

VÝZKUMNÉ A PUBLIKAČNÍ TRENDY VE STUDIU NOVÝCH MÉDIÍ V LETECH 2006–2010: HISTORICKÁ PERSPEKTIVA / RESEARCH AND PUBLICATION TRENDS IN NEW MEDIA STUDIES IN 2006–2010: A HISTORICAL PERSPECTIVE

Radka Kohutová

Studie vznikla na UK FSV v rámci specifického záměru SVV č. 263 501 Historická a teoretická mediální studia.



New media entered and continuously alter our everyday lives and routines, and even societies at the macro level, in the very extensive and nonreversible way (especially since the so-called 'dot.com Revolution' in 1990s). They affect a current nature of communication and media research while leaving academics with challenges on theoretical paradigms and practical implications of new media technologies. New media gave birth to emerging interdisciplinary academic field new media studies (sometimes also referred to as Internet, digital or cyberculture studies) which has sought its legitimacy as an independent scholarly discourse since 1990s. The study presents the inquiry into research trends within *new media studies*, with major focus on 2006–2010. The article proves that new media studies have moved from its initial uncritical fascination by new media technologies (with main focus on the 'newness' in new media and concepts such as interactivity) to the stage where a broad range of new media issues in its complexity are addressed. Tracing the face of new media studies in last five years proves pluralistic position on theoretical perspective and methodological approaches. Study examines five academic media-oriented e-journals and its findings show that new media research has moved from a pure observation and documentation of diffusion of the new phenomenon worldwide to analysis relying on a broad spectrum of methodological approaches, originally grounded in diverse humanities and social sciences.

Keywords: new media, new media studies, media research, communication patterns, academic journals

Úvod

„Nejsme první generací, která se podivuje nad náhlým a mimořádným posunem v dimenzích světa a lidských vztahů v něm obsažených, jakožto výsledků nových forem komunikace.“
(Marvinová, 1988:3)

V životě každého jsou okamžiky, na něž nezapomene. Pro mne je jedním z nich první návštěva kyberprostoru. Námořnická ikona tehdy populárního prohlížeče *Netscape Navigator* mne přenesla do virtuálního světa roku 1998. Dodnes si pamatuji radost, s jakou jsem se usmívala na monitor stolního počítače, když se webová stránka načítala. Ano, byla jsem fascinována. Tak jako statisíce dalších lidí po celém světě.

Přestože se geneze informačních a komunikačních technologických novinek, jimž se z nedostatku příznačného ter-

minologického pojmenování začalo říkat *nová média* (*new media*) počítá na desetiletí, širší (a od té doby konstantně vzrůstající) zájem o ně podnítil zvláště raketový příchod komerčního Internetu v 90. letech 20. století. Stejně přirozeně, jako se nová média stala rutinní součástí našich životů, inkorporovala se i do každodenního světa vědy. Nová média doslova ovládla světová univerzitní a vědecká pracoviště (nikterak překvapivé, když záměr podpory vědy a výzkumu stál za samotnou myšlenkou předchůdců celosvětové sítě).¹

Pojmenování *nová média* (*NM*) mělo nesourodou skupinu, pro niž byl spojujícím elementem rys digitality, dočasně, logicky a zřetelně oddělit od *starých*, analogových médií.² Jakkoli, z historické perspektivy je vzájemné ovlivňování obou skupin, zachycené například v konceptu *remedi-*

¹ Na poli vědy je vlna zájmu o nová média reflektována mimo jiné v konstantním přechodu k elektronickým podobám odborných periodik, jež se v knihovnách stávají variantou preferovanou před tištěnými obdobami (zvláště v případě simultánního vydávání obou). Vliv elektronického publikování na stav vědy a výzkumné trendy je nepopíratelný. Přesto elektronická periodika zatím zůstávají především digitální konverzí tištěného textu, aniž by příliš využívala exkluzivních možností nových technologií. Konsekvence přechodu od tištěných periodik k elektronickým na samotnou podstatu vědy se setkává s rozdílným přijetím (Elvebakk, 2010). Zimmerman (2010) v této souvislosti hovoří o *dichotomii* pocitů, přičemž sám vyzdvihuje nové vyhledávací možnosti elektronických databází, jež vědcům umožnily rychlejší, snadno dostupný přístup k širší škále textů než dosavadní tištěná média. Evans (2008) naproti tomu varuje před trendem, kdy je v absolutním čísle odkazováno a citováno z méně periodik a článků, resp. z těch, jež vyhledávače řadí na vyšší pozice v seznamu výsledků. Závěry studie Williamse et al. (2010) tezi doplňují, když dokládají dominantní orientaci čtenáře elektronických odborných periodik podle hrstky připojených klíčových slov.

² Uvědomování si problematičnosti terminologického sousloví *nová média* je patrné i z dobové odborné literatury. Například Rice a Williams (1984) v dnes již klasickém díle *Theories Old and New: The Study of New Media* pojmenování pokládali za dočasně účelné. Současně však vyřkli přesvědčení, že název bude použitelný jen pro první generace uživatelů nových médií a bude později nahrazen vhodnějším. Vycházeli z historické perspektivy, kdy se přívlastek *nový* opakovaně užíval pro nově objevené mediální formy v době neustálenosti jejich pojmenování (cf. Marvinová, 1988; Gitelmanová a Pingree, 2003).

ace (remediation) Boltera a Grusina (2000), dále rozpracované Manovichem (2000), nesporné. Mediální a komunikační studia získala na dlouhou dobu (v zásadě dodnes) nosné téma pro nespočet polemik nad vhodností, resp. problematičností užívání atributu *nový* v případě NM (Lievrouwová a Livingstoneová, 2002, 2006; Gitelmanová, 2006; Flew, 2010; McQuail, 2010). Vedle majoritní inklinace k danému označení, jehož se v této stati přidržím, se lze setkat se synonymním užíváním *informační a komunikační technologie (information and communication technologies, ICTs)*, *počítačově mediovaná komunikace (computer-mediated communication, CMC)*, *digitální média (digital media)*, *digitální komunikační technologie (digital communication technologies)* nebo *multimédia (multimedia)* a další.

Předkládaná stať je sondou mapující klíčové oblasti výzkumu NM v posledních pěti letech, tedy v období 2006–2010. Inspirována byla analytickými východisky textu *'New media' research publication trends and outlets in communication, 1990–2006* autorů Tomasellová, Lee, Baerová, publikovaném v roce 2010 v *New Media & Society*, na nějž do jisté míry navazuje (dále jen „TLB 2010“).

Profilace studia nových médií

NM se zprvu stala objektem teoretického a empirického zájmu tradičních mediálních studií. Od druhé poloviny 90. let 20. století se v odborné literatuře setkáváme s označením *new media studies/(new) media studies*.³ Nová mediální studia (např. Booth, 2010) nebo studia NM (např. Lievrouwová a Livingstoneová, 2002, 2006; van den Boomenová et al., 2009)? Lehkost, s jakou v sobě angličtina propojuje obě varianty, představuje v češtině trochu překladatelský, kontextuálně podmíněný oříšek (přestože s první variantou uvažování o pojímání oboru se setkáváme zřetelně méně často).

„*Nová mediální studia nejsou novým typem vědecké disciplíny, ale spíše novým způsobem náhledu na praktiky v současných mediálních studiích (...)* V době, kdy se digitální média stávají konvergentními a všudypřítomnými, stává se důležitým analyzovat nejen média, ale také samotnou disciplínu mediálních studií.“ (Booth, 2010: 3)

Pokud se Sterne (2005) ještě před pár lety zabýval otázkou, zda lze *digitální studia (digital studies)* považovat za nový vědecký obor, přičemž argumentoval, že nikoli, neboť se zatím neprofilovala do *nového vědeckého diskurzu*, pak se přiklání k názoru, že současný stav legitimitě samostatného oboru nahrává. Studium NM, vyznačující se interdisciplinarnitou, si vědecký kredit získalo rovněž zařazením *new media studies* do oborových nabídek prestižních univerzít na severoamerickém kontinentu, v Evropě nebo v Austrálii (Silver, 2004; van den Boomenová et al., 2009), ale i zřizováním jim zasvěcených vědeckých center a institucí.⁴

Ovlivnilo výzkumné trendy nejen v humanitních oborech a vedlo ke vzniku několika mezinárodních úzkoprofilových vědeckých periodik – sedmnáctiletá historie *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* a třináctiletá existence *New Media & Society* jsou důkazem rozkvětu zájmu o studium NM.

„*V průběhu let se studium nových médií postupně emancipovalo od svých remediálních inspirátorů. Obor proklamoval svá vlastní mediální specifika a současně zůstal multidisciplinární, když si přivlastnil teoretické koncepty a výzkumné metodologie z disciplín, jakými jsou mediální studia, kulturní studia, filosofie, sociologie, vědecká a technologická studia a kritická diskursivní analýza. To vedlo ke vzniku nových dílčích oborů, jakými jsou internetová studia, virtuální etnografie (Hine 2000), herní studia (Copier and Raessens 2003; Raessens a Goldstein 2005) a softwarová studia (Fuller 2008).*“ (van den Boomenová et al., 2009: 8)

Vědecké články z raného období studia NM bývaly příznačně spekulativním charakterem. Vykazují rysy technicistní fascinace novými technologiemi (v přímé návaznosti na technologický determinismus a zvláště populární vizionářské teze Marshalla McLuhana)⁵, ale i ovlivnění idejemi feminismu (symbolickým příkladem propojení obou přístupů je metafora kyborgu Donny Harrawayové). Již v počátcích etablování samostatného oboru byla patrná inspirace a myšlenková spřízněnost s teoretickými a metodologickými východisky poststrukturalismu, postmoderny a hlavně kritických teorií médií (zvláště výrazné je např. užívání etnografického přístupu přejatého z kulturních studií, s nímž se v hojně míře setkáváme dodnes). Vliv postmoderní a postindustriální teorie, včetně obsáhlého konceptu informační společnosti, na rámcové utváření studia NM zdůrazňují např. Lievrouwová a Livingstoneová (2006), Wakefordová (2004) nebo Webster (2006).

Za fenomén při utváření oboru studia NM, zvláště v porovnání s tradičními mediálními studii, lze vyzdvihnout fakt, že rekrutující se teoretici NM byli v řadě případů simultánně také těmi, kdo se na vzniku a vývoji objektů studia prakticky podíleli (ukázkovým příkladem jsou zástupci první generace autorů elektronické literatury a současně univerzitní profesori Michael Joyce, Stuart Moulthrop nebo Stephanie Stricklandová). Před podobným stíráním kritického odstupu varuje např. Bolter (2004), jakkoli také on přináleží k výše jmenované skupině.⁶

Sběr dat a metodologie

Pro potřeby této stati identifikující vědecké trendy ve studiu NM v letech 2006–2010 byla použita kombinace bibliografické a kvalitativní analýzy. K získání dat jsem zvolila pětici vědeckých recenzovaných časopisů z oblasti mediálních a komunikačních studií publikovaných renomovaným nakladatelským domem *SAGE Publications*. Jmenovi-

³ V přímé návaznosti na neustálenost užívání *nová média* se v literatuře můžeme setkat například s označením *digitální, internetová* nebo *kyberkulturní studia (digital/Internet/cyberculture studies)*.

⁴ *Appendix A: Degree Programs a Appendix B: Major Research Centers and Institutes* (In J. Hunsinger et al. (eds.) *International Handbook of Internet Research*, Dordrecht, Heidelberg, London, New York: Springer, 2010. ISBN 978-1-4020-9788-1.) poskytuje aktuální seznamy obou skupin.

⁵ Patrnou myšlenkovou sounáležitost s technologickým determinismem je možno sledovat např. v dílech Postera (1990), Postmana (1992) nebo Manovicha (2001).

⁶ Kromě akademického působení na Georgia Institute of Technology byl jedním ze tří spoluvůřců softwarové platformy Storyspace, určené pro autory elektronické literatury.

tě se jedná o následující: *Communication Research* (CR), *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* (Convergence); *European Journal of Communication* (ECJ), *Media, Culture & Society* (MCS) a *New Media & Society* (NMS).

Obdobně jako v případě studie TLB 2010 jsem alokovala set klíčových termínů (vzhledem k jazyku periodik v angličtině), pomocí nichž je možno z celkového množství 1.575 článků publikovaných v relevantním časovém úseku vyčlenit příspěvky zaměřené na problematiku NM, jež jsem dále podrobila kvalitativní analýze. Mezi klíčové termíny jsem zařadila skupinu pěti nejfrekventovanějších klíčových termínů na základě výsledků studie TLB 2010, stejně jako termíny většiny klíčových konceptů NM, které na podkladě rešerše literatury identifikoval Flew (2010). Vyhledávání pomocí klíčových termínů bylo restriktivně zúženo na názvy statí, abstrakty a klíčová slova. Pro kvalitativní rozlišení, zda se článek skutečně zabývá požadovanou tematikou, a následnou kvalitativní meta-analýzu, byla využita funkce zobrazování abstraktů v plnotextové databázi *SAGE Full-Text Collections*, dostupné na adrese .

Shrnutí výsledků

Jak z výsledků vyplývá, publikace článků tematicky se věnujících NM se téměř výhradně soustřeďuje do specializovaných periodik, v tomto případě *Convergence* a *NMS*, z nichž pochází většina publikovaných statí. Přesto i ostatní periodika (*CR*, *EJC* a *MCS*) věnovaly teoretickým perspektivám NM v každém z čísel ve sledovaném období nejméně jeden příspěvek.

Autoři statí nejvíce inklinují k následujícím pojmům: *internet* (*Internet*), jež se vyskytl v 15,5 % ze všech publikovaných článků v relevantním časovém úseku; následují pojmy *online* (*online*) a *digitální* (*digital*), které překročily 10% hranici výskytu; a dále *nová média* (*new media*), *uživatel/uzivatelský* (*user*), *Web/webový/www* (*Web/www*), *počítač/počítačový* (*computer*), jejich četnost výskytu se pohybuje mezi 5–7 %. Žádný jiný klíčový termín pětiprocentní hranici četnosti výskytu nepřekročil.

I když není možné exaktní srovnání výsledků s TLB 2010, vzhledem k rozdílným metodologiím a rozsahu vzorku, rámcovou komparaci tato umožňuje. Z ní je patrné, že se zjištěná četnost nejužívanějších klíčových termínů v zásadě neliší od výsledků studie TLB 2010, jež mezi pěticí nejčastěji se vyskytujícími termíny uvádí *internet*, *počítač*, *digitální*, *Web/www* a *online*. V obou případech se na seznamu nejfrekventovanějších termínů objevují masovými médii běžně užívaná a zpopularizovaná slova ze širšího obecného povědomí (tento poznatek lze obecně aplikovat na názvy a klíčová slova statí z oblasti studia NM ve sledovaném období).

Naproti tomu, že zjištěné procentuální hodnoty výskytu klíčového termínu *NM* je patrný signifikantní nárůst užívání ve srovnání s předešlými roky (TLB 2010 sice *NM* řadí na místo šesté, četnost výskytu je však procentuálně oproti pěticí nejužívanějších řádově nižší). Obzvláště výrazný je v porovnání s výsledky synonymně užívaných *digitálních médií* (*digital media*), *informačních a komunikačních technologií* (*ICTs*), *počítačově mediovanou komunikací* (*computer-mediated communication*, *CMC*) nebo *kyberprosto-*

rem (*cyberspace*) – *NM* této skupině vévodí, a to i přes přetrvávající, objektivní kritiku vágního a zatracovaného pojmenování. Zjištěná data podporují hypotézu tendence k terminologické unifikaci v oboru. Výsledky indikují konstantní zájem o otázky spojené s kyberprostorem, interaktivitou, virtualitou, informační společností nebo dynamickým vztahem NM a nové ekonomiky.

Z rámcové kvalitativní analýzy vzorku statí obsahujících *NM* je patrné, že v porovnání s 90. lety 20. století již není centrálním tématem debata tážající se po tom magickém, co činí *NM novými* (včetně přidružených konceptů, jako např. *remediace*).

V literatuře z oblasti komunikačních a mediálních studií se lze setkat s názory, že příchod NM na univerzitní půdu rozvířil stagnující výzkum komunikačních a mediálních studií na počátku 90. let 20. století, kdy se ve vzduchu vznášely otázky po dalším směřování a trendech mediálního výzkumu. Ať už s tímto názorem souhlasíme či nikoli, *NM* bezesporu ovlivnila stávající podobu teoretického uvažování o médiích, stejně jako vlastní mediální formy. Proměnila formy individuální reprezentace a sociální interakce – tématy se stávají koncepty kolektivní inteligence (*collective intelligence*) a masové spolupráce (*mass collaboration*) v kombinaci např. obecně se stránkami Wiki (*Wikis*), konkrétně s Wikipedií (*Wikipedia*), nebo Wikinomií (*Wikinomics*).

Z pohledu komunikačních a mediálních studií je zájem upřen na metamorfózu novinářského řemesla, k níž *NM* přispěla. Online žurnalistika, fenomén blogů a jejich zpětný dopad na tradiční novinářské postupy a mediální formy, nebo rozostřování dříve jasné dělicí čáry – profesionální mediátoři versus publikum, snoubící se v občanské žurnalistice, jsou nosným tématem řady publikovaných příspěvků (novější trend v žurnalistice – ovlivňování obsahu médií sociálními sítěmi typu Twitter, ve sledovaném období reflektován není). Sociální síť v posledních letech nahrazují dříve oblíbené formy komunikace – *chat rooms* nebo *instant messaging*. Předmětem studia jsou hlavně z pozice běžných uživatelů (soustředí se např. na věkovou a sociální stratifikaci s důrazem na angažovanost adolescentů a jejich uživatelské chování).

Blogy a sociální síť souvisí s další rozsáhlou skupinou pokrývaných témat – stíráním hranice, resp. uvědomování si potřeby bilance privátní a veřejné sféry. *NM* podnítila nový druh voyeurismu a exhibicionismu. V tomto kontextu se studia *NM* dotýkají vhodnosti/potřeby normativní regulace *NM*, etických otázek, ochrany nezletilých ve vztahu k *NM*, resp. mediální gramotnosti.

Populární kultura se zmocnila technologií *NM* a *vice versa*. Také tento fakt je v publikačních trendech ve studiu *NM* znatelný (témata se dotýkají kulturního dopadu *NM* a jeho manifestace na úrovni společnosti, ale i mikro úrovni jedince). Příkladem je vzrůstající počet příspěvků z herních studií (*game studies*). Přehlédnout nelze obsáhlou skupinu zaměřující se na různé podoby vztahu *NM* a narativity – ať už hovoříme o v posledních letech populárním konceptu digitálního vyprávění příběhů (*digital storytelling*), elektronické/digitální literatuře (*electronic/digital literature*) nebo do jisté míry i zmíněných herních studiích. Větší zainteresovanost uživatele oproti klasickým žánrům/formám a prvek hry je pro předchozí kategorie typický.

Jak je z analýzy dat zřejmé, studia NM si zachovávají interdisciplinární charakter s pluralitními metodologickými přístupy, jež mají kořeny v různých oborech převážně společenských věd (mediální studia, sociologie, politologie, literární věda, historie, lingvistika, psychologie atd.). Zastoupeny jsou kvalitativní (s důrazem na etnografii publika, focus group rozhovory, observaci, sémiotickou analýzu) a kvantitativní analýza (obsahová analýza), případové studie – a to jak ve svých ryze formách, tak hlavně ve vzájemné kombinaci, umožňující lepší uchopení komplexní problematiky.

Právě tato diverzní pluralita je reflektována i v probíhajícímu procesu teoretického ukotvování oboru, pro nějž je typické široké spektrum pokrývaných témat. Obor si v důsledku probíhající evoluce technologií NM, jež stále více stírají hranice mezi formou a obsahem (resp. dichotomií hmotného a nehmotného, reálného a virtuálního), jen pomalu utváří a zatím spíše hledá vlastní metodologické přístupy. Nelze mu však upřít pohotovost, s jakou ontologicky přistupuje k nově se objevujícím technologiím (příkladem může být *YouTube* – služba sdílení videa objevivší se v únoru 2005 a následující rok odkoupená společností Google je již v roce 2007 v rámci sledovaného vzorku uvedena mezi klíčovými slovy). Jakkoli ani tento mnohdy nedokáže popřít fakt artikulovaný v tzv. *mediálních studiích 2.0 (Media Studies 2.0)*, poukazující mimo jiné na znalostní propast mezi (univerzitními) studenty coby přirozeně zasvěcenými uživateli NM a o generaci staršími kantory, teoretiky nových médií.

Závěr

Jakkoli si Internet i nadále udržel první příčku mezi nejkloňovanějšími slovy oboru NM (což jen umocňuje fakt, že se v podstatě jedná o zastřešující výraz pro množinou aplikací, jakými jsou například webové stránky, elektronická komerce nebo e-mail), médium, které se stále více dostává do zorného úhlu teoretiků NM, je mobilní telefon, včetně jeho jednotlivých aplikací. Nejinak tomu jistě bude i v dalších letech, a to díky rozkvětu a popularitě tzv. chytrých telefonů (*smartphones*).

Třídění studia NM podle typických kategorií tradičních mediálních studií, jakými jsou mediální obsah, publikum, účinky, mediální organizace nebo kanály, nelze v případě studia NM aplikovat vzhledem k jejich samotné podstatě. Jak je z výše předloženého patrné, obor se v posledních letech odklonil od dřívější fascinace NM jako technologickými novinkami (a od inklinace k technologickému determinismu) směrem k jejich analytickému studiu jakožto komplexnímu společensko-kulturnímu fenoménu. Ke slovu se dostává sociální kontext, do jehož rámce je teoretizování i praktický výzkum zasazován. Kulturní procesy, které NM podnítila, jsou nahlíženy z kritické perspektivy (s jasným odkazem na teoretická východiska a metodologické postupy kulturních studií a zvláště Raymonda Williamse). Obor si však zatím stále hledá svá vlastní paradigmat, jimiž by na nové koncepty nahlížel.

Literatura

BOLTER, Jay David (2004): Theory and Practice in New Media Studies. In: G. Liestřil, A. Kortison & T. Rasmussen (eds.) *Digital Media Revisited: Theoretical and Conceptual*

Innovations in Digital Domains. Cambridge, MA: MIT Press, s. 15-34. ISBN 0-262-12256-1.

BOOTH, Paul (2010): *Digital fandom: new media studies*. New York: Peter Lang Publishing, Inc. 231 s. ISBN 978-1-4331-1070-2.

EVANS, James A. (2008): Electronic Publication and the Narrowing of Science and Scholarship. In: *Science*. 321/5887/ s. 395-399. ISSN 1095-9203.

ELVEBAKOVÁ, Beate (2010): What is an Academic Journal? Problems Associated with the Transition to Electronic Publishing. In: *Science Studies*. 23/2/ s. 20-35. ISSN 0786-3012.

FLEW, Terry (2010): *New Media: an introduction*. South Melbourne: Oxford University Press. 304 s. ISBN 978-0-19-555149-5.

GITELMANOVÁ, Lisa (2006): *Always Already New: Media, History and the Data of Culture*. Cambridge, MA: MIT Press. 205 s. ISBN 978-0-262-07271-7.

LIEVROUWOVÁ, Leah A. (2009): New media, mediation, and communication study. In: *Information, Communication & Society*. 12/3/s. 303-325. ISSN 1468-4462.

LIEVROUWOVÁ, Leah A. & LIVINGSTONEOVÁ, Sonia (2002): The Social Shaping and Consequences of ICTs. In: L. A. Lievrouwová and S. Livingstoneová (eds.) *The Handbook of New Media: The Social Shaping and Social Consequences of ICTs*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage. s. 1-15. ISBN 0-7619-6510-6.

LIEVROUWOVÁ, Leah A. & LIVINGSTONEOVÁ, Sonia (2006): Introduction to the Updated Student Edition. In L. A. Lievrouwová and S. Livingstoneová (eds.) *The Handbook of New Media: The Social Shaping and Social Consequences of ICTs (Updated Student Edition)*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage. s. 1-14. ISBN 1-4129-1873-1.

LIVINGSTONEOVÁ, Sonia (2007): On the material and the symbolic: Silverstone's double articulation of research tradition. in new media studies. In: *New Media & Society*. 9/2/s. 16-24. ISSN 1461-4448.

MANOVICH, Lev (2001): *The Language of New Media*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press. 354 s. ISBN 0-262-13374-1.

MARVINOVÁ, Carolyn (1988): *When Old Technologies Were New: Thinking about Electric Communication in the Late Nineteenth Century*. New York: Oxford University Press. 269 s. ISBN 0195044681.

McQUAIL, Denis (2010): *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th edition. London, Thousand Oaks, CA, New Delhi, Singapore: Sage Publications, Ltd. 632 s. ISBN 978-1-84920-291-6.

POSTER, Mark (1990): *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Chicago: University of Chicago Press. 179 s. ISBN 0-226-67596-3.

POSTMAN, Neil (1992): *Technopoly: the Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books, 1992. 222 s. ISBN 0-679-74540-8.

SILVER, David (2004): Internet/cyberculture/digital culture/new media/fill-in-the-blank studies. In: *New Media & Society*. 6/1/s. 55-64. ISSN 1461-4448.

- STERNE, Jonathan (2005): Digital Media and Disciplinarity. In: *The Information Society*. 21/s. 249-256. ISSN 1087-6537.
- van den BOOMENOVÁ, Marianne et al. (2009): Introduction: From the virtual to matters of fact and concern. In M. van den Boomenová et al. (eds.) *Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology*. Amsterdam: Amsterdam University Press. s. 7-20. ISBN 978-90-8964-068-0.
- TOMASELLOVÁ, Tami K. et al. (2010): New media' research publication trends and outlets in communication, 1990-2006. In: *New Media & Society*. 12/4/s. 531-548. ISSN 1461-4448.
- QVORTRUP, Lars (2006): Understanding New Digital Media: Medium Theory or Complexity Theory? In: *European Journal of Communication*. 21/3/s. 345-356. ISSN 1460-3705.
- WAKEFORDOVÁ, Nina (2004): Pushing at the Boundaries of New Media. In: *New Media & Society*. 6/1/s. 130-138. ISSN 1461-4448.
- WEBSTER, Frank (2006): The Information Society. In: L. A. Lievrouwová and S. Livingstoneová (eds.) *The Handbook of New Media: The Social Shaping and Social Consequences of ICTs (Updated Student Edition)*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage. s. 443-457. ISBN 1-4129-1873-1.
- WILLIAMS, Peter et al. (2010): E-journal Usage and Impact in Scholarly Research: A Review of the Literature. In: *New Review of Academic Librarianship*. 16/2/s. 192-207. ISSN 1704-7834.
- ZIMERMAN, Martin (2010): Periodicals: Print or Electronic? In: *New Library World*. 111/9-10/s. 426-433. ISSN 0307-4803.