

Media life

Život v médiích

Mark Deuze

STUDIA NOVÝCH MÉDIÍ

KAROLINUM

Media life
Život v médiích

Mark Deuze

Z anglického originálu Media Life, vydaného
nakladatelstvím Polity Press v roce 2012,
přeložila Petra Izdná.
Doslov Josef Šlerka

Vydala Univerzita Karlova v Praze
Nakladatelství Karolinum
Redakce Vít Krobot
Grafická úprava Jan Šerých
Sazba Nakladatelství Karolinum
První české vydání

© Univerzita Karlova v Praze, 2015

© Polity Press, 2015

Translation © Petra Izdná, 2015

Epilogue © Josef Šlerka, 2015

ISBN 978-80-246-2815-8

ISBN 978-80-246-2868-4 (online : pdf)



Univerzita Karlova v Praze
Nakladatelství Karolinum 2016

www.karolinum.cz
ebooks@karolinum.cz

OBSAH

Úvod – V médiích	7
1. ŽIVOT V MÉDIÍCH	15
Lapení v síti bezprostřednosti	18
Život ve městě médií	20
Digitální a fyzické	25
Antropotechnologie, člověkostroje, inforgové a posthumanita	28
Protézoví bohové	33
Božské bytosti v postmetafyzickém světě	37
2. MÉDIA DNES	41
Mediální archeologie artefaktů, činností a uspořádání	46
Hluboké city v závratné rychlosti	53
Charismatické technologie lásky	58
Nepozorované vytrácení neviditelných médií	62
3. CO MÉDIA DĚLAJÍ	69
Vítejte v nezapomenutelnu	73
Mimovolná média Martini	78
Ano, můžeme (zaznamenávat, ukládat, zpřístupňovat a redigovat život)!	85
Neustále nestálý archiv	92
4. VNĚ MÉDIÍ NENÍ ŽIVOTA	97
Kázeň, kontrola a podezírání	99
Velký bratříčku, nač jsi?	103
Panopticismus v novém	107
Reverzní inženýrství panoptikonu	116
Nad rámec panoptikonu	120
5. SPOLEČNOST V MÉDIÍCH	123
Všichni jsme zasraný zombíci	126

Všechno (a všichni) jako zombie	129
Nejsi nic extra	133
Ufoni v mediálním vesmíru	136
Digitální mistři a <i>femmes digitales</i>	140
Každý ví, že (ne)jste pes	147
Přežít v metaverzu	149
6. SPOLEČNĚ SAMI	155
Snažte se být stále vidět	156
Systémové světy, místa-světy, wiki světy a mediální světy	164
Mediovaný životní svět	169
Svět je mapa na vaší dlani	175
Kdo jsem já a kdo jste vy?	183
7. V MÉDIÍCH SE PŘIZPŮSOBUJEME	187
„Já jsem on, Orgasmátor“	189
„Ujmi se řízení. Nech se rozvést.“	193
Darwin mezi stroji	196
Život v médiích jako strategie přežití	199
Avatarský aktivismus	202
Grooming na dálku	206
Život v globální krajině médií	210
8. ŽIVOT UVNITŘ MÉDIÍ	213
Namalujme si libovolný obraz sebe samých	215
Všechno je to o mně	221
Bez přetvářky	224
Trumanův syndrom	226
„Nejlepší z možných světů“	231
Umění života v médiích	234
Ryba jménem Deuze	237
Bibliografie	241
Rejstřík	255

V MÉDIÍCH

ÚVOD

ve kterém jsme tím,
čím jsou média

Žijeme *uvnitř* médií. Kdo jsme, co děláme a co to pro nás znamená, neexistuje vně médií. Jsou pro nás tím, čím je voda pro ryby. Neznamená to, že média náš život determinují, jen to ukazuje, že ať už se nám to líbí nebo ne, odehrává se v nich každý jeho aspekt. Součástí takového života je vyrovnat se s přesycením mediálními sděleními a zařízeními v domácnostech, na pracovištích, v nákupních centrech, barech a restauracích a všech ostatních meziprostorech dnešního světa. V průběhu několika posledních desítek let směřují klíčové kategorie lidské životaschopnosti a čínorodosti k souběžnému a nepřetržitému procesu, ve kterém se vystavujeme médiím, používáme je a zanořujeme se do nich. Musí být jasné, že média nejsou pouze určité typy technologií nebo jen množství obsahů zabírající svět kolem nás – tedy vnější činitele ovlivňující člověka bezpočtem způsobů. Když už nic jiného, můžeme na dnešní používání a osvojování médií pohlížet jako na něco, co splývá se *vším*, co lidé dělají, se *všemi místy*, na kterých se nacházejí, a se *všemi lidmi*, kterými se snaží být. Život v médiích nemá žádný vnějšek – cokoli vnímáme jako únikový východ, cestu ven nebo případnou klávesu delete, je jen iluzí. Život vně médií si ve skutečnosti můžeme jen *představovat*.

Pokud jde o to, co média komunikují, je svůdné poukazovat na to, kterak vlády, firmy a korporace do našeho života protlačují nepolevující a stále se zrychlující proud obsahů a zážitků. Nicméně většinu komunikace procházející médii tvoří to, co dělá každý z nás: nekonečné textové zprávy, chatování, e-maily, telefonování kdykoli a odkudkoli a sociální síť fungující jako živoucí archiv sociální

reality. Vzhledem k tomu, že většina světové populace vlastní mobilní telefon, telekomunikační sítě pokrývají téměř každičký kousíček zeměkoule, po celém světě vytrvale rostou počty prodaných komunikačních zařízení, každoročně přibývá času stráveného s médii, která jsou nastavena v režimu fungování v reálném čase, stále zapnuta a stále online, zdá se konstatování o téměř úplné mediatizaci společnosti poněkud triviální.

Život v médiích zahrnuje mnohem víc než jen příslušný hardware, software a obsah. Je jím také to, jak s médii zacházíme a jak na ně reagujeme: jak budujeme a udržujeme vztahy a rodinné vazby, jak z používaných médií (z hudby, kterou posloucháme, pořadů, na které se díváme, zápasů, které sledujeme v přímém přenosu) vyvozujeme kulturní status a společenskou přijatelnost. Je jím rovněž to, že nakládáme relativně svévolně s časem a prostorem, například při pročítání e-mailů na mobilních zařízeních, že posloucháme audioknihy se sluchátky potlačujícími okolní hluk, že zaznamenáváme svoji soukromou účast na veřejných událostech (svatbách, koncertech, víkendových fotbalových utkáních) pomocí síťových zařízení, která naši mediovanou žitou zkušenost současně *zpřítomňují* i *zvětšují*. Jakmile necháme splynout vnímání sebe sama a druhých s tím, co o nás mohou média zprostředkovat, stávají se mediální kompetence, gramotnost a způsobilost prvořadými pro postavení člověka ve společnosti. Médii se poměřuje prožívání světa a porozumění naší roli v něm. Život v médiích reflektuje média jako *nutnou a nevyhnutelnou* součást naší existence a našeho přežití.

Přítomnost médií v každodenním životě se očividně znásobuje. Média jsou *všudypřítomná* (jsou všude) a *všeprostopující* (nelze je vypnout). Ba co víc, většinu času, který trávíme v bdělém stavu, jsme téměř zcela zanořeni v médiích. Výzkumy v tak odlišných zemích, jako jsou Spojené státy, Brazílie, Jižní Korea, Nizozemsko, Indie a Nový Zéland, shodně ukazují, že každodenně prožijeme většinu času s médii a že spojení s nimi se stalo všedním rysem lidské existence. Perspektiva života v médiích tedy znamená připustit, že média jsou stejně jako lidský mozek (nebo kosmos) *neurčitá*. Nejsou ukončená ani statická, ale svou podstatou tvárná a poddajná. Vyvíjejí se a mají tvůrčí sílu. Ovlivňují se navzájem a současně interagují s námi, podobně jako hardware a software. Citově se v médiích angažujeme natolik, nakolik se média stávají emoční součástí nás

samých. Média jakožto komunikační platformy nejen reprodukují, ale i utvářejí svět, ve kterém žijeme.

V této knize používám termín „média“ zaměnitelně s termínem „informační a komunikační technologie“, a obecněji s termínem „stroje“, pokud je řeč o jejich vztahu k člověku a společnosti. Takto široce pojatá média jsou jakékoli systémy (symbolické nebo technologické), které umožňují, strukturují nebo umocňují mezilidskou komunikaci. Život naproti tomu není jen věcí přežívání – jde o to, žít *živý* život, život, který stojí za to žít, o druh vitality, jež přesahuje pouhé fungování ze dne na den. Hlavním cílem této knihy je zodpovědět otázku, jak vypadá život v médiích, má-li být dobrý, naplno prožívaný, krásný a společensky odpovědný. Dichotomický přístup k směřování médií a života ukazuje a mapuje to, jak lidé a jejich chování směřují vývoj médií, aby porozuměli svému všednímu životu a tomu, jak s ním naložit. Tento mediacentrismus a technologický determinismus se často redukuje na mechanistickou fascinaci mediálnímašinerií a technickou stránkou technologií, ať už jsou pojímány pozitivně nebo negativně. Vzájemná závislost člověka a technologií se tak spíše zatemňuje, než objasňuje, jelikož se neustále hledají způsoby, jak světu porozumět vně médií a jak přisoudit prvenství sociálnímu před technickým.

V zásadě je mediacentrismus (a související diskuze o skutečných nebo domnělých mediálních vlivech na způsob života) produktem života prožívaného v médiích: je to iluze, kterou si hýčkáme, abychom přesvědčili sami sebe i ostatní, že existujeme nejen vedle médií, ale z podstaty v ústředním, a dokonce privilegovaném postavení vůči nim. Pokud si udržujeme vůči médiím odstup, můžeme se jako lidské bytosti cítit *výjimeční*. Francouzský filozof Jean Baudrillard poznamenal (v interview pro *Le Nouvel Observateur* z července 2004) v reakci na otázku, jak mohlo jeho dílo inspirovat komerční filmový fenomén *Matrix*: „Matrix je bezpochyby takový film o matrixu, jaký by matrix byl schopný vytvořit.“¹ Mediacentrismus a technologický determinismus lze obdobně pokládat za teoretické náhražky, které by vytvořila perspektiva života v médiích, aby zamaskovala sebe samu. Iluze, že můžeme svá média zcela ovládat (například vytáhnutím ze zásuvky, stisknutím dálkového ovládání, nebo když se sta-

1 http://www2.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol1_2/genosko.htm

neme *mediálně zkušenými* a rozvineme sofistikované formy mediální gramotnosti), udržuje ve skutečnosti média v pozici toho, kdo primárně vymezuje naši realitu. Pokud se oprostíme od tohoto klamu (mylné dualistické představy, že člověk vládne nad strojem, nebo naopak), bude se snad možné smířit se světem, jehož jsme součástí takovým způsobem, aby primárně nešlo o důsledky, věci a to, *co se děje*, ale spíše o proces, konání a to, *co je možné udělat*.

Pro tuto knihu je zásadní otázka, jak můžeme pojmout sami sebe a svět, ve kterém žijeme, jestliže přijmeme, byť jen na okamžik, že nežijeme *s* médii, ale *v* médiích. Pro většinu lidí patří média do sféry neskutečného nebo méně skutečného. Co když tato výhradní orientace na jinakost médií (na jinakost skutečnosti v nich) funguje spíš jako berlička než jako nástroj, který by umožňoval prožívat život etičtěji a estetičtěji? Místo abychom nechali splynout obzor médií s obzorem života, věnujeme veškerý čas tomu, abychom je od sebe drželi co nejdál. Proto budu v první řadě – a v první kapitole knihy – analyzovat historii odluky člověka a stroje a současně ukážu, že život v médiích byl vždycky pevnou součástí našeho chápání světa a našeho postavení v něm.

Zadruhé jsem stál před otázkou, jak na média znovu zaměřit pozornost, aniž bych pouze konstatoval, že je třeba na ně zaměřit víc pozornosti. To by jenom přispívalo k jejich jinakosti. Archeologický přístup k médiím ve spojení se sociálními dějinami hlavních druhů médií, tj. televize a mobilního telefonu, mi v druhé kapitole umožňuje ukázat, že klíčem k pochopení médií není zdůrazňování jejich *odlišnosti*, nýbrž jejich *mizení* z našeho života. Vytváří se paradox: čím více se média odhmotňují, tím více lidí hovoří o médiích a o tom, co pro nás znamenají. Tuto záhadu řeším zdůrazněním příznačných – vzhledem k naší očividné potřebě médií, abychom o médiích cokoli sdělili – vášnivých diskuzí o funkci médií v lidském životě pro mediatizaci jednotlivců i společnosti.

Jestliže se v technologii ztratíme, co bude dál? Splynutí technologie s technikou a splynutí médií s mediovaným zpravidla vyvolává obavy. Jsou studené stroje médií skutečně cizí všemu, co považujeme za život? Média totiž naopak výrazně ožívají v textech popisujících, jaké to je mezi nimi žít. Existence pohlcená médii patrně znamená, že jsme uvízli v tom, co bylo popsáno pomocí metafory

vody jako komunikační *bublina* naplněná mediální *pěnou*.² Vskutku „plaveme v oceánu médií“, jak zní titlek jedné zprávy v *Christian Science Monitor* (z 28. 9. 2005) referující o nárůstu používání médií. Cachtání na volné hladině znesnadňuje pozorovat, co se děje kolem nás, na břehu i jinde, natož vnímat těžkosti ostatních lidských bytostí. Takové „tekuté“ nářky prostupují mnohé jinak strážlivé úvahy o médiích a každodenním životě. Snažím se tuto problematiku uchopit ve třetí kapitole, kde dokazuji, že mezi technickým a sociálním neexistuje *nutný* vztah. Vztahy, které mezi nimi opravdu existují, jsou zjevně jednak strukturální (stroje jsou vždy stejnou měrou *sociální i technické*), jednak i velmi dynamické (žítí v médiích není stejné pro každého).³

Média mají podobně jako lidské bytosti své vlastnosti a stavy. Jednou z jejich nejdůležitějších vlastností je až nadpřirozená schopnost zaznamenávat a ukládat všechno, co s nimi děláme. Život v médiích můžeme vidět jako život v ohromném archivu, v (takřka) kompletní veřejné knihovně, která zahrnuje individuální zkušenost s veškerými informacemi univerza. V životě v médiích je tento archiv také živoucí, neboť podléhá ustavičným zásahům vás i ostatních. Jelikož chybí vševidoucí knihovníci, nebo alespoň úhledně strukturované katalogy, jediným způsobem, jak v médiích porozumět sami sobě a sobě navzájem, je neustálá, důkladná a vzájemná kontrola. To je téma čtvrté kapitoly – nakolik prastarý předpoklad společnosti založené na stálém dohledu Velkého bratra opisuje kruh v mediálním světě masivního vzájemného sledování, kde každý sleduje každého (nebo to od něj můžeme očekávat).

Jestliže žijeme v médiích, jsme v procesu spoluvytváření společnosti se specifickým vztahem k médiím naší doby, která jsou vždy už jen revizí dřívějších technologií a společností – nikdy ne stejných, ale vždy podobných. V páté kapitole uvažuji o základních prvcích společnosti v médiích, o které tvrdím, že se podobá světu po apokalypse zombií. Podobně jako zombie totiž ztrácíme smysl pro své ego a individualitu, neboť jsme kolektivně ztraceni ve svých technologiích. Zombiím se podobáme také proto, že jsme neredukovatelně

2 Termíny použil například Patrice Flichy v *Une histoire de la communication moderne* (Paris: La Découverte, 1991) a také Adrian Mackenzie ve *Wirelessness* (Cambridge, MA: MIT Press, 2010).

3 Gilles Deleuze, Claire Parnet: *Dialogues II* (New York: Columbia University Press, 1987).

zapojení do celosvětového toku dat, informací, technik a technologií, ve kterých se rozlišení na soukromé a veřejné, na společenskou izolovanost a společenskou soudržnost stává spíše symbiózou než dichotomií; ať už sledováním stejných nebo podobných televizních pořadů bez ohledu na to, kde ve světě se nacházíme, nebo jednoduše přihlášením se do globální „sítě sítí“ – internetu. Nemůžeme se, jak se zdá, podobně jako zombie nabažit médií, přestože to vypadá, že nemáme žádný kolektivní nebo konsenzuální plán, kam směřovat. Jak podotýká Sonia Livingstoneová o motivaci společnosti v médiích: „Nejprve média mediují, vstupují do všedních, všudypřítomných a vzájemných vztahů mezi jednotlivci a mezi jednotlivci a společností a formují je. V důsledku toho pak média mediují, v dobrém i zlém, víc než kdykoli předtím.“⁴ Zombie fungují obdobně (většinou je nezastaví, ani když přijdou o končetiny), nicméně bez zjevného tvůrčího popudu (pomineme-li chuť hodovat na mozcích). Ponecháme-li metaforu stranou, slouží úvahy o mediálních zombiích k hlubšímu ponoření a proniknutí pod povrch médií a života: k hledání možností vytvářet teorie o spojení člověka a techniky, které by jasně ukázaly, jak je společnost v médiích individualizovaná a zároveň vzájemně propojená, hmotná a současně virtuální. To by, doufejme, otevřelo společenskou realitu jisté tvárnosti a poddajnosti světa, na které jsme si v médiích už zvykli: ať už třímáním dálkového ovládání nebo novým uspořádáním hardwaru, klikáním myší nebo přeprogramováním softwaru, skutečnost (v médiích) je otevřený zdroj.

Jestliže vnímáme vše skutečné pomocí médií, jak nám pak mohou pomoci přiblížit se realitě? Toto dilema tvoří jádro šesté kapitoly, kde zpochybňuji typy vztahů, jež v médiích zakoušíme sami vůči sobě i mezi sebou navzájem, a kde se snažím překonat jednak postmoderní, jednak existencialistický rámec reálného (nebo toho, co jím může být). Životní svět, který prožíváme nejpříměji, bezprostředně a bez výhrad, je nezvratně mediován. To nás vystavuje nekonečným verzím sebe samých i všech ostatních. Určitě se zdá, že máme k dispozici příliš mnoho informací – pro sebe i o sobě. V životě s médii je relevantní zkoumat, jak můžeme vytěžit něco

4 Sonia Livingstone: On the Mediation of Everything. *Journal of Communication* 59 (1) (2009), 1–18.

hodnotného z přemíry mediovaného sdílení a odhalování se. Tato hodnota nemusí být jen citová nebo vjemová. Sedmá kapitola se zabývá evolučními výklady života v médiích a ukazuje, že současný diskurz o dovednostech a kompetencích potřebujeme k tomu, abychom podle ukazatelů mediovaného životního světa zacházeli s mediální gramotností jako s něčím, co má hodnotu pro naše *přežití*. Není řešením, jak se doporučuje už v přímé reakci na Darwinovu práci *O původu druhů* (1859), vést válku proti strojům, abychom zmenšili jejich vývojový náskok. Naopak to, co posiluje naši zdatnost nutnou pro přežití, je *stát* se médii.

V poslední, osmé kapitole propojují všechny probádané aspekty života v médiích prostřednictvím poruchy s bludy označované jako Trumanův syndrom, kterou objevili Joel a Ian Goldovi. Ti dokázali, že klasické příznaky jako narcismus a paranoia kombinované s všudypřítomnými informačními technologiemi – v kontextu mediální kultury, která stírá hranice mezi hmotným a virtuálním – vytvořily nový typ psychózy. Důvodem, proč se jejich analýza hodí do této knihy, je závěr, že řečenou poruchu lze nejlépe pochopit jako krajní projev toho, co cítí většina lidí. V životě v médiích se svět může určitě jevit jako televizní studio z filmu *Truman Show* (1998), avšak s jedním podstatným rozdílem – *není zde východ*. Otázka proto nezní, jak se v životě zbavit médií nebo jak je zničit; měli bychom spíše prozkoumat, co by mohl udělat Truman Burbank, kdyby se rozhodl zůstat uvnitř plně mediovaného života. Mohl by sledovat sám sebe v přímém přenosu a podle toho se v případě potřeby adaptovat a rozvíjet. Tento vývojový proces nutně vyžaduje, abychom si uvědomili, jak jsme (v médiích) propojení, a tudíž vyžaduje smysl pro zodpovědnost vůči sobě samým a sobě navzájem a překonání skutečných nebo domnělých projevů našich zbožštěných strojů. Jinými slovy: nemusíme jako Truman jen hrát pro kamery, kamery také mohou hrát pro nás. Ať už se nám to líbí nebo ne, myslím, že se pomalu, ale jistě stáváme spíše hráči s informacemi a jejich tvůrci než těmi, od nichž se pouze očekává, že budou pracovat s předem danými informacemi. Svým životem opravdu můžeme tvořit umění. Neepochybně alespoň v médiích.

ŽIVOT V MÉDIÍCH

KAPITOLA PRVNÍ

ve které překonáme
dichotomii člověk-stroj
a zaměříme se
na kvalitní život v médiích

Když člověk bloumá ulicemi Amsterdamu, Johannesburgu a Los Angeles, nemůže nevidět všudypřítomný život v médiích. To, jak se lidé pohybují veřejným prostorem se svými soukromými médii (mobilními telefony, digitálními fotoaparáty a přenosnými hudebními přehrávači). Jak cestu k městským prostranstvím, historickým budovám, parkům a pamětihodnostem ukazují pestrobarevné plánky, jež kolemjdoucí vybízejí, aby navštívili internetové stránky s dalšími informacemi. Restaurace, které svá menu doplňují obrázky lahůdek, vedle obchodů s oblečením, z nichž se valí hudba šitá na míru jejich módnímu profilu. Cestovatele, kteří plují džunglí města tak, že se pohybují od jednoho místa s bezdrátovým internetovým připojením k druhému – kavárna, veřejná knihovna, pop-up obchůdek, hotelové haly. Řidiče v autech projíždějících kolem, kteří poslouchají upovídanou osobní navigaci, děti na zadních sedadlech aut, co dělí pozornost mezi obrazy města míhající se za oknem a film na obrazovce umístěné na předním sedadle. Pouliční prodavačku s malým tranzistorovým rádiem, jehož melodie přehlušují písně pouličních kytaristů, zesílené malými přenosnými reproduktory.

Třebaže je možné rozplést hustě propletenou síť lidí a strojů figurujících v těchto výjevech, žádná z praktik, činností a způsobů komunikace se tu neodehrává bez médií. Prostor města se stal prostorem médií – ne zcela, ne bez problémů a rozhodně ne nezávisle na přírodních podmínkách, jako je slunce na obloze nebo betonová dlažba pod nohama. Prožívání světa provázejí neustálé interakce mezi základními složkami – lidmi, místy a prostory –, které jsou

v médiích vytvářeny i konzumovány. Toto je život prožívaný spíše *v médiích* než *s médii*.

Svět v médiích se podobá tomu, co přiléhavě označuje britský teoretik médií Roger Silverstone (2007) jako *mediapolis*: zcela mediovaný veřejný prostor, kde média podpírají i překleňují prožitky a projevy každodennosti. „Mediapolis (...) znamená empirickou i potenciální přítomnost mediovaného prostoru v každodenním životě. V něm se aktivně vyrovnáváme se světem a v něm se můžeme jako občané vzájemně setkávat“ (2007: 111). V tomto prostoru se média nekonečně propleta s veškerými způsoby bytí, vidění, pohybu a jednání – aniž by nahradila svět žité zkušenosti. Jedna věc je popsat život v médiích z pohledu toho, jak lidé média používají, jak se obvykle vypořádávají se svými záležitostmi pomocí médií a jak se všechny jejich činnosti kolem nich soustřeďují. Druhá věc, jak o tom hovoří Ien Angová, je objasnit a pochopit, „co znamená, nebo *jaké to je* žít ve světě nasyceném médii“ (1995: 72, kurziva v originále). Nejde o to, že žijeme pouze s více médii než před věkem internetu a mobilního telefonu. Mluvíme o životním stylu, který propojuje život s hmotnými i mediovanými životními podmínkami tím, že překleňuje skutečnou nebo domnělou dichotomii mezi těmito základními prvky lidské existence.

Život v médiích je daleko víc, než jen mít po ruce nekonečnou řadu elektronických přístrojů, trávit spoustu času před televizí, surfovat na webu a umět si poradit se síťovými technologiemi, když platíme v obchodě nebo řídíme nové auto. To, co ruský umělec a teoretik nových médií Lev Manovich hlásá jako „praxi (mediální) každodennosti“ (2009: 319), má nejrůznější dopady na to, jak pohlížíme na svět a jak mu obvykle rozumíme, nebo jaké porozumění se od nás očekává. Manovich tvrdí, že to je život neustálé komunikace a konverzace, část skutečnosti, která je hypoteticky napadnutelná hackerským útokem a každý ji může zremixovat, a proto je dynamická, nepředvídatelná a neustále ve výstavbě. Nutí úplně každého z nás přebudovat životní styl, abychom se přizpůsobili světu, ve kterém je takřka nemožné předvídat důsledky vlastního konání, neboť je nerozpletitelně propojený sítí a konfrontuje každého s téměř neomezenou nabídkou křehkých podob reality a pravdy – stačí zapnout rádio nebo televizi, podívat se na internetové stránky nebo otevřít e-mail. Německý filozof Peter Sloterdijk (2004) tvrdí, že bublina

každodenního života v médiích je současně globalizovaná i značně provinční, přičemž si lidé – kvůli tomu, co jeho kolega a krajan Ulrich Beck označuje jako „ironicko-tragickou“ (2009: 54) individualizaci – musejí vyřešit všechno sami, postarat se o sebe odkázání na vlastní prostředky, aby našli společenství v jinak zdánlivě fragmentovaném a atomizovaném světě.

Dánský teoretik médií Lars Qvortrup (2003) navazuje otázkou doporučované či očekávané poddajnosti jednotlivce v každodenním životě v médiích. Podle něj se život v médiích odehrává v kontextu *hyperkomplexního* světa, v němž je sociální složitost zásadní výzvou pro současnou společnost. Nejde jen o to, že svět je složitý – lidé vnímají vlastní životy a životy lidí v okolí (včetně těch, jejichž životy sledují v médiích) jako stále komplikovanější. Jedinou možností přežití, jak tvrdí Qvortrup, je usilovat o globální dynamickou rovnováhu, v níž se rozvíjejí mechanismy a postupy vzájemného pozorování a komunikace. Italská feministická teoretička Leopoldina Fortunatiová dodává, že stále se rozšiřující spektrum možností, které lidé mají v různých komunikačních prostředích – například volně přecházet mezi komunikací tváří v tvář a mediovanými formami interakce –, „je intimně spojeno se zvládnutím složitosti všedního života. Tato složitost nás stále častěji nutí uchýlovat se k nepřirozenosti a nedostatečně rozvinuté ‚bezprostřednosti‘ mediované komunikace“ (2005: 56). Digitální média tu fungují jako mechanismy zvládnutí složitosti, jež na jednu stranu přispívají ke komplikovaným a často problematickým aspektům globalizovaného, individualizovaného a sítí propojeného světa, na druhou stranu poskytují nástroje nutné k zvládnutí těchto obtíží. Důležitá role médií při zvládnutí složitosti života je přitom skrytá. Určitým vedlejším produktem života v médiích je akceptování mnohočetných realit (a ontologií) coby nevyhnutelného důsledku světového názoru formulovaného médii, které připomíná pojednání Jeana Baudrillarda *Simulacra and Simulation* (1998 [1981]). V něm autor tvrdí, že když lidé čelí všudypřítomnosti a nevyhnutelnosti masivně mediované reality, nemohou smysluplně přijmout tento systém pomocí něčeho, co se nachází *vně* médií. Jak ukazuje Fortunatiová, jakmile se jednou obrátíme k médiím, abychom „slátali trhliny a díry v síti našich společenských vztahů“ (2005: 57), v jistém bodě se stane nemožným rozklíčovat, jestli využíváme my média, nebo média využívají nás. To vše nemusí zname-

nat, že pravda nebo skutečnost už neexistují, nebo že dnešní svět je nutně nesourodý nebo spletitý. Život v médiích ukazuje, že to, jak svět (včetně nás samých) prožíváme, jak mu rozumíme a jak v něm působíme, je jednou provždy s médii provázáno. V tomto procesu se médii *stáváme*.

LAPENÍ V SÍTI BEZPROSTŘEDNOSTI

Silverstone se domnívá, že je-li každodenní život morálním a společenským prostorem, v němž lidé utvářejí a udržují svou pospolitost, pak vlastnosti dnešních médií – interaktivnost, živoucnost a bezprostřednost – „nejenom zachovávají pocit odloučenosti v mezilidských vztazích, ale také ho zdánlivě popírají. Toto iluzorní spojení podstatně ovlivňuje to, jak rozumíme světu a jak se v něm vztahujeme k mediovaným bližním, světu, v němž jsou stále častěji mediované i naše drahé polovičky“ (2002: 769). John Tomlinson dochází k podobným závěrům v diskuzi o *telemediatizaci*, kterou definuje jako relativně bezprostřední „dosah globálního propojení s každodenností a ‚přístup ke světu‘ lokálně situovanými jednotlivci“ (2007: 156). Pro Tomlinsona jsou telemediatizované aktivity jednak oddělené od žité zkušenosti – posílání textových zpráv, telefonování, sledování televize, surfování po internetu – jednak jsou do ní integrované. Zdá se, že bezprostřednost je měřítkem vnímání našeho času v médiích. Francouzský filozof Bernard Stiegler předkládá ve druhém svazku své trilogie *Technics and Time* (2009 [1996]) domněnku, že nás podstata digitální komunikace – tedy její okamžitost a rychlost – hluboce dezorientuje, protože vytrhává lidské prožívání z časoprostorových souřadnic a v kontextu mediované interakce redukuje všechny denní situace na bezprostřední přítomnost v reálném čase ovládanou technikou.

O co teoretici jako Stiegler a Tomlinson usilují, je jistý odstup od svodů snadné a okamžité dostupnosti nabízené médii a od touhy po ní. Paul Auster bystře poznamenává v povídce *Zamknutý pokoj* (2008 [1986]), že žijeme možná „příliš v zajetí bezprostřednosti“ (2008 [1986]: 203), než abychom dobře posoudili požadavky a potřeby, které v médiích projevujeme, a převzali za ně zodpovědnost. Americký spisovatel a básník Hakim Bey přichází s alternativní filo-

zofii bezprostřednosti. Tvrdí, že mediace veškeré zkušenosti stále víc odcizuje člověka přímým počítkům „čichu, chuti, hmatu, pohybu-
jících se těles“ a že média „produkují skvělé hračky, ale hrozné zá-
vislosti“ (1994)⁵. Ironií je, že se jeho líčení života prožívaného přímo
a nezprostředkovaně, pro nějž může být „pojem o naší minulosti
zmatený [a s ním i naše představy ohledně budoucnosti]“, vyznaču-
je právě těmi vlastnostmi bezprostřednosti, kterou život v médiích
vyžaduje, nebo je přinejmenším ilustruje. Podle slov španělského
sociologa Manuela Castellse (2010 [1996]) je součástí materiálního
zázemí kultury médií prožívání *času bezčasí* – v němž simultánnost
i bezčasovost poměrují sociální realitu:

Okamžitá informovanost dosažitelná po celé zeměkouli spolu s živými repor-
tážemi z místa bydliště umožňuje společenským událostem a kulturním proje-
vům na jedné straně nebývalou časovou bezprostřednost. (...) Na druhé straně
směšování časových rovin v médiích – v rámci stejného komunikačního kanálu
a podle volby diváka/aktéra – vytváří časovou koláž, ve které se směšují nejen
žánry, ale jejich časové osy ubíhají synchronně na nízkém horizontu bez začát-
ku, konce a posloupnosti (2010 [1996]: 491–492).

Odhlédneme-li od kritizování, nebo naopak oslavování bez-
časovosti života v médiích, neměli bychom považovat prožívanou
bezprostřednost jako něco, co je vyvoláno výhradně naším mo-
mentálním pohroužením do médií. Spíše naopak. Spojení s médii
nás vystavuje životu zachycenému v reálném čase, občas kolabu-
jícímu nebo překračujícímu hranice mezi minulostí, přítomností
a budoucností. Friedrich Nietzsche ve druhé knize svých esejů na-
zvané *Nečasové úvahy* energicky naboural představu lidstva utvá-
řeného vlastními dějinami. Německý filozof místo toho předkládá
vášnivě argumenty pro život založený na „principu zprostředko-
vané bezprostřednosti“ (Safranski, 2003: 131), ve které by člověk
žil nespoutaně nepodmaněný silami „stravující historické horečky“
(2005 [1874]: 78). Zdá se, že Nietzsche ve své esejí vydané roku
1874 vskutku předjímá život v médiích (a já se odvažuji tvrdit, že
mu i dává přednost):

5 www.sterneck.net/musik/bey-immediatism

Bude to doba, kdy se člověk moudře zdrží (...) dějin lidstva, doba, kdy již vůbec nebude věnovat pozornost masám, nýbrž opět jednotlivcům, tvořícím jakýsi most nad prázdňným proudem dění. Tito jednotlivci nepokračují v žádném procesu, nýbrž žijí mimo čas – současně, díky dějinám, jež takovému společenství připouštějí, žijí jako republika géniů (2005 [1874]: 133).

ŽIVOT VE MĚSTĚ MÉDIÍ

O otázkách okamžitosti, propojenosti, (bezprostorové) prostorovosti, (bezčasové) časovosti coby základních aspektch života v médiích pojednávají v knize *Mediapolis* (2006) Alex de Jong a Marc Schuilenburg z nizozemské urbanistické platformy Studio Popcorn. Hovoří v ní o tom, že „geografický prostor města musíme pokládat za otevřené území nebo za mediální infrastrukturu, které mohou neustále aktualizovat samy sebe“ (2006: 15). Vhledem k tomu, že v roce 2030 bude podle očekávání obývat městské oblasti více než 60 procent světové populace, můžeme s klidem tvrdit, že de Jongův a Schuilenburgův koncept mediapolis představuje určující prostředí pro život lidí na naší planetě. Pokud navíc vezmeme v úvahu statistiku celosvětového používání mobilních telefonů, pak se prostředí života v médiích zdá poněkud paradoxní. Na jednu stranu umožňuje městský život osobní vztah k fyzickému prostoru a nejbližšímu okolí, a zároveň se zdá, že pro většinu lidí je modus mediované existence stále mobilnější, dynamicky spjatý s místy, která jsou buď virtuální, nebo nemají pevné ukotvení v konkrétním prostoru. Brazilská teoretička médií Adriana de Souza e Silva (2004) mluví o tom, jak lidé prožívají mobilní život v médiích: vytvářejí hybridní prostor prostřednictvím mobilních přístrojů, které rozšiřují spojení mezi fyzickými a digitálními prostory, a tak začleňují média do každodenních venkovních aktivit a naopak. V následující práci razí de Souza e Silva (spolu s Danielem Sutkem, 2009) pojem hybridního prostoru, aby městské prostředí uchopila širě jako digitální městské panoráma: jako místa, kde vnímání budov, čtvrtí a shonu pouličního života nelze vidět odděleně od přímé účasti médií. Pomysleme na nespočetná dennodenní setkání s médii, která zjevně strukturují to, jak se pohybuje světem – od všudypřítomného sledování kamer

ve veřejných prostorech až po štítky radiofrekvenční identifikace na potravinách a průkazech totožnosti. Od více či méně interaktivních obrazovek (které nám sdělují, kam jít a co dělat) až po to, jak lidé řídí svět prostřednictvím textových (SMS), vizuálních (mapy) a auditivních (hudba a hlas) funkcí mobilních zařízení.

Mediovaný život nestrukturují symbolicky jen všudypřítomná a vtíravá média – je také uspořádán technickými infrastrukturami v našem životě. Dějiny městské architektury jsou výstižným příkladem postupující konvergence mediálních a strukturálních rozhraní v plánování, navrhování a realizaci soukromého a veřejného prostředí pro život člověka. Během dvacátého století se společnost stále více mediovala, a proto ve městech po celém světě zaznamenaly rychlý vzestup tzv. *městské kontejnery*, primární prostory pro práci, bydlení a oddech, které téměř beze zbytku soustředily základní oblasti všedního života na jediné místo (někdy dokonce i do jediné budovy). Švýcarský architekt Le Corbusier (vlastním jménem Charles-Édouard Jeanneret) pojmenoval podobné, zcela samostatně žijící komunity, v nichž se na jednom místě mísí „bydlení, práce, pohyb a zaměstnávání těla i mysli“,⁶ *živými stroji*. V manifestu *Za novou architekturu* z roku 1923 nechápe Jeanneret jako stroj na bydlení jen město, ale také každý jednotlivý dům a zdůrazňuje funkčnost (často spojenou se stroji a technikou) i krásu. Podle architekta moderny přinášely stroje a technologie etické i estetické naděje na výkonnější a tělesně i duševně angažovanější společnost.

V roce 1967 zkoumal americký architekt Charles Moore vznik technologické společnosti a její vliv na architekturu v eseji se skvělým názvem *Plug It in, Rameses, and See if It Lights Up, Because We Aren't Going to Keep It Unless It Works*, ve které poukazuje na pomíjivou a okamžitou povahu života v prostředí (nových) médií. Moore odkazuje na dílo teoretika médií Marshalla McLuhana a tvrdí, že „jak všichni víme, jsme okamžitě a kdekoli k dispozici díky schopnosti bezprostředně se elektronicky spojit s lidmi kdekoli na zeměkouli. (...) Nová místa tak nabývají tvaru prostřednictvím elektronického, nikoli vizuálního pojiva“ (2004 [1967]: 152). V roce 1977 lucemburský urbanista Léon Krier obdobně prosazoval představu

6 <http://www.spiegel.de/international/a-concrete-testament-le-corbusier-s-final-project-a-451392.html>

měst na čtvrti, které označoval za města ve městě. Na tyto myšlenky navazují současní urbanisté a developeři a opravdu vytvářejí města ve městě: komplexy o jedné nebo více budovách, které sestávají hlavně z prostorů pro nakupování, zábavu a odpočinek, z kanceláří, restaurací, hotelů a obytných míst propojených vybetonovanými cestičkami a elektronickými přístupovými body.

Koncipování měst uvnitř měst je oblíbenou formou urbanistického plánování v Asii. Enkláva Akiba, která se nachází v japonském Tokiu, je zvláště výrazným a praktickým příkladem městského života v médiích.⁷ Ve čtvrti Akiba, známé jako Elektrické město Akihabara, vládnou obchody zaměřené na spotřební elektroniku a nejrůznější podoby japonské popkultury, bary pojmenované (a stylizované) jako slavné lokály z televize, kina, anime a komiksů a místní i návštěvníci se běžně převlékají za postavy z videoher. Matthew Firestone z Lonely Planet popisuje neuvěřitelný pocit z tohoto místa: „Se svými pouličními kšeftaři vnucujícími levné zboží, elektrickými zvonky drnčícími nenapodobitelným zuřivým zvukem, geeky všech věkových skupin vyšňořenými v hávech z anime a frenetickou scénérií ulice plné světel, troubení a nekonečného davu chodců přemůže Akihabara lehce vaše smysly“ (2008: 67).

Akiba je jednoznačně fyzické místo – byť všechno, k čemu odkazuje, existuje v médiích. V tomto smyslu je příklad Akiby krajním projevem myšlenky německého filozofa Friedricha Kittlera, podle nějž je město samo médiem a jeho hlavním cílem je zaznamenávat, přenášet a zpracovávat informace (o své poloze a sítích, své kultuře, obyvatelích a záležitostech). Přesto žádný z jeho obyvatel nemá ucelenou, přímou a žitou zkušenost s městem jako celkem – jeho existence je zkrátka ustanovena výhradně skrze média. „Jedině pozorovatel v letadle nebo mrakodrapu (...) může znovu uvidět za univerzálním rozděleným strojem ulic analogový nebo kontinuální proud vozidel, kterému se kdysi říkalo doprava, ale pak začal být známý jako frekvence“ (1996 [1988]: 723–724). Podle Kittlera formátuje město vlastní dopravní vzorce (například prostřednictvím červených, žlutých a zelených světel na semaforech), šíří informace samo o sobě (připomeňme cedule s názvy ulic, orientační tabule a mapy) a nakonec uskutečňuje původní Mumfordův návrh „neviditelného města“,

7 www.akiba.or.jp/english

tedy takového, které existuje jen ve fantazii a na obrazovkách nově etablovaného masmédia autorovy doby – televize. V roce 1961, kdy jak Lewis Mumford píše, je svědkem smrti města, předvídá, že mize- ní města s sebou přinese vyhlídku na elasticnost jeho (žitě) reality:

[Neviditelné město] je samo o sobě projevem toho, že nový svět, ve kterém jsme začali žít, není pouze otevřený na povrchu, daleko za viditelný obzor, ale je také otevřený vnitřně, prostoupený neviditelnými paprsky a vyzařováním a reaguje na podněty a vlivy za prahem běžného pozorování. Mnoho původ- ních funkcí města, kdysi přirozeného monopolu, vyžadovalo fyzickou přítom- nost všech zúčastněných, ale dnes se tyto funkce přenesly na formy schopné rychlé přepravy, automatického rozmnožování, elektronického přenosu, šíření po celém světě (1961: 563).

Přestože městské „kontejnery“ jako Akiba mohou být značně efemérní a bláznivě neskutečné, stále zde žijí lidé, budovy ční do výšky a elektrické vedení spojuje všechny ve fyzickém i virtuálním prostoru. Město mizí, a přesto zůstává. Město nebo městská čtvrt' jsou ohraničené i neomezené zároveň. Vzhledem k tomu, že se mé- dia používají ke střežení fyzických hranic města nebo čtvrti i k roz- šířování jejich digitálního obzoru, je nyní možné tvrdit, že život ve městě nebo v městské oblasti je předpokladem i důsledkem života v médiích. Jako předpoklad poskytují média nutný rámec k tomu, aby městský „kontejner“ vůbec existoval, a v důsledku může být destabilizující nedostatek hranic, který média podněcují, obsažen pouze „v zahradě obehnané zdí“ města ve městě.

V přímém odkazu na život v médiích tvrdí německý sociolog města Frank Eckardt a jeho spolupracovníci, že bychom virtuálnímu a současně fyzickému prostoru města měli rozumět jako *městu médií / mediacity*, protože „sociální prostředí a prostory města jsou vytvá- řeny, prožívány a provozovány používáním a přítomností nových médií“ (2008: 7). Ve skutečnosti se město médií nyní úspěšně zavádí v urbanistickém plánování a designu, například v komplexu Media- CityUK v Salford City (založeno 2007)⁸, v rozvoji Dubai Media City ve Spojených arabských emirátech (počínaje rokem 2005)⁹, ve měs-

8 www.mediacityuk.co.uk

9 www.dubaimediacity.com

tech médií v Kataru, Jordánsku a Egyptě, ale i v Lipsku¹⁰ a Berlíně. Zdá se, že pojetí většiny těchto míst je často zaměřeno výlučně na určitou skupinu lidí obvykle označovanou jako kreativní třída: vesměs ji tvoří mladí profesionálové ze střední třídy s kvalitním vzděláním, kteří pracují v nejrůznějších odvětvích (zahrnujících mimo jiné módu, design, tvorbu softwaru, televizi a film atd.). V knize *Rise of the Creative Class* (2002) tvrdí Richard Florida (se zvláštním odkazem na život v médiích), že by se města měla přeměnit na *komunity Plug and Play*, aby vyhověla této zámožné společenské skupině a umožnila jí snadno a rychle se usadit.

Floridova vlivná obhajoba současného města médií jako *komunity Plug and Play*, která se stará o potřeby specifických sociálních skupin, zamlčuje skutečnost, že většina lidí, kteří žijí v městských oblastech, není nutně součástí snadno mobilních a kreativních zájmových skupin, ale spíše zajišťuje hrubou práci, kterou zmíněné skupiny potřebují, aby mohly dělat to, co dělají. Tito lidé – často menšiny, ženy a další špatně placení, nebo dokonce neplacení pracující – pro ně vaří, uklízejí, stavějí a bourají, provádějí opravy a údržbu a starají se jim o děti a staré rodiče. Kvůli rychlému pohybu globální ekonomiky, který spoluurčuje jejich práci a životní styl, jsou také oni strháváni proměnou měst odehrávající se po celém světě. Socioložka města Saskia Sassenová s obavami poukazuje na tyto a další zásadní problémy v diskuzi o globálních městech a dokládá, že dnešní města jsou nadnárodní městské systémy zahrnující mnoho rozdílných sociopolitických sítí, které přispívají jednak k centralizaci mezinárodní moci korporací a jednak k šíření rozmanitosti alternativních a kritických nadnárodních hnutí. Městské systémy proto nepředstavují jenom řadu odlišných míst v provinčních oblastech a národních státech, ale obsahují také „rodící se horizontální globalitu rozprostřenou na mnoha místech“ (2006: 194), která se rozpíná přes tradiční hranice a je zesílená právě těmi telekomunikačními sítěmi, jež globální ekonomice dodávají její sílu tvarovat městský život, a tím ovlivňovat životy většiny lidí na planetě. Ve své práci o městech Sassenová dochází k podobným závěrům jako Tomlinson a Stiegler: naše prožívání času a prostoru je prostřednictvím (a jako důsledek) médií místně ukotvené a globálně rozepjaté.

DIGITÁLNÍ A FYZICKÉ

Cestu přes digitální a fyzickou stránku každodenních setkání i její překonání můžeme nalézt v médiích – v tom, pro co urbanisté jako Christian Licoppe (2009) razí název *hybridní ekologie* současných měst, která splétají dohromady mobilitu a sociabilitu, blízkost a vřelost. William Mitchell ukazuje, že propojování fyzické a digitální zkušenosti s sebou nese potenciál měnit strategie při navrhování měst, a tak dosáhnout nového uspořádání a obnoveného citu pro prostor v neustále se proměňujícím prostředí:

Ještě před nedávnem hledali obyvatelé měst skutečné věci osobně, zatímco informace vyhledávali online. Dnes navíc mohou využít fyzický průzkum a zařízení schopná detekce polohy, aby získali geokódované digitální informace, ale také elektronické navádění k účinné lokalizaci skutečných věcí (2004: 125).

Jinými slovy: je nutné v tomto smyslu chápat média jako něco, co dodává žité zkušenosti ukotvení, ale i neukotvenost. Badatel v oblasti výpočetních technologií a jejich použití ve veřejném prostoru Malcolm McCullough podporuje názor, že by se architektura měla překrývat s interaktivním designem a usilovat o to, co nazývá *digitální půdou*. Argumentuje tím, že rostoucí vtíravost technologií nepopírá „základní lidskou potřebu dostat se, kam potřebujeme“ (2005: 172). Ve svých pozdějších textech (od roku 2010) McCullough tvrdí, že architektura a studia nových médií se sblíží ve *veřejném ambientním prostoru*. Jde o způsob, jak koncipovat a navrhovat architekturu založenou na médiích, která se rozmáhají natolik, že působí jako ambientní kulisa (čili jsou vázaná na kontext, hmatatelná, neodbytná) – „jestliže architekturu prostupují média a urbanismus se pro informační technologie stává důležitou hranicí, je rozumné znepokojovat se ochranou informačního životního prostředí?“¹¹

Křížové odkazy a vzájemné implikace mezi fyzickým a digitálním – to, co Beth Colemanová z MIT (2011) označuje jako *realitu X (eXtendovanou realitu)*, tedy prodlévání na dvou místech zároveň – je možné v architektuře uskutečnit navrhováním promyšlených rozhraní mezi lidmi, jejich přenosnými zařízeními a reálný-

11 <http://www.personal.umich.edu/~mmmc/BOOKS/AboutAmbientCommons.pdf>

mi budovami. Budova N poblíž tokijské stanice metra Tačikawa je toho názorným příkladem. V budově jsou kanceláře a obchody a na fasádě venku je umístěný čárový kód, který si mohou lidé vyfotit a fotku odeslat na webové stránky budovy; ty pak zobrazí na obrazovce jejich mobilního telefonu aktuální informace o lidech a místech v budově. Firma Qosmo, která poskytuje tuto *mediální architekturu*, svou vizi popisuje jako stav, „kdy fasáda budovy zmizí a uvnitř se ukážou ti lidé, kteří chtějí být spatřeni (...) zobrazujeme informace specifické pro tuto budovu tím, že virtuální (iPhone) slouží k obohacení fyzického (Budova N). Naším cílem je dát podnět k návštěvě prostoru a virtuálně se s ním spojit, aniž byste museli být fyzicky přítomni“.¹²

Přízrak uskutečňování města (nebo koneckonců jakékoli jiné formy života) skrze média v reálném čase znepokojuje francouzského urbanistu a filozofa Paula Virilia, který ve své práci předkládá námítky vůči mediatizovanému světu určovanému virtualitou, proměnlivostí a rychlostí. Člověk se totiž dostává kamkoli a nikam zároveň: „To dělají telekomunikační technologie fungující v reálném čase: zabíjejí ‚přítomný‘ okamžik tím, že ho oddělují od jeho tady a teď ve jménu komutativního jinde, které už nemá co do činění s naší ‚konkrétní přítomností‘ ve světě. Toto jinde je ‚nespojité telepřítomnost‘ představující naprosté tajemství“ (1997 [1995]: 10–11).

Jestliže mediovaná přítomnost v reálném čase získá převahu nad reálným prostorem, nastane podle Virilia znepokojivá regrese v architektuře a postupné mizení objektů a míst a lidé kvůli bloumání po virtuálnu zneteční ke světu kolem sebe. Nicméně aby lidé mohli být kdekoli virtuálně, je třeba, aby byli někde fyzicky. V tomto smyslu můžeme chápat život v médiích jako nadějný pokus, jak překlenout propast mezi údajným *nikde* médií a *někde* života. Fyzická i virtuální místa, která obýváme, nejsou ani dočasná seskupení lidí a věcí na konkrétním místě, ani výhradně odtělesněné zkušenosti existující kdesi v kyberprostoru. Nejlépe porozumíme prostoru a místu jako něčemu, co je v neustálé výstavbě (podobně jako webové stránky): tedy něčemu nepřetržitě a souběžně budovanému, udržovanému, přeskupovanému a rozebíranému stejnými osobami, které tento ekosystém vytvořily. Ještě donedávna to byla především normativní idea,