

Krise, informační znečištění a svoboda

Ivan Jemelka UJAK (Universita J. A. Komenského)

Žijeme v informačním věku, a proto nynější finanční krize a informace spolu musí nějak souviset. Není vyloučeno, že jednou z příčin současných hospodářských problémů je informační znečištění, které dosáhlo kritické hranice.

V souvislosti s vydáním knihy rozhovorů, které umělecký vedoucí folklórního souboru Hradišťan Jiří Pavlica vedl s Přemysl Rut, řekl tento moravský lidový bard loni v říjnu v deníku MF Dnes: „Je velmi důležité umět poznat, co je pro život podstatné, a co ne. Převážná část informací je totiž jen informační smog, šum, balast a vršení zbytečností.“ Podle novináře Davida Shenka je informační smog druh potencionálních informací, které pouze existují a nikdy nebudou nikým využity. Toto „informační smetí“ člověka pouze obtěžuje a nic mu nepřináší. Ztěžuje nám také využití cenných informací, které skrze mlhu těch nepotřebných nevidíme. Shenk ve své knize „Data Smog“ z roku 1997 tvrdí, že lidstvo se nevyvíjí dostatečně rychle na to, aby zvládlo stále se zvyšující množství informací. Uměleckou zkratkou pro vyjádření potíží s přemírou informací a nalézáním podstatného může být vyznání spisovatele Jana Krůty, které zveřejnil na svém blogu na stránkách Aktuálně.cz. „Nakupuji hory novin a časopisů a nestíhám je číst. ... bastard Čas vyhodil zadkem a změnil tyhle hory aktualit v informační smog. A já – vysavač informací – ochabuji. Sedím před altánem a při každém zvednutí hlavy mi pohled padne na větrem profoukaný románský kostelík z jedenáctého století.“

Obestírá nás mlha nepodstatného

Informační smog není jen pojem z oblasti futuristických vizí. Podle odborníků existuje a ohrožuje nás v tom smyslu, že naše vnímání zahltlí přebytkem informací. Získat dnes surové údaje v jakémkoli množství není problém. Problém je jejich kvalita a zpracování. Informace, aby vystoupila s přítmím informačního smogu, útočí na naše smysly stále výraznějšími podněty. Nikdo ovšem nemůže předem vědět, jestli jakýsi údaj, jenž vystoupil z šeré mlhy dat, je ten důležitý. Většinou je totiž tak, že samo se nabízí jen sdělení, která významné není. Podobně píše Al Gore o „exformacích“. Za exformace považuje kvanta informací, která existují mimo naše vědomí a nikdy je nikdo nevyužije. Gore je pokládá za další formu odpadu.

Před dvěma lety získala titul bakalářky na Masarykově universitě v Brně Kateřina Černošlávková na základě studie o informační hygieně. Podle ní zahlcení informacemi vede k problémům s jejich tříděním, zpracováním a vyhledáváním. Paradoxně se tak vytváří dojem nedostatku. Informace sice jsou dostupné, jestliže však jedinec není schopen je nalézt a využít, jakoby pro něj neexistovaly. Skutečný nedostatek nastává v případě, je-li nekvalitních informací příliš mnoho. Zahlcení také způsobuje snížení citlivosti k vnímání obsahu. Zatímco množství dostupných informací neustále stoupá, naše mozková kapacita ani počet hodin v jednom dni se nemění.

Děti ztrácí schopnost učení

Následky informačního přesycení mohou nejspíš trpět už i děti na základní škole. Například server Jablko poznání, který se věnuje školní výuce, varuje, že přesycení hotovými informacemi vede k pasivitě v poznávání. Nadbytek informací potlačuje fantazii, otupuje paměť a schopnost soustředit se. Do vědomí se ukládají poznatky bez jakéhokoliv výběru a třídění. Tento fakt přímo zabraňuje dětem vybírat si z množství informací to podstatné, což je v rozporu s tím, jak se naučit učit.

Úhrnem tedy přebytek dat může vést k nedostatečně ostrému vidění reality a slabé vědomí souvislostí.

Prakticky to dokládá poznatek publikovaný v časopise pro automatizační techniku Automa. Příčinou selhání obsluhy ve výrobních procesech od drobných provozních závad až po závažné havárie může být „paradox automatizace“. Při nadměrné automatizaci totiž dochází k odtržení člověka od procesu, zahlcení informacemi a ztrátě soustředění.

Loni v říjnu, na konferenci maloobchodníků a výrobců CIES Supply Chain 2008 ve Vídni, označil Peter Krause z německé společnosti Nextpractice za hlavní potíže při rozhodování manažerů nadbytek informací. Podle něj existují různé strategie, jak se vyrovnat s tím, že věci se zdají být příliš složité. „Jediná strategie, které v posledních letech věřím,“ svěřil se ovšem Krause, „je založena na intuici. Lidé totiž nejsou racionálními bytostmi.“

Ano, nejsme počítače. V našem myšlení hraje zkušenost, morálka a charakter mnohem větší význam, než analýza dat. Informace nemají v našem životě až tak velkou roli, jak se má obecně za to. Jejich záplava nás spíše svádí z cesty.

Bůh na burze nehraje

V roce 2001 získali George Arthur Akerlof, Michael Andrew Spence a Joseph Eugene Stiglitz Nobelovu cenu za ekonomii za přínos k analýze trhů s asymetrickými informacemi. Podle profesora politické ekonomie na Univerzitě ve Warwicku Roberta Skidelskyho asymetrické informace znamenají, že někteří lidé vědí o čemsi víc než jiní. Žadatel o půjčku ví, že riziko je vysoké, ale věřiteli řekne, že je nízké. Věřitel, který nedokáže riziko posoudit, sáhne po investicích, jež slibují nejvyšší výnosy. Tento konkrétní model předpovídá, že banky budou přehnaně investovat do vysoce rizikových projektů s vysokými výnosy, což znamená, že asymetrické informace vpouštějí na úvěrový trh toxické půjčky.

Skutečný problém ale tkví v tom, míní Skidelsky, že v reálném světě nemá dokonalé informace nikdo. Ti, kdo mají lepší informace, se sice snaží oklamat ty, kdo jsou informováni hůř, jenže klamou sami sebe, že vědí víc, než kolik vědí doopravdy. Kdyby jen jediný člověk měl dokonalé informace, nikdy by se nemohla vyvinout krize – někdo by vždycky ve správný čas udělil správné pokyny. „Leč dokonale informovaný je pouze a jedině Bůh a On na burze nehraje“, posteskl si Skidelsky.

Koncem loňského roku proběhl v Bruselu seminář Federace evropských asociací řízení rizik (FERMA), která sdružuje odborníky z oblasti pojišťovnictví. Představitelé této organizace se shodli na tom, že složité kontrolní postupy a tedy takto vytvořené kvanta nadbytečných dat odvedly pozornost od významných informací, které obsahovaly skutečná rizika a pomohly vytvořit podmínky pro současnou krizi finančních trhů.

Ředitelé FERMA uvedli, že podhoubí krize spočívá v nepochopení, jaká míra rizika se skrývá ve složitých finančních produktech a operacích. „Podstatou řízení rizik je znalost klíčových rizik a jejich aktivní ovlivňování, které je přirozeně nemožné, pokud nevíte, jaká rizika to jsou,“ řekla prezidentka FERMA, Marie-Gemma Dequae.

Nahradte slovo rizika souslovím množina významných informací a bude vám zřejmé, že Marie-Gemma Dequae hovoří o dezorientaci manažerů v informačním smogu.

K čemu by to mohlo vést

Pokud připustíme informační znečištění, můžeme začít hledat jeho míru a zdroje. Ekologický aktivista Jakub Patočka kdysi sugestivně napsal v Literárních novinách, že informační smog vypouští „tucty mediálních komínů“. Snad, ale ne jenom. Nepochybně ti, kdo vedou velké společnosti, jsou jenom lidé. I v myšlení manažerů se proto může odrážet fakt, že svět je zahrnován miliony zpráv. A to zpráv hlavně špatných. Protože média jednoduše špatné zprávy upřednostňují. V pozadí trhu s informacemi stojí ovšem politici, velké podniky a další mocenské i zájmové skupiny. Ti všichni mají svůj podíl na vytváření informačního smogu, v němž nakonec sami ztrácí orientaci a přivádí svět do krize.

Dnes už je zpozdilé, hovořit stále o informačním věku, protože kanály, kterými původně proudily informace, nyní slouží šíření infotainmentu. Duševní pohodlnost a oddání se zábavě v sobě ale nese riziko, že vážné otázky, spojené s osobní svobodou, přenecháme k řešení jiným a bez kritického zamyšlení přijmeme řešení, které za nás vytvořil někdo druhý. Ochota pasivně přijímat z vnějšku hodnoty a principy si o manipulaci přímo říká. Zejména, pokud nemůžeme vyloučit, že civilizace, pro niž má spotřeba i vyvolání pocitů slasti takový význam, postupně přetváří osobité jednotlivce v masu konzumentů, sice s určitými společnými spotřebitelskými charakteristikami, ale víceméně bez vlastního abstraktního názoru na cokoli. Kde se něčeho nedostává, kde je v jistém smyslu poptávka, tam je i nabídka. A proto je tu jedno podmíněné nebezpečí: Pokud by se dnes mezi lidmi šířila ideová prázdnota, média by jí nejspíš ochotně vyplnila prefabrikovanými sadami norem a zásad. Asi by k tomu použila symboliku, kterou obsahují příběhy, jimiž svá publika baví. Přirozeně by pak i měla snahu vštípit svým čtenářům, posluchačům a divákům takové hodnoty, které by majitelům médií zajistily další prosperitu. Logicky by tedy směřovala k tomu, aby svá publika vedla k loajalitě k stávajícímu společenskému uspořádání, k prohlubování uniformních spotřebitelských návyků a to zejména pokud jde o zábavu, a nezájem o kritické myšlení. Média by se tak díky zákonitostem trhu mohla stát bezděčnými manipulátory. Čím více by se z naší civilizace přičiněním médií vytrácelo kritické uvažování, tím více by nám hrozilo, že se vzdáme své individuální svobody a tvůrčího potenciálu. Náznaky takové hrozby tu bohužel jsou.

I love NY a pantofle

Jedním z příkladů manipulativního příběhu, který používají média, by mohl být ten z poloviny letošního května, kdy na titulní straně deníku The New York Times se objevila fotografie trojice amerických vojáků, skrčených se zbraní za pískovým valem v Afganistanu. Jeden z nich měl ovšem na sobě kromě plné polní všeho všudy jen červené tričko, růžové spodky s nápisy I love NY a pantofle.

Obrázek, symbolizující prostřednictvím tak nápadného rozdílu v ustrojení oddanost vojenské službě, viděli prostřednictvím internetu miliony lidí. Lepší propagandistický počín si americký ministr obrany Robert Gates asi nemohl přát. Sotva na to mohl říci něco jiného, že s lajdácky oblečeným pěšákem se chce setkat, aby mu mohl potřást rukou. Voják Zachary Boyd se stal celosvětově známým a není vyloučeno, že je to začátek jeho vojenské kariéry, na jejímž konci jednou nastoupí na Gatesovo místo.

Tak fungují média. Baví veřejnost tím, že v ní v zásadě vyvolávají správné pocity. Náhodně, alespoň většinou ne záměrně, účinkující osoby v mediálních obrazech a scénách jsou něco jako ad hoc televizní hvězdy. Z vteřiny na vteřinu se stávají bezděčnými nositeli některého ze symbolů naší civilizace. Objeviteli takových hvězd se stali novináři. Ti jsou dnes především odborníky na to, aby dokázali takové emocionálně nabitá symbolická znázornění našich hodnot nalézt a všem předvést. Každý politik, pokud se zůstat politikem, se pak musí sklonit před takovými významnými znaky naší epochy a vzdát hold jejich nositelům. Amerického ministra obrany nevyjímaje. Zábavná globální výchova tohoto typu, však vyžaduje jedno: Mediální publikum na celé planetě musí být v jádru stejné.

„Edukační“ roli médií nejspíš ctí i čeští politici. Podle poznatků Centra pro výzkum veřejného mínění z letošního května téměř polovina Čechů si myslí, že média mají vliv na rozhodování osob veřejně činných. Nejsilnější vliv respondenti přisoudili České televizi, deníku Mladá fronta Dnes a TV Nova (Škodová 2009:1).

I když podíl médií na charakteru a směru veřejného mínění nebyl předmětem zkoumání, z logiky věci plyne, že by mohl být obdobný.

Žurnalisté nás učí, co je správné

Možná ještě větší globální pozornost, než voják v růžových boxerkách, vyvolal videozáznam vystoupení Susan Boyleové v britské pěvecké amatérské soutěži Británie má talent. Podstatou úspěchu byl rozdíl mezi jejím životním stylem, a tím, co je schopna předvést. Lehce retardovaná, čtyřiceti sedmiletá, nezaměstnaná paní, která je úplně vedle ve všem, co se nosí, zpívá tak, jak by to nikoho v životě nenapadlo. Paradox, který představuje, je snad i trochu šturec zábavnímu průmyslu, ale hlavně je symbol naděje pro všechny, kdo mají na tomhle světě smůlu. Boyleová nese prapor, na němž je vyobrazen splněný „americký sen“. „Její“ klip oběhl svět a rázem se o ni média perou. Kdo ví, v jaké veřejné funkci nakonec skončí.

Něco podobného v malém se přihodilo i českému „idiot savant“ Romovi Jaroslavu Suchému, jehož fotku, na niž hledí po tváři amerického prezidenta Baracka Obamu při návštěvě Prahy, vydala většina světových agentur. Suchý odjel do Kanady a doufá, že mu tam jeho mediální proslulost přinese štěstí.

Žurnalisté nás nejen zábavně učí, co je správné, ale i v co doufat a věřit. Ovšem, abychom to vnímali všichni stejně, musíme si být dost podobní.

„Média nám nenápadně podsouvají své (či svých inzerentů, vlastníků, nebo vlivných skupin) názory, snaží se přetvářet společnost k obrazu svému. Média tím, že se nás snaží ovlivňovat a přetvářet k obrazu svému (a tedy tvořit si své publikum) vydělávají peníze. Samozřejmě bychom se mohli bavit i o mocenské stránce využívání mediálních sdělení, kdy různé zájmové skupiny (od politiků po majitele významných podniků) si cíleně pomocí médií formují veřejnost, aby byla nakloněna právě jim. Princip je ovšem i v tomto případě stejný. Jedná se především o výdělek. Za to, jak naše společnost vypadá, jak jsou naše hodnoty posunuty tak, aby korespondovaly se zájmy médií, viním hlavně nás, naši pasivitu a neochotu přemýšlet,“ napsala Jindřiška Dörrová ve své diplomové práci na téma *Vliv médií na utváření hodnot veřejnosti*, kterou obhájila na Masarykově Universitě v Brně v roce 2007 (Dörrová 2007: 60).

Postmoderní duševní lenost

Pokud by byla pravda, že jedním z příznaků postmoderní doby je duševní lenost, která přetváří lidstvo v globální uniformní masu, jíž mohou dobře obsluhovat nebo možná i ovlivňovat média, mohly by tu být i některé vážné souvislosti. Na podporu svého tvrzení zde uvedu citace několik autorů, které někdo nemusí považovat za originální, nicméně nejde ani tak o původnost jako významnost jejich myšlenek. Některé, skutečně podstatné názory si naštěstí lidé osvojili natolik, že se zdají skoro samozřejmé. Domnívám se, že přesto není žádná ostuda se o ně opřít. Právě naopak. Například relativně nedávno zesnulý Neil Postman ve své knize *Ubavit se k smrti* připomíná dvě vize „katastrofického“ vývoje společnosti: *Orwellovo 1984* a *Konec civilizace* Aldouse Huxleyho. Zatímco potlačení svobodného myšlení a kritického úsudku je u Orwella výsledkem soustavného násilí mocenského aparátu, Huxley zdůrazňuje lidskou touhu po zábavě a konstatuje, že nátlaku nebude potřeba, neboť lidé se „náročného“ myšlení ve prospěch zábavy vzdají sami. Jakoby se tu rýsovalo riziko, že z touhy co nejvíce si užít radostí života, mentálně zakrníme, a média s námi budou zacházet, jako s dětmi. A skutečně významný literární vědec Josef Vojvodík tvrdí, že média člověka odvádí od něj samotného, a proto mu chybí sebereflexe a stává se infantilním (Borovička 2009:1).

Říká se, že děti jsou v podstatě všude stejné. Uniformita je však předsíň nesvobody, tedy také neodpovědnosti a v neposlední řadě nemravnosti. Liberál F.A. Hayek píše ve své knize *Cesta do otroctví*, že „svoboda dává řád našemu vlastnímu chování tam, kde materiální okolnosti nutí k volbě, a odpovědnost za uspořádání našeho života podle vlastního svědomí vytváří ovzduší, ve kterém roste morální smysl, a v němž jsou mravní hodnoty den za dnem znovu vytvářeny svobodným rozhodováním jednotlivců“ (Hayek 1990:84). Jinými slovy, morální principy, kterými se řídíme v osobním životě, mají takovou váhu, jak jsme ochotní v

materiálním světě za ně zaplatit. Také lze říci, že být dosti slušným člověkem něco stojí, ale být jako většina, žádnou zvláštní oběť nevyžaduje.

Konformita je opravdu příjemná, protože z nás snímá námahu spojenou s nacházením vlastního řešení. Zbavuje je nás břemene osobních úvah i nacházení a ověřování relevantních informací.

Dobrovolná stejnost je předpokojem totality

Intelektuální pohodlnost, jež může vést až k davové uniformitě, spojil profesor Petr Vopěnka s hrozbou duchovní totality. Hovořil o tom již před pěti lety ve veřejném projevu při udělení Ceny Nadace Dagmar a Václava Havlových Vize 97. Zjednodušeně a zkráceně řekl, že jsme stále sváděni k tomu, abychom se vzdali námahy spojené s odpovědností za vlastní rozhodování, tedy svobody, a podlehli pohodlí stádnosti. „Cílem je... průměrnost a homogenost jednání a myšlení. Všichni by nejlépe udělali, kdyby se chovali stejně. Po práci stejně bavili, v práci dělali jen to, co se od nich chce,“ uvedl Vopěnka (Vopěnka 2004:2). Podle něj riziko totality je tím větší, čím více podléháme iluzi, že k uniformitě se uchylujeme na základě svobodné volby. Je ale důležité si uvědomit, jak konstatovala diplomantka Dörrová, že cílem majitelů médií není nesvoboda, nýbrž zisk. Politické souvislosti, které z toho vyplývají, a o nichž se tu píše, mají svůj původ v evoluci ekonomických vztahů. Německý sociolog Ulrich Beck je kritizován zprava, (zejména kvůli jeho výkladu vlivu ekologických problémů na politiku), za skrytou tendenci k centralizovanému řízení společnosti, to znamená za bezděčné směřování k totalitě. Přesto Beckovo konstatování rozkladu sociálních identit v souvislosti s prudkou individualizací postmoderní společnosti a rostoucí závislostí takto „osvobozených“ jednotlivců na státu, je všeobecně přijímanou skutečností. Poté, co se slily hranice sociálních tříd, i potom, co lidé přestali pociťovat třídní sounáležitost a nacházet v ní všestranné ukotvení, začaly se drobit i rodinné vazby a jednotlivci ztrácejí také toto zázemí. Podle Becka tuto destrukci tradičních pout si žádá vysoce organizovaná západní civilizace, která potřebuje velmi výkonné, flexibilní a specializované jedince, jejichž ekonomická efektivita je omezena co nejméně. Tím je míněna jejich rostoucí hospodářská účinnost nejen v produkci ale i ve spotřebě. Zaniklé třídní struktury a rodinu však musí zastoupit stát. Důvod, proč se lidé už necítí být dělníky nebo úředníky se svými zvláštními zájmy a dokonce se už ani tolik nepovažují za předurčené k mateřství nebo otcovství, je prostý. Jak si všiml Beck, je to hlavně lákadlo pohodlí a spotřeby. Přes den usilovně pracujeme, abychom si večer řádně užili (Beck 2004:72). Podle Hayka ovšem není morálních hodnot bez materiálních obětí. Abychom si vytvořili určitý osobní řád a ctili jej, musíme slevit ze svého pohodlí a snížit míru své spotřeby. To se však neshoduje s naší snahou oprostít se od všeho, co nám v dosažení většího konzumu brání. Přenecháváme naopak tvorbu morálku jiným a stejně tak názory, které z ní vycházejí. Jak se obává Vopěnka, je tu riziko, že pro své požitky přeneseme odpovědnost za rozhodování na jiné a uchýlíme se ke stádnosti, což je předpokoj totality.

Dělba práce „až za hrob“

Média nás nebudou informovat, vzdělávat a bavit jako v době moderní čili industriální, ale budou za nás myslet a budou nás vést. Povedou nás s šaškovským úsměvem vstříc stavu, který Vopěnka nazval duchovní totalitou, a jemuž tak příznačně dodal klaunskou tvář zloduch Joker (Jack Nicholson) v americkém filmu *Batman* z roku 1989.

„(Post) Moderní společnost se vyznačuje tím, že mnohé aktivity, o které se dříve starala rodina nebo komunita, přecházejí na formální organizace: učí se ve školách, léčí ve zdravotnických zařízeních, rodí v porodnicích – a zajišťování zábavy se ujala zejména média. Poskytování zábavy a naplňování zábavní funkce je tedy prostý fakt, který plyne z postavení médií jako instituce moderní společnosti“, najdeme jednoduše a výstižně napsáno na internetových stránkách nakladatelství Portál. Nemusí to však být jen pouhá zábava, co

média provozují. Rozptýlení, které nabízejí, může provázet i nebezpečí duchovní paralýzy, jež by mohlo vést i k omezení našeho svobodného rozhodování.

V postkomunistickém státě jako je Česká republika, je takové riziko větší úměrně tomu, jak hluboce v něm v průběhu druhé poloviny dvacátého století zakořenila tendence k intelektuální izolaci a pasivitě.

Literatura:

- Postman, Neil, 1999, *Ubavit se k smrti*. Praha: Mladá fronta. ISBN: 80-204-0747-2
- von Hayek, Friedrich August, 1990, *Cesta do otroctví*. Praha: ČSAV, Academia
ISBN: 80-200-0264-2
- Dörrová, Jindřiška, 2007, *Vliv médií na utváření hodnot veřejnosti*. Brno: Masarykova universita v Brně, Pedagogická fakulta, Katedra občanské výchovy, diplomová práce: PedF M-SS AJ5, ZA5.
- Orwell, George, 1991, *1984* (v anglickém originále vypsáno slovy Nineteen Eighty-Four). Praha: Naše vojsko. ISBN: 80-206-0256-9.
- Huxley, Aldous, 2004, *Konec civilizace*, Praha: Maťa, ISBN: 80-204-0747-2.
- Beck, Ulrich, 2004, *Riziková společnost*, Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), ISBN: 80-86429-32-6.
- Vopěnka, Petr, 2004, *Veřejný anonym, Řeč při udělení Ceny Nadace Dagmar a Václava Havlových VIZE 97 5. října 2004*, <http://www.vize.cz/download/laureat-Petr-Vopenka-cz-proslov.pdf>
- Portál.cz: 2009, *Média a zábava*. <http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=23856>
- Škodová, Markéta, 2009, *Vliv médií na rozhodování politiků*, Sociologický ústav AV ČR, Centrum pro výzkum veřejného mínění, tisková zpráva, Pd90511, http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100905s_pd90511.pdf
- Borovička, Lukáš, 2009, *Dnešní společnost je v podstatě velmi infantilní*, Časopis studentů FF UK Fakt, Rubrika: Rozhovory, <http://ffakt.ukmedia.cz/dnesni-spolecnost-je-v-podstate-velmi-infantilni>