

Po převážnou část dějin lidstva probíhala většina sociální interakce, již se lidé účastnili, tak, že se setkávali tvář v tvář. Při setkáních si vyměňovali symbolická sdělení nebo se věnovali jiným činnostem, avšak fyzicky byli přítomni vždy přítomni na stejném místě. Tradice byly především orální povahy a jejich přežívání záviselo na jejich neustálém předávání tak, že byly vyprávěny či tlumočny způsoby, které s vyprávěním souvisejí – a to v kontextu vzájemného osobního působení tvář v tvář. Následkem toho měly tradice, pokud jde o jejich obsah, vždy tak trochu otevřený charakter. Proces předávání byl ve skutečnosti výsledkem tvořivosti, při níž jednotliví vypravěči opakovali, jak nejlépe dovedli, promluvy a jednání, které měly vryté do paměti nebo zažité v chování – v zásadě stejně jako středověký populární minesengr pokaždé znovu dotvářel příběh, kdykoliv ho vyprávěl. A protože byl přenos tradic závislý na osobním setkávání (interakci tvář v tvář) a na fyzickém pohybu lidí z jednoho místa na druhé, bylo navíc šíření tradic geograficky značně omezené.

Jak ovlivnil rozvoj komunikačních médií tradiční vzorec sociální interakce? Jak máme chápat společenský dopad stále silícího šíření mediálních produktů, které probíhá už od druhé poloviny patnáctého století?

Abychom mohli na tyto otázky odpovědět, musíme si uvědomit, že rozvoj nových prostředků komunikace nespočívá jednoduše pouze a výhradně v ustavení nových sítí pro přenos informací mezi jednotlivci, jejichž základní sociální vztahy by mohly zůstat jinak nedotčené. Spíše platí, že rozvoj komunikačních médií vytváří nové formy jednání a interakce a nové druhy sociálních vazeb, jež se už ve své podstatě liší od těch, které vznikaly při interakci tvář v tvář, převažující v komunikaci po většinu předchozích dějin lidstva. Tato změna s sebou přinesla také složitou proměnu uspořádání mezilidské interakce v čase a prostoru. S rozvojem komunikačních médií přestala být sociální interakce závislá na fyzickém sdílení společného prostoru, takže jednotlivci mohou navzájem komunikovat, aniž by přitom byli ve stejný čas na stejném místě. Užívání komunikačních médií tak umožnilo, aby vznikly zcela nové formy vzájemného spojení mezi lidmi. Ty mají větší dosah v prostoru (a možná také v čase) a vyznačují se řadou rysů, jež je odlišují od interakce tvář v tvář. Používání komunikačních médií také dovolilo vznik nových projevů „jednání na dálku“, tedy jednání, které jednotlivci umožňuje jednat za jiné, kteří jsou rozptýleni v prostoru a čase, stejně jako mu umožňuje reagovat na činy a události, k nimž došlo na vzdálených místech.

V této kapitole se pokusím vymezit výkladový rámec pro rozbor těch forem jednání a interakce, na jejichž vzniku mají svůj podíl právě média. Začnu rozlišením tří typů interakce a výkladem jejich hlavních charakteristických rysů. Pak se zaměřím na komunikační situaci vytvořenou „masovými médii“ a na příkladu televize podrobněji proberu hlavní rysy této komunikační situace. V posledních dvou částech kapitoly se budu zabývat některými formami „jednání na dálku“, podmíněnými právě užíváním komunikačních médií.

Tři typy interakce

Abychom mohli zkoumat ty druhy interakce, které vznikly používáním masových médií, bude užitečné rozlišovat tři jejich formy nebo typy, které budu nazývat „interakce tváří v tvář“, „zprostředkovaná interakce“ a „zprostředkovaná kvaziinterakce“. Interakce tváří v tvář se děje v *kontextu společné přítomnosti* – účastníci interakce jsou bezprostředně jeden druhému k dispozici, sdílejí společný časoprostor a k němu se vztahují. Mohou proto používat ukazovací výrazy („tady“, „ted“, „tohle“, „tamto“ atd.) a předpokládat přítom, že jim ostatní porozumí. Nastanou-li nějaké nejasnosti ohledně toho, co vlastně mluvčí ukazovacím výrazem označuje, může mluvčí nejednoznačnost odstranit tím, že na příslušný předmět fyzicky ukáže. Interakce tváří v tvář je také svou povahou *dialogická*, a to v tom smyslu, že obecně vzato představuje dvousměrný informační a komunikační tok. Příjemci tady mohou (přinejmenším teoreticky) reagovat na podavatele a podavatelé jsou zároveň příjemci reakcí na svá vlastní sdělení. Dalším charakteristickým rysem interakce tváří v tvář je to, že účastníci zpravidla používají *větš počet symbolických kódů* k tomu, aby mohli svá sdělení předat a interpretovat další, která jim poskytli jiní. Slova mohou doplňovat úšklebky a gesty, zamračením a úsměvy, změnami v intonaci a tak podobně. Účastníci této formy interakce neustále a rutinně stovňávají prvky z rozmanitých symbolických kódů používaných mluvčími a snaží se omezit nejednoznačnost nabízených sdělení a co nejpřesněji jim porozumět. V případě, že účastníci objeví nějaké nesrovnalosti, tedy signály, které do sebe navzájem nezapadají, může se taková situace stát zdrojem problémů, jež mohou v důsledku ohrozit další průběh interakce a vnést do ní pochybnosti o upřímnosti mluvčího.

Do protikladu k interakci tváří v tvář je možné postavit „zprostředkovanou interakci“. Pod toto označení zahrnuji takové formy interakce, jako je psaní dopisu, telefonický hovor a tak podobně. Zprostředkovaná, mediovaná interakce vyžaduje použití nějakého technického média (papíru, elektrických kabelů, elektromagnetických vln atd.), které dokáže zajistit přenos informací nebo symbolických obsahů k jedincům vzdáleným v prostoru, čase nebo v obou rozměrech. Právě skutečnost, že zprostředkovaná interakce je rozložena v čase a prostoru, způsobuje, že tento typ interakce se v řadě ohledů odlišuje od interakce tváří v tvář. Především jsou účastníci zprostředkované interakce na rozdíl od účastníků interakce tváří v tvář zpravidla vzdáleni prostorově nebo časově, popřípadě prostorově i časově. Účastníci nesdílejí stejný časoprostorový rámec, k němuž by mohli odkazovat, a nemohou tedy předpokládat, že by ostatní mohli porozumět ukazovacím výrazům, které použijí. Proto musí neustále zvažovat, kolik informací o kontextu je potřeba do komunikace vložit – například tím, že do záhlaví dopisu umístí místo a datum nebo že se na začátku telefonického hovoru představí.

Zprostředkovaná interakce také představuje určité omezení rejstříku symbolických prvků, které jsou účastníkům k dispozici. Komunikace písmem například připravuje své účastníky o řadu podnětů spojených se sdílenou přítomností (gesta, výrazy obličeje, intonaci atd.), a naopak staví do popředí jiné symbolické znaky (spojené se psaním). Podobně komunikace pomocí telefonního přístroje připravuje účastníky o možnost využití vizuálních signálů, které doprovázejí interakci tváří v tvář, ale zachovává a zdůrazňuje paralingvální prvky provázející řeč. Tím, že mediovaná interakce vede k omezení počtu symbolických prvků, mají její účastníci k dispozici méně symbolických prostředků ke snížení nejednoznačnosti. Proto má také zprostředkovaná interakce tak trochu otevřenější charakter než interakce tváří v tvář. Jakmile je totiž soubor využitel-

ných symbolických prvků omezen, jedinci jsou při interpretaci nabízených sdělení nuceni spoléhat se více na vlastní zdroje.

Nyní se soustředíme na třetí formu interakce - na to, co jsem nazval „zprostředkovanou kvaziinterakcí“. Užívám tento termín pro označení těch druhů sociálních vztahů, které jsou vytvářeny médii masové komunikace (tedy knihami, novinami, rozhlasem, televizí atd.).¹⁾ Podobně jako zprostředkovaná interakce zahrnuje i tento třetí typ interakce širší dostupnost informací a symbolických obsahů v prostoru a v čase, popřípadě v obojím - jinými slovy, zprostředkovaná, mediovaná kvaziinterakce je rozložena v čase i prostoru. V porovnání s interakcí tváří v tvář představuje také v mnoha případech jisté zúžení rejstříku využitelných symbolických prvků. Ve dvou zásadních ohledech se však zprostředkovaná kvaziinterakce liší jak od interakce tváří v tvář, tak od zprostředkované interakce. Za prvé, účastníci prvních dvou typů interakce zaměřují svou pozornost na konkrétní lidi, kvůli nimž vyvíjejí příslušnou činnost, formulují promluvy atd. Naopak v případě zprostředkované kvaziinterakce jsou symbolická sdělení produkována pro neurčitou řadu potenciálních příjemců. Za druhé, zatímco interakce tváří v tvář a interakce zprostředkovaná jsou dialogické, zprostředkovaná kvaziinterakce je svou povahou monologická, a to v tom smyslu, že v ní převládá jednosměrný tok komunikace. Například čtenář knihy je primárně příjemcem symbolického sdělení, jehož autor neučekává (a obvykle ani neobdrží) přímou a bezprostřední odezvu.²⁾

A právě proto, že zprostředkovaná kvaziinterakce je svou povahou monologická a zahrnuje produkci symbolických sdělení pro neurčitý soubor potenciálních příjemců, je vhodné ji označit za určitý druh kvaziinterakce. Nevykazuje takový stupeň vzájemnosti a osobnostní jedinečnosti jako ostatní typy interakce, ať už zprostředkovaná či tváří v tvář. I přesto je však formou interakce. Vytváří určitý typ společenské situace, ve které jsou jednotlivci navzájem propojeni v procesu komunikace a symbolické výměny. Jedná se o uspořádanou, strukturovanou situaci, v níž se někteří jedinci primárně zabývají produkcí symbolických sdělení pro jiné, kteří nejsou fyzicky přítomní. Ti jsou pro změnu primárně zapojeni do procesu přijímání těchto sdělení, přičemž zpravidla nemohou na původce těchto symbolických sdělení reagovat, ale přesto si k nim mohou budovat přátelské či citové vazby, popřípadě pocit vědomosti.

Tabulka 3.1 shrnuje některé podobnosti a rozdíly mezi uvedenými třemi typy interakce. Ukazuje, že zprostředkovaná interakce a zprostředkovaná kvaziinterakce se liší od interakce tváří v tvář z hlediska časoprostorového uspořádání a množství dostupných symbolických prvků. Zprostředkovaná kvaziinterakce se naproti tomu od zprostředkované interakce liší především svým převážně jednosměrným průběhem, ale také tím, že komu komunikační jednání směřuje.

¹⁾ Tento termín odpovídá výrazu, který užívají Horton a Wohl: ti ve svém raném, ale pronikavém článku naznačili, že masová komunikace dala vzniknout novému typu sociálních vztahů, které označují „parasociální interakce“. Viz Donald Horton a R. Richard Wohl: „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance“. *Psychiatry*, 19 (1956), s. 215-229.

²⁾ To pochopitelně neznamená, že neexistují způsoby, jimiž může čtenář autorovi odpovědět: může mu například napsat (pokud je autor nařizován) nebo zveřejnit recenzi, neboť u té je pravděpodobně, že si ji autor přečte, popřípadě jednoduše odmítnout číst jakýkoliv další text od stejného autora. Tyto typy reakcí jsou ale již svou podstatou omezené a velmi se liší od dialogických výměn typických pro interakci tváří v tvář nebo zprostředkovanou interakci.

Tabulka 34. Typy interakce

Charakteristické rysy interakce	Interakce tváří v tvář	Zprostředkovaná interakce	Zprostředkovaná kvaziinterakce
Časoprostorové uspořádání	Odehrává se v kontextu společné přítomnosti; účastníci sdílejí tytéž časoprostorový referenční systém	Jednotlivé kontexty jsou od sebe oddělené; sdělení je ve větší míře dostupné v prostoru i čase	Jednotlivé kontexty jsou od sebe oddělené; sdělení je ve větší míře dostupné v prostoru i čase
Rejstřík symbolických prvků	Veliké množství symbolických prvků	Omezené množství symbolických prvků	Omezené množství symbolických prvků
Na koho je jednání zaměřeno	Na zcela konkrétní další jednotlivce	Na zcela konkrétní další jednotlivce	Na neurčitý soubor potenciálních příjemců sdělení
Dialogický / monologický charakter	Dialogický	Dialogický	Monologický

Rozlišováním těchto tří typů interakce bych nerad vzbudil dojem, že všechny konkrétní probíhající interakce budou vždy přesně odpovídat některému z uvedených typů. Naopak - mnoho konkrétních interakcí, které proběhnou v každodenním toku života, mohou obsahovat směs různých typů interakce. Jinými slovy, budou mít hybridní charakter. Lidé sedící v pokoji se mohou například mezi sebou bavit a zároveň se dívat na televizi. V jedné interakční situaci se tak kombinuje interakce tváří v tvář se zprostředkovanou kvaziinterakcí. Stejně tak televizní pořad může zahrnovat interakci tváří v tvář mezi účastníky vysílané debaty, zatímco vztah mezi účinkujícími ve studiu jako celkem a rozptýlenými členy publika zůstává zprostředkovanou kvaziinterakcí. Bylo by snadné uvést i daleko složitější varianty (například když jednotlivci volají své otázky účastníkům diskuse ve studiu a odpovědi na otázky poslouchají nebo sledují i další posluchači nebo diváci). Jednou z významných předností výše naznačeného analytického rámce je to, že nám dovozuje odlišit od sebe různé typy interakce obsažené v podobně složitých situacích. Tím nám umožňuje analyzovat tyto situace s jistou mírou spolehlivosti a přesnosti a vyvarovat se tak některých nedorozumění, která by mohla vzejít z ukvapeného výkladu interakčních situací utvářených médii. (O některých těchto nedorozuměních se zmíníme později.)

Na tomto místě je třeba připomenout ještě jedno omezení, jež navrhovaná klasifikace má: to, že rozlišují tři typy interakce, neznamená, že by to byly jediné možné typy interakce nebo že by tato typologie postačovala pro výklad všech možných scénářů. Nerad bych vylučoval možnost, že by k novým formám mohl vést například vývoj nových komunikačních technologií, které umožní daleko větší vklad příjemců do probíhající interakce.³⁾ Analytický rámec, jak jsme jej naznačili výše, má sloužit jako nástroj

³⁾ Užití počítačové technologie spolu s telekomunikačními systémy dává možná vzniknout novým podobám komunikace a interakce, které se svými charakteristickými vlastnostmi v některých

pro heuristická zjištění a jeho hodnota by měla být posuzována podle toho, nakolik se osvědčí. Vždy je však třeba nechat otevřený prostor pro to, aby bylo možné sáhnout po dokonalejším analytickém nástroji, který by mohl sloužit nějakým specializovanějším účelům.

V této kapitole použiji navržený analytický rámec k tomu, abych prozkoumal ty rysy sociálních vztahů, jejichž existenci je možné přičíst na vrub interakcím zajišťovaným médii. Nejprve ale použiji tento rámec pro výklad dějinného vývoje, abych ukázal, jak nám může pomoci poznání významu vývoje nových komunikačních médií od poloviny patnáctého století. Výměna informací a symbolických obsahů byla do nástupu rané moderní doby v Evropě – a v řadě dalších částí světa donedávna – pro většinu lidí procesem, který se odehrával výhradně v situacích určených kontextem interakce tvář v tvář. Formy zprostředkované interakce a kvaziinterakce sice existovaly, ale podmínka ovládnutí zvláštních dovedností je omezovala na poměrně malou část populace. Nezbytná znalost čtení a psaní byla v zásadě výsadou politických, obchodních nebo církevních elit. Ovšem rozvoj tiskařského průmyslu v patnáctém a šestnáctém století v Evropě a následně v ostatních částech světa společně s nástupem různých typů elektrických a elektronických médií v devatenáctém a dvacátém století doplňovaly interakci tvář v tvář stále více nejrůznějšími formami zprostředkované interakce a kvaziinterakce. Výměna informací a symbolických obsahů se ve společenském prostředí čím dál více odehrává spíše v kontextu zprostředkované interakce a kvaziinterakce než v kontextu interakce tvář v tvář. Při níž se všichni účastníci nacházejí na stejném místě.

Historický nárůst zprostředkované interakce a kvaziinterakce se nemusí nezbytně odehrávat na úkor interakce tvář v tvář. V řadě případů poskytuje šíření mediálních produktů podnět ke vzniku situací založených právě na ní – již jsme se například zmínil o tom, že v rané moderní Evropě se knihy běžně předčítaly nahlas lidem, kteří se shromáždili, aby si společně poslechli psané slovo. Mnoho knih v šestnáctém a sedmáctém století sepsovali jejich autoři nepochybně už s představou, že jejich díla budou předčítána nahlas; texty jsou určeny stejnou měrou pro ucho i pro oko, a byly tedy psány s cílem, aby byly ze zprostředkované interakce zasazeny zpátky do kontextu interakce tvář v tvář.⁴³ Jenže vzrůstající důležitost zprostředkované interakce a kvaziinterakce a postupný rozvoj nových forem recepce a přisvojování (jako byl rozvoj čtení jako tiché a osamělé činnosti⁴⁴) vedly nakonec k tomu, že sociální život v moderním světě je stále více tvořen formami interakce, jež nemají charakter interakci tvář v tvář. S nárůs-

ohledech liší jak od zprostředkované interakce, tak od zprostředkované kvaziinterakce. Počítačové sítě například dovolují dvousměrnou komunikaci, která není zaměřena na konkrétní účastníky, nýbrž odpovídá svou povahou modelu „mnozí a mnohými“ (many-to-many), at už jde o nejrůznější typy konferencí, výměny oběžníků apod. Pokud jde o další diskusi o této a dalších podobách „počítači zprostředkované komunikace“ (čili interakce), viz příspěvky Lindy S. Harasimové, Johna S. Quartermána a Howarda Rheingolda in: Linda S. Harasim (ed.): *Global Networks: Computers and International Communication*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1993. část 1.

⁴³ Viz Roger Chartier: *The Order of Books: Readers, Authors and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries*. Cambridge: Polity Press, 1993, zvláště s. 8n.

⁴⁴ Viz Paul Saenger: „Silent Reading: Its Impact in Late Medieval Script and Society“, *Vierteljahrsschrift für Mittelalter und Renaissance Studies*, 13 (1982), s. 364–414, a Robert Darróh: „History of Reading“, in: Peter Burke (ed.): *New Perspectives on Historical Writing*. Cambridge: Polity Press, 1991, s. 140–167.

tem zprostředkované interakce a kvaziinterakce se změnila „směs interakcí“ společenského života. Lidé stále častěji získávají informace a symbolické obsahy spíše z jiných zdrojů než od lidí, s nimiž přímo přicházejí do styku ve svém každodenním životě. Procesy vytváření a obnovování tradic jsou stále svázanější se zprostředkovanou, mediívanou symbolickou výměnou. V následujících kapitolách se budeme zabývat některými důsledky této přeměny.

Společenská organizace zprostředkované kvaziinterakce

Doposud jsem se zabýval rozlišením několika různých forem interakce a popisem některých jejích obecných charakteristik. Nyní se chci zaměřit na zprostředkovanou kvaziinterakci a podrobněji probrat její podstatné rysy. Bude užitečné, když začneme tím, že si zavedeme další rozlišení – tentokrát převzaté z Goffmanovy práce.⁶¹ Jakékoliv jednání (action) nebo vystupování (performance) se odehrává v konkrétním rámci dané interakce. Tento rámec zahrnuje jisté předpoklady a zvyky, stejně jako fyzické rysy daného prostředí (uspřádání prostoru, nábytek, vybavení, oblečení atd.). Každý jedinec, který jedná v tomto rámci, se mu bude do jisté míry přizpůsobovat ve snaze předvést takovou představu o sobě samém, jež bude do daného rámce víceméně zapadat a současně se bude více či méně shodovat s dojemem, který by tento jedinec rád vyvolal. Daný rámec jednání – a prvky, na něž kladou důraz jednotlivci, kteří v něm jednají – tvoří to, čemu Goffman říká „přední linie“ (front region).⁶² To jednání a ty stránky vlastní osobnosti, které sledovaný jednatel považuje za nevhodné nebo jež by mohly poškodit dojem, jaký se snaží vyvolat, jsou potlačeny a vyhrazeny pro jiná prostředí a setkání – pro prostředí, která lze ve vztahu k přední linii, na jejímž základě se sledované jednání odehrává, označit jako „zadní linie“ (back regions). V zadních liniích jednotlivci často jednají způsobem, který je vědomě v rozporu s dojemem, kterého se snaží dosáhnout v předních liniích. V zadní linii lidé relaxují a dopřávají si méně ostražitý přístup k vlastnímu chování – to znamená, že už nepovažují za nutné sledovat své chování s tak vysokou mírou sebereflexe, jaká se zpravidla zapojuje do hry při jednání v rámci přední linie.

Rozhraní mezi přední linií a zadními liniemi je jen zřídka zcela jasné a jednotlivci jsou neustále nuceni přizpůsobovat své chování pohybujícím se hranicím mezi oběma oblastmi. V některých případech mohou být zadní linie umístěny jednoduše hned za okrajem přední linie, takže lidé v takových případech dokáží vystoupit ze své „hlavní role“ (main performance) poměrně snadno. V takových případech však stále trvá riziko, že chování patřící do zadní linie někdo zahlédne či zaslechne. Rozostření hranic mezi jednotlivými liniemi lze minimalizovat vztyčením nějakých skutečných, fyzických předělů. Například v restauracích je kuchyně zpravidla oddělena od jídelny chodbou nebo létacími dveřmi. A mnoho firemních budov má recepci, tedy prostor pro přijímání návštěv, který je oddělen od samotných pracovišť a odkud není na tato pracoviště vi-

⁶¹ Viz zvláště Erving Goffman: *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin, 1969. Goffmanovu práci aplikovali nejrůznější autoři velmi tvůrčím způsobem při analyzování médií. Viz Joshua Meyrowitz: *No Sense of Place; The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press, 1985; dále David L. Altheide: *Media Power*. Beverly Hills: Sage, 1985, a Richard V. Ericson, Patricia M. Baranek a Janet B. L. Chan: *Negotiating Control: A Study of News Sources*. Toronto: University of Toronto Press, 1989.

⁶² Goffman: *The Presentation of Self in Everyday Life*, s. 100n.

dět. Spojovací prostor mezi přední a zadní linií je často pod přísnou kontrolou, jelikož chování v zadní linii by mohlo pokazit dojem, který se o sobě snaží jedinec nebo organizace udržovat.

Rozlišování mezi přední a zadní linií je typické pro řadu kontextů jednání bez ohledu na to, jestli tyto kontexty zahrnují užití technických prostředků komunikace nebo ne. Na druhou stranu užití komunikačních prostředků může mít dosti zásadní dopad na povahu přední a zadní linie a na jejich vzájemný vztah. Jelikož zprostředkovaná interakce v zásadě vždy představuje oddělení kontextů, v nichž se její účastníci nacházejí, vzniká rámec, jenž se skládá ze dvou a více předních linií oddělených od sebe v prostoru a možná i v čase. Každá z těchto předních linií má vlastní zadní linie a každý účastník zprostředkované interakce se musí snažit najít způsob, jak zvládnout hranice mezi nimi. Například v průběhu telefonického rozhovoru se může jednotlivec snažit potlačovat zvuky přicházející z prostředí, ve kterém mluví (třeba zvuk televize, poznámky či smích přítelkyne nebo kolegy apod.), jelikož by se druhá strana mohla domnívat, že tyto zvuky patří do zadní linie mají nějaký vztah k probíhající zprostředkované interakci. Riziko pronikání prvků z děje odehrávajícího se v zadní linii se velmi snižuje umístěním telefonu do zvláštní místnosti nebo do prostoru, který je možné oddělit prostým zavřením dveří.

V případě technicky zprostředkované kvaziinterakce je rámec interakce rozdroben způsobem, který jej podstatně odlišuje od zprostředkované interakce, k jaké dochází během telefonického rozhovoru. Symbolická sdělení se produkují v jednom kontextu (bude mu říkat „interaktivní rámec produkce“) a jsou přijímána v široké škále zcela odlišných kontextů (v mém výkladu jde o „interaktivní rámec recepce“). Pro každý z těchto kontextů je příznačné, že má své vlastní linie vzájemně oddělené hranicemi. A jelikož komunikační tok v tomto typu interakce bývá převážně jednosměrný, přední linie rámce produkce je zpravidla příjemcům - recipientům - k dispozici a stává se tak přední linií, jež má vztah k rámcům recepce. Jenže opačně to neplatí: tedy linie v oblasti recepce se přímo nedotýkají rámce produkce, a proto, přísně vzato, přední ani zadní linie není k tomuto rámci v žádném vztahu.

Interaktivní rámec recepce může sloužit nejen jako prostředí pro kvaziinterakci zprostředkovanou televizí či jiným technickým zařízením, ale také pro interakci tváří v tvář, která v sobě nese nějakou vazbu na vlastní recepci. Například jedinci, kteří sledují televizi či poslouchají hudbu, se mohou aktivně účastnit procesu recepce, a přítomnost mezi nimi může docházet ke vzájemné interakci. V takových situacích se to, do jaké míry se účastníci interakce tváří v tvář skutečně zaměřují na recepci zprostředkovaných sdělení, liší případ od případu. Obsah hovoru při interakci tváří v tvář může být z velké části pod vlivem recepční činnosti, neboť jedinci se mohou vyjadřovat k přijímaným sdělením či výjevům. Jindy je samotná recepční činnost pro průběh interakce tváří v tvář v zásadě velmi okrajová a přijímání mediálních symbolických forem může představovat sotva něco více než hudbu či šum v pozadí, tvořící kulisu samotnému hovoru.

Jedinci zapojení do nějaké interakce - ať už zprostředkované či tváří v tvář - musí samozřejmě vždy spoléhat na získané dovednosti a akumulované zdroje. Jejich jednání je vždy součástí strukturovaného pole interakce - pole, jež vytváří a zároveň omezuje rejstřík možností, které mají účastníci k dispozici. Ovšem v případech zprostředkované interakce a zprostředkované kvaziinterakce je složitost pole interakce umocněna tím, že

tyto typy interakcí jsou dnes výrazně rozprostřeny v prostoru (a možná i v čase) a že účastníci se mohou nacházet v kontextech, které se od sebe zcela zásadně liší z hlediska svých institucionálních i strukturálních charakteristik.

Schémata 3.1, 3.2 a 3.3 shrnují a ilustrují některé rozdíly ve společenské organizaci interakce tváří v tvář, zprostředkované interakce a zprostředkované kvaziinterakce. Můžeme náš výklad dále rozvinout, vzít nějaký konkrétní příklad zprostředkované kvaziinterakce a srovnat ho s interakcí tváří v tvář. Existuje samozřejmě mnoho různých typů zprostředkované kvaziinterakce, a jejich charakteristické rysy se v některých ohledech liší v závislosti na povaze technického média, typického způsobu přisvojování a dalších podobných faktorech. Já se zde zaměřím na televizi jako příklad zprostředkované kvaziinterakce a proberu některé z jejích interakčních rysů.

Jednou z technických předností televize je to, že má možnost využívat široké škály symbolických prvků, a to jak vizuálních, tak auditivních. Zatímco většina ostatních technických médií omezuje rejstřík využitelných symbolických prvků na jedinou symbolickou formu (jako například na psané či mluvené slovo), televize oplývá symbolickou kořatostí, která dodává televiznímu zážitku některé prvky interakce tváří v tvář: komunikanty je možné zároveň slyšet i vidět, pohybují se v čase i prostoru téměř stejně jako diváci ve své každodenní sociální interakci atd. Nicméně rejstřík symbolických prvků, které má k dispozici televizní divák, je jiný - a v některých ohledech i omezenější - než škála, kterou disponují účastníci interakce tváří v tvář. Tento rozdíl je nevyhnutelný, neboť televize zaměřuje pozornost příjemce na určité věci na úkor jiných a může používat řadu prezentačních technik (prostřihy, asynchronní zvuk, archivní materiály atd.), které pro interakci tváří v tvář rozhodně nejsou typické. V některých aspektech má televize skutečně k dispozici zúžený okruh symbolických prvků. Pokud jde o možnosti symbolického vyjádření, má sice televize k dispozici daleko bohatší rejstřík než jiná technická média, ale přece jen existuje okruh symbolických prvků, které nedokáže přenášet - jako jsou třeba sdělení spojená s pachem či dotykem. Navíc účastníci kvaziinterakce vytvořené televizí jsou připraveni o ty druhy neustálé a bezprostřední zpětné vazby, které jsou příznačné pro interakci tváří v tvář a které účastníci interakce běžně začleňují do reflexivního sledování svého vlastního chování.

Schéma 3.1. Společenská organizace interakce tváří v tvář

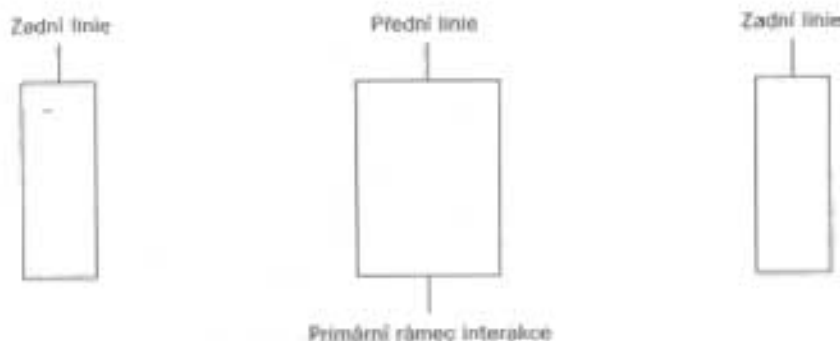


Schéma 3.2. Společenská organizace technicky zprostředkované interakce

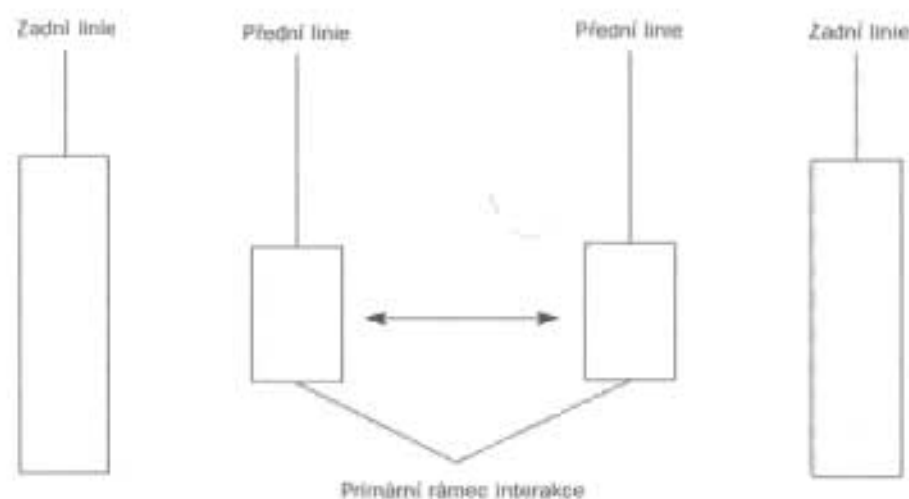
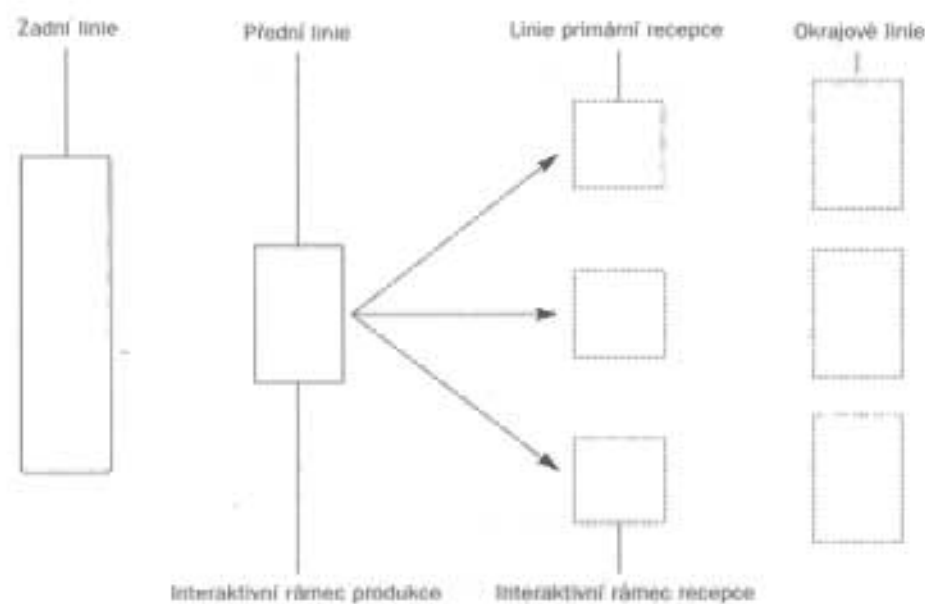


Schéma 3.3. Společenská organizace zprostředkované kvaziinterakce



Stejně jako všechny formy mediální interakce a kvaziinterakce zahrnuje i televize oddělení kontextu produkce a kontextu recepce, takže sdělení, která přenáší, se vyznačují širokou dostupností v čase a prostoru. V případě televize jsou ovšem důsledky této široké dostupnosti poněkud odlišné od jiných případů zprostředkované kvaziinterakce, a to právě proto, že u jedinců komunikujících prostřednictvím televize je možné zaznamenat jednání v rámci konkrétního časoprostorového kontextu. Abychom mohli toto téma vyložit podrobněji, bude pro nás užitečné rozlišovat tři typy časoprostorových souřadnic. Za prvé existují časoprostorové souřadnice kontextu produkce – tedy kontextu, v němž spolu jednají a jsou navzájem v interakci příslušní komunikanti. Za druhé existují časoprostorové souřadnice samotného televizního sdělení. Tyto souřadnice se mohou, ale také nemusí shodovat s charakteristickými rysy kontextu produkce. Souřadnice je možné měnit, zamířovat nebo zcela redefinovat střihem a dalšími technikami. Za třetí jsou tu časoprostorové souřadnice rozmanitých kontextů recepce. Kvaziinterakce vytvářená televizí v sobě zahrnuje nepřetržitý proces propletání těchto tří souborů souřadnic, proces, který bych nazval „časoprostorovou interpolací“. Při přijímání televizních sdělení se jednotlivci běžně přeorientovávají na časoprostorové souřadnice odlišné od těch, které jsou charakteristické pro jejich kontexty recepce, a vkládají, interpolují, tyto zprostředkované časoprostorové souřadnice do časoprostorových rámců svých každodenních životů.

Televizní kvaziinterakce tak vytváří něco, čemu můžeme říkat *nespojité časoprostorové sdělení*. Jednotlivci sledující televizi musí do jisté míry potlačit časoprostorový rámec svého každodenního života a dočasně se přeorientovat na odlišně nastavené časoprostorové souřadnice. Stávají se cestovateli v čase a prostoru, vyladují vztahy mezi různými časoprostorovými rámci a zapracovávají samotný zprostředkovaný prožitek z jiného času a prostoru zpět do kontextu vlastních každodenních životů. Schopnost vyladovat vztahy mezi těmito rámci a bezpečně se vracet do kontextu každodenního života patří mezi dovednosti, jimiž jedinci disponují jako kompetentní televizní diváci. Televizní sdělení jim nabízí paletu symbolických prvků, jež jim mohou v celém procesu pomáhat nacházet směr. Například typický hlavní zpravodajský pořad v Británii bude začínat leteckým pohledem na Londýn či záběrem na Big Ben, na němž zrovna hodiny odbíjejí hodinu, kdy pořad začíná. Zpravodajské příspěvky z různých částí světa obecně doprovázejí obrázky, podle nichž je možné dané místo rychle poznat (pohled na Bílý dům, Kreml apod.), a příslušné úvodní a závěrečné poznámky nenechají nikoho na pochybách, pokud jde o místo, odkud zpravodaj mluví. Divák, který si zapne zprávy, tak bude připraven prostřednictvím obrazovky cestovat do různých částí světa a zároveň bude předpokládat, že časová prodleva je poměrně malá (ve většině případů ne více než jeden den).

Úspěšné završení televizní kvaziinterakce závisí na tom, do jaké míry je recipient schopen účinně sladovat rozdílné časoprostorové rámce, které jsou ve hře. Pokud si diváci zapnou již běžící zpravodajskou relaci nebo dokument a nejsou si jisti, na jaké hodnoty jsou nastaveny časoprostorové souřadnice, mohou pociťovat zmatek a dezorientaci. Budou se tedy snažit najít symbolické prvky, jež by jim pomohly orientovat se v časoprostorových souřadnicích pořadu a světa v něm zobrazovaného. Dokud si tyto souřadnice neurčí, může pro ně být obtížné sdělení chápat a zapracovávat ho do kontextů jejich vlastního všedního života.

Pro vysvětlení prostorových a časových charakteristik televizní kvaziinterakce jsem jako příklad použil sledování zpráv. Je zřejmé, že sledování zpravodajství a jiných po-

fadů, které se snaží předvést nebo vykreslit skutečné osoby či události, obsahuje zcela specifický typ časoprostorové interpolace. Je to dáno tím, že diváci obecně vzato předpokládají, že osoby a události existují v reálném prostoru a reálném čase – jakkoliv tento prostor a čas ve vztahu k časoprostorovým souřadnicím kontextu recepce nepředstavuje něco, co by se odehrávalo současně nebo těsně předcházelo či následovalo. Tato interpolace časoprostorových linií, které jsou považovány za reálné, se liší od způsobů interpolace, k nimž dochází při sledování pořadů, o nichž diváci vědí nebo věří, že jsou svou podstatou smyšlené. V takových případech se diváci zpravidla orientují podle specifického uspořádání časoprostorových souřadnic a jsou opět naváděni různými symbolickými prvky (jako jsou názvy pořadů či seriálů – *Dallas*, *Miami Vice*, *LA Law*, *NYPD Blue* atd.). Diváci ovšem v zásadě nepředpokládají, že tyto souřadnice odpovídají nějakému reálnému času a reálnému prostoru. Interpolují časoprostor, o němž se předpokládá, že je imaginární, i když jindy se může předpokládat, že v sobě nese fiktivní vztah k nějakému reálnému místu a reálnému času (například k městu Dallas v Texasu). V jedné z dalších kapitol se budu podrobněji zabývat způsoby, jak jednotlivci prožívají nejrůznější světy, jež jim předvádí televize a další média. Zde chci jen upozornit na skutečnost, že sledování televize předpokládá určitý druh časoprostorové interpolace, který zahrnuje jak imaginární, tak reálné časoprostory, a že diváci neustále a rutinně sladují hranice mezi nimi.

Televizní kvaziinterakce je proto možné analyzovat z hlediska křížení různých plánů či rovin časoprostorových souřadnic. Na rozdíl od interakce tváří v tvář, kdy jsou časoprostorové souřadnice účastníků shodné nebo přinejmenším velice podobné, televizní kvaziinterakce zahrnuje rozličné soustavy časoprostorových souřadnic, jež si recipienti musí sami spojit dohromady. Kompetentní diváci jsou zběhlí v tom, jak interpolovat časoprostorové souřadnice: vědí, po kterých symbolických prvcích mají pátrat, a zkušeně tyto prvky používají k orientaci v časoprostorových souřadnicích sdělení a ve světě, jenž je ve sdělení zobrazován. Jejich prožívání času a prostoru již není omezeno fyzickým pohybem jejich těla v čase a prostoru nebo interakcí tváří v tvář s dalšími lidmi na jednom společném místě. S tím, jak se mohou pouhým stisknutím tlačítka pohybovat mezi různými – reálnými i smyšlenými – světy, stává se jejich prožívání času a prostoru stále více a více nespojitým. A přece zůstává přes tuto vzrůstající mobilitu pro většinu diváků stále „výchozím rámcem“ (anchor frame) časoprostorový rámec kontextu recepce, jelikož půdorys jejich života je primárně zakotven v praktických kontextech jejich každodenní existence. (K tomuto tématu se vrátíme v kapitole 7.)

Ohráňme nyní pozornost na jiný příznačný rys televize: na její monologický charakter. Televize představuje – stejně jako všechny ostatní formy zprostředkované kvaziinterakce – převážně jednosměrný tok sdělení od podavatelů k příjemcům. Sdělení nabízená v televizní kvaziinterakci jsou produkována převážně jednou množinou účastníků a přenášena k neuzavřenému okruhu recipientů, kteří mají poměrně malou možnost přímo ovlivňovat průběh a obsah kvaziinterakce. I recipienti mají samozřejmě k dispozici některé prostředky, jimiž mohou mít na kvaziinterakci vliv. Mohou televizním společenstvem telefonovat nebo psát, aby vyjádřili svůj souhlas či nesouhlas s konkrétními pořady. Mohou vytvořit nátlakové skupiny a snažit se ovlivnit programovou skladbu. Některé stanice mají zvláštní „divácké“ pořady, kde má omezený počet vybraných diváků možnost vyjádřit vlastní názor. V praxi ale těchto prostředků využívá jen poměrně málo lidí. Pro velkou většinu recipientů zůstává jediným prostředkem, jak do prů-

běhu kvaziinterakce zasáhnout, rozhodnout, zda ji zahájí zapnutím televize, zda v ní budou pokračovat tím, že nechají televizi puštěnou a budou jí věnovat nějaký díl své pozornosti, nebo zda ji ukončí tím, že si přestanou televize všimnout, přeladí na jiný program nebo přístroj prostě vypnou.

Strukturální asymetrie mezi podavateli (producenty) a příjemci (recipienty) není jediným důsledkem monologického charakteru televize. Televizní kvaziinterakce (a vztahy, jež v jejím rámci vznikají) je kvůli monologickému charakteru a výše vyloučenému oddělení kontextů ochuzena o reflexivní sledování reakcí druhých, což je běžná a trvalá součást interakce tváří v tvář. V situacích interakce tváří v tvář mohou (a vlastně obecně vzato musí) účastníci rozmluvy brát v potaz způsob, jak ostatní reagují na jejich sdělení, a přizpůsobit svoje další jednání a projevy těmito reakcím. Pokud například osoba, na kterou někdo hovoří, nevydává signály, jimiž by dala najevo, že poslouchá, co jí její společník říká (tedy pokud hovor trpí nedostatkem očního kontaktu, absencí potvrzujících výrazů „ano“, „aha“, „jo“ atd.), pak může mluvčí přerušit vyprávění otázkou, jejíž posláním není nic jiného než vynutit si reakci („Posloucháš mě vůbec?“). Může ovšem také vyslat nějakou nenápadnou sondovací otázku, a jejíž pomocí bude moci určit, zda mu jeho společník věnuje pozornost, aniž by výslovně dal najevo, že o tom pochybuje. A protože zprostředkovaná interakce (jako třeba telefonický rozhovor) je také dialogická, obsahuje i tato interakce reflexivní sledování reakcí druhých – i když účastníci v zásadě nemají k dispozici tolik symbolických mechanismů a prvků jako při interakci tváří v tvář. (Kvůli nedostatku vizuálních prvků jsou při telefonickém hovoru zvláště důležité zmíněné verbální projevy představující recipientovy reakce, užítí slov jako „ano“ či „aha“).⁸⁾

Při zprostředkované kvaziinterakci obecně – a při televizní kvaziinterakci zvláště – není reflexivní sledování reakcí druhých konstitutivním prvkem této interakce jako takové. Dokonce se dá říci, že absence reflexivního sledování reakcí druhých je typickým rysem kvaziinterakcí, jehož si jsou účastníci – a to podavatelé stejně jako příjemci – vědomi a který zcela běžně začleňují do postojů, s nimiž ke své účasti na komunikaci přistupují. Tento charakteristický rys televizní kvaziinterakce účastníkům leccos dovoluje, leč také je v mnohém omezuje. Je zdrojem interaktivní tvořivosti a svobody, ale současně pramenem nejistoty, nečinnosti a potíží. Z hlediska podavatelů dovoluje ovlivňovat směřování a obsah kvaziinterakce a nébrat přitom v úvahu reakce příjemce. To dává podavatelům daleko větší svobodu, než kterou by měli při typické interakci tváří v tvář. Nemusí dávat pozor na recipienty a snažit se zjišťovat, zdali poslouchají, nemusí reagovat na zásahy druhých do průběhu komunikace. Absence reflexivního sledování reakcí druhých je ovšem zároveň pro podavatele i potenciálním zdrojem nejistoty a potíží, jelikož jsou tím připraveni o některé projevy průběžné a bezprostřední zpětné vazby, která by jim umožnila lépe zjišťovat, zda a jak jsou jejich sdělení přijímána a chápána. Jedním ze způsobů, jak čelit této nejistotě, je změnit způsob produkce na interakci tváří v tvář, jak se děje v nejrůznějších debatních pořadech a panelových diskusích – což je strategie, k níž se ještě vrátíme.

Z hlediska příjemců znamená absence reflexivního sledování reakcí druhých to, že příjemci mají volnost v tom, do jaké míry budou podavatelům věnovat pozornost. Mo-

⁸⁾ Viz A. A. L. Reid: „Comparing Telephone with Face-to-Face Contact“, in: Ithiel de Sola Pool (ed.): *The Social Impact of the Telephone*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1977, s. 386-414.

hou se o své vůli podavatelům plně věnovat nebo naopak svou pozornost zcela odvrátit. Nejsou ničím a nijak nuceni vysílat signály dokládající porozumění, což je jedním ze základních prvků interakce tváří v tvář, jakož i zprostředkované interakce. Mohou na podavatele a jejich sdělení reagovat, jakkoliv způsobem se jim zachce (smíchem i nadávkami, radostí i nelibostí, zájmem i apatií nebo naprostým odmítáním), a mohou tak činit, aniž tím naruší kvaziinterakci nebo podavatele urazí. V tomto smyslu jsou příjemci mnohem méně omezovali, pokud jde o povahu a míru jejich účasti v kvaziinterakci, než jsou účastníci komunikace v situaci tváří v tvář. Na druhou stranu – na rozdíl od účastníků interakce tváří v tvář – reakce recipientů přímo a bezprostředně neovlivňují obsah probíhající kvaziinterakce. Recipienti mohou řídit povahu a míru své účasti a mohou využít kvaziinterakce tak, aby vyhovovala jejich vlastním potřebám a cílům, ale mají poměrně malou moc do kvaziinterakce zasahovat a ovlivňovat její průběh a obsah.

Abych popsal způsob, jakým se jedinci zapojují do televizní kvaziinterakce, použil jsem pojem „účast“. Je ale jasné, že se způsob účasti v kvaziinterakci a komunikačních situacích tváří v tvář liší, a to kvůli absenci reflexivního sledování reakcí druhých a kvůli strukturální asymetrii mezi podavatelem a příjemci. Jakkoliv jsou v situaci tváří v tvář běžné obsaženy zřetelné rozdíly v moci a zdrojích účastníků, přece jen je pro tuto interakci charakteristická jistá forma reflexivity a vzájemnosti, což je rozměr, který televizní kvaziinterakce neobsahuje. Účastníci interakce tváří v tvář průběžně a rutinně sledují reakce druhých a stejně rutinně sami vysílají signály, které ostatní ujistují o jejich účasti v interakci. Účastníci mohou *in situ* zasahovat a přispívat do hovoru, i když v praxi nemusí tuto možnost využít. Jelikož televizní kvaziinterakce postrádá tyto základní formy reflexivity a vzájemnosti, bylo by možná přesnější pojmenovat zapojení podavatelů a recipientů do komunikačního procesu jako „kvaziúčast“. Podavatelé ani příjemci nejsou ničím nuceni k tomu, aby brali v potaz reakce druhé strany. A postavení recipientů je ještě ke všemu takové, že jejich reakce prostě v žádném případě nemohou být producenty brány v úvahu jako konstitutivní prvek kvaziinterakce.

Pojďme se nyní podrobněji zabývat povahou společenských vztahů, jež se skrze zprostředkovanou kvaziinterakci, jako je televizní vysílání, ustavují. V důsledku již zmíněné strukturální asymetrie a symbolické bohatosti televize dochází k tomu, že někteří podavatelé (konkrétně ti, kteří se nacházejí v přední linii produkčního rámce) jsou k dispozici příjemcům zcela jedinečným a velmi nápadným způsobem – tím, co by bylo možné nazvat „přenášeným zviditelněním“ (tele-visibility). Charakteristickým prvkem přenášeného zviditelnění je skutečnost, že v sobě spojuje audiovizuální přítomnost s časoprostorovou vzdáleností. Takže podavatelé jsou pro příjemce přítomní, ale současně nejsou přítomní v kontextu příjmu. Tato příznačná kombinace přítomnosti a nepřítomnosti je určujícím znakem pro vztah, který si příjemci vytvářejí k podavatelům. Osoby, s nimiž se příjemci seznamují prostřednictvím televize, jsou „osobnostmi“ (tedy „personae“⁹¹), jejichž charakteristické rysy chování se konstituují především v přední linii sféry produkce (a jsou dále dolaďovány a propracovávány v dalších médiích, jako jsou noviny a časopisy). Tyto osobnosti jsou konstruovány odděleně – mimo dosah podavatele, „na dálku“ – a vztah mezi těmito osobnostmi a recipienty se tak podstatně liší od vztahů, jež se utvářejí při interakci tváří v tvář. Pro příjemce jsou podavatelé osobnostmi, s nimiž je možné sympatizovat nebo do nichž se lze vcítit a jež je možné mít

⁹¹ Viz Horton a Wohl: „Mass Communication and Para-Social Interaction“, s. 216n.

rád nebo nerád, ošklivit si je nebo si jich vážit. Hlavní rysy chování těchto osobnosti ovšem nelze za běžných okolností usměrňovat ani napadat v dialogické interakci, jak je to typické pro interakci tváří v tvář. Proto mohou televizní osobnosti získat jakousi „auru“, na jejímž přežívání se částečně podílí i onen odstup, který odděluje tyto osoby od diváků. Za výjimečných okolností je možné odstup překonat - například když diváci potkají nějakou televizní celebritu nebo když se sejdou s politikem, kterého až do té chvíle znali jen z médií. Ale podivný a tak ucho trpný charakter těchto setkání svědčí o tom, že vztah ustavený prostřednictvím televize patří do množiny vztahů, jejichž součástí za normálních okolností není sdílení společného prostoru.

Pro podavatele je vztah, který se ustavuje mezi nimi a příjemci, také poněkud zvláštní. Recipienti jsou pro ně převážně anonymní, neviditelní diváci sledující představení, do něhož nemohou přímo zasahovat, ale které by bez nich nemohlo existovat. Přenášené zviditelnění nastoluje mezi producenty a recipienty vztah, který nemá reciproční charakter. Podavatelé jsou slyšet a vidět, ale sami příjemce nevidí ani neslyší. Ačkoliv jsou podavatelé v pozici těch, kdo určují směřování a obsah představení, jsou současně závislí na příjemcích, neboť ti rozhodují, jestli se podavatelé ve své roli udrží. Proto podavatelé neoslovují příjemce jako rovnocenné partnery přítomné v dialogu (vždyť v takovém postavení ani být nemohou), nýbrž jako anonymní pozorovatele, které je možné potěšit nebo přesvědčit, pobavit nebo informovat, jejichž pozornost si lze udržet nebo ztratit - a jejichž diváctví je podmínkou *sine qua non* pro existenci samotných podavatelů. Takže zatímco příjemci jsou závislí na podavatelích, pokud jde o obsah představení, které sledují, jakmile zapnou televizor, podavatelé na oplátku závisejí na příjemcích a jejich ochotě dívat se - a na příjmech, z nichž se mohou díky této ochotě těšit. Vztah mezi producenty a recipienty tedy představuje pouto vzájemné závislosti, i když povaha této závislosti na obou stranách je různá.

Později se ještě vrátíme k povaze společenského vztahu mezi podavatelí a příjemci a budeme zkoumat zejména jednotlivé důvěrné vazby, jimiž může být mediální kvaziinterakce vzniknout. Ve zbývajících partiích této kapitoly chcí soustředit pozornost na oblast produkce a oblast recepce a pokusit se podrobněji vyloužit jednotlivé druhy jednání a činností, které se v těchto dvou oblastech odehrávají.

Jednání na dálku (1): jednání podavatelů pro vzdálené druhé

Rozvoj komunikačních prostředků přináší nejen nové formy interakce, ale způsobuje také vznik nových druhů jednání s výraznými charakteristickými rysy a důsledky. Nejobecnějším rysem těchto nových druhů jednání je to, že se orientují podle jednání či zapojení dalších osob, respektive že na tato jednání či tyto osoby reagují, přičemž jde o jednání či osoby umístěné do kontextů prostorově (a případně také časově) vzdálených. Jinými slovy, rozvoj komunikačních prostředků umožňuje vznik nových typů „jednání na dálku“, které se stávají v moderním světě stále běžnějšími. Zatímco ve starších společnostech bylo jednání a jeho důsledky obecně vyhrazeny kontextům interakce odehrávající se tváří v tvář a jejich bezprostřednímu okolí, dnes je zcela běžné, že jednotlivci zaměřují svoje jednání na příjemce, kteří s nimi nesdílejí společné časoprostorové umístění, a že důsledky jejich jednání daleko přesahují hranice místa, kde se odehrálo.

Rostoucí význam jednání na dálku není spojen pouze s rozvojem nových komunikačních prostředků. Celá řada technických objevů - od střelného prachu po štepění

atomového jádra, od elektrické energie po informační technologie - rozšířila a rozšiřuje dosah lidského jednání v prostoru a čase, namnoze v míře nepředvídané a nepředvídatelné. Rozvoj komunikačních prostředků ale vytvořil nové typy jednání na dálku, které mají své specifické rysy. Na tomto místě se ještě jednou omezím pouze na televizi a prozkoumám některé z forem jednání, jež právě toto médium umožňuje.

Pojďme se nejprve věnovat kontextu produkce. Ačkoli příjemci nejsou ve sféře produkce fyzicky přítomni a nepodílejí se přímo na průběhu a obsahu pořadů, podavatelé své počínání zpravidla řídí podle příjemců. Zaměření podavatelů na příjemce je do značné míry faktorem určujícím samotnou podobu jejich jednání, může se však projevovat více způsoby. Na tomto místě rozliším a stručně proberu čtyři typy jednání zaměřeného na vzdálené příjemce - půjde o „oslovení příjemce“, „mediovanou každodenní činnost“, „mediální události“ a „předváděnou fikci“.

Nejosevtenějším a nejzřetelnějším typem jednání určeného vzdáleným příjemcům je *oslovení příjemce*, a to může být buď přímé nebo nepřímé. Při přímém oslovení příjemce jsou podavatelé otočeni tvářmi ke kamere a hovoří na ni, takže diváci mají dojem, že se mluví přímo k nim. Promluva podavatele je monologem adresovaným neurčitému počtu nepřítomných příjemců. Příkladem přímého oslovení příjemce je tradiční vysílání televizních zpráv, při nichž se hlasatel dívá do kamery a čte text, který je předem pečlivě připraven. Přímé oslovení příjemce je poněkud upjatou formou jednání a dnes se v čistě podobě používá jen zřídka. Osamělý moderátor zpráv bývá často nahrazován dvojicí nebo týmem moderátorů, kteří spolu mohou čas od času zapřist rozhovor, aby nanišili jednotvárnost monologu adresovaného nepřítomným příjemcům. K upoutání pozornosti diváků a k tomu, aby se jim nabídla nějaká alternativa k „mluvícím hlavám“, používá se živého filmového materiálu. Navíc bývá různě upravena přední linie vysílající organizace. V některých případech je například stěna za hlasatelem nahrazena skleněnou přepážkou, takže diváci mohou v pozadí vidět celou řadu činností, jež se odehrávají v redakci zpravodajství. Použitím skleněné stěny se na straně podavatele (tedy ve sféře produkce) dosahuje jistého narušení hranice mezi přední a zadní linií. To umožňuje divákům vidět (ale nikoliv slyšet, až na občasné tlumené zazvonění telefonu) omezený rejstřík činností, jež jsou tradičně pokládány za typy chování patřící do zadní linie. Toto rozšířené zviditelnění se používá ve snaze zmírnit vizuální chudost přímého oslovení příjemce.

Rutinní formou přímého oslovení příjemce je čtení zpráv: do vysílání je zařazeno tak, aby tam mělo své pevné místo v čase, pravidelně se opakuje a diváci je mohou začlenit do časového rozvrhu svého každodenního života. Můžeme ale najít také výjimečné formy přímého oslovení diváka, jakými jsou třeba projevy prezidenta nebo ministerského předsedy k lidu. Již výskyt takového oslovení je mimořádnou událostí a dokládá, že nastaly výjimečné okolnosti - například že stát se ocitl ve válečném stavu, že je na pokraji války nebo že vláda čelí nějakému skandálu. Takové mimořádné okolnosti obvykle nastávají při velmi vážné příležitosti: při události, kvůli níž se vrcholný politický představitel rozhodne obejít běžné kanály šíření informací a přímo oslovit lid, na jehož podporu je v poslední instanci závislý. Může jít také o to, že se politický činitel snaží vyrazit na opozici složenou z omezeného počtu profesionálních zástupců lidu. Tím, že se vyjádří takřkajíc přes jejich hlavy, může se mu podařit opozici marginalizovat, protivníky vykreslit jako nedůležité, pomstychtivé nebo obstrukční. Pronese-li prezident či předseda vlády nějaký projev přímo k lidu, má jeho vystoupení v podstatě osobní charakter. Pro-

to musí politik i výrobní štáb velice bedlivě dbát na to, aby zůstala zachována optimální rovnováha mezi vážností a důvěrností. Tato rovnováha se odrazí v samotném mluveném projevu, který bude s největší pravděpodobností spojovat například formulování obecných principů a vznešených ideálů s užíváním osobních zájmen („já“, „vy“, „my“ apod.) a líčením osobních zkušeností. Vezmeme-li v úvahu osobní charakter projevu, nebyla by na místě vášnivá rétorika a plamenná slova. Daleko vhodnější rovínou projevu bude klidnější a méně formální konverzační styl, spojený s pečlivě vystavěnými okamžiky osobní zpovědi.¹⁰ Rovnováha mezi vážností a důvěrností se odrazí také v uspořádání a podobě přední linie produkční scény. Zařízení studia často obsahuje snadno rozpoznatelný symbol státnosti, jakým je vlajka (nenápadně stojící v rohu) nebo vhodný portrét visící na zdi. Politik ale může sedět také v místnosti, kterou je docela dobře možné považovat za pracovní nebo jinou část jeho vlastního domova. Celkovou útlonost pokoje může ještě umocňovat oheň plápolající v krbu v pozadí. V některých případech může politik přibrat do přední linie i členy vlastní rodiny a vytvořit tak dojem intimního rodinného prostředí, což mu může pomoci sdělit nějakou osobní záležitost veřejnou cestou, nebo naopak prezentovat nějakou veřejnou záležitost v osobní rovině.

Od obou uvedených forem oslovení příjemce – jejichž povaha je *přímá* – můžeme odlišit *nepřímé* oslovení příjemce. Tento druhý typ oslovení se objevuje ve chvíli, kdy se přední linie produkce sdělení stane místem, na němž se mezi podavatelem odehrává interakce tváří v tvář, přičemž tyto podavatele při vzájemném jednání mezi sebou nepřímo oslovují celou řadu nepřítomných příjemců. I když se podavatelé musí zaměřit především na ty, kteří jsou v jejich bezprostřední blízkosti, uvědomují si přitom, že současně oslovují vzdálené příjemce, a s touto skutečností se musí vyrovnat – jak nejlépe dovedou – tím, jak se prezentují a jak se vyjadřují. Přeměna přední linie v místo, kde se odehrává interakce tváří v tvář, dovoluje podavatelům při nepřímém oslovení příjemce nahradit monolog dialogem a zbavit se tak alespoň zčásti nejistoty spojené se zprostředkovanou kvaziinterakcí. Jednání tváří v tvář dovoluje mluvčím volit spíše konverzační styl a umožňuje jim reflexivně sledovat reakci ostatních účastníků interakce. Současně však nepřímé oslovení diváka vytváří situaci, v níž je publikum rozštěpeno mezi spolupřítomné účastníky a nepřítomné diváky, což umožňuje vznik napětí či konfliktu mezi jednotlivými způsoby oslovení, neboť jedno může skvěle padnout jednomu druhu publika, ale nepřilít vyhovovat druhému.

Existuje mnoho příkladů nepřímého oslovení příjemců: televizní rozhovory, tiskové konference, tiskové besedy, panelové diskuse (ať s publikem ve studiu nebo bez něj), stranické tiskové konference přenášené televizí, jednání parlamentu nebo zvláštních vyšetřovacích komisí přenášena televizí a podobně.¹¹ Zamysleme-li se na okamžik např-

¹⁰ Pokud jde o využití konverzačního stylu v rovině veřejného diskurzu, byl nepochybně jedním ze schopnějších politiků Ronald Reagan. Analýzu recepcí jeho řečnických vystoupení viz Kathleen Hall Jamieson: *Eloquence in an Electronic Age: The Transformation of Political Speechmaking*. New York: Oxford University Press, 1988, zvláště kap. 6 a 7. Jamiesonová dokládá, že nástup televize rozšířil a potvrdil podstatný posun v povaze veřejného projevu: „Tam, kde jsme kdysi předpokládali, že bude sdělení lemováno krájkou vášnivých naléhání, reagujeme dnes vstřícně na klidnější, spíše konverzační projev. Tam, kde publikum dříve očekávalo, že bude dobýváno způsobem připomínajícím vedení bitvy, předpokládá dnes místo toho televizní divák, že se dočká důvěrně smírné rétoriky“ (s. 44).

¹¹ Některé tyto příklady pozorně rozebírá Meyrowitz, a to zvláště ve vztahu k měnící se roli a posunujícímu se způsobu vnímání vedoucích politických osobností. Viz *No Sense of Place*, kap. 14.

klad nad rozhovorem s předním politickým představitelem, jakým je třeba prezident USA, vidíme, že se tato situace významným způsobem odlišuje od přímého oslovení diváka. Takové interview je jistě významnou událostí, již bude velmi pravděpodobně předcházet a po níž bude v médiích následovat velké množství úvah a komentářů. Událost sama však postrádá onu obřadnou vážnost charakteristickou pro chvíli, kdy prezident promlouvá k lidu. Je to sice důležitá událost, ale není na ní nic výjimečného a na rozdíl od projevu prezidenta k lidu nejsou jejím předpokladem žádné mimořádné okolnosti, kvůli nimž by takový rozhovor měl být chápán jako zásadní vystoupení. Protože takové interview je dialogem tváří v tvář vedeným v konverzačním stylu, vyznačuje se jistým stupněm neformálnosti, která se v přímé promluvě prezidenta k lidu nevyskytuje. Účastníci rozhovoru směřují své dotazy a promluvy jeden na druhého a jsou schopni reflexivně sledovat reakce druhého, reagovat na ně, vysvětlovat si místa, která nebyla pochopena, atd. Zároveň vědí, že nepřítomně oslovují velké množství nepřítomných diváků. Na rozdíl například od projevu na veřejném shromáždění nebo zasedání, které shodou okolností přenášá televize, koná se televizní interview pouze a výhradně proto, aby bylo přijímáno nepřítomnými diváky. Proto musí být veškeré otázky a promluvy přestože jsou nasměřovány na spolupřítomného partnera v dialogu, postaveny s ohledem na nepřítomné publikum.

Televizní interview je interakcí tváří v tvář, která probíhá v přední linii zprostředkované kvaziinterakce, a mezi dovednosti vskutku šikovných aktérů takového rozhovoru patří schopnost účinně propojovat způsoby jednání, jež jsou pro oba typy mezilidského jednání příznačné. Jestliže se například prezident soustřeďuje výlučně na interakci tváří v tvář a snaží se vyjasňovat si s moderátorem kdejakou maličkost, vystavuje se riziku, že bude publiku připadat hádavý nebo puntičkářský a že ztratí něco charisma, jehož síla alespoň zčásti vyvěrá ze schopnosti udržet si odstup od nepřehledných detailů politického života. Jestliže však má prezident na druhé straně sklon soustavně přehlížet fakt, že je zapojen do interakce tváří v tvář, a soustřeďuje se pouze na to, aby řekl vše, co chce předat nepřítomným příjemcům, bude velmi pravděpodobně působit dojem, že se vyhýbá otázkám. Aby prezident v interview obstál, nezbyvá mu než se snažit dosáhnout rovnováhy mezi těmito dvěma směry vlastního jednání. Úspěch této snahy nelze kvůli dialogickému charakteru a otevřené povaze interakce tváří v tvář nikdy zaručit předem.

Interview obsahuje určitý stupeň neformálnosti, který může prezident využít ve svůj prospěch. Dovoluje mu objevit se před značnou částí obyvatelstva a konverzačním stylem mu přiblížit svoje názory, a přitom se vystříhat obřadné vážnosti formálního oslovení. Zároveň však rozhovor přináší vážná rizika, jimž se musí prezident snažit opatrně vyhnout. Interview umožňuje prezidentovi působit dojem, že všechno s přehledem zvládá, předvést, že se dokáže s nenucenou samozřejmostí vyrovnat s každou zvědavou otázkou, takže každému bude jasné, že má vše plně pod kontrolou. To s sebou ale také nese riziko, že prezident bude vypadat jako nekompetentní, neomalený, špatně informovaný nebo prostě převelice hloupý. Přefeknutí, nevhodná poznámka, nepřesně uvedený statistický údaj, nejasná nebo rozvláčná odpověď – to všechno jsou potenciální zdroje potíží pro každého politického představitele, který se rozhodne zapojit do zprostředkované kvaziinterakce vedené prostřednictvím setkání tváří v tvář, tedy komunikace s relativně otevřeným koncem. Existují samozřejmě způsoby, jak tato rizika minimalizovat (nebo alespoň jak omezit škody, pokud dojde k nějakému přechmatu): politik

může například projevit zájem nahlédnout do otázek předem, připravit si poněkud podrobnější odpovědi a hlavně – pečlivě si vybrat toho, kdo s ním rozhovor udělá. Přesto nebezpečí, jimiž se interview (nebo tisková konference, i když tam je situace poněkud jiná) odlišuje od projevu prezidenta, se zcela vyloučit nedají.

Pojďme se teď v krátkosti věnovat jinému typu nepřímého oslovení diváka, konkrétně televizní besedě (chat show).¹² Přední linie televizní besedy bývá zpravidla uspořádána jinak než přední linie určená pro interview s politickým představitelem. Účastníci televizní besedy jsou většinou usazeni v poněkud neformálnějším prostředí, které napomáhá navodit jistý stupeň nenucenosti a důvěrnosti, který většina rozhovorů s politiky postrádá. Navíc se besedy často účastní také publikum, jehož přítomnost ve studiu poskytuje účastníkům pořadu celou řadu ohlasů (smích, povykávání, potlesk atd.) a umožňuje jim sledovat, jak jsou jejich jednání a poznámky přijímány. Publikum se ve studiu ocitá ve zvláštní pozici. Jeho členové jsou součástí interakce tváří v tvář, která probíhá především mezi hostitelem v televizní besedě a jeho hostem. Lidé z publika mohou být dokonce čas od času osloveni nebo vyzváni, aby se interakce sami přímo zúčastnili, leč v zásadě je jejich role omezena na úroveň spolupřítomných recipientů, kteří mohou reagovat určitými zažitými a k hovoru samotnému nepřispívajícími (nediskurzivními) způsoby. Vzhledem k tomu, že beseda je součástí zprostředkované kvaziinterakce, je publikum fakticky umístěno v přední linii produkční sféry, ale vztah mezi publikem ve studiu a televizními diváky sedícími doma je zvláštní a složitý. Pro diváky doma před televizí je publikum ve studiu součástí interakce, kterou mohou pozorovat a již mohou naslouchat, nemohou se jí však přímo účastnit. Přitom ale publikum ve studiu – ačkoliv se jeho členové mohou do probíhající diskuse zapojovat jen ve velmi omezené míře – nabízí divákům u televizních přijímačů soubory modelových reakcí, s nimiž se tyto diváci mohou ztotožňovat nebo sympatizovat (smíchem, projevy uznání apod.). Takže tím, že vedou televizní besedu za přítomnosti publika ve studiu, mohou podavatelé sledovat dva interakční cíle najednou: poskytnout účastníkům besedy skupinu spolupřítomných příjemců, jejichž reakce jim alespoň do jisté míry umožňují sledovat dopad jejich chování a výroků, a nabídnout nepřítomným příjemcům (divákům) soubor vzorových ohlasů, které mohou sloužit jako podnět pro jejich vlastní reakce. Do jaké míry ovšem tyto modely skutečně působí jako povzbuzení, to nemohou podavatelé sledovat či určovat, což je dáno skutečností, že se stále jedná o kvaziinterakci.

Nyní se chci věnovat jinému typu jednání určeného vzdáleným příjemcům. Zvolil jsem pro něj označení *zprostředkovaná (mediovaná) každodenní činnost*. Příznačným rysem tohoto typu jednání je to, že je součástí – nebo že je prezentováno, jako by bylo součástí – skutečného chování v každodenním životě. Přední linie produkce je tedy prostředím, kde se odhrává celá řada činností a interakcí patřících k běžnému životu jednotlivců, kteří je provádějí nebo se jich účastní. Ale skutečnost, že se tyto činnosti a interakce nahrávají a posílá se vysílají pro širokou škálu nepřítomných diváků, a tudíž se také stávají součástí zprostředkované kvaziinterakce, může ovlivnit povahu činnosti či interakce samotné, stejně jako její celkový průběh. Už sama možnost, že člověk bude natočen a jeho počínání bude zprostředkováno televizním divákům, může pozměnit jednání i vzájemné reakce, a to i v kontextu každodenního života.

¹² Podrobnější výklad týkající se televizních besed a podobných diskusních pořadů s přítomností publika viz Sonia Livingstone a Peter Lunt: *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. London: Routledge, 1994.

Abychom mohli podrobněji prozkoumat tento typ činnosti, bude užitečné, když si opět rozlišíme několik podtypů. Nejprve se soustředíme na případ každodenního počinání, jež je natočeno a vysíláno tak, že si aktéři, kteří v něm vystupují, sami neuvědomují, že jsou zachycováni na záznam. Protože si aktéři neuvědomují, že tvoří součást zprostředkované kvaziinterakce, je velmi nepravděpodobné, že by své chování přizpůsobovali nepřítomným divákům: jinými slovy, jejich jednání se stává formou zprostředkované každodenní činnosti bez jakéhokoliv oslovení příjemce. Příkladem může být běžný výjev či událost z denního života, jako je třeba scéna z ulice nebo veřejná demonstrace či manifestace, která je natáčena tak nenápadně, aby si toho zúčastnění nevšimli. Zprostředkovaná každodenní činnost bez oslovení příjemce je ovšem poměrně řídkým jevem. Nepochybně se vyskytuje, ale je zřejmě méně obvyklá, než se může na první pohled zdát. I když účastníci nevědí, jestli je jejich jednání nahráváno, mohou si uvědomovat možnost, že by nahráno být mohlo, a na základě této možnosti se může jejich počinání měnit. Tak například vojáci hlídkující v ulicích Severního Irsku nebo na Izraelem okupovaném západním břehu Jordánu nemohou pokaždé zjistit, že se na ně zrovna upírá objektiv vzdálené kamery, ale vědí, že se to může stát prakticky kdykoliv, a proto pravděpodobně tuto možnost berou v úvahu a přizpůsobují jí své chování.

Proberme si teď další typ zprostředkované každodenní činnosti - typ, který obsahuje nepřímé oslovení příjemce. Tento druh jednání nastane, když se jednotlivci věnují svým obvyklým aktivitám, a přitom vědí, že jsou (nebo že mohou být) nahráváni, natáčeni a pak přenášeni ke vzdáleným, nepřítomným příjemcům. Tito jedinci musí alespoň do jisté míry zaměřovat své chování na ostatní lidi, kteří jsou v jejich bezprostředním sociálním okolí. Kdyby to totiž nedělali, jednání by ztratilo svůj přirozený charakter a celá interakce by se zhroutil. Tito lidé ale vědí, že jejich jednání je (nebo může být) součástí zprostředkované kvaziinterakce, a proto také své chování - souběžně a nepřímo - zaměřují i na nepřítomné příjemce. Například účastníci velké mezinárodní konference nebo zasedání hlav států pravděpodobně vědí, že jejich jednání se bude natáčet a přenášet širokému publiku, jehož součástí jsou i příjemci v jejich vlastní zemi, tedy lidé, na jejichž podpoře mohou být závislí. A tak jim nezbyvá než zaměřovat své chování na ostatní účastníky konference, aby se účast na ní neminula účinkem, a současně brát v úvahu také možnost, že jejich jednání a promluvy uvidí a uslyší mnohem širší okruh příjemců. Chování účastníků tohoto typu interakce je proto určováno touto dvojitou orientací.

Zprostředkované každodenní jednání může také obsahovat přímé oslovení příjemců. Orientace na nepřítomné diváky je základním stavebním kamenem samotného jednání tohoto typu. Za příklad může sloužit únos letadla nebo zajetí rukojmí nějakou polovojenskou skupinou. Členové této skupiny vědí, že média budou jejich činu věnovat velkou pozornost, a jejich jednání je mimo jiné motivováno i tím, aby na sebe upoutali pozornost co největšího počtu nepřítomných druhých. Mohou si také dělat naděje, že když někoho zajmou a budou ho věznit tak, aby si toho všimlo velké množství obyčejných lidí, mohou tím nepřímo vyvinout tlak na vlády nebo politické představitele. Je to samozřejmě riskantní strategie a vůbec nemusí vést k dosažení politických záměrů únosců. Nelze však vůbec pochybovat o tom, že cílem takových krajních akcí, jakými jsou únosy letadel a zajímání lidí jako rukojmí, je i snaha o dosažení většího vlastního zviditelnění na globální politické scéně, kde se možnost být viděn a slyšen spojuje se schopností přilákat pozornost televizních kamer.

Existuje ještě jeden typ zprostředkované interakce běžného jednání, který si zaslouží naši pozornost. Mohli bychom jej nazvat simulovaná každodenní činnost. Ta se objevuje ve chvílích, kdy lidé předstírají, že jsou zaujati nějakou běžnou činností nebo interakcí, a to s jediným účelem - aby byli natočeni, tedy aby vytvořili událost, která je pro televizi použitelná (televisable event). Jako příklad může sloužit chování vojáka nebo příslušníka nějaké polovojenské jednotky, který vypálí do vzduchu několik nábojů nebo vystřelí někam do dálky na neviděného nepřítele, to vše jen proto, aby vyvolal dojem vojenského střetu probíhajícího v danou chvíli na daném místě. I když je toto chování simulované, liší se od opravdové fikce právě tím, že k němu dochází v kontextu skutečného života a že je prezentováno, jako by bylo skutečné. Lidé zapojení do produkování simulovaného každodenního jednání nemožou vyslat žádné znamení naznačující, že by jejich jednání bylo něčím jiným než skutečností - protože kdyby to udělali, celá činnost by se minula účinkem.

Třetí formou činnosti pro vzdálené příjemce jsou *mediální události* (media events). Můžeme používat termín Dayana a Katze „mediální události“, když odkazujeme na ty velkolepé, mimořádné příležitosti, které jsou naplánovány předem, vysílají se živě a narušují normální běh událostí.¹³ Na rozdíl od každodenní zprostředkované činnosti jsou mediální události předem pečlivě naplánované a nazkoušené. Ačkoliv je zpravidla organizují jiné instituce než média, jsou koncipovány právě pro média, a proto se v procesu jejich plánování s mediálními institucemi pokaždé počítá. Pořádání těchto událostí je navíc oznamováno dlouho dopředu, takže s tím, jak se událost blíží, postupně sílí i očekávání s ní spojené. Událost sama je vysílána živě a často ji lze sledovat na několika kanálech, ve více televizních sítích a v různých médiích. Tyto události přerušují normální vysílací schéma a běžný chod každodenního života. Jsou to výjimečné příležitosti: rozbíjejí zaběhnutou rutinu, vytvářejí atmosféru velkého očekávání a upoutávají pozornost milionů lidí.

Mezi mediální události patří velkolepé státnické záležitosti, jakými jsou korunovace a královské svatby, nástup nového prezidenta do funkce a státní pohřby. Dále jsou to vrcholné sportovní události, například olympijské hry nebo Světový pohár FIFA, a pamětihodné chvíle, kdy bylo dosaženo mimořádného úspěchu, jako bylo třeba přistání na Měsíci, završení mírového procesu podepsáním smlouvy v Camp Davidu, jakožto krok k dosažení míru na Středním východě, nebo osvobození Nelsona Mandely v Jižní Africe. Při všech těchto příležitostech jsou v plné pohotovosti přítomna média. A zatímco se účastníci těchto událostí musí plně soustředit na to, co je jejich úkolem tam, kde právě vystupují, vědí zároveň, že jejich činnost je součástí událostí, které mají mnohem širší význam - a to právě proto, že jsou vysílány živě a umocňovány vědomím, že se jedná o výjimečnou událost.¹⁴

Mediální události můžeme odlišit od čtvrtého typu činnosti určených vzdáleným příjemcům, který nazýváme *předvoděná fikce* (fictionalized action). Značná část výstupů nabízených v televizních pořadech má explicitní charakter fikce: jedná se o sestavený příběh, který je zcela předepsaný scénářem a ve kterém hrají osoby, jež vědí, že hrají své

¹³ Viz Daniel Dayan a Eithu Katz: *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1992.

¹⁴ Podrobnější rozbor mediálních událostí viz příslušný výklad Dayana a Katze. K některým aspektům tohoto tématu se vrátím v kapitole 6, kde budu probírat, jak média proměnily povahu panovnických rituálů.

role, a jsou jako takové v zásadě chápány i nepřítomnými příjemci. Jednotlivci zde hrají způsobem, který se velmi podobá hereckému výkonu, na jaký jsme zvyklí z divadla: tyto osoby hrají svůj part, pronášejí text nějaké postavy, kterou musí vytvořit a převědčivě vykreslit, ale o níž je jasné, že je úplně jiná než oni sami. I když se předváděná fikce v televizi v mnohém podobá hraní divadelní role, liší se od vystoupení v divadle zásadně tím, čím se zprostředkovaná kvaziinterakce liší od interakce tváří v tvář: je to činnost pro vzdálené příjemce, a proto postrádá přítomnost obecenstva a ohlasy diváků (smích, potlesk atd.). Jež jsou typické pro divadlo.

Přestože je možné předváděnou fikci ve výkladu odlišit od jiných forem jednání pro vzdálené příjemce, je zřejmé, že v praxi televizní produkce může být někdy obtížné najít zřetelnou hranici mezi předváděnou fikcí a jednáním, jež v sobě prvek explicitní fikce neobsahuje. Materiál poskládaný po většině z rozhovorů, zpravodajských reportáží a dokumentárních záběrů je nakonec sestřihán a sestaven do audiovizuální konstrukce, která se v jistých ohledech liší od toho, jak události doopravdy probíhaly. Mnoho zprostředkovaných činností či událostí se děje či připravuje (aspoň zčásti) proto, aby je vysílala televize, takže se na jejich výsledné podobě podílí zaměření na nepřítomné publikum. Navíc existují některé typy pořadů, které se vysloveně snaží zaměřit hranice mezi fikcí a faktem, jako je třeba „hraný dokument“, kdy ve vyprávění údajně pravdivého příběhu vystupují herci a může být použita částečně smyšlená zápleтка. Nezřetelná a pohyblivá hranice mezi fikcí a faktem ve sféře televizního vysílání je jevem, který klade otázky hodné pozornosti, ty však v tuto chvíli nejsou hlavním předmětem mého zájmu. Mým cílem je spíše probrat některé způsoby, jež mohou lidé zapojení do vztahů nastolených zprostředkovanou kvaziinterakcí využít, když vyvíjejí činnost určenou příjemcům na vzdálených místech.

Jednání na dálku (2): jednání příjemců ve vzdálených kontextech

Stejně jako vývoj komunikačních médií vytváří nové formy jednání pro vzdálené příjemce (jednání „na dálku“), dává také vzniknout novým druhům „reaktivních činností“, tedy receptivního jednání příjemců, jež se odehrává v kontextech vzdálených od kontextů produkce. Díky časoprostorové odlišnosti vyvolané médií mohou jednotlivci přijímat sdělení o jednání a událostech odehrávajících se na místech, která jsou pro ně vzdálená, a reagovat na ně. Zároveň jsou tyto reakce zbarveny dialogického charakteru interakce tváří v tvář a mohou se rozvinout směry, jež je obtížné sledovat a ovládat. Tím umožňují vznik nového typu zprostředkované neurčitosti, která může mít dalekosáhlé následky. Abychom toto téma mohli dále zpracovávat, musíme nejprve podrobněji probrat, jak je receptivní jednání společensky organizováno.

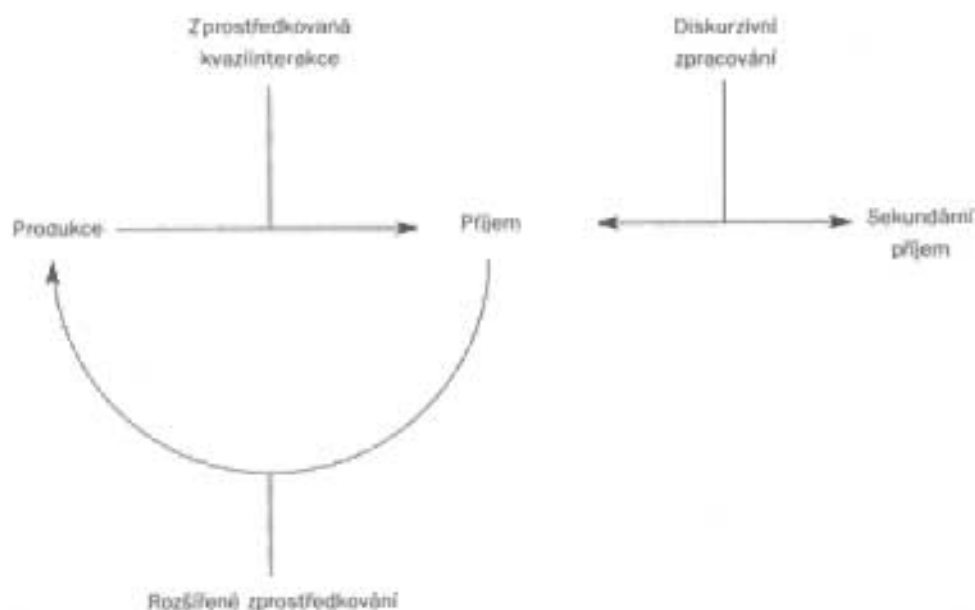
Příjem mediálních produktů se - jako všechny druhy jednání - odehrává v konkrétních časoprostorových kontextech. Na receptivním jednání příjemců mediálních sdělení je jedinečné to, že (a) časoprostorový kontext příjmu se neshoduje s časoprostorovým kontextem produkce a že (b) existuje velké množství časoprostorových kontextů příjmu, které se také neshodují. Přestože se spolu kontexty příjmu neshodují prostorově (a nemusí se v zásadě shodovat ani časově), přece mohou sdílet určité charakteristické znaky, jejichž výskyt a povaha závisí na použitém technickém médiu. V případě televize je například primární oblastí příjmu často (i když rozhodně ne vždy) určitá místnost uvnitř domácnosti. Tato primární oblast bývá namnoze oddělena od periferních oblastí téže domácnosti, a to pomocí fyzických překážek, jako jsou

stěny a dveře. Vztah mezi primárními oblastmi a periferními oblastmi ale není v kontextu příjmu týž, jako je vztah mezi předními a zadními liniemi v oblasti produkce nebo při interakci tváří v tvář. Příjemci se totiž neúčastní televizní kvaziinterakce stejným způsobem jako podavatelé, a tudíž ani nepotřebují s ohledem na charakter kvaziinterakce stejným způsobem zvládat vlastní sebe prezentaci. To, že jsou určité oblasti a typy chování v kvaziinterakci příjemce nepřipustné, je dáno jinými důvody – například snahou snížit na minimum vyrušování či přerušování nebo snahou zvládnout vlastní prezentaci v interakci tváří v tvář, která probíhá mezi příjemci v rámci primární oblasti příjmu.

Jelikož příjemci v zásadě nemohou zareagovat přímo směrem k podavatelům, podoba jejich responzivního jednání není součástí kvaziinterakce jako takové. Pokud příjemci reagují na jednání či výroky podavatelů, činí tak v zásadě tím, že pronášejí příspěvky patřící do jiných interakcí, jichž se účastní, jako jsou kupříkladu interakce mezi příjemci shromážděnými před televizní obrazovkou. Mediální sdělení tak prodělávají proces, pro který jsem si zavedl označení „diskurzivní zpracování“ (discursive elaboration): jsou propracovávány, dotahovány, kritizovány, chváleny a komentovány příjemci, kteří se těchto sdělení zmocní jako předmětu debaty s ostatními. Do procesu diskurzivního zpracování mohou být zapojeni i jedinci, kteří se zprostředkované kvaziinterakce neúčastnili – například mohou lidé popisovat, co viděli v televizi, svým přátelům, kteří se na daný pořad neřídili. Mediální sdělení tak mohou dodatečně získat publikum složené ze sekundárních příjemců, již se samotné zprostředkované interakce nezúčastnili, ale kteří prostřednictvím interakce tváří v tvář s primárními příjemci přijali nějakou verzi původního sdělení za svou.

Ve světě charakterizovaném výskytem mnoha různých podob mediálního přenosu je také naprosto běžné, že mediální organizace zachycují mediální sdělení vyprodukovaná jinými organizacemi a začleňují je do nových mediálních sdělení – tento proces bychom mohli popsat jako „rozšířené zprostředkování“. Média vykazují poměrně vysoký stupeň schopnosti odkazovat k sobě navzájem (self-referentiality) v tom smyslu, že v mediálních sděleních se zcela běžně odkazuje na jiná mediální sdělení nebo na události, o nichž se v těchto sděleních referuje. Například ranní tisk může přinést zprávu o tom, co prohlásil některý člen vlády v televizním rozhovoru – v rozhovoru, v němž ministr komentoval nějakou událost, o níž média už dříve informovala, a tak pořad do kola. Člověka, který nesledoval rozhovor ani neslyšel původní zprávu o události, čekají další příležitosti, při nichž se bude moci o celé záležitosti něco dozvědět, a to buď z jiné zprostředkované interakce, nebo z interakce tváří v tvář s jedinci, kteří příslušná sdělení sledovali. Ti, kdo měli možnost shlédnout rozhovor nebo znají původní sdělení, navíc dostanou příležitost přesvědčit se, zda událost nebo ministrův komentář pochopili správně, a to při čtení příslušné novinové zprávy nebo při prodiskutovávání nejruznějších událostí a sdělení s ostatními.

Schéma 3.4 zachycuje některé z možných způsobů, jimiž se proces přijímání mediálních sdělení může rozšířit za původní příjem v rámci primární příjmové oblasti zprostředkovaných sdělení. Pro označení tohoto rozšířeného procesu přijímání sdělení používám pojem „přisvojování“ (appropriation). Jak jsem již vysvětlil v jedné z předcházejících kapitol, „přisvojit si“ znamená „přijmout za své“ něco, co bylo do té doby nepřátelské nebo cizí. Znamená to najít k tomu vztah a začlenit to do vlastního života. Jedinci v tomto procesu sahají ke svým všeobecným znalostem, předpokla-



dům, osvojeným dovednostem a všem dostupným zdrojům. Tyto společenské dispozice (social attributes) jsou klíčovými prvky uplatňujícími se v celém procesu přisvojování, jenž začíná prvotním příjmem mediálních sdělení, ale – jak jsme viděli – lífi se daleko za něj, zahrnuje další kontexty, další jedince i další sdělení, jež jsou s původně přijatými sděleními nejrůznějšími způsoby propletena.

Rozdílné kontexty příjmu mohou sice mít určité společné znaky, je ale třeba zdůraznit, že společenské dispozice, které jedinci přinášejí do těchto kontextů, nejsou ve všech případech stejné. Ve zprostředkované kvaziinterakci jsou sdělení dostupná prakticky neomezenému počtu příjemců vzdálených od sebe v prostoru (a možná i v čase), a proto je daleko pravděpodobnější, že jednotlivci vnášejí do příjmu sdělení daleko rozdílnější společenské dispozice než při interakci tváří v tvář. V případě interakce tváří v tvář se navíc rozdíly ve společenské dispozici jednotlivých účastníků odrazí přímo v průběhu interakce samé – například tím, že někteří jedinci se živě a snadno účastní konverzace, zatímco jiní váhají nebo mlčí. Naproti tomu v případě zprostředkované kvaziinterakce se rozdíly ve společenských dispozicích příjemců neodrážejí v průběhu zprostředkované kvaziinterakce jako takové (kromě případů, kdy se sami podavatelé snaží brát tyto rozdíly v úvahu – například když používají jazyk, který je přijatelný a srozumitelný pro široké spektrum příjemců). Sociální rozdíly mezi příjemci ovlivňují především to, jaký vztah si příjemci vytvoří k přijímaným sdělením, jak jim porozumí, jak je ocení, jak si je vyloží a začlení do svých životů. Na přisvojování zprostředkovaných sdělení musíme proto nahlížet jako na neustále probíhající a sociálně diferencovanou

vaný proces, který závisí na obsahu přijatých sdělení, na jejich diskurzivním zpracování mezi příjemci a dalšími lidmi, a konečně na sociálních dispozicích jednotlivců, kteří sdělení přijímají.

Procesy přijímání a přisvojování mediálních sdělení jsou vlastně způsoby, jak reagovat na časově a prostorově vzdálené jedince. Tyto procesy zahrnují osoby zapojené do nejrozmanitějších činností (sledování televize, poslech, čtení, diskutování atd.), jež jsou podněcovány činností lidí nacházejících se na vzdálených místech. V mnoha případech se jednání příjemců rozvíjí způsoby, které se od sebe liší a vzájemně spolu ani v nejmenším nesouvisejí, neboť odrážejí rozdílnost kontextů, v nichž jsou sdělení přijímána. Je však také naprosto zřejmé, že v některých případech může jednání na dálku přenášené médii, jako je například televize, způsobit to, co nazvu *sladěné formy responzivního jednání*. To znamená, že příjemci nějakého sdělení mohou reagovat stejným či podobným způsobem a že mohou být k takovému jednání dokonce otevřeně vedeni, ať už nějakým aspektem samotného zprostředkovaného sdělení, nebo relativně nezávislým činitelem působícím v kontextu příjmu. Teď si probereme některé příklady toho, jak může k takové sladěné formě jednání dojít.

Jeden typ sladěného jednání nastává ve chvíli, kdy jedinci reagují podobně na mediované jednání, prohlášení nebo události, přestože se nalézají v různých kontextech a neprobíhá mezi nimi žádná komunikace ani koordinace. Takovou situaci můžeme považovat za sladěné, leč nekoordinované responzivní jednání. Za příklad nám může posloužit jednání jednotlivců, kteří se prostřednictvím médií dověděli, že se k určitému datu bude zvyšovat daň z obrátu, a zareagovali zvýšením nákupem, v jehož důsledku nakonec došlo k masivní vlně zvyšování maloobchodních cen. Takový jev je výsledkem zjevného a značně nekoordinovaného jednání jednotlivců, kteří reagují podobným způsobem na sdělení, jež bylo součástí zpravodajství. V praxi ale většina sladěného jednání v zásadě obsahuje jistou míru koordinace, která vychází z diskurzivního zpracování a rozšířeného zprostředkování. Příjemci sdělení zprostředkovaných médií zpravidla prodiskutovávají tyto zprávy s ostatními lidmi ze svého nejbližšího společenského okolí a názory a chování ostatních mohou ovlivnit jejich vlastní chování. Jistý stupeň koordinace navíc zajišťují i sama média. Ta mohou například jedince povzbuzovat k nákupu zboží předpověďmi či úvahami o zvýšení maloobchodních cen nebo zprávami o tom, že zvyšování cen už v podstatě nastává (to je vlastně mediální verze „spirály mlčení“, respektive potřeby či touhy jít s proudem, neboli tzv. „bandwagon effect“). V takových případech je pak sladěné responzivní jednání do jisté míry bezděčným důsledkem zveřejněné zprávy nebo vytrvalého proudu komentářů, které dané sdělení mezitím vyvolalo.

Tento druh sladěného jednání můžeme odlišit od jednání, v němž jednotlivci reagují shodným či podobným způsobem na určité symbolické prostředky, jejichž nezastřeným cílem je koordinovat reakce příjemců. Význam a důležitost těchto prostředků vyvěrá částečně ze zvláštní povahy zprostředkované kvaziinterakce. Na rozdíl od účastníků komunikujících tváří v tvář nemohou podavatelé sdělení zprostředkovaných médií přímo zaznamenávat reakce a upravovat ve světle této zpětné vazby své vlastní počínání. Příjemci nejsou navíc na jednom místě, a tudíž nemohou sledovat reakce ostatních příjemců (kromě těch, s nimiž jsou v bezprostředním styku) a měnit podle toho své chování. Za těchto okolností mohou podavatelé využívat celou řadu symbolických prostředků, jejichž posláním je vyvolat u nepřítomných příjemců shodné či po-

dobné reakce. Pro tuto skutečnost budu používat označení „mechanismy pro cílevědomou koordinaci responzivního jednání příjemců“. Všeobecně známým příkladem takového mechanismu je používání předtočených sekvencí diváckého smíchu v televizních situačních komediích. Simulování reakcí publika v klíčových fázích děje předtočenými sekvencemi smíchu slouží jako sluchový podnět, jehož posláním je vyvolat podobné responzivní jednání i u nepřítomných příjemců. Jako mechanismu cílevědomé koordinace responzivního chování příjemců je možné využít publikum přítomné ve studiu, o němž již byla řeč dříve. Pokud je v přední linii sféry produkce přítomno „živé“ obecenstvo, příjemci mohou vidět, jak ostatní (ovšem velmi pečlivě vybraní ostatní) reagují na rozhodující účastníky komunikace, a mohou mít dokonce pocit, že jsou součástí jakéhosi širokého publika, na jehož reakcích se podílejí.

Užití mechanismů pro cílevědomou koordinaci responzivního jednání příjemců pochopitelně nemusí vždycky skutečně vést ke sladěnému responzivnímu jednání. Už samotná struktura zprostředkované kvaziinterakce je svou podstatou taková, že podavatelé nemohou přímo sledovat, jak lidé jejich sdělení přijmou, a nemohou také své jednání upravit, aby si zajistili žádanou odezvu. Sdělení může k určitému responzivnímu jednání příjemce navádět, ale nemůže je ovládat ani povahu jejich reakcí určovat. Děje se to právě a výhradně proto, že responzivní jednání příjemců není součástí vzájemné interakce s podavatelem, nýbrž novým souborem činností, které patří do celé škály rozmanitých kontextů, jež se od sebe liší obrovskou pestrostí schopností, očekávání a priorit, jichž se příjemci zprostředkovaných sdělení v procesu přijmu zmocňují.

Pojďme si probrat třetí formu sladěného responzivního jednání. Tento typ vyžaduje jistý stupeň organizace a koordinace uvnitř kontextů, v nichž dochází k přijmu. Jedná se o nejružnější typy kolektivního jednání, které jsou stimulovány a přizívány mediálními výjevy, činnostmi a prohlášeními. Tyto typy kolektivního jednání se mohou pohybovat od poměrně nesourodého shluku jednotlivců, kteří si počínají podobným nebo alespoň do jisté míry se sblížujícím způsobem na jedné straně až po dobře organizovaná společenská hnutí s jasně formulovanými cíli na straně druhé. Ve většině případů těží takové projevy kolektivního jednání podporu z široké škály zdrojů. Úloha médií je jedním z celé řady prvků, které sladěné jednání jednotlivců vyvolávají a udržují. Lze však jen stěží pochybovat o tom, že v některých případech média sehrála (a i nadále sehrává) velmi důležitou roli, a že kdyby mediální zprostředkované výjevy a informace neměli příjemci k dispozici, konkrétní kolektivní jednání by se bývalo nikdy nerozvinulo takovým způsobem, do takové míry a s takovou rychlostí.

Je velmi pravděpodobné, že bohaté a sugestivní zpravodajství o vietnamské válce bylo alespoň zčásti odpovědné za to, jakou sílu a jakou míru vnitřního sladění mělo uchdejší protiválečné hnutí.¹⁵ Vietnamská válka byla prvním velkým americkým vojenským zásahem v zámoří, který televize podrobně zpravodajsky zpracovávala. Přesvědčivé záběry napalmových útoků, zranění vojáci a civilisté, křičící děti a vystrašení uprchlíci, stejně jako reportáže o amerických vojenských neúspěších a stoupajícím počtu obětí,

¹⁵ Tím nemá být pochopitelně řečeno, že mediální pokrytí a protiválečné hnutí byly rozhodující důvody, jež vedly k posunu politiky americké vlády vůči válce samotné. Ani tím nemá být řečeno, že mediální pokrytí válečných událostí vedlo k tomu, že Spojené státy „tuhle válku přejely“ – jak po léta naznačovala celá řada komentátorů. Existuje dost dobrých důvodů, proč je možné o takových tvrzeních a náznacích pochybovat. Je například zřejmé, že přinejmenším v období do americké

to víc jen podporovalo spory uvnitř Spojených států o legitimitě intervence. Díky tele vízi měli také lidé příhodně po ruce potřebné důvody k protestům. Není proto divu, že se pod dojmem vietnamské zkušenosti snaží vojenské síly ve Spojených státech i jinde na světě vykonávat nad mediálním pokrytím ozbrojených konfliktů a střetů mnohem větší kontrolu než dříve. Během války v Perském zálivu zavedly vojenské úřady pro no vináfe striktní směrnice a velmi přísně řídily přístup na frontu.¹⁶⁾ Reportáže připravené a vysílané jedním z mála západních korespondentů v Bagdádu - Peterem Arnettem ze CNN - Bushova vláda odmítala. Značné úsilí vynaložené na ovládnutí mediální prezentace války svědčí o skutečnosti, že ve věku médií a zvláště televize se války musí vést na dvou frontách: na bojišti a doma, kde jsou záběry bojišť a ztrát k dispozici lidem, na jejichž podpoře válečné úsilí v poslední instanci závisí. Jakkoliv mohou politické a vojenské instituce vysvětlovat své pokusy o ovládnutí médií logikou vojenského střetu (jako třeba, že potřebují zabránit vyjádření skutečnosti, které by ohrozily životy vojáků), přece si jsou moc dobře vědomy, že je v sázce mnohem více. Vědí, že mediované záběry a informace mají potenciální schopnost vyvolat jisté typy responzivního jednání, kritiku a nesouhlas, a to vše by mohlo oslabit vynakládané válečné úsilí.¹⁷⁾

Vlna revolučních zvratů ve východní Evropě v roce 1989 může posloužit jako další příklad toho, jak mediální sdělení dokáží stimulovat a podporovat kolektivní jednání jednotlivců, kteří se nalézají v oddělených kontextech. K oněm mimořádným událostem, které se odehrály v posledních třech měsících roku 1989, pochopitelně přispěla řada nejružnějších faktorů. Samotné události byly kumulovaným výsledkem mnoha let ekonomického ochabování a tvrdé politické kontroly a uspíšilo je mimo jiné i nové politické smýšlení reprezentované Michaiilem Gorbačovem. Je ale podle všeho nepravděpodobné, že by se události roku 1989 odehrály tak, jak nakonec proběhly - s tak obrovskou rychlostí, až se tajil dech, a s tak podobnými výsledky v různých zemích -, nebýt rozsáhlého a nepřetržitého mediálního pokrytí.¹⁸⁾ Televize zemí východní Evro-

ofenzivy. Jež byla zahájena během svátku vietnamského Nového roku (na přelomu ledna a února 1968), podporovalo zpravodajství amerických médií o Vietnamu velmi zřetelně americkou politiku a způsob, jakým si Spojené státy ve válce počínaly (viz Daniel C. Hallin: *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. Oxford a New York: Oxford University Press, 1986). Posun v televizním zobrazení války se začal projevovat právě během zmíněné ofenzivy. Je ale podle všeho dost pravděpodobné, že tento posun nebyl ani tak vyvolán tím, že by sama vysílací média zaujala k válečnému dění nevstřícné stanovisko, jako spíš tím, že sama vláda začala být v otázce válečného konfliktu vnitřně rozdělená. Jak poznamenává Hallin, „televize jde po většinu času s proudem, místo aby sama stála v čele a určovala směr: až když začala být zřejmé, že konsenzus už nějakou dobu neexistuje a shoda je ve psí, začala obracet i televizní zpravodajství. A když už se k tomu odhodlalo, obrátilo se jen natolik, nakolik bylo nezbytné třeba“ (s. 163).

¹⁶⁾ Pro podrobný rozbor mediálního pokrytí války v Perském zálivu viz: Douglas Kellner: *The Persian Gulf TV War*. Boulder, Colo.: Westview Press 1992. Viz též Bruce Cumings: *War and Television*. London: Verso, 1992, kap. 4.

¹⁷⁾ *Tak třeba na začátku války v Perském zálivu nálezal Pat Buchanan, vedoucí odboru pro komunikaci bývalého prezidenta Reagana, na Bushovu vládu a Pentagon, aby se snažily dosáhnout toho, že se na obrazovkách neobjeví krev: „Doposud jsme byli ušetřeni pohledu na obrázky masakrů, které způsobily naše vzdušné údery. Když v tom budeme pokračovat, nebude na tom nic špatného. Za druhé světové války jsme také nijak netrpěli tím, že jsme nemohli sledovat v přímém přenosu hrůzy Guadalcanalu, Anzla a Normandie“ (New York Post, citováno podle The Guardian z 24. ledna 1991).*

¹⁸⁾ Pro poučenou diskusi o roli médií ve vlně převratů roku 1989 viz Delirda Boden: „Reinventing the Global Village: Communication and the Revolutions of 1989“. In: Anthony Giddens (ed.): *Human Societies: An Introductory Reader in Sociology*. Cambridge: Polity Press, 1992, s. 327-331.

py nejenže nabídly tamním obyvatelům množství záběrů Západu, jež vypovídaly o zcela odlišných životních podmínkách, než na jaké byli Východoevropané zvyklí, ale navíc jim přinášely prakticky nepřetržitý tok reportáží o tom, co se děje v sousedních státech, jakož i v sousedních městech či oblastech v jejich vlastní zemi. Obyvatelé tehdejšího východního Německa měli už dlouho předtím možnost sledovat vysílání západoněmecké televize, takže záběry zachycující zástupy uprchlíků, kteří proudí na velvyslanectví v Praze a Budapešti, posléze jsou převáženi na Západ a tam přijímáni jako hrdinové, těžko mohly mít ve východním Německu jiný než bouřlivý ohlas. A když v noci 9. listopadu 1989 padla Berlínská zeď, byly záběry mladých lidí, jak se radují a oslavují pod Brandenburskou bránou a strhávají zeď krumpáči, živě vysílány po celém světě.

V Československu silil tlak na politickou změnu v průběhu října a listopadu. Když policie 17. listopadu v Praze brutálně potlačila masovou demonstraci, zahraniční televizní štáby byly po ruce a mohly celou událost natočit. Záběry byly následně odvysílány - za velkého rozjívění - i v samotném Československu. Dokonce i v Rumunsku, kde stát ovládal a velmi přísně kontroloval veškerá média, se měli lidé možnost dovidat o dramatických změnách, k nimž docházelo v celé východní Evropě, jakož i v jejich vlastní zemi - stačilo, aby si naladili rozhlasové a televizní vysílání ze Sovětského svazu, Maďarska či Jugoslávie. Jak se konflikt v Rumunsku přirostoval, ovládnutí televizního vysílání se stalo klíčovým bodem střetu. Když byli manželé Ceaușescuovi nakonec zatčeni, odsouzeni vojenským soudem k trestu smrti a zastřeleni popravčí četou, televize natočila záběry jejich zhroutených mrtvých těl ležících u zdi provrtané kulkami a odvysílala je nejen užaslému rumunskému publiku, nýbrž po celém světě.

Tyto příklady mohou sloužit jako ilustrace toho, jak vývoj komunikačních médií, a zvláště televize, vnesl do společenského a politického života nový, životně důležitý prvek. Tím, že média dodávají lidem záběry a informace týkající se události z oblasti, které se nacházejí mimo jejich bezprostřední sociální prostředí, mohou podněcovat nebo posilovat takové typy kolektivního jednání, které je obtížné zvládat ustavenými mechanismy moci. Je pravděpodobné, že sladěné jednání raznemenané v ulicích Lipska, Berlína, Prahy, Temešváru, Bukurešti a jinde ve východní Evropě bylo - alespoň do jisté míry - stimulováno jednáním lidí vzájemně velmi vzdálených, jejichž cíle a tužby, výhry a prohry média předávala dále. Povaha moderních elektronických médií a dostupnost satelitního vysílání navíc umožňují přenášet záběry a informace na obrovské vzdálenosti s minimální časovou prodlevou. Lidé v Bukurešti se mohou dovědět o tom, co se děje v Temešváru, stejně rychle (nebo dokonce rychleji) jako jedinci v Temešváru samotném a události odvíjející se v Rumunsku mohli sledovat víceméně v tu chvíli, kdy se odehrávaly, miliony lidí na celém světě. Takže jednání a reakce podněcené médii mohou být navzájem vzdáleny prostorově, a přitom velmi úzce propojeny časově, a tím mohou vytvořit řetězec událostí, který překračuje hranice jednotlivých států a rychle se vymyká kontrole.

Sladěné responzivní jednání lze považovat za jev zdůrazňující skutečnost, že média se neomezují pouze na to, aby raznmenávala svědectví o sociálním prostředí - jež by vypadalo úplně stejně, kdyby u toho média nebyla. Spíše platí, že média jsou aktivně zapojena do ustavování sociálního prostředí. Tím, že poskytují obrázky a informace jednotlivcům navzájem od sebe vzdáleným, ovlivňují média podobu a průběh událos-

ti - a také nepochybně vytvářejí události, jež by bez jejich přítomnosti vůbec neproběhly. Lidé účastníci se těchto událostí si navíc mohou být dobře vědomi konstitutivní role médií. Vědí, že to, co řeknou do televize či do rozhlasu, uslyší tisíce či miliony dalších lidí, a tr budou moci na vyřčené slovo reagovat sladějším jednáním. Vědí také, že budou-li se dívat na televizi či budou-li poslouchat rozhlas, dovědí se - ať zdaleka ne v úplnosti - něco o tom, co se děje za hranicemi jejich bezprostředního sociálního prostředí, a mohou tyto informace použít k tomu, aby podle nich řídili svoje vlastní počínání. Vědí, že média ovládají tok výjevů a informací, a díky tomu sehrávají klíčovou úlohu v ovládnutí toku samotných událostí.

Každý konkrétní projev zprostředkované interakce je sice v zásadě jednosměrným tokem informací či komunikace, ale uvedené příklady sladěného responzivního jednání poukazují na skutečnost, že v reálném společenském životě jsou vzorce průběhu informačních toků mnohem složitější. V konkrétních společenských podmínkách totiž vedle sebe existuje celá řada komunikačních zdrojů a kanálů, takže se lidé snadno mohou ocitnout současně jak v roli podavatele, tak v roli příjemce. Tak kupříkladu politik, který se čas od času objeví v televizním vysílání, může pravidelně sledovat televizi, číst noviny atd. Podobné lidé, kteří jsou za normálních okolností v roli příjemců mediálních produktů, si mohou počínat tak, že se jejich jednání stane událostí přitažlivou pro televizi a zpětně vyvolá stejné mediálně přitažlivou reakci ostatních. Tímto způsobem se média bezprostředně podílejí na formování samotného pole interakce, v němž se různí jedinci a skupiny snaží prosadit své vlastní cíle a zájmy. Toto medií ustavené pole interakce ovšem není stejné jako situace interakce tváří v tvář, ve které se účastníci spolu přímo střetávají a podílejí se na dialogickém hovoru. Daleko spíše jde o nové pole, v němž se složité prolínají interakce tváří v tvář, zprostředkovaná interakce a zprostředkovaná kvaziinterakce. Je to pole, v němž účastníci využívají dostupných technických prostředků ke komunikaci s jinými, kteří jsou od nich vzdáleni a mohou je - ale také nemusí - pozorovat a poslouchat. Je to pole, v němž si lidé plánují směr svého dalšího jednání zčásti také na základě výjevů a informací, které získávají z médií. V tomto mediálním poli interakce pochopitelně existují jedinci, kteří mají k využívání médií ve svůj prospěch daleko více příležitosti než ostatní - mohou se například mnohem častěji vyskytovat v předních liniích sféry produkce a oslovovat tak jednotlivce, kteří jsou od nich fyzicky vzdáleni. Jak ale potvrdily bouřlivé události ve východní Evropě, tato výhoda vždycky nezaručuje, že tito jednotlivci dokáží udržet kontrolu nad vývojem událostí. Když uvážíme, že existují četné kanály mezinárodní komunikace, jež mohou jednotlivé národní vlády sotva omezovat, a že příjem mediálních sdělení je zcela jistě dosti nezávislý proces, který ani podavatelé nemohou tak zcela ovládat, pak je mediální pole interakce prostějším, v němž se mohou mocenské vztahy rychle, dramaticky a nepředvídatelně změnit. Vývoj médií tak pomohl vytvořit svět, ve kterém existující pole interakce dostávají globální rozměr a tempo sociálních změn se může zvyšovat díky rychlosti informačních toků.

Nárůst počtu komunikačních kanálů a informačních toků tak významnou měrou přispěl ke složitosti a nepředvídatelnosti stávajícího, už tak nesmírně složitého světa. Rozvoj médií vytvořil podmínky pro celou řadu typů jednání na dálku, umožnil jednotlivcům, aby svým jednáním oslovovali lidi na vzdálených místech, a umožnil těmto lidem, aby nekontrolovatelným způsobem reagovali na jednání a události odcházející

se daleko od nich. Tím dal rozvoj médií v moderním světě vzniknout novým druhům vzájemné provázanosti a vzájemné závislosti - jevům, jejichž hlavní charakteristické rysy a důsledky ještě zdaleka nedokážeme plně pochopit. V další kapitole proberu některé normativní souvislosti tohoto vývoje. Nejprve je ale třeba, abychom si podrobněji vložili některá témata, která s tím souvisejí.