizovat tak, aby zapadly do současné polemiky. Tím prvním je

*Vladař* Niccola Machiavelliho. Autor užívá poměrně rozsáhlé komentované citáty k tomu, aby ukázal, že veřejné mínění bylo již odedávna vrtkavé a s trochou dovednosti snadno manipulovatelné. Zajímavější je v tomto ohledu Sarrazinovo čtení Alexise de Tocquevilla, respektive jeho knihy z roku 1935 *Demokracie v Americe*. Z Tocquevilla vybírá ty pasáže, ve kterých je problematizována možnost svobody v prostředí formální demokracie, respektive způsob, kterým veřejné mínění efektivně umlčuje projev názorové menšiny, aniž by k tomu bylo zapotřebí násilí. Působivý je pak výběr citátů z knihy Sigmunda Freuda *Totem a tabu*. Jakkoliv se jedná o vytržení z původního kontextu, je začlenění Freuda do problematiky regulace/autoregulace veřejného prostoru podnětné už z toho důvodu, že psychoanalytická větev myšlení o cenzuře zůstává do značné míry neprozkoumaná.

O něco problematičtější je to s kapitolou věnovanou politické korektnosti, přičemž nedůslednosti se objevují již při výkladu samotného pojmu. Je sice pravda, že jeho původ zůstává poněkud nejasný, ale Sarrazin nepodniká žádné kroky k tomu, aby se hlouběji zabýval dějinami termínu či významy a koncepty, které se za ním skrývají. Zastavuje se pouze u známé debaty v USA na přelomu osmdesátých a devadesátých let minulého století. Serióznější pojednání přitom sledují užívání politické korektnosti již v době stalinových čistek a zdůrazňují pozdější, často ironické užití některými levicovými intelektuály (podrobný rozbor a řadu odkazů na starší literaturu k tématu obsahuje přehledová monografie Geoffreyho Hughese *Political Correctness: A History of Semantics and Culture* z roku 2009). V osmdesátých a devadesátých letech získalo označení silné negativní konotace

a jen málokdy se užívá pro pozitivní označení určitého programu. Když proto Sarrazin tvrdí, že se jedná o „pojem [...] ražený spíše na levé straně politického spektra“ (s. 33), není to zcela přesné. Pojem samotný je naopak ražen převážně zprava jako pejorativní označení určité jazykové agendy (stačí se podívat například na dané heslo v *The World Encyclopedia of Censorship*, které napsal teoretik současné cenzury Richard Burt).

Přesto má Sarrazinův text na téma politické korektnosti svůj význam. Jeho názory, jakkoliv jednostranné, reprezentují poměrně věrně převažující myšlení jedné strany sporu. Uvádí přitom řadu témat – či jeho slovy axiomů –, které dnes není možné v německých médiích kvůli působení politické korektnosti vyslovit a mezi které řadí mimo jiné rozdíly mezi sociálními skupinami, vliv náboženství na integraci, otázku dědičnosti vlastností či problémy natality a národního charakteru. Velkou roli přitom hraje poměrně široké pojetí rasismu, jenž funguje jako spolehlivý prostředek společenské diskvalifikace. Sarrazin v této souvislosti cituje výrok amerického psychologa Martina Seligmana, podle kterého je dnes každá zmínka o genetických rozdílech chápána jako cesta ke genocidě (toto tvrzení poté Sarrazin ironicky otáčí s tím, že pokusy o rovnost končí pro změnu gulagem).

Pakliže Sarrazinovy myšlenky o médiích lze číst jako vcelku zajímavé výpisky z četby, jeho úvahy o jazyce jsou již výrazně slabší a méně poučené. Sarrazinovi je trnem v oku jazykový konstruktivismus a sám věří v jakýsi přirozený vývoj jazyka. Své teze demonstruje na pojmech jako „negr“, „cikán“ či „svatba homosexuálů“ a ukazuje na nich způsob, jakým „označující“ nedokáže zásadním způsobem proměnit „označované“ (časté proměny označování Afroameričanů v USA ostat-

ně patří mezi nejčastější argumenty kritiků politické korektnosti). Je velká škoda, že přitom necituje žádný sociolinguvistický výzkum a nenechává zaznít žádný argument protistrany. Sarrazin zde kritizuje jazykový obrat ve společenských vědách (ačkoliv ho takto nepojmenovává, nehledá jeho kořeny a neanalyzuje příčiny) a veškeré pokusy o proměnu reality prostřednictvím jazyka. Přitom alespoň ani v antitezi nepřipouští, že jazyk může být utvářen určitými mocenskými aspekty, aniž by se muselo nutně jednat o otevřenou agendu „politické korektnosti“. Podobně autor nijak nepopírá vývoj jazyka, ale zároveň neuvádí, kde končí hranice „přirozeného“ vývoje a kde začíná obávaný teror ctnosti.

Jak již bylo zmíněno v úvodu, Sarrazinovu knihu lze číst také jako případovou studii o snaze vyloučit určité myšlenky ze společenského či mediálního diskurzu, který sám autor označuje za liberálně levicový. Bylo by velice snadné tyto stížnosti smést ze stolu: kniha *Německo páchá sebevraždu* se prodala v obrovském nákladu, sám Sarrazin působil ve vysoké státní funkci a jeho výstupy v médiích nejsou vůbec výjimečné – v polemice s názory prezentovanými v knize *Teror ctnosti* Fabio Ghelli uvádí, že Sarrazin jen mezi lety 2010–2012 poskytl německým médiím 23 tiskových rozhovorů a i v televizi se mu dostalo několika hodin vysílacího času (zdroj: <http://mediendienst-integration.de/artikel/sarrazin-tugendterror-medien-zensur.html>). Lze ještě potom mluvit o nějaké formě cenzury či ostrakizace?

Poměrně vyčerpávající výpisky z reakcí německého tisku na knihu *Německo páchá sebevraždu*, citované samotným Sarrazinem, však opravdu svědčí o tom, že se ze strany médií nejedná o reflektovanou polemiku nad argumenty,

nýbrž spíše o snahu vyloučit určitou problematiku, určitý diskurz, z veřejného prostoru. Zde stojí za zmínku také představa značné diskrepance mezi veřejným míněním a médií (či „třídou zprostředkovatelů smyslu“, jak je pojmenovává Sarrazin), která provádějí „gatekeeping“ a nad rámec státní cenzury udržují jistá společenská tabu, jež pak formují „skutečné hranice realizovatelné názorové svobody“ (s. 22).

Knihu *Teror ctnosti* lze velice snadno zavrhnout. Autor povětšinou není odborníkem na pojednávaná témata (ačkoliv se sám odbornosti často dovolává), jeho argumenty jsou jednoznačně motivované k obhajobě politických názorů a téměř na

každé stránce lze s některým tvrzením polemizovat či uvést relevantní názor právě opačný. Přesto se však jedná o knihu, která si jistou pozornost zasluhuje. Nejde totiž jenom o případ jednoho ublíženého autora, ale o mnohem širší debatu (respektive její absenci) o tom, co je přípustným mediálním obsahem a kdo má či nemá být připuštěn do veřejné debaty. Možná by paradoxně pochopení pro Sarrazinovy nářky mohli nalézt především domácí levicoví intelektuálové, kteří se přinejmenším v prvním desetiletí po roce 1989 ocitli v pozici do značné míry analogické, jen místo „impéria rovnosti“ museli čelit hegemonii neoliberalizmu neviditelné ruky trhu.

## Nová technologie, nové médium a nová Evropa

Jana Kubičková

**Jakubowicz, Karol. *Nová ekologie médií: Konvergence a mediomorfóza*. Zlín: Verbum 2013. 334 s. ISBN 978-80-87500-38-5.**

V roce 2013 vydalo zlínské nakladatelství Verbum český překlad publikace polského mediálního analytika Karola Jakubowicze *Nová ekologie médií* s podtitulem *Konvergence a mediomorfóza*. Knihu z polského originálu *Nowa ekologia mediów* přeložila Svatava Navrátilová a Radovan Plášek plnil úkol odpovědného redaktora. Tato monografie čítá 334 stran a ve svém obsahu naplňuje ambiciózní cíl v podobě kritické reflexe nových médií v celoevropském kontextu. Jakubowicz se pokusil sestavit komplexní přehled současné debaty a výzkumu, které se týkají měnícího se mediálního prostředí v evropském prostoru po nástupu a expanzi „nových médií“, tedy nových informačních a komunikačních technologií. Autorův výklad definované problematiky začíná v postkomunistické zemi střední Evropy, ze které sám pocházel, v Polsku. V zemi, ve které je, stejně jako v případě České republiky, termín svobodná média – jako jedna z hlavních složek fungující demokracie – otázkou teprve posledních pětadvaceti let. Ve srovnání s většinou zásadních publikací, které se rovněž zabývají problematikou „nových médií“, se dílo Karola Jakubowicze stává unikátním právě tím, že nevnímá Spojené státy americké jako výchozí prostor „pravé“ a příkladové demokratické krajiny, v níž se zrodila nová technologie. Evropský pro-

stor vnímá svébytně a v jeho podání postkomunistické země definují svobodu médií a následný vývoj „nových médií“ zcela unikátně v odlišných formujících silách.

Autor již v prvních větách úvodního slova svého textu pokládá otázku, zda v současnosti ještě existují tradiční média a mediální instituce. Následně představuje několik protikladných pohledů na vliv nových technologií na mediální systém a jeho fungování v budoucnu. Jakubowicz konstatuje, že vědci a mediální komentátoři, kteří se doposud touto problematikou zabývali, buď brání tradiční média v jejich současné podobě, nebo hovoří o jejich zachování, ovšem ve zcela nové formě. Poukazuje však i na skutečnost, že se rovněž zformovala nemalá skupina těch, kteří věří v kompletní změnu paradigmatu, tedy v postupný zánik tradičních médií a v jejich nahrazení zcela novou formou. Jakubowicz o nich hovoří jako o vyznavačích internetu a digitálních technologií, kteří hlásají příchod nové doby, jež svět zcela změní. Již v úvodu je ovšem zřejmé, že on sám se k těmto vizím, které označuje běžně používaným anglickým termínem *endism* (konec světa), nepřiklání. Označuje tento přístup jako *jeden z projevů technomyopie, sklonu k přeceňování krátkodobého vlivu nové technologie a neschopnosti předvídat dlouhodobé efekty*. Poukazuje přitom na skutečnost, že se podobné úvahy objevovaly již v době zrodu médií, která právě dnes považujeme za ta tradiční. Uvádí v této souvislosti příklad telegrafu jakožto *internetu viktoriánské doby* a cituje slova Toma Standage „... obavy z nových forem zločinnosti, proměna zvyklostí, nutnost nově definovat metody podnikání – jsou zrcadlovým odrazem nadějí, obav a nedorozumění vyvolaných telegrafem. Dalo se to předpokládat. Nejsou ani tak bezpro-

středním důsledkem technologie, jako spíše lidské přirozenosti“ (Jakubowicz, str. 13–14). Kloní se k názoru nejen Toma Standage, ale i k myšlenkám Larryho Diamonda, když ve svém textu cituje jeho slova o egocentrismu autorů, kteří mají pocit, že žijí v nejdůležitější dějinné etapě, a nazývá je technologickými utopisty.

Jakubowicz kritizuje pohled na mediální systém jako systém bez koherence a kontinuity. Říká, že za předchozím obdobím, obdobím bez internetu a nových komunikačních technologií, se běžně v literatuře dělá jakási tlustá čára. On sám však ve své publikaci, jak již samotný název *mediamorfóza* napovídá, staví právě na oné koherenci a kontinuitě. Což dokládá již tím, že pracuje se schématem *kumulativní mediální změny*. Spolu s tímto tématem spojuje i další klíčové termíny, kterým se postupně věnuje. Zamýšlí se nad tím, jak je možné definovat média v období konvergence, odhaluje vztah mezi nositeli mediálního obsahu a samotnými médii a v neposlední řadě terminologicky odděluje sousloví nová technologie a nové médium, které se běžně užívají synonymně. Autorovými slovy: „Digitalizace jako hlavní příčina konvergence postupně mění všechna elektronická média na nová média: multimediální, interaktivní, potenciálně nelineární (na vyžádání), schopná propojit masovou a individuální komunikaci“ (Jakubowicz, str. 15.). Termín *ekologie médií* obohacený o přívlastek *nová*, použitý v názvu publikace, potom symbolizuje stávající neuspořádanost médií jako důsledek procesu jejich převratných změn a také odhady toho, na čem by nové uspořádání mělo být v budoucnu postaveno. Ekologii médií totiž můžeme, podle Jakubowicze, ztotožňovat s *ekosystémem médií*, případně s *mediální či audiovizuální krajinou*.

Kniha nabízí odpovědi hned na ně-

kolik hlavních otázek. Jakou povahu má vztah mezi tradičními a novými médii? Co se v procesu mediamorfózy skutečně s médii děje? Co zůstává a co se naopak mění? Skutečně jsme svědky zániku tradičních médií? Kolik různých médií je přítomno v nových médiích? Sám autor si určuje čtenářskou obec, které svůj text adresuje, uvádí, že: „Média, jejich tvůrci i příjemci a také instituce zodpovědné za tvorbu a realizaci mediální politiky potřebují vyváženější obraz situace reflektující skutečné procesy, k nimž v médiích dochází“ (Jakubowicz, str. 16). Je nezpochybnitelné, že konvergence postupuje pomaleji, než se očekávalo, ale stále není jisté, jaké jsou její důsledky.

Jakubowiczova publikace je rozdělena na úvod, sedm stěžejních kapitol a doslov. V první kapitole autor rozebírá problém konvergence a jejích důsledků. Jasným přínosem je skutečnost, že se neomezuje pouze na technickou konvergenci, ale řeší i témata korporátní a socio-funkcionální konvergence, dále konvergence produkční, tržní, odběratelské, veřejné politiky a práva, prostorové a kulturní. Význam termínu konvergence se snaží systematicky uchopit ze všech úhlů pohledu i z odlišných teoretických rámců. V základním rámci rozlišuje v nejobecnějším hledisku dvojí členění, a to konvergenci jako *popis technických aspektů integrace telekomunikace, informatiky a médií* a konvergenci jako metaforické přirovnání k rozsáhlým procesům přicházejících změn, ke kterým dochází. V souvislosti s tradičními modely lineární a nelineární komunikace zmiňuje postupné mazání tradičního dělení masové a interpersonální komunikace a díky veřejnému charakteru nových médií, zejména internetu, zmiňuje vznik zcela nové kategorie, tzv. masové interpersonální komunikace. Jakubowicz konstatuje, že se

v současné době setkáváme se všemi formami konvergence, a podstatu konvergence vyjadřuje pojmoslovím Fortunatiové, Hentena a Tadayoniho *internetizace médií a mediatizace internetu*. Jedním z vedlejších efektů vývoje mediální technologie je fakt, že je mediální činnost realizována větším počtem subjektů, a proto je označována termínem *nová ekologie médií*.

Druhá kapitola se následně zaměřuje na média a jejich definice. Autor tradičně začíná definicí „média“ jako takového a postupně navazuje novými médii 1.0, novými médii 2.0, novými médii 3.0, až se dostává k novému pohledu na definici médií, protože, jak autor uvádí, tento vývoj jasně ukazuje, že dosavadní definice médií již nelze používat. Jakubowicz zde ovšem s vlastní myšlenkou nepřichází, pouze analyzuje vývoj definice dle významných institucí, které se mediálními otázkami zabývají, a to Rady Evropy a Evropského parlamentu, případně samotných směrnic médií, jako je Google News. Definici nových médií zobecňuje. Dle autora se jedná o média, která se od předchozích liší změnou v základních vlastnostech svého fungování a v modelech komunikačních situací a sociální komunikace, které vytvářejí. V období po druhé světové válce Jakubowicz rozlišuje tři generace nových médií. První skupinou jsou média 1.0, tedy média před konvergencí. Dále skupina 2.0, tedy média, která vznikla na základě konvergence. A poslední skupinou jsou média 3.0, kam řadí všechna média, která prošla plnou integrací a konvergencí.

Třetí kapitola řeší budoucnost elektronických médií ve scénářích. Její zaměření je tedy veskrze prognostické. Reflektuje neustále trvající diskusi o tom, zda jsou média v čele společenských změn, udržují stávající stav či jsou nástrojem elit. V rámci mnohých prognostických

scénářů, které Jakubowicz představuje prostřednictvím široké palety analytiků a mediálních teoretiků, zmiňuje také Andersena, který říká, že „není zřejmé, jaký bude směr evoluce evropského audiovizuálního trhu“ (Andersen in Jakubowicz, str. 92). Nicméně jistotou zůstává kritérium hodnocení zmiňovaného vývoje mediálního procesu směrem k situaci, která co nejvíce uspokojí podnikatele. Dominovat tak bude maximalizace finančních vstupů audiovizuálního průmyslu v globálním měřítku. Analytici se tak dostávají k jednoznačnému řešení. V případě dominance ekonomických podnikatelských zájmů by byl nejvhodnější scénář vývoje pojmenovaný „Interaktivita“. V případě převahy spotřebitelských zájmů a schopnosti vybírat a kontrolovat mediální obsahy se pak jako nejvhodnější jeví scénář „Personalizace“. Ten zároveň přináší zásadní změnu paradigmatu a tím v klasifikaci ostatních analytiků odpovídá např. scénáři „Sbohem televize“ autorů Fostera, Daymona. Nepřiklání se k žádnému z bohaté škály scénářů. Naopak je mistrně komparuje a kriticky nahlíží z různých pozic dosavadního vývoje.

Čtvrtá kapitola se zabývá zákonitostmi a pravidly mediamorfózy, tedy otázkou, jak se média v mediálním systému objevují a proměňují. Staví proti sobě dvě významné teorie, technologický determinismus a sociokulturní determinismus, přitom on sám se staví spíše na stranu druhého jmenovaného přístupu. Jako součásti dnešní mediamorfózy se autor věnuje remediaci ve smyslu perspektiv transformace a změn paradigmatu, ke kterým dochází v masové komunikaci. Jakubowicz cituje Rogera Fidlera, autora termínu mediamorfóza, který proces vidí jako transformaci „... komunikačních prostředků, obvykle způsobenou složitým vzájemným působením potřeb, kon-

kurenčních a politických tlaků a sociálních a technologických inovací“ (Fidler in Jakubowicz, str. 116). Autor zpracovává přehledy podobných či rozšiřujících konceptů jako rekonfigurace, komunikační revoluce, dynamická adaptace ad., které zachycují technickou změnu v komunikačních prostředcích. Celý proces remediace je představen jako vzájemně nepřetržitě působení jednoho média na druhé. Změnami procházejí i samotní příjemci a jejich zvyklosti při užívání mediálních technologií. Do souvislostí autor postupně staví Bolterem a Grusinem užívané a dnes již vlastně klasické termíny remediace, imediace a hypermediace zohledňující vztahy mezi existujícími médii a jejich formálními vlastnostmi. Intermedialitu představuje přes Boltera a Grusina jako formu vztahu mezi médii a jejich druhy, remediací rozumí situaci, ve které se média vzájemně prolínají a bojují o své postavení v kultuře. Hypermedialitou je pak označována „... *paralelní přítomnost co největšího počtu forem a způsobů sdělení různých médií*“.

Pátá kapitola řeší vliv konvergence na mediální systém, jinými slovy jeho perspektivy. Již dříve v textu autor konstatoval, že *dosavadní vývoj médií měl kumulativní charakter*. Zde se pak snaží zjistit, zda v digitálním prostředí zůstanou zachovány klíčové segmenty mediálního systému z dob, kdy existovala pouze analogová média. Na několika stranách textu je rozebrán problém přeměny uživatele digitálních médií z pasivního odběratele obsahu na jeho aktivního producenta. Autor v této souvislosti cituje například Carpentierovu teorii tří druhů participativních médií. Přitom upozorňuje, že k produkci uživateli generovaného obsahu *přispívají technické, sociální, ekonomické i právně-institucionální mechanismy*. K vysvětlení jsou použita různá statistická da-

ta, z nejbližší doby před prvním vydáním recenzované publikace, nejčastěji americká a anglická, kvůli nedostatku mezinárodních srovnávacích analýz např. data publikovaná v roce 2007 analytickou firmou Experian Hitwise. Významným dopadem procesu konvergence jsou nově vzniklé mediální obsahy v rámci sebevyjadřování běžných uživatelů nových technologií. Jakubowicz vyjmenovává různé možnosti označování nově generovaných obsahů a zmiňuje zkratky UGC (user-generated content), UCC (user-created content) či CGC (consumer generated content) ad. Součástí kapitoly je také otázka změny médií veřejné služby a funkce občanských médií, přičemž autor konstatuje, že to jsou typy médií, které jsou na rozdíl od komerčních médií vystaveny existenčnímu ohrožení. Jakubowicz dochází k názoru, že média veřejné služby mají na mediálním poli podstatné místo a měla by poskytovat čtyři typy nabídek – tradiční lineární programy, specializované lineární programy, programovou nabídku na internetu a na jiných platformách a programovou nabídku plně interaktivní, personalizovanou nebo individualizovanou –, tedy využít všechny možné nové kanály a mediatypy a zároveň tím přejít na multimediální konvergovanou strukturu.

Šestá kapitola se zabývá tématem žurnalistiky v informační společnosti. Zde autor odporuje tvrzením, podle kterých ze společnosti vymizí profesionální žurnalistika a bude nahrazen občanským žurnalismem, kterého, díky jednoduchým digitálním technologiím, bude schopen téměř každý jedinec. Již v úvodu publikace však Jakubowicz konstatuje, že společnost profesionální žurnalistiku potřebuje. Hned v první větě cituje slova významného mediálního teoretika Shirkyho, podle nějž: „Společnost nepotřebuje



noviny. To, co potřebujeme, jsou novináři“ (Shirky in Jakubowicz, str. 187). Jakubowicz říká, že vítězství občanské žurnalistiky by znamenalo změnu paradigmatu. Snaží se nastínit rozdíly mezi tradiční a občanskou žurnalistikou a ptá se, jak internet mění tradiční žurnalistické normy a hodnoty. Věnuje se navíc novému tématu participativní/občanské žurnalistiky v profesionálních médiích, tedy přístupu občanských novinářů do redakčního procesu. V závěru kapitoly Jakubowicz konstatuje, že zatím nic nenasvědčuje tomu, že by nová ekologie médií změnila významně vkus příjemců a uživatelů ve vztahu k profesionální žurnalistice a že by jakýmkoliv způsobem začaly převažovat tendence občanského žurnalistismu.

Předposlední kapitola rozebírá otázku vztahu nových médií a demokracie. Stejně jako v předchozí kapitole, kde autor argumentuje ve prospěch trvání profesionálního žurnalistismu, i zde zůstává při zemi, když říká, že problémy současné liberální demokracie nebude možné vyřešit skrze aktivní používání nových médií, případně zavedením e-demokracie.

Závěrem se také zamýšlí nad tím, jak vlastně ta demokracie, které chceme dosáhnout, ve skutečnosti vypadá a zda nová média skutečně znamenají i novou demokracii. Kapitulu o demokracii a souvztažnosti s měnícím se mediálním systémem ukončuje Jakubowicz slovy Dahla, že „ideální nároky na demokratické jednání nebudou nikdy naplněny“ (Dahl in Jakubowicz, str. 269). Poslední kapitola má podobu doslovu. Podle Jakubowicze odpovědi několika mediologů na otázku, proč polská mládež přestává potřebovat televizi, dokonale ilustrují hlavní teze celé

knihy. Dozvídáme se zde, že *polská mládež nepřestala potřebovat televizi jako médium, ale pouze televizor jako takový.*

Z pohledu teoretického a zejména definičního rámce se jedná o velice přínosnou publikaci. Přináší zejména přehledné shrnutí současných významných teorií. To vše obohacené o autorovo stanovisko, které má ovšem pouze podobu příklonu k některé z teorií. Vlastní teoretické závěry Jakubowicz nepředkládá. Bibliografický aparát textu bezpochyby zahrnuje všechny významné autory, kteří se tématu publikace věnují. Jmenovitě například Benjamina R. Barbera, Klause von Beymeho, Roberta Dahla, Petera Dalhgrena, Jana van Dijka, Marshalla McLuhana, Denisa McQuila a dalších. Ocenění hodná je i skutečnost, že Jakubowicz nepracuje pouze s již publikovanými teoretickými úvahami, ale svůj příklon k jednotlivým tezím demonstruje i na datech mediálních (například data BBC apod.), případně na mediální politice integračního uskupení Evropské unie. Jako poněkud přebytná se ovšem, v celkovém kontextu publikace, jeví předposlední kapitola týkající se nových médií a demokracie. Toto autorovo zaměření je z pohledu jeho nejen mediální, ale i politologické kariéry jednak pochopitelné, jednak zcela oprávněné, ale i přesto se jedná o téma, kterému se dostalo celé řady vlastních publikací, a proto věnovat mu pouhých necelých třicet stran textu působí poněkud zkratkovitě a zbytečně. Lepší službu by publikaci udělalo téma zaměřené pouze mediálně. I přes uvedené nedostatky se však bezpochyby jedná o kvalitní úvod do tématu, který jistě potěší každého vědce, jenž chce výše uvedené otázky nahlížet z evropské perspektivy.