

Nezamýšlené důsledky „komunikační ideologie“ v kontextu informační společnosti

JAROMÍR VOLEK

Abstract:

The paper deals with the unanticipated consequences of so called communication ideology in the context of information society. Information society we construe as a ideal type in weberian sense. The main premise of this essay is that ideological belief in the positive possibilities of new communication and information technologies has the unanticipated consequences for transformation of late-modern interactions. The observations offered in this essay only begin to suggest the possible new contours of interactions in information culture, which is based on commodification and extreme individualism. Paradoxically, these characteristics shape new communication situation which is characterized by phenomenon of “electronic isolationism” and fragmentation of human communication.

Koncepce tzv. informační společnosti, informatizace či kyber kultury se staly především v masových médiích součástí populární imaginace. Jinými slovy, uvedené pojmy jsou zde užívány tak nekriticky, že se jejich význam velmi rychle stal součástí moderní mýtotvorby, která oslovuje většinou infantilní dimenzi populární psyché. Bohužel ani řada tzv. seriózních reflexí dané problematiky se nedokázala oprostít od mileniárního vytržení či zcela nekritické fascinace novými komunikačními technologiemi (např. Lévi, 2000). Samostatnou kapitolu tvoří expanze kvazi odborného diskursu nadšenců produkujících ve své podstatě propagandistické brožury na téma “nebojme se počítačů” (např. Prokeš, 2000). Obecně platí, že se dnešní samozvané informační společnosti nezamýšlenými důsledky aplikace nových komunikačních technologií příliš nezabývají. Tato skutečnost platí o českém prostředí dvojnásob.

Vývoj a expanze tzv. informační společnosti sebou přináší komplexní sociální, ekonomické a institucionální změny. V tomto textu se pokusíme naznačit či predikovat některé nezamýšlené důsledky procesu informatizace pozdněmoderních společností, které souvisejí zvláště s proměnou mezilidské interakce. V odborné diskusi se v dané souvislosti objevují především následující otázky:

- jsou schopny strukturální proměny, spojené s dominací informačního /výrobního/ způsobu, zásadním způsobem ovlivnit povahu každodenní komunikace, respektive interakce?
- jakou povahu má produkce a konzumace kultury v době komodifikované, globální, mediální akulturace?
- jaká/é ideologie dominují informačním společnostem, respektive jak se proměnila distribuce moci v prostoru vymezeném možnostmi a limity elektronické komunikace?

Jinými slovy, klíčové téma, které se v odborném diskursu objevuje v souvislosti s tzv. informatizací, se týká otázky, zda jde o skutečnou, zásadní sociální změnu nebo jen o extenzi starých principů industriálního kapitalismu (viz. např. Garnham, 1990; Webster 1995; Robins, Webster, 1999).

Informační společnost jako ideální typ

Pojem informační společnost budeme v této stati pojímat jako ideální typ ve weberovském slova smyslu¹. Podle tohoto německého historika a sociologa je ideální typ syntézou řady fenoménů orchestrovaných podle různých kritérií do určitého analytického konstruktů (Gedankenbild) (Weber, 1949).

Pokusíme-li se o konceptuální syntézu fenoménů sytících pojem informační společnost (jako analytický konstrukt), můžeme shrnout, že jde o komplex nového řádu, jehož sociální a politické struktury jsou stále více ovládnány formalizovanými diskursy, respektive vědeckými disciplinami. Ty mění nejen hodnotové kódy a povahu vědění, ale především generují nové formy moci a strukturují každodenní rozhodování. Informační společnost vytváří nové strategické a ekonomické zdroje, které skrytě, ale rozhodujícím způsobem ovlivňují „viditelný proces zpracování dat“, respektive tvorbu nových sociálních formací, jejichž povaha je dnes neodmyslitelně spojena s produkcí, distribucí a konzumací informací, které mají podobu instrumentálně racionalizovaných kódů – slov, čísel, symbolů či obrazů.

Informační společnost tak nahlížíme primárně optikou „informace“, pro kterou jsou charakteristická permanentní proudění, neukotvenost, prostorová a časová komprese, tedy kvality, jež jsou v ostrém kontrastu se staršími sociokulturními kategoriemi, jako je narace, diskurs či instituce. Jinými slovy, považujeme za klíčový rys informačních společností jejich paradoxní povahu, pro kterou je charakteristická vysoce racionální produkce ústící do iracionality informačního přetížení a dezinformace. Pokusíme se naznačit, že nezamýšleným důsledkem projektu informační společnosti není informační blahobyť, ale nadbytek bitů, které se vymkly kontrole. Současně naznačíme jak se foucaultovská diskursivní moc velmi rychle transformuje do moci informační, která vytěsňuje či přesněji nahrazuje narativní a diskursivní vědění. Realizace mocenských praxí v informační společnosti není ve vleku procesu

¹ Weber považuje ideální typ za klíčový metodologický nástroj pro pochopení historické reality. Ideální typ přitom nechápe jako hypotézu, ale jako nástroj, „který nabízí pomoc při konstrukci hypotéz. Není popisem reality, ale snaží se poskytnout neambivalentní prostředky pro realizaci takového popisu. (...) Ideální typ je formován jednostranným zdůrazněním jednoho nebo více hledisek a je syntézou velkého množství rozptýlených, samostatných, více nebo méně přítomných a někdy nepřítomných konkrétních individuálních fenoménů, které jsou aranžovány na základě jednostranných hledisek do sjednoceného analytického konstruktů (Gedankenbild).

komodifikace, ale sama ji řídí, jelikož se rozpadá tradiční vazba moci na vlastnictví jako prostředek k realizaci produkce. Stále významnější roli tak hraje duševní vlastnictví

Ideální typ nepředstavuje podle Webera „ani historickou, ani tzv. ‘pravdivou realitu’” (Weber, 1949: 93). Realita je vždy souborem různorodých jevů. Neexistují tak ani čistě industriální, ani informační společnosti (například televize je dnes součástí každodenního života chudých agrárních komunit a počítače stále více ovlivňují povahu pracovního procesu v tzv. rozvojových zemích). Informační společnost chápána jako ideální typ má význam čistě limitního pojmu, se kterým mohou být reálné situace a jednání komparovány s cílem objasnit některé z jejích komponent.

Přesto, že je podle Webera velmi obtížné udržet distinkci mezi ideálním typem, který v realitě nelze nalézt, a ‘fakty’, domníváme se, že nám pojetí informační společnosti jako ideálního typu umožňuje alespoň provizorně modelovat některé možné nezamýšlené důsledky procesu informatizace moderní společnosti.

Nové komunikační technologie a teorie nezamýšlených důsledků

Teorii nezamýšlených důsledků sociálního jednání uvedl do sociologické teorie Američan Robert Merton (1936, česky 2000), který se pokusil již ve třicátých letech minulého století vymezit základní příčiny naší neschopnosti předvídat důsledky svého jednání. Keller se domnívá, že “princip nezamýšlených důsledků zpochybňuje jádro argumentace liberalismu, podle něhož platí, že sleduje-li každý člen společnosti svůj vlastní zájem, je výsledkem prospěch všech. V případě nezamýšlených důsledků naopak zcela evidentně sledování vlastního zájmu vede nikoli k prosperitě, nýbrž k poškození všech zúčastněných. Princip nezamýšlených důsledků tak otřásá představou o prosperující a harmonické společnosti, která je schopna autoregulace, aniž by přitom omezovala svobodu jedinců (Keller, 1997: 184).

Je zřejmé, že všechny klíčové globální civilizační problémy jsou nezamýšlenými důsledky více či méně záměrného jednání obyvatel této planety. Jinými slovy, i překotná informatizace, respektive masová aplikace nových informačních a komunikačních technologií sebou nese nezamýšlené důsledky, které se pokusíme dále naznačit.

V tomto textu se pokusíme upozornit na některé nezamýšlené důsledky expanze komunikačních a informačních technologií. Budeme přitom vycházet zvláště z tzv. kritických teorií médií, respektive z dostupných studií zaměřených na problematiku informační společnosti. Celý výklad jsme strukturovali tak, že nejprve identifikujeme a popíšeme klíčové

V této konceptuální čistotě nemůže být uvedený mentální konstrukt (gedankenbild) empiricky nalezen kdekoliv v realitě. Jde o utopii.” (Weber, 1949: 90).

proměnné, jež sytí význam tzv. komunikační ideologie informační společnosti, jež formuje rozhodujícím způsobem povahu mezilidských interakcí, a to jak v reálném, tak i virtuálním prostředí. V závěru se pak pokusíme formulovat hypotézu týkající se existence tzv. „elektronického izolacionismu“ jako nezamýšleného důsledku informatizace pozdněmoderních společností.

Informační společnost

Vzhledem k tomu, že vědci zabývající se komunikací neměli de facto žádný přímý vliv na formování nových médií, respektive na jejich komunikační schopnosti, trvalo poměrně dlouho, než se výzkum sociálních a psychologických dopadů nových komunikačních technologií rozběhl. Proces akceptace tohoto nového paradigmatu komunikačního výzkumu se tak podobá známé Rogersově S-křivce popisující difúzi inovací (Rogers, 1995).

Výzkum týkající se analýzy a predikce možných změn spojených s přechodem od industriální společnosti ke společnosti informační fakticky počíná až v šedesátých letech minulého století. Centrum zájmu tehdy tvořily především ekonomické a technologické nároky „nových společností“ (např. Machlup 1962; Bell 1973). Řada studií se však postupně orientovala na problematiku hlavních trendů pozdně kapitalistických společností (Mosco, Wasko, 1988; Garnham 1994, Robins, Webster, 1999). Stále silnější je skupina zabývající se transformací industriálních společností, a to v souvislosti s globalizací a komodifikací informačního průmyslu, respektive s proměnami politické participace či sociální kontroly. Současně se ovšem ukazuje, že hlavní institucionální formy informační společnosti, její ekonomické vztahy i technologická historie se opírají o logiku industrialismu, tzn. především o racionalizaci, taylorizaci výrobního procesu, byrokratické formy organizace, oddělení pracovních a volnočasových činností i veřejného a privátního života. Objevuje se ovšem i střet „diskontinuitní“ a „kontinuitní“ perspektivy či přesněji snaha diferencovat mezi ekonomickými a technologickými ukazateli, respektive mezi industriální a informační společností (Shields, Samarajiva, 1993; Webster, 1995).

Dichotomie typu industriální/informační, kontinuita/diskontinuita má svou paralelu v rámci sociální a kulturní teorie obecně, a to především v diskusi, zda postmodernita nahradila modernitu jako dominantní kulturní formu rozvinutých společností. „Modernita“ je v této perspektivě spojována s kulturními, sociálními i technologickými formami, které ztělesňují liberální, osvícenské hodnoty racionality, pokroku, individualismu, objektivitu, efektivitu, logiky a rovnosti a navíc v sobě nesou predispozice možné sociální změny (Giddens 1990; Alexander 1992). „Postmodernista“ představuje v této optice novou

sensibilitu vycházející ze subjektivismu, nahodilosti, iracionality, reflexivity, relativismu, mizení či rozpouštění vzdálenosti i času atd. Obě perspektivy se liší jak epistemologicky, tak ontologicky, a proto vytvářejí i odlišný typ interakce, který disponuje i vlastní sadou hodnot a mínění týkajících se povahy sociálního světa.

Jedním z prvních teoretiků, kteří zaznamenali kulturní změny související s přechodem od industriální k informační ekonomii, byl Daniel Bell, který upozornil již v práci *Kulturní rozpory kapitalismu* (1976), že modernitu vyčerpalo dlouhodobé napětí mezi technoeconomickým sektorem, státním zřízením a kulturou. Jeho vize předpokládá kulturní obrození v rámci post-industrialismu, a to ve formě „veřejné domácnosti“ („public household“), pro který bude typický liberální individualismus. Bellovi kritici ovšem upozorňují na některé problematické závěry vyplývající z jeho prognózy. Jürgen Habermas považuje Bellovo odmítnutí modernismu a podporu kapitalismu v post-industriálním či postmoderním hávu za strategii oživení pre-moderního autoritarianismu, respektive ochranu sociálních vztahů a privilegií kapitalistického ekonomického systému (Habermas, 1983: 6). Kanad'an Mark Poster navíc kritizuje Bella za neopodstatněné privilegování trhu, a to zvláště ve vztahu k tvorbě trhu informací (Poster, 1990: 27). Bellova tendence redukovat informace, resp. vědění na zboží směřované v rámci totalizujícího post-industriálního sociálního rámce, směřuje k pojetí informace jako spíše ekonomického než lingvistického faktu (Poster 1990, 28). Bell tak opomíjí roli individuálních interakcí v procesu permanentního přetváření kultury. Poster hovoří v dané souvislosti o „informačním způsobu“ jako definiční charakteristice současné kultury, kde jsou sociální vztahy a diskursy transformovány prostřednictvím elektronických, komunikačních a informačních technologií. Podle kanadského teoretika tak musí být „informační způsob“ analyzován na rovině jazyka a diskursu, respektive jako kulturní fenomén. Navíc je pro Bella a jemu podobné teoretiky typická redukce komplexu vědění/informace na problematiku účinků a opomíjí fenomén vědění samotného. I z této perspektivy je zřejmé, že výzkum informační společnosti postrádá především hlubší analýzu sociálního a kulturního jednání nositelů a uživatelů nových technologických extenzí

Diskuse týkající se post-industriální společnosti tvoří pouze malou část celkového výzkumu zabývajícího se kulturními změnami spojenými se zaváděním nových informačních a komunikačních technologií. Významnou roli hraje též analýza psychologických a sociologických účinků informačních technologií spojených například s nárůstem nepřímých sociálních vztahů způsobených novými médii (Calhoun, 1991) či s problematikou distribuce a transformace *já* u televizních konzumentů (Meyrowitz, 1985) a v neposlední řadě i s tématem tzv. informačního přetížení (Klapp, 1986). Stále významnější roli hrají otázky týkající se

možnosti rozšíření politické participace prostřednictvím nových informačních a komunikačních technologií (Doktor, 1992). Neopominutelný je také vztah nových médií k problematice vzdělání (Postman, 1992). Stále významnější se jeví otázky spojené s nerovným přístupem k informacím (Cherry, 1985), respektive s nárůstem tzv. informační chudoby a dualizace společností.

Literatura dotýkající se problematiky informační společnosti zahrnuje řadu perspektiv, které nelze v tomto textu kompletně shrnout. Přesto tento omezený přehled naznačuje následující klíčová témata výzkumu informační společnosti:

a/ komodifikace informace,

b/ problematika konstrukce identity v procesu kulturní globalizace informací,

c/ otázky spojené s problematikou sociální participace a nerovného přístupu k informačním zdrojům.

Uvedená, velmi různorodá témata či perspektivy se pokusíme propojit prostřednictvím jednoho organizujícího principu – „komunikační ideologie“ informační společnosti, která podle našeho názoru formuje rozhodujícím způsobem povahu současné komunikační situace.

„Komunikační ideologie“ v informační společnosti

Jednou z klíčových charakteristik západního pohledu na komunikaci je předpoklad pozitivní síly komunikace a z toho vyplývající snaha i tlak na komunikační otevřenost. Věříme, že komunikace i její technologické nástroje posílí sociální integraci naší komunity, respektive že komunikace funguje jako efektivní nástroj řešení konfliktů, jako univerzální prostředek na řešení sociálních problémů.

Komunikace se tak sama o sobě stala sociální ctností. Žijeme v době, která předpokládá, že budeme komunikativní, a to bez ohledu na individuální a kulturní odlišnosti. Obecný sociální imperativ zní: čím vyšší je intenzita komunikace, tím lépe. Technologie sloužící k jejímu zintenzivnění jsou tak chápány jako užitečný nástroj sociální integrace.

Víra v blahodárnost komunikace a její univerzální schopnost řešit problémy či posilovat sociální integraci 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.

Přesto, že má implementace informačních technologií dlouhou sociální historii (viz. Innis 1950), o zrození „komunikační ideologie“ můžeme hovořit až v souvislosti s jejich masovým zavedením. „Komunikační ideologie“ se postupně stala součástí

každodenního života celé společnosti a stala se i součástí argumentačního instrumentária v rámci tzv. velké politiky. Stále častěji se tak můžeme setkat s politiky, kteří po pročetí brožury na téma „počítač do každé rodiny“ vášnivě hovoří a blahodárnosti Internetu či využití tzv. informační dálnice.² Současně se (zvláště v programech západoevropských politických stran) objevují stále častěji úvahy na téma nových informačních technologií jako nástrojů obnovení komunitního citění, politické mobilizace či jako efektivního prostředku zdokonalování rasových, rodových a třídních vztahů.

Pro komunikační ideologii je ovšem charakteristická tendence stojící v ostrém protikladu k ideálu otevřené komunikace a sociální integrace. Druhá strana „komunikační ideologie“ staví totiž na individualismu, který nás vede především k zájmu o vlastní, osobní situaci, touhy a potřeby, a to i za cenu oslabování našich sociálních a komunitních vazeb (Gitlin, 1995). V této souvislosti se objevuje stále intenzivněji otázka týkající se povahy moderní komunity v situaci, kdy se významná část sociálních interakcí realizuje prostřednictvím komunikačních a informačních technologií. Zdá se, že individualismus, weberovská účelová racionalita a komodifikace sociálních vztahů, které lze považovat za určující rysy modernity, dominují i současné pozdněmoderní epoše.

Gyorgy Lukács již po první světové válce konstatoval, že zbožní fetišismus je specifickým problémem naší doby, nejobecnější nemocí moderního života. V Lukáčsově rekonstrukci Marxovy argumentace, znamená komodifikace čistou destrukci protože umožnila reifikaci každého aspektu lidské aktivity. Základní báze zbožní struktury je dána tím, že vztahy mezi jedinci nabývají charakter věci, a vytvářejí dojem objektivitu či přesněji dojem autonomie, jež se jeví tak racionální a vše prostupující, že zakrývá pravou podstatu mezilidských vztahů (Lukács, 1971).

Lukáčsova kritika zůstává aktuální dnes stejně jako ve dvacátých letech minulého století. Dotýká se totiž otázky, do jaké míry je zbožní výměna společně se svými strukturálními důsledky schopná ovlivnit vnější a vnitřní život společnosti. Jak upozornili Adorno s Horkheimerem, společenský management mobilizoval nové technologie „kulturního průmyslu“, jejichž marketingové strategie směřují ke standardizaci masové produkce, obětuje přitom cokoli mezi logikou práce a sociálním systémem. To vše s cílem kontrolovat vnitřní a vnější život společnosti (Adorno, Horkheimer, 1972).

² Typickým příkladem ideologizace procesu informatizace bylo „osvětové“ turné tří politiků Stanislava Grose, Ivana Langra a Vladimíra Mlynáře, kteří koncem devadesátých (!) let objížděli školy a bez jakékoli hlubší znalosti dané problematiky hovořili o nových komunikačních technologiích jako o zjevené pravdě.

Primárně ovšem nejde o roli technologie jako takové, ale o její fungování v současné ekonomii. Možnost obrany před centrální kontrolou byla potlačena kontrolou individuálního vědomí. Pokud se lidské bytosti přizpůsobí technologickým silám produkce, které na ně působí jménem pokroku, jsou transformovány do objektů. Výsledkem tohoto procesu je fakt, že jako objekty dovolí vlastní manipulaci, a ztrácejí se tak za aktuálním potenciálem těchto technologických, výrobních sil (ibidem).

Především tzv. vyspělé společnosti se nyní spoléhají na další prohloubení komodifikace kultury, respektive individuálních i sociálních vztahů. Globální obchod, automatizovaná průmyslová produkce, nadnárodní masová konzumace, extenzivní komputerizace a elektronická komunikace má destruktivní vliv na tradiční struktury lidského chování a znemožňuje porozumění současným pozdněmoderním společnostem. Objevují se nové vzorce postindustriálního chování, které je významně formováno komplexními kódy globálních mediálních trhů, jež formují obrysy nové informační kultury .

Řada analýz potvrzuje, že se v tomto proměněném sociálním prostoru prohlubuje tendence individuí uchýlovat se do stále menších zájmových komunit a rostoucí nezáměr o participaci v širších aktivitách, které reprezentují politické strany, velké náboženské kongregace, sociální hnutí či odbory (Lasch 1978; Wuthnow 1994). Pozdně moderní sociální formace tak realizují stále intenzivněji přímou komunikaci mezi privátním světem individuí a státním aparátem. Veřejná sféra jako prostor zprostředkování se vytrácí (Elliott 1986; Habermas, 1974). Moderní „veřejnost“ ovšem nemůže existovat bez sdílené arény umožňující interakce mezi skupinami s odlišnými zájmy. Tuto funkci by měla v první řadě plnit masová média. Celoevropská krize médií veřejné služby je jen jedním z významných indikátorů potvrzujících obecnou krizi veřejné komunikace, respektive proces rozpadání veřejné sféry do nekomunikujících ostrůvků reprezentujících partikulární zájmy.

Uvedený trend potvrzuje ještě ve vypjatější podobě situace v České republice, kde se po více než čtyřicetiletém vyvlastnění veřejného sémantického prostoru nestačil veřejný prostor konstituovat a již jsou zde patrné tendence k jeho omezování. Nejde přitom jen o kvantitativní zužování prostoru pro veřejnou diskusi, ale především o optiku jednotlivých médií, která se stále více přizpůsobují editoriaální logice „opevněných domácností“ a „všemocného státu“. Samozřejmě, že uvedené oslabování, respektive fragmentace veřejné sféry je spojena s odcizením a nezáměrem o veřejné problémy. Nejviditelnější ilustrací tohoto trendu je nízká volební účast či voličská apatie, jak dokládají např. Postman (1992) a Gitlin (1995). Jsou to právě tzv. rozvinuté společnosti, ve kterých se projevuje destruktivní

fragmentace společnosti na skupiny s kontrastními postoji, zájmy, etnickou příslušností, kulturním dědictvím, ekonomickými zdroji apod.

Jinými slovy, pro komunikační ideologii je určující rozporuplná povaha, která vyplývá z dlouhodobé tenze charakteristické pro modernitu. Ta se na jedné straně hlásí k sociální integraci, kulturní asimilaci a k tradičním normám komunity spojovaným s industriální masovou společností, na straně druhé pak stojí tendence k sociální diferenciaci a kulturní diversitě.

Dále se pokusíme identifikovat základní proměnné, které sytí celý komplex „komunikační ideologie“. V tomto smyslu můžeme rozlišit čtyři hlavní komplexy proměnných. První se dotýká problematiky konstrukce mediální reality a zahrnuje procesy simulace, spektaklizace a virtualizace. Druhý reflektuje proměny sociálního jednání v prostoru narcistní kultury, pro kterou jsou stále typičtější formy mediálního voajérismu a exhibicionismu jako veřejné komunikační strategie. Třetí komplex odráží narůstající vědomí života pod permanentním dohledem informačních a komunikačních technologií. Čtvrtý charakterizuje nezadržitelná logika komodifikace a individualismu, která chápe vědění jako zboží a posiluje narůstající informační nerovnost.

Simulace, spektaklizace a virtualizace

Nová „komunikační ideologie“ znamená výraznou změnu v procesu definování „pravdy“ a „reality“. Klíčovou rolí hrají v této souvislosti mechanismy mediální simulace, spektaklizace a virtualizace, které mají určující vliv na podobu mediálních obsahů nabízených majoritnímu publiku.

Simulace

Podle Baudrillarda (1983) počíná věk mediální simulace likvidací reálného referentu. Epocha reprezentačního subjektu je tak minulostí. Svět již není možné chápat v kantovských kategoriích času, prostoru, kauzality, fungujících jako univerzální cesty k pravdě. Subjekt již nelze brát jako moment reality. Distinkce mezi objektem a jeho reprezentací, věcí a ideou již nejsou dále validní. Na jejich místě nalézá Baudrillard nový svět konstruovaný z modelů, simulaker, které nemají referent nebo oporu v realitě vyjma sebe sama. Simulakrum pohlcuje reálné v sobě samém. Simulakrum je tedy takový sémiotický útvar, který se tváří, že má svůj reálný protějšek, ale ve skutečnosti jde jen o sémiotický model. Simulaci jako proces vzniku tzv. simulakrů chápe Baudrillard jako opak reprezentace (ibidem).

Simulační procesy a zrození hyperreality spouští podle tohoto francouzského filosofa řetězení médií a vznik informačních sítí. Dochází tak k nekonečnému řetězci reduplikace od jednoho média ke druhému (od TV záběru k novinám apod.). Realita se tak mění v cosi téžavého, a vypaňuje se. Mediální simulace je tedy (ve srovnání s klasickým modelem reprezentace), předstírané zastupování reálného referentu. Baudrillard hovoří v této souvislosti o generování modelů reality bez reality (Baudrillard: 1983: 2). Vzniká hyper-reality – svět sebereferečních znaků. Před nástupem věku komunikační hojnosti, skutečnost nad svými modely převažovala, zatímco v době dominujících masových médií převažují modely/zobrazení nad skutečností. Simulace je tedy skrytou likvidací reality. Ta se nejen v informačních sítích vypaňuje, ale simulakry navíc předstírají, že se nic zvláštního neděje, předstírají, že nic nepředstírají. Simulace ovšem neznamena falešnou reprezentaci, jako je tomu v případě ideologie. Jsme-li klamáni falešnou reprezentací, jedná se o odklon od nedotčené skutečnosti a existuje naděje, že onen klam dovedeme od této skutečnosti odlišit. Baudrillardovská simulace je ovšem zákeřnější, nejedná se o zpronevěření skutečnosti, ale o setření rozdílu mezi pravým a falešným, reálným a imaginárním. Nejde již o to zabránit falešné reprezentaci reality, ale utajit, že realita už není reálná, aby se podařilo zachránit princip reality. Hyper-reality proniká efektivně sociálním prostorem, a eliminuje tak možnost srovnání sebe sama s realitou, která není hyper-reálná.³

Baudrillardova diagnóza věku komunikační hojnosti nám tak sděluje, že už nejsme schopni izolovat realitu jako nezávislou proměnnou. Simulovaná mediální neorealita vznikající recyklací komunikačního odpadu vytváří jen velké skládky použitých informací obrazů a sémiotických vraků. Stávající nejistota týkající se reality není otázkou nedostatku informací, ale jejich přebytku.

Spektáklizace

Podívaná-spektákl zvyšuje mediální hodnotu „reálné“ události. Rozšiřuje její symbolický význam a posiluje vizuální atraktivitu sdělení. Výsledkem tohoto procesu je

³ Pokud přijmeme tuto hyper-skeptickou vizi, stojí kritická teorie médií před těžkým úkolem – odhalit struktury dominance v situaci, kdy nikdo nedominuje, nic není dominováno a neexistuje žádná základna pro princip osvobození od dominance. Podle některých autorů je tento úkol nad její síly, jelikož symbolická moc již nemá primárně ideologickou, ale informační povahu. Staré ideologie se snažily o extenzi v čase a prostoru, respektive aspirovaly na univerzalitu jako metanarace. Naopak informace stlačené v čase a prostoru si žádný nárok na univerzalitu nečiní, jejich reflexe v čase je velmi obtížná. Kritická teorie médií zaměřená tradičně na téma dekonstrukce ideologií, předpokládá možnost být mimo ideologie, v jakémsi „prostoru“, ze kterého je vidíme jasněji. Obecná imanence informace existenci tohoto „prostoru“ zpochybňuje. Někteří teoretici se proto domnívají, že od kritiky ideologie musíme přejít ke kritice informace, která se ovšem nemůže odehrávat mimo její doménu (např. Lash, 2002).

rozšířením publika. Problematiku mediální spektaklizace vnesl do kritické teorie médií francouzský sociolog, představitel situacionismu Guy Debord, který se ve svém textu *Společnost spektaklu* (1967) soustředil na mechanismy, prostřednictvím kterých standardizace obrazů pomáhá vytvořit konzumní formy kultury. Deboard si klade otázku, proč kapitalismus preferuje formy života opírající se o obrazy, respektive jak mohou spektaklizovaná sdělení produkovat a reprodukovat sociální vztahy. Jeho odpověď se defacto shoduje s pohledem Adorna a Horkheimera, kteří upozorňují na to, že kultura je paradoxním zbožím. Jednak zcela podléhá zákonům směny, až ji nelze směňovat, a současně je tak slepě konzumována, že nemůže být dále užívána. Proto splývá s reklamou (Adorno, Horkheimer, 1972).

Debord se pokouší, podobně jako Baudrillard ve své analýze kódu, vymezit povahu spektaklu jako významné síly při formování sociálních vztahů. Debordova vize spektaklizovaných společností vede k popisu kulturního systému, který je zcela ovládnut logikou abstraktní směny. Ve společnostech, kde převažuje moderní způsob produkce, je veškerá lidská zkušenost prezentována prostřednictvím intenzivní akumulace podívaných. Žitá zkušenost byla přesunuta do forem reprezentace. Skutečnost, že jedinci akceptují nemilosrdnou kolonizaci svých privátních i veřejných životů prostřednictvím jejich spektakulární komodifikace vede k tomu, že i nejjintimnější situace jsou vnímány pasivně, nezúčastněně – prostřednictvím nekonečně cirkulujících reprezentací. Řada jedinců se učí definice, vzorce kulturně akceptovatelného jednání a konstruuje vlastní identitu do značné míry i prostřednictvím reklamních obsahů. Tyto návody na emocionální vyjádření jsou dobrovolně přijímány a aplikovány na nejjintimnější lidské vztahy, a to nejen s cílem otevřít lidskou expresivitu, ale především s cílem uzavřít individua v kulturní praxi marketingového plánování. Veškeré lidské emoce, životní radosti i strasti jsou tak reprezentovány prostřednictvím zboží (Debord, 1995).

Tento Debordův závěr je velmi blízký k Lukácsově analýze reifikace (Lukács, 1971). Mechanismus moderní spektaklizace v sobě nese objektivní formy komodifikované aktivity a subjektivní obsah individuálního vědomí. Výsledkem je reifikovaná, kolektivní kultura. Spektákl jako prostor, kde se generuje význam, je současně produktem i producentem, objektem i subjektem konzumní ekonomiky. Žitá realita je v procesu spektaklizace rozkládána, ale současně vstřebává řád spektaklu, který jí poskytuje pozitivní soudržnost. Jednotlivci i skupiny jsou tak smeteni do tohoto proudu iluzí tlakem života v prostoru expandujícího světového trhu (ibidem).

Podle Deborda platí, že čím více konzumují individua tržní spektakly a nacházejí v nich iluzivní uspokojení vlastních potřeb, tím méně rozumějí své aktuální existenci a skutečným potřebám. Debordova vize spektaklizace moderní společnosti tak vlastně posiluje Lukácsovu kritiku komodifikace. Stejně jako zvěcnělá práce, i spektakl vyžaduje po jedinci pasivní integraci. Automatizace, fragmentace a izolace sociálních vztahů typická pro pásovou tovární výrobu má svou obdobu ve spektakulárním formování vědomí, respektive ve formování individuálních interakcí i definování „reality“.

Virtualizace

Mediální simulace, spektaklizace a zrození hyper-reality jsou elementy procesu virtualizace pozdněmoderní společnosti. Poster (1990) hovoří v dané souvislosti o tom, že interakce uskutečňovaná prostřednictvím elektronických medií je řízena logikou tzv. „informační simulace“. „Realistické“ účinky jsou v tomto mechanismu uměle vytvořeny počítačovou imaginací, která se sama opírá o modely objektů a jejich vztahy, které mají pouze jevovou podobnost s běžnými „reálnými“ objekty či vztahy.

V řadě vědeckých disciplín již není třeba pozorovat jednotlivé jevy (např. počasí, finanční trhy či biochemické děje) v jejich přirozeném prostředí, jelikož je levnější a rychlejší uvedené procesy modelovat či přesněji simulovat ve virtuálním počítačovém prostředí. Jinými slovy, i přírodní vědy odvozují své poznání z analýzy situací, jež mají virtuální povahu, ale jsou přitom produktem velmi sofistikované a detailní přípravy, která směřuje ke konstrukci plausibilních variant „reality“. Je zajímavé, že tvůrci virtuální reality trvají přímo obsedantně na vysoké míře detailní podobnosti svých produktů s „reálnými“ modely vnějšího světa, a to přesto, že taková doslovnost není pro smysluplnou a srozumitelnou reprezentaci modelovaných „realit“ nezbytná.

Řada současných analýz počítačově-mediované interakce se zaměřuje na téma simulace fyzických charakteristik, jevů, prostorů a vztahů odehrávajících se ve virtuálním prostředí (Stone, 1995). Významnou roli hraje v dané souvislosti práce Sherry Turkle, zabývající se problematikou alternativních identit, zahrnující jak jednoduchou formu falešných jmen uváděných v rámci elektronické komunikace, tak i tvorbu zcela virtuálních osobností (Turkle 1984, 1996).

Simulace je tak rozhodující determinantou povahy virtuální interakce, která je formována podle logiky spektaklizace. Je ovšem třeba zdůraznit, že v dané souvislosti hovoříme o škále simulovanosti daných obsahů, jejichž společným rysem je spektakulární

povaha sdělení. Baudrillard se přitom domnívá, že dominantní formou reakce na mediální spektakl je pasivní příjem, nulová participace⁴.

Naopak Dayan a Katz (1992) ve svém pojednání o klasických příkladech spektaklů, které označují jako mediální události (media events), zaujmají poněkud pozitivnější úhel pohledu, ve kterém se jeví konzumace „inscenovaných“ událostí jako nový druh sociální nebo politické participace. Virtuální sociální formy tak přinášejí novou dimenzi, jelikož poskytují uživatelům nejen nesrovnatelnou schopnost „vidět“, ale také možnost vytvořit „kontra-spektákl“. Při jeho konstrukci, respektive při hledání a definování jeho „pravdy“ ovšem volí jedinci stále individuálnější přístup založený na komunikaci s relativně úzkým okruhem nejbližších, pro které je charakteristický názorový souběh.

Narcismus, exhibicionismus a voajérismus

Komunikační ideologii charakterizují dvě specifické, vzájemně propojené formy interakce – exhibicionismus a voajérismus, které jsou součástí kultury všeobecného narcismu.

Narcismus

Někteří autoři hovoří o současné kultuře či společnosti jako o narcistické (např. Lasch, 1978). Pojem narcistická společnost označuje situaci, kdy se jedinci chovají tak, jako by byli pod permanentním dozorem, jako by byli pozorováni reálným nebo imaginárním publikem. Lasch líčí narcismus jako kulturní fenomén a chápe jej jako metaforu sebepohlčení. Narcismus v tomto smyslu reprezentuje nejlepší způsob jak překonat tenze a úzkosti moderního života. Jde o kombinaci emocionálního stažení a přesvědčení o výjimečné pozici ve společnosti i rodině. Etika přežití, kterou narcistní osobnosti realizují, není dána vnějšími objektivními okolnostmi či tlaky, ale je výsledkem subjektivní zkušenosti prázdnoty a izolace. Moderní společnost se jeví v narcistní perspektivě jako zbavená minulosti i budoucnosti. Tato perspektiva pak legitimuje životní strategie orientované pouze na daný okamžik, na kultivaci vlastní transcendentální sebevzhlíživosti.

⁴ Baudrillard postupně opustil představu o pasivitě mas, respektive teorii jejich násilného umlčení. Na rozdíl od frankfurtských kritiků první generace se domnívá, že publikum přijímá simulační mechanismy, respektive rozpouštění rozdílů mezi realitou a fikcí, vědomě. Jde podle něho o více méně cílenou strategii směřující k odmítnutí možnosti realizovat vlastní svobodu. Největší zájem na bujení hyperreality má samotné publikum – masy. Touha po simulaci je spontánní. Jde o totální resistenci vůči ultimátu historického a politického rozumu. Baudrillard se domnívá, že mase vyhovuje život v hyperrealitě, kde není možné ani nutné vynakládat mentální energii a rozhodovat o tom, co odpovídá skutečnosti a co ne, kde není možné ani nutné volit mezi pravým a nepravým (Baudrillard, 1985).

Z pohledu a zaměření této statě je zejména důležité, že současné komunikační a informační technologie rozpouštějí hranice mezi jedinci a vnějším světem, což potencuje některé klíčové rysy narcistního způsobu bytí. Lasch v této souvislosti uvádí mezi jinými následující charakteristiky: život v přítomnosti, respektive neschopnost žít v minulosti ani v budoucnosti, závislost na druhých kombinovaná se strachem z takové závislosti (neschopnost být sám ani s druhými), uctívání celebrit, tvrdá soutěživost a současně obava ze střetu, touha po vlastnictví – v psychologickém i materiálním slova smyslu, touha po bezprostřední gratifikaci.

Klíčovým problémem narcistní osobnosti je oddělení hranic já od druhých. Narcistické já je konstruováno pouze na základě reflexe získané od jiných individuí. Přes časté iluze omnipotence je narcistní osobnost velmi závislá na svém vnějším prostředí, na jeho hodnocení, na potvrzení vlastního sebepojetí. Její demonstrativní nezávislost na rodině či institucionálních omezeních jí nedává svobodu být sám. Naopak vyvolává pocit nejistoty, kterou překonává prostřednictvím svého *grandiózního já* posilovaného jak pozorností druhých, tak i nekritickou identifikací s celebritami, respektive mocí a slávou. Narcistní osobnost vnímá vnější svět jako zrcadlo. Jinými slovy, formuje jej k obrazu svému, případně jej zcela odmítá. Virtuální, elektronický svět je v této souvislosti dostatečně poddajný, flexibilní. Nefunguje tedy jako křivé zrcadlo, ale naopak poskytuje prostor maximální gratifikace. Navíc dokáže relativně efektivně kompenzovat narcistní neschopnost být sám, ale ani s druhými, a to prostřednictvím virtuálního, elektronického vztahu „nepřítomné přítomnosti“.

Narcismus nemůžeme chápat jako izolovaný fenomén, ale jako aspekt modernity těsně spjatý s tím, co je nazýváno jako „projekt self“. V rámci sociální teorie se v dané souvislosti objevuje idea moderní reflexivity (Giddens, 1990). Giddens tvrdí, že reflexivita je podmínkou modernity. Podle jeho názoru je reflexivita definiční charakteristikou lidského jednání v každé společnosti. V modernitě ovšem získává specifickou podobu. Reflexivita moderního sociálního života vychází z toho, že sociální praxe jsou konstantně zkoumány a reformovány ve světle nových informací o těchto praxích, a tak se mění jejich charakter. V tomto smyslu je klíčovým rysem modernity to, co Giddens nazývá „reflexivním projektem self“ (ibidem).

Vztah moderní reflexivity a narcismu zahrnuje „promyšlení vlastního já“, a to ve vztahu k imaginativní představě druhých. Jedinci prezentují sebe sama druhým a přitom si představují, jak jsou vnímáni. Jinými slovy, hrají pro reálné a imaginární publikum. Jak upozorňují Abercrombie a Longhurst (1998), pro narcismus je typický performativní charakter. Moderní společnosti vnímají existenci *já* jako performeru, který je pod

permanentním dohledem přátel i nepřátel. Aby se sociální svět stal součástí spektaklu, musí být lidé vnímáni jako jeho objekty a současně musí mít motivaci k tomu, aby se chovali podle logiky spektaklizace. Narcismus, který je neoddělitelně spojen s konstrukcí image, respektive s formováním identity jedince, tak představuje motivační stranu procesu spektaklizace pozdněmoderních společností.

Mechanická reprodukce kultury, bujení vizuálních a audiálních obrazů vede k likvidaci žité zkušenost, a podemílá tak smysl pro realitu. Fotografické zachycení reality dává našim životům pocit realističnosti a pomáhá rekonstruovat osobní historii, „rodinné album“ verifikuje individuální existenci. Sebezpozorovací/hlídací funkce fotoaparátu či kamery de facto posiluje narcistní funkce. Individua se již neobracejí k druhým jako ke své jistotě, ale izolovaně pochybují o realitě své existence. Nová média nerozpouštějí realitu v pravém slova smyslu, ale tím, že vůči ní vytvářejí pocit jakési indiference. Jsme stále lhostejnější k rozlišování mezi přirozeným/umělým světem, a přitakáváme tak simulované konstrukci reality, která umožňuje osamělé, narcistní osobnosti jak bezproblémové komfortní sebevzhlížení, tak i kompenzatorní manipulaci s obrazy druhých a samozřejmě i s vlastní identitou.

Exhibicionismus a voajérismus

V současné kultuře se odhalování privátních a intimních informací, a současně i obsedantní formy sebe prezentace staly běžnou součástí komunikace. Zdá se, že imperativ moderní otevřenosti a komunikativnosti postupně hypertrofoval a nabývá povahu velké exhibice. Ti, kteří se odmítají přizpůsobit tomuto „teroru intimacy“, jak o něm hovoří Sennett (1977), jsou nezřídka vnímáni jako podezřelí, jako ti, co nemají čisté svědomí.

Sama podstata obrazových médií je voajérská, jelikož umožňuje nahlížet do cizích prostorů či osudů. Tato technologická smyslová extenze má mocenskou povahu. Umožňuje kontrolu lidských těl i myšlenek. Jak ukazuje Laura Mulvey (1981) je tato voajérsko-mocenská dimenze typická například pro mechanismy mediální konstrukce obrazu ženského těla prostřednictvím tzv. maskulinního pohledu. Atmosféra voyerismu či obscénnosti se promítá a krystalizuje též ve formě tzv. talk show, resp. „reality-show“, které zvláště televizní dramaturgie využívá jako nástroje odhalování osobních problémů všeho druhu – zdravotními počínaje a konflikty se zákony konče.⁵ Voajérsko-exhibicionistickou logiku naplňuje i

⁵ V podmínkách českých elektronických médií prolomil razantně hranici intimacy pořad Romana Šmuclera „Tabu“, který je dodnes nepřekonaným televizním katalogem lidských deviací. Do podobné kategorie patří i stále populární soutěž „Velký bratr“ a další podobné zábavné formáty.

znaková nadprodukce mechanicky produkováných smrtí. V této souvislosti můžeme hovořit o mechanismech „pornografie umírání“ či o „nekrofilní televizi“⁶. Tento spodní proud voajérství a obscenity je silně přítomen i ve virtuálním sociálním prostředí (např. v herních systémech MUD nebo MOO), kde je možné sledovat simulovanou intimitu prostřednictvím aranžovaných či semi-aranžovaných scén. O voajérismu můžeme hovořit i v souvislosti se členy tzv. „chatů“, kteří se nepodílejí na komunikaci, ale pouze čtou, sledují, respektive číhají na sdělení druhých.

Svou modelovou realizaci má voajérství v simulovaném světě tzv. celebrit, který redukuje moderní, multidimenzionální realitu na stále viditelnější mediální témata. K tomu slouží několik základních mechanismů: personalizace (redukce většiny sociálně-politických fenoménů na oblast privatissima, ikonizace (obrazové bujení, které směřuje k celkovému informačnímu zahlcení a k dezorientaci), celebrityzace (referenční skupinou se pro velkou část společnosti stávají „barevné příběhy“ populárních osobností z oblasti showbusinessu).

Teorie a praxe public relations, respektive marketingová praxe vychází z toho, že úspěšný vývoj a prodej celebrity vyžaduje maximální kontrolu jejího obrazu. To umožňují až nové komunikační technologie, které vytvářejí dojem, jako by detailní záběr byl přirozenou schopností lidských smyslů jak vnímat životy svých bližních. Opak je pravdou. Je to technická extenze našich smyslů, která nám umožňuje vnímat oči, rty, vlasy či řádra hvězd způsobem, který překračuje naše sensorické schopnosti. Tato možnost, každodenně recyklovaná v médiích nejen snižuje tajemno tradičně spojované s tzv. elitami, ale současně stimuluje naši žádost dozvědět se ještě více o tom, jak celebrity žijí, co jedí, jak se oblékají, o čem sní. Jak ovšem dokládá Roland Marchand (1985), první mediální příběhy o celebritách často nebyly natolik atraktivní, aby uspokojily divoké sny vycházející z odpírané zkušenosti. Proto se postupně vytváří nový žánr pseudo-příběhu, který má za úkol naplnit voyérskou potřebu majoritního publika.

⁶ Není asi náhodou, že znaková nadprodukce mechanicky produkováných smrtí se odehrává v situaci, kdy stále méně jedinců v rámci západní kultury má vlastní zkušenost s fenoménem umírání, který opustil naše domovy, respektive byl odsunut do specializovaných zařízení. Osobní a existenciální otázky týkající se smrti jsou v naší kultuře obecně silně potlačovány. Otázkou je, co tedy motivuje stále intenzivnější konzumaci médií prezentovaných smrtí, v drtivé většině násilných?

Média zavalují diváky množstvím informací, ale zároveň filtrují prezentovanou realitu, a blokují tak její poznání. Tato destrukce či transformace zkušenosti neznamená totální ztrátu zkušenostního obsahu, ale skutečnost, že se odehrává mimo individuuum. Mediální konzument tak stojí mimo hmatatelnou realitu a zvláště obrazovka televizní nebo počítačová funguje jako štít chránící diváky před jejím tlakem. Její funkce je v zásadě anestetická. V procesu konzumace nekonečně opakovaných násilných úmrtí postupně dochází k neutralizaci jejich obsahu. Pocit zděšení vyprchává a událost se redukuje pouze na estetický rozměr a účinkuje jako anestéze. V této souvislosti můžeme hovořit o „esteticko-anestetické funkci“ mediální konzumace, která de facto blokuje naši hlubinnou existenciální úzkost.

Tento teror intimity ovšem postupně vede k tomu, že se zvláště jedinci disponující nadstandardními ekonomickými a technickými prostředky, začínají opevňovat, respektive budují stále silnější bariéry mezi vlastními privátními životy a obsedantní touhou většiny po intimních informacích. K naplnění tohoto cíle využívají paradoxně i nové komunikační technologie, které umožňují, nejen druhé oslovit, ale též eliminovat.⁷

Vědomí života pod dozorem

Třetí proměnnou podílející se na formování „komunikační ideologie“ bychom mohli označit jako „vědomí života pod dozorem“. Jde o komplex stále neodbytnějších důkazů o tom, že jsou naše životy podrobovány dokonalejší kontrole, které vědomě i nevědomě přizpůsobujeme vlastní vzorce chování. Podle Giddense (1984, 1990) jsou to právě formy dohledu (surveillance), které určují povahu života v moderních společnostech. Gandy (1993) inspirován Benthamovou/Foucaultovou koncepcí panoptikonu upozorňuje na skutečnost, že informační technologie reprodukují a posilují pocit moderního člověka, že je permanentně pozorován. Tato moderní, kolektivní paranoia nutně spouští stále represivnější formy sebekontroly, která vede k nevědomé modifikaci vlastního chování. Rostoucí vědomí existence všudypřítomného kontrolního aparátu posilují zvláště nové informační a komunikační technologie poskytující řadu informací, na kterých jsme více či méně životně závislí, ať už se týkají pracovní či ekonomické aktivity nebo bezpečnosti či zdraví.

Výsledkem tohoto tlaku je stav, kdy modifikujeme naše chování takovým způsobem, o kterém předpokládáme, že je v souladu s očekáváním těch, kteří po nás požadují informace – lhostejno zda jde o policisty či lékaře. Elektronické obchodování či bankovníctví, respektive komerční využití Internetu se ovšem stále setkává s rezistencí na straně konzumentů, která nepochybně odráží i jejich obavy z možného zneužití jejich privátních údajů. Jinými slovy, je zřejmé, že kontrolujeme své postoje vůči institucím, které na nás nenápadně dohlížejí.

Potvrzuje se tak předpoklad Michela De Certeau (1984), jenž hovoří o „taktice“ „slabých“, kteří jsou schopni odolávat mocenské „strategii“ „silných“. De Certeau vidí každodenní život jako modus operandi běžných sociálních aktérů. Ti podle něho hledají své cesty v pevně daných kulisách dominantního kulturního uspořádání, ale zároveň jej i proměňují obrannou „taktikou“ „slabých“. Francouzský sociolog hovoří o taktice „partyzánské války“, ve které se snažíme jako členové „publika“ uplatňovat jisté formy

⁷ Například telefonní záznamník či hlasová schránka nám umožňuje slyšet druhé, a současně „nebýt slyšen“. Tento trend potvrzuje i zájem výrobců mobilních telefonů, kteří umožňují uživatelům skrytí vlastní identity. Uvedený přístup platí i pro výrobce a uživatele ostatních nových médií, zvláště počítačů – např. aplikace tzv. síťových filtrů zamezujících dětem přístup k závadným obsahům apod.

teroristického, tj. rezistentního jednání vůči dominující společnosti. Lyon (1994) v této souvislosti hovoří o tom, že jedinci jsou schopni užívat informační a komunikační technologie jako nástroje kontra-dohledu (counter-surveillance). Jde de facto o strategii komunikačního stažení, respektive pokus o únik před imperativem komunikační otevřenosti.

Komodifikace a informační nerovnost v éře globalizace

Komodifikace informací či vědění vede jedince i skupiny k tomu, aby je užívali jako prostředky, které jim pomáhají uspět v soutěži o další typy statků. Z informace jako volně dostupného vědění se stalo obchodovatelné zboží disponující směnou hodnotou. Nejde ovšem o zcela nový trend, v každé společnosti byly informace v jistých situacích užívány jako zboží (Habermas, 2000). Specifičnost komodifikace informace ovšem spočívá v tom, že informaci můžeme prodat, ale dále ji vlastníme, na rozdíl od obchodování s jinými typy zboží.

Ve světě informačních společností jsou to především masová média, která naplňují a ztělesňují nejvýrazněji mechanismy komodifikace. Postupující informatizace akceleroje význam formálních označujících systémů, respektive sociální a ekonomickou racionalizaci. Výsledkem tohoto trendu je skutečnost, že v každodenním životě stále méně chápeme komunikaci jako sociální vztah či hodnotu. Stala se kategorií ekonomické směny, realizované v kompetitivním tržním prostředí. V tomto referenčním rámci se komodifikované informace, respektive komunikační a informační technologie staly nejen nástroji maximalizace zisku, ale současně prostředky destrukce společně sdílených významů a sociálních vztahů. Jinými slovy, komodifikace informací posiluje soutěž, která nás může vést ke „komunikačnímu stažení“, a to zvláště v situaci, kdy nezískáváme srovnatelné odměny.

Povahu mezilidských interakcí v informační společnosti spoluurčuje existence různých forem informační nerovnosti. Ta je obecně spojována s třídní původem, příjmem a vzděláním (Golding, Murdock, 1986). Jinými slovy, ti, kteří jsou z pohledu uvedených kritérií handicapováni, mají komplikovanější přístup k informacím a ve svém mobilityním růstu jsou fakticky blokováni. Childers a Post (1975) hovoří v dané souvislosti o tzv. informační chudobě⁸. Jinými slovy, pokud připustíme, že existují systematické rozdíly mezi informačním

⁸ Američtí sociologové definují „informačně chudé jedince“ následovně:

a/ nevědí, který komunikační kanál použít pro řešení vlastních sociálních, psychických či ekonomických problémů, respektive neznají konkrétní programy, jež byly vytvořeny pro odstranění jejich obtíží,

2/ sledují intenzivně televizi, zřídka čtou magazíny a noviny, knihy nečtou prakticky nikdy,

a komunikačním potenciálem různých sociálních a vzdělanostních skupin, jde v podstatě o situaci vertikální (primární) nerovnosti.

Vedle tohoto základního typu informační nerovnosti můžeme rozlišit tzv. sekundární informační nerovnost, která vzniká v situaci, kdy se mezi jedinci s podobnými ekonomickými možnostmi a vzdělanostním zázemím objevují významné diference při užívání informací, a to v závislosti na zájmové skupině, ke které patří. Tato informační diferenciací vede k situaci, kdy jsou jedinci v některých oblastech „specialisty“, zatímco v jiných vykazují charakteristiky informačně chudých. Nové komunikační a informační technologie posilují tento trend tím, že nám umožňují vyhnout se expozici širšímu spektru často nepřijatelných typů informací.

Jinými slovy, s nárůstem sekundární informační nerovnosti klesá schopnost mobilizovat efektivní veřejné jednání na rovině celé společnosti. Je tomu tak nejen proto, že jisté skupiny jsou hodnotově zcela nekompatibilní, ale také proto, že někteří z nás prostě netuší nic o problémech, které jsou podstatné pro druhé. Rozšířená kapacita jednání na úrovni individuální tak nezřídka znamená snižování kapacity jednat v zájmu širší komunity. Tradiční konceptualizace širší veřejnosti zahrnující řadu malých, ale interagujících komunit, které vytvářejí společnou kulturu, se pod vlivem nových informačních a komunikačních technologií proměňuje.

Ukazuje se, že globalizace často obviňovaná z homogenizace lokálních kultur nemusí vždy měnit tradiční, lokální determinanty jednání, ať už jde o geografickou, vzdělanostní, etnickou, náboženskou, expertní, jazykovou, pracovní či volnočasovou vrženost jednotlivce. Globální referenční rámec zastírá hlubinnější formy komunikační selektivity a izolacionismu. Informační a komunikační technologie nejen homogenizují, ale současně umožňují velmi efektivní, interindividuální oddělení. Podporují tak dva protikladné procesy – poskytují nám informace o tom, jak žijí druzí, ale současně nám umožňují, abychom nesplynuli s masou. Nové informační technologie používáme nejen ke sdílení hodnot, prožitků či zájmů, ale současně i proto, aby nám pomohly vyhnout se setkání se širší kritickou veřejností, respektive s jedinci jejichž zájmy, hodnoty a prožitky se liší od našich. Obecně tak slábne potřeba interagovat napříč zájmovými či politickými skupinami. Jak dokládá Alderman (1997) dochází postupně k selektivnímu vyhledávání a fragmentárnímu spojování podobně názorově naladěných jedinců a malých skupin, které vytvářejí alternativní, mnohdy pouze

3/ nevidí svůj problém v nedostatku informací,

4/ nejsou příliš aktivní při vyhledávání informací ani v situaci, kdy jsou k tomu fakticky nuceni nepříznivými okolnostmi,

„individuální“ typy sdělení ve virtuálním prostředí. To je dáno i proto, že užívání nových komunikačních technologií umožňuje členům malých sociálních skupin či hnutí vyjádřit perspektivy a hodnoty, které by byly v dominantních masových médiích „neviditelné“.

Obecně vzato stále více je platí, že neproblematické informace a názory svěřujeme veřejným komunikačním kanálům. Naopak skutečně kontroverzní názory ovšem odsouváme do pečlivě vybraných privátních arén, prostorů, kde je možnost sporu či nesouhlasu minimalizována (speciální nízkonákladové tiskoviny, časopisy, malé rozhlasové stanice, webové stránky, fanziny atd.). Tyto „jiné prostory“ vytvářejí základnu pro posilování vlastní identity a umožňují systematickou „kultivovací“ privátních postojů. Taková komunikace, byť virtuální, se navíc jeví jako silný zdroj vytváření pocitu ontologického bezpečí (Volek, 1998).

Výše uvedené proměnné, sytící komplex „komunikační ideologie“, vytvářejí podmínky pro vznik specifické komunikační situace. Jinými slovy, ve zmíněných perspektivách se opakuje jeden klíčový motiv – s novými komunikačními a informačními technologiemi nepřichází jen věk komunikační hojnosti, ale zdánlivě paradoxně vznikají podmínky pro specifické formy komunikační izolace.

V závěru tohoto textu se pokusíme formulovat hypotézu o existenci tzv. „elektronického izolacionismu“, který vznikl jako nezamýšlený důsledek „komunikační ideologie“ informační společnosti a nese v sobě všechny výše zmíněné rysy situace narůstající komunikační izolace ve věku komunikační hojnosti.

Elektronický izolacionismus ?

Hypotéza o existenci „elektronického izolacionismu“ předpokládá, že informační společnosti formují specifickou formu mezilidské interakce, která posiluje sociální izolaci uživatelů nových médií. Pro „elektronický izolacionismus“ je typický důraz na vlastní, individuální strategie a interpretace realizované za pomoci nových informačních a komunikačních technologií. V této perspektivě získávají jedinci status aktivních tvůrců významů. „Životní text“ je zde více či méně k dispozici velmi individualizovaným interpretacím.

Uvedený závěr potvrzuje i poslední obrat ve výzkumu mediálního publika, který se odehrál v polovině osmdesátých let a je spojen především s analýzou role každodenního kontextu při individuálním zpracování mediálních obsahů. Tento trend potvrzuje i nárůst vědeckého zájmu o problematiku konstrukce individuálních prožitků. Můžeme tak hovořit o

5/ jsou uzavřeny do neformální informační sítě (Childers, Post, 1975).

„publikocentrické perspektivě“, pro kterou je charakteristická orientace na problematiku individualizovaného dekódování různých mediálních sdělení (Volek, 1999). Například podle Johna Fiskea konstruuji diváci při sledování televizoru vlastní text, který propojuje přijímaná sdělení s jejich sociální zkušeností. Fiske nehovoří v této souvislosti o jednotlivých pořadech, ale o „sémiotické zkušenosti“, která je podle něho charakterizována svou otevřeností a polysémičností (Fiske, 1989: 59). V obecnější perspektivě, podporuje uvedený trend stále heterogennější povaha společností pozdního kapitalismu, která vytváří situaci, kdy každý subjekt může v různých časech realizovat odlišnou diváckou či čtenářskou zkušenost.

V této perspektivě je stále méně udržitelná koncepce jednoho homogenního mediálního publika. Nestabilní povaha významu tohoto pojmu nakonec přivedla především etnograficky orientované výzkumníky k tomu, že hovoří o publiku v plurálu a zdůrazňují existenci řady různých publik či cílových skupin, které se liší například preferencí jednotlivých médií, žánrů či zastáváním různých kulturních pozic atd.⁹ Někteří autoři hovoří navíc o procesu „rozptýlení publika“, který umožňují nové mediálními technologie, jež činí diváky součástí „mediálního spektaklu“ a restrukturuji jejich identity v prostoru všeobecného narcismu (Abercrombie, Longhurst, 1998). Klíčovým znakem „rozptýleného publika“ je skutečnost, že v pozdněmoderní společnosti je každý členem publika. Každodenní život je v tomto smyslu konstatní performancí, kde vystupujeme jako členové publika i performeři. Aktivity rozptýleného publika představují cosi jako virtuální, neviditelné performance a interakce.

Hypotéza o existenci „elektronického izolacionismu“ vychází z výše zmíněných pozdněmoderních charakteristik a reflektuje oba protichůdné trendy, které sebou nové komunikační a informační technologie přinášejí. Na jedné straně stojí přitažlivá možnost komunikovat difference mezi individuálními a skupinovými postoji, respektive šance otevřít se komunikačnímu sdílení. Na straně druhé je zde silné lpění individuí na privátním světě vlatních zájmů a přesvědčení. Ukazuje se, že jejich efektivní ochranu umožňuje únik do virtuálního prostředí nových informačních a komunikačních technologií. Ty mají potenciál fungovat jako specifická forma obranného mechanismu, který dává šanci vyhnout se informacím, jež neodrážejí naše vnímání světa.

⁹ Skutečnost, že se pojem mediální publikum dnes užívá bez větších nejasností je dána především vlivem mediálních a marketingových institucí, které pro předmět svého podnikání potřebují jasně uchopitelný objekt, který je možné podrobit měření a kontinuálnímu monitorování. Extrémní (dekonstruktivní) názor v tomto smyslu zastává John Hartley, podle kterého nemůžeme v žádném případě hovořit o publiku jako „reálném“ či „vnějším“ ve vztahu k jeho diskursivní konstrukci (Hartley, 1987: 125).

„Komunikační ideologie“, která je svým důrazem na otevřenost komunikace dobře využitelná pro cíle státu i velkých korporací a spouští nevědomky „taktiku“ „elektronického izolacionismu“ jako obranný mechanismus určitých jednotlivců i skupin obyvatelstva před terorem intimity realizovaným státními nebo privátními institucemi. Současně jde o výraz fragmentace kultury, která stále méně vnímá potřebu posilovat kooperativní jednání.

Téma uzavření komunikace do „jiných míst“ izolovaných od hlavního kulturního prostoru není samozřejmě historicky ničím novým, jak dokládá například Michel Foucault¹⁰, který popisuje fenomén heterotopie ve své stati „O jiných prostorech“. Heterotopie jsou podle jeho názoru místa, „která se formují v samotném základu společnosti – která jsou něco jako proti-umístění, druh účinně zavedených utopií, v nichž skutečná umístění, všechna ostatní skutečná místa, která můžeme v kultuře najít, jsou současně reprezentována, popírána a převracena. Místa tohoto druhu jsou mimo všechna místa, a to i přesto, že někdy bývá možné označit jejich umístění ve skutečnosti“ (Foucault, 1996: 76).

Foucault hovoří o heterotopologii „jiných míst“ jako o „současně mýtickém a skutečném popření prostoru, ve kterém žijeme“ (Foucault, 1996: 77). Přitom rozlišuje šest základních principů fungování heterotopie: podle prvního neexistuje kultura, která by netvořila heterotopie, jde o konstantu jakéhokoliv lidského společenství¹¹; druhý princip předpokládá, že společnost může změnit funkci existující heterotopie, a to v závislosti na daném čase a prostoru¹²; podle třetího principu mohou umístít heterotopie vedle sebe několik prostorů, které jsou vzájemně neslučitelné v rámci jednoho reálného místa. Divadlo nebo kino tak přivádějí divákům několik sérií míst, které jsou si navzájem cizí. Podle čtvrtého principu jsou heterotopie nejčastěji spojeny časovými řezy. Jsou otevřeny vůči tomu, co bychom z důvodu symetrie mohli nazvat heterochronie. Heterotopie začíná plně fungovat ve chvíli,

¹⁰ Původně šlo o přednášku proslovenou pod názvem „Des espaces autres“ v roce 1967. Do češtiny byla přeložena ve výboru Foucaultových textů *Myšlení vnějšku*.

¹¹ Foucault rozlišuje v rámci tohoto principu dva typy heterotopií. Heterotopii krize, kterou chápe jako „privilegovaná, posvátná nebo zapovězená místa, rezervovaná pro jednotlivce, kteří je obklopují, ve stavu krize: dospívající mládež, menstrující ženy, těhotné ženy, staré lidé atd“ (Foucault, 1996: 78). Tyto heterotopie se dnes podle Foucaulta vytrácejí a jsou nahrazovány heterotopie úchylky tj. prostory, kam se „umístují jednotlivci, jejichž chování je odchýlené vzhledem k požadovaným prostředkům či normám“ (ibidem). Do této kategorie zahrnuje Foucault domovy pro přestárlé, psychiatrické ústavy, vězení. Domovy důchodců pak stojí v tomto pojetí na hranici mezi heterotopie krize a heterotopie úchylky, „neboť stáří je krize, ale je to také úchylka, protože v naší společnosti, kde je volný čas podřízen určitým pravidlům, je i nicnedělání jistým druhem úchylky“ (Foucault, 1996: 78-79).

¹² Foucault uvádí v dané souvislosti hřbitov jako příklad proměny významu jiného prostoru: „ (...) hřbitov nacházející se uvnitř posvátného prostoru kostela na sebe vzal v době moderní civilizace poněkud odlišnou podobu; dosti překvapivě, právě v době, kdy se civilizace stává „ateistickou“ (jak se velmi hrubě říká), se v západní kultuře objevuje to, co nazýváme „kultem smrti“ (...). „Od chvíle, kdy si lidé nadále již nejsou zcela jisti tím, že mají duši, nebo že tělo znovu nabyde života, je asi nezbytné věnovat mnohem více pozornosti mrtvému tělu, které je koneckonců jedinou stopou naší existence mezi lidmi a mezi slovy“ (Foucault, 1996: 79-80).

kdy se člověk dostane do určité absolutní roztržky s tradičním časem. Muzea a knihovny jsou příkladem této heterotopie.¹³ Podle pátého principu fungují heterotopie v systému otevření a uzavření, která je současně izolují a zároveň činí proniknutelnými. „Heterotopie obecně není takové volně přístupné místo, jakým je místo veřejné. (...) Na druhé straně existují jiné heterotopie jako čistá a jednoduchá otevření, ale které většinou skrývají zvláštní vyloučení.“ (...) „myslíme si, že vcházíme, a byli jsme, právě tím prostým faktem, že vejdemo, vyloučení“ (Foucault, 1996: 83). Podle posledního principu mají heterotopie „určitou funkci ve vztahu ke zbývajícímu prostoru(...), jejich rolí je vytvářet prostor iluze, který ukazuje veškerý skutečný prostor, všechna místa, v nichž se lidský život vyskytuje, jako ještě iluzornější. (...) A nebo naopak, jejich role je vytvářet prostor, který je jiný, jiný skutečný prostor, tak dokonalý, tak úzkostlivě pečlivý, tak náležitě uspořádaný, jako je ten náš zaneřádný, špatně vybudovaný a neuspořádaný“ (Foucault, 1996: 84). Foucault se domnívá, že nejde o heterotopii iluze, ale kompenzace.

Foucault užívá jako ilustrace „jiných prostorů“ nejen obecně posvátná, privilegovaná nebo zapovězená místa, ale i muzea, knihovny či nevěstince. Podle našeho názoru lze aplikovat jeho metodu lokalizace „proti-umístění“ i na zkušenost s novými médii, respektive s prostory, které vytvářejí.

„Elektronický izolacionismus“ se dne jeví jako společný rys interakce charakteristické pro život v informačních společnostech. Výskyt této „taktiky slabých“ je zvláště patrný v rámci virtuálních sociálních forem a vztahů, tedy těch, které jsou výsledkem procesu delegace suverenity vlastního jednání na „zástupce“ působící v „jiných prostorech“. Pro ty je charakteristický image realističnosti a jejich virtuální povaha se velmi efektivně brání odhalení vlastní podstaty.

Proměnlivost sociálních sítí, umocňovaná schopnostmi nových informačních a komunikačních technologií, vyhovuje formování řady „jiných míst“ okolo našich speciálních zájmů. Nová média nám umožňují vytvářet i přetvářet síťové vazby a konstruovat virtuální světy i virtuální komunity. Tyto virtuální sociální formy směřují k fragmentaci a oddělení jednotlivých zájmů. V tomto smyslu se jeví pochopitelným, proč virtuální komunity netvoří bázi pro širší, masově koncipovaná politická nebo sociální hnutí. A zřejmě také není náhoda, že v uvedeném virtuálním prostoru hraje tak malou roli princip solidarity (Jones, 1995: 22).

¹³ “(...) založení jakéhosi všeobecného archivu, vůle uzavřít do jediného místa všechny čas, všechny doby, všechny formy, všechny proměny vkusu, myšlenka vybudování místa všech časů, které samo je mimo veškerý čas a jeho ničivé účinky, plán uspořádat tímto způsobem jistou neustávající a nekonečnou akumulaci času v jednom nepohyblivém místě, celá tato myšlenka patří k naší modernitě” (Foucault, 1996: 82).

Zároveň platí, že se i v tomto „jiném prostředí“ realizuje udržování hierarchií a hranic, jako v jiných oblastech sociálního života. Je ovšem poměrně obtížné porozumět vztahu hierarchie a komunity v rámci těchto „míst mimo místa“, kde je komunita identitou a komunikační technologie neumožňují pevné fixování či strukturaci identit. Virtuální interakce jsou zde zakoušeny jako druh distribuce zakotvenosti či přesněji zanoření *já* v mediálním prostoru telekultury, jejíž hranice jsou zaneseny ve virtuálních, transitorních sítích, jejichž hodnota je pomíjivá, pozice v prostoru slabá a nejasná.

Virtuální kultura je souborem mnoha disparátních zdrojů a míst propojených přechodnými, pomíjivými vazbami. Jde o uspořádání, jež umožňuje či preferuje spíše sociální a kulturní diferenciaci před integrací či kolektivní senzibilitou a jednáním. Naše virtuální-sociální prostředí podléhá stále viditelněji přání individuálních identit, a posiluje tak postupně heterotopickou povahu komunikace, která se de facto nevědomě posiluje hodnotové rozdělení pozdněmoderních společností, respektive jejich nestabilitu. V tomto smyslu se zdá, že **nezamýšleným důsledkem informatizace pozdně moderních společností by mohlo být paradoxně oslabování intenzity sociální komunikace či přesněji ztráta motivace hledat a sdílet společné významy.** Taková situace, kdy se individua k sobě neobracejí jako ke své jistotě, ale izolovaně pochybují o realitě své existence, by pak nebyla daleko od stavu sociální anomie.

Závěrem

V tomto textu jsme se pokusili naznačit, jak ovlivňuje „komunikační ideologie“ informační společnosti povahu mezilidských interakcí v pozdněmoderních společnostech, respektive jaké nezamýšlené důsledky vyplývají z užívání nových informačních a komunikačních technologií, a to zvláště ve vztahu k fenoménu „elektronického izolacionismu“.

Současnou „komunikační ideologii“ sytí především následující sada sociálních trendů, které jsou současně i produktem této ideologie:

- 1/ razantní nárůst simulovaných, spektakulárních informací, jejichž konzumace se realizuje ve virtuálním prostředí,
- 2/ sílící role kulturního narcismu a exhibicionisticko/voajérského stylu prezentace,
- 3/ stále intenzivnější kontrola mezilidských interakcí, která posiluje „vědomím komunikace uskutečňované pod dozorem“,
- 4/ komodifikace informací posilující nárůst primární i sekundární informační nerovnosti,

5/ „elektronický izolacionismus“ vycházející z nedůvěry k dominantním masovým médiím a posilovaný kvantitativním nárůstem tzv. specializovaných komunikačních kanálů či malých médií,

6/ zužování veřejného prostoru, ve kterém by docházelo ke sdílení informací mezi jedinci a skupinami odlišného hodnotového zaměření.

Důvěra v simulované, spektakulární informace vede k další fragmentaci kategorií „pravdy“ a „ne-pravdy“, a posiluje narcistní vykořenění, konstrukci pseudo vztahů i hodnotovou relativizaci. Užívání nových médií sleduje exhibicionisticko-voajérskou logiku tvorby „prostorů vlastní reprezentace“, a posiluje tak ideologii „komunikační otevřenosti“. Současně ovšem vede vědomí dohledu a tlak přizpůsobit chování požadavkům dominantních společenských institucí k nastartování mechanismu kontra-kontroly či přesněji k posílení nedůvěry vůči „institucionálním dozorcům“.

Nárůst primární (vertikální) informační nerovnosti vede k posílení informační chudoby určitých společenských skupin, respektive podporuje proces dualizace pozdněmoderních společností. Výsledkem jsou modelově vzato dva způsoby užívání médií. Na jedné straně jsou ti, kteří disponují bohatšími informačními zdroji napojenými na nové, zasíťované informační technologie, na straně druhé ti, kteří jsou stále závislejší na tzv. konvenčních masových médiích, které ve své podstatě vždy etablují status quo.

Komunikační a informační technologie nám tak poskytují dva typy služeb. Umožňují rozšířenou komunikaci s druhými a současně vytvářejí prostor pro realizaci „elektronické izolace“, a to ve virtuálním prostředí vlastních komunikačních nástrojů, které umožňují ochranu privátního světa našich zájmů a přesvědčení. Stále širší počet jedinců tak dostává šanci vyhybat se veřejnému nesouhlasu, respektive vede k formě „elektronického izolacionismu“, pro který je typická ztráta motivace hledat a sdílet společné hodnoty. Dochází tak k plíživému, neviditelnému přesouvání části populace do menších zájmových komunit, které spolu vzájemně nekomunikují.

Zdá se, že obecně přijímaný předpoklad o expanzivní a homogenizační povaze informační kultury není zcela korektní. Jedinci užívají informační zdroje a technologie mnohem rafinovaněji, respektive svobodněji, než předpokládá jednoduchý koncept kulturní homogenizace. Jejich komunikační strategie totiž sledují primárně naplnění individuálních zájmů, podle kterých si vybírají pouze ty informace, jež jsou v souladu s jejich postoji a světovým názorem. Jinými slovy, potvrzuje se tak předpoklad Michela De Certeau (1984), jenž připisuje sociálním aktérům, schopnost odolávat mocenské „strategii“ „silných“, a to prostřednictvím „taktiky“ „slabých“, která je schopna modifikovat dominantní kulturní

uspořádání. Tento obranný mechanismus ovšem realizují jedinci v kontextu nových informačních technologií jen za cenu omezení kvality vlastní komunikace.

Řada jedinců dnes disponuje bezprecedentními možnostmi komunikovat své priority prostřednictvím nových mediálních technologií. Je ovšem otázkou pro budoucí výzkum, zda tato nová socio-technická situace nevytváří podmínky posilující taktiku preference individuálních zájmů na úkor zájmů sdílených, respektive zda paradoxním nezamýšleným důsledkem informatizace pozdněmoderních společností není taktika „elektronického izolacionismu“.

Literatura:

- Adorno, T., Horkheimer, M.: *Dialectic of Enlightenment*. Seabury Press 1972.
- Abercromie, N., Longhurst, B.: *Audience*. Sage 1998.
- Alderman, J.: *Battling info barbarians at the gate*. *Wired News*, May 1., 1997. [<http://www.wired.com>]
- Alexander, J.: *The promise of a cultural sociology: Technological discourse and the sacred and profane information machine*. In: Munch, R., Smelser, N. (eds): *Theory of Culture*. University of California Press. 1992, pp. 293-323.
- Baudrillard, J.: *Simulations*. New York, NY. Semiotext(e) 1983.
- Baudrillard, J.: *The Ecstasy of Communication*. NY. Semiotext(e) 1987.
- Baudrillard, J.: *The Masses: The Implosion of the Social in the Media*. *New Literary History*, 16 (3), 1985 pp. 557-89.
- Bell, D.: *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Basic Books 1973.
- Bell, D.: *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York, NY: Basic Books 1976.
- Calhoun, C. : *Indirect relationships and imagined communities: Large-scale social integration and the transformation of everyday life*. In: Bourdieu, P., Coleman, J.: *Social Theory for a Changing Society*, Westview Press 1991, pp. 95-121.
- Cherry, C.: *The Age of Access: Information Technology and Social Revolution: Posthumous Papers of Colin Cherry*. London: Croom Helm 1985.
- Childers, T. Post, J.: *The Information Poor in America*. MIT 1975.
- Dayan, D., Katz, E.: *Media Events: The Live Broadcasting of History..* Harvard University Press 1992.
- Debord, G. : *The Society of the Spectacle*. Zone Books 1995.
- Doctor, R.D. : *Social equity and information technologies: Moving toward information democracy*. In: Williams, E. (ed.): *Annual Review of Information Science and Technology*, vol. 27., 1992. pp. 43-96.
- De Certeau, M. (1984): *The Practice of Everyday Life*. University of California Press.
- Elliott, P. : *Intellectuals, the 'information society' and the disappearance of the public sphere*. In: Collins, R., Curran, J., Garnham, N., Scannell, P., Schlesinger, P., Sparks, C.: *Media, Culture and Society: A Critical Reader*. Sage 1986, pp. 105-117.
- Foucault, M. *Myšlení vnějšku*. Herman a synové 1996.
- Gandy, O.H. : *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information*. Westview Press 1993.
- Garnham, N. : *Whatever happened to the information society?* In: Mansell, E. (ed): *The Management of Information and Communication Technologies: Emerging Patterns of Control*, The Association for Information Management. 1994, pp. 42-51.
- Garnham, N. : *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. Sage. 1990.
- The Constitution of Society*. Berkeley, CA: University of California Press 1984.
- Giddens, A.: *The Consequences of Modernity*. Stanford University Press 1990.
- Gitlin, T.: *The Twilight of Common Dreams: Why America is Wracked by Culture Wars*. New: Metropolitan Books/Henry Holt 1995.
- Golding, P. , Murdock, G.: *Unequal information: Access and exclusion in the new communications marketplace*. In: Ferguson, M. (ed) : *New Communication Technologies and the Public Interest*. Sage. ed. 1986, pp. 71-83.
- Fiske, J.: *Moments of Television: Neither the Text nor the Audience*. In Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G., Warth, E. (eds.) *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power*. London: Routledge 1989.
- Habermas, J. : *The public sphere*. *New German Critique* 1(3), 1974. pp. 49-55.
- Habermas, J.: *Modernity -an incomplete project*. In: Foster, H. (ed): *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. Bay Press 1983, pp. 3-16.
- Habermas, J.: *Strukturální přeměna veřejnosti*. *Filosofia* 2000.
- Innis, H. A. : *Empire and Communications*. Oxford: Oxford University Press 1950.
- Jones, S.G. : *Understanding community in the information age*. In: Jones, S. (ed): *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community*. Sage 1996. pp. 10-35.
- Keller, J.: *Úvod do sociologie*. *Doplňek* 1997.
- Klapp, O.E.: *Overload and Boredom: Essays on the Quality of Life in the Information Society*. Greenwood Press 1986.
- Lasch, C.: *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*. Bortin 1978.

- Lash, S.: Critique of information. Sage 2002.
- Lévi, P.: Kyber kultura. Karolinum 2000.
- Lukács, G.: History and Consciousness: Studies in Marxist Dialectics. MIT Press 1971.
- Machlup, F.: The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton, NJ: Princeton University Press 1962.
- Marchand, R.: Advertising the American Dream, Making Way for Modernity 1920-1940. University of California Press 1985.
- Merton, R.: Studie ze sociologické teorie. Slon 2000.
- Meyrowitz, J.: No Sense of Place. New York, NY: Oxford University Press. 1985.
- Mosco, V., Wasko, J., (eds): The Political Economy of Information. University of Wisconsin Press 1988.
- Mulvey, L.: Visual Pleasure and Narrative Cinema. In: Bennett, T., Boyd-Bowman, S., Mercer, C., Woollacott (eds): Popular television and Film. BFI/Open University 1981.
- Poster, M. : The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context. University of Chicago Press 1990.
- Postman, N. : Technopoly. Vintage Press 1992.
- Prokeš, J.: Člověk a počítač aneb svítání digitální kultury. Sursum 2000.
- Robins, K., Webster, F.: Times of the Technoculture. Routledge. 1999.
- Rogers, E.: Diffusions of Innovations. The Free Press 1995.
- Sennett, R.: The Fall of Public Man. Knopf. 1977.
- Shields, P.R., Samarajiva, R. : Competing frameworks for research on information-communication technologies and society: toward a synthesis. In: Deetz, S.(ed): Communication Yearbook 16, 1993, pp. 349-380..
- Stone, A.R: The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age. Cambridge, MIT Press 1995.
- Turkle, S.: Constructions and reconstructions of the self in virtual reality. In: Druckrey, T.(ed): Electronic Culture: Technology and Visual Representation. Aperture. 1996, pp. 354-365.
- Turkle, S.: The Second Self: Computers and the Human Spirit. Simon, Schuster 1984.
- Volek, J.: Televize a konstrukce ontologického bezpečí. In Sociální studia, č. 3., 1998.
- Volek, J.: Televize a každodennost (dizertační práce). FSS MU, 1999.
- Weber, M.: The Methodology of The Social Science. New York. Free Press. 1949.
- Webster, F.: Theories of the Information Society. London: Routledge 1996.
- Wuthnow, R. : Sharing the Journey. Free Press 1994.

The Unanticipated Consequences of Communication Ideology in the Context of Information Society

The main goal of this paper is to show most important unanticipated consequences of so called communication ideology, which is determined by subsequent social trends: the belief in positive, socially integrating power of communication, prevailing logic of commodification of knowledge and extreme individualism.

The unanticipated consequences of these trends we can summarize in subsequent characteristics:

1/ rapid expansion of simulated and spectacular information and their mass consumption in virtual environment, It is the dominant mode how people understand what is "true". Interaction via electronic media is dominated by „informational simulations" (Poster, 1990). „Truth" and „falsity" become more fragmented,

2/ narcissistic and voyeuristic communication style of presentation has become a normal aspect of communication and create specific social atmosphere, which called Richard Sennett as a „terror of intimacy" (Sennett, 1977). Strong role of narcissistic discourse has legitimized exhibitionist style of self-presentation and simultaneously intensive, institutional control of human interaction, too,

3/ increasing commodification of knowledge, which strengthen primary and secondary information inequalities, Those with weaker economic a cultural background/information resources will continue to depend on conventional mass media while those with greater economic and cultural background rely more on new network-based information sources and on increasing quantity of specialized communication channels,

4/ appearance of „electronic isolationism", which is characterized by loss of motivation to seek and to share common values.

The consequence of this situation is the derogation of public sphere whose destruction has been accelerated under influence of new information and communication technologies. In the last two decades have been start up relatively invisible process of communication isolation, which is characterized by fragmentation population into smaller communities of particular interests.

JMENNÝ REJSTŘÍK

Adorno, T., Horkheimer, M.
Abercromie, N., Longhurst, B.
Alderman, J.
Alexander, J.
Baudrillard, J.
Bell, D.
Calhoun, C.
Cherry, C.
Childers, T. Post, J.
Dayan, D., Katz, E.
Debord, G.
Doctor, R.D.
De Certeau, M.
Elliott, P.
Fiske, J.
Foucault, M.
Gandy, O.H.
Garnham, N.
Giddens, A.
Gitlin, T.
Golding, P. , Murdock, G.
Ferguson, M.
Habermas, J.
Innis, H. A.
Jones, S.G.
Keller, J.
Klapp, O.E.
Lasch, C.
Lash, S.
Lévi, P.
Lukács, G.
Machlup, F.
Marchand, R.
Merton, R.
Meyrowitz, J.
Mosco, V., Wasko, J.
Mulvey, L.
Poster, M.
Postman, N.
Prokeš, J.
Robins, K., Webster, F.
Rogers, E.
Sennett, R..
Shields, P.R., Samarajiva, R.
Stone, A.R
Turkle, S.
Turkle, S.
Volek, J.
Weber, M.
Webster, F.
Wuthnow, R.