

## Mediální studia mezi kritikou ideologie a kritikou informace

JAROMÍR VOLEK

### Abstract:

*The paper deals with the position of media studies between so called humanities and social sciences, respectively between old critical theory and nascent theory of technoculture. The article tries to suggest new tasks of media studies in the context of dynamic emergence of new information and communication technologies and their symbolic effects. Media studies are presented as a discipline capable of creating a reasoned discourse of the symbolic function of mediations, in other words, of the relation between two objects which belong to both the universe of techniques and of beliefs.*

Mediální studia jako akademická disciplína jsou z pohledu instucionálního, „katedrového“ zakotvení oborem relativně mladým, a to nejen v České republice. Samotné myšlení o médiích a jejich výzkum mají ale tradici mnohem delší a rozvíjely se již v první třetině minulého století, a to zvláště v rámci sociologie a psychologie.<sup>1</sup> Kritická reflexe individuální i společenské role masových médií tak neměla dlouho „svou disciplínu“ a rozvíjela se paralelně v rámci různých sociálních, humanitních, ale i technických oborů. Pokusy systematizovat poznání těchto mnohdy disparátních přístupů se dodnes odehrávají nejčastěji v rámci tzv. *teorie masové komunikace* (např. De Fleur, 1970; McQuail, 1999), která bývá nezdůvodněně chápána zjednodušeně jako ekvivalentní označení pro mediální studia. Ta ale nelze, navzdory jejich kořenům, redukovat pouze na sociologickou a psychologickou komunikační perspektivu či na pouhou reprodukci východisek zmíněných disciplín v rámci mediologického diskurzu. Záběr mediálních studií je širší a zahrnuje jak historickou reflexi působení masových médií, tak studium konstituování mediální kultury a její recepce. Jinými slovy tento obor reflektuje (či spíše měl by reflektovat) nejen vývoj mediální komunikace z pohledu **terciárních médií** (tzv. masová média, která umožňují oslovovat velké skupiny příjemců z centra – tisk, rozhlas, televize), ale i roli médií **primárních** (přirozený jazyk, nonverbální komunikace), **sekundárních** (technické prostředky umožňující překonávat časové a prostorové bariéry a usnadňující tak interpersonální komunikaci – telefon, telegraf), a **kvartárních** (tzv. síťová nebo digitální média, která kombinují možnosti předcházejících tří typů). Toto širší vymezení ale není sdíleno univerzálně. Stále spíše převažuje trend reflektovat

---

<sup>1</sup> Asi nejlépe ilustruje toto protomediologické období projekt výzkumu tištěných a elektronických médií realizovaný sociologem a sociálním psychologem Paulem Felixem Lazarsfeldem již před druhou světovou válkou na Kolumbijské univerzitě. Není bez zajímavosti, že i v prvorepublikovém Československu stáli u zrodu myšlení o médiích též zvláště sociologové – Arnošt Inocenc Bláha, Oskar Butter a Emanuel Chalupný.

více méně odděleně roli terciárních médií<sup>2</sup> či přesněji je zde patrná snaha redukovat výzkumné pole mediálních studií na aktuální chování médií – „tady a teď“, respektive na více méně pozitivistický popis kvantifikovatelných projevů médií a jejich konzumentů.<sup>3</sup> Jinými slovy, přestože se mediální studia etablovala v širším měřítku jako akademický obor již koncem sedmdesátých let minulého století, stále přetrvávají určité nejasnosti, kam tuto disciplínu zařadit v systému humanitních a sociálních věd, respektive co je předmětem jejího zájmu a jaké je její metodologické zázemí. Uvedené obtíže s definičním ukotvením dokládá i skutečnost, že v některých autoritativních slovnících, pokrývajících oblast komunikace a masové komunikace, heslo „mediální studia“ zcela chybí (např. *International Encyclopedia of Communications*, 1989; *Dictionary of Media and Communication Studies*, 2000; *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, 1995 atd.). V publikacích, které vyšly česky, se o velmi úspornou „definici“ tohoto oboru pokusili pouze Burton a Jiráček, kteří konstatují, že „studium médií je obor, který má k dispozici svůj soubor již ověřených poznatků a svůj rejstřík metod práce a výzkumu“ (Burton - Jiráček, 2001: 27-28).<sup>4</sup>

S jistou nadsázkou můžeme říci, že zřejmá neukotvenost mediálních studií souvisí i s tím, že v rámci různých oborů existuje řada pravděpodobných otců-zakladatelů tohoto oboru, ale žádný z nich se doposud neměl k tomu, aby svou paternitu přiznal. Mediální studia tak postrádají svého „Durkheima“, „Saussura“ či „Wundta“, respektive svůj „Kurs obecné mediologie“ či „Pravidla mediologické metody“.<sup>5</sup> Uvedená skutečnost má nepochybně svůj

---

<sup>2</sup> Jednu z mála výjimek představuje pokus o reflexi komunikačních médií francouzského sociologa Régise Debraye (1991, 1994, 2000). Ten ve své koncepci „mediologie“ pracuje s ideálně-typickým konstruktem *mediasféry*, kterou chápe primárně jako matici kulturní situace, respektive jako odraz podmínek přenosu sdělení, které jsou výrazně determinovány technickou úrovní dané kultury (Debray, 1994). Povaha každé mediasféry tak odpovídá danému prostoru a času, ale má značnou autonomii a v zásadě formuje charakteristiky přenosu sdělení (Debray, 1994: 40). Debray rozlišuje čtyři typy mediasfér: *logosféru* – systém, ve kterém má klíčový mocenský význam přenos sdělení prostřednictvím písma, *grafosféru* - charakterizovanou především technologií tisku, *videosféru* - formovanou audiovizuálními médii a *hypersféru*, která vychází z předchozí etapy a charakterizuje ji hypertextová forma komunikace, respektive formování sociotechnických sítí. Debray se ve svém projektu de facto pokouší zachytit vývoj mediální komunikace a její společenské efekty prostřednictvím historické komparace i syntézy klíčových prvků uvedených mediasfér.

<sup>3</sup> Tento přístup má tendenci redukovat roli mediálních studií na jakousi monitorovací funkci vycházející z ploše epiricistních, dekontextualizovaných popisů mediální krajiny, které se většinou opírají o metodu kvantitativní obsahové analýzy. V očích veřejnosti jsou tak mediální studia nezřídka ztotožňována s činností komerčních společností, které bez jakéhokoliv pokusu o kritickou reflexi dodávají na objednávku tzv. objektivní data o chování médií (je zde určitá analogie s redukcí sociologie na výzkum veřejného mínění). Pod rouškou této „objektivity“ a zdánlivé hodnotové neutrality jsou ovšem nezřídka vytvářeny jen „statistické artefakty“ a konstruovány moralizující „dojmologie“. Tato praxe se bohužel nevyhýbá ani některým univerzitním pracovištím.

<sup>4</sup> Uvedenou absenci alespoň částečně zacelí připravovaný původní český *Slovník mediální komunikace*, do kterého bylo heslo „mediální studia“ zařazeno.

<sup>5</sup> Tento zjevný hendikep mediálních studií jako samostatného oboru se někteří autoři pokoušejí poněkud účelově a především zkratkovitě odstranit tím, že spojují jejich vznik se jmény určitých teoretiků komunikace či škol, kteří se některými aspekty studia médií více či méně zabývali. Nejčastěji se v dané souvislosti objevují jména Marshalla McLuhana a Stuarta Halla, respektive tzv. Torontské a Birminghamské školy. Obě uvedené instituce

podíl na stále poněkud rozmazaných konturách mediálních studií, respektive na tom, že se tento obor jen obtížně vymaňuje z rámce starších či etablovanějších disciplín.

Dle našeho názoru se otevírá prostor pro jasnější profilaci mediálních studií zvláště v souvislosti se stále patrnější potřebou nové výkladové perspektivy, která by byla schopna reflektovat radikální sociotechnickou, komunikační proměnu pozdněmoderních společností. V tomto textu se proto pokusíme naznačit možné směřování mediálních studií v kontextu zmíněného nástupu nových informačních a komunikačních technologií. Budeme přitom vycházet ze dvou základních teoretických a metodologických sporů či nejasností, v jejichž rámci dochází ke krystalizaci či profilaci tohoto oboru. První se týká pozice mediálních studií mezi póly sociálních a humanitních věd. Druhý pak odráží proměnu sociotechnického prostředí a klade otázku po směřování tohoto oboru nacházejícího se dnes mezi *kritikou ideologie a kritikou informace*.

### **Mediální studia: humanitní, nebo sociální věda?<sup>6</sup>**

Obecně dnes panuje shoda v tom, že mediální studia jsou komunikační vědou, která se zabývá studiem povahy a vlivu medií na jedince a společnost. Určující charakteristikou tohoto oboru je především jeho interdisciplinární povaha, respektive snaha syntetizovat poznatky řady různých, vědeckých disciplín. Uvedený úkol na jednu stranu komplikuje přesnější vymezení a ukotvení mediálních studií a znamená tak určité ohrožení, že se tento mladý obor rozplyne v jiných, pevněji zakotvených disciplínách. Na straně druhé ovšem představuje

---

ani její klíčoví reprezentanti ovšem nikdy nejen nevystupovali jako představitelé oboru mediální studia, ale především se nepokoušeli vytvořit koherentní systém vědění o médiích. V Hallově případě platí, že mediální problematiku využívá jako jedno z tematických, výzkumných polí při promýšlení širšího projektu tzv. kulturních studií. Média přitom chápe spíše jako epifenomén dynamiky moderní společnosti než jako prvotního hybatele sociální reality, jak tomu bylo naopak u Marshalla McLuhana. Ani v jeho případě ale není možné mluvit o systematickém budování vědění o médiích či o rozvoji metodologie mediálních studií. Kanadský teoretik se v první řadě zabýval kulturními proměnami západní civilizace a plnil v dané souvislosti především roli inspirátora řady disciplín. Jeho přístup měl vždy blíže k poetické metodě intelektuální koláže než k systematické analýze. Nejpřesněji charakterizoval vlastní roli sám McLuhan, když se svým typickým stylem označil jako „an explorer rather than an explainer“. V obou případech tak můžeme mluvit spíše o inspiraci či jistém odkazu, který je nepochybně významný, ale neopravňuje k tomu, abychom mluvili o uvedených autorech jako zakladatelích oboru mediální studia.

<sup>6</sup> Odpověď na otázku, zda jsou mediální studia vědeckou disciplínou, je v kontextu euroamerických komunikačních studií více méně jednoznačná. Disponují jak antropologickou perspektivou, která reflektuje vztah člověka ke světu a k sobě samému, tak i poznávací perspektivou, jež odráží způsob systematizace vědeckého vědění chápaného jako soustava výpovědí, definic a pravidel jejich tvorby. V neposlední řadě můžeme v dané souvislosti hovořit i o sociálně-materiální perspektivě, jež vymezuje místo a úlohu dané disciplíny v kultuře. Vycházíme-li pak z toho, že vědu charakterizuje koexistence tří systémů: vědění, činnosti a institucí, které jsou propojeny metodou zakotvenou v systému vědění, lze konstatovat, že přes řadu existujících rozporů disponují mediální studia jak svébytnou oblastí bádání, tak institucemi, kde se vlastní vědecký provoz odehrává (akademie, univerzity) a nakonec i vlastní vědeckou produkcí. V oboru komunikačních a mediálních studií dnes existuje téměř 200 Ph.D. studijních programů, okolo třiceti relevantních odborných časopisů a okolo 6000 členů tří mezinárodních odborných společností.

interdisciplinární charakter mediálních studií velkou příležitostí reflektovat sociální realitu komplexněji než jak to činí tradiční sociální, humanitní i technické vědy, a to v situaci radikálních proměn kulturní krajiny, které s sebou přináší informační společnost, respektive kulturní a ekonomická globalizace médií. Do jisté míry tak tento přístup naplňuje představy o budoucím vývoji sociálních věd, respektive o potřebě rozvoje integrovaných výzkumných programů, jak jej naznačuje např. „Zpráva Gulbenkianovy komise o restrukturalizaci sociálních věd“ (Wallerstein et al., 1998).

Jak ukazuje schéma č. 1, mediální studia se dotýkají problematiky sociálních, humanitních i přírodních/technických disciplín<sup>7</sup>. Zatímco první dvě perspektivy se o ovládnutí diskurzu „studia médií“ více méně přetahují, některé technické vědy (především informatika) vstupují nepozorovaně do jejich hájemství. Je zřejmé, že širší záběr mediálních studií se vzpírá zařazení pouze do jedné z uvedených kategorií. Na jedné straně se zde setkáme jak s výzkumem publika či s analýzami ekonomického fungování médií, respektive s kvantitativním dotazníkovým výzkumem (survey), s obsahovou či ratingovou analýzou, tedy s tématy a metodami sociálních věd. Na straně druhé pak stojí pokusy o reflexi estetické dimenze mediálních obsahů, respektive snaha o kultivaci či výchovu mediálních konzumentů, která je typická spíše pro přístup humanitních věd. A v neposlední řadě je zde čistě technologický rozměr studia médií, který hraje stále důležitější roli, a to v souvislosti s nástupem nových informačních a komunikačních technologií.

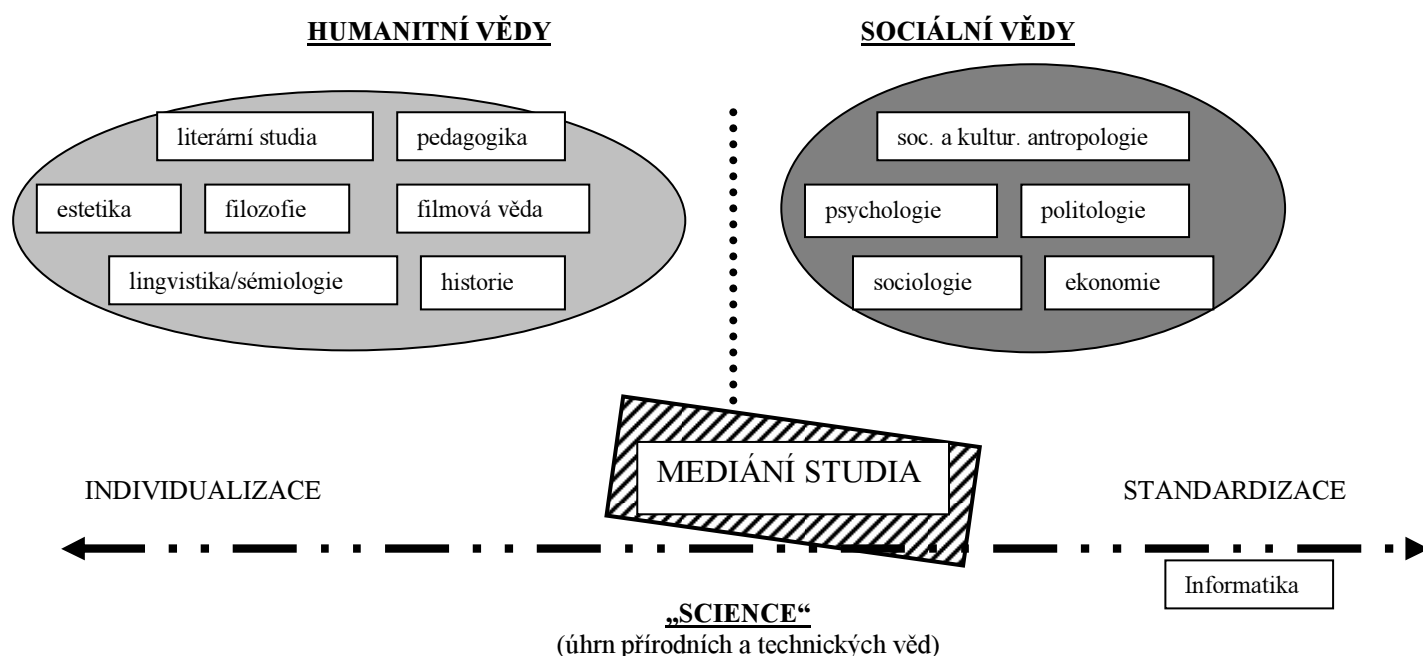
Je tedy zřejmé, že mediální studia se dnes více méně pokoušejí integrovat všechny tři uvedené oblasti, a jsou tudíž ve svém směřování značně rozkolísaná, což posiluje jejich definiční nestabilitu. Nedomníváme se ovšem, že uvedená interdisciplinarita je důkazem nedostatečné profilace či nezralosti oboru. Jde spíše o reakci na situaci stále komplexnější povahy sociální, či spíše sociotechnické reality, kterou se tento mladý obor pokouší reflektovat. Jinými slovy, interdisciplinární povaha mediálních studií předurčuje tento obor k tomu, aby se pokusil syntetizovat poznatky z oblasti sociálních a humanitních věd a neuzavíral se ani před zjištěními některých technických disciplín, zvláště informatiky. V nejobecnější rovině by se tak měla mediální studia soustředit na popis a analýzu procesu mediace či fungování komplexních mechanismů přenosu systémů idejí, a to jak v rovině

---

<sup>7</sup> Vycházíme zde z tradičního členění věd na *humanities* – literární vědy, literární historie, klasická filologie, filozofie, historie, které bývají zvláště v anglosaské tradici striktně oddělovány od věd sociálních. Významnou roli při studiu těchto disciplín hraje důraz na historický rozměr vědění a především jeho pojetí jako kultivace či výchovy. Naopak *social sciences* - vědy o člověku a společnosti (sociologie, psychologie, ekonomie) - kladou důraz na vysokou míru kvantifikovatelnosti a exaktnosti používaných metod. Ta je ovšem výrazně vyšší ve třetí kategorii - *science*, která v daném schématu představuje úhrn přírodních a technických věd.

diachronní, tak synchronní. Současně by se měla snažit identifikovat nezamýšlené důsledky tohoto sociotechnického procesu (srov. Volek, 2002).

### Schéma 1: Mediální studia v kontextu humanitních a sociálních věd<sup>8</sup>



Výzva, se kterou jsou dnes mediální studia konfrontována, se dle našeho názoru týká primárně otázek spojených s procesem zavádění nových komunikačních a informačních technologií. Prostor, který se v dané souvislosti otevírá interdisciplinární povaze mediálních studií, má povahu sociotechnického rozhraní, kde se sociální a estetické praxe setkávají s komunikačními technologiemi, respektive s technickými praxemi. Mediální studia by se v tomto smyslu měla pokusit reflektovat symbolické účinky zavádění a užívání nových komunikačních technologií, a to v prostoru, kde dochází k velmi dynamickému protnutí dvou univerz – světa komunikační technologie a světa každodenních kulturních praxí<sup>9</sup>. V dané souvislosti tak stojí tato mladá disciplína před otázkou zda uvedená sociotechnická konjunkce přináší zásadní sociální změnu, nebo zda jde jen o další extenzi starých principů industriálního kapitalismu. Jinými slovy, je třeba odpovědět na otázku jaká/é ideologie

<sup>8</sup> V uvedeném schématu nejde o exaktní, „metrické“ vymezení pozice mediálních studií, respektive jednotlivých disciplín, se kterými jsou v nejužších vztazích. Primárním cílem tohoto schématu bylo zachytit „trojjedinnost“ mediálních studií či napětí, ve kterém se tento obor nachází. Jinými slovy, jde o vymezení, které je flexibilní a samozřejmě počítá s tím, že jsou pracoviště, kde je více akcentována například historická perspektiva než přístup ekonomický či sociologický apod.

<sup>9</sup> V tomto pojetí tak již nelze redukovat médium na kanál, respektive na technologii, a to na úkor obsahu a kódu. Stejně tak je ale nepřijatelná sémiotická redukce média na kód, a to za cenu upozadění role prostředí, v rámci kterého se komunikace odehrává.

dominují novým informačním společnostem, respektive jak se z pohledu dané sociotechnické transformace pozdněmoderních společností proměnila distribuce moci.

Uvedené úkoly vymezují pozici mediálních studií mezi dvěma základními přístupy či teoretickými východisky. Na jedné straně stojí tradiční *kritika ideologie*, obracející se primárně k problémům spojeným s mocensko–manipulativní rolí médií v moderní společnosti, na straně druhé je pojetí, které nevidí výzkumné těžiště v oblasti mediálně komunikovaných ideologií, ale v samotném procesu konstrukce a recepce informace. Tento přístup bývá označován některými autory jako *kritika informace* (Lash, 2002).

### **Kritika ideologie: kritická sociální teorie a kritická teorie médií**

První perspektiva, kterou můžeme pracovníčně označit jako *ideologiekritik*, vychází z *kritické sociální teorie*, respektive z *kritické teorie médií*<sup>10</sup>, jež spojuje snaha identifikovat formy sociální a politické dominance a jejich důsledky. Oba přístupy se tak pokoušejí odpovědět na dvě základní otázky:

a/ Na základě jakých principů fungují jednotlivé typy ideologií?

b/ Prostřednictvím jakých ideologických/komunikačních strategií dochází k zakrývání vztahů sociální a politické oprese?<sup>11</sup>

Zatímco se kritická sociální teorie soustřeďuje obecně na širokou škálu sociálních praxí (včetně praxí mediálních), kritická teorie médií se pokouší reflektovat roli médií v procesu produkce a reprodukce mocenských struktur. Klade si tak otázku, do jaké míry a jakým způsobem masová média poskytují ideologickou službu dominantním společenským skupinám. Podle kritické sociální teorie není ideologické začlenění neprivilegovaných sociálních skupin do kapitalistického systému jedinou a nezbytnou podmínkou reprodukce vztahů dominance. Kritická teorie médií naopak vychází z toho, že jsou to právě mediálně

---

<sup>10</sup> Do kategorie „kritická teorie médií“ bývá zahrnován jak přístup reprezentovaný tzv. kulturními studiemi, tak i perspektiva politické ekonomie médií a strukturalistická teorie médií, která vedle marxistických a neomarxistických inspirací vychází i ze sémiotiky a lacanovské psychoanalýzy. Uvedené přístupy reflektují mediální kulturu z výrazně interdisciplinárních pozic a snaží se zasadit danou problematiku do kontextu společenských, ekonomických a politických souvislostí. Kulturu přitom chápou jako způsob ideologické reprodukce.

<sup>11</sup> Například Hall (1977) se domnívá, že média jsou významnou součástí procesu, který označuje jako „zastírání–fragmentace–sjednocení“ a jenž se podílí na vytváření souhlasu nedominantních společenských skupin se svou pozicí. V dané souvislosti tak můžeme hovořit o třech těsně provázaných ideologických strategiích, které se vzájemně podporují:

a/ reprezentace partikulárních zájmů jako zájmů univerzálních;

b/ popření existence sociálních antagonismů nebo jejich transformace;

c/ naturalizace statu quo: reifikace.

Uvedené ideologicko-komunikační mechanismy můžeme nalézt například v mediální univerzalizaci forem „zákona a pořádku“, která se nezřídka promítá do kriminalizace různých sociálních skupin. Jinou ilustrací jsou

komunikované ideologie, které zaujímají centrální místo v procesu sociopolitické reprodukce moderních společností. Připisuje tak masovým médiím roli klíčových nástrojů hegemonních „strategií souhlasu“, či potlačení. Jinými slovy, v této perspektivě má „mediální jednota v mnohosti“ jednoznačně ideologickou povahu, a to bez ohledu na deklarovanou svobodu volby mediálních konzumentů, která zdánlivě vyplývá z neustálých střetů jednotlivých mediálních diskurzů, permanentně se proměňujících v čase i v prostoru. Podle kritické teorie médií se tak na pozadí více či méně svobodné produkce i recepce mediálních obsahů realizuje, většinou nepozorovaně, ale především nevyhnutelně, dílo dominantní ideologie.

Pro kritickou teorii médií jako ideologiekritik mají stále klíčový význam východiska první generace Frankfurtské školy sociálněvědné a teze Birminghamské školy pro současná kulturní studia.<sup>12</sup> S jistou mírou zjednodušení můžeme říci, že obě perspektivy považují za klíčovou vlastnost médií jejich schopnost legitimovat status quo, respektive posilovat stávající podobu distribuce moci, a to prostřednictvím efektivní produkce a distribuce dominantních ideologií.

---

ideologické formy reifikace rodových a rasových forem dominance, které jsou zvláště v televizní produkci (v zábavě i v reklamě) velmi efektivně zakrývány.

<sup>12</sup> Frankfurtskou i birminghamskou teorii spojuje interdisciplinární přístup, který vychází z předpokladu, že kultura musí být analyzována v rámci sociálních vztahů, respektive v systému, kde je produkována a konzumována. Frankfurtská teoretická skupina si de facto jako jedni z prvních povšimla významu tzv. kulturních průmyslů při reprodukci moderních společností, respektive role masových médií jako klíčových institucí ekonomického a politického života. Unikátnost této koncepce spočívá především v kritické reflexi symbiotického propojení kapitálu, technologie, kultury a každodennosti. Frankfurtská perspektiva, podobně jako birminghamská, vychází z předpokladu, že masová kultura sehrála klíčovou roli při integraci dělnické třídy do existujících kapitalistických společností, respektive že mediální kultura se podílí na formování nové podoby kapitalistické hegemonie. Obě školy tak podávají svědectví o selhání marxistického projektu sociální revoluce. V tomto smyslu se dnes jeví frankfurtský a birminghamský přístup k problematice kulturního průmyslu, respektive populární kultury jako názorově blízký. V řadě dalších ohledů jsou ale východiska obou koncepcí protichůdná. Frankfurtská analýza kulturních průmyslů a jejich ideologického potenciálu především nerozpracovala dostatečně mechanismus, jakým jsou konstruovány sociální významy, které mohou sloužit dominantním zájmům, a současně postrádá tento přístup i vlastní teorii konstrukce subjektivity. Obě tyto slabiny se právě birminghamský projekt pokusil odstranit prostřednictvím syntézy základních východisek komunikační teorie, sémiologie a sociologie s cílem vytvořit model komunikačního procesu a jeho fungování v sociálním kontextu. Klíčový představitel Birminghamské školy Stuart Hall na jedné straně připouští, že mediální obsahy jsou kódovány v dominantním rámci globální ideologie, a to mediálními profesionály, kteří operují v rámci hegemonního řádu a generují sdělení spojená s politickými a ekonomickými elitami, respektive s jejich zájmy (Hall, 1982). Na straně druhé ovšem Hall odmítl marxistickou představu o tom, že publikum může zpracovávat sdělení pouze v rámci falešného vědomí dominantního rámce, ale domnívá se, že zde existuje jakási „omezená svoboda“ volby. Uvedený přístup se tak soustřeďuje na mechanismy prostřednictvím kterých dokáže publikum různé mediálně komunikované ideologie přečíst a transformovat. Hall se zde jednoznačně přiklání k možnosti aktivní role diváků při konzumaci, produkci a textové organizaci mediálních obsahů. Ideologie se tak nejeví jako pevné kategorie a mediální výstup má vždy polysémickou povahu, tzn. že je potenciálně otevřený různým interpretacím. Jinými slovy, na rozdíl od představitelů první generace Frankfurtské školy kladli birminghamská teoretická skupina důraz na emancipativní potenciál masového publika, které bylo stoupenci kritické teorie považováno za naprosto pasivní.

Kritická teorie médií se tak v polovině minulého století soustředila primárně na otázky spojené s ideologickou povahou masových médií a vycházela přitom ze tří následujících, vzájemně propojených předpokladů:

a/ ideologie je nezbytným nástrojem reprodukce kapitalistických společností, respektive reprodukce struktur dominance;

b/ mediální výstupy jsou vždy do jisté míry ideologicky efektivní;

c/ výstup masových médií je do té míry ideologický, do jaké podporuje zájmy dominantních společenských skupin.

Kritická teorie médií tak nabízí následující typy výkladu fungování mediálních ideologií. První vychází z toho, že propojení mezi reprezentanty dominantních společenských skupin a mediálními vlastníky, respektive mediálními tvůrci, umožňuje přímou prezentaci názorů elit, a to jak např. ve zpravodajství, tak i v televizní zábavě.

Druhý výklad upozorňuje na skutečnost, že explicitní vyjádření dominantních zájmů vychází ze základní ideologické struktury, která je mediálními tvůrci přijímána jako samozřejmá, a dochází tak de facto k její neuvědomované reprodukci.

Třetí výklad pak ukazuje, jak podreprezentace opozičních názorů a jejich zkreslování umožňují pacifikovat tyto názory v rámci struktury dominantního diskurzu.

Uvedené přístupy více méně potvrzují koncepci, která předpokládá, že moderní kapitalistické společnosti se reprodukují prostřednictvím dominantních ideologií. Je ale třeba upozornit na skutečnost, že toto vysvětlení mechanismu sociální reprodukce z povahy dominantní ideologie nepřijali všichni marxističtí či neomarxističtí teoretici. Mezi námitkami<sup>13</sup> vůči tomuto pojetí hraje klíčovou roli koncepce, která upozorňuje na skutečnost že se reprodukce dominantního sociálního řádu odehrává principiálně skrze jiné než ideologické nástroje. Řada teoretiků (např. Hall, 1977, 1980; Abercrombie, Hill, Turner, 1980) poukazuje přitom na skutečnost, že masová média jsou součástí procesu „materiálních účinků“, které se podílejí na reprodukci společnosti podstatnějším způsobem než velká ideologická vyprávění. Zpochybňují tak klíčový předpoklad kritické teorie médií, že mediální moc je primárně ideologická a že skrze tuto ideologii média legitimují a reprodukují všechny formy dominance. Jinými slovy, od počátku osmdesátých let minulého století se stále jasněji ukazuje, že kritická teorie médií podcenila moc a význam materiálních sil a přecenila moc

---

<sup>13</sup> Klíčové námitky vůči tomuto pojetí můžeme shrnout v následujících bodech:

a/ je velmi obtížné přesně vymezit obsah dominantní ideologie;

b/ zisk, který mají příslušníci dominantní třídy z vládnoucí ideologie, není často výsledkem jejich intencionálních aktivit;

c/ je těžké identifikovat míru ideologického začlenění nedominantních společenských vrstev do dominantní ideologie;



ideologickou. Uvedenou skutečnost dokládá i řada empirických studií zabývajících se dekódováním ideologií (např. McQuail, 1977; Morley, 1980).

Přes uvedenou kritiku představuje „ideologická komponenta“ v rámci kritické teorie médií stále významnou perspektivu, umožňující efektivní reflexi chování médií v určitých sociopolitických podmínkách, respektive v rámci specifického ekonomického režimu monopolního kapitalismu. Ideologiekritik jako syntetické označení jednotlivých kritických přístupů nabízí stále plauzibilní model fungování vysoce komercializované, technologicky pokročilé kultury, která slouží potřebám dominantních korporací a současně posiluje status quo prostřednictvím reprodukce dominantní ideologie.

Současně je ale třeba konstatovat, že „ideologiekritik“ v jistém smyslu zavedla kritickou teorii médií do slepé uličky, jelikož nebyla schopna reflektovat jak proměnu materiální povahy života v pozdněmoderních společnostech, tak samotnou transformaci každodenní povahy „materiálních účinků“ masových médií. Sociotechnická proměna těchto společností tak de facto stále čeká na nové výkladové schéma. V tomto smyslu se otevírá prostor pro reflexi vztahů mezi společnostmi jako totalitou a žitou zkušeností individuů, a to v kontextu nástupu nových informačních a komunikačních technologií.

### **Kritika informace: technokulturní teorie informační společnosti**

Uvedená sociotechnická proměna vede podle řady autorů k transformaci ideologických forem moci do moci informační, jež postupně vytěšňuje narativní a diskurzivní vědění. Nezamýšleným důsledkem tohoto procesu je skutečnost, že realizace mocenských praxí v informační společnosti již není jednoznačně ve vleku procesu komodifikace, jelikož se rozpadá tradiční vazba moci na vlastnictví jako prostředek k realizaci produkce. Podle této koncepce, stojící v ostré opozici vůči ideologiekritik, přestává být v posledním dvacetiletí symbolická moc primárně ideologickou, ale stává se mocí informační. Odlišnost obou typů moci lze ve zkratce vyjádřit následujícím způsobem.

Starý manufakturní kapitalismus byl charakterizován rozporem či napětím mezi užitnou a směnnou hodnotou, respektive mezi substantiální a účelovou racionalitou. Užitná hodnota zde reprezentovala prostor *transcendentálního* (substantivního/praktického rozumu) a směnná hodnota sféru *empirického* (instrumentální racionality). Tradiční koncepce ideologiekritik se tak soustředovala primárně na téma směnné hodnoty, respektive na kritiku komodifikace. Vycházela přitom z předpokladu, že ideologie si vždy činí nárok na univerzální

---

d/ řada studií ukazuje, že empirická evidence ideologické efektivity médií je velmi slabá (např. Abercrombie, 1980; McQuail, 1977).

platnost, respektive že jejich rádius zahrnuje jak sociální prostor, tak i časovou metanarativní formu.

Podle řady teoretiků *informační společnosti* je povaha této nové socioekonomické formace zcela jiná.<sup>14</sup> Především není dualistická jako logika komodifikace, ale jejím klíčovým rysem je *informační imanence*, která postupně rozpouští zdánlivě neoddělitelnou dichotomii směnné/užitné hodnoty a dosazuje na její místo imanentní sféru zasítovaných prvků/aktérů: lidských i technických, kulturních i materiálních objektů, které jsou vyvázány ze sociálních systémů (Castells, 1996; Lash, 2002). Informace je stlačená v čase i prostoru. Nenárokuje si univerzální platnost, ale je obsažena v bezprostřednosti speciálního a individuálního. Na rozdíl od narace zhušťuje informace minulé, přítomné i budoucí do přítomné bezčasovosti. Na rozdíl od diskurzu nepotřebuje informace legitimační argumenty, ale pracuje s bezprostředním „komunikačním násilím“. Informace tak činí z metanarací pouhé body, signály, pouhé události omezené časem a prostorem, tady a teď. Bezprostřednost informace má málo společného s takovými metanarativy, jakými jsou křesťanství nebo osvícenství. Její rychlost a pomíjivost nám nedává téměř žádný čas na reflexi. Místo ní zůstává jen *reflex* těch, kteří reagují na signály (na přechodu pro chodce nebo s dálkovým ovladačem u televize či s myší u počítače). Navíc, jak ukazuje Manuel Castells (ibidem), čím více se různé životní formy stávají informačními, tím více ztrácejí své „organické“ kvality a stávají se součástí (informačních) sítí. Tento proces se projevuje postupným rozplýváním hranic mezi námi a druhými, mezi národními státy, mezi lidskou a technickou přírodou, mezi kulturou a technologií. Formy života jsou tak v zasítované společnosti vykořeněné, vyvázané ze sociálního řádu. Podle Lashe (ibidem) byla vyvázána i rozhraní, na kterých se lidé a stroje setkávají, a ve svém důsledku i samotná informace.<sup>15</sup> Dochází tak k eliminaci transcendentálního prostoru, a to přímo úměrně rychlosti, s jakou vstupujeme do struktur zasítované společnosti.

Pokud by se naplnila tato poněkud apokalyptická vize, vycházející z předpokladu, že z globálního informačního řádu nelze vystoupit, jelikož postupně neutralizuje všechny transcendentální ostrůvky kritiky, znamenalo by to ve své podstatě konec sociální teorie, respektive konec kritické teorie médií. S vymizením transcendentálního prostoru se stává kritika pouhým doplňkem imanentních, globálních sítí informačního věku. Kritická teorie se

---

<sup>14</sup> Vycházíme zde zvláště z koncepcí informační společnosti (Bell, 1960, 1973; Drucker, 1969; Machlup, 1962), respektive z teorií, které chápou tzv. „druhý mediální věk“ jako socioekonomický komplex nového řádu (viz Poster, 1990, 1995; Castells, 1996; Webster, 1996; Lash, 2002).

v tomto smyslu nachází v terminálním stadiu úpadku, respektive nezbyvá jí nic jiného než rezignovat na transcendentální dimenzi kritiky, tedy na existenci jakéhosi odděleného prostoru, ze kterého by shlížela na své objekty. Pokud má podle Lashe (2002) kritická perspektiva přežít, musí se stát součástí informace. Lash tak tvrdí, že pokud již kritika nemůže být transcendentální, ale musí být imanentní informačnímu řádu, stává se z dosavadní sociální a kulturní teorie teorie mediální. Ta podle něho v posledních 10-15 letech nenápadně vytěšňuje sociální a kulturní teorii a vytváří tak v globalizované informační společnosti novou paradigmatickou formu myšlení, která již není primárně ani narativní, ani diskursivní, ani reprezentační, ale informační.

Druhá generace teoretiků či kritiků informační společnosti tak upozorňuje na skutečnost, že to, co dříve představovala reprezentační kultura narace či diskurzu, se nyní postupně transformuje do technokultury. Jinými slovy, podle této perspektivy žijeme ve věku zhroucení reprezentace, pro který je charakteristická imanentní aktivita informačního řádu a symbolické směny. Kulturní zkušenost byla zbavena původního transcendentálního dualismu „čtenáře a jeho knihy“ a byla odsunuta do imanentní sféry aktérů/objektů propojených se stroji. Globální informační řád tak ztělesňuje *technokultura*.

Je nepochybné, že naznačená sociální změna přináší pro sociální teorii kvalitativně nový typ úkolů, které není schopna tradiční „kritická teorie“ pojímaná jako kritika ideologií zcela naplnit. Adekvátnější výkladové nástroje v dané souvislosti poskytuje tzv. *technokulturní teorie*, respektive *teorie digitálních médií* či *kyberkultury* (Cubbitt 1998; Lunenfeld, 1999; Robins–Webster, 1999; Kroker–Winstein, 2001; Manovich, 2001), která se pokouší reflektovat skutečnost, že se jedinci stále více stávají součástí procesu „konstrukce informace“, respektive že jsou schopni konstruovat (i destruovat) virtuální světy, které odpovídají jejich potřebám, vkusu a samozřejmě i jejich hodnotové orientaci<sup>16</sup>. Většinou ale nejde primárně o výraz pevně konstituovaných ideologických pozic, systémů či doktrín, ale spíše o parciální ne-ideologickou kritiku, která nezřídka poskytuje aktérům pouze

---

<sup>15</sup> Podobný pohled najdeme i u Baudrillarda, který v dané souvislosti hovoří o tom, že imploze informací a sociální vede k pohlcení sociální v mediálním prostoru. Podle jeho názoru se sociální pod tíhou informací a významů rozpadá do indiferentní masy (Baudrillard, 1985).

<sup>16</sup> Například volnočasové aktivity jsou zábavním či turistickým průmyslem konstruovány jako „příběhy“, v jejichž rámci jsou zákazníci či konzumenti stále intenzivněji využíváni jako aktivní participanti, kteří rozhodují o povaze a směřování těchto aktivit. Jinými slovy, publikum si zde kupuje nebo dostává zdarma možnost formovat vlastní prožitek, a to v míře doposud nevídané. Jako ilustraci lze uvést i řadu her či herních systémů, které přímo vybízejí své klienty k hravému, kreativnímu zpracování vlastního virtuálního/sociálního prostředí. Setkáme se zde jak s možností konstrukce falešných identit, jako například v projektu *Damokles.cz*, který se definuje jako „komplexní virtuální svět s vlastní politickou správou, tiskem, službami, financemi, sportem atd.“ a vyzývá participanty k tomu, aby si zde „vytvořili vlastní postavu, našli si zaměstnání, koupili si byt, chodili za zábavou a bavili se s přáteli“. Jinou variantu téhož principu nabízejí herní systémy (MUD, MOO), v nichž je

individuální, hrovou satisfakci či potěšení.<sup>17</sup> Významnou roli hraje v dané souvislosti proces antropomorfizace komunikačních a informačních technologií, který vede k postupné akceptaci rozkoše poskytované komunikačními stroji či přesněji k akceptaci *rozkoše se stroji*<sup>18</sup>. Tento motiv spojování technologie a sexuality dnes tvoří princip řady počítačových her, ve kterých přestává být jasné zda hráči jen poslušně vykonávají příkazy stroje nebo s ním společně rozvíjí děj.

Nelze samozřejmě říci, že nové komunikační a informační technologie jsou zcela „ideologicky neškodné“. Povaha jejich působení je ale dána primárně jiným principem konstrukce informace, který vede k tomu, že v pozdní modernitě již nezakoušíme různé kulturní formy jako transcendentální reprezentace, ale jako imanentní objekty, jako technologie. Kroker a Winstein (2001) hovoří v dané souvislosti o „vůli k virtualitě“, jako o stále silnější tendenci současné západní kultury vstoupit do mediálních sítí. Tento trend přitom spojuje uvedení autoři se zrozením pan-kapitalistické<sup>19</sup>, virtuální ekonomie<sup>20</sup>, virtuální kultury<sup>21</sup> a virtuální, rekombinované historie<sup>22</sup>. Uvedené pojetí upozorňuje na skutečnost, že ve virtuální technokultuře je veškeré vědění odděleno od žité zkušenosti a je uloženo v databázích v rekombinovatelné podobě informací/zboží. Právě transformace vědění do informací zbavuje vědomí jeho vazeb na historii, respektive na žitou zkušenost. Uvedená koncepce se tak odlišuje od klasické „kritiky ideologií“ především svým důrazem na princip *technologické rekombinovatelnosti znaku*, který se podílí se na procesu formování těl vhodných pro fungování v telematickém prostoru. Princip rekombinace informací do

---

možné sledovat simulovanou intimitu prostřednictvím aranžovaných či semi-aranžovaných scén (Volek, 2002).

<sup>17</sup> Viz „komunikační taktiky“ tzv. hackerů, respektive tzv. kyber-terorismus, který je v řadě případů velmi vzdálen od cíleného naplňování programových tezí pevně definovaného ideologického systému.

<sup>18</sup> Typickou ukázkou uvedeného fenoménu je projekt Marka Lafia *Lara Drift Stripped Bare by her Assassins* – [www.memengine.com](http://www.memengine.com). Na multimediální stránce věnované jedné z největších 3-D celebrit současné populární kultury Laře Croft lze ilustrovat rozpouštění hranic mezi nevinnou konzumací jakési *digitální konstrukce* a individualizovaným konstruováním a zakoušením sadomasochistických potěšení.

<sup>19</sup> Pan-kapitalismus definují uvedení autoři jako situaci, ve které již není kapitalismus jako systém zpochybňován ani konzervativně-tradicionální ani proletářsko-revoluční opozicí. Virtuální pan-kapitalismus je vytvořen z telematických sítí imaginace a označování a opírá se o možnost totální cirkulace a rekombinace znaků, objektů a idejí, které v rámci telematických sítí disponují pouze provizorním statem a jsou tak zdrojem permanentní nejistoty.

<sup>20</sup> Virtuální ekonomika de facto vytěsňuje hlavní faktory kapitalistické produkce (práci a výrobky) a nakonec i klíčové výrobní vztahy (třídní systém klasického kapitalismu). Virtuální ekonomika rozpouští produkty do relačních procesů, práci do sítí kybernetického vědění a konzumentovu „nákupní moc“. Na jejich místo dosazuje dohlížitelství stát administrující stále efektivněji svou daňovou strategii.

<sup>21</sup> Virtuální kultura vytváří prostředí, ve kterém jsou virtualizovaná těla propojena a mohou interagovat. Cílem je vytvořit prostředí, které by již nebylo vnímáno jeho obyvateli jako nahodilé či výjimečné, ale jako úplné.

<sup>22</sup> Rekombinovanou historii charakterizují dva klíčové trendy. Archivace lidské zkušenosti do relačních databází a zájem nekombinovat tato data do nových hybridních útvarů. Rekombinovaná historie je podle Krokera a Winsteina (2001) telematickou budoucností virtualizovaného těla. Virtuální historie zde kompresuje elektronická těla do digitálního archivu vždy dostupného jakémukoliv typu „samplingu“. Jde tak o novou formu moci

relačních databází představuje post–historickou ambici archivovat každý element lidské zkušenosti a jde de facto o politickou metodu transformace komunikačních médií do čistě kybernetických systémů. Jinými slovy, jde o ilustraci vůle k virtualitě. Kroker s Winsteinem varují před nastupujícím kyber-autoritarianismem a hovoří o formování nové „virtuální třídy“<sup>23</sup> opírající se o filosofii technologického liberalismu, respektive technokratické racionalizace. Její třídní zájmy přitom spojují primárně s touhou po kontrole intelektuálního vlastnictví. Virtuální třída ovšem nevzývá jakousi koherentní ideologii virtualizace, ale jsou pro ni charakteristická jen více či méně nekritická očekávání spojená s možnostmi nových ICT. V dané souvislosti můžeme spíše hovořit o specifickém étosu či ideologii, která chápe komunikaci jako sociotechnickou panaceu pozněmoderních společností.<sup>24</sup> Uvedený názor podporuje například široce podporovaný projekt informační superdálnice, který funguje jako dominantní metafora virtuální třídy. Informační superdálnice je de facto místem, kde se virtuální třída realizuje, místem, které není dostupné všem, ale jenom těm, kteří jsou držiteli správných kódů. Jde vlastně o prostor, ve kterém dochází k vnitřní kolonizaci světů, jež se nacházejí mimo sítě či přesněji lidských těl těly elektronickými. Kroker a Winstein tak naznačují jakým směrem by bylo možné rozvíjet Lashem poněkud vágně vymezenou *kritiku informace*.

Jinými slovy, technokulturní perspektiva upozorňuje na skutečnost, že diskurzivní moc, jak ji např. popisuje Foucault (1977, 1978), je postupně nahrazována mocí informační, a to přesto, že stále trvá úzká vazba mezi mocí a věděním. Moc je sice stále silně spojena s produkcí zboží, ale není to již komodifikace, která řídí informatizaci, ale je to informatizace, která formuje komodifikaci.<sup>25</sup> V dané souvislosti můžeme hovořit o specifické dialektice,

---

spočívající například ve schopnosti propojovat těla konzumentů, pacientů, plátců daní či těch, kteří někdy porušili zákon a apod.

<sup>23</sup> Virtuální třídu chápou Kroker s Winsteinem (2001) jako sociální stratu, která se zformovala v rámci pan-kapitalismu a spojuje svou budoucnost s intenzifikací procesu virtualizace. Tuto skupinu tvoří jak technoutopisté, tak pragmaticky uvažující podnikatelé, kteří využívají proces virtualizace pro vlastní ekonomický profit.

<sup>24</sup> V dané souvislosti můžeme hovořit o tzv. komunikační ideologii informačních společností, která vychází z toho, že komunikace i její technologické nástroje posílí sociální integraci komunity, respektive že funguje jako univerzální prostředek na řešení sociálních problémů. Komunikace se tak v tomto smyslu stala sociální ctností. Obecný sociální imperativ zní: čím vyšší je intenzita komunikace, tím lépe. Víra v blahodárnost komunikace a její univerzální schopnost řešit problémy či posilovat sociální integraci tak má v zásadě ideologickou povahu. Přesněji řečeno – tato argumentace je využívána jako jedno z ideologických zdůvodnění blahodárnosti informační společnosti, respektive nových komunikačních a informačních technologií, které posilují komunikační otevřenost a výměnu informací (Volek, 2002).

<sup>25</sup> Informatizace sice destruovala distinkci mezi užitnou a směnnou hodnotou (Poster, 1995), ale byla využita k širší komodifikaci. Ve věku mechanické produkce byla moc spojena s vlastnictvím více méně mechanických výrobních prostředků. V informační společnosti je těsně spojena s intelektuálním vlastnictvím (např. patenty, copyright), tedy s vlastnictvím nemateriální povahy. Například patenty v biotechnologii umožňují zhodnocovat

kteřá se realizuje mezi póly řádu a chaosu a směřuje k nastolení nového řádu. Vysoce racionální a intenzivně rozvíjené vědění, opírající se o stále sofistikovanější formy produkce, směřuje ke kvazianarchii informačního řádu, který ale vytváří své vlastní mocenské vztahy. Ty se opírají o nové formy ne-lineárního režimu moci, která je prchavější a diskontinuitnější než ve foucaultovský režim moci/vědění. Kritika informace tak již nenahlíží sociální svět či lidské životy primárně optikou fungování organických systémů, ale soustřeďuje se na systémy technologické. Kapitálová akumulace se zde proměňuje v akumulaci forem života, a to například ve formě informací uložených v různých typech databází.<sup>26</sup>

### **Post-kritická perspektiva: mezi kritikou ideologie a kritikou informace**

Globální technokapitalismus, produkující nové formy kultury, společnosti i každodennosti, konfrontuje mediální studia s problémy, které překračují hranice kritického paradigmatu. Jinými slovy, mediální studia dnes stojí před nutností redefinovat původní projekt kritické teorie médií, respektive před úkolem reflektovat následující trendy, spojené s nástupem nových informačních a komunikačních technologií. Jde především o:

- a/ intenzivní pronikání nových typů komunikačních a informačních technologií do každodenních životů běžné populace;
- b/ rychle se zvyšující dovednosti publika při využívání uvedených technologií;
- c/ postupující fragmentarizaci produkce mediálních obsahů na straně jedné a čtenářských či diváckých prožitků na straně druhé;
- d/ postupné rozpouštění hranice mezi konzumenty a tvůrci mediálních obsahů, které činí z dříve pasivního publika stále více aktéry mediálního spektaklu.

Uvedené charakteristiky dávají dle našeho názoru vzniknout nové *post-kritické mediální perspektivě*, která by se měla pokusit o syntézu některých východisek „*kritiky ideologie a kritiky informace*“ (viz schéma 2). Na jedné straně by tak měla reflektovat skutečnost, že postupující fragmentace mediální komunikace a rychlá domestikace nových interaktivních informačních technologií vede k tomu, že symbolická moc přestává být primárně ideologickou a stává se mocí informační. Na straně druhé by ale neměla přehlížet ani význam ideologické legitimizační funkce kulturních průmyslů, respektive mechanismů komodifikace a reifikace kulturní produkce i sociálních vztahů. V tomto smyslu zůstávají stále inspirativní některá zjištění frankfurtské kritické teorie, respektive politické ekonomie

---

genetickou informací. Podobně copyright na software (operační systém) umožňuje udržet vysoký profit. Jde tak de facto o monopolizaci sociálního i tržního prostoru prostřednictvím rekonfigurace informace.

médií, která ukazují, jak těsné a neoddělitelné je propojení informační moci s mocí ekonomickou.

Post-kritická perspektiva tak odmítá apriorní předpoklad, že:

a/ s postindustriálními společnostmi přichází „konec ideologií“, respektive „konec historie“ (např. Bell, 1960, 1973; Fukuyama, 1992)<sup>27</sup>, a naopak upozorňuje na skutečnost, že právě nekritická recepce nových informačních a komunikačních technologií má nezřídka ideologickou povahu;

b/ informaci jako formu vědění lze redukovat na zboží, čili že v případě informace jde spíše o ekonomický než sociokulturní fenomén;

c/ jakákoliv mediální komunikace je ideologicky manipulativní a slouží zachování statu quo či jedné dominantní ideologii;

d/ publikum zcela podléhá dominantnímu mediálnímu výkladu světa a je tedy neschopné uplatňovat subverzivní recepční taktiky;

e/ populární kultura zcela postrádá subverzivní potenciál.<sup>28</sup>

Jinými slovy, post-kritický přístup se snaží oprostit jak od příliš deterministického pojetí populární kultury jako nástroje dominantní ideologie manipulující pasivní publikum, tak od relativistické neoliberální technocentrické rétoriky jak ji prezentuje například Pierre Lévy (2000). Uvedená perspektiva by měla reflektovat zvláště následující výzkumná témata:

a/ historický vývoj a konstituování mediálních průmyslů a jejich interakce s dalšími sociálními institucemi;

b/ politicko-ekonomické fungování médií, a to zvláště v souvislosti s nástupem tzv. informační ekonomiky;

---

<sup>26</sup> Jednou z neaktuálnějších ilustrací tohoto nového typu informační moci je význam lidské genetické informace, respektive význam tzv. individuálních genových map.

<sup>27</sup> Bell vychází z toho, že modernitu vyčerpalo dlouhodobé napětí mezi technoeconomickým sektorem, státním zřízením a kulturou. Jeho vize nastupujícího informačního věku tak předpokládá kulturní obrození v rámci postindustrialismu, pro který bude typický liberální individualismus. Bellova tendence redukovat informace, resp. vědění na zboží, směřované v rámci totalizujícího postindustriálního sociálního rámce, směřuje k pojetí informace jako spíše ekonomického než kulturního či diskurzivního fenoménu.

<sup>28</sup> V dané souvislosti přijímá post-kritická perspektiva předpoklad, že subverzivní potenciál je přítomen i v kultuře populární a připouští limitovanou svobodu volby mediálních konzumentů jak o ní hovoří např. představitelé Birminghamské školy. Jinými slovy, nevnímá publikum jako skupinu pasivních příjemců centrálně komunikovaných sdělení, ale jako producenty vlastních, často subverzivních komunikačních taktik. Post-kritická perspektiva vychází primárně z toho, že v posledním dvacetiletí došlo k proměně zkušenosti členů publika. Klíčovou roli zde hrají zvláště nové komunikační a informační technologie, které se opírají o možnost interaktivní rekonfigurace podmínek vlastního komunikativního jednání, respektive mediálních prožitků. Abercrombie a Longhurst (2000) hovoří v dané souvislosti o existenci tzv. *rozptýleného publika*, jehož členové disponují řadou sociotechnických komunikačních dovedností, které užívají nejen jako konzumenti, ale též jako tvůrci vlastních volnočasových aktivit.

c/ proměňující se povahu recepčních strategií mediálního publika, a to v souvislosti s koncepcí tzv. aktivního publika/aktivních publik, respektive ve vazbě na téma konstrukce identit v procesu kulturní globalizace informací;

d/ proměny uživatelských praxí ve vztahu k novým komunikačním a informačním technologiím jako nástrojům nových forem moci (ale i možným zdrojům subverze statu quo);

e/ otázky spojené s problematikou nerovného přístupu k informačním zdrojům, respektive roli komunikačních a informačních technologií ve vztahu k narůstající informační nerovnosti posilující proces dualizace pozdněmoderních společností;

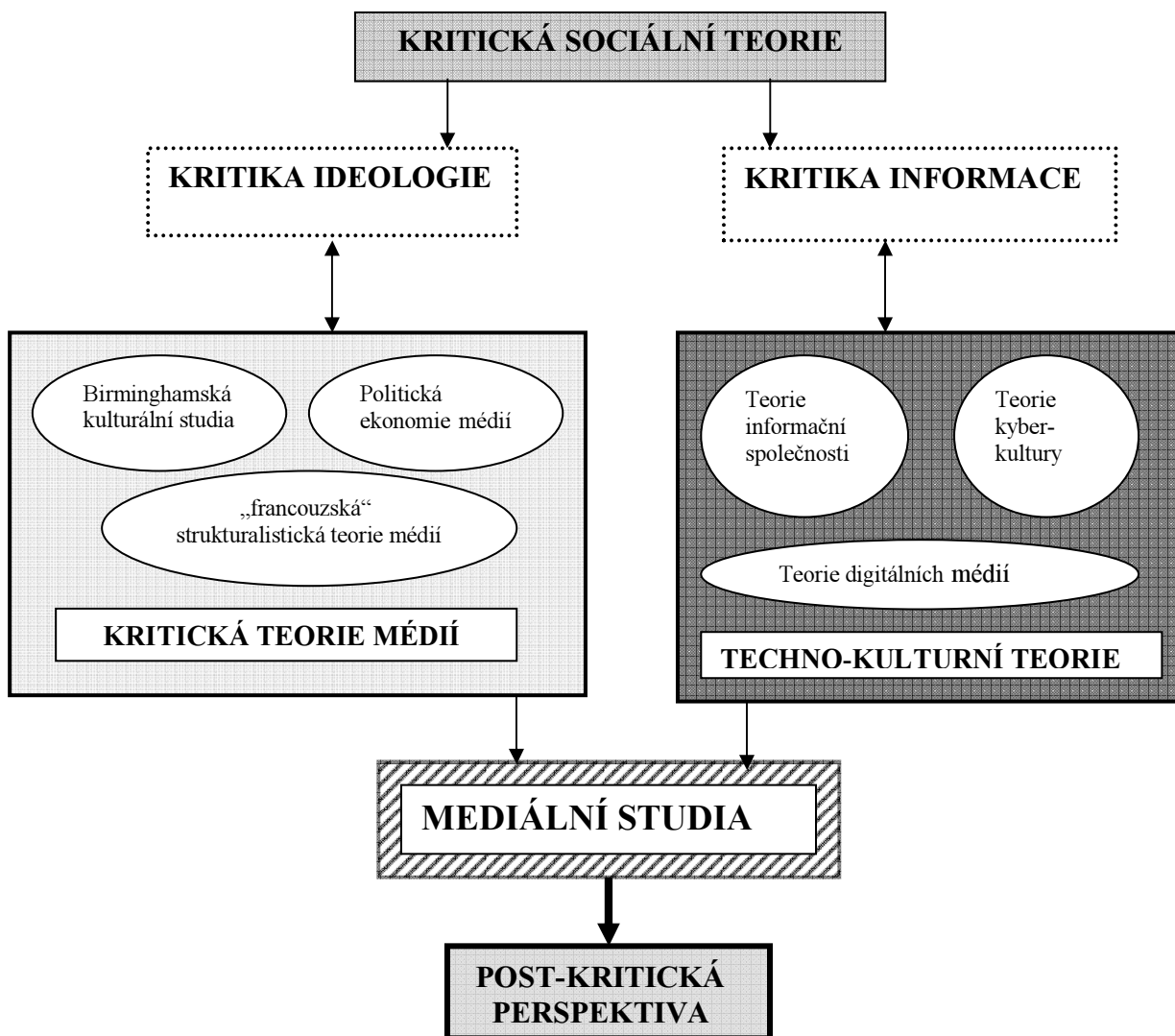
f/ účinky informačních (mobilních) technologií související s nárůstem nepřímých sociálních vztahů;

g/ vztah nových médií k problematice různých typů vzdělávání.

Uvedený přístup vychází z předpokladu, že chování médií, respektive systém produkce, distribuce a recepce mediálních obsahů, je v zásadě determinováno vztahy mezi státem, ekonomikou, každodenními sociálními praxemi a dominantními komunikačními/informačními technologiemi. Syntetická povaha post–kritické perspektivy by měla vést k mnohem hlubší reflexi role médií v současném globálním technokapitalismu, a to jak v kontextu ekonomicko–politickém, tak i technologicko–kulturním. Jinými slovy, měla by se pokusit o reflexi ekonomie mediální technokultury, která se reprodukuje ve specifických sociotechnických systémech. Toto směřování vede post–kritickou mediální perspektivu zpět do širšího rámce kritické sociální vědy, ze které se studium médií pokoušejí v posledním desetiletí vyvést některé ultraliberální koncepce, zvěstující konec ideologií, respektive konec kritické teorie. Post–kritická perspektiva tak zcela nepřijímá ani pohled Scotta Lashe (2002), podle nějž se kritická teorie nachází v terminálním stadiu úpadku, ale ani tvrzení kritické teorie médií, že mediálně komunikované ideologie zaujímají centrální místo v procesu sociopolitické reprodukce pozdněmoderních společností. Post–kritický přístup k novým médiím se tak pokouší přiblížit sociotechnickou proměnu pozdněmoderních společností orientací na interdisciplinární studium sociální změny, respektive na problematiku transformace globální informační kultury. Vychází přitom z předpokladu, že studium mediální kultury je neoddělitelně spjato se studiem společnosti, ekonomiky a politiky.



**Schéma 2: Hlavní zdroje post-kritické mediální perspektivy**



### Závěrem

Obecně platí, že nová vědecká perspektiva se rodí v situaci, kdy se podaří zrušit hranici ostře oddělující dvě disciplíny či způsoby poznání.<sup>29</sup> V tomto smyslu stojí mediální studia před úkolem zpochybnit tradiční západní bariéru mezi tzv. kulturními a technickými fenomény, a to v kontextu mediální komunikace. Nastal čas promýšlet vztah těchto opozit jako celek, a tak alespoň částečně snížit tradiční napětí, které mezi nimi panuje a dlouhodobě

<sup>29</sup> Například zrození sociologie jako samotného oboru je spojeno s rozbitím bariéry, která oddělovala individuální fenomény (tradiční doménu tzv. morální filozofie) od kolektivních fenoménů (tradiční doménu historiků).

blokuje porozumění naznačené sociotechnické transformace pozdněmoderních společností. Mediální studia by se v tomto smyslu měla snažit propojit *praxis* jako materiální historii a *techné* jako systematické vědění. Dle našeho názoru jsou k tomuto úkolu do jisté míry předurčena svou v zásadě multidisciplinární povahou, která odmítá striktní akademické rozdělení, respektive představu „opevněných“ oborů či vědních disciplín, jež nevraživě střeží vlastní vědeckou niku. V tomto smyslu nepochybně nacházejí mediální studia své intelektuální dědictví v odkazu *Frankfurtské* a *Birminghamské školy*, které se v zásadě pokusily prolomit oborovou i metodologickou uzavřenost jednotlivých sociálních a humanitních disciplín a otevřely se kombinaci různých přístupů, přestože svět moderních technologií pro ně zůstal tabu, respektive jeho reflexe je v obou případech příliš jednostranná.

Jak vyplývá z předcházejícího výkladu stojí mediální studia před úkolem porozumět proměně vztahu mezi komunikační/informační technologií a kulturou, respektive před úkolem přiblížit symbolické účinky zavádění nových mediálních technologií. V centru jejich zájmu by tak měl být *akt mediace* jako forma sociotechnického jednání,<sup>30</sup> které se podílí na produkci nového politického jednání a na strukturaci sociálních systémů, které se v pozdněmoderních společnostech rodí nevyhnutelně ve vazbě na klíčové informační a komunikační inovace. Uvedený proces sociotechnické strukturace vede k tomu, že dualismus technologie a kultury se postupně rozpadá do imanentní sféry globálního informačního řádu. To, co dříve představovala reprezentační kultura narace, diskurzu a obrazu, které konzumenti přijímali v dualistickém vztahu, to se nyní stalo *technokulturou*. V tomto kontextu je neudržitelný hluboce zakořeněný dualismus mediálních studií, který vede na jedné straně k démonizaci nových informačních a komunikačních technologií, na straně druhé k nekritické oslavě tzv. intelektuálních technologií.<sup>31</sup> Mediální studia se musí pokusit překonat tento tradiční spor mezi technooptimisty a technoskeptiky.

V tomto smyslu by se měla mediální studia pokusit rekonstruovat význam masových médií, a to v rámci intelektuálního procesu, který bude reflektovat sociální i technickou povahu mediální komunikace. Uvedený přístup vychází z povahy samotných masových médií

---

<sup>30</sup> V dané souvislosti nemáme na mysli prostý přenos informace, ale *akt mediace* jako proces, v jehož rámci dochází k propojení technického a symbolického, proces, jehož součástí jsou jak objekty a jejich znaky, tak individuální aktivity, ideje a propojené sociotechnické sítě. Jinými slovy, mediace je proces, v němž se setkává technologie a její prostředí, a výsledkem tohoto setkání je „překlad“ vstupních informací do podoby komplexních sdělení, která mají povahu idejí.

<sup>31</sup> Obecně stále platí, že podobu mediálních studií stále charakterizuje rozpor, který jim byl „dán do vínku“ již na počátku jejich existence. S jistou mírou zjednodušení tak můžeme říci, že studium médií formuje na jedné straně „americký“ empirismus, fascinovaný technickou stránkou komunikace, na straně druhé pak „evropská“ sociologie, přitahovaná spíše politickou dimenzí masové komunikace. Jinými slovy, v základech tohoto oboru proti sobě stále stojí stoupenci politického realismu, respektive kritici technologického idealismu a představitelé technologického realismu, respektive kritici politického idealismu.

jako sociotechnických systémů, které vedou dvojí život, jelikož nesou dvě sady významů - ty, které jsou více méně intencionálně konstruovány jejich tvůrci, a ty, jež jsou důsledkem jejich potenciální otevřenosti jak v hardwarové, tak i softwarové oblasti. Jinými slovy, na jedné straně naplňují záměry svých tvůrců, ale na straně druhé v kontaktu se sociálním i technologickým prostředím své původní určení modifikují. Pro masová média je tak určující dvojitá povaha jejich závislosti: jednak na obsazích, které samy produkují v rámci daného kulturního kontextu, a jednak na technickém aparátu, který jim umožňuje vlastní přenos. Fungují tedy jako materiální i symbolické objekty. V tomto smyslu můžeme hovořit o jejich dvojí roli – jako technických prostředků a současně i sociálních aparátů. Průnik těchto funkcí odlišuje akt mediace od prostého přenosu informací.

Jak jsme se pokusili naznačit výše, sociotechnická proměna pozdněmoderních společností a její nezamýšlené důsledky překračují hranice *kritického paradigmatu*, respektive možnosti *kritické teorie médií*. Jde především o intenzivní pronikání mediálních textů i jejich nosičů do naší každodennosti a s tím spojený nárůst dovedností publika při využívání nových informačních a komunikačních technologií. Mediální uživatelé se postupně stávají nejen konzumenty, ale též spolutvůrci mediálních obsahů. Studium médií se tak musí soustředit na analýzu „materiální pozice“ subjektu, musí opustit transhistorickou a univerzalistickou perspektivu médií i jejich konzumentů jako prefabrikovaných technologií a sociálních skupin. Klíčovou roli by měla sehrát analýza kontextu mediální konzumace, a to jak jeho sociální, tak technologické dimenze. Mediální studia by též měla opustit starou praxi analýzy mediálně distribuovaných ideologií prostřednictvím ideologického jazyka. Domníváme se, že je třeba zabránit tomu, aby se tento obor upnul na *ideologiekritik* jako na jedinou výkladovou perspektivu a ignoroval tak uvedenou sociotechnickou proměnu, která již nevychází z dualistické logiky komodifikace. Zdánlivě neoddělitelná dichotomie užitné/směnné hodnoty je v rámci generalizované informační imanence postupně rozpouštěna a nahrazována *imanentní sférou zasítovaných prvků/aktérů* – lidských i technických, kulturních i materiálních objektů, které jsou vyvázány ze sociálních systémů.

Naznačená sociotechnická proměna pozdněmoderních společností a z ní plynoucí konceptuální tenze v řadě sociálněvědných disciplín, mediální studia nevyjímaje, indikuje potřebu rekonceptualizovat východiska kritické teorie médií. Výše načrtnutý pokus vymezit tzv. post–kritickou mediální perspektivu vychází primárně z potřeby reflektovat jak východiska *kritiky ideologie*, tak i *kritiky informace*. Oba přístupy se ovšem musejí více zaměřit na empirickou analýzu materiálních forem a podmínek mediální komunikace, aby mohly přiblížit obě tváře procesu informatizace pozdněmoderních společností. Tedy jak

stranu racionální, informační produkce, tak i její dez-informační dimenzi odrážející iracionalitu procesu distribuce a konzumace informací vyvázaných ze sociálních systémů. Post-kritická perspektiva tak nepřijímá bez výhrad tvrzení Scotta Lashe (2002), podle něž se kritická teorie nachází v terminálním stadiu úpadku, ale připouští, že se tento přístup může stále méně spoléhat na svá transcendentální východiska. Vychází přitom z toho, že kultura již není vnímána výhradně jako reprezentační prostor a média již nepředstavují oddělenou sféru, kterou bylo možné izolovat od sociálního i ekonomického života. Jinými slovy, připouští, že média opustila svou separovanou, do jisté míry privilegovanou pozici a vstoupila do sociálna, které de facto pohltila.

Přes uvedené nejasnosti či zaostávání za technickým vývojem, které je pro sociální i humanitní vědy nevyhnutelné, se ovšem zdá, že mediální teorie překonává v posledním desetiletí starou jednostrannost kritiky ideologií, respektive technologického determinismu, a vytváří nové paradigma studia mediální kultury, které můžeme v nejobecnějším slova smyslu zařadit do kategorie *ekologie technokultury*.

#### SUMMARY

#### **Media Studies between “Critique of Ideology” and “Critique of Information”**

*The paper deals with the position of media studies between so called humanities and social sciences, respectively between old critical theory of media and nascent theory of technoculture. The article tries to suggest new tasks of this discipline in the context of dynamic emergence of new communication technologies and their symbolic effects.*

*In the first part the article summarises and compares key attributes of so called critical theory of media and conception of information critique (Lash, 2002), respectively theory of technoculture (Webster, Robins, 1999; Kroker, Winstein, 2001 and co on). The author tries to show that in the new information order symbolic media power is no longer exclusively ideological, but informational. Old conception of ideology has emphasized its extension in time and space and its claim to universality. Conversely information is compressed in time and space and it makes no claim to universality. In the information age, cultural experience is displaced into an immanent plane of actors attached or interfaced with machines. Now we experience cultural things not as transcendental representations, but instead as immanent things: as objects, as technologies (Lash, 2002). Since the present age is being dramatically shaped by new information and communication technologies, we need perspectives that articulate the intersection of technology, culture and everyday life. Therefore we suppose that is necessary to reformulate some foundation old critical theory of media and above all its too deterministic conception of dominant ideology. But we don't reject entirely critical theory approach. Contemporary culture is more commodified and commercialized than ever and so critical perspectives on commodification are still of fundamental importance in theorising role new information and communication technologies. My argument is that the new global constellation of technocapitalism is based on configurations of capital and technology, producing new forms of culture, society, and everyday life. To reflect this situation we are proposing new media studies post-critical perspective, which have to develop multiperspectival approach which includes primarily investigation of next topics:*

*a/ historical development of media industries (particularly information economy) and their relationships with another social institutions*

*b/ study of reception strategies, respectively the uses new ICT technologies and its impact on construction of identity/is of global media audience*

- c/ study of ICT as a new tools of subversive power  
 d/ information inequality, respectively information poverty  
 e/ increase of indirect social relationships effects bring about new ICT  
 f/ ICT and new types of education

*Post-critical media perspective tries to synthesize some aspects of “critique of ideology” and “critique of information”. In general, transdisciplinary approach of media studies have to combine analysis of production and political economy of culture and analysis of symbolic effects of new ITC technologies. The media studies have to reconnect communication praxis and communication techné. The goal of media studies is to destroy the wall that separates technology, until now experienced in Western tradition as anti-culture, and culture, experienced as anti-technology. Each of these domains is thought as against the other. Perhaps it is time to think them systematically one by the other, one with the other. In this sense media studies presents itself as a discipline capable of creating a reasoned discourse of the symbolic function of mediations, in other words, of the relation between two objects which belong to both the universe of techniques and of beliefs.*

### **Literatura:**

- Abercrombie, N., Hill, S., Turner, B. (1980). *The Dominant Ideology Thesis*. Georg Allen and Unwin. London.
- Abercrombie, N., Longhurst, B. (1998). *Audience*. Sage. London.
- Baudrillard, J. (1985): „The Masses: The Implosion of the Social in the Media“. In: *New Literary History*, 16 (3), 557-89.
- Bell, D. (1960). *The End of Ideology. On Exhaustion of Political Ideas in The Fifties*. Free Press. New York.
- Bell, D. (1973). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Basic Books. New York.
- Burton, G., Jiráková, J. (2001). *Úvod do studia médií*. Barrister and Principal. Brno.
- Butter, O. (1932). *Úkoly a cíle vědeckého bádání o novinách*. In: *Sociologická revue*, III: 159–172, 368–385.
- Castells, M. (1996). *The Rise of Networked Society. The Information Age. Economy, Society and Culture*, volume 1, Blackwell. Oxford.
- Cubbit, S. (1998). *Digital Aesthetics*, Sage. London.
- Debray, R. (1994). *Media Manifestos*. Sage. London.
- De Fleur, M. (1970). *Teorie masové komunikace*. Karolinum. Praha.
- Drucker, P. (1969). *The Age of Discontinuity*. New York. Harper and Row. New York.
- Machlup, F. (1962). *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton University Press. New York.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of Prison*. Random House. New York.
- Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality: An Introduction*. Random House. New York.
- Fukuyama, F. (1992). *The End of History and the Last Man*. The Free Press. New York.
- Giddens, A. (1979). *Central Problems in Social Theory*. Macmillan. London.
- Hall, S. (1977). *Culture, the Media and the Ideological Effect*. In: J. Curran et al. (eds). *Mass Communication and Society*. Edward Arnold. London.
- Hall, S. (1982): *The Rediscovery of „Ideology“: Return of the Repressed in Media Studies*. In: M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, J. Woollacott (eds) (1982): *Culture, Society and the Media*. Methuen. London.
- Chalupný, E. (1929). *Havlíček*. Praha. (I. vydání 1908).
- Chalupný, E. (1921). *Karel Havlíček*. Praha. Zlatoroh. Praha. (I. vydání 1911).
- International Encyclopaedia of Communications*. (1989). Oxford University Press, Vol. 1-IV. New York.
- O’ Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., Fiske, J. (1994): *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. Routledge. London.
- Kroker, A., Winstein, M.A. (2001): *Data Trash: the Theory of the Virtual Class*. New World Perspectives. Montreal.
- Lévi, P. (2000). *Kyber kultura*. Karolinum. Praha.
- Lunenfeld, P. (ed) (1999). *The Digital Dialectic: New Essays on New Media*, The MIT Press.
- Manovich, L. (2001). *Language of New Media*, The MIT Press.
- McQuail, D. (1977). *The influence and effects of mass media*. In: J. Curran, et al.: *Mass Communication and Society*. Arnold. London: 70-94.
- McQuail, D. (1999). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha. Portál
- Morley, D. (1980). *The „Nationwide“ Audience: Structure and Decoding*. BFI. London.
- Morley, D. (1992). *Television Audiences and Cultural Studies*. Routledge. London.
- Lash, S. (2002). *Critique of Information*. Sage. London.
- Poster, M. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. University of Chicago Press.

- Poster, M. (1995). *The Second Media Age*. Polity Press.
- Robins, K., Webster, F. (1999). *Times of the Technoculture*. Routledge. London.
- Volek, J. (2002): Nezamýšlené důsledky "komunikační ideologie" v kontextu informační společnosti. In: J.Volek, V.Štětka (eds). *Média a realita: sborník prací Katedry mediálních studií a žurnalistiky*. Masarykova Univerzita v Brně: 11-37.
- Wallerstein, E. (1998). *Kam směřují sociální vědy. Zpráva Gulbenkianovy komise o restrukturalizaci sociálních věd*. Slon. Praha.
- Watson, J., Hill, A. (2000). *Dictionary of Media and Communication Studies*. Arnold. London.
- Webster, F. (1996): *Theories of the Information Society*. Routledge. London.

### **JMENNÝ REJSTŘÍK**

- Abercrombie, N., Hill, S., Turner, B
- Abercrombie, N., Longhurst, B.
- Baudrillard, J.
- Bell, D.
- Bláha, A. I.
- Burton, G., Jiráček, J.
- Butter, O.
- Castells, M.
- Cubbit, S.
- Debray, R.
- De Fleur, M.
- Drucker, P.
- Durkheim, E.
- Machlup, F.
- Foucault, M.
- Fukuyama, F.
- Giddens, A.
- Hall, S.
- Chalupný, E.
- O' Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., Fiske, J.
- Kroker, A., Winstein, M.A.
- Lafia, M.
- Lash, S.
- Lazarsfeld, P. F.
- Lunenfeld, P..
- Manovich, L.
- McLuhan, M.
- McQuail, D.
- Morley, D.
- Lash, S.
- Poster, M.
- Robins, K., Webster, F.
- Saussure, F.
- Volek, J.
- Wallerstein, E.
- Watson, J., Hill, A.
- Webster, F.
- Wundt, W.