

## „Jsi tam, dědečku?“

*PhDr. Petr Nesvadba, CSc.*

Žijeme v mediálním světě. Toto (a podobná) konstatování slyšíme denně. Odkud? Inu, hlavně z médií. Nezpevňují si tím média své privilegované postavení, které si sama udělila? Nedochází k tomu, co sociologové nazývají „sebenaplňujícím proroctvím“? Otázek se vynořuje víc a víc.

Již z logiky svého vlastního označení jsou média zprostředkovatelem. Něčím „uprostřed“. Něčím, co má jen přenést „signál“ od něčeho (někoho) k něčemu (někomu). Cesta, most. Služba. Prostředek, nikoli cíl. Bohužel se stalo, že zprostředkovatel si začal uzurpovat větší úlohu, než zbývající dva „články řetězu“! Vybírá si z faktů, co se mu hodí, zesiluje nebo zeslabuje důrazy podle libosti, dodává kontexty, obrací naši pozornost tam či onam. A někdy se už ani nezdržuje manipulací s fakty a „vyrobí“ si je rovnou sám!

V časech mojí babičky, když se řeklo „médiu“, lidé si většinou vybavili spiritistickou seanci, při níž nějaká osoba slouží jako prostředník kontaktu mezi tímto slzavým údolím a světem, v němž přebývají naši zemřelí předci. Dnes je pojem „médiu“ samozřejmě složitější a procesy medializace jsou sofistikovanější. Ačkoli – co kdybychom to zkusili porovnat?

- Účastníci seancí viseli na rtech média, neboť to, co se odehrává na „druhé straně“, bylo nad jejich chápání. Nemáme my dnes podobné pocity ve vztahu ke světu globálních ekonomických čachrů a politického divadla?
- Účastníci seancí měli nejasné tušení, že to, co probíhá na „druhé straně“, je ve vztahu k jejich životům důležité, ba dokonce možná určující. Nejsme na tom vlastně také tak?
- V seancích šlo stále více nikoli o (problematický) výsledek, nýbrž o sám zážitek kontaktu, což učinilo z medializace výnosný byznys. Bez komentáře.
- Jazyk média je odjakživa jazykem obrazným, symbolickým, působícím primárně nikoli na náš rozum, nýbrž představivost, takže každý si mediální poselství může interpretovat po svém.
- Za starověkými médii stály vždy nějaké mocné božské síly (např. ústy Pýthie údajně promlouval sám Apollón). Za našimi médii stojí síly mnohem prozaičtější...
- Návody k jednání, které poskytují média, prohlubují přirozenou lidskou pohodlnost a přesvědčení, že nejsou důležitá fakta, nýbrž to, jak si je vyložíme. Nemá tedy smysl ztrácet čas a sílu něčím tak komplikovaným, jako je hledání pravdy – významové rámce jsou přece již připraveny ke konzumu.
- Účinnost médií nenarušuje ani nárůst autority vědy. Média ji ostatně účinně oslabují tím, že staví jedny vědecké poznatky proti jiným, a věda sama se znemožňuje nesrozumitelností svého diskursu pro běžného člověka.
- Síla médií vždy stála na pocíťované neschopnosti porozumět tomuto světu a orientovat se v něm – a tedy na silné potřebě získat „definitivní“ rady a recepty, jak „správně žít“. I my nepozorovaně utváříme naše vzorce chování nikoli na svých skutečných zájmech a potřebách, nýbrž na těch vykonstruovaných.
- Rozvoj médií je provázen silící ritualizací, posilováním zábavných a odlehčujících prvků. Ano, tento aspekt pronikl již do všeho našeho žití: politiky, obchodu, školství apod.

Média jsou vskutku „hlídacími psy demokracie“. Ale ne jakákoli. Jen ta vskutku nezávislá, kriticky reflektující zdroje svých informací, poctivě usilující o nalezení pravdy, kultivující veřejný prostor a poskytující oporu ve směřování k péči o věci veřejné. A to není samozřejmost.