

lidství. V jeho výkladu je slabost naděje dána právě tím, že jednání je v krizi, že nelze určit dostatečně mocného činitele, který by slova proměnil v činy – tedy překročil hranici mezi zárukou vykonání správných věcí (typické pro politické reprezentace) a reálnou mocí je vykonat. Naděje je pak vkládána do alternativ nových činitelů. Například: dokáže internet to, co jsme nedosáhli změnou vládní strany? Zajistí lepší nástroje dohledu to, nač nestačila léta kázání a formulování etických kodexů (s. 141)? Víra v tyto naděje podle Baumana udržuje naše duševní zdraví v pořádku. Z Bauman je však přesvědčen, že bude trvat ještě velmi dlouho, než pro naše naděje nalezneme bezpečné kotviště.

Mnohé z rozhovorů obou autorů končí velmi otevřeně a některé z položených otázek nejsou zcela uspokojivě zodpovězeny. Autoři nicméně nabízejí zajímavou analýzu současného digitalizovaného dohledu ve světle sociálních, politických, etických a morálních souvislostí. Analýza se opírá o hluboké znalosti evropské historie, z níž vycházejí a kterou ukazují nejen jako bod na časové ose vývoje dohledu, ale také jako zdroj zkušenosti a ponaučení pro vhodné rámcování budoucího vývoje v této oblasti. Dle Z. Baumana je nutno si uvědomovat vlastní zodpovědnost, kterou neseme za sebe samé, za druhé lidi, a to i v budoucím světě, v němž už nebudeme fyzicky schopní zodpovědnost nést. Současné jednání a myšlenky, které mohou ovlivnit druhé lidi, utvářejí tuto naši zodpovědnost a jsou důvodem pro to, abychom jednali tak, jako bychom nadále byli schopni přijímat odpovědnost za tyto slova a činy.

Kniha *Tekutý dohled* si díky příjemné formě knižního rozhovoru Zygmunta Baumana a David Lyona pozvolna získává Vaši plnou pozornost, která se prohlubuje s každým dalším tématem rozhovoru. Myšlenky na konsekvence předložených diskusí si však udrží váš zájem i nadále po jejím přečtení, zejména při rozjímání například nad tím, proč jste si vlastně zřizovali svůj profil

na Facebooku, Twitteru, Linked in nebo zda je bezkontaktní kreditní karta ve vaší peněženice vlastně tak výhodná anebo zda částka, kterou ušetříte při nákupu na „Tesco club card“ odpovídá množství informací, které za ni o sobě takto prodáváte.

Miloslav Kučera

Niklas Luhmann: *Realita masmédií*

Praha, Academia 2014, 144 s.

Realitu masmédií sepsal Niklas Luhmann v době, kdy již téměř dokončil výzkumy hlavních sociálních systémů (věda, ekonomika, právo, umění atd.) a připravoval k vydání i svůj „druhý magnum opus“ (po epistemologické studii *Sociální systémy*), který nese v překladu německého originálu název *Společnost společnosti* či v překladu anglického názvu *Teorie společnosti*. Kniha tak přichází v pozdním období, kdy se Luhmann opírá o precizní konceptuální a teoretickou výbavu a využívá ji na drobnější, ale o to výraznější jevy (v polovině devadesátých let) – protestní sociální hnutí, ekologie a právě masmédiá.

V recenzi bude hodnocení vyplývat ze skutečnosti, že kniha se zařazuje do veliké a rozmanité oblasti teorie médií a výzkumu masové komunikace. Recenze by tak měla zhodnotit dílo prostřednictvím odpovědí na otázky: Čím je výzkum masmédií ze sociologické perspektivy charakteristický? A jak může tato dvacet let stará studie posloužit pro porozumění současnému vývoji masmédií? Tato kritéria, jak se domnívám, rozhodují o hodnotě díla, které bylo v tomto roce v překladu nabídnuto širší české sociologické obci.

Závažným nedostatkem je vzhledem k obtížnosti textu absence předmluvy či doslovu pro české vydání, neboť není možné říci, že by měla monografie jen na základě svého, na první pohled nadějně vyhlížejícího, rozsahu o 140 stranách a k tomu strukturovaná do šestnácti kapitol sloužit

jako první seznámení s Luhmannem. Proto doporučuji uznávané úvody do Luhmannovy sociologie od Hanse-Georga Moellera (např. *Luhmann Explained. From Souls to Systems*. Chicago: Open Court 2006), který věnuje právě výkladu *Reality masmédií* velkou pozornost, neboť se domnívá, že právě tato a další studie, směřující ke zmíněným aktuálnějším a výraznějším společenským jevům, nejlépe zobrazují přednosti Luhmannova způsobu pozorování společnosti.

V tomto případě je tedy předmětem výzkumu masmédiu, definované jako vydiferencovaný funkcionální sociální systém, který užívá diseminační média (technologie a techniky rozšiřování) a jeho komunikační události jsou charakteristické omezením přímé interakce mezi odesílatelem a příjemcem. Vedle této jednoduché definice charakterizují dílo základní témata a konceptualizační rozhodnutí: informace jako produkt masmédií i forma jejich reprodukce; tři hlavní oddíly masmédiu jako zpravodajství, reklama a zábava; konstrukce reality a individuality; veřejnost jako reflexivní médium masmédií; funkce masmédií v iritaci společnosti, schematizaci individuality a sdílení přítomnosti. Jak je zřejmé, tato témata nejsou nijak překvapivá a velmi dobře vystihují z větší vzdálenosti celkový povrch masmédiu společnosti. Nyní se jim budu postupně věnovat.

Luhmann rozeznává elementární prvek masmédiu v informaci. Masmédiu produkuje informace a tyto produkty zároveň reprodukuje masmédiu, ale takovým způsobem, že neinformují o masmédiu. Informace je produkt práce, a proto není pro masmédiu „novinkou“, ale vzniká v procesu selektivních operací, které jsou řízené podle kódu informace/neinformace. Pozitivní hodnota kódu slouží k navázání činnosti systému a negativní slouží jako reflexivní hodnota, která dovoluje pozorovat své prostředí (podobně jako nákup/nenákup ve vztahu ke zboží). Masmédiu tak rozlišuje, co patří do masmédiu a co do jeho prostředí (psychické systémy redaktorů

i čtenářů, jiný sociální systém), zároveň musí umět rozlišovat, co bude veřejnou informací. Tyto rozdíly jsou přirozeně překračovány, třeba jako kreativní záměr, ale kritériem je vždy znalost rozdílu. Vývoj masmédiu je spojený s rostoucí schopností v navazování na dříve učiněné rozdíly. Rozlišení masmédiu/prostředí a informace/neinformace jsou tak hlavní selektivní události ve vlastních procesech masmédiu.

Důsledkem je svázanost s časem, protože informace se stávají, jakmile jsou i úspěšně zveřejněny, okamžitě neinformací. Avšak s tím souvisí nejen požadavek neustálé produkce, ale i příležitosti – veřejné neinformace dovolují nové rozdíly a nové možnosti, případně i opakování neinformace může být informací (informace není věc, proto je toto možné říci). To vše směřuje k Luhmannem obecně rozpoznávanému jevu ve společnosti, který je u masmédiu obzvláště zřetelný: zvyšování pravděpodobnosti nepravděpodobného a očekávatelnosti neočekávatelného. Masmédiu ženou kupředu a proměňují se, aby se zachovala, a navazují na své úspěšné produkty, které jsou již neinformacemi a základem veřejného, na němž se pak rozhoduje o zveřejnitelnosti nového/jiného. Moderní společnost je proto dynamizována nejen skrze „fresh money“, ale i „fresh information“ (s. 32). Masmédiu tak „udržují společnost v bdělém stavu“ (s. 34) a zároveň plní funkci paměti společnosti, neboť paměť není pro Luhmanna abstraktní úložiště, ale naopak schopnost zapomenout na vše, co nebylo vybráno. Masmédiu společnosti má vysokou kapacitu paměti, dovede proto velmi rychle zapomínat a díky tomu zdůraznit aktuální informace. Funkce masmédiu nakonec spočívá v iritaci společnosti, „a nikoli v nárůstu poznání, ani v socializaci nebo ve výchově, která vede ke konformitě norem“ (s. 115). Zde se Luhmann explicitně vymezuje proti dřívějšímu zařazení masmédiu Jeffrey C. Alexandrem pod integrativní funkci společnosti (Pp. 323–366 in *Differentiation Theory and So-*

cial Change: Comparative and Historical Perspectives. New York: Columbia University Press 1990).

Největším přínosem v rozpoznání základeny masmédií v informační (re)produkci je, že všechny tři programové oblasti operují prostřednictvím kódu informace/neinformace. U prvního programu, kterým je zpravodajství, toto není jinak překvapivé a Luhmann zde nenabízí mnoho zajímavých postřehů. Upozorňuje na vazbu s morálním kódováním dobré/špatné, konstrukt zodpovědného aktéra a nabízí katalog obecných selektorů pro výběr zpráv (skandál, deviance, katastrofa atd.). Avšak nejzajímavější jsou jeho postřehy o dalších dvou programech – zábava a reklama. Analýzu reklamy Luhmann otevírá pro něj příznačně ironickým přirovnáním k teologickému konceptu. Zde konkrétně mluví o „smrtném hříchu“ masmédií, který na sebe reklama bere, ale neboť všichni vědí, že klame, a ona to ani neskrývá, je jí vše odpuštěno. Reklama konstruuje také motivační situaci, která „je pro individua příznivá i přes uniformitu, neboť se prezentuje pánům svých vlastních rozhodnutí jako služebník pouze svých vlastních zájmů“ (s. 89). Zvláště kapitola o reklamě připomíná Simmelovy eseje a Luhmann zde prokazuje opět svůj cit pro paradox.

Třetím programem informačního kódování je zábava, kterou Luhmann ve zkratce rozumí jako „odbourávání samo-vytvořené nejistoty“ (s. 80). Dnes je při pohledu na masovou zábavu obzvlášť zřetelné, jak výrazně informace formuje zábavu (a to nejen vlivem informačních technologií a počítačem generované grafiky ve filmové produkci). Zde je možné konkrétně poukázat na jev, kterým je „spoiler“, což je anglické označení pro informaci, která jakkoliv „kazí zábavu“ (např. rozuzlení zápletky). Program zábavy, který je součástí masmédií, se zřetelně odlišuje od sociálního systému umění právě ve vztahu k informacím. Sdělení „Hamlet na konci země“ zásadně neohrožuje prožitek z uměleckého díla, za-

tímco masmediální zábava je podobnou informací ohrožena, nejzřetelněji pak v detektivním žánru. Dále například Luhmann nabízí i vysvětlení směřování současné televizní seriálové tvorby, která záměrně vytváří pro dramatizaci vysoce nepravděpodobné až absurdní události. Producent ale nemusí být schopen dílo uzavřít finální informací. Proto se zdá být v masové zábavě efektivnější produkovat otevření díla s pouhým příslibem uspokojivého konce. Luhmann dále zkoumá zábavu, jako všechny programy, také ve vztahu k jedincům. Zábava dovoluje jedinci „manévr“ (nabízí se říci „kliknutí“), který „umožňuje sebe-přemisťování v zobrazeném světě“ (s. 79). Především v oblasti zábavy produkčně informační základna snadno vysvětluje hlavní tendence evoluce masmédií a Luhmannovy teoretické postřehy neohrožuje.

Napříč tomu, jaké představy panují o Luhmannově metodologickém antihumanismu, věnuje ve své studii velký prostor individualizaci a interpenetraci masmédií s psychickými systémy. Zde je proto možné rozlišovat mezi na jedné straně *produkcí informací*, která je univerzálním kódem a podmínkou vyplývající z technologických prostředků, které má masmédiu k dispozici, a na druhé straně *konstrukcí individuality a reality*. Masmédiu je svázané v kybernetickém kruhu s jinými sociálními systémy, zprostředkovává jim sdílenou přítomnost a na jedinečném přístupu k veřejnosti se zakládá vztah s ekonomikou, politikou, uměním, aj. Avšak zároveň dochází ke strukturálnímu propojení mezi sociálními a psychickými systémy, což Luhmann konkrétně vysvětluje jako individualizaci a zprostředkování kognitivních schémat. Schéma není model správného chování a dobrých názorů, ale určení smyslu věcí a možností jejich užívání. K primární schematizaci dochází po narození, avšak „sekundární schematizace“ (s. 132) je spojena s raně moderní reinvencí divadla (dovoluje a učí pozorovat pozorování) a rozvojem románu a jeho konstruktem jednajícího pro-

tagonisty. Masmédia tak ve své iritační funkci směřují k tomu, že v sebe-realizační misi je „[j]edincům vsugerována myšlenka, že musejí být ještě skutečnější (nebo neskuteční?), než jsou nyní, ačkoli skutečně žijí bez pochybností již podle toho, jak byli zplozeni“ (s. 134).

Luhmann rozlišuje „realitu konstrukce“ a „konstrukci reality“, přičemž samotný název studie je možné chápat v těchto dvou významech: masmédia jsou reálná a realitu utvářející. Realita konstrukce označuje zmíněnou „produkcí informací“, bere vážně pracovní operace masmédia a jejich nevyhnutelný vztah s tím, jakou realitu společnosti zprostředkovávají. Konstrukce reality je pak spojená s morálkou: „Když je nějaké téma moralizováno, získáváme dojem, že téma je zásadní, protože reálná realita je jiná.“ (s. 97) Zobrazená realita apeluje na změnu. I podezření z manipulace, otevřené jako morální téma, je pak vlastní „mechanismus sebeobvinění“ (s. 110). Masmédium zprostředkovává sice sdílené vědění: „To, co víme [...], se dozvídáme z velké části prostřednictvím masmédií“ (s. 10), ale neustanovuje konsensuální realitu: „Každý detail může být zpochybněn a každý jednotlivec může najít příležitost k tomu, aby se vložil do komunikace se zvláštním názorem.“ (s. 108) Na neexistenci konsensuální reality reagují úspěšně „různorodé fundamentalismy“ (s. 111), což je dnes možné doplnit o konspirační myšlení, které naopak reaguje na představu o konsensuální a nezpochybněné realitě.

Velmi zajímavě Luhmann konceptualizuje veřejnost. Ta je masmédií reprezentovaná, není jejich konstruktem, neboť není nikdy zcela předvídatelná, což přináší problémy, ale i příležitosti. Luhmann připomíná především politické komunikace 17. a 18. století (např. veřejný dopis), kdy právě knihtisk dovolil vtáhnout veřejnost do hry vůči uznávané veřejné osobě – monarchovi. Veřejnost není v tomto významu prostor nebo abstraktní suma lidí, není to

zobecněný názor. Je to symbolicky zobecněné a reflexivní médium, tedy prostředek dosažení i potvrzení úspěchu. Zde se nabízí přirovnání ke conceptualizaci národa od Benedicta Andersona (*Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso 1991), který vysvětluje počátky imaginace národních společenství s rozvojem novin a tiskařského podnikání. Luhmannovo rozpětí mezi konstrukcí individuality (imitace/autenticita) a reprezentací publicity (transparence/intransparence) nabízí zajímavá východiska pro výzkum efektů masmédia společnosti – zde například průnik s tématem identity a národa, či role diseminačního média internetu na reprezentaci veřejného a problém s určením soukromého vlastnictví či soukromí.

Jak jsem se pokusil zdůraznit, kniha je podnětná a působí velmi živě. Nabízí se její rozšíření o příklady z oblasti informačních technologií, sociálních sítí nebo tzv. „nových médií“, které s pomocí Luhmannovy studie nebude problém popsat a vysvětlit. Kniha také ukazuje esenci systémové sociologie, kterou je snaha o vystížení elementárního, ale zároveň natolik komplexním jazykem, aby byla možná komparace s jinými sociálními systémy, a tedy pohled, který „přes všechny rozdíly dbá na porovnatelnost“ (s. 34). Důsledkem je, že Luhmannova sociologie masmédií není zaslepena jejich jedinečností, což je také zřejmě příčinou, proč kniha není zatížena anachronismy a odpovídá i současné realitě masmédií. Nakonec největší obtíže spočívají v neexistenci předmluvy a v nekonzistenci českého překladu s překladem *Sociálních systémů* (Brno: CDK 2006), což jen ztěžuje porozumění již tak složitému jazyku systémové teorie. Proto je i přes všechna zmíněná pozitiva možné klást si otázku, zda v této ediční úpravě text příliš nezkouší trpělivost čtenářů, kteří se s Luhmannem ještě nesetkali.

Jiří Bureš