

UMENIE AKO PARALELNÝ FENOMÉN ŽURNALISTICKEJ TVORBY

PETER VAVRO

Pozoruhodná teoretická úvaha o umení ako paralelnom fenoméne žurnalistickej tvorby je vstupnou kapitolou diplomovej práce Petra Vavra Vplyv umenia na súčasnú žurnalistickú tvorbu vo vybraných periodikách. Práca predstavuje analýzu kultúrnych rubrik štyroch slovenských mienkotvorných denníkov (Pravda, Sme, Národná obroda a Slovenská Republika) z druhej polovice roka 1997. Publikovaná úvodná kapitola tvorí východisko pre skúmanie aktuálnosti uplatňovania umeleckých prostriedkov v tlači, vzťahu informácie k myšlienke, a zároveň pomenúva vnútornú rozpornú situáciu novinára, ktorý chce presadiť svoje tvorivé ambície a zároveň vyhovieť stále „unifikovanejšiem“ požiadavkám materskej redakcie. Toto zistenie je pre autora jedným z kľúčových kritérií pri posudzovaní obsahu kultúrnych rubrik uvedených periodík. Je aj jedným z trvalých znakov ponovembrovej žurnalistiky ako celku. Preto ma táto diplomová práca zaujala a som rád, že sa – aspoň s jej časťou – môže zoznámiť aj širšia odborná verejnosť.

Mgr. Anton Baláž

Pri vymedzení obsahových rozdielov medzi umením a žurnalistikou zohráva dôležitú úlohu klasifikácia a charakteristika základných jazykových štýlov. Stručne povedané, umelecký štýl si ponecháva v používaní výrazových prostriedkov značnú voľnosť – takmer neohraničenosť, zatiaľ čo publicistika ako štýlotvorné odvetvie podlieha striktným pravidlám. A tak na konci dvadsiateho storočia, umiestneného do priestoru globalizovaných informácií, sa roztvorili formálne nožnice nad dvoma, kedysi mimoriadne blízkymi oblasťami ľudskej komunikácie.

Umenie ako nositeľ estetickej informácie s emocionálnym zafarbením sa postupne vzdialilo „spoločenskému poslaniu“ žurnalistiky, ktorá zdôrazňuje prerozpravanie pôvodnej informácie bez akýchkoľvek prívlastkov a interpretačných ambícií. Pri tom nevzniká principiálny konflikt objektívneho sveta so subjektívnym, abstraktného videnia s konkretizovaným či väčšinovej mienky s menšinovou. Súradnice neriešeného, a priznajme si, že taktiež marginalizovaného problému sa pretínajú v jedinom stredovom bode: autenticita. Sebaklam novinárskeho stavu spočíva v pochybnom sebauspokojení s prestížnym postavením v popredí verejného záujmu. Napriek tomuto stavu pretrvali niektoré styčné plochy umenia a žurnalistiky aj na pozadí nových technologicko-informačných trendov. Nerozhľadený a krátke texty preferujúci laik má tak poslednú, hoci zdecimovanú možnosť, ako si uchovať čiastočný kontakt s umeleckou sférou: kultúrne rubriky v jednotlivých periodikách. Tie ako jediné svojho druhu sa nezriekli medzižánrovej komunikácie a reflektujú najnovšie vývinové procesy. Aj tu však môžeme pozorovať silnejúci sklon k takej podobe informovania, ktorá diskvalifikuje náročnejšie žánre ako recenzie, krátke úvahy či analytické postrehy na úkor spopularizovanej verzie kultúrneho vestníka. Noviny uprednostňujú povrchnejšie, ale zrejme zrozumiteľnejšie koktailové pikantérie zo zákulisia osobností s vymodelovanou reputáciou. Navzdory tradovaným metaforám o odkrývaní

skutočného života kultúrne rubriky prehliadajú ústredné motívy tvorby hodnotených umelcov, nedokážu identifikovať smerodajné prúdy, školy alebo osobnosti, či zanebávajú historický kontext estetického vývoja a myslenia.

Aktuálnosť uplatňovania umeleckých prostriedkov v súčasnej tlači

O prísnejšom uplatňovaní prostriedkov umeleckého štýlu v masovokomunikačných prostriedkoch môžeme hovoriť iba v teoretickom zmysle. Ak by som chcel byť presnejší, súbor prostriedkov umeleckého štýlu je v matematickom ponímaní obrovská, univerzálna množina, ktorá zastrešuje výberové schopnosti ostatných štýlov. Ďalej musíme vziať na vedomie, že publicistické vyjadrenie obrazu a slova má vo vzťahu k interpretačným kvalitám umenia charakter podmnožiny. Avšak nie je podstatná miera používania alebo špecifická metóda vytvárania textov v žurnalistike. Prvoradým kritériom by mala byť sústava základných vlastností, ktoré definujú umelecký prejav a jeho slohovú individualitu na rozdiel od žurnalistiky. Ako uvádza Jozef Mistrik vo svojom súbornom jazykovednom diele *Štylistika* (SPN 1985), základným znakom umeleckého štýlu je variabilita: mnohoznačnosť, kombinácia vecných pojmov s textami preneseného významu, asociatívna dynamika či funkčná neusporiadanosť. Vzhľadom na poslednú etapu kryštalizácie modernej tlače by som uviedol aj neodškrípateľný faktor autorského štatútu. Ten je v hlbšej konfrontácii žurnalistického kontra umeleckého celku vo svojej východiskovej podstate očividne rozdielny. Pod východiskovou podstatou tu rozumiem sociálno-estetickú situáciu tvorcu, v akej sa ocitá pri úvodnom, prípravnom štádiu kompozície. Základný postoj autora však vykazuje predbežnú nedôveru voči čitateľovi. Aktuálny stav tvorivej publicistickej práce podlieha nezakotvenému, ale rešpektovanému náboženstvu zrozumiteľnosti. Ako pápež pôsobí fenomén jednoduchosti, ako kardinál doktrína vecnosti, ako oddane veriace publikum so sklonmi k myšlienkovému sektárstvu samotná novinárska obec. O laických veriacich nemá význam písať, zahniezdili sa na určených plochách pod jednotným názvom *Ohlasy čitateľov*. Ateisti, zmietaní podozrením a pochybnosťami, zostávajú v pohodlnej menšine. Vzniesiete očakávanú otázku, prečo práve zrozumiteľnosť novinárskeho prejavu sa ocitla na praniери kritiky?

Začnime od pojmovej abstrakcie. Hlavné kritérium žurnalistiky – zrozumiteľnosť – nebolo nikdy sformulované. Jej terminológia a metodologické postupy viac zodpovedajú teórii precedensov v praxi, to znamená, že z prípadu na prípad sa spodná bariéra intelektuálneho, plnohodnotného kontaktu s čitateľom znižovala. Z historických materiálov s vysokou literárnou erudíciou mizli podľa pragmatickej stupnice nielen formálne, no čoskoro aj štylistické, resp. obsahové nároky. Idey sprostredkované pestrou mozaikou obrazov sú estetickou legendou a vyjadrením bezmocnej nostalgie. Proroci zrozumiteľnosti stále viac okresávajú nadbytočnú spleť obrazov, aby myšlienkam umožnili čistú formu jednoznačnosti. Tak naráža ne-ambícia novinárskeho subjektu na úplné dno, stráca obdivuhodnú schopnosť textovej regenerácie. Znižovanie a redukcia slovnej zásoby v záujme stručnosti a informačnej hutnosti zatlačili do úzadia autorskú individualitu, ktorá sa stala nahraditeľná.

Filozof, sociológ a publicista Václav Bělohradský na adresu zmyslu novinárskej činnosti poznamenal: „Filozof a novinár sa usiluje v podstate o rovnakú vec, a to, že každá inšancia, každá skúsenosť a každé hľadisko musia byť nejakým spôsobom

preložené do spoločného jazyka, kde si môžeme potom vytvoriť rozumnú predstavu o celku, kam patríme. V opačnom prípade by sa spoločnosť rozpadla na nezrozumiteľné fragmenty.“¹ Takéto osvietenenské stanovisko má relatívnu platnosť, čím sa samozrejme jeho platnosť neznižuje, ale rozširuje. Mimoriadne prestížne východisko, ktoré v priamej nadväznosti zodpovedá vznesenej otázke univerzalizmu, však medzi intenciami súčasnej žurnalistiky nenachádza naplnenie. Aby aktuálna reflexia spoločnosti, akú predpokladá Bělohradský na stránkach tlače, mohla identifikovať všeobecné procesy, musí predovšetkým dosiahnuť ich úroveň. Prostriedky publicistického štýlu, súdiac podľa dnešného obrazu v denníkoch, nepostačujú na lexikálno-štylistické vyjadrenie komplexnej predstavy.

Žurnalista si zvykol na alibistické vysvetlenie svojej povrchnej práce: nedostatok času a technického priestoru na vyjadrenie abstraktného a samoregulovaný príkaz všezrozumiteľnosti. Zrozumiteľnosť sama osebe by nebola až takým negatívnym znakom textu, pokiaľ by v nej nebola zakotvená požiadavka selekcie, neprestajného triedenia individuálne zmocnenej informácie. A tak informácia, medializovaná v čistej, objektivizovanej forme sa konfrontuje počas etapy spracúvania s najrozličnejšími prívlastkami, emóciami a skupinovými cieľmi toho-ktorého periodika. Zrozumiteľnosť je nakoniec karikatúrou objektívneho a nezaujatého, pretože v sebe nesie subjektívne danú vlastnosť.

Slovenská jazykoveda vyčleňuje z bližšie nezaraditeľnej vrstvy prostriedkov umeleckého štýlu zanedbateľnú vrstvu poetizmov, ktoré sa však zastavili v literárnom (básnickom) čase, a odtiaľ sú neprenosné. Bolo by vhodné poučiť sa z prípravnej fázy v umení a následne odstrániť vnútorné bariéry, ktoré predchádzajú uverejňovaniu novinárskych materiálov. Treba ponechať voľnejšie redakčné pole na manévrovanie autorov, pretože frustrácie z objektívnej predstavy nadriadených sú legalizovanými okovami nielen na rukách, ale predovšetkým v mysli žurnalistu. Aj novinár by mal dostať príležitosť niesť bezprostrednú zodpovednosť za svoje subjektívne pocity. Práve týmito pocitmi sa háji malomyseľnosť novinovedy, keď zdôrazňuje vo výslednom produkte (tovare?!) jednotiaci predpoklad pochopiteľnosti pre čitateľov. V predobraze informačnej civilizácie môžeme vidieť jej vlajkonosičov-žurnalistov, ktorí stierajú archaické rozdiely územnej vzdialenosti medzi kultúrami vďaka zrýchleným informáciám v čase. Avšak model jednotnej civilizácie je znásilnená fikcia prirodzených, aj keď čiastkových diferencií, ktorá nazerá príliš dopredu... za cenu úmyselného prehliadania nerovnorodej (historicky, sociálne, jazykovo-etnicky či kultúrne) cesty, kadiaľ by sme sa mali vydať. Na pochopenie tohto zložitého a viac-rozmerného terénu súčasné analyticko-opisné schopnosti žurnalistiky nestačia. Umenie má bohatý repertoár prostriedkov, ako esteticky zhmotniť pôvodnú fikciu. Spoločenský vývoj, pozorovaný z publicistického pohľadu, musí najširšie masy presvedčiť, že horeuvedené plány nie sú iba futurizmom, ale zodpovedne sformulovanou predstavou s výhľadom na sebauskutočnenie. A práve tam sa neodvolateľne krížia prirodzené umelecké ambície s aktualizovanými potrebami a prostriedkami publicistického štýlu.

¹BĚLOHRADSKÝ, V.: Kapitalismus a občanské cnosti. Rozhovor Václava Bělohradského s Karlom Hviždalom. Praha, Československý spisovatel 1992, s. 142.

Definovanie informácie a myšlienky, ich vzájomný vzťah

„Informácia a myslenie patria k sebe. Navzájom sa potrebujú. Informácia, na ktorú sa nikto nezamyslí, sa podobá tovaru, ktorý nikto nekúpi. Myslenie, ktoré ignoruje informácie, sa vyživuje svojou jednotou a práve vo svojej jednote aj končí.“² Takto sa aspoň pokúša definovať historik umenia Ludvík Hlaváček v polemike s filozofom Miroslavom Petříčkom jr. špecifickosť skúmaných problematik a zároveň ich platonickú nerozlučnosť. Podobné úvahy častokrát vyústia do bludného pseudoontologického kruhu otázok nad tým, čo bolo skôr, pričom zaniká hierarchia dôležitosti a prvotný účel. V ďalšom texte sa pokúsím stanoviť fenomenologické východiská myšlienky alebo informácie a dôvernejšie posúdiť prínos umenia pre žurnalistiku.

Základnú otázku o funkcii myslenia či informovania mi vnikli slogany v populárno-vedeckých časopisoch o masovej komunikácii, ktoré umiestnili aktuálnu úlohu novinárstva do stručného informovania verejnosti. Dovolím si mierne odbočenie, ktoré charakterizuje umelo vyvolávaný stav do nasledovného sylogizmu: Autorizovaným nositeľom informácie o spoločenskej situácii je žurnalistika, pretože sa programovo zaoberá sprostredkovaním vzťahu medzi spoločnosťou a jej jednotlivými zložkami. Ale kto je potom autorizovaným nositeľom myšlienky, ktorá latentne vyplýva z uvedeného vzťahu? Predovšetkým filozofia ako „bytostné určenie vedenia o súcne“³, ktorá je v príkrom protiklade so „zdravým ľudským rozumom“ pre vlastnú neurčitost a nehmatateľnosť. Umenie takisto nezachytáva iba signál o novej informácii, naopak, hodnotí ju, pátra po jej estetickom význame a prispôsobuje ju myšlienkovému pohybu. Ak by sme zotrvali na platforme žurnalistiky – trhu s informáciami a na protíľahlom umení – trhu s myšlienkami a obrazmi, nemožno nahmatať žiadne kategorické spojenia, prípustnosť splynutia. Aj keď: „...Kritici nových médií sa obávajú, že myslenie utonie v povrchnosti informácií o ňom samotnom. Myslenie však môže predovšetkým utonúť tak, že sa nevystaví tvárou v tvár objektívnym informáciám, ktoré, ako jediné sú schopné sprostredkovať samy seba vo verejnom prostredí. Rozkladajú sa síce do fragmentov, plytko, bez reliéfu a vône, ale nefalšujú ho“⁴. Konflikt či skôr stret informácie s myšlienkou si mohol zachovať zdanie súvzťažnosti, pokiaľ by medzi nich nevstúpil nový faktor: alarmujúci nedostatok času. Myslenie, ktoré nám uľahčovalo zber a rozlišovanie informácií, zrazu zaostalo za technologicky podmienenou explóziou informácií. Informácia vzniká a jestvuje, nepodlieha striktné zákonitostiam mechaniky ako proces myslenia, čím získava nebezpečný predstih. Hodnota nepostihnutej informácie sa po dlhšom čase vytráca z potenciálneho vedomia, pričom je síce nahrádzovaná ako aktualita – novinka údaj, no naďalej zaberá virtuálny priestor nášho poznania. Každá informácia sa pohybuje v postupnosti logického radu, preto pri výpadku článku z reťazca našej pozornosti vznikajú výpadky, omyly a odchýlky. Strácame rozumovú orientáciu aj predstavu o celku, pretože chýba možnosť overovania predošlých rokov, ktorá sa odbúrava stimulovaným prísunom ďalších informácií. V rozprúdenej diskusii sa o tom vyjadruje aj Miroslav Petříček jr.: „Žijeme, ako sa dnes zvykne hovoriť, vo svete informácií. Povedané ináč, žijeme v záplave

² HLAVÁČEK, L.: Nebezpečné květy a vstřícní myšlenky. *Lidové noviny*, 1997, č. 3.

³ HEIDEGGER, M.: O pravdě a bytí. Praha, Mladá fronta 1993, s. 9.

⁴ HLAVÁČEK, L.: cit. článok.

informácií. Vysvetlené presnejšie: žijeme pomimo myslenia. Pretože informácia je vymedzená vzhľadom na pravdepodobné, zatiaľ čo myslenie sa zaoberá tým, čo oblasť pravdepodobného prekračuje a podmieňuje. Alebo podkopáva... Informácia je výsledok procesu, no nie proces sám. Informácia je tovar, myšlienka predovšetkým pohyb...“⁵ Skutočnosť má vždy niekoľko verzií – pluralita, kde informácie slúžia na prenos smerom k vedomiu subjektu – človeka. Len čo dochádza k stotožneniu informácie s vzniknutou predstavou o skutočnosti, funkcia informácií je splnená. A sotva myšlienka presiahne rámec osobnej skúsenosti, pretvára pohľad na rozpoznávanie. Myšlienka je tak prejavom aktívneho pohybu – duchovnej aktivity človeka. Pozdvihnúť informáciu na prioritnú metódu pozorovania určitých udalostí, kultúrno-sociálnych javov, príp. zásadných civilizačných procesov, znamená vrhnúť ľudskú skupinu do pasivity. Informácia má sploštené schopnosti zrkadliť viditeľné, takže nezasahuje do nášho predvídania. Časopriestor vydeluje informácie ako obmedzené veličiny, pričom myslenie je vo svojej podstate neobmedzené.

Uvedomiť si informáciu a následne ju podrobiť empirickej – myšlienkovej pravde prisudzuje človeku duálnu funkciu, nachádzať sa, nielen pred vstupom, ale aj po výstupe informácie. A tak napokon v samotnej ľudskej bytosti nachádza podmienený vzťah informácia verzus myšlienka základnú podobu. Prototypom tejto harmónie by mal byť okrem filozofa či umelca aj novinár. Ako pozorovateľ, no zároveň aj komentátor dynamického konfliktu objektívneho, prítomného sveta s jemu opozičnou idealitou, t. j. predstavou, ako by mal ten svet niekedy vyzeráť. Vychádzajúc zo spravodajsko-publicistickej praxe mienkotvorných novín, tam, kde vládnu informácie, nemá vôbec znepokojujúca otázka myslenia čo hľadať.

Informácie bez náležitého ohodnotenia a určenia svojho významu v mediálnych štruktúrach získavajú omnoho väčšie postavenie, na aké majú elementárne právo. Pozbavené interpretačnej voľnosti paralyzujú komunikačný reťazec, pretože sa zanedbáva kritérium relatívnej zrozumiteľnosti. Informácia sa uspokojuje, identifikuje s trvajúcim stavom, čo sťažuje pôvodné zameranie siedmej veľmoci ako najaktuálnejšej reflexie sprítomňovanej budúcnosti. Čoskoro nebude postačovať iba zrkadlové predkladanie rozptýlených problémov v spoločnosti. Ak niekto problémy nastoľuje v pravidelných intervaloch, mimovoľne preberá časť delegovanej zodpovednosti, ktorej neodmysliteľnou súčasťou sú dôveryhodné alternatívy riešení či spolupomáhanie zainteresovaným odborníkom pri formulovaní konkrétnych východísk. Z jedinečnej filozofickej eseje Miroslava Petříčka o definícii vzťahu myšlienky a informácie vyplýva nelichotivý výsledok: „Myslenie je vždy pohyb v neinformovanom. Myslenie tvorí takým spôsobom, že odsúva do pozadia všetko, čo vie o svete, takisto ako o sebe. Myslenie je v podstate hľadaním toho, čo sa prepadá medzi slovami...“⁶ Na Slovensku sa dodnes nerozvinula diskusia s rovnakou tematikou. Otázkou je, kto by sa na nej mohol zúčastniť. Vonkajškovo i vnútorne cenzurovaní novinári, skupina prekladateľov a sprostredkovateľov inojazyčných literatúr, ukryvaná pod stavovským pseudonymom „filozofia“, či nebudaj v rovine stereotypov uvažujúci doyen masovokomunikačnej teórie? Všetci sa totiž vyznačujú špecifickou, a v slovenských podmienkach mimoriadne kultivovanou črtou: príkrú nedôverou ku všetkému, čo prekračuje pásмо ich poznania a vedeckej

⁵ PETŘÍČEK, M. jr.: *Znaky každodennosti*. Praha 1992. Niektoré myšlienky z tejto knihy boli prevzaté ako polemické stanovisko oponenta do článku Ľudvíka Hlaváčka v *Lidových novinách*, 1997.

⁶ PETŘÍČEK, M. jr.: c. d.

skúsenosti. Žurnalistika sa jednoducho nevie prepracovať a následne priznať k tomu, že vo svojom popise práce premostuje, modeluje vzťah medzi informáciou a myšlienkou. A to najmä kultúrne rubriky dennej tlače, ktoré sa explicitne orientujú na distribúciu príliš abstraktného a nadčasového umenia laickému publiku.

Základný rozdiel medzi informáciou a myšlienkou je v ich životaschopnosti. Myslenie potrebuje byť informované o sebe, aby vedelo zhodnotiť situáciu moderného pre-informovania (neinformovanosti). Myšlienka pochádza vždy zo subjektívneho prezerania jestvujúceho, stiera časové hranice. Informácia sa vydáva napospas spätnej väzbe myslenia, pričom bez neho stráca pojem o sebe samej, vyprcháva. Tento vzťah objektívnej konštanty – informácie i myšlienky – informačnej nadstavby prežíva vo vlastnej uskutočniteľnosti a precitá v okamihu, keď niekto doňho vstupuje. Denníková kultúrna publicistika môže byť nielen vstupom, ale aj sprievodkyňou nás na ceste k individuálnemu zmyslu ozrejmeného vzťahu.

Novinár budúcnosti – nositeľ tlmočenej správy?

Situácia novinára-publicistu, ktorý sa identifikuje so svojimi poznatkami a zároveň so svojou materskou redakciou, je najviditeľnejším príkladom prirodzeného napätia medzi individuum a organizáciou. Apely na objektivitu, stručnosť, nezaujatosť alebo funkčnú serióznosť vlastných zamestnancov – redaktorov, ktoré vznáša vedenie, resp. majitelia periodika, sa predovšetkým odráža ako súbor týchto nespochybniteľných črt žurnalistickej profesie presadzovaných podľa subjektívnych záujmov zamestnávateľskej organizácie. Individuum sa ocitá v dileme, kde objektívne hranice pravdy sú aktuálne iba voči samotnej organizačnej entite – publicistovi. Naopak jazyk nadosobnej inštitúcie a vzťah k spoločenskej skutočnosti podlieha diametrálne odlišným pravidlám. Mediálne prostredie predstavuje názorovú arénu, kde vybraní gladiátori-publicisti sa môžu pohybovať vo vyznačených kruhoch, ale odtiaľ im ich manažéri nedovolia nikdy vystúpiť. Hneď ako sa aj publicista stáva lukratívnym šíriteľom a tlmočníkom požiadaviek domácej organizácie, dodatočne, no otvorene bagatelizuje vplyv osobného postrehu. Španielsky filozof, politológ a esejista José Ortega Y Gasset si myslí, že ohnisko konfliktu individuum a organizácia vzniká hladko: „Stačí otvoriť ústa a ten problém je tu. Nemajte však obavy, že sa budem zaoberať takýmto zvláštnym prípadom, kde bezprostredne odhaľujeme obrovský problém: prípad individua, ktoré bojuje so svojím jazykom, jazykom zajatého a podrobeného. Nikdy preto nesmieme zabúdať na to, že či už v dobrom alebo zlom, stretnutie individua s organizáciou je jednou z najelementárnejších, nahlbších a najpríznačnejších zložiek ľudského osudu.“⁷ Samozrejme, problematika individua, resp. organizácie, má širšie súvislosti v kontexte celých novín ako zúženie záberu na kultúrnu rubriku či oddelenie. Uvedenie prípadu tzv. bagatelizácie osobného postrehu poskytuje načrtnutému konfliktu kritický bod neporozumenia kolektívneho rozhodovania na úkor jedinečného cítenia. Osobný vklad, postreh či dokonca projekcia znamená vo svojej podstate určitú črtu „zosobňovania“ vytváraných textov, odkazuje nás na neprekročiteľný prah osoba in kontra osobnosť. Osobnosť disponuje špecifickými povahovými a logicko-empirickými črtami, ktoré

⁷ ORTEGA Y GASSET, J.: *Evropa a idea Národa*. Praha, Mladá fronta 1993, s. 128.

považujeme za intelektuálne podmienené predpoklady sebaidentifikovania osoby s osobnosťou. Osobnosť je vyššie štádium jednotlivca v jeho intelektuálnej a mravnej jednote, integrite. Osobnosti sú predstaviteľmi kritických a výstražných signálov v spoločnosti, pretože im v elementárnej rozhladenosti nezabraňuje priúzký, nivelizačný kontakt s davom. Do každej zmeny vstupujeme s nádejou, že minimalizujeme riziko straty seba samých. Slovenská tlač je nepriznaným výsluchom postmodernej voči nám, spoločenským ustanovizniám a procesom. K čomu sa musia priznať programovo nezávislí publicisti? K strate vnútornej pamäti, k strate vedomia o sebe samom a k neprestajnému zabúdaniu na siločiaru osobnosti vo vlastnom diele. Skeptická diagnóza sociálneho pôsobenia žurnalistiky bola stanovená už v roku 1863 na schôdzi Všeobecného nemeckého spolku robotníkov počas prejavu politika a publicistu Ferdinanda Lassala: „Vy proletári sa predávajú v obchodoch, ktoré poznáte a rozumiete im, avšak duchovní proletári, tí musia deň čo deň písať dlhé stĺpce o najrozličnejších veciach, o politike, práve, ekonomike, vede, o všetkých oblastiach zákonodarstva, o diplomatickej a historickej situácii všetkých národov. Či už týmito veciam dostatočne rozumejú, či naopak, nemajú o nich najmenšiu predstavu, musia o tom napísať, noviny sa predsa musia zaplniť, taký je nakoniec obchod! K tomu si môžete pripočítať ešte nedostatok času, aby si veci bližšie preštudovali a ucelenejšie ozrejmili, pátrali v prameňoch i knihách, premýšľali. Všetky nevedomosti, neznalosť vecí, všetko sa musí schovať za zvetrané, rutinizované frázy...!⁸ Po polstoročí od týchto alarmujúcich, a pripustíme si, že aj prezieravých slov, sa situácia na zamračenom novinárskom nebi nezmenila. Stále na ňom úpenlivo žiaria, resp. matne blikajú publicistické hviezdy, ktoré nechávajú splatiť daň za svoju nepripravenosť a plytké poznanie problémov samotnú verejnosť. Veď na to, aby sme štylisticky alebo myšlienkovito vybrúsili intelektuálny dôraz článku, musíme poznať sociálnu skladbu publika, ktorému sa prihovráame, snažíme sa o kontakt pre diskusiu. Na tejto hypotéze sa zakladá najväčšia doktrína alibizmu masovej komunikácie, keď predstava nenáročného, nediferencovaného čitateľa postupne obsadzuje všetky sociologické stupne komunikačného reťazca. Svet spoločenskej reality sa rozmnožuje v interpretačnom inkubátore, zatiaľ čo žurnalistická predstava o tej istej spoločnosti sa totalitarizuje, sivie a urovnáva sa do jednej psychologickéj hriadky, a to všetko pod nadvládou stereotypu, zjednocovanej mnohorakosti. Stereotyp v masovokomunikačnej optike uprednostňuje navodzovanie čitateľských očakávaní konkrétnym denníkom pred prieskumom, mapovaním a následným vyplňovaním takého vkusu v čo najširšej miere a vertikálnom rozsahu. Stereotyp je dnes súčasťou novinárskej práce, čo kritickým jednotlivcom – publicistom uľahčuje konformitu, adaptáciu a štandardné vykonávanie vyvolenej profesie. Áno, profesie, ktorá bola považovaná za slobodné povolanie, neskompromitované priamou materiálnou závislosťou a socializovaným duchom. Skupina žurnalistov je dnes preto akousi „informujúcou inteligenciou“, čo by v odľahčenom porovnaní mohlo charakterizovať básnika ako „píšucu inteligenciu“ alebo sociológa ako „pýtajúcu sa (otáznikovú) inteligenciu“. Dvojenie života na „súkromné“ a „spoločenské“ zastihlo bývalé svedomie „civilizačnej situácie“ v absolútnom rozpore, bez vnútorného prelínania. Individualita sa formuje prostredníctvom vlastnej inšpirácie a slobodnej vôle na jej splnohodnotnenie, pričom „organizácia“ sa v nás takisto formuje podľa rodinného prostredia, spoločenských konvencií, medziludských zvykov a tradícií. Slovenské noviny

⁸ Tento dnes už historický prejav Ferdinanda Lassala bol v krátkosti prevzatý z knihy KUNCZIK, M.: Základy masovej komunikácie. Praha, Karolinum 1995, s. 102.

neposkytujú publicistom primerané možnosti na prehĺbenie pečate súkromného, osobného a autentického. Vplyv jednotlivých organizačných modelov si osvoľuje čoraz viac osobností, pretože tak si zachovávajú posledné, hoci značne okresané možnosti tvorby. V žurnalistike, ktorá sa intuitívne aj koncepčne orientuje na masovú väzbu s publikom, prebieha logicky najintenzívnejší konflikt osobného sveta s hegemoniou „automatického usporiadania“ organizácie. Ambície individuálneho sa sústreďujú na uspokojovanie svojich prirodzených potrieb v nerovnocennom konflikte s tými, ktorí sa rovnakých garancií sebarealizácie musia vzdať. Zdôrazňovaním žurnalistického štatútu ako doručovateľa správ sa už v predprípravnom štádiu otváraného napätia usadzuje suverenita organizácie za protivníkovou – publicistovou polovicou ihriska. Spravodajské JA novinárskej osobnosti sa rozplýva v neosobnom, remeselnom plnení si zautomatizovaných potrieb zvonka. Správy vylučujú okrem vecnosti i aktuálneho hľadiska akékoľvek iné hodnoty, univerzálny kódex. Za tokom spravodajského vodopádu nevidieť konkrétnych, s určitým zmyslom sebanaplnenia tvoriacich osôb, ale sú v tom iba anonymné, nerozpoznateľné prísady jednotlivých oddelení, ktoré sa spoločne a beztvoré na prísune čerstvých informácií podieľali. Každý kompromis uzatvorený s vlastným svedomím má v sebe niečo pokorujúce, nezmazateľné. Ani pokrytecká antitéza pod zvučkou „veď ľudia to tak chcú, aby mohli rozumieť“ pokračujúci súmrak osobnosti novinára neosvetlí alebo nevyjasní. To sa potom nepohybujeme v slobodnom, konkurenčnom prostredí nehmotnej obchodnej sústavy, ale definitívne vsúvame hlavu do slučky indoktrinácie, rysovania správnych čiar. V revolučnom pamflete Juliána Bendu *Zrada intelektuálov* sa venuje krátka úvaha aj kritickému rozboru publicistiky ako duchovného posolania, pričom Benda formuluje východiskovú funkciu inteligencie v kritike, ktorá je vždy v službách určitého ideálu ľudskosti.⁹ Na základe tejto ambície Benda rozlišuje intelektuálnu žurnalistiku a pomocnú, kam zaraďuje napríklad public relations či oznamovanie, zverejňovanie oficiálnych vyhlásení. Parafrázujúc Bendove závery, patrí pomocná žurnalistika k aktivitám spoločnosti, ktorá má sklony memorovať vojenský poriadok a disciplínu. Na nás zostáva priznanie, do akej miery sa dá v súčasných denníkoch na Slovensku zreteľne stanoviť hranica medzi pomocnou a intelektuálnou (klasickou, štandardnou? – pozn. autora) žurnalistikou?

Prostredie, ktoré determinujú formálne prenosy komunikačných signálov bez osobnostnej spoluúčasti jednotlivca na nekonečnej verzii mediálnej skutočnosti má vratkú podstatu. Vyplýva z paberkovania na úlomkoch z ideálu (vulgárneho komerčného alebo skupinového záujmu) medziludského usporiadania na materiálnej báze. Takto vzniká novinárska podoba nihilizmu, kde rozriedenie „vnútornej slobody“ ospravedlňuje ovládané a triedené videnie súvekých problémov, tém doby, ktorá nahradzuje umelecko-historickú modernu 20. storočia. Ťažko konštruovať odpovede na otázky, ktoré doteraz v mediálnych štruktúrach neboli nastolené. Najvšeobecnejšia životná situácia pozostáva z kryštalizujúceho sa vzťahu JA – TY, otázky – odpovede, kritika objektu – sebareflexia subjektu. Zmocňovanie sa prvoradého spravodajského výrazu znamená strýcať kritickú tvár a masku rôznorodej inšpirácie o časopriestore, v ktorom pretrvávame všetci, takže chtiac-nechtiac aj médiá či novinári samotní.

Adresa autora: Peter Vavro, Národná obroda, Nám. SNP 14, 810 05 Bratislava, T: 07/59 336 248, F: 07/59 336 336, e-mail: extno@savba.sk

⁹KUNCZIK, M.: cit. dielo, s. 98.