

REPRODUKCIA A TRANSFORMÁCIA REALITY V OZNAMOVACÍCH PRODUKTOCH

LUBOMÍR HORNÍK

Bežne sa hovorí o tom, že v dnešnej dobe zahŕňa jednotlivca množstvo informácií. Nie je to presné, pretože jednotlivca zahŕňa množstvo oznámení (v terminológii teórie informácie „správ“), ktoré z jeho hľadiska obsahujú iba veľmi málo informácií. Z aspektu konzumných potrieb vzniká osobitný problém: Ako nájsť v obrovskom počte oznámení práve tie, ktorých obsah z nejakých dôvodov konzument osobne potrebuje?

Oznámenia totiž obsahujú okrem *významu* (schopnosť zastupovať skutočnosť) aj *účinnok* (schopnosť vyvolávať emocionálne reakcie). Oznámenie nemusí vyvolávať obidve reakcie. Mnohé podľa charakteru oznamovacieho prostriedku sprostredkujú len emocionálne reakcie, teda majú účinok (napr. hudba), iné majú iba význam (napr. dopravná značka).

Keď sú predmetom oznámenia prakticky dôležité informácie, hovoríme o **informatívnych oznámeniach**. Patria sem prírodné javy a prejavy rozličných organizmov, ale aj produkty ľudskej práce vytvorené na uspokojenie životnej, fyziologickej potreby – jednoduché výrobky.

Oznámenia, ktoré vyvolávajú emocionálne stavy (estetizované výrobky), zaraďujeme do skupiny **emotívnych oznámení** alebo estetizovaných výrobkov a umeleckých diel.

Nie každé oznámenie obsahuje samočinne rovnaké informatívne aj emotívne hodnoty. Hudba má napríklad veľké uplatnenie ako oznámenie emotívne, ale takmer žiadne informatívne. Reč má predovšetkým veľké informatívne využitie, ale malé emotívne (aj keď nevylučujeme umelecký prednes a umelecké čítanie v rozhlase).

Prechod z jednej skupiny do druhej je však plynulý. Dôkazom sú práve správy v tlači, v televízii či rozhlase. Napríklad novinová správa je pôvodne lakonickým, stručným opisom udalostí, obsahujúcim možno dve, tri vety. Postupným rozširovaním opisu preniká do textu čoraz viac osobnosť zostavovateľa správy (autora). Zo správy sa stáva komentár (analýza) alebo reportáž (beletria).

Pokúsme sa vystihnúť prechod od informatívneho k emotívnemu oznámeniu práve v útvaroch a žánroch mediálnej komunikácie.

Informatívne oznámenie

Informare (lat.) znamená dávať tvar, formovať, tvoriť, ale aj zobrazovať, vytvárať predstavu alebo dojem. Informáciu vytvárajú určité časti, prvky zostavené do nejakého tvaru usporiadanej sústavy. Nič nemôže byť informáciou samo osebe. Informácia jestvuje vždy len v rámci nejakého systému (napr. dopravné značky, televízne spravodajstvo, správy v dennej tlači).

Pri identifikovaní informatívnych oznámení budeme vychádzať z niekoľkých určujúcich podmienok:

Všeobecným cieľom informatívnych oznámení nie je oznámenie samo osebe, ale najmä *skutočnosť*. Nejde o kvalitu oznámenia, pretože keď nám niekto doručí (oznámi) dobrú správu, nezáleží na tom, či sa pri jej odovzdávaní zajakáva, alebo hovorí príliš hlasno, či ju prednesie ústne, alebo prinesie list. Dôležitá je skutočnosť, ktorá sa v oznámení odráža, alebo zhoda informácie so skutočnosťou či obsah informácie.

Informatívne oznámenie musí byť aj *pravdivé*, pretože nepravdivá správa rozchádzajúca sa s realitou je spoločensky nebezpečná. Zhoda s realitou je teda jednou zo základných črt informatívneho oznámenia a nemôže reprezentovať autorovu subjektivitu. Voľba významov a vyhotovenie oznámenia nesmie podliehať subjektívno-emotívnym pohnútkam autora.

Informatívne oznámenie obsahuje vždy *konkrétne použiteľnú*, adresnú a k niečomu smerujúcu informáciu. Je aj presne situované a niekomu určené: „Porada bude v utorok o 10. hod. ...“, „...vlak odchádza o 7.30 hod.“, „Z Bratislavy do Trnavy je 54 km...“ a podobne.

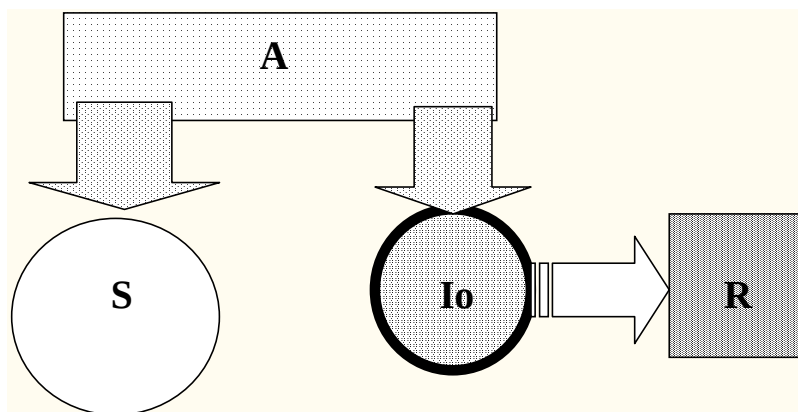
Informatívne oznámenie sprostredkúva určitý význam, na základe ktorého recipient upravuje svoje správanie. Preto oznamovanie samo osebe nie je cieľom, ale výlučne prostriedkom, ktorým sa realizujú spoločenské väzby medzi ľuďmi.

Informatívne oznámenie identifikujeme podľa toho, že nás informuje o nejakej konkrétnej udalosti, je určené pre konkrétneho adresáta, resp. skupinu adresátov a použije sa presne určeným spôsobom (adjustáciou) a prostriedkom.

Znázorníme si graficky informatívne oznámenie z hľadiska vzťahu medzi autorom, skutočnosťou a adresátom:

Autor (A) pozoruje skutočnosť (S) aj oznámenie (Io), ktoré vytvoril. Recipient (R) nemá prístup ku skutočnosti (S) a získava o nej informácie iba pomocou oznámenia (Io). Prirodzene predpokladá zhodu medzi oznámením (Io) a skutočnosťou (S).

Graf 1



Z uvedeného vyplýva, že ak autor chce určitým spôsobom ovplyvniť správanie recipienta, použije kompozičné prístupy podobné pri koncipovaní emotívneho oznámenia. Výhodu má však v tom, že recipient je pripravený vnímať informatívne oznámenie, o ktorom je presvedčený, že je zhodné so skutočnosťou.

Všeobecné informatívne oznámenie, ako som spomenul, charakterizuje určujúca črta, ktorou je zhoda so skutočnosťou. Platí pri tom zásada, že *predmet v zornom poli (objektívu, zdôraznený textom, prízvukom, resp. zvýraznenom aj inak) je predmetom, o ktorom sa má podať správa*.

Informatívne oznámenie podľa základného cieľa sa môže zaoberať:

- a) vzhľadom predmetov (fotografia),
- b) funkciou predmetov a javov (slovný opis, video),
- c) dianím (video, film), ktoré môže mať povahu:

dokumentu (o niečom, čo sa stalo), prekvapivej korelácie, oznámenia so silným emotívnym akcentom (vraždy, prírodné katastrofy a pod., neobyčajné udalosti).

Vznikom veľkých spravodajských komplexov (tlač, film, rozhlas, neskôr televízia), ktoré majú obrovský dosah pri ovplyvňovaní verejnosti a vytváraní verejnej mienky, sa veľmi rozšírila metóda „skreslených“ informácií. Obrovskú úlohu tu zohráva aj internet. Veľké skupiny recipientov a potenciálnych autorov sú spojené v sieti, vymieňajú si početné informácie aj subjektívneho charakteru, skresľujú ich a ďalej odovzdávajú v tvare, ktorý už zďaleka nemôžeme považovať za zhodný s realitou. Paradoxne sa vnucuje názor, že informatívne oznámenia všeobecne už ťažko možno považovať za reprodukciu skutočného.

Držme sa však v našej úvahe ich teoretickej čistoty.

Práve informatívne produkty zaoberajúce sa dianím vyplňajú spravodajské relácie médií a ich formuláciou sa zaoberajú distribučné kanály so štábmi spravodajských pracovníkov.

Absolútne informatívne oznámenie môže byť viac či menej stabilné. Ak sa týka nestabilných činiteľov (správa o dopravnej situácii, meteorologické hlásenie, politické informácie a pod.), informácia starne a stráca hodnotu a originalitu v danom čase.

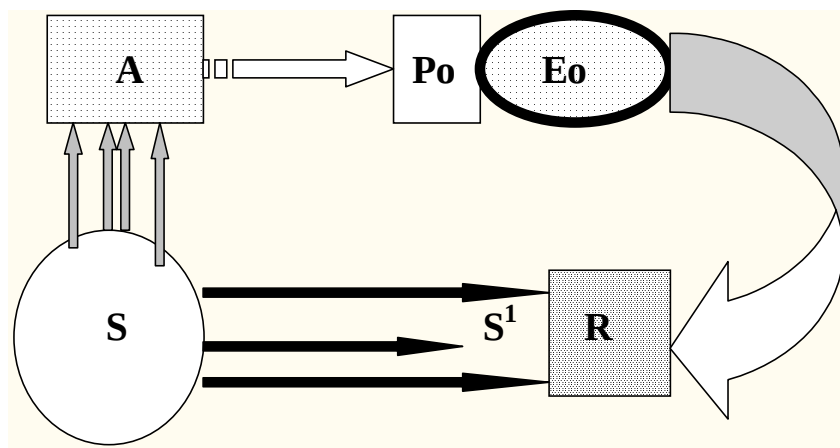
Väčšinou však má aj nestabilné informatívne oznámenie relatívne stály charakter ako svedok doby, odraz dobovej situácie a pod. Môže sa všeobecne použiť v médiách ako hodnotiaci materiál určitých dobových javov a vtedy sa stáva aj materiálom emotívnych oznámení.

Emotívne oznámenie

Vplyvy okolia na ľudský organizmus vyvolávajú emócie, ktoré majú *priamy* vplyv, ak vonkajšie impulzy (fyzikálno-pudové – hlad, bolesť a pod.) pôsobia priamo na naše telo, *komplexný*, ak vonkajšie impulzy pôsobia aj na našu psychiku (napr. strach z niečoho, láska k niekomu), a napokon *nepriamy*, ak vonkajší vplyv v nás vyvoláva následné pocity a reakcie. Nie sú také intenzívne a závisia od šírky vnímateľnosti alebo „citlivosti“ jedinca. Napríklad pocity krásy pri západe slnka či pozorovaní umeleckého diela, s čím súvisí vplyv (účink) farieb a ich kombinácií. Tu už hovoríme aj o istej estetizácii vplyvov a poväčšine sa s nimi stretávame pri kontakte s umeleckými dielami. Medzi nepriame vplyvy môžeme zaradiť aj pôsobenie niektorých žánrov z produkcie hromadných oznamovacích prostriedkov.

Situácia vzťahu autora, skutočnosti (reality), diváka-recipientu a emocionálneho oznámenia je trochu odlišná ako pri informatívnom oznámení.

Graf 2



Skutočnosť (S) ovplyvňuje autora (A), ktorý vytvára emotívne oznámenie (Eo) ako produkt osobnej názorovej a emocionálnej štruktúry. Pritom používa pomôcku (Po), čo môže byť fotografia, film, TMZ páska a podobne.

Recipient (divák) vníma primárne autorovo oznámenie (Eo), i keď na neho môže pôsobiť aj konkrétna skutočnosť (S), ktorá podlieha zasa jeho (recipientovej) emocionálnej a názorovej štruktúre (jej „odraz“ u neho je S¹), prirodzene je však zvedavý, ako predmetná skutočnosť ovplyvnila autora.

Rozdielnosť emocionálnych štruktúr má aj nepríjemné spoločenské dôsledky a často dochádza k nedorozumeniam práve pre úplne opačné reakcie na istý jav. (Čo sa jednému zdá krásne, druhému je ošklivé.)

Emocionálny repertoár jedinca je teda u každého iný, závisí predovšetkým od prežitého života i skúseností (napr. každý človek sa môže smiať alebo plakať z inej príčiny) a praxe s určitým javom.

Je to prevažne dôsledok odrazu oznámení, ktorý má zásadný vplyv na myslenie a názory recipienta. Odraz oznámenia súvisí s otázkou času a informačnou hustotou, teda s otázkou redundancie. (Redundancia – nadbytočnosť, ale aj miera nehospodárnosti.) V každej situácii môžeme za určitý čas získať určité maximálne možné množstvo informácií. Čím je systém (vysielač a prijímač, ukladací) viac usporiadaný, tým je schopný prijať a uložiť viac informácií. Pritom výrazne obmedzuje redundantné prvky, čo znamená, že ukladá len tie najdôležitejšie fakty. Vyvolanie informácie z „pamäti“ trvá pritom oveľa kratšie ako pôvodné získanie informácie (napr. študent si osvojí za niekoľko rokov informácie, ktoré spoločnosť získavala storočia).

Usporiadaný systém charakterizuje aj väčšia hustota informácie, čo úmerne obmedzuje okruh recipientov. Ak má napríklad menej vzdelaný čitateľ recipovať správu z odborného článku, musí mať článok väčšiu redundanciu, teda menšiu hustotu informácie (napr. vedecký a popularizačný článok).

Problém redundancie je výraznejší pri emotívnych oznámeniach a zvlášť pri umeleckých dielach, keď autor vkladá do artefaktu rozličný stupeň osobného pohľadu. Postupne sa tak vzdaluje všeobecnej zrozumiteľnosti určitých symbolov a znakov.

Z hľadiska recipienta takéto diela obsahujú vysoký stupeň redundancie – nerozoznávajú v nich nič racionálne a subjektívne zrozumiteľné.

V spravodajskej praxi sa stupeň redundancie zvyšuje vkladáním autorských názorov a postojov do správy, čím vznikajú ďalšie žánre – komentár, reportáž, črta a pod. Autorský „vklad“ je zvyčajne vysoko emotívny a účinný pri tvárnení recipienta, súčasne však klesá hustota informácie (pozri graf 5).

Transformácia a reprodukcia reality

Ak posudzujeme kompozičné zostavy (oznamovacie útvary) z hľadiska účinku na recipienta, môžu byť dvojaké:

- vyvolávajú zdanie nejakej skutočnosti (obraz stromu, človeka) a touto cestou sa pokúšajú podnietiť emocionálnu reakciu,
- nezobrazujú žiadnu skutočnosť a sústava prvkov sa snaží len istým usporiadaním vyvolať emocionálnu reakciu bez toho, aby čokoľvek konkrétne znamenala.

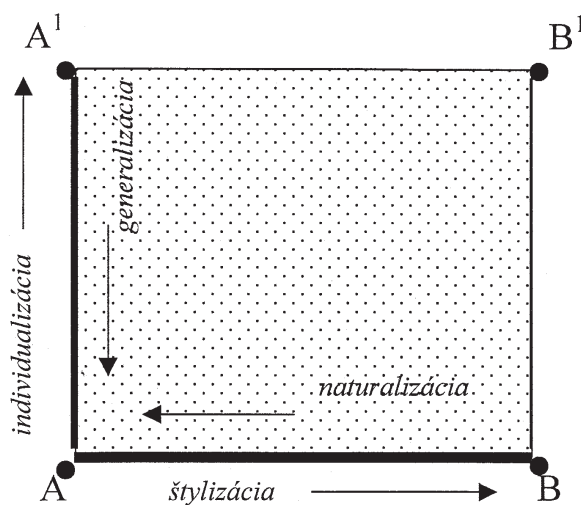
Medzi uvedenými typmi kompozičných zostáv je veľké množstvo prechodných foriem, ktoré môžeme znázorniť pomocou štvorcového grafu (pozri graf 3).

V okolí bodu A sú autentické záznamy reality (dokumentačný záznam). Postupnou **štylizáciou**, degradáciou prvkov reality, sa kompozičné zostavy menia až k formám, z ktorých sa už autenticita čiastočne vytratila (bod B). Proces môžeme charakterizovať ako postupný pokles reálnosti, ústup zástupnosti reality v systéme a zvýrazňovanie vlastností alebo určitých prvkov systému.

Umelecký artefakt má však aj ďalší rozmer – je to **individualizácia** a na grafe ho znázorňuje úsečka A – A¹. Autor čoraz väčšmi podmieňuje oznámenie svojej osobnej emocionálnej štruktúry. Je čoraz výlučnejšie, originálnejšie, stále si však zachováva zdanie reality. Ale reality iluzívnej, vymyslenej.

Aj úsečka B – B¹ reprezentuje individualizáciu. Vývoj sa však začína v bode B, teda všeobecne zrozumiteľným oznámením, ktoré je postupne zrozumiteľné už iba autorovi (B¹). Neinformovaný recipient zaznamenáva iba podnet, ktorý vyvolal emocionálny stav autora pri vzniku oznámenia (hra kompozícií, línií, farieb – tonalita a pod.).

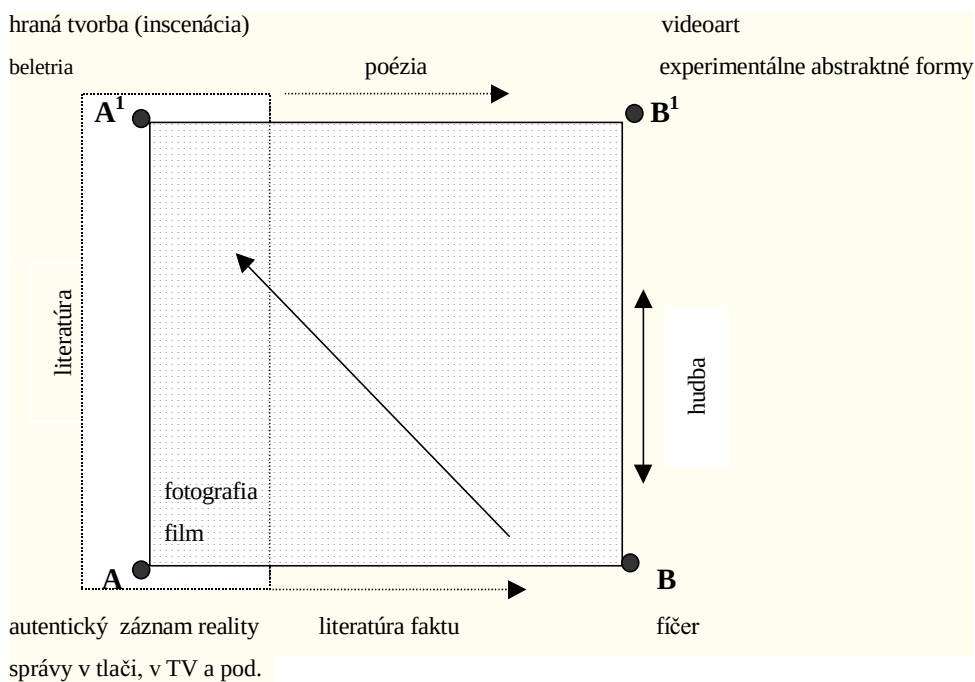
Graf 3



Štvorcový graf súčasne vyjadruje konečný stav vývoja emotívneho oznamovania. Každý druh umenia má svoju polohu na grafe a svoje obmedzené možnosti. Napríklad výtvarné umenie obsahuje v grafe všetky krajné polohy (A – reálny obraz krajiny, B – určitý abstraktný obraz krajiny vychádzajúci však zo všeobecne zrozumiteľných štruktúr, A¹ – nereálna krajina, iluzívna, fantazijná, B¹ – nie je poznať, že ide o krajinu, abstraktné vyjadrenie pomocou farebných prvkov).

Hudba sa pohybuje v rovine B – B¹: dychovka v bode B, vážna hudba niekde uprostred (v bode A iba kompozícia reálnych ruchov a zvukov, resp. „konkrétna“ hudba). Hudba sa však usiluje vyjadriť aj určité „reality“, napr. impresionistická hudba. Moderná vážna hudba ako individuálne emotívne oznámenie sa pohybuje okolo bodu B¹.

Graf 4



Fotografia má svoje miesto okolo bodu A (dokumentačná a reportážna), môže dosiahnuť bod A¹ (inscenovaná tvorba), v bode B je štylizovaná, so zvýraznením istých prvkov, v bode B¹ už nerozoznávame tvary, len ich tušíme v nekonkrétnych štruktúrach (nefiguratívna a experimentálna fotografia).

Pre úplnosť spomeňme ešte možnosti *literatúry*, ktorá obsahuje aj novinárske žánre. Od realistického a jednoduchého rozprávania (A), čo môže byť aj správa v tlači, TV a pod., sa literárne dielo môže vyvíjať až k štylizovanému opisu (B) – k literatúre faktú. Keď opisuje situáciu, ktorá napokon nemusí byť ani pôvodná, ani reálna a je vymyslená, čo je väčšina príbehov opísaná v románoch, filmoch a pod., je literárne dielo v oblasti beletrie (A¹). Opis skutočných udalostí môže motivovať básnikov, vzniká

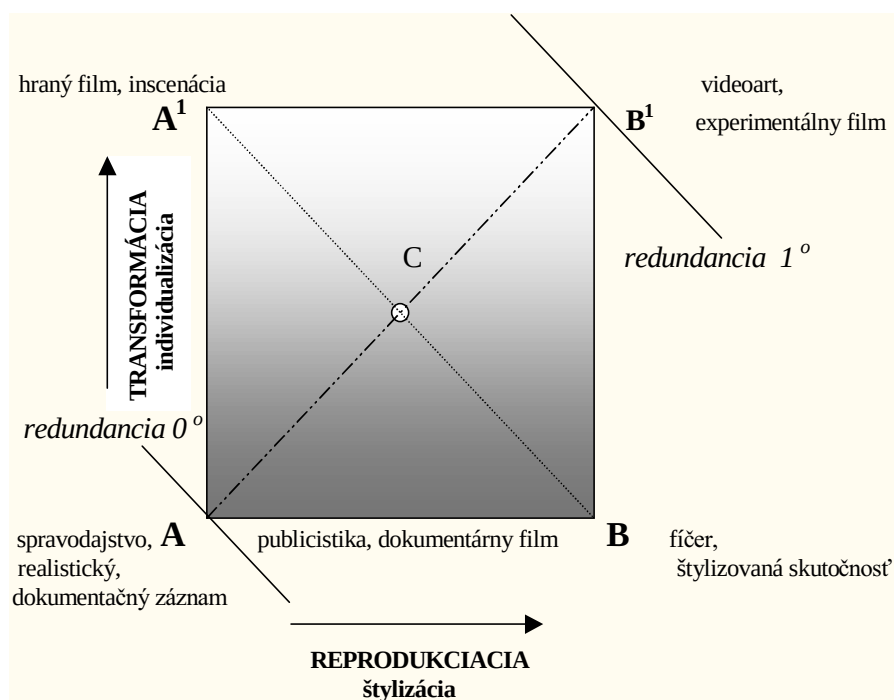
individualizovaná literatúra – poézia (A^1). V extrémnych formách môžeme za poetický výraz považovať aj text určitým spôsobom štrukturalizovaný, zameraný len na vizuálnu stránku textu, ako boli napr. formy „jazzovej“ poézie J. Hniličku, ktorá sa zakladala na kompozícii určitých nezmyselných slov s istým „harmonickým“ efektom (...barnodaj, barnodaj, krusle vrávorám...), vtedy dosiahne literatúra (poézia) aj bod B^1 .

Vývoj naznačil prechod od primárnych informatívnych oznámení (ako vyzerá tá a tá vec, jav, dianie a pod.) a osobitne v histórii kinematografických oznámení: od pasívnych záznamov reality bratov Lumiérovcov cez inscenované „hry“ G. Meliése k súčasnému hranému filmu, dokumentárnemu filmu a televíznemu spravodajstvu.

Hranice, ktoré ostro určovali jednotlivé oblasti kinematografickej tvorby (dokumentaristika a hraná tvorba), sa postupne zjemňovali a vznikli hybridné formy (napr. fičer).

Prechod informatívnych foriem do emotívnych môžeme označiť ako vývoj reprodukovaneho oznámenia štylizáciou (pri istom stupni zhody s realitou) a jej prezentáciou k transformovanému oznámeniu (premenou, prenesením, pretvorením do inej podoby). Teda od odtlačku reality k tvorivému (individualizovanému) zobrazeniu skutočnosti.

Graf 5



Reprodukcia je vývojový proces informatívneho oznámenia smerom k dvojníkovi, ktorý štylistickými zásahmi stráca postupne znaky odtlačku skutočnosti. Znázorňuje ho strana A – B. Reprodukcia sama osebe je istý stupeň zhody s realitou a jej zobrazením, teda medzi predmetnou skutočnosťou a jej prezentáciou v umeleckom diele. Tvorivou reprodukciou skutočnosti a autorskou štylizáciou vznikajú dokumentárne a publicistic-

ké žánre, pri zachovaní realistikosti a pravdivosti, súčasne sú (radením faktov) autorskými výpoveďami o zobrazovanej skutočnosti. Konečnou formou je inscenovaná rekonštrukcia, obsahujúca len malú časť autenticity (B). O všetkých spomínaných produktoch platí, že musia obsahovať skutočné a pravdivé fakty a reálie o skutočnosti. Tento arzenál však môže byť sformovaný účelovo, podľa želania a predstavy autora.

Vývoj oznámenia smeruje z bodu B do B¹, kde sa transformované oznámenie ešte s náznakmi informatívnosti individualizuje, reprodukuje v zmysle zachovania pôvodných atribútov reality, ale s výrazným príspevkom individuálneho videnia. Prichádza tak aj o posledné znaky autenticity. Oznámenie získava čoraz viac osobitejší charakter, ale vplyvom efektov stráca aj charakter všeobecnej zrozumiteľnosti (B¹). Môže byť silno emotívne – veď používa efekty všeobecne zrozumiteľné (kontrast farieb, tonalitu, indexové a symbolické znaky a pod.), eventuálne odvodené od vlastností použitého oznamovacieho systému, ale kombinácia semiotických prvkov sa stáva neinformovanému recipientovi nezrozumiteľná.

Transformácia je proces premeny reality (rozširovaním autorského názoru a osobného pohľadu).

Reprodukcia prináša vecné hodnoty, poznatky, splývanie so skutočnosťou, ale aj poetické hodnoty. Transformácia je výlučne tvorivý proces obohacujúci dielo o myšlienkové a duchovné rozmery, o estetické významy.

Fenomén reprodukcie a transformácie je zvlášť viditeľný v kinematografii (kinetickej fotografii) a je jej konštitutívnym znakom.

Bod A znázorňuje relatívne najvernejší záznam reality – dokumentačný záznam a spravodajstvo. Vertikálny vývoj dokumentačného záznamu je cestou individualizácie, ktorej vrcholom je úplne „nereálna skutočnosť“ – hraný, inscenovaný artefakt (A – A¹). Reprodukciou a štylizáciou určitých momentov iluzívnej „reality“ (A¹ – B¹) dospejeme k experimentálnym formám kinetického záznamu, ktorý je najzrozumiteľnejší pravdepodobne len autorovi.

Spojnice B a A¹ (hraná, inscenovaná tvorba) naznačuje určitú paralelu hranej tvorby a fíčra, ktorá pri svojom stupni štylizácie skutočnosti používa aj hrané formy.

Prechodnými stupňami (A – C, A¹ – C – B) môžu byť napríklad hrané filmy, resp. hrané filmy s použitím archívnych, teda spravodajských záznamov. Ako príklad môžeme uviesť aj posledný veľmi úspešný film *Titanic* (1998), ktorý napriek tomu, že nosný príbeh je vymyslený, vedľajšie epizódy sú pokusom o rekonštrukciu autentickej skutočnosti (pozri A – C).

Aj spojnice A – B¹ má svoje opodstatnenie. Dokumentačný záznam (A) je veľa ráz podkladom na individualizovaný a štylizovaný experimentálny film, ktorý vo svojej vrcholnej forme môže použiť z určitej skutočnosti dokonca aj minimálny úsek.

Kinematografická (alebo audiovizuálna) tvorba je v neustálom konflikte so svojou podstatou práve z hľadiska reprodukcie. Tvorba umelcov v histórii filmu je toho dôkazom:

„Čím viac film premôže realitu a fenomén reprodukcie, tým vyššie umelecké méty dosiahne...“ Slová filmového teoretika R. Arnheima vystihujú historickú cestu kinematografu k umeniu a súčasne potvrdzujú aj vývoj od informatívnej kinematografie k emotívnej, od spravodajstva k transformovanej realite – fíčru.

Pritom za estetizáciu jednoduchého záznamu reality („cestu k umeniu“) môžeme pokladať nielen náznaky individualizácie a transformácie, ale aj štylizácie a reprodukcie, pretože obidva procesy sú v podstate autorskými zásahmi do „reality“.

Štvorcový graf súčasne naznačuje aj mieru **redundancie**, ktorá je aj mierou „tvorivosti“ – originalnosti, ale i zrozumiteľnosti diela.

Redundancia v našom prípade reprezentuje mieru individuálneho prínosu v určitom artefakte. Ale dĺžka správy a jej informačný obsah nemusia byť bezpodmienečne priamo úmerné. Reálny pomer medzi nimi v konkrétnom prípade správy tiež označujeme ako redundanciu. Ak je správa informačne bohatá, žiaden znak nie je navyše, hodnota redundancie (prebytočnosti) je 0 (bod A). Ak správa neobsahuje žiadnu informáciu, jej redundancia je 1 (teoreticky bod B¹). Pri postupnej individualizácii a štylizácii musí recipient používať čoraz viac z arzenálu svojich skúsenostných, vedomostných a inteligenčných nástrojov, aby artefaktu rozumel. Dielo sa však aj tak stáva zrozumiteľné čoraz menšej skupine recipientov, až sa napokon stane nezrozumiteľným, resp. zrozumiteľným len na základe vysvetlivky – titulku, názvu či iného textu a podobne (pozri graf 5).

Stupeň redundancie sa zvyšuje postupne vývojom žánrov a foriem diagonálne z bodu A do B¹. Ešte pomerne veľká zrozumiteľnosť je aj v hraničných formáciách B (fičér) a A¹ (hraná tvorba), postupne však úmerne s mierou používaných znakov a efektov je čoraz väčšia.

Zrozumiteľnosť napríklad moderného výtvarného diela závisí od vyspelosti recipienta – od veľkosti jeho znakového repertoára a najvyššej možnej zhody so znakovým repertoárom autora, teda od obmedzenia stupňa redundancie.

Adresa autora: Mgr. Lubomír Horník, ArtD., Kabinet videotvorby a fotografie FA STU, Námestie slobody 19, 812 45 Bratislava
T: 07/5443 2079

LITERATÚRA

HORNÍK, L.: Kompozícia v audiovizuálnych médiách. (Doktorandská dizertačná práca.) Bratislava, STV 1999.

Kolektív: Metoda novinárske práce II. Praha, SPN 1972.

ŠMOK, J.: Za tajomstvami fotografie. Bratislava, Osveta 1975.