

E-LOGOS

ELECTRONIC JOURNAL FOR PHILOSOPHY

ISSN 1211-0442

15/2011



University of Economics
Prague

Úloha médií ve společenském řádu a demokracii

Lukáš Bernat



Abstract

Media are part of dynamic growth of technology and development and they are essential of social order or democracy, but can also be a destructor. This paper first focuses on the exploring of media content from a different perspective of theorists Lévy and Thompson, then pushes this knowledge into the context of social order and democracy.

Keywords: Democracy, cyberspace, media, social order

Abstrakt

Média zaznamenávají dynamický rozvoj společně s vývojem technologií a jsou základem, ale mohou být i destruktoem, společenského řádu potažmo demokracie. Tato stať se nejprve zaměřuje na prozkoumání obsahu médií z nadhledu odlišných teoretiků Lévyho a Thompsona, aby následně tyto poznatky zasadila do kontextu společenského řádu a demokracie.

Klíčová slova: demokracie, kyberprostor, média, společenský řád

Média podléhají dynamickým změnám v rámci technologického vývoje, proto jsou jim mnohdy přisuzovány paralelní společenské změny, které mají přesah i do vývoje společenských institucí. V první části se stať pokouší identifikovat obsahovou stránku médií, a to především ve vztahu k tzv. „novým médiím“, konkrétně kyberprostoru a konfrontuje mezi sebou autory Thompsona a Lévy, kteří mají rozdílný pohled na zmiňovanou problematiku a vyvozují odlišné závěry dopadu na společnost. Následuje výčet vývojových etap dle různých charakteristik, aby mohla být média zasazena do kontextu společenského řádu a společenské kultury a tradice, což je patřičným předpokladem fungování demokratické společnosti. V závěru se práce zaměřuje na aspekty médií směřující k degenerativním vlivům působící na demokracii.

Média a jejich obsah

Technologické změny bezesporu působí na dynamiku změn společenských systémů, stejně pak na systém politický. Politický systém se podle Kaplana pohybuje v určitém intervalu okolo rovnovážného bodu, přičemž pokud je vychýlen z tohoto intervalu, přechází do nového rovnovážného stavu a ocitá se v novém rovnovážném intervalu. Takto popsaná dynamika politického systému¹ nastiňuje i dopady technologických změn. Dopady v politickém systému však nepůsobí vždy nutně rozkladně na politický systém a nepřetváří jej v negativním slova smyslu. Na druhou stranu jsou takové změny těžko predikovatelné ve smyslu dopadu na systém a také jsou nesouměrné při komparaci jednotlivých systémů.

Pro stabilitu demokratického politického systému hraje dominantní roli komunikace. Ta je zajišťována mezi jednotlivými prvky systému pomocí masových médií a právě u těchto dochází v současnosti k nejrychlejšímu rozvoji po stránce technologické. Takové změny často budí dojem celospolečenského vývoje pozitivním směrem a často je tomuto vývoji přisuzována váha napravení chyb, které se ve společnosti vyskytují. Pro pregnantní ilustraci takového vnímání vývoje jsem v této kapitole zvolil nejnovější informační kanál, který Američané nazývají kyberprostor (cyberspace) a jeho vnímání ve vztahu k demokracii v porovnání s tradičním pohledem na média.

Lévyho a Thompsonův přístup k médiím

Média, ať už je chápeme jako pouhé technické nositele zpráv nebo jim přisuzujeme význam pokroku, s nímž jsou po jeho boku jdoucí nositelem kultury a civilizace, procházejí dynamickými technologickými změnami. Tyto změny charakterizují, jak se mění mezilidská komunikace a interakce. Změny neprobíhají spojitě a lineárně konstantní rychlostí, nýbrž skokově ve vlnách. Tyto vlny přicházejí

¹ Kaplan: *System and Process in International Politics*, s. 6-7.

jako tsunami – zdánlivě bezvýznamné milníky změny, které působí dočasně, pak ale spláchnou drtivou většinu společnosti, aniž by stihla postihnout důsledky, které s sebou nese. Takové důsledky jsou pozorovány a zkoumány až zpětně poté, co odezní první moment ultra-optimistického očekávání nebo naopak negativistického postoje ke každé změně, kterou nabízí.

Takovou, zatím poslední, změnou je fenomén kyberprostoru. Autorem, který se tímto tématem zabývá, je francouzský filosof Pierre Lévy. Tento autor popisuje problematiku kyberprostoru ve své knize *Kyberkultura*, která původně vznikla se záměrem podat zprávu o současném stavu Evropské radě. Autor popisuje současný stav s nádechem optimismu a očekávání, které reflektuje některá sociální hnutí v rámci tohoto fenoménu. Zároveň popisuje kyberprostor jako novou éru komunikace a interakce se všemi společenskými důsledky, jež s sebou nese. Lévy nevnímá kyberprostor jako formu masového média, nýbrž rozšíření společnosti ve své komunikaci. Pohled Lévyho působí až antropomorfne s nádechem frankfurtské školy při hodnocení jak běžných tak elektronických médií. Tento autor podkládá své argumenty osvíceneckým přístupem konstruktivistického racionalismu. Nabízí obraz médií, coby jednostranného komunikačního kanálu, který svým obsahem ovlivňuje příjemce.

Na druhé straně Thompsonovo dílo *Média a modernita*, ač se přímo nezabývá tím, co Lévy nazývá kyberprostor, zkoumá proměny médií a jejich dopad na společnost. Jeho pohled je patřičně racionálnější, především proto, že hlouběji zabývá percepcí a kontextem zprávy. Thompson používá syntetickou metodu k vyvrácení některých mýtů ohledně médií a konfrontuje ji frankfurtskou školu, na což se pokusím navázat i v přístupu ke zhodnocení stavu vztahu média-kyberprostor² a demokracie.

O tom, že masmédia, potažmo jejich dílčí modifikace, mají hluboký společenský přesah, jistě není sporu a ani to není nikterak překvapivá informace. Důležité však je vnímat jejich působení na společnost a rozumět této jejich funkci ve vztahu, jak příjemce sdělení samého, tak vůči jednotlivci se nevině tvářící, přitom celospolečensky nesmírně vlivné. S médii je neoddelitelně spjata otázka moci, což z nich činí součást politického procesu, dokonce prvek politického systému.

Pokusím se prokázat, že kyberprostor³ je jen rozvojem médií, je nezamýšleným důsledkem, nicméně stále ještě lidským artefaktem a tedy nemůže být chápán jako spásný až zbožštělý nástroj pro vylepšení lidské společnosti, nýbrž pouze jako její obraz. Jako takový je kyberprostor médiem interakce a na tom se pokusím

² Jak se později ukáže, není potřeba striktně oddělovat kyberprostor od médií, protože tento tvoří médiím podmnožinu a svými vlastnostmi, jakkoli mohou být odlišné od tradičních médií (především těch, které nejsou v elektronické podobě), odpovídá funkčnosti médií jako celku.

³ Včetně vlastního okolí, které ho spolutvoří, jako je například kyberkultura.

demonstrovat vztah k funkčnosti reálné demokracie, tedy vztahu k médiím jako takovým, kde kyberprostor představuje reflexi současného rozvoje technologií.

Vymezení kyberprostoru a jeho vztah k médiím

Kyberprostor je pojem, který byl původně stvořen ve sci-fi literatuře, nicméně překročil hranice svého žánru, když se začal, především ve Spojených státech amerických, používat pro celistvé označení interakce pomocí propojených elektronických sítí. Lévy definuje kyberprostor takto: „(...) jako komunikační prostor otevřený vzájemným světovým propojením počítačů a počítačových pamětí.“⁴ Z této definice to není příliš zřejmé, ale autor zahrnuje do kyberprostoru i jakákoli zařízení schopná digitální komunikace. Aby médium spadalo do této sféry, musí splňovat alespoň některou z těchto funkcí – musí být schopno komunikovat a digitálně uchovat informaci, popřípadě na základě takové informace provést simulaci.

Jak je patrné už z toho, že autor používá přímo v definici slovo počítač, pro funkčnost kyberprostoru je nejdůležitější charakteristikou, že veškeré informace, které se v něm nacházejí, jsou v digitální podobě. Nutnou podmínkou pro přístup do tohoto je mít digitální vstupní zařízení, které dovolí komunikovat s ostatními. Lévyho koncept je prostoupen až přílišnou vazbou kyberprostoru na počítače. Koneckonců tomu, že tíhne právě k počítačům, jako vstupnímu zařízení kyberprostoru, je tomu tak, protože jeho kniha vznikala ve 2. polovině 90. let 20. století, a tedy jeho představa byla omezena tehdejšími technologickými možnostmi. Jak pozdější definice ukáže, kyberprostor není nezbytně nutné vztahovat pouze k počítačům, nýbrž jej lze v nejjednodušším příkladě ilustrovat na telefonním hovoru.

*

Internet a služby, které poskytuje, hlavně World Wide Web, poskytují prostor pro vytvoření komunit, které jsou nezávislé na místní lokalizaci jejich členů.⁵ Tento prostor musí mít pochopitelně fyzickou podstatu své existence, jež však nemá komplexně umístěnou fyzickou podobu do jednoho bodu, nýbrž do tohoto bodu směřovanou a z něj vedoucí. Nelze však opomenout infrastrukturu ani uživatele, od jejichž fyzické podoby nelze abstrahovat. Čili uživatelé jako přímí účastníci, majíce v daný okamžik fyzickou podobu odděleně a globálně nezávisle na místě, směřují v internetu tuto fyzickou podobu do jednoho místa. Touto technikou lze komunikovat a uchovávat informace v rámci interakcí mezi uživateli tohoto prostoru.

⁴ Lévy: *Kyberkultura*, s. 83.

⁵ Kyberprostor není jenom internet, což vyplývá i z definice, ale internet je jeho nejvýraznější částí, proto se na něj při popisu kvůli dobré ilustrativnosti zaměřím.

Kyberprostor je tedy umělým interakčním prostředím, které je ovšem závislé na fyzické konstrukci infrastruktury, jenž zajišťuje jeho bytí.⁶

Charakteristika interakce v kyberprostoru

Nyní se vrátím k Lévyho definici, a sice k části o komunikaci. V kyberprostoru musí nutně probíhat interakce mezi jednotlivými uživateli,⁷ jinak by se jednalo o pouhé úložiště dat. Na rozdíl od běžných médií a to i těch elektronických,⁸ je v kyberprostoru možná odložená komunikace, která neprobíhá v reálném čase, ale tím, že mohou být uživateli komunikovaná sdělení uložena, lze na ně reagovat s časovým odstupem s tím, že se tak zároveň mění obsah sdělení, protože jej obohatila o zprávu novou, přičemž původní zůstává zachována a jako celek působí interakce, coby komunikace v reálném čase. To skýtá výhodu v tom, že různí uživatelé mohou přistupovat do interakce s časovým odstupem, přičemž jsou jí stále účastni. Na druhou stranu otvírá možnost v reálném čase reagovat, a tedy vstoupit do interakce v podobě, jakou je komunikace tváří v tvář a přitom místně odděleně.

Takový způsob mediování informace není zase tak překvapivý, jak se jeví Lévyho. Podobnou interakci popisuje Thompson ve svém dělení, přičemž ji označuje jako *zprostředkovanou kvaziinterakci*.⁹ V takové kvaziinterakci jsou od sebe časoprostorově odděleny jednotlivé kontexty. I v této interakci jsou jedinci vzájemně propojeni v procesu komunikace, při níž je vytvořena jistá sociální situace,¹⁰ nicméně tento vztah je monologický, čili v komunikaci samotné se neprojeví zpětná vazba příjemce, která může být v kyberprostoru projikována přímo do sdělení. Ostatní charakteristiky, a sice omezené množství symbolických prvků a neurčitý počet potenciálních příjemců, jsou shodné. Jediný rozdíl je nemonologický¹¹ charakter kyberprostoru, na což ovšem Thompson upozorňuje, že jeho typologie je pouze orientační a mohou se vyskytovat hybridní formy, případně lze počítat s technologickým vývojem.

⁶ Příznačná může být závislost na elektrické energii, bez níž by byl kyberprostor pouze přáním nad hromadou drátů.

⁷ Zde používám úmyslně pojem uživatel, protože pro vstup do tohoto procesu nezbytně potřebuje jednak vstupní zařízení a jednak přístup na základě ekonomicko-mocenského vztahu. Virtuální svět není analogií reálného ve smyslu účasti, jedná se pouze o dočasné užívání na základě vstupu skrze vstupní bránu.

⁸ Ačkoli v případě elektronických médií nemá moc smysl dělat ostrý předěl mezi nimi a kyberprostorem, neboť jsou ho přímo účastny. Jedná se tedy spíše o popis rozšíření, která pro ně kyberprostor nabízí.

⁹ Thompson: *Média a modernita*, s. 73.

¹⁰ *Ibid.*, s. 72.

¹¹ Úmyslně neuvádím dialogický charakter, protože jeho přítomnost je vždy pouze potenciální a nikdy jej nelze vztáhnout universálně ke kyberprostoru jako celku, protože nemusí být přítomný v dílčích částech. Ve vztahu k reálnému času také nemusí jít o dialog, trialog, ale mohou se ho potenciálně účastnit více než dva uživatelé.

Vývojové etapy

Pokud je zmíněna Thompsonova typologie médií, má smysl krátce se u ní zastavit a vztáhnout ji k etapám vývoje médií jiných autorů. Jak se později ukáže, tyto typologie či vývojové linie mají dopad pro pozorování vztahu médií k politice a uspořádání moci. Charakterizace podle Thompsona je z těchto nejvíc vypovídající o funkci médií především z hlediska recepce sdělení. Naproti tomu charakteristika Jiráka a Köpplové je více vázána k historickému vývoji, kterému odpovídá ekonomická souvislost. Lévyho charakteristika pak tuto kopíruje s tím, že je upravena *per se* Lévyho konceptu kyberkultury.

Výše je popsán Thompsonův typ zprostředkované kvaziinterakce. Dalším typem je zprostředkovaná interakce, která na rozdíl od kvaziinterakce probíhá ke konkrétním příjemcům sdělení a tato interakce má dialogický charakter. Třetím typem interakce je tvář v tvář, která se odehrává ve společném kontextu časoprostorového uspořádání v dialogické komunikaci. Interakce tvář v tvář je zaměřena na konkrétní jedince a je v ní obsaženo velké množství symbolických prvků.¹²

Jirák a Köpplová dělí interakci podle publika, které je příjemcem sdělení a zasazují je do historického období. První období je elitního publika, v kterém je možnost participace na médiích jen pro vybranou skupinu učenců. Následuje období masového publika, kdy se původci sdělení snaží oslovit co nejširší možnou část společnosti. Ta je segmentovaná tak, aby byl možný mediální produkt podán každému, čili nediferencovanému příjemci. Na to diferenciací navazuje období specializovaného publika, kdy jsou jednotlivá média úzce zaměřena na jednotlivé skupiny. Poslední období je spjato s digitalizací a je to období specializovaného publika, ve kterém se příjemce účastní tvorby obsahu, už minimálně jeho výběrem.¹³ Z této typologie je patrný posun od homogenizace příjemců k jejich fragmentizaci.

Lévy rozděluje dějiny do tří etap.¹⁴ První je malých uzavřených společností s ústní tradicí. V podstatě tím definuje interakci tvář v tvář. Této etapě přisuzuje totalitní obsah sdělení bez všeobecnosti (viz subkapitola Totalitní obsah). Následující je období civilizovaných imperiálních¹⁵ společností používajících písmo. Pro ně má charakteristiku totalizující universality. Tato skupina je analogií zprostředkované kvaziinterakce i období elitního, masového a specializovaného publika. Třetím dějinným stupněm je podle Lévyho období kyberkultury, ve kterém plná globalizace přináší všeobecnost vyvázanou z totality.

Výčet těchto tří přístupů jasně ukazuje diametrální rozdíly v chápání vývoje médií. Zatímco Thompsonovo dělení není časově spjato s určitým kontextem, ostatní

¹² Thompson: *Média a modernita.*, s. 73.

¹³ Jirák, Köpplová: *Média a společnost: stručný úvod do studia médií*, s. 87-88.

¹⁴ Lévy: *Kyberkultura*, s. 228- 229.

¹⁵ Pojem „civilizované imperiální společnosti“ naznačuje slovník frankfurtské školy a ignoruje místní kulturní tradice, které také měly svůj vliv i mimo hlavní proud imperiálních mocností.

z těchto kontextů nelze vyvázat. Thompsonovy druhy interakce tak lze nezávisle analyzovat média, kdežto ostatní lze pouze přiřadit do dané doby. Thompsonova charakteristika dovoluje rozlišit informaci podle jmenovaných kritérií a tak lze predikovat její obsah, což je základní předpoklad při selekci informačního kanálu. Naproti tomu Lévy uzavírá jinou komunikaci než v kyberprostoru tím, že je sdělení totalitní.

Pro mocenský pohled je jediné vyhovující členění z těchto podle Thompsona především kvůli časoprostorovému kontextu a určení mono/dialogického charakteru. Časoprostorový kontext definuje odloučení původce od příjemce a v asymetrickém mocenském pojetí tak určuje kontext v obou případech původce-příjemce. Lévyho „finální“ dějinnou etapu kyberkultury lze vyjádřit pomocí Thompsonovy charakteristiky jako hybridní zprostředkovanou kvaziinterakci s modifikací multialogické interakce. To znamená, že Lévyho rozdělení má pro mocenské vztahy smysl pouze pro jeho vlastní hodnocení universality a totality obsahu.

Z výše zmíněného vyplývá, že na základě Thompsonova rozdělení lze jednoznačně určit prvky informačního toku a také určit role účastníků v interakčním vztahu a to nehledě na technologickou úroveň, na které se dané médium nachází.¹⁶ Z takové analýzy lze jednoznačně určit a/symetrii mocenského vztahu v interakci. Ostatní typologie se upínají pouze ke chronologickému zařazení médií do daných technologických úrovní. Na tom však nelze obecně analyzovat, v jakém informačním prostředí se pohybuje příjemce, a jaká je jeho možnost ovlivnit obsah sdělení.

Média a řád

Vznik médií nepochybně pramení z lidské potřeby participace na interakci ve společnosti. Předchozí nástin vývoje médií poukazuje na proces neustálého nárůstu počtu příjemců jednotlivých sdělení, aby se tento proces na sklonku třetího tisíciletí obrátil a tendence směřovala k profilovaným skupinám příjemců. Skupiny jsou však vázány selekcí obsahu a informačních kanálů, čili zůstává zachován potenciál toho, co je v tomto kontextu poněkud nešťastně nazýváno masovostí. Vývoj médií je takový, že i ve velmi dynamickém prostředí, ačkoli to tak velmi mnoho lidí vnímá, jednotlivá média nezanikají, ani neustupují stranou. Média vznikají vždy z jisté společenské potřeby, a tak i když je sesazeno z dominantního postavení, zůstává

¹⁶ Situaci, kdy jsou média stejně klasifikovatelná a zároveň se nachází v různých časových obdobích lidské civilizace, lze připodobnit ke středověkým ručně psaným knihám, které byly dostupné pouze vybraným učencům a internetovým stránkám z raných 90. let 20. století, které byly dostupné pouze vybraným vědeckým pracovníkům, kteří stáli u zrodu tohoto fenoménu. Oba tyto příklady jsou od sebe vzdáleny přes 500 let a technologicky jsou naprosto nesrovnatelné, přesto lze analýzu u těchto provést a z hlediska vztahu původce-příjemce ztotožnit.

společně s touto společenskou potřebou dále funkční, jenže se vyvíjí společně s technologií.¹⁷

Vývoj interakce na úroveň vyšší než ústní, jež reprezentují média, vychází z potřeby jedince komunikačně participovat na společnosti při vyvázanosti z každodenního kontextu. Jelikož potřeba vyvěrá z jednotlivců a média fungují na společenské úrovni, aby byla média funkční, musí reflektovat funkční společenské struktury a tím dát komunikační potřebě společenský rozměr. Je-li tomu tak, potom média jako celek vznikají a vyvíjejí se z výsledků lidské činnosti, nikoli konstrukčního záměru. Myšlenka, že by vývoj, nebo vznik a následná funkce jednotlivého média byla navržena a realizována záměrem konkrétního člověka, je natolik nepředstavitelná, že tento antropomorfismus již nemá smysl vyvracet.¹⁸ Zajisté jsou informační kanály konstruovány se záměrem, především ty persuasivní nebo propagandistické, ale v kontextu ostatních kanálů jsou vystaveny konkurenci a tedy selekci. V případě, že jsou ostatní kanály potlačeny, už nelze říci, že by média kopírovala společenskou komunikaci. Společenská potřeba komunikovat však přetrvává a podněcuje vznik a vzestup alternativních kanálů.¹⁹

Platnost spontánního formování médií ve společnosti však neplatí o jejich vnitřní struktuře, naopak jednotlivá média jsou svou podstatou organizacemi. Každé jednotlivé médium je řízeným řádem, který organizuje původce sdělení. Původce informace plně ovládá obsah sdělení, který šíří daným informačním kanálem, jenž je zprostředkován patřičným médiem. Z hlediska původce – médium se jedná o organizaci, kterou má plně v moci původce. Odhlédne-li se od toho na celospolečenskou úroveň, není v interakci pouze původce-médium-příjemce, ale vystupuje v hlavní roli i kontext, což dává médiím rozměr spontánního řádu. Modifikací spontánního řádu jsou ale pouze „prázdná média“²⁰ včetně společenského kontextu, jejich obsah je výsledkem organizace.

¹⁷ Existuje nespočet publikací, které s příchodem televize předvíдалy zánik rádia, s příchodem internetu předvíдалy zánik klasického rádia, televize a tisku. Každá technologická změna vzbudí v některých lidech nutkavý pocit, že tato musí nevyhnutelně nahradit, nebo úplně vytlačit stávající informační kanál.

¹⁸ O spontánním vzniku a formování médií jako celku svědčí fakt, že média (nejen sdělení, která nesou!) mají tržní hodnotu a jsou tržním instrumentem. Jako tržní součást musí mít prosazení technologie kořeny ve společenské poptávce. Ovšem technologie, kterou daná média využívají, není objevem, ale vynálezem. Nicméně technika, jakou jsou technologie využívány při interakci, je společenskou reflexí, a tedy je úzce spjata se společenským vývojem.

¹⁹ Vhodnou ilustrací formace alternativních informačních kanálů je samizdatová literatura. Totalitní systém potlačoval vydávání knih, které nebyly režimu po vůli, a tak byla tato díla vydávána ilegálně, čili média jako celek naplňovala informační potřeby i mimo oficiální sféru.

²⁰ Prázdné médium si můžeme představit, coby nosič bez obsahu, tedy zprávy.

Totalitní obsah

Lévy zdůrazňuje na začátku své studie, že společnost v jejím civilizačním vývoji je podmíněna technikami, nikoli determinována.²¹ Tato myšlenka poukazuje na to, že artefakty lidské činnosti nedeterminují to, jak funguje lidská společnost, ale jsou v daném civilizačním stupni pro danou společnost specifické. Tato úvaha bohužel zůstala pouze na začátku studie a zbytek neprostoupila.²²

Lévy spatřuje ve vzniku médií, neboli ve zprostředkování interakce, pozitivní jev universality neboli všeobecnosti obsahu.²³ Takový efekt médií lze chápat jako přenositelnost informace skryté v daném sdělení, tedy možnost její interpretace nezávisle na původci, přičemž původce je známý, nebo je alespoň známý kontext původu.

Současně s vyvázáním interakce z kontextu vidí Lévy negativní jev, a sice sémantické uzavření sdělení, tedy dávání významu jednotu, což nazývá totalizací obsahu.²⁴ Totalizace přichází podle Lévyho s používáním písma.²⁵ Písmo přináší radikální řez do mezilidské komunikace, kdy sdělení je zachováno v původním stavu bez ohledu na interpretaci. Usiluje o totalitu, protože brání nekonečné množině kontextů, ve kterých se sdělení šíří. Tím tvoří média stabilizovanou jednotu významu rozmanitosti,²⁶ čili z různorodosti kontextu vyvazuje veškerou interpretaci.

Naproti tomu staví kyberprostor, ve kterém je zachována univerzalizace pro vyvázání z kontextu, ale rozpouští se totalizace obsahu. Lévy tento jev vidí v přímé interakci, která je přítomna v kyberprostoru. V masových médiích vidí Lévy nevyužití specifického kontextu, protože média vysílají k nediferencovanému publiku a způsob šíření sdělení je omezen na nejuniverzálnější emocionální a poznávací přitažlivost, což způsobuje totalizaci obsahu.²⁷ Tím definitivně určuje příjemce sdělení coby pasivního.²⁸

Lévyho pojetí universality a totality obsahu získává právě pasivním publikem trhliny. První trhlinou je, že přisuzuje kyberprostoru oproštění od totality.²⁹ Považujeme-li kyberprostor, v jeho širší definici, za virtuální místo pro interakci, nicméně víc než úzce provázané s masmédií, pak každý, kdo do tohoto prostoru

²¹ Lévy: *Kyberkultura*, s. 23.

²² V duchu takového vymezení techniky vůči společnosti se pak jeví Lévyho teze, že média mají totalitní obsah, kdežto kyberprostor, který (je také technikou) je z totality vyvázán, je nejdemokratičtější a tedy reprezentuje tak maximální svobodu jedince, a tedy stupeň civilizace, jako kontradikce.

²³ *Ibid.*, s. 97.

²⁴ *Ibid.*, s. 103.

²⁵ *Ibid.*, s. 100.

²⁶ *Ibid.*, s. 227.

²⁷ *Ibid.*, s. 10.

²⁸ Takový přístup svědčí o inklinaci k frankfurtské škole.

²⁹ Uznáme-li dočasně totalitu obsahu jako sémantické uzavření, ale vždy pouze za podmínky, že ji uvažujeme ještě nepřijatou.

vstupuje, primárně šíří totalitní obsah. V takovém vztahu vystupují uživatelé v nemonologické komunikaci, která by se dala připodobnit k interakci tváří v tvář, nicméně stále zůstává obsah komunikace uvnitř komunikačního kanálu, tedy nelze ho vyvázat z prostředí, které mu dává totalitu. To jej nikterak neodlišuje od ostatních médií, které Lévy tolik kritizuje. Další argument proti vyvázání totality obsahu z kyberprostoru se týká prostředku kódování informace. Pakliže označil Lévy písmo i ostatní prostředky, jako je obraz hudba apod., za totalizující, pak ani sebevětší interakce těchto se nemůže z takového obsahu vyvázat, protože každý jeden je v tomto podání totalizující a v interakci převládne ten nejsilnější, což ho nevyvazuje z totality. Takto funguje kyberprostor ve své ideální popisné formě, nikoli v reálu. To, co Lévy opomněl, je, že vyvázání z totality, tak jak ho popisuje, zůstává pouze v potenciálu a veškerá charakteristika, kterou kritizuje na médiích, je v kyberprostoru také, neboť jsou tyto neoddělitelně provázány.

Další trhlinou v tomto konceptu je Lévyho dogmatické tvrzení o nekontextualitě příjmu sdělení. Thompson odmítá pasivní publikum tvrzením, že komunikační prostředky jsou vždy vztaženy ke konkrétním společenským kontextům.³⁰ To, že je proces příjmu zakódovaného sdělení aktivní a nikoli pasivní,³¹ lze poměrně jednoduše argumentovat poukázáním na příjemce samotného. Příjemcem je člověk a nikoli stroj, tedy dekodování sdělení v informaci je výsledkem kognitivní činnosti a nikoli algoritmické transformace. To tvoří z publika diferencovanou skupinu a poznávací přitažlivost, jak ji popisuje Lévy, slouží při selektivním procesu. Emocionální přitažlivost k selekci jistě též patří, nicméně už tvoří kontext, ve kterém je sdělení dekodováno.

Recepční proces v mediální interakci daleko překračuje hranici recepční aktivity. To znamená, že je sdělení šířeno ve větším kontextu, než jsou hranice při jeho příjmu. Je tomu tak proto, že při recepci informace dochází k diskursivnímu zpracování, čili do recepce je začleněno bezprostřední okolí příjemce.³² Příjemce je tedy vždy vtažen do kontextu své místní příslušnosti, a tudíž není totalizace obsahu možná. Kyberprostor nám na druhou stranu umožňuje diskursivní zpracování informace i mimo bezprostřední okolí příjemce a to až na globální úrovni. Takové diskursivní zpracování je však opět vázáno na další interakci v tomto prostoru, což částečně rozšiřuje bezprostřední okolí na globální úroveň.

O tom, že publikum není pasivní, svědčí charakteristika publika při recepci sdělení. Publikum si jednotlivá média vybírá. Při výběru se řídí vlastní zkušeností a potřebou, která vychází z představy o světě, jeho kulturním a sociálním zázemí. Publikum je odolné vůči ovlivnění, tedy umí „číst mezi řádky“. Tato charakteristika

³⁰ Thompson: *Média a modernita*, s. 35.

³¹ *Ibid.*, s. 37.

³² *Ibid.*, s. 40.

obrnjuje příjemce informace proti demagogii nejhrubšího zrna,³³ neboť příjemce je kritický k obsahu. Příjemce je interaktivní v selekci.³⁴ Takový přístup k příjmu a selekci přijímané zprávy dává příjemci možnost přisoudit kvalitu přijímané informace. Pojem totalita obsahu naznačuje řízení toku informace až k percepci příjemce. Avšak řízení důsledků jednou publikované informace je zcela nemožné,³⁵ proto nelze předpokládat, že by byl původce schopen uzavřít obsah sdělení tak, aby byly jeho důsledky universálně predikovatelné.

Kultura a tradice

Kultura a tradice hrají v politickém systému integrující roli vnímání příslušnosti k danému státu. Kultura, konkrétně její partikulární část – politická kultura, je jednotlívým prvkem, který je vlastní pro celou společnost daného politického systému, protože je vyjádřena zvolenými representanty na straně vlády i opozice. Tradice je kulturní prvek, jenž retrospektivně demonstruje selekci pravidel a norem, které se osvědčily. Pro celou společnost mají tradice velkou důležitost, neboť jsou jednotlivcům bližší a intuitivnější než explicitně vyjádřené normy a nepotřebují být testovány, protože je všem zřejmé, že jsou funkční. Stejně tak u demokratické procedury jsou efektivnější zvyková pravidla než předepsané normy.

Kultura liberální demokracie

Reálná funkčnost liberální demokracie je podmíněna deklarací patřičných pravidel, na kterých panuje obecná shoda, nicméně to je nutná a nikoli postačující podmínka pro správný chod procedury, protože i *deklarované demokracie*³⁶ jsou životaschopné, přestože marginalizují občanské svobody. Nepostradatelná pro demokracii je celospolečenská schopnost komunikovat a následně dělat konsensuální rozhodnutí, která budou společnosti vládnout. Fukuyama uvádí, že liberální demokracie vždy závisí na sdílení kulturních hodnot.³⁷ Systém bez takových hodnot by sotva umožňoval i jen elementární komunikaci, která by měla vyústit ke sdílení postojů, na nichž by mohl stát mandát vlády.

Nezodpovězenou otázkou však zůstává - kde vzniká správný soubor kulturních pravidel, který zaručí funkčnost demokratické procedury a kdo proces vzniku řídí? Odpověď na tyto otázky vystihl Hayek: „*Kultura není přirozená, ani umělá, ani geneticky předaná, ani racionálně vytvořená. Je to tradice naučených pravidel chování, která*

³³ Proti demagogii a jiným způsobům ovlivnění se však publikum jako celek bránit nemůže, neboť vždy bude existovat segment příjemců, kteří budou důvěřovat danému původci ovlivnění jako autoritě.

³⁴ Jiráček, Köpplová: *Média a společnost: stručný úvod do studia médií*, s. 111-112.

³⁵ Thompson: *Média a modernita*, s. 196.

³⁶ Deklarovaná demokracie má demokratickou proceduru pouze vtělenou proklamativně do pravidel, která slouží pouze jako legitimizační prvek vlády, přičemž tato pravidla nejsou reálně dodržována.

³⁷ Fukuyama: *Velký rozvrat*, s. 23.

*nebyla nikdy „vynalezena“ a jejichž funkcím jednající jednotlivci zpravidla nerozumí.“*³⁸ Kultura a rozum se podle tohoto popisu vyvíjejí paralelně a nelze jakkoli řídit, protože nejsou výsledkem činnosti řízené rozumem. Další důležitý poznatek, který z tohoto popisu plyne, je, že jedinci příslušící k určité kultuře jednají podle jejích pravidel, aniž by jim rozuměli, nebo byli schopni všechny konsekvence jich se týkající znát a obsáhnout. Proto má každá kultura za důsledek to, že hodnoty nejsou přenositelné na jinou společnost tak, aby splňovaly účel stejně jako v kultuře původní. V případě, že se politický subjekt snaží převést soubor na jinou společnost, dochází k fatálním omylům, a sice předpokladu analogické funkčnosti, protože přenášen je pouze částečný soubor hodnot, který je schopný daný subjekt obsáhnout, ne však kultura jako celek se všemi pravidly, jež jsou vzájemně propojená a drží celý systém funkční, ale člověk není schopen si o nich utvořit ucelenou znalost tak, aby znal všechny jednotlivosti a všechny důsledky.

To ovšem neznamená, že by nebyly jednotlivé kulturní hodnoty přenositelné, nýbrž jsou podrobovány selektivnímu výběru, zda se osvědčí v kontextu ostatních hodnot a případně přijaty. Tak dochází k přirozené mezikulturní interakci, která neprobíhá násilným způsobem. Jsou-li nové hodnoty řízeně nuceny společností, pak dochází k destrukci již vyselektovaných hodnot, které jsou překryty hodnotami novými. Fukuyama o tom říká, že pokud individualismus, pluralismus a tolerance jsou vtělené do formálních institucí povzbuzující kulturní rozmanitost, znamená to ničení hodnot předchozích generací.³⁹ Institucionální tvorba multikulturního prostředí tam, kde jsou zavedeny tradiční hodnoty, nutně znamená znehodnocení a destrukci hodnot všech a taková společnost musí vyselektovat kompletně nový soubor hodnot, aby vybredla ze změti anarchie, v níž se nachází, což je ovšem dlouhodobý proces překračující několik generací.⁴⁰

Obzvláště totalitní režimy, které svou působností překračují hranice jedné kultury, jsou význačné tím, že se snaží tradice popírat, protože tradice takové režimy negují. Nejúčinnějším nástrojem jim je nivelizace tradičních kulturních hodnot, čímž tyto hodnoty vykoření a přetvoří pro svůj účel.

Tradice v médiích

Nezanedbatelnou roli hraje pro kulturu tradice. Tradice je mezigeneračně přenášená v systému ritualizovaných činností, které je možné vtisknout do symbolických sdělení, jejichž se mohou stát média nositeli. Le Goff poznamenává, že *„tradice je pro lidský druh stejně nezbytná jako genetická podmíněnost pro hmyz“*.⁴¹ Jak má hmyz predeterminováno chování v prostředí, v němž je mu geneticky předurčeno

³⁸ Hayek: *Právo, zákonodárství a svoboda*, s. 393.

³⁹ Fukuyama: *Velký rozvrat*, s. 24.

⁴⁰ Ani tak není však zaručeno, že společnost vyselektuje správný soubor hodnot. Především dostanou-li se do střetu fundamentální hodnoty, může to vést až ke zkáze celé společnosti.

⁴¹ Le Goff: *Paměť a dějiny*, s. 110.

přežít, podle jednoduchých pravidel, které nemůže volně ovládat, ačkoli v hmyzím společenství mohou tvořit i složité emergence, stejně tak je člověk veden tradicí, která evolučně vzešla z předešlých generací. Rozdíl je, že hmyz se genetické podmíněnosti nemůže vyvázat, protože ji má vtělenou, což je fyzický blok chránící jeho život, zatímco člověk se na základě volního jednání může vědomě rozhodnout vystoupit z tradice, čímž potom nevědomě vstupuje do záhuby.⁴²

Tradice se nemění s rozvojem společnosti a to ani v podobě symbolického medializovaného obsahu, ten je pouze odritualizován a mění se způsob jeho komunikačního prostředí. Tradiční zvyky tak podle Thompsona ze světa nemizí, mění se pouze jejich postavení.⁴³ Ovšem toto postavení je v moderním světě značně oslabeno, protože do popředí se dostávají mocenské zájmy původce mediálního sdělení, a tak tradice nejsou tolik ustálené. Navíc Thompson upozorňuje, že pokud se musí tradice obhajovat, přestává být nezpochybnitelnou pravdou, což má na ní rozkladný účinek.⁴⁴ Z výše zmíněného vyplývá, že podle tradičních zvyků jednáme, aniž bychom znali veškeré jejich konsekvence a to udržuje společnost životaschopnou a dynamicky se rozvíjející. Proto je nutné kulturní tradice přijímat dogmaticky, jelikož ji nelze individuálně verifikovat ani falzifikovat.⁴⁵ Média v tomto ohledu hrají poměrně neutrální roli, protože mohou tradice nejen podkopávat, ale i posilovat; vždy záleží na vlastníkově sdělení, jaký postoj zaujme.

Nacionalismus jako důsledek umělé tradice

Thompson vidí význam tradice v prostředku udržování pocitu identity, což je faktor, který poskytuje jedincům pocit sounáležitosti.⁴⁶ Takový pocit sounáležitosti se může promítat do subkultur, ale má i širší celospolečenský přesah v identifikaci se s národem. Kulturní integrita ve spojitosti s místní příslušností dává společnosti potenciál národní identity, která „zdravě fungující“⁴⁷ posiluje tradiční hodnoty a je pro ně ochranným prvkem. Národní identita je podmíněna funkcí médií. Jak poukazuje Thompson „*národ je potenciální společenství čtenářů*“,⁴⁸ neboli vznik národní identity nedělitelně spjat s tištěnou literaturou, protože umožňuje sdílet symboly a postoje vyjádřené v daném jazyce.

⁴² Porušení vazeb na tradice nemusí znamenat okamžitou záhubu jednotlivců, ale vede k destrukci společnosti, což může překročit horizont generace. Vyvázání se z tradic může mít i krátkodobý pozitivní efekt, ale s jistým časovým odstupem se prokáže, že se jedná o slepou vývojovou větev.

⁴³ Thompson: *Média a modernita*, s. 147-150.

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Každý takový pokus na společenské úrovni musí nutně vést k tomu, že budou některé části tradic zpochybněny, ale jelikož člověk není schopen poznat všechna fakta a souvislosti, díky vzájemné propojenosti začnou být nefunkční jiné části a celý systém začne selhávat.

⁴⁶ *Ibid.*, s. 158.

⁴⁷ Zdravě fungující národní identitou je míněno, že s pojmem národ není nakládáno účelně, ani samoučelně, ale je výsledkem vývoje, nikoli artefaktem, nebo bariérou.

⁴⁸ *Ibid.*, s. 55.

Tištěná média na sebe vážou národní tradici díky společnému jazyku, který je sám symbolem identity. S rozvojem technologie médií, především obohacením o vizuální složku, ustupuje národní identita obsahu sdělení, který nemusí odpovídat dané kultuře. Podle Thompsona jsou tradice mediálně vyvázány z každodenního kontextu, a tak jsou vlastně materiálně vázány k patřičnému médiu. Tradice se tak přenáší pomocí média a může být zpětně vyvolána. Takovou tradici nazývá autentická, nebo historická.⁴⁹ Naproti tomu stojí tradice umělá, která je vytvořena účelově, často na základě mýtu. Tyto tradice jsou často zhuštěné pro potřeby současnosti. Le Goff to označuje jako vývoj současného světa pod tlakem okamžité historie, kterou za tepla vyrábějí média. To produkuje umělou kolektivní paměť, podle které se píše historie.⁵⁰ V takto vytvořené umělé historii je kolektivní paměť (nebo kolektivní identita, což ztotožňuje) jednoduše podmanitelná identitou, jež se identifikuje s národem. Potom je nacionalismus zaznamenán v paměti, která má tvořit historickou událost a je účelově integrován do podvědomí.

*„Kolektivní paměť (identita) je nejen výdobytkem, ale i mocenským nástrojem.“*⁵¹ Těmito Le Goffovi slovy lze shrnout celý problém národní identity a nacionalismu. Vytváří-li se národní identita na základě autentických tradic a existuje-li mezi nimi reciproční samo-udržovací vztah, potom je národní identita společensky žádoucí tuto identitu udržovat a ctít. Zakládá-li se národní identita na uměle tvořené tradici, je pokřivena a slouží partikulárním mocenským zájmům, které se snaží o kontrolu společnosti. Při existenci takové nemůže být demokratická procedura funkční.

Praktický dopad pro politický systém

Média, jak již bylo zmíněno, jsou odrazem společenské potřeby a jsou reflexí společenského řádu. Kyberprostor není reálným světem a tak nelze přistoupit k interakci tak, jak je člověku přirozené. Interakce probíhá v digitálním světě, takže musí být tvořena softwarovým zprostředkovatelem. Software, který je všudypřítomným prostředím v kyberprostoru, nevzniká spontánně, nýbrž má svého tvůrce. Tvůrce softwaru zároveň drží moc nad mezemi a hranicemi tohoto prostředí. To značí, že kyberprostor není tak svobodným prostředím, jak jej Lévy popisuje. Jistě každý jeho uživatel může vytvořit vlastní softwarové prostředí, ale pak je opět tím držitelem, či přímo vlastníkem tohoto prostředí. Tvorba softwarového prostředí ukazuje, že kyberprostor je ve své podstatě masmédiem. Software coby komunikační prostředí je důkazem Lévyho tvrzení, že je kyberprostor systém systémů, ale zároveň je argumentem proti tvrzení, že je systémem chaosu.⁵² Softwarové prostředí tvoří

⁴⁹ *Ibid.*, s. 163.

⁵⁰ Le Goff: *Paměť a dějiny*, s. 108.

⁵¹ *Ibid.*, s. 111.

⁵² Lévy: *Kyberkultura*, s. 97.

strukturu systému, a i když navigace v tomto prostředí působí často chaoticky, je kyberprostor komplexním systémem především díky působení sítí.

Pokud je kyberprostor⁵³ reflexí společenského řádu, je jistě odrazem spontánního řádu. Může ovšem reflektovat pouze partikulární část spontánního řádu, protože každý informační kanál v něm má své hranice. Tyto hranice jsou řízeny tvůrcem, takže obsah může autor změnit v organizované šíření. Na druhou stranu může autor partikulárního prostředí povolit hranice pro velmi svobodný přístup. Hranice však nelze nikdy úplně odstranit, protože se jedná o prostředí umělé a to nelze ztotožnit s reálným světem, protože má hranice svého tvůrce. Umělé prostředí bude díky svým hranicím vždy pouze lidským artefaktem s omezenými možnostmi, z čehož se nemůže vyvléci.

Média v politickém systému

V teorii politického systému jsou média jedním z podstatných prvků tohoto systému. Poučka říká, že komunikační kanály jsou od základů provázány s výkonem ekonomické, vojenské a politické moci.⁵⁴ Jsou-li média pod vlivem politické moci, sdělení mívají zpravidla ideologický obsah. Je tomu tak, pokud jsou sdělení ustavena tak, aby udržovala trvalé asymetrické mocenské poměry.⁵⁵

Média tvoří v politickém systému důležitý informační kanál pro politickou komunikaci. Výkon politické moci bez základní komunikace je možný maximálně pro rodovou a feudální společnost. Významná jsou média pro politickou socializaci, bez níž demokracie pozbývá jakéhokoli smyslu. Protipólem k politické socializaci je propaganda, jíž determinují média, která jsou plně ovládána politickou mocí. Mediální komunikace slouží i jednotlivým politikům, coby způsob zviditelňování. Thompson uvádí ilustraci mocenského vztahu zviditelňování na Banthamově Panopticonu.⁵⁶ Panopticon je vize ideálního vězení, ve kterém je jeden dozorce, jenž má dohled na všechny vězně. Mocenské uspořádání ve vztahu k médiím je inverzního charakteru. Elektronické technologie umožňují zviditelnění hrstky pro velký počet lidí.

Elektronická média přináší nový rozměr do kontextu, ve kterém je sdělení šířeno, a sice globální. Pro média tak není podstatná místní příslušnost původce, informace, která je nějakým způsobem hodnotná v měřítku větším než místním, je přístupná kdekoli na světě. Tento fakt působí na výkon politické moci tak, že se stává předmětem globálního dohledu.⁵⁷ Globálně zprostředkované události přináší

⁵³ Zmiňuji kyberprostor, a nikoli masmédia, protože, ač je ztotožňuji, je snazší představa o tvorbě nového informačního kanálu. U masmédií platí to samé, ale představa je obtížnější, neboť vývoj alternativního informačního kanálu představuje značné finanční náklady.

⁵⁴ Thompson: *Média a modernita*, s. 137

⁵⁵ *Ibid.*, s. 171.

⁵⁶ *Ibid.*, s. 109-110.

⁵⁷ *Ibid.*, s. 121.

příjemcům pocit vžití se do kontextu původu sdělení a to plodí formulaci odpovědnosti i za události kontextově velmi vzdálené.

Dalším důležitým prvkem politického systému úzce spjatým s mediální komunikací je veřejné mínění. To zajišťuje pomocí průzkumů veřejného mínění reflexi společnosti vůči politickému systému. Veřejné mínění se zjišťuje na základě dotazování sociologického vzorku společnosti a jeho statistického zpracování. Takové průzkumy též slouží pro predikování vývoje jako je tomu například u volebních průzkumů. Média zprostředkovávají výsledky průzkumů zpět veřejnosti, tím se z něj stává deklarovaná reprezentace společenského mínění.

Úloha médií v demokracii

Thompsonova charakteristika interakcí prostupuje veškerou politickou komunikací na všech úrovních. Aby byla demokratická procedura funkční, musí mít každý jednotlivec svobodný přístup k informacím, ale také mu musí být umožněno stát se ze své vůle původcem informace ve všech typech interakce. To je však nutná nikoli postačující podmínka pro fungování demokratických principů.

Při interakci je pro demokracii podstatný obsah sdělení. Ne však jednotlivý obsah interakce, který Lévy popisuje jako totalitní, ale obsah, který reaguje nebo navazuje na jinou interakci. Nelze se vyvázat z toho, že informační tok sdělení řídí jeho původce, musí však být zachována různorodost informačních sdělení, ve které dochází ke konfrontaci, jež distribuují média. Pouze vyváženou mediální scénu lze označit za demokratickou. Vyvážeností je celkové pokrytí názorových politických střetů, aniž by byl z takové diskuse kdokoli vyloučen.

Publikum a subkultury

Typologie období podle typu publika dělí tato na dvě etapy. Období elitního a masového publika jsou pro demokratickou proceduru bezvýznamná. Taková média mají význam pro řízené šíření informací, která se uplatňují například při ovlivnění příjemce. Naopak v období specializovaného a interaktivního publika hrají média pro demokracii hlavní roli. Pro homogenní specializované publikum znamená možnost svobodného přístupu k médiím na základě jim vlastní informační potřebě. Sice nenaplnuje informační potřebu jednotlivce, ale do jisté míry odpovídá stratifikaci společnosti.

Příjemci sdělení tvořící homogenní skupinu dostatečně velikou na to, aby se v rámci patřičného média specializovala, jsou integrováni do subkultur. V případě, že je zformována a identifikována subkultura, je spojena s patřičným médiem, které tvoří informační kanál mezi členy subkultury.

Elektronická demokracie

Lévyho charakteristiku médií s universálním, ale totalitním obsahem považují za vyvrácenou (viz subkapitola Totalitní obsah), tak se v tomto ohledu odkazují výše na Thompsona. Za zmínku stojí Lévyho pohled na novou nebo elektronickou demokracii.⁵⁸ Tato demokracie spočívá, autor to sice neuvádí, ale je to implicitně obsaženo, pouze v politické komunikaci. Podle Lévyho je v elektronické demokracii interaktivní kolektivní vyjádření k problémům a otázkám obce.

Podstatné je, že zmiňuje obec, protože toto pojetí nápadně připomíná antickou demokracii malých společenství. Na této úrovni je možné s velikým úsilím aplikovat plénium v elektronické podobě, nikoli však nelze mluvit o kolektivním vyjádření, protože nemůžeme dělat z jednotlivých vyjádření závěry, že se jedná o kolektivní názor. Nelze též zajistit, že budou účastni všichni členové, protože pro přístup do takového elektronického pléna znamená vstupní zařízení a znalost, která jej umožní užívat. Přístup do elektronického pléna je závislý na počítačové gramotnosti; považovat tuto gramotnost za společensky nezbytnou je v rozporu se svobodou rozhodování. Přístup do elektronického pléna tedy znamená jistou exkluzivitu a ta není v demokracii přípustná.

Elektronické plénium je pro obce možné, pokud také zvolí efektivní filtraci příspěvků, protože ne všechny budou relevantní. Lze předpokládat, že velká část občanů se bude chtít k otázkám vlády vyjádřit a nespokojí se s abstrakcí svého postoje do názorově podobného projevu někoho jiného, čili bude se chtít projevit a tím vznikne informační záplava, ve které se budou informace překrývat a odbočovat od tématu, až znehodnotí diskusi. Pro účely vyhnutí se tomu, musí nevyhnutelně existovat nástroj filtrace, který by rozlišil vhodnost příspěvku.

V tomto bodě elektronická demokracie opět „balancuje na hraně“, pokud volí nástroj filtrace tak, aby zachoval jen relevantní příspěvky a při tom zůstal stále demokratický. Totiž pravidla, jež porovnávají výsledky, musí rozlišit, zda myšlenka, která je obsažena v příspěvku do diskuse, je v souladu s tématem, tedy nejen samotnou tematickou relevanci, ale především nuanci toho, zda je téma rozváděno do detailu a tím diskuse zkvalitňována, nebo naopak zda uhýbá od tématu a diskusi ničí. Takto jemného rozlišení je schopna pouze myslící bytost, a tedy jej nelze svěřit algoritmu. Stěží si lze představit, že by existoval demokratický princip, kterým by byla selekce příspěvků z diskuse realizována, a tudíž může filtrace fungovat pouze tehdy, je-li svěřena do rukou osoby nebo osob, což ovšem v tomto ohledu dává těmto osobám do rukou moc větší, než má sama vláda. Potom jde koncept elektronické demokracie proti všem principům demokracie.

⁵⁸ Lévy: *Kyberkultura*, s. 168.

Otázkou také zůstává, zda by taková elektronická radnice mohla být pro demokracii efektivnější, když je klasická radnice nefunkční. Výše je uvedeno, že informační kanál, a to i v kyberprostoru, je vždy ovládán tvůrcem prostředí, v němž dochází k interakci, a proto není důvod předpokládat, že když je na radnici demokracie nefunkční, bude tomu při jejím otevření nových informačních kanálů jinak. Samotný přístup k informacím je nutnou, nikoli postačující podmínkou pro funkčnost demokracie.

Thompson nazývá takovou formu demokracie pro menší společnost lidí spíše na úrovni obce elektronickou radnicí.⁵⁹ Představa, že by mohla interakce probíhat na vyšší úrovni než obecní – což Thompson nazývá termínem „teledemokracie“⁶⁰ –, je podle něj nereálná. Sartori vidí v elektronické technologii a vlastně v tom, co Thompson označil teledemokracií, jedinou možnost, jak realizovat teorii, kterou nazývá referendová demokracie.⁶¹ Taková forma demokracie nahrazuje demokracii zastupitelskou přímou účastí voličů na rozhodování jednotlivých problémech prostřednictvím referend. Referenda jsou uskutečnitelná pomocí elektronických terminálů, kde, jak uvádí, by se občané jednou týdně vyjádřili stiskem knoflíku k formulované otázce o daném problému.

Sartoriho referendová demokracie

Problém referendové demokracie je, že tento mechanismus zprostředkovává rozhodnutí s nulovým součtem. To znamená, že vítěz bere vše a menšina nezíská nic, čímž jsou vyloučena všechna její práva. Systém vylučuje kompromisy, které vyplývají ze střetu názorů a postojů jako konsensus, jenž je zmírněním účinků většinového hlasování. Zatímco v zastupitelské demokracii je vůle menšiny reflektována v pozici jejích zástupců, referendová demokracie maximalizuje konflikt, což Sartori označuje za systematickou tyranii většiny.

Sartori poznamenává, že demokracie funguje díky heterogenosti voličů, opak nahrává extrémní fanatické oddanosti, která může vyvrcholit rigidním fanatismem.⁶² Jenže referendová demokracie heterogenost rozbíjí, neakceptuje přirozenou stratifikaci společnosti a důsledkem procesu ústího v tyranii většiny je masovost rozhodnutí, které potlačuje jednotlivé individuální preference. Do procesů referend vstupují otázky, které, na rozdíl od zastupitelské demokracie, nemají jasného původce a jsou artikulovány *per se* pro dané rozhodnutí. Voliči, jako abstraktní entita,⁶³ se nachází v mezích „kognitivní nekompetentnosti“,⁶⁴ která je omezuje

⁵⁹ Thompson: *Média a modernita*, s. 206.

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ Sartori: *Teória demokracie*, s. 118.

⁶² *Ibid.*, s. 122.

⁶³ Generalizace voličů na jednotnou abstraktní entitu má smysl při pohledu na voliče (*plurál*) z hlediska jednotlivých voleb. Každý volič je svéprávný jednatel a dělá racionální rozhodnutí, jejichž racionalita ovšem končí s každým dalším voličem, protože ten má své vlastní preference.

v orientaci mezi formulovanými referendy, aniž by byli schopni rozlišit své individuální preference zapadající do ideového celku, což ovšem zastupitelská demokracie nabízí v podobě osobností, či politických uskupení. Vůle vyjádřena sérií referend je tak ryzím populismem, který je otevřen masovosti, jenž skýtá četné možnosti manipulace. Navíc je tento systém založen na milionech diskrétních vůlí, které ovšem mají skon k slepému rozhodování, protože ani ti nejlepší odborníci dané oblasti nejsou schopni obsáhnout všechna fakta natož je pochopit,⁶⁵ a tak jsou rozhodnutí činěna na základě momentální osobní potřeby a nikoli na vyprofilovaném souboru idejí a hodnot, jenž by odpovídal informovanosti voliče o daných otázkách. Zjevně je tedy myšlenka svěřit vládu nad neuvěřitelně komplikovaným systémem do rukou miliónů diskrétních vůlí nad každou otázkou zhoubná nad jakoukoliv společností počtem přesahující každodenní bezprostřední okolí.

Veřejné mínění v demokracii

Veřejné mínění je jedním ze základních kamenů demokratického politického systému. Sartori uvádí, že „mínění ovládaných je skutečným základem každé vlády“,⁶⁶ neboli vláda, která má mandát z voleb pro dosažení jistého cíle, je responzivní a zodpovědná veřejnému mínění, jakožto vůli svobodné volby. Veřejné mínění je přítomné v každé společnosti, ale stává se politickým pojmem, až když se týká věcí veřejných *res publica* a je přístupné informacím o věcech veřejných.⁶⁷ Jinými slovy veřejné mínění je „rozptýlený stav vědomí veřejnosti, které integruje s toky informací týkajících se *res publica*. Média jsou jediným nositelem veřejného mínění, které stojí mimo komunikaci tváří v tvář. Rozptýlený stav vědomí je agregován do jednotného vyjádření, které reflektuje vůli tak, aby byla čitelná vládě. Média, která tyto reflexe věrně prezentují, jsou eufunkčním prvkem pro demokratický systém.

Na druhou stranu veřejné mínění prezentují média, která mohou nést mínění ovlivněná, či záměrně zkreslená,⁶⁸ a média jsou vždy v patřičném mocenském vztahu. Ten působí na obsah sdělení, jež má reprezentovat veřejné mínění, silou tak, aby v partikulárních postojích ohýbal mínění ve svůj prospěch. V optimálních podmínkách, kdy si racionální občan vybírá informace z konkurenčních kanálů

Nikdo není schopen znát všechny důsledky a možnosti při jednotlivé volbě, což znamená, že ji ani nelze řídit na úrovni celku. Proto se celek nemůže chovat racionálně, neboť pouze sčítá jednotlivé hlasy.

⁶⁴ Sartori: *Teória demokracie*, s. 123.

⁶⁵ *Ibid.*, s. 250.

⁶⁶ *Ibid.*, s. 88.

⁶⁷ *Ibid.*, s. 88-90.

⁶⁸ Výzkumy veřejného mínění se provádějí na základě dotazování skupiny lidí, která slouží jako reprezentativní vzorek společnosti. Na základě těchto dotazování se provedou statistiky, ze kterých jsou interpretovány výsledky. Takový výzkum má 4 slabá místa: výběr skupiny lidí, způsob dotazování, výběr statistiky a interpretace dané statistiky. Ve všech slabých místech může dojít k ovlivnění výsledků tak, že vypadají věrohodně, ale zásadně změni výsledky.

podle svého kontextového zařazení a je informován o mocenském vztahu řídicím médium, je vše v pořádku. Nicméně optimální podmínky jsou pouhým ideálem, zatímco jsou-li mocenské zájmy skryty pod štítkem objektivitu a mnohdy vědeckého průzkumu, demokracie podléhá tlaku deformace a veřejné mínění je pasováno do legitimizační roviny.

Výjimkou jsou veřejnoprávní média, která podléhají regulaci takové, aby byla zachována autenticita mínění a aby byla mocenským vztahem vynucena objektivita. Autoritou, jež vynucuje nezaujatost při artikulaci mínění, často bývá vládou jmenovaná komise, která působí jako zpětný cenzor nevhodného obsahu. Proces komisí kontrolovaného autentického obsah, který artikuluje veřejné mínění, je ovšem opět pouhým ideálem, neboť samotnou komisí vzniká mocenský vztah, pomocí něhož si snaží politici prosadit své zájmy a veřejnoprávní médium berou za svá rukojmí.⁶⁹

Lévy objevuje novou formu veřejného mínění v kyberprostoru. Takové mínění je podle něj mnohem snadnější k presentaci.⁷⁰ Nepochybně je toto elektronické veřejné mínění dostupnější ve smyslu vyjádření i pozorování. Průzkum může v ideálním stavu dokonale reflektovat celospolečenský postoj, bohužel kyberprostor nefunguje v ideálním stavu, jak jej vnímá Lévy. V kyberprostoru nejsou a dovolím si tvrdit, že ani nebudou, všichni jednotlivci z určité společnosti. Kdyby byli hypoteticky účastni všichni jedinci tedy celá veřejná sféra, stěží si lze představit mechanismus, který by zabránil, aby se tatáž osoba vydávala za několik různých a duplikovala tak svůj postoj.

Je-li ovlivněno mediální sdělení, které má zveřejnit veřejné mínění tak, že slouží zájmu skupiny usilující o politickou moc, je deformována demokratická procedura ve smyslu manipulace s postoji. Taková manipulace má své limity a nemůže pokrýt celou společnost. Její úspěch spočívá především v nekritickém přijetí takové informace, nicméně takové je umocněno důvěryhodností a vědeckostí, jež mu dodává autorita dané instituce, která průzkum provádí.⁷¹ V takovém smyslu je daná autorita verifikátorem autentičnosti mínění, což ji může snadno poskytnout moc k reformulaci mínění. Hayek shledává v moderním umění destrukci demokratické kultury právě proto, že média formují veřejné mínění. V takto produkovaném

⁶⁹ Kontrolní orgán, jenž je jmenován vládnoucí skupinou, je touto skupinou tlačén, aby prosazoval její vlastní zájmy. Opozičními skupinami je kontrolní orgán skrze média tlačén, k prosazení jejich zájmů s argumentem, že je obsah nevyvážený. V případě vyváženého obsahu budou veřejnoprávní média napadána za všech stran s argumentem nevyváženosti za cílem prosazení vlastních zájmů. Takový přístup k veřejnoprávním médiím dává předzvěst jisté zacyklenosti, a tudíž je popis „rukojmí politiků“ na místě.

⁷⁰ Lévy: *Kyberkultura*, s. 115.

⁷¹ Ukázkou sebenaplňujícího se proroctví v politickém systému způsobeného výzkumem veřejného mínění je zveřejnění nárůstu popularity malé, doposud neparlamentní strany, což může zapůsobit na vysoce fragmentovanou volební základnu malých stran a mobilizovat takové voliče k podpoře předkládaného subjektu.

veřejném mínění upozorňuje na fakt, že jsou kupovány hlasy voličů, což nazývá „systémem dražby“.⁷² Producentovi sdělení, které formuje veřejné mínění, umožňuje kupčit s hlasy výměnou za uspokojení partikulárních zájmů. Dražba spočívá v soupeření politických subjektů o to, který dokáže příjemce přesvědčit, že je ve veřejném zájmu vlastní činnost a tím nabýt přízeň.

Veřejné mínění je médií zprostředkováno z báze velké většiny obyvatelstva, přičemž je partikulární částí informačního procesu, konkrétně informačního procesu politického systému. Z hlediska procesního přístupu informačních toků trpí demokracie jistými nedostatky. Sartori označuje 3 nedostatky:

- kvantitativní nedostatečnost
- předsudky
- nízká kvalita.⁷³

Kvantitativní nedostatečnost je pojem poněkud zavádějící. Intuitivně naznačuje celkový nedostatek množství informací, nicméně problém je komplikovanější. Nežli nedostatek množství informací působí informační kanály naopak přesycením. „Běžný občan se topí v množství zpráv, které nedokáže strávit, jdou mu na nervy, ztrácí o ně zájem.“⁷⁴ Takto Sartori popisuje záplavu informací, z níž běžný občan nedokáže selektovat vhodný soubor informací, a tak paradoxně v důsledku velkého množství informací trpí nedostatkem relevantních informací, díky své kognitivní nedostatečnosti.

Sartori tvrdí, že pouze 5-10 % populace sleduje veřejné dění, neboli filtruje v záplavě informací ty, které splní kritéria relevance pro informační potřebu. Tito jednotlivci tvoří referenční skupinu, což je část veřejnosti, která zprostředkovává informace, jež jsou omezeny díky kognitivní nedostatečnosti. Tvoří místní názorové lídry mínění.⁷⁵ Co Sartori nazval referenční skupinou, je pro přesnost lepší vnímat jako jednotlivce a skupinu brát v potaz pouze coby sumu jednotlivců, protože jinak by jednotlivci museli být spolu v soustavné interakci, což není tomuto podmínkou.

Referenční skupinu ovšem nelze považovat za lék na kvantitativní nedostatečnost v informačním procesu, neboť tento problém neřeší, pouze interpretuje veřejné mínění dané skupiny obyvatel. Tvoří místní kontext pro příjemce sdělení a tím kognitivní nedostatečnost posiluje, jelikož interpretaci přenáší na místní autoritu.

Předsudky hrají roli v informačním procesu z hlediska terminologie používané ve sdělení. Terminologie byla obviňována z elitářské, či kapitalistické předpojatosti,⁷⁶

⁷² Hayek: *Právo, zákonodárství a svoboda*, s. 297.

⁷³ Sartori: *Teória demokracie*, s. 106-107.

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ *Ibid.*, s. 96.

⁷⁶ *Ibid.*, s. 107.

neboli z toho, že nereflektuje zájmy a potřeby celé společnosti. Při tomto „honu na čarodějnice“ byly do slovníku terminologie trvale zakotveny pojmy, které neodpovídají objektivnímu přístupu k realitě, naopak korespondují s partikulárními zájmy. Obzvláště aktivní v tomto ohledu byli marxisté, kteří obviňovali z předpojatosti a sami zavedli terminologii plnou předsudků.

Kvalitativní stránka informace je medii narušována vizuálními doplňky sdělení, které odvádějí pozornost od podstaty informace obsažené ve sdělení, nebo působí na emocionální složku percepce, složku iracionální. Politický marketing tak formuje informaci ve svůj prospěch na úkor diskursu veřejného dění. Vizuální složka splývá se zprávou, a tak překrývá její obsah. Sartori trefně poznamenává o skutečnosti, že veřejné mínění monitorují právě média, je daní demokracie.⁷⁷

Podíl médií na destrukci demokracie

Doposud byla média popisována v ideální představě o jejich funkčnosti, především ve vztahu k příjemci informace, který je považován za dostatečně kompetitivního na to, aby odmítl vysloveně informaci. A z opačného konce byl většinou považován původce jako ten, kdo má zájem na šíření objektivní informace. Je na místě zabývat se nyní vlivem obsahu sdělení a jeho podílu na znehodnocování demokratické procedury.

Dichotomie obsahu

Z hlediska obsahu sdělení se v médiích vyskytuje dichotomie soukromé-veřejné, která však neodpovídá tradičnímu vnímání pojmů v ekonomickém smyslu, nýbrž v informačním. V obsahu rozlišujeme, zda se týká soukromé osoby nebo skupiny osob, případně zda se týká veřejného dění a s ním souvisejících jevů. V posouvání této dichotomie směrem od státu shledává Thompson formování politické kultury mimo dosah vlády.⁷⁸ Média však mnohdy tuto dichotomii nerespektují a sdělení překrývají, čímž se politická kultura posouvá z veřejné sféry do soukromé a to má za následek bulvarizaci obsahu politických sdělení.

V obdobném duchu se nese i dichotomie Postmana, který rozděluje sdělení na zábavní a informačně-vzdělávací, podle toho, zda je nutné rozlišovat fikce a skutečnosti v případě druhém, či nikoli v případě zábavy. Müller tuto dichotomii v kontextu politického systému velmi trefně přenáší na pojmy ekonomická a politická funkce médií.⁷⁹ Politická funkce médií přenáší seriózní obsah, který informuje o podstatných dějích a událostech a vyžaduje kritické myšlení a racionální přístup k percepci informace. Zatímco ekonomická funkce je nositelem

⁷⁷ Sartori: *Teória demokracie*, s. 107.

⁷⁸ Thompson: *Média a modernita*, s. 189.

⁷⁹ Müller: *Politická sociologie*, s. 145-147.

komercializovaného obsahu, který má konzumní charakter a nutně nevyžaduje racionální percepci.

Výše zmíněné charakteristiky dichotomií napovídají, že, ať už je označíme veřejné, nebo politické, stěží si je lze představit jako tržní instrument, na němž by mohlo jednotlivé médium postavit živobytí. Obsah, jenž je naplněn obecným sdělením z veřejné sféry, není poutavý pro konkurenční boj, protože rozdíly ve sděleních od jednotlivých původců jsou pouhými nuancemi, a proto jsou konkurenčně schopné pouze jako část portfolia nabízených informací. Naopak soukromý nebo ekonomický charakter sdělení je typickou komoditou, na níž mnohá média staví veškerou tržní činnost. Osobní rozměr sdělení dává větší možnost variability a téměř neomezené zdroje, čímž tvoří tržní konkurenceschopnost. Ekonomická funkce médií není mentálně náročná na percepci sdělení a koneckonců ani tvorbu sdělení, a tak si každý původce může dovolit kvantitativně rozsáhlou produkci. Efekt konkurenční tvorby ekonomických sdělení orientovaných na soukromou sféru je sebereplikující sdělení, jež snižuje s každým dalším opakováním mentální náročnost a v souvislosti s tím kvalita informace klesá.

Ekonomická funkce médií cílí svá sdělení na patřičné subkultury, což jí zaručuje úspěch při získání pozornosti. Snazší identifikace subkultury má za následek dekultivaci obsahu, protože nepůsobí na heterogenní skupinu, která by se musela se sdělením ztotožnit, ale na specializovanou homogenní, jenž je již s obsahem identifikována, čili neočekává se kvalitativní přesah. Dostupnost jednotlivých mediálních produktů „slouží k tomu, aby obohacovala a zdůrazňovala reflexivní povahu budování sebepojetí, ale současně z toho plyne, že tato reflexivní povaha je stále závislejší na systémech, na nichž má jedinec poměrně malou vládu.“⁸⁰ Jedinec se tak díky své subkulturní orientaci ocitá v sevření tlaku identifikace sebepojetí a závislosti, kterou si tímto vytváří. Thompson zde aplikuje pojem „*paradox reflexivnosti*“,⁸¹ který říká, že jedinec je s rozvojem moderní společnosti stále více nezávislý, avšak touto nezávislostí paradoxně posiluje závislost na materiálních prostředcích a symbolickém obsahu umožňujících mu tvorbu projekce vlastního života. Jak již bylo řečeno, nad tou nemá kontrolu, a tak vzniká asymetrický mocenský vztah, kterému je podřízen.

Fukuyama hovoří o individualismu ve spojení s informační technologií jako o příčině, kromě navázání nových sociálních vztahů, zpochybnění autority a snížení schopnosti přijímat morální závazky, což vede k izolaci.⁸² Co už Fukuyama neuvádí je, že právě nové sociální vztahy, které vznikají díky technologiím, a ona izolovanost jsou právě účinkem identifikace se se subkulturami a neschopnost přijmout autority

⁸⁰ Thompson: *Média a modernita*, s. 172.

⁸¹ *Ibid.*, s. 173.

⁸² Fukuyama: *Velký rozvrat: lidská přirozenost a rekonstrukce společenského řádu*, s. 60.

a morální závazky pramení z paradoxu reflexivity, který formuje závislost na subkultuře a odtržení od pravidel a autorit, které by mohly závislost ohrozit. Jedinec, který je ve skupině, jež odmítá autority a morální závazky, se tak snáze stává subjektem mocenského zájmu, obzvláště minimalizuje-li v počtu subkultur, čímž snižuje variabilitu prostředí, v němž se identifikuje.

S příchodem vizuálně bohatých informačních kanálů se přetváří kompletně vnější pohled na politiku a její fungování. Vizuální zkonkrétnění daného politického subjektu odvádí příjemce sdělení z veřejné sféry do soukromé a díky nedialogickému charakteru interakce otvírá prostor tomu, co Thompson označuje „*prostor pro zviditelnění*“.⁸³ Jedinci usilující o participaci na moci tak musí projít procesem mediované publicity, jenž ovšem není místně zakotvena, čili do popředí se dostávají ti, kteří si dokážou vytvořit universální image. Demonstrativně lze částečně vtáhnout vybraného příjemce do diskuse a dát tím interakci hybridní charakter, nicméně nikdy se nemohu diskuse účastnit všichni, neboť to není technicky možné. Potom vybraní jedinci připuštění do diskuse jsou testery, zda politikova image ob stojí, nebo naopak jsou podporou vlastní image.

V souvislosti s mediovanou publicitou nalézá Thompson nový druh demagogie, a sice možnost dostat se k moci pro skandály zdánlivě nedotčenou osobu, jejíž důvěryhodnost vyvěrá z nespokojenosti a nedůvěry s vládnoucí skupinou.⁸⁴ Demagogie spočívá v tom, že si takový jednotlivec mediálně předvytváří svou pověst čistoty a pouze na základě toho přesvědčuje voliče, že právě on je hoden vlády. Přitom taková pověst se zakládá pouze na konfrontaci s jinými, ale nevyplyvají z ní žádné kvalitativní indicie, čili jedná se o druh image.

Sebenaplnující se proroctví

Politická funkce médií, která zprostředkovává veřejné dění, je plně odkázána na universální obsah, jenž není konkurenceschopný, protože nemůže být subjektivně přikrášlen vizuálními efekty. Přesto existuje způsob, jak mohou média vytvořit konkurenci při tvorbě politických sdělení, a sice tvorbou pseudoudálostí. Původci mohou připravit sdělení tak, že působí zcela autentickým dojmem, přičemž intenzita události je nadsazená skutečnosti.⁸⁵ Je-li takové sdělení přijato širokou veřejností, pak je pravděpodobné, že událost nastane v důsledku opatření, která se začala aplikovat

⁸³ *Ibid.*, s. 196.

⁸⁴ Thompson: *Média a modernita*, s. 121.

⁸⁵ Média zprostředkovávají divácky vděčné události, které mají zpravidla charakter, jenž vzbuzuje obavy z možného dopadu přímo na příjemce. Zprávy, které bychom mohli označit jednotně titulkem „každodenní hrozby“, vyvolávají největší pozornost, aniž by se nutně musely zakládat na reálné hrozbě. Veřejné hrozby typu pandemií, terorismu, extremismu a podobně se hojně těší pozornosti publicistů, a proto hbitostí zájmu novináři mnohdy převyšují i počty demonstrantů, jenž mají být hrozbou.

po zveřejnění pseudoudálosti. Událost tak dostává rozměr sebenaplňujícího se proroctví, což je mocenská příležitost k ovlivnění události ze strany původce.

Thompson v této souvislosti uvádí, že média hrají klíčovou roli v ovládání toku událostí, protože produkcí zpráv ovládají toky jevů a informací.⁸⁶ Role médií spočívá v tom, že mohou jednotlivé události upozadit, což ovšem bere jejich konkurenční potenciál pro případ, že je ostatní zveřejní. Naopak mohou média vyzdvihnout událost na důležitosti a i zcela bezvýznamným dějům dát společenský rozměr. To připravuje zázemí právě tvorbě sebenaplňujících se reflexí a nezáleží na tom, zda je původce sdělení vláda, nebo podnikatelský subjekt.

Na mezinárodní úrovni však existují četné komunikační kanály, jež nemohou mít jednotlivé národní vlády plně pod kontrolou. V důsledku toho se mohou mocenské vztahy rychle, dramaticky a nepředvídatelně změnit.⁸⁷ Na druhé straně pokud má národní vláda informační kanály v zemi plně pod kontrolou a nepřipustí přístup dalších, drží i částečnou kontrolu nad událostmi. Opačným extrémem k neřízeným událostem je médium plně držené národní vládou a s mezinárodním přesahem, protože pak získává podporu z vnější a může téměř plně řídit tok událostí.

Globální dopad médií

Thompson upozorňuje, že díky vysoké dostupnosti mediovaných materiálů, které jsou chápány jako reflektované uspořádané symbolické projekce sebe sama, což bychom také mohli nazvat sebepojetím, je příjemce částečně ponechán v kontextu jeho vlastního života a částečně je mu umožněno vyvázání z tohoto kontextu a dokonce možnost překročení sebepojetí.⁸⁸ Příjemce se tak může vymanit z prostoru vlastního života a posunout tuto hranici na globální úroveň. Taková extenze nabízí na základě vyvázání z vlastního kontextu zaujetí postoje k událostem místně velmi vzdáleným. Události jsou však vnímány optikou místního kontextu, a tedy je jim prisuzována váha odpovědnosti rozšířená o dekontextualizovaného příjemce.

Díl zodpovědnosti, který je obsažen ve sdělení, je zesílen vizuálními podněty, a tak působí na emocionální složku recepce, čímž se společensky etabluje a je vyžaduje učinit nápravu. Pocit odpovědnosti za zprostředkovanou globální událost působí tlak nejen na vládu, kde událost vznikla, ale i na vládu domácí, kde vznikl pocit globální odpovědnosti. V případě, že jsou z takové události vyvozeny důsledky na mezinárodní úrovni, dává takový zásah dva nebezpečné důsledky. První je odkaz do budoucna, kdy bude opět precedентně požadován odpovídající akt s odkazem na globální odpovědnost, aniž by adekvátní odpovědnost skutečně existovala. Samo sdělení o kontextově vzdálené události už v sobě mnohdy nese poselství vyžadující

⁸⁶ *Ibid.*, s. 97.

⁸⁷ Takovou situaci lze ilustrovat na pádu „železné opony“, kdy západní média informovala celý svět o rozpadu východního bloku, zatímco vládnoucí garnitury již byly bezmocné tomu informačně čelit.

⁸⁸ *Ibid.*, s. 186-187.

pozornost a podněcující pocit odpovědnosti. Vzniká spirála závislosti na jednání druhých, která ovšem není reciproční.⁸⁹ Druhý důsledek je zásah do suverenity. Takový zásah nemusí být nutně vynucen mandátem demokratické procedury, ale může být důsledkem pocitu globální odpovědnosti pokřiveného veřejného mínění. Potom je kolektivním jednáním skupiny, u níž se odpovědnost etablovala, veřejnosti násilně diktováno účelové jednání podpořené pouze iracionálním pocitem. Ze strany účastníka události je situace analogická a vnější zásah může narušit mandát vzešlý z demokratické procedury, protože zásahy mohou překračovat kontext události, přičemž kontext ze strany zasahujícího se může jevit jako adekvátní. Rozpor v kontextech původu a příjmu sdělení nemusí být příjemci patrný, proto se zásah může stát neoprávněným.

Na pocit globální odpovědnosti způsobený funkcí globálních médií navazuje další nebezpečný patologický jev – resentment. Resentiment je psychologický stav, který způsobuje pocit viny za vyšší blahobyť jedné společnosti nad druhou. V duchu resentimentu se pak dané skupiny snaží o přerozdělení na vyrovnání tohoto rozdílu. Podle Thompsona jsou informace často šířeny na globální úrovni, ale přijímány jsou ve zcela konkrétních časoprostorových souřadnicích.⁹⁰ To znamená, že příjemce vnímá sdělení v kontextu lokalizovaných jevů a v konkrétním společensko-historickém kontextu, jenž přesahuje znalost příjemce o kontextu původu. Média napomáhají umocňovat pocit, že lze srovnávat rozdíly vzdálené kontextem a přenášejí jej do povědomí společnosti a tím podněcují nucený altruismus, který však nemá lokální kulturní kořeny. Resentiment je tak indoktrinován, aniž by pramenil z demokratické procedury.

Tím, že jsou sdělení vytržena z kontextu, ve kterém se události staly, jsou umístěny do kontextů nových, jsou značně zkresleny a relevance takové informace klesá se vzdáleností, jakou jsou kontexty odděleny. Takto působí média přímo na ideál demokracie, protože odtržení kontextů vytváří vědomí globální politiky, v níž je rozhodování zkresleno místním odtržením a na úrovni demokratické procedury států stojí tento efekt mimo zorné pole rozhodování občanů.

Budoucí vývoj

Lévyho postoje ke kyberprostoru a jeho hodnocení jsou charakteru očekávání budoucího vývoje, ve kterém u jisté technologie předpovídá nástup společensky pozitivních jevů. To, že je kyberprostor místem demokratičtějším, než může být jakákoli reálná společnost, netvrdí pro současnost (svůj koncept publikuje roku 1997), ale předpokládá jako nevyhnutelný vývoj, který postupně zdvojnásobí a následně

⁸⁹ Na závislost v reakci na globální odpovědnost jsou především citlivé malé země vůči mocnostem, chudé vůči bohatým, ostatní svět vůči západu. Subjekty vybízející k odpovědnosti neposkytují záruky a koneckonců se od nich ani nečeká, že by recipročně v obdobné situaci v opačném postavení na sebe vzali stejnou odpovědnost.

⁹⁰ Thompson: *Média a modernita*, s. 142.

plně nahradí instituce.⁹¹ A samotný fakt, že svůj koncept vytváří pro Radu EU, svědčí o tom, že jej pokládá za nevyhnutelný a snaží se jej prosadit jako politickou vizi.

K takovým vizím má trefný komentář Hoppe: „Je absurdní předpokládat, že v současnosti můžeme predikovat, co budeme znát v budoucnu a jak se bude dnešní úroveň poznání lišit od té budoucí.“⁹² Hoppe sice v této citaci nemluví přímo o predikci jevů spojených s technologií, nicméně týká se mentálního pochodu, který nazývá kauzální predikce, a jenž je obecně platný. V kontextu této práce je pojem kauzální predikce příznačný pro fascinaci technologickým pokrokem, především výpočetní techniky, a často svádí k představě možnosti predikovat vývoj a samu technologii do těchto predikcí promítat. Přesně v tomto duchu dělá predikce Lévy a může se stát, že takové predikce budou liché, neboť dynamika rozvoje technologií nemá lineární spojitý průběh v čase. Z toho důvodu je příprava na systémové změny podle predikcí plýtváním zdrojů, jelikož se technologický vývoj může ubírat úplně jiným směrem. Navíc se omyl v predikcích nemusí stát pouze nákladnou záležitostí, ale může mít dalekosáhlejší společenské přesahy. Sartori ve vědeckém optimismu spatřuje jistou hrozbu, neboť lidé začínají věřit technickému pokroku jakožto hybateli lidstva a ztotožňují s ním pokrok etický a z toho vyvozují očekávání budoucnosti neomezených možností, tedy že se zdokonalením vědy se zdokonalí lidstvo.⁹³

*

Řád, v němž působí média, se formuje spontánně na základě konkurenčních vztahů mezi příjemci i mezi původci sdělení. V tomto ohledu se formuje i obsah, který řídí původce sdělení, a jemuž má možnost vtisknout obecné sdělení politicky-informačního charakteru, které ovšem může mít konkurenční vlastnosti pouze, vytváří-li původce pseudoudálosti a sebenaplňující se proroctví. Nebo může vytvářet konkurence schopný obsah zábavního charakteru, který je ovšem samoúčelný a z hlediska percepce nevyžaduje kritické myšlení, pouze identifikaci se subkulturou.

Média jsou nositeli kulturní tradice a integrity, která je nezbytná pro funkčnost liberální demokracie. Avšak prospěšná je pouze autentická tradice, která zprostředkovává historicky věrné zvyklosti. Naproti tomu existuje umělá tradice, která je komerčně vděčná pro příjemce, ta je však artefaktem moci a pro demokratický systém je disfunkční.

Podstatou liberální demokracie je reflexe veřejného mínění, nicméně výzkum mínění je plně v rukou médií. Ta mají moc mínění deformovat a tvarovat podle mocenských zájmů a tím ovlivnit legitimizaci rozhodnutí vlády. Demokratické

⁹¹ Lévy: *Kyberkultura*, s. 170.

⁹² H. H. Hoppe: *Demokracie, anarchie a omyly ekonomie*, s. 25.

⁹³ Sartori: *Teória demokracie*, s. 65.

procedury jsou náchylné k resentimentům a globální odpovědnosti, jejichž nositeli a do jisté míry i tvůrci jsou média.

Bibliography

FUKUYAMA, Francis: *Velký rozvrat: lidská přirozenost a rekonstrukce společenského řádu*. 1. vyd. Praha: Academia 2006. ISBN 80-200-1438-1

Le GOFF, Jacques: *Paměť a dějiny*. 1. vyd. Praha: Argo 2007. ISBN 978-80-7203-862-6

HAYEK, Friedrich August von: *Právo, zákonodárství a svoboda: nový výklad liberálních principů spravedlnosti a politické ekonomie*. 2. vyd. Praha: Academia 1994. ISBN 80-200-0278-2

HOPPE, Hans-Hermann: *Demokracie, anarchie a omyly ekonomie*. 1. vyd. Praha: Liberální institut 2009. ISBN 978-80-863-8956-1

JIRÁK, KÖPPLOVÁ: *Média a společnost: stručný úvod do studia médií*. 1. vyd. Praha: Portál 2003. ISBN 80-7178-697-7

KAPLAN, Morton A.: *System and Process in International politics*. New York: J. Wiley, 1957

LÉVY, Pierre: *Kyberkultura*. 1. vyd.: Nakladatelství Karolinum 2000. ISBN 80-246-0109-5

MÜLLER, Karel B.: *Politická sociologie: politika a identita v proměnách modernity*. 1.vyd. Praha: Portál 2008. ISBN 978-80-7376-380-2

SARTORI, Giovanni: *Teória demokracie*. Bratislava: Archa, 1993. ISBN 80-7115-049-5

THOMPSON, John B.: *Média a modernita*. 1.vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum 2004. ISBN 80-246-0652-6

E-LOGOS

ELECTRONIC JOURNAL FOR PHILOSOPHY

Ročník/Year: 2011 (vychází průběžně/ published continuously)

Místo vydání/Place of edition: Praha

ISSN 1211-0442

Vydává/Publisher:

Vysoká škola ekonomická v Praze / University of Economics, Prague

nám. W. Churchilla 4

Czech Republic

130 67 Praha 3

IČ: 61384399

Web: <http://e-logos.vse.cz>

Redakce a technické informace/Editorial staff and technical information:

Miroslav Vacura

vacuram@vse.cz

Redakční rada/Board of editors:

Ladislav Benyovszky (FHS UK Praha, Czech Republic)

Ivan Blecha (FF UP Olomouc, Czech Republic)

Martin Hemelík (VŠP Jihlava, Czech Republic)

Angelo Marocco (Pontifical Athenaeum Regina Apostolorum, Rome, Italy)

Jozef Kelemen (FPF SU Opava, Czech Republic)

Daniel Kroupa (ZU Plzeň, Czech Republic)

Vladimír Kvasnička (FIIT STU Bratislava, Slovak Republic)

Jaroslav Novotný (FHS UK Praha, Czech Republic)

Jakub Novotný (VŠP Jihlava, Czech Republic)

Ján Pavlík (editor-in-chief) (VŠE Praha, Czech Republic)

Karel Pstružina (VŠE Praha, Czech Republic)

Miroslav Vacura (executive editor) (VŠE Praha, Czech Republic)