

**Prázdné médium a otázka smyslu**

Autor: Jana Kuklová

**Abstract**

*Empty Medium and the Question of Meaning.* – The authoress reflects on the concept of medium as a thing. She refers to the emptiness of the medium and to the question of meaning. She examines the relationship between the media and the authenticity of human being.

**Keywords:** medium, Dasein, information, meaning, authenticity, journalist

**Klíčová slova:** médium, Dasein, informace, smysl, autenticita, novinář

**Část první – Prázdnota média**

Náhled na média jako na věci sloužící ke komunikaci	
Média s obsahem – např. masová média	Media bez obsahu – např. mikrofon, (staříčkový) telefon, hodiny
x (člověk uvnitř média) – médium – x	Člověk – médium – člověk
– organizují společnost tím, že vytváří tzv. veřejné mínění – hromadí informace na úkor smyslu	– organizují společnost tím, že přetvářejí způsob komunikace mezi jednotlivci – ovlivňují způsob setkávání – urychlují komunikaci na úkor obsahu
M U L T I M É D I A	M U L T I M É D I A

Tabulka převzata z knihy *Médium – pohyb – skutečnost* (Hogenová, Kuklová 2011: 51)

Zásadní a nevyřešenou otázkou v oblasti médií stále zůstává povaha média jakožto věci. Jaká věc je médium? Jak uchopit problematiku média jakožto jednoduché věci? Zdá se, že když – v první intenci, v roli pečlivých pozorovatelů – zaměříme svou pozornost na médium jakožto na jednoduchou věc, můžeme média rozdělit na média s obsahem a média bez obsahu.

Média s obsahem se pak nejčastěji ukazují jako tzv. masová média. Z běžné zkušenosti každého z nás se zdá, že masová média nějaký obsah podržují, proměňují jeho význam, strukturují obsah do podoby tzv. zprávy.

Zkoumáme-li problém médií v intenci „médium jakožto jednoduchá věc“ dále, brzy zjistíme, že vedle médií s nějakým obsahem, musíme rozlišit také tzv. média bez obsahu, jakési jednoduché aparáty, jednotlivé technologické věci, jako jsou hodiny, staré telefony (nikoliv již mobily, které jsou multifunkčními přístroji a patří těmito funkcemi mezi masová média), které obsah, jenž jimi prochází, nijak nemodifikují po významové stránce. Když si navzájem telefonujeme, nedochází (kromě zvukové modifikace) k žádnému obsahovému

posunu; co náš partner v hovoru řekne, to také slyšíme. Stejně tak použijeme-li mikrofon, obsah zůstává. U masových médií je tomu jinak.

Musíme však mít na paměti, že tato nastíněná čára mezi masovými médii a „pouhými“ aparáty je jako všechny dělicí čáry sama o sobě problematická, slouží pouze k otevření problému, který zde vzniká. Tento problém je otázka pronikání vlastností technických aparátů na straně jedné a vlastností masových médií jakožto modifikátorů obsahu sdělení na straně druhé.

Ukazuje se totiž, že média s obsahem, čili ta média, která podržují obsahy – neboli masová média –, stojí na činnosti médií bez obsahu; obě strany si jsou vzájemnou součástí. To, co se děje, je možné vidět ve výše uvedené tabulce. Masová média hromadí informaci na úkor smyslu, zatímco samotné technologické aparáty urychlují informaci na úkor obsahu. Tento fakt musí být podroben pečlivému zkoumání, které bude založeno na zkoumání média jakožto aparátu a na zkoumání povahy techniky jakožto atributu zasahujícího lidské bytí, pobyty.

**„Hromadění informace na úkor smyslu je pak také urychlením informace na úkor obsahu. Hromadění informace je ve skutečnosti jejím zmenšováním, ubýváním, oslabováním.** To, co se ukazuje jako oslabené a co se týká pobyty, je směřování ke smyslu. Tato základní intence člověka ve světě, skrze kterou o sebe člověk pečuje. Totiž že to, co se dozvídá o světě, je smysluplné, se vytrácí pryč. Informace jako pohyb, který by měl něco smysluplného nechat ukazovat, se tak stává plně součástí techniky, stejnou jako je kabel nebo čip. **Informace je tak jen jiným druhem konstrukce, která je rozpohybována do stejnopohybu. Médium je prázdné.**“ (Hogenová, Kuklová 2011: 51)

Prázdnota je pro člověka vždy otevřením nároku na hledání smyslu. Toto je základní zkoumání, které před námi na poli médií leží, takové zkoumání, které – jak ukážeme –, nemůže být opřeno pouze o analytiku mediálních obsahů. Podržujíc toto v pozadí, chtěla bych se v této souvislosti dotknout těch, kterých se tento problém týká nejvíce, tedy novinářů. Následující text bude tedy jakýmsi úkrokem do jiného myšlenkového pole. Otázky, které se v tomto textu objeví, jsou tak otázkami pro lidi uvnitř médií, neboť zachází-li tito lidé s věcmi, které se podílí na vytrácení smyslu, dovolují-li vznikat tomuto pohybu, může to být jen proto, že nerozumí buď povaze média, či své vlastní lidské založenosti jakožto bytosti o svůj smysl pečující. Obracím se také svým článkem na sociology a psychology, pro něž se analýza scvrkla na pouhé rozkládání předložených mediálních obsahů a kteří tím opět napomáhají k neporozumění základní intenci, totiž že porozumět médiu znamená „uvidět aparát znovu jako prázdný a sebe sama jako jediné bytí, o které v technickém prostoru (tj. prostoru spoluutvářeném médiem) jde“. (Hogenová, Kuklová 2010: 195)

### **Část druhá – Novinář, jeho autenticita a důstojnost**

Zdá se, že nic nepoukazuje na životní situaci současného člověka tak, jak poukazují média. Jaké je toto po-ukazování? Co toto po-ukazování znamená? Kde se zakládá jeho možnost? Jakým toto po-ukazování je? „Po čem“ se ukazuje? Co je toto „něco“, co musí proběhnout, aby toto po-ukázání nastalo? V čem je založeno toto „posunuté ukazování“, v němž je pro nás svět „jinak“, a to tak, že tuto jinakost označujeme v běžném hovoru jako ne-reálnou, jako jinakost, v níž říkáme, že jsou média „světem sám pro sebe“, jinakost, v níž

oddělujeme svět mediální a „ten náš“? A jak je možné, že tato podivná po-ukazující distance jiným naopak splývá? Odkud pramení tato „roz-dílnost světů“?

Tato roz-dílnost je předmětem sociologických a psychologických studií, které ji řeší jako tzv. vliv médií na člověka. Má se pak za to, že když zachytíme tyto tzv. vlivy, otevře se nám cesta k jakémusi lepšímu zacházení s médii. V poslední intenci je toto lepší a „vypilovanější“ zacházení nazýváno „uvědoměním si toho, co chceme“. Když zasedneme k internetu a „budeme vědět, co chceme“, když zasedneme k televizi a „budeme vědět, co chceme“ – žádné zbloudění nám nehrozí. Tento modus vivendi ohledně médií, založený na tom, že když víme, co chceme, nemůžeme se minout sami se sebou, je omylem a nepochopením člověka a založenosti jeho autenticity. Autenticita leží úplně mimo chtění. TO AUTOS – já sám – je položeno vždy mimo vůli.

**Zredukování problematiky médií na problém chtění a vůle je zredukování médií pouze na otázku mediálního obsahu.** Analýza mediálních obsahů však nemůže postačit k odhalení tak složité otázky, jako je založenost vztahu média a lidské autenticity. Naopak, analýzou mediálních obsahů je tato problematika zcela minuta. Novináři, jejichž základní povinností má být pravdivý obsah zprávy, stávají se tak nástupci klamu založeného v nepochopení podstaty média jako takového a v nepochopení potřeby autenticity jedince k vytvoření jakéhokoliv pravdivého poselství uvnitř jakéhokoliv média.

Pravdivý obsah nestačí. Je potřeba osobního vložení do věci samé. Je potřeba pochopení podstaty média. Jaká je tato podstata? Podstata, v níž se spolupobýváním s médii svět zároveň rozděluje a zároveň splývá, a to v tak silném pohybu, že není možné zahlédnout sebe sama? Je to tato otázka, jež musí býti teprve řádně položena a rozpracována. Dnes se ukazuje, že v setkání s médii jde vždy poprvé a nejdříve o člověka a jeho autenticitu, o jeho TO AUTOS – já sám –, tzn. o člověka chápajícího a rozumějícího své žité zkušenosti, a to do takové hloubky svého vlastního duševního života, v níž on sám sebe soudí, a to co nejpřísněji. Je to soudnost nepozvedlá ze společenské potřeby, ale ze své vlastní potřeby, z potřeby neustále znovu a znovu každodenně hájit a odpovídat své vlastní lidskosti. Vždyť stvoření každého z nás do lidské podoby, naše vlastní ukázání se jako lidské bytosti na tomto světě, je prvotní neodmyslitelnou volbou, je prvotním odpovídáním. Vždyť svět každého z nás už vydal na svět, k sobě samému; a my máme odpovědnost zpětného vydání!

Tak každá zpráva je více než zpráva a odpovědností novináře je vydat každou zprávu jako otevírající otázku, teprve jako cestu k počínající události. Odpovědností a velkým a nelehkým úkolem novináře je pohnout i toho nejposlednějšího člověka ke společnému tázání nad věcí, o níž je řeč. Ale snaha o toto společné tázání musí vyvérat z novinářovy osobní nevyhnutelnosti po formulování otázky, kterou předkládá. Pokud se však věnuje reportáži jen pro sledovanost a prestiž, pak je jeho konání zločinem, především však nejprve zločinem na něm samém, na jeho vlastní osobě, a až pak, a daleko pak, zločinem na veřejnosti. Dobře „udělaná zpráva“, dobře vedená debata, dobře napsaný článek, dobrá kniha, nic takového nebude existovat bez člověka schopného hájit svou vlastní důstojnost. Hájit důstojnost znamená o ní vědět. Ale vědět o své důstojnosti není tak lehké. Důstojnost je totiž často zaměněna s právem a jeví se pak jako něco vymahatelného. Přitom důstojnost vlastně nijak vidět není. Jde o zvláštní druh přirozeného vymezení na světě.

Dá se říci, že každá lidská bytost v okamžiku zrození má důstojnost. Má důstojnost daru přicházejícího ze světa do světa, neboť ona sama je světem, ona sama je událostí, která je neopakovatelná. To, co se nás dotýká tolik u dětí, je existence této důstojnosti, nedotknutelnost neopakovatelného daru. Odpovědnost každého člověka je hájit svou neopakovatelnost a své spojení se světem jakožto spojení vzájemného obdarování. Všechna novinářská skandální odhalení o porušení lidské důstojnosti jsou však jen ukazováním, jsou jen sčítáním, jsou jen sledy jednoho obrazu za druhým, protože novináři neví, že se jich osobně týkají více než tzv. respondentů, jimž jsou určeny. Ani rozhořčení, pobouření, ani ukázka soudního procesu s jakýmkoliv zlem nemůže posunout nikoho nikam, ani novináře, ani diváka či čtenáře, k žádnému uvědomění si toho, jak je lidská důstojnost, jejich vlastní důstojnost poškozována tím, že dovolili, aby byli součástí zločinu na někom jiném. Jde o zločin spočívající v pouhé prezentaci utrpení. Utrpení, o němž se pouze píše a točí a na něj se někdo jiný dívá, je degradováno na pouhou odtažitou prezentaci a všichni účastníci tohoto procesu připouští odejmutí své důstojnosti ve jménu tzv. informovanosti. Co s tím?

Cesta je paradoxní. Je totiž potřeba, aby se novinář nejdříve vyvázal z důležitosti, kterou médiu přikládá, přesněji řečeno důležitosti konstruování pravdy na základě ukázání nějakého obsahu. Je potřeba, aby novinář šel za obsah každé zprávy, neboť zprávy pouze řazené jako přicházející a odcházející fakty, degradují všechny zúčastněné, degradují i událost jako takovou. Nejmenovaná česká televizní stanice tento fakt prezentuje jednoduchým heslem „My jsme události“. Jaký to výsměch!

Nic se neudává bez otázky. Kde není otázka, tam myšlení pouze setrvává v pasivní distanci předkládaných obrazů, kde není otázka, svět je pouze vzdáleným objektem, který na nás nedosahuje. Ví o tom novináři? Mediální svět považuje za jedinou zpětnou vazbu svou vlastní prodejnost.

Hájit důstojnost znamená postavit se za to, co mě tvoří v mé samotě, za to, co nemusím vyjevit nikomu, co se mnou zůstává v životě i smrti jako cennost, jako má vlastní neměnnost. Jak mluvit o této samotě jako o vzácnosti? Jak o ní mluvit veřejně?

**SEZNAM LITERATURY**

HOGENOVÁ, Anna, KUKLOVÁ, Jana. *Fenomenologie – řeč – média*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2010. ISBN 978-80-7290-436-5.

HOGENOVÁ, Anna, KUKLOVÁ, Jana. *Médium – pohyb – skutečnost*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2011. ISBN 978-80-902125-8-9.

(*MgA. Jana Kuklová* je doktorandkou oboru Filosofie na KOVF UK PedF; zabývá se nyní filosofií médií a techniky.)