John B. Thompson: Média a modernita. Sociální teorie médií
Universita Karlova, Nakladatelství Karolinium, Praha 2004, 219 s.

Recenzovaná kniha vyšla v edícii Mediálne štúdiá. Autor, profesor sociológie na univerzite v Cambridgi, však nechce napísať iba ďalšiu špecializovanú monografiu, ktorá by rozšíria literatúru zo sféry štúdia komunikačných médií. Kladie si omnoho ambicióznejšie ciele. Chce vypracovať teóriu moderných spoločností. Takú teóriu, ktorá by zahrňovala vplyv komunikačných a informačných médií na utváranie a fungovanie moderných spoločností. Preto zaradenie knihy do edície Mediálne štúdie môže potenciálneho záujemcu o poznanie ďalšej z teórií moderných spoločností odradiť.

Úloha médií pri formovaní moderných spoločností nebola podľa Thompsona doteraz dostatočne docenená. Práce sociálnych teoretikov, ktorí sa zaoberali nástupom a rozvojom moderných spoločností, dávali v tomto procese len veľmi zriedka väčšiu úlohu komunikačným médiám. Autor je presvedčený, že ak chceme porozumieť kultúrnym zmenám spojeným s nástupom moderných spoločností, musíme prisúdiť ústrednú úlohu práve komunikačným prostriedkom. Nemožno to však dosiahnuť tak, že vývoj médií redukujeme iba na ich technickú stránku, z hľadiska ktorej médiá slúžia iba na prenos informácií medzi jednotlivcami alebo sociálnymi skupinami. Podľa Thompsona používanie komunikačných médií má dosah na interakcie medzi ľuďmi a obsahuje aj vytváranie nových foriem ľudského správania. Svoj prístup k médiám označuje ako „kulturálny“. Ide o prístup, ktorý dáva dôraz na zmysluplnosť symbolických foriem a ich zasadenie do spoločenského kontextu. V takomto prístupe je rozvoj komunikačných médií procesom prepracovávania symbolického charakteru spoločenského života. Ide o reorganizáciu spôsobov, ktorými sú informácie a symbolický obsah v spoločnosti produkované a vymieňané. A tento proces je vždy zasadený do nejakého spoločenského kontextu.

Thompson vychádza z predpokladu, že komunikácia je taká forma správania, ktorá zahŕňa produkciu, prenos a príjem symbolických správ. Pri produkcii a prenose zohrávajú dôležitú úlohu technické médiá. Uchovávajú, reprodukujú a časovo a priestorovo odlučujú symbolické správy. Tieto procesy utvárajú súbory inštitúcií a produktov, ktoré bežne zahŕňame pod označenie masová komunikácia. Thompson však pojem masová komunikácia podrobuje kritickej analýze a do svojej myšlienkovej koncepcie ho zaraďuje v modifikovanej podobe. Podobne kriticky pristupuje k zaužívanému chápaniu prijímania symbolických správ. Vo svojej koncepcii chápe recepciu ako aktívny a kreatívny proces. Príjemca v nej nemá úlohu pasívneho objektu pôsobenia informácií. V zhode s Gadamerom a Rickerom chápe Thompson príjem mediálnych produktov ako hermeneutický proces. V takomto procese je príjemca pri prijímaní mediálnych produktov vždy vtiahnutý do procesu interpretácie a v nej dáva mediálnym produktom zmysel. Interpretácia však závisí od disponovania určitými znalosťami pravidiel a zvyklostí, na základe ktorých bola správa vyprodukovaná. Pri interpretácii symbolických správ si ich jednotlivec spája s chápaním seba samého, ako aj s chápaním iných. Thompson tento proces označuje pojmom prisvojovanie. Prisvojiť si nejakú správu znamená, že človek správu včlení do svojho života.

K problému sebachápania v mediálnom svete sa autor vracia v samostatnej kapitole. V nej odmieta „štrukturalistickú“ tradíciu, ktorá má sklon sebachápanie interpretovať ako produkt symbolického systému predchádzajúci procesu sebachápania. Autor pristupuje k chápaniu seba samého ako k symbolickej projekcii, ktorú si človek sám aktívne buduje. Túto projekciu si vytvára zo symbolických materiálov, ktoré má k dispozícii a ktoré spletá do koherentného výkladu seba samého, do príbehu vlastnej identity. V tejto súvislosti čitateľovi nemôže uniknúť, že použitím pojmu symbolické materiály sa Thompson nevyhol tomu, čo odmietal na symbolických systémoch. Totiž, že v relatívne hotovej podobe predchádzajú utváranie sebachápania a zo sebachápania robia svoj produkt. Iba vymenil pojem symbolické systémy za pojem symbolické materiály. Oba však plnia takú istú úlohu vo vzťahu k sebachápaniu jednotlivca.

Podľa Thompsona vývoj komunikačných médií ponúkol ďalšie typy symbolických materiálov. Takéto mediované materiály sú nositeľmi tzv. „nelokalizovateľného“ poznania, ktoré vedie k prehĺbeniu a zdôrazneniu reflexívneho usporiadania chápania seba. V súvislosti s pôsobením médií na chápanie seba sa Thompson sústredil na niektoré záporné dôsledky tohto pôsobenia. Tie vidí v mediálnom vnucovaní ideologických odkazov, v dvojnásobnom charaktere mediálnej závislosti, dezorientovaní ako dôsledku preťaženia symbolickými materiálmi a pohltení chápania seba v procese sprostredkovanej kváziinterakcie, ktorú vytvárajú médiá.

Vo svojich analýzach vzťahu médií a spoločnosti však neostáva iba na mikroúrovni spoločenského života. Pri analýze vzťahu historického vývoja médií a moderných spoločností podáva iný obraz kultúrnej zmeny moderných spoločností, ako bolo doteraz v spoločenských vedách zaužívané. Klasické zachytávanie kultúrnej zmeny ako rast rôznosti hodnotových sfér, racionalizácie činnosti a zbavovanie sa tradičných názorov na svet je podľa Thomsona vnútorne rozporné a vo svetle nových historických výskumov ťažko

dokázateľné. Ak sa však zameriame na symbolické správy, spôsoby ich produkcie a šírenia v spoločenskom prostredí, môžeme sledovať zásadnú kultúrnu zmenu spojenú s objavením sa moderných spoločností. Pre tieto zmeny používa Thompson pojem „medializácia kultúry“. Jej inštituciálnym základom je vývoj mediálnych organizácií spojených s tlačou a následne s elektronickým kódovaním informácií. Mediálne organizácie úzko súviseli s ekonomickým rozvojom, lebo boli od samého začiatku aj obchodnými organizáciami. Komodifikácia symbolických správ teda nie je novodobý jav.

Podobne moderný národný štát súvisel s posunmi v organizácii symbolickej moci, pri ktorej rozhodujúcu úlohu zohralo objavenie kníhtlače a následný vývoj mediálneho priemyslu. Thompsonova rozsiahla analýza v tejto oblasti nakoniec vyústila do analýzy vzniku verejnej sféry ako základu občianskej spoločnosti. Opiera sa v nej o Habermasove analýzy vplyvu periodickej tlače na vznik buržoáznej verejnej sféry. Thompson však upozorňuje, že nastupujúca buržoázna verejná sféra sa definovala nielen v protiklade k tradičnej autorite panovníckej moci. Podobným spôsobom bola konfrontovaná s narastajúcimi ľudovými hnutiami, ktoré neboli púhym variantom liberálneho modelu buržoáznej verejnej sféry. Za najväčšiu slabinu Habermasovho prístupu považuje Thompson jeho úvahy o miznutí verejnej sféry v dôsledku jej „refeudalizácie“, pri ktorej rozhodujúcu úlohu mala komercionalizácia médií. Podľa Thompsona táto téza nemá žiaden reálny podklad. Habermas redukuje médiá iba na tlač a príjemcu mediálnych produktov iba na pasívneho konzumenta. Vývoj komerčných médií vytvoril v modernom svete nové formy interakcií, nové druhy zviditeľňovania a nové siete šírenia informácií. Ak chceme sledovať vplyv komerčných médií, tak základným krokom musí byť inštitucionálna analýza zmien charakteru mediálneho priemyslu. V tejto zmene zohráva rozhodujúcu úlohu rozvoj sprostredkovanej interakcie a v jej rámci hlavne sprostredkovanej kváziinterakcie. Takáto interakcia je typická napríklad pre rozhlas a televíziu. Aj napriek tomu, že symbolické správy sú v nich produkované pre neurčitých potenciálnych príjemcov a svojou podstatou sú monologické, Thompson trvá na tom, že je to forma interakcie. Interakcie v tom zmysle, že sa tu vytvára určitý typ spoločenskej situácie, v ktorej sú jednotlivci navzájom prepojení v procese komunikácie a symbolickej výmeny. Pri opise spoločenskej organizácie sprostredkovanej kváziinterakcie autor využíva hlavne Goffmanove rozlíšenie „prednej“ a „zadnej línie“ konania a pojem „významný druhý“ nahrádza pojmom „vzdialený druhý“.

Spoločenská organizácia sprostredkovanej kváziinterakcie autorovi umožňuje demonštrovať vzťah medzi médiami a mocou. V jej kontexte konkrétne analyzuje zmeny v povahe zviditeľňovania a vzťahy medzi zviditeľňovaním a mocou. Podľa Thompsona táto zmena je súčasťou všeobecnejšieho posunu v povahe verejnej sféry, a preto svoju analýzu začína rozlíšením medzi súkromným a verejným. K rozlišovaniu súkromného a verejného, tak ako bolo klasicky spájané s pojmom občianska spoločnosť, pridáva rozlíšenie medzi súkromným a verejným v spojení s médiami. V prípade médií je verejné to isté, čo je dostupné verejnosti, to, čo je určené k tomu, aby sa na to ľudia dívali, počúvali, alebo aby sa o tom dozvedeli. Komunikačné médiá vo vzťahu k verejnosti spôsobili, že akékoľvek konanie jednotlivca, akákoľvek udalosť získali verejný status i v očiach ľudí, ktorí neboli prítomní na mieste, kde sa táto udalosť stala. Publicita tak bola zbavená priestorovej ukotvenosti a dialogickej povahy. Začala byť spájaná so zvláštnym druhom zviditeľňovania. Tento typ zviditeľňovania zásadným spôsobom zmenil podmienky, za ktorých sa odohráva výkon moci. Postavil politikov a politické strany pred požiadavku zvládnuť zviditeľňovanie pred ostatnými, t.j. budovať vlastný obraz a riadiť sebareprezentáciu. Tento jav Thompson označuje ako „manažment zviditeľňovania“.

Veľmi podnetným spôsobom pre rozvoj sociologickej teórie využil autor médiá v súvislosti s tradíciou. Úpadok úlohy tradície pri rozvoji moderných spoločností je podstatnou súčasťou sociologických teórií modernizácie. V nich sa pretrvávanie tradičných zvykov a prijatie moderného spôsobu života navzájom vylučujú. Pre mnohých ľudí však udržanie si tradícií a prijatie moderného spôsobu života nepredstavuje voľbu medzi dvoma navzájom sa vylučujúcimi možnosťami. Ľudia sú schopní vzájomne prepojiť prvky tradície s novým životným štýlom. Príkladom je existencia tradičných náboženstiev a dokonca ich oživenie v moderných spoločnostiach. Podľa Thompsona tradícia prežíva vďaka jej medializácii. Hľadať vysvetlenie takéhoto stavu treba podľa neho návratom k otázke, čo je to tradícia. Pri odpovedi na túto otázku autor použil rozlíšenie štyroch aspektov tradície. Označuje ich ako hermeneutický, normatívny, legitimizačný a identifikačný aspekt. S rozvojom moderných spoločností slabne normatívny (predstavy, presvedčenia a vzorce správania) a legitimizačný (ospravedlňovania a vysvetľovania tradíciou) aspekt tradície, ale uchováva sa jej hermeneutický (ako si svet vysvetľovať, ako mu dať zmysel) a identifikačný aspekt (hľadanie vlastnej spolupatričnosti so svetom, ktorý nás obklopuje). Tradícia teda nemizne, ale stráca svoje zakotvenie v spoločenskom prostredí každodenného života, je z neho vytrhnutá a znovu zasadená do nových kontextov. Tento prenos tradície je možný vďaka mediálnej komunikácii. Fixovanie symbolického obsahu do mediálnych produktov (kníh, filmov apod.) ich uchováva v čase bez toho, aby sa uchovávali opakovaným predvádzaním prostredníctvom nejakého rituálu. Preto úpadok ritualizovaných stránok tradície nie je

nevyhnutne potrebné vysvetľovať ako úpadok tradície ako takej. Tradícia sa stáva stále viac „deritualizovaná“. Pred nástupom médií boli tradície svojím spôsobom miestne zakotvené v konkrétnom priestore, avšak rozvojom médií sa spojenie tradícií s určitým miestom postupne oslabuje. Tradícia sa tak postupne „delokalizuje“. Ale vykorenenie tradícií bolo podmienkou pre to, aby ich bolo možné zasadiť do nových kontextov a znovu zakoreniť v teritoriálnych celkoch. Tradície sa pretvorili tak, že ich bolo možné zasadiť do iných priestorov, boli vytrhnuté z konkrétneho miesta (delokalizácia), ale pritom neboli zbavené nutnosti teritoriálneho určenia. Autor zároveň upozorňuje, že závislosť tradícií od médií však zároveň znamená, že vo vzťahu k médiám sa stávajú zraniteľné.

Thompson patrí k popredným teoretikom modernej a neskoro modernej spoločnosti, avšak pojem postmoderná spoločnosť odmieta a nepoužíva ani pojem informačná spoločnosť. Thompson na adresu postmoderných teórií hovorí, že dnes nepotrebujeme teórie nového veku, ale skôr novú teóriu obdobia, ktorého všeobecné základy boli položené dávno a ich dôsledky iba musíme poznať. Podľa neho jediné čo tzv. postmoderné teórie ukázali, je, že naše tradičné teoretické rámce používané pre porozumenie moderným procesom sú nedostačujúce.

V recenzovanej knihe Thompson bohato využíva iné myšlienkové tradície. Tri z nich majú k predmetu jeho záujmu úzky vzťah – Habermasove chápanie utvárania a premeny verejnosti, analýza elektronických médií McLuhana spojená s Goffmanovým chápaným sociálnej interakcie pri analýze vzťahu moci a médií a hermeneutická tradícia vychádzajúca z Gadamera a Rickera, ktorá tvrdí, že príjem symbolických odkazov obsahuje kontextualizovaný a tvorivý proces interpretácie. Tieto tradície však autor pasívne nepreberá, ale cez ich kritiku modifikuje doterajšie sociologické teórie. Podnetná je aj jeho práca s časovým a priestorovým odlúčením, ktoré využíva na viacerých miestach textu.

Recenzovaná práca vyšla pôvodne v roku 1995, a preto by v nej čitateľ márne hľadal analýzu sociálnych dôsledkov rozšírenia mobilných telefónov a internetu. Bolo by zaujímavé testovať platnosť a použiteľnosť tejto teórie aj pre najnovšie komunikačné médiá. Teoretická prepracovanosť textu však dáva tušiť, že tieto nové média nezaradia Thompsonovu teóriu medzi zastaralé a v súčasnosti už nepoužiteľné teórie. Veď aj keby sa jej platnosť obmedzila iba na ním analyzované médiá, bol by to prínos pre rozvoj sociologickej teórie.

Na záver možno povedať, že autor recenzovanej knihy sa priblížil k svojmu ambicióznemu cieľu vypracovať teóriu moderných spoločností. Vedecky veľmi korektným spôsobom prepojil médiá so všetkými významnými časťami ľudského správania v spoločnosti. Absenciu hlbších analýz vzťahu médií a ekonomiky možno ospravedlniť dostatočným množstvom literatúry od iných autorov na túto tému. Niektorých čitateľov môže sklamať, že v knihe nenájdu také témy, ako je napodobňovanie správania, ktoré ľudia sledujú v televízii, alebo nepresná reflexia „skutočnosti“ v médiách, vytváranie fiktívnych svetov a klamlivej reality médiami či protikladu „skutočného“ života a toho, ktorý prezentujú médiá. Zvolený teoretický prístup však takéto formulovanie problémov robí zavádzajúcim a robí z nich pseudoproblémy. Pri pozornom čítaní však čitateľ aj na tieto témy nájde v texte odpovede. Niektoré časti textu by urobila pútavejšími analýza príkladu nejakej konkrétnej mediálnej udalosti.

Thompson sa svojím prístupom k médiám vyhol nebezpečenstvu skĺznutia na redukcionalistickú pozíciu teórie jedného faktora. Médiá v jeho teórii nevystupujú ako rozhodujúca dimenzia spoločenského života, skôr ich používa ako činiteľa, ktorý tvorivo modifikuje existujúce teoretické pohľady na vznik modernej spoločnosti. Pri tvorbe svojej teórie používa pre pochopenie súčasného stavu jeho porovnanie s minulosťou. Porovnania používa aj pri objasňovaní špecifík a odlišností, avšak neostáva iba pri púhom porovnaní. Súčasne sa pokúša o vlastné vysvetlenie vývoja k súčasnému stavu. A tak aj keď autor tvrdí, že sa pokúša vytvoriť teóriu moderných spoločností, jeho knihu možno rovnako čítať aj ako príspevok k teóriám sociálnej zmeny. Závisí len od čitateľa, ktorej z týchto stránok pripíše väčší význam.

Bohumil Búzik