

LUHMANN, Niklas: Realita masmédií

Praha: Academia, 2014, 143 s.

Monika Stachoňová*

Jméno německého sociologa a teoretika vědy rozhodně není právnické komunitě vzdálené – Niklas Luhmann totiž těsně po skončení druhé světové války vystudoval práva, která mu posloužila jako základ pro další sociálněvědní bádání. Ve své kariéře se zaměřoval na společenské vědy a jejich vzájemné prolínání. Výsledky své celoživotní práce (vydal více než 30 publikací z různých oblastí) se nakonec pokusil v roce 1997 (rok poté zemřel) shrnout v díle *Společnost společnosti* (*Die Gesellschaft der Gesellschaft*).

Je na místě si proto nejprve položit otázku, zda kniha Realita masmédií, vydaná více než patnáct let po smrti autora, přináší do rychlé mediální doby něco nového. Zde je nicméně nutné podotknout a souhlasit se slovy překladatelky tohoto titulu Katrin Vodrážkové, že pro některé myšlenky není novost relevantním měřítkem. Navíc na Niklase Luhmanna nikdo přímo myšlenkově nenavazoval a jeho zaujetí pro pochopení systémů nerozvíjel, čtenář proto i v tomto „starším“ titulu rozhodně objeví nové náhledy na mediální svět.

V knize se Luhmann znovu dotýká základní myšlenky, kolem které se točí mnohá jeho díla: tedy, že společenské systémy nelze chápat pouze jako mechanismy, ale spíše jako živé organismy, které se diferencují ze svého okolí, ale zároveň s ním komunikují a vytvářejí vzájemné vazby (tzv. koncept autopoietických systémů). Takové systémy nemohou zrušit samy sebe. Také masmediální systém do nich patří; skládá se přitom z dílčích pilířů zpráv, reklamy a zábavy. Popis těchto tří součástí tvoří také stejný počet kapitol z celkového počtu šestnácti kapitol v útlé knize, která se vrací k Luhmannově přednášce v roce 1994. Autor ji nicméně v dalších letech značně rozšířil a doplnil o náhled přesahující běžný „komunikačně-vědecký“ výzkum médií. Proto je kniha vhodná nejenom pro zájemce o masmediální teorie a témata související, ale také pro celkové pochopení fungování mediálního systému, komunikačních procesů a rozšíření si společenskovědních obzorů u akademiků z jiných odvětví či zájemců z řad širší odborné veřejnosti.

Byť se média mohou zdánlivě zdát od právního systému vzdálená, podle Luhmanna hrají klíčovou roli při vytváření společenské reality jakožto poznávací systém moderní společnosti. Jak ale popisuje v prvních kapitolách knihy (a znovu se k témuž vrací v jedenácté kapitole a následujících) sama média vytvářejí iluzi reality a konstruují vlastní realitu moderního světa. Proto se autor ptá, jaký popis reality masmédiá tvoří a jaká společnost vzniká, pokud o sobě takovým způsobem informuje.

Podle Luhmanna skutečná realita masmédií spočívá v jejich vlastních operacích a proces diseminace je možný pouze skrze technologie, které je limitují. Tuto „materiálnost komunikace“ však Luhmann příliš nerozebírá, místo toho nastoluje ještě druhou realitu – ve smyslu, co se pro ni nebo jejím prostřednictvím pro druhé *jeví* jako realita (odkaz ke Kantově transcendentální iluzi). Proto na mediální operace pohlíží jako na pozorovací operace, a to nikoliv jako pozorovatel prvního stupně, ale stupně druhého, tedy jakéhosi *pozorovatele pozorovatelů*. Tak vzniká zdvojení reality, které komunikuje prostřednictvím sebe nebo někoho jiného. To Luhmann označuje jako systém, který rozlišuje mezi sebe-referencí a referencí druhého. Masmédia podle něj musí toto rozlišování dodržovat, protože nemohou považovat sebe sama za pravdu a proto musí následně konstruovat jinou, další realitu.

Tento operativní konstruktivismus, předložený na začátku knihy a následně znovu reflektovaný také v kapitole dvanácté, je dle autora nicméně pro média sporný, protože není nikdy možné být zcela nezávislý na pozorování, stejně jako nejsou nezávislí ani pozorovatelé jiných pozorovatelů. Konstruktivismus okolní svět a jeho hranice nepopírá, považuje jej však za nedosažitelný, byť přijímá existenci reality. Proto realitu následně konstruuje a nechává pozorovat.

Luhmann se na základě tohoto teoretického základu ptá nikoliv na to, jak masmédia *zkreslují* realitu, ale na to, jak lze popsat realitu *mediálního konstruování* reality. Tvrdí, že neexistuje jedna objektivně přístupná realita bez konstrukce, a byť vědci tvoří realitu odlišnou od té popularizační mediální, neznamená to objektivnost ani jedné z nich, pouze dvě odlišné konstrukce.

* Mgr. Bc. Monika Stachoňová, doktorandka, Katedra právní teorie, Právnická fakulta Masarykovy univerzity, Brno.

Nad sebe-referencí a referencí druhého se autor pozastavuje hlouběji ve druhé kapitole knihy. Upozorňuje, že masmediální systém dokáže stírat vnímání reálného světa a světa tak, jak je pozorován. Existují sice možnosti pro korekce omylů, mechanismy pro korektury omylů ale nedostačují (jak dodává později ve dvanácté kapitole), protože subjekt není schopen z každé komunikace vyvodit pravdivé či nepravdivé sebe-potvrzení. Proto nakonec dochází k závěru, že masmédiá vytvářejí realitu, nikoliv však takovou, která nutně vyžaduje konsenzus. Taková realita masmédií znamená realitu pozorování druhého stupně a nahrazuje pozorovací pozice jiných (které dříve zastávali mudrcové, šlechta, náboženství...).

Svobodu ve volbě mediálních témat nicméně pozorovatel může ovlivnit. A to jednoduše tak, že určité druhy pořadů či typy článků přestane sledovat. Pokud o něj nechce médium přijít, bude přinášet takové druhy zpráv, které pozorovatel sleduje. Tím médium reflektuje komunikaci a aktualizuje sebe-referenci.

Ve třetí kapitole se německý autor zamýšlí nad otázkou, jak společnost vůbec připustí vydělení určitého (zde masmediálního) systému. Důležitost příkládá masovému rozšíření tištěných textů díky vynálezu knihtisku a zejména také jevu kvantity, na který jsme narazili již výše: média se orientují podle čísel čtenosti či sledovanosti. Na ta už ale systém neodpovídá a místo toho se dále reprodukuje, čímž vytváří autopoietický systém, nezávislý na interakci mezi přítomnými.

Sdělení pak Luhmann rozděluje na *informace* a *ne-informace*, přičemž informace se nedají opakovat, jakmile se totiž stanou událostmi, jsou z nich ne-informace. Systém stále zavádí známosti určitých okolností jako ne-informací a nutí tak příjemce starat se o nové informace – samotný mediální systém totiž rychle zastarává, a aby udržel příjemcovu pozornost, musí neustále přicházet s novými náhledy, byť na již proběhlá sdělení. Opakování (typické zejména pro reklamu) sice zcela nevylučuje, zvláště u zpráv je však třeba informace obnovovat a doplňovat. Tím média udržují společnost v bdělém stavu a vytvářejí připravenost pro překvapení či poruchy.

Pilíře masmediálního systému dělí autor na zprávy, reklamu a zábavu, kterým věnuje krátké samostatné kapitoly (5., 7. a 8. kapitola). V kontextu celé knihy jsou tyto kapitoly obsahově poněkud plytké a méně obsáhlé svým rozsahem. Čtenáři také mohou narušit jinak ucelenou návaznost jednotlivých kapitol. Je ale pravdou, že knize dodávají poněkud praktičtější a lidštější ráz.

V kapitole zpráv autor předpovídá a upozorňuje na možnou manipulaci s informacemi, a to (díky novým technologiím) ještě ve větším rozsahu než dříve. Pokud však systém dokáže žít s podezřením manipulace, mohou následovat další informace (které napří-

klad na manipulaci upozorní a poskytnou jiný náhled, důkazy opaku či zpřesňující informace), a nakonec může dojít i k porozumění. V obsáhlé kapitole pak ještě autor rozebírá obecně známé novinářské hodnoty a kritéria (překvapení, konflikt, blízkost, kvantita...), podle nichž si tvůrci zpráv vybírají události k mediálnímu zpracování. V právním kontextu lze k tomuto tématu pro zájemce jistě doporučit knihu britské profesorky Yvonne Jewkes *Media and Crime*, která mediální hodnoty ukazuje a spojuje s příklady z trestního práva, které se typicky v médiích často objevují.

V kapitole věnované reklamě Niklas Luhmann shrnuje známé vlastnosti reklamy (neupřímnost, rafinovanost, využití nemožnosti kritiky v reálném čase přijetí kvůli rychlosti reklamy, drastičnost...), upozorňuje také na techniku neprůhlednosti a tvorbu nevědomosti. Opět upozorňuje, že reklama stejně jako zábava rozebíraná v další kapitole jsou pouhou konstrukcí reality, neřeší blíže jejich vztah k médiím hlouběji, což by bohužel čtenář v těchto kapitolách i předtím nabídnutém kontextu očekával.

Celkově je kniha velmi kvalitním a náročným náhledem na realitu masmédií, kterou autor zasazuje do kontextu sociálněvědních teorií i příkladů z praxe. Od čtenáře nicméně vyžaduje plnou pozornost a jistou znalost mediálního prostředí či některých známých mediálních kauz z minulosti. To nicméně nevede v četbě komukoliv, kdo se pohybuje v běžné společnosti, alespoň v malém rozsahu má přehled o práci médií, dokáže jejich práci pozorovat a přemýšlet o ní z nadhledu. Odměnou takovému čtenáři Luhmannovy reality budou nabídnuté hlubší souvislosti a propojení mezi mediálním světem a skutečností, které na základě dlouholetých postřehů autora dokáže následně mnohem lépe pochopit.