

1. Nová média a rekonfigurace privátního a veřejného prostoru¹

Jakub Macek

Vztah veřejného a privátního prostoru je v moderní společnosti poměrně razantně ovlivněn a formován přítomností mediálních technologií – a to jak médii umožňujícími komunikaci interpersonální (jako je například telefon), tak médii masovými. Roli médií při utváření a postupné proměně těchto dvou klíčových sociálních sfér je nutno zohlednit i tehdy, pokud odmítneme (z pohledu společenských věd zjevně neudržitelnou, srv. např. Chandler 1995 a 1996, Dahlberg 2004) technodeterministickou představu mediální technologie jakožto autonomního, povahu společnosti nevyhnutelně určujícího agens a přidržíme se sociálněkonstruktivistického pohledu na roli médií ve společnosti – sociálněkonstruktivistické teorie, reprezentované ve své klasické podobě například prací Raymonda Williamse (2003), sice na média nahlízejí jako na prostředek sloužící k naplnění kulturně formulovaných potřeb (moderní) společnosti, ale v důsledku médiím stále přiznávají zásadní roli při zajištění řady klíčových forem sociálního jednání.

Zvláštní pozornost v diskuzi o vztahu veřejného a privátního prostoru v posledních třech desetiletích přitáhla takzvaná nová média – tedy technologie založené na digitálním kódování dat. V případě nových médií se totiž původně přehledný model vztahu mezi uzavřeným prostorem soukromé domácnosti a vůči ní vnějšího veřejného světa poněkud komplikuje, přičemž tato komplikace má pro pochopení užití nových médií poměrně zásadní důsledky. Cílem této kapitoly je naznačit, v čem tato komplikace spočívá – a současně poukázat, že spíše než dramatické, revoluční proměny privátního a veřejného prostoru jsme svědky pokračování starších historických trendů, které se do vztahu veřejného a soukromého promítají již od počátku moderní společnosti a vzniku prvních masových médií.

Takto pojatý výklad ke způsobům, jímž se užití nových médií do vztahů veřejného a soukromého promítá, se pochopitelně neobejde bez širšího historického expozé – což nakonec považuji za pozitivní, poněvadž takový (i když nutně poněkud povrchní) vstup do historie médií podtrhuje jednak nevyhnutelnost historické kontextace jakéhokoli pohledu na média a jednak dovoluje na konkrétnějších argumentech ukázat, že nová média nejsou nositelem radikální společenské změny, jak někteří teoretici ukazují (viz např. Webster 2006), ale spíše

¹ *Text kapitoly je založen na jedné z částí autorovy připravované disertační práce Poznámky ke studiím nových médií, předkládané k obhajobě na Katedře sociologie na Masarykově univerzitě v únoru 2011.*

jsou zároveň produktem i činitelem dlouhodobých, optice přelomovosti se vzpírajících společenských procesů.

Cesta k vyprávění o rekonfiguraci privátního a veřejného prostoru, slibovaná názvem kapitoly, nemůže začít jinde, než v rané modernitě. Podle Jürgena Habermase (1992, 2000) byla raná moderní společnost 18. století mimo jiné svědkem zrodu dvou distinktivních sfér, svědkem oddělení dvou sociálních prostorů – privátní sféry (zahrnující intimní rodinný prostor charakterizovaný komunikací tváří v tvář, osobními vazbami a sdílenými ekonomickými a reprodukčními zájmy) a veřejné sféry (komunikačního prostoru nacházejícího se „mimo rodinu“, odděleného od sféry státu a ekonomiky a syceného veřejnou diskuzí a jednáním transcendujícími hranice a partikulární zájmy soukromých světů privátní sféry). Jürgen Habermas přitom veřejnou sféru chápe jednak jako konkrétní historický typ komunikační sféry spojené s raně buržoazní, vzdělanou městskou elitou, ale současně též veřejnou sféru postuluje jako normativní koncept – moderní demokracie je podle Habermase (rozvíjejícího teze například Johna Rawlese, Ronalda Dworkina či Karla-Otty Apela) soustředěná kolem kultivace veřejných diskurzů a veřejná sféra coby otevřený prostor deliberativního, racionálního komunikativní jednání směřujícího k formulaci konsenzu stran veřejného zájmu je nutnou podmínkou pro její fungování. (Normativita konceptu spočívá v tom, že Habermas takto pojatou sféru chápe jako ideál, o jehož naplnění je nutno se pokoušet, a nikoli jako popis reálného stavu veřejného prostoru, srv. Habermas 1992.)

Zde si dovoluji drobnou odbočku k diskuzi o nových médiích: V souvislosti s Habermasovým normativním pojetím veřejné sféry je v rámci studií nových médií přinejmenším od poloviny devadesátých let rozvíjena diskuze o tom, zda nová média k naplnění takového normativního ideálu přispívají či nikoli (viz např. Poster 1996; Dahlberg 1998, 2001b, 2001c, 2007; Gimmler 2001; Papacharissi 2002; Downey – Fenton 2003; Volek 2003). Závěry, k nimž tato debata dochází, přitom rozhodně neodpovídají utopickým představám raně kyberkulturních autorů (viz např. Rheingold 1993; Mitchell 1995), že nová média předznamenávají vznik nové, elektronické agory – ukazuje se spíše, že nová média sice mohou vést ke vzniku deliberativních komunikačních platforem, ale současně přispívají k fragmentarizaci veřejného prostoru a ke vzniku dílčích, postojově a tematicky orientovaných subsfér, které habermasovkou představu celospolečenské veřejné sféry nenaplnují.

Pokud se vrátím do obecnější roviny od nových médií k problematice veřejné a privátní sféry, pak je důležité poznamenat, že nepovažuji nicméně za nutné podrobněji zde sledovat dlouhou a živou debatu stran historických a ideologických omezení Habermasových argumentů – už proto, že zde s Habermasovým především normativním konceptem veřejné sféry pracovat

zkrátka nebudu. S veřejným prostorem zde budu volněji nakládat jako s prostorem utvářeným ne-privátní, veřejnou, v moderní společnosti převážně masovými mediemi zprostředkovanou komunikací. Jako komunikační sféru, jež hraje v moderní společnosti zásadní roli, jak konstatuje Raymond Williams (2003), podle nějž celonárodní masová média slouží jako zásadní kulturní formy zajišťující skrze utváření sdíleného komunikačního prostoru kulturní integritu komplexních, geograficky rozsáhlých a současně mobilních moderních společností.

U Habermase začínám proto, že tento autor přichází s poměrně zásadním postřehem: a totiž že nevyhnutelnou podmínkou zrodu distinkce mezi moderní privátní a veřejnou sférou je, krom jiného, existence patřičné komunikační platformy, která umožňuje sociálním aktérům (v případě Habermasovy rané veřejné sféry pouze úzké vrstvě středostavovských měšťanů) konstruovat veřejný prostor jako prostor komunikační.

Raný periodický tisk 18. století – Habermasem vykreslený jako svého druhu ideální typ média pro veřejnou komunikaci – sloužil jako dvousměrný komunikační kanál mezi veřejností a soukromými individuy. Byl čten a diskutován na veřejných místech, byl provázán s lokální komunitou a zpřístupňoval komunikační tok gramotným a patřičně postaveným individuí (až na výjimky mužům), kterým umožňoval přímý vstup do veřejné rozpravy.

Komunikační trajektorie většiny tištěných periodických a později i dalších masových médií nicméně měla mít, jak ukázal v 19. století nástup teritoriálně i sociálně otevřeného masového tisku, jiné směřování. Masový tisk se stal takřka bezvýhradně jednosměrným masovým médiem – na jednu stranu pokrýval mnohem rozsáhlejší sociální a geografické teritorium, než kterým byly lokální a de facto elitní buržoazní society (a díky tomu vedl ke vzniku definitivně „národního“, v kulturním i politickém smyslu, prostoru) a na stranu druhou se proměnil v kanál nesoucí komunikaci ze sdíleného, nicméně abstraktního (tedy založeného ne na osobní znalosti druhých) veřejného prostoru do konkrétních privátních prostorů soukromých individuí. Masový tisk tak začal být užíván jako nenahraditelný zdroj kontaktu soukromých aktérů žijících v kontextu soukromých domácností s národní politikou, kulturou, veřejnou diskuzí – a zde přitom nechávám stranou Habermasovu normativní kritiku „refeudalizace“ veřejnosti a sleduji spíše argumenty Raymonda Williamse (2003).

Poněkud jiným potřebám posloužily telegraf a telefon, které vztah mezi veřejným a soukromým rovněž strukturovaly. Vynález elektrického telegrafu (v polovině 19. století) a jeho rozšíření přinesly technologii, která nebyla primárně designována pro privátní užití (pokud telegraf pro privátní účely využíván byl, pak příznačně skrze filtr kontaktu se státními nebo poštovními úředníky), ale zajišťovala komunikaci v rámci veřejného prostoru a mezi jednotlivými národními veřejnými prostory. Tedy komunikaci státní, ekonomickou a – což je

zde podstatné – komunikaci jaksi meta-mediální (čili komunikaci zajišťující chod zpravodajských agentur a kontakt mezi konkrétními mediálními organizacemi). Telefon – šířící se od poslední čtvrtiny 19. století – naopak sytil jinou sociokulturně podmíněnou potřebu, která vyvstala v kontextu prostorově rozptýlené společnosti rozčleněné do buňek nukleárních rodin. Telefon poskytl možnost dvousměrné, synchronní komunikace mezi dvěma fyzicky vzálenými privátními prostory – komunikační médium, pevně zasazené do geograficky ukotvené domácnosti (pěkným vyjádřením této geografické ukotvenosti je institut telefonního seznamu, kombinujícího informace o telefonních číslech s adresami), posloužil na úrovních soukromých prostorů stejnému účelu (ne doslova, samozřejmě), jakému posloužili telegraf a jeho technologicky pokročilejší nástupci na veřejné úrovni.

Nástup elektronických masových médií (tedy rozhlasu a následně televize) posílil postavení jednosměrného (one-to-many) modelu masové komunikace, který byl původně spojen především s masovým tiskem: Rozhlas a televize vnášejí veřejný svět do samotného středu domácnosti, slouží jako jednosměrné spojení mezi sférou „vnější společnosti“ a „vnitřním kruhem“ soukromí a intimity moderní rodiny. Mnozí autoři – mezi jinými již zmiňovaný Williams (2003) se svým konceptem mobilního zprivátnění, Joshua Meyrowitz (2006) ve svých tezích o dopadech mediálních technologií na sociální zakoušení prostoru a času – bystře upozorňují na povahu dynamiky vztahů mezi soukromým a veřejným v televizní kultuře. Mediálně konstruovaný symbolický svět rozhlasu a televize (reprezentující s překvapivou komplexností „skutečný svět“ a v nebyvalé intenzitě i extenzitě nahrazující či doplňující širokou škálu „přímých zkušeností“) sice vnesl do poválečného obývacího pokoje doslova „celý svět“, ale současně podtrhl striktní separaci (mediovaného) veřejného prostoru a (žitého) prostoru privátního, domácího, který mohl být veřejným prostorem „symbolicky sycen“ bez toho, aby byl příjemce veřejného komunikátu jakkoli nucen narušit či překročit hranice svého privátního světa. Zároveň televize a rozhlas přinesly domácnosti jednu důležitou novinku: Relativně snadno transportovatelná televizní (nebo rozhlasová) technologie, kulturní mamila dovolující přisát se ke kulturnímu hlavnímu proudu dobře známého reprezentovaného světa prakticky odkudkoli v rámci národního státu (pro detailnější argumentaci, zasazenou do kontextu diskuze o veřejné službě, viz Curran 2004), učinila soukromí domácností relativně nezávislé na konkrétním místě. Privatizace, postupně sílící od počátku modernity, se spojila s potřebou mobility – a tato mobilita získala silnou kulturní oporu ve formě televize, jak konstatuje Williams (2003).

Klauzura „privátního“ – které se vzhledem ke statickému, protože všudypřítomnému mediovanému „veřejnému“ – na druhou stranu zvýraznila delokalizovanost veřejného

prostoru, jeho definitivní symbolizaci. Richard Sennett (1977), Margaret Morseová (1990) a Joshua Meyrowitz (2006) a jiní obracejí svou pozornost ke skutečnosti, že veřejný prostor se stal pouhou metaforou postrádající referent skutečných prostorech – a skutečné prostory ztratily svou veřejnou dimenzi. Televizní technologie tak v privátním rodinném světě hraje klíčovou roli. Ve své době fakticky monopolně přináší do středu privátního symbolické neprivátní a ztělesňuje vnější svět, celý veřejný prostor.

Nová média do vztahu privátního a veřejného přinášejí nové prvky, narušují monopol masových médií na mediaci veřejného prostoru a současně dále posilují mobilizaci soukromí. Vztah nových médií a veřejného prostoru intenzivně tematizován již po více než dvě dekády (srv. Poster 1996; Dahlberg 2001; Bentivegna 2002; Papacharissi 2002) a v návaznosti na tuto širokou diskuzi je možno střízlivě konstatovat, že nová média na jedné straně posilují dlouhodobé tendence k delokalizaci veřejného prostoru (tedy k odpojení veřejného prostoru od konkrétních měst) a na druhou stranu jej (spolu s tím, jak alternují „jednosměrnost“ hlavního proudu veřejné komunikace neseného masovými médii) fragmentarizují. Řada důležitých otázek nicméně stále zůstává bez odpovědi, redpektive je zodpovídána spíše formou hypotéz, než jakkoli jinak. Vede užití nových médií ke znovupřetvoření veřejných prostorů ve veřejná místa? (Slouží, řečeno jinými slovy, nová média lokálním společenstvím k posílení smyslu pro lokalitu, smyslu pro místo, jak slibuje například William Mitchell [1995]?) Jak „nové“, novými médii zprostředkované veřejné prostory oblivňují ty „staré“, zprostředkované masovými médii tisku, rozhlasu a televize? A v jakém jsou vzájemném vztahu? A vede užití nových médií (krom toho, že je v souvislosti s nimi možno sledovat fragmentarizaci veřejného komunikačního prostoru do názorově a zájmově orientovaných subsfér, srv. např. Volek 2002) k formování nějakého obecnějšího smyslu pro veřejný prostor?

Druhou stranou veřejně-soukromého příběhu nových médií tvoří vztah nových médií a privátní sféry. I zde nová média posilují starší, dlouhodobé trendy. Nová média, jak upozorňuje Margaret Morseová (1998), akcelerují tendence směrem k mobilizaci soukromí, tedy tendence v sedmdesátých letech popsané Williamsem (2003) ve spojení s televizí. Trend „kastomizace“ a „personalizace“ technologií lze nahlížet jako eufemistický příznak pokračující individualizace privátního prostoru (kde konečným nositelem soukromí je individuální aktér, a nikoli relativně kompaktní jednotka nukleární rodiny), spojené mimo jiné s rostoucí přenositelností nových médií (symbolizovanou například rozšířením mobilních telefonů a „všudypřítomností“ internetového připojení). Buňky soukromých prostorů jsou – v kontrastu vůči Williamsovu světu televizní kultury – vytrhovány ze specifických míst a

přetvářeny v abstraktní soukromé symbolické prostory (což je něco, co se veřejným místům stalo před desetiletími) a jako vzájemně prosířované bubliny soukromí křížují vnějším fyzickým (veřejným) světem. Někdejší veřejná místa (městské ulice, veřejná doprava, hospody, kluby, univerzity, atd.) jsou tak privatizována soukromými individuy nosícími s sebou svá trvalá technokulturní napojení na jiné (symbolické) veřejné prostory stejně jako na privátní prostory jiných privátních aktérů.

Někteří autoři, jako například Stuart Shapiro (1998), mají za to, že dramatický nárůst toho, co lze nazvat *privátní mobilitou* (což je termín, který zavedla Lynn Spigelová [2001] v kontrastu vůči staršímu Williamsovu [2003] konceptu *mobilního zprivátnění*), vede k rozrušení stávajících symbolických i fyzických hranic mezi privátním a veřejným, mezi virtuálním (symbolickým) prostorem a fyzickým místem. Toto tvrzení je jednou z těch hypotéz ohledně vztahu nových médií a soukromí, které mohou být přijaty či odmítnuty pouze empirickou cestou. Skutečně se užití nových médií podílí na rozvracení hranic intimní, privátní sféry? Kudy jsou vedeny hranice nové, jsou-li vedeny? Jak sociální aktéři nová média užívají ke konstruování soukromí a intimacy? Jak způsobem se nová média vpisují do soukromích míst, jak ovlivňují prostory domácnosti? (O zodpovězení těchto otázek se pokouší výzkum vedený z pozic sociální mediálních studií, antropologie i psychologie a mezi takřkajíc klasické tituly z této oblasti dnes patří například studie Sherry Turkleové [1995, 2001], Soniy Livingstoneové [2002] či Marie Bakardjievvy [2005].)

Zmíněné trendy a položené otázky (či hypotézy) odkazují k možnému, jaksi williamsovskému závěru, že nová média slouží „starým“ potřebám moderní společnosti a že jsou jako kulturní formy rozvíjena v souladu se staršími tendencemi ke zvyšování mobility „soukromého“ a delokalizovanosti „veřejného“. A rovněž lze zopakovat, že užití nových médií – stejně jako dříve užití starších mediálních technologií – mění a rekonfiguruje vztah mezi těmito prostory i tyto prostory jako takové. Uspokojivé porozumění povaze těchto změn je nicméně dosažitelné pouze skrze zkoumání toho, jakými způsoby si prostřednictvím digitálních hraček, které držíme v ruce, svá soukromí konstruujeme. Jak řešíme své privátní problémy na autobusové zastávce prostřednictvím mobilního telefonu a zpoza kavárenského stolku prostřednictvím notebooku. Zkoumání toho, jak konstruujeme veřejné a svůj vztah k němu, jak překračujeme topografii soukromí, jak vnášíme veřejné do svých domovů a do svých individuálních soukromých prostor a naopak.

Seznam literatury:

- Bakardjieva, M. : *Internet Society: The Internet in Everyday Life*, London: SAGE 2002
- Bentivegna, S. : "Politics and New Media." Pp. 50-61 in *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Ed. Lievrouw, Leah – Livingstone, Sonia. London: SAGE 2002
- Curran, J. : "Přehodnocení krize veřejné komunikace." Pp. 20-31 in *Revue pro média č. 7: Média a veřejná služba*, 2004
- Dahlberg, L. : "Cyberspace and the public sphere: Exploring the democratic potential of the net." Pp. 70-84 in *Convergence*, 4(1). 1998
- Dahlberg, L. : "Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis." In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1). 2001b
- Dahlberg, L. : "Extending the Public Sphere through Cyberspace: The Case of Minnesota E-Democracy." In *First Monday*, 6(3). 2001c.
- Dahlberg, L. : „Internet Research Tracings: Towards Non-Reductionist Methodology.“ In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9(3).
<http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue3/dahlberg.html> (13.9.2010), 2004
- Dahlberg, L. : "Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: from consensus to contestation." Pp. 827-847 in *New Media & Society*, 9(5). 2007
- Downey, J. – Fenton, N. : "New media, counter publicity and the public sphere." Pp. 185-202 in *New Media & Society*, 5(2). 2003
- Gimmler, A. : "Deliberative democracy, the public sphere and the internet." Pp. 21-39 in *Philosophy & Social Criticism*, 27(4). 2003
- Habermas, J. : "Further Reflections on the Public Sphere." Pp. 421-461 in *Habermas and the Public Sphere*. Ed. Calhoun, Craig. Cambridge: MIT Press 1992
- Habermas, J. : *Strukturální přeměna veřejnosti*, Praha: Filosofia 2000
- Chandler, D. : *Technological or Media determinism*.
<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tecdet.html> (13.9.2010), 1995
- Chandler, D. : "Shaping and Being Shaped: Engaging With Media." In *Computer-Mediated Communication Magazine*. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/determ.html> (13.9.2010), 1996
- Livingstone, S. : *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*, London: SAGE 2002
- Meyrowitz, J. : *Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální jednání*, Praha: Karolinum 2006

- Mitchell, W. : *City of bits: Time and the infobahn*, Cambridge: MIT Press 1995
- Morse, M. : "An Ontology of Everyday Distraction: The Freeway, the Mall, and Television." Pp. 193-221 in *Logics of Television: Essays in Cultural Criticism*. Ed. Mellencamp, Patricia. Bloomington: Indiana University Press 1990
- Morse, M. : *Virtualities: Television, Media Art and Cyberculture*, Bloomington: Indiana University Press 1998
- Papacharissi, Z. : "The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere." In *New Media & Society*, 4(1). 2002
- Poster, M. : "Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere." Pp. 201-218 in *Internet Culture*. Ed. Porter, David. London: Routledge 1996
- Rheingold, H. : 1993. *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*, Reading: Addison-Wesley 1993
- Sennett, R. : *The fall of public man: The forces eroding public life and burdening the modern psyche with roles it cannot perform*, New York: Knopf 1977
- Shapiro, S. : „Place and spaces: The historical interaction of technology, home, and privacy.“ Pp. 275-284 in *The Information Society*, 14(4). 1998
- Spigel, L. : *Welcome to the Dreamhouse. Popular Media and Postwar Suburbs*, Durham and London: Duke University Press 2001
- Turkle, S. : *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York: Simon & Schuster 1995
- Turkle, S. : *The Second Self: Computers and the Human Spirit* (Twentieth Anniversary Ed.), Cambridge: MIT Press 2005
- Volek, J. : "Nezamýšlené důsledky 'komunikační ideologie' v kontextu informační společnosti." Pp. 11-38 in *Média a realita 2002*, Brno: Masarykova univerzita 2002
- Volek, J. : "Mediální studia mezi kritikou ideologie a kritikou informace." Pp. 11-34 in *Média a realita 04*, Brno: Masarykova universita 2003
- Williams, R. *Television: Technology and Cultural Form* (2nd ed.), London: Routledge 2003