

Obsah

Seznam schémat, obrázků a grafů	7
Úvod	9
1. Problematika žurnalistiky v éře mediální konvergence a její teoretická východiska	13
1.1 Termín „nová média“ a jeho užití v textu	14
1.1.1 Médium	15
1.1.2 Významová hierarchie pojmů označujících typy médií vzniklých v poslední etapě jejich vývoje	16
1.1.3 Nová média	17
1.1.4 Limity využití termínu nová média	19
1.1.5 Multimédia a transmédia	21
1.1.6 Digitální média	22
1.1.7 Online média	24
1.1.8 Významové vztahy mezi pojmy multimédia, digitální média a online média	24
2. Konceptualizace aktuálních vývojových trendů médií a žurnalistiky	26
2.1 Mediace a medializace	26
2.2 Remediace	27
2.3 Mediální logika	29
2.3.1 Rutiny, komunikační rutiny a mediální rutiny	30
2.3.2 Mediální logika a mediální formáty z pozice profesionálních podavatelů mediálních sdělení	31
2.3.3 Mediální logika a mediální formáty z pozice příjemců mediálních sdělení	32
2.3.4 Proměny mediální logiky v éře takzvaných nových médií	32
2.4 Medializace internetu a internetizace masových médií	35
2.4.1 Internet jako médium a jako masmédium	35
2.4.2 Medializace internetu	36
2.4.3 Změny v mediální logice zapříčiněné medializací internetu	37

2.4.4	Internetizace masových médií	41
2.4.5	Limity přístupu Leopoldiny Fortunatiové k medializaci internetu a internetizaci masových médií	43
2.5	Mediální konvergence a mediální hybridizace	43
2.5.1	Mediální konvergence	44
2.5.2	Typy mediální konvergence	45
2.5.3	Časový přesah konceptu mediální konvergence mimo aktuální etapu mediálního vývoje	49
2.5.4	Mediální hybridizace	50
2.5.5	Mediální konvergence versus mediální hybridizace	51
2.6	Provázanost dvojice konceptů mediální konvergence a mediální hybridizace s dvojicí konceptů medializace internetu a internetizace masových médií	52
2.7	Teorie sítí aktérů	54
2.8	Koncept mediální logiky v kontextu teorie sítí aktérů	56
2.9	Souhrn dopadů aktuálního mediálního vývoje na každodenní novinářskou práci	57
3.	Vybrané dopady medializace internetu a internetizace masových médií na práci českých novinářek a novinářů	58
3.1	Zahraněční výzkumy vlivu medializace internetu a internetizace masových médií na novinářky a novináře	60
3.1.1	Shodné rysy zahraničních výzkumů a odlišnosti mezi nimi	63
3.2	Metodika vlastního výzkumu	64
3.2.1	Dotazníkové šetření	65
3.2.2	Polostrukturované rozhovory	67
3.3	Představení a rozbor výsledků výzkumu	68
3.3.1	Základní charakteristika respondentů	68
3.3.2	Uplatňování crossmediální strategie s ohledem na projevy novinářské a prezentační konvergence	70
3.3.3	Projevy ergonomické konvergence	75
3.3.4	Zavádění technologických novinek a jejich akceptace ze strany novinářů	78
3.3.5	Používání šablonovitých softwarových publikačních systémů	83
3.3.6	Školení zaměřená na práci s technologiemi	84
3.3.7	Nakládání se zpětnou vazbou	86
3.3.8	Dobře odvedená práce	88
3.4	Zodpovězení výzkumných otázek	89
	Závěr	91
	Summary	94
	Použitá literatura	97