

Reflexia kultúry

PRÍLOHA NÁRODNEJ OSVETY 12/2010 PRE KULTÚRNO-OSVETOVÚ
TEÓRIU, REFLEXIU A PRE VEDU A VÝSKUM V OBLASTI KULTÚRY

SOCIOKULTÚRNE DÔSLEDKY VYNÁLEZU PÍSM A MASOVEJ TLAČE

Kultúrnotvorný význam vzniku písma, vynálezu tlače a dôsledky pôsobenia tlačeníh masových médií

Masovým médiám nemožno porozumieť bez chápania ich „celkového sociálneho kontextu.“ (Kunczik, 1995, s. 37) M. Kunczik charakterizuje masovú komunikáciu ako osobitý „sociálny subsystém, ktorý je vo vzájomnom vzťahu s ďalšími subsystémami spoločnosti“. (Kunczik, 1995, s. 35) Podľa J. Meyrowitza sociokultúrne prostredie a mediálne prostredie „nie sú dva oddelené fenomény, ale súčasť jedného celku. Ako miesta, tak aj médiá, zásobujú ľudí danými vzorcami interakcií a tokmi sociálnych informácií.“ (Meyrowitz, 2006, s. 43) J. Meyrowitz z tohto hľadiska zdôrazňuje najmä socializačnú rolu masových médií, ktorá ponúka recipientom kultúrnu zásobu definícií situácií. „Jedným zo spôsobov adaptácie sa na sociálny život je osvojenie si kultúrnej zásoby definícií situácií. Vo chvíli, keď vstupujeme v určitej spoločnosti do dospelého veku, už väčšina z nás podvedome ovláda všetky alebo aspoň podstatnú časť situčných definícií danej spoločnosti“. (Meyrowitz, 2006, s. 32) Vzhľad sociálnej činnosti a sociálneho správania sa jednotlivcov s masovokomunikačným procesom nie je preto iba obojstrannou záležitosťou, ale prekračuje jeho rámec a zahŕňa celú kultúru.

D. Prokop vymedzuje masové médiá hlavne v súvislosti s existenciou publik, ktoré „reálne alebo potenciálne vystupujú ako veľké publiká“. (Prokop, 2005, s. 10) Tvrdí, že jestvovanie masových médií má svoje opodstatnenie iba vtedy, keď ponúkajú „zvláštne inscenácie“. Ak sú „zvláštne inscenácie“ populárne u veľkých skupín obyvateľstva, možno ich označiť ako produkty masových médií. (Prokop, 2005, s. 11) J. B. Thompson spája pôsobenie masových médií s „konkrétnymi typmi mediálneho prenosu, napríklad so šírením novín s vysokým nákladom či s rozhlasovým a televíznym vysielaťm a pod.“ (Thompson, 2004, s. 26) Podľa J. Lohisse tvoria médiá s vysokým nákladom či veľkým počtom recipientov – periodická tlač, rozhlas, kino, televízia skupinu najdôležitejších médií

masovej komunikácie. (Lohisse, 2003, s. 143) V príspevku autorka poukazuje na sociokultúrne dôsledky vynálezu písma a masovej komunikácie v prípade periodickej tlače.

Kultúrnotvorný význam vzniku písma

Niet pochybností o tom, že vynález písma mal pre vývoj ľudskej kultúry obrovský význam. Písmo umožňovalo generáciám uchovávať v pamäti významné udalosti, údaje i mýty. Súbežne s rozvojom používania písaných znakov možno zaznamenať aj rozvoj poľnohospodárskej a remeselnej výroby, obchodu, ako i väčšiu migráciu obyvateľstva. Neskôr si správa štátu vyžadovala potrebu dokumentovať fakty špecifickými spôsobmi. Začiatky používania písma sa preto časovo viažu na vznik malých centralizovaných štátov, v ktorých sa začala rozvíjať delba práce a byrokratická správa.

Písmo sa však vyvíjalo mimoriadne dlho. J. Lohisse uvádza, že sa našli tisíce písaných dokumentov datovaných do 3. tisícročia p. n. l., ktoré preukazujú vysokú mieru prepracovanosti. Napríklad starovekí Egypťania vyvinuli veľmi precízny systém obrázkového písma, tzv. piktogramy. Spočiatku jednotlivé znaky ryli do kameňa a neskôr kreslili na steny a papyrusy. Sumeri vypracovali odlišný systém zaznamenávania – klinové písmo. Paličkou v tvare klínu, ryli do hlinených dosiek symboly, ktorým prisudzovali rôzne významy. (Lohisse, 2003, s. 33)

Ak boli počiatky rozvoja obrazového písma revolučným impulzom pre rozvoj kultúry a civilizácie, tak vznik fonetického záznamu slov prostredníctvom abecedy sa označuje za jednu z prevratných udalostí v dejinách písomnej kultúry. Z celého radu typov písma vykazujúceho pokusy o fonetický záznam vtedajšieho starovekého sveta sa zachovala iba fenická abeceda. Tá sa neskôr prostredníctvom čulého obchodného styku dostala do starého Grécka. Trvalo celé stáročia, kým sa fenická abeceda prispôbila gréckemu jazyku. Až v roku 403 p. n. l.

bola oficiálne prijatá grécka abeceda v jej iónskej verzii. Vďaka dobyvateľskému ťaženiu Alexandra Macedónskeho si ju pomerne rýchlo osvojil staroveký východ i západ. Prevaha a rozšírenie latinu v stredovekom západnom svete a gréckeho jazyka vo východnom svete znamenalo rozvíjanie písomnej kultúry na kultúrnych základoch staroveku aj niekoľko storočí po Kristovi. Silu písanej latinu i jej rôzne modifikácie cez nové jazyky možno reflektovať tiež cez literárnosť stredoveku, ako aj novoveku. (Porov. Brečka, 2009, s. 58 – 60, De Fleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 25 – 29, Lohisse, 44 – 49)

Vďaka zrodu literárnej kultúry bolo možné myšlienky uchovávať pre ďalšie generácie. Používanie písma znamenalo zásadné zmeny v sociálnej organizácii spoločnosti, spravovaní štátu, architektúre, umení, vo filozofii a pod. V tomto kontexte M. McLuhan poukazuje na podmienenosť vzájomného vzťahu medzi vznikom písomníctva a civilizáciou. Podľa neho je civilizácia založená najmä na literárnosti, pretože literatúra je uniformným spracovaním kultúry pomocou zraku, ktorého priestorovým a časovým rozšírením sa stala abeceda. Naopak, v neliterárnych kultúrach je skúsenosť usporiadaná podľa dominantnosti sluchu, ktorý potláča vizuálne hodnoty. (McLuhan, 1991, s. 89)

J. Lohisse pripomína, že to bol tiež proces fixovania symbolov a ich prísna linearizácia v abecednom písme, ktoré viedli ducha k logike stopy. (Lohisse, 2003, s. 45) Inak povedané, abecedný systém viedol k zásadnej zmene spôsobu myslenia. Vďaka používaniu abecedy v ňom prevládli logické, analytické, abstraktné či rozumové postupy nad myšlienkovými postupmi nesúcimi znaky mýtického, syntetického, konkrétneho či intuitívneho. Hoci pomalá, ale predsa len postupne pokračujúca zmena v spôsoboch uvažovania a v myšlienkových operáciách ľudských jedincov by však nebola možná bez existencie písma. Zrodila sa epocha vedy, učených spisov

z oblasti gramatiky, matematiky, lekárstva či práva.

Písmo znamenalo tiež vlastníctvo moci, prostredníctvom ktorej si mohli vládcovia i duchovné stavy udržiavať svoje privilégiá, nadvládu nad negramotnými a upevňovať svoj status. „V každom prípade sa zdá, že prelomením tradičnej komunikácie a zafixovaním odstupu od nevzdelancov písmo slúži autorite pánov a učencov.“ (Lohisse, 2003, s. 54) J. Lohisse sa v tomto tvrdení zhoduje s D. Prokopom, podľa ktorého mediálna inscenácia moci a utilitárnych ľudských záujmov je základným atribútom vývoja ľudských dejín. (Prokop, 2005, s. 9) Vynájdenie a používanie písma mali za následok diferenciaciu spoločnosti, tvorbu spoločenských štruktúr, v ktorých prebiehal zápas o ochranu vlastných záujmov prostredníctvom symbolickej moci. Tento fakt možno považovať tiež za významný a určujúci moment v ďalšom kultúrnom i civilizačnom vývoji.

Kultúrotvorný význam vynálezu tlače

Do 15. storočia sa v Európe prepisovali stovky kníh určených iba čítanie gramotnými, majetnými a povolacími z radov duchovenstva. Možnosť strojovej reprodukcie textov postupne priniesla zmenu tohto stavu, pretože okrem väčšej dostupnosti textov pre laickú verejnosť, stredné, ba i nižšie stavy, podmienili zrod nových organizačných a komunikačných pravidiel, prebudovanie starého jazyka, ako aj formovanie novej kolektívnej mentality. J. Lohisse tvrdí, že vynález tlače, aj keď išlo „iba“ o začiatok série ďalších prevratných technických vynálezov, v neskorších storočiach reprezentoval proces postupnej zmeny kolektívnej mentality jednotlivých kultúr. (Lohisse, 2003, s. 91)

Začiatok procesu postupnej zmeny sa pripisuje životnému dielu a príbehu o zlatníkovi Johannesovi Gensfleischovi, zvaného Gutenberg z Mohuča, ako vynález prvý tlačiarenský lis. Gutenberg po mnohých pokusoch prišiel na to, ako vyrábať písmenká, radíť ich vedľa seba a zostavovať z nich slová i vety. Popri tom vynález technológiu výroby tlačiarenskeho lisu. Z technologického hľadiska je jeho vynález prelomový aj preto, lebo začal sádzať písmená použitím olova, antimonu a cínu, čím zabránil ich deformácii pri tlači. Tlačiarenský lis umožnil sériovú reprodukciu, a preto ho možno považovať za jeden z prelomových momentov pri zrode éry mechanických strojov, ktoré zohrali rozhodujúcu úlohu v rozvoji neskoršej priemyselnej revolúcie a s ňou späté výroby tlače určenej pre masové publikum. Tento proces však nebol priamočiary, pretože zmena myslenia, spoločenských, politických, ako aj ekonomických pomerov sa kľukatila v zákrutách pevne zasadených tradícií. Istý čas napríklad trvalo, kým sa prestali napodobňovať rukopisy a priznala sa mechanická výroba textov a kým nastal posun v oblasti zán-

rov i samotného myslenia. Ľudové, nevzdelané vrstvy na začiatku 16. storočia boli aj naďalej „formované“ ústnou tradíciou a ideovo usmerňované duchovným stavom. Renesančné myšlienky obrody človeka pretavené do mnohých výtvarných diel či do humanistickej literatúry, ďalej reformátorskej náboženskej hnutia, ako i nebyvalý rozkvet obchodu, výroby i komunikácie predurovali blížiacu sa pomere radikálnu zmenu spoločenských a kultúrnych pomerov. (Porov. De Fleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 35 – 36, Prokop, 2005, s. 66 – 70)

V 17. a 18. storočí možno už registrovať výrazný posun v určení úloh tlače a jej postavení v spoločnosti. Osvietenstvo otvorilo priestor nielen pre zaznamenávanie udalostí, ale aj pre ich vytváranie prostredníctvom tlače. Táto doba žičila vydávaniu kníh osvietenských filozofov i vzniku novín ako prostriedku určenému na informovanie a názorové formovanie širšej čitateľskej verejnosti zloženej hlavne z čiastočne gramotných stredných vrstiev. J. Vojtek uvádza, že novinárstvo vzniklo už na konci feudalizmu, „keď sa viac-menej samostatné územné celky pretvárali vďaka vznikajúcim kapitalistickým vzťahom na moderné štáty, ktoré nemohli existovať bez novinárstva ako špecifickej formy komunikácie. Zárodoky žurnalistiky pochádzajú z konca 15. storočia, keď v najvyspelejších európskych krajinách (najmä v talianskych mestských štátoch) si radní páni, obchodníci a učenci vymieňali aktuálne informácie.“ (Vojtek, 2006, s. 7)

V priebehu dvoch storočí sa noviny stali nielen predvojom nasledujúcich premien spoločenského a politického poriadku, ale aj impulzom pre zrod masového človeka. Noviny ako výsada a reprezentácia znak statusu vzdelaných stredných stavov tak postupne nahradzovali letáky a stali sa vyhľadávaným informačným zdrojom a zároveň nástrojom záujmových skupín pre vedenie boja o politický vplyv prostredníctvom ovplyvňovania verejnej mienky. Na sklonku 18. a začiatkom 19. storočia sa prostredníctvom tlače oveľa intenzívnejšie šírili liberálne myšlienky nových reprezentantov moci – buržoázie. M. McLuhan odkazuje v rámci tohto zápasu na vzájomný vzťah rozvoja periodickej tlače a národných jazykov pri formovaní národnej buržoázie. Podľa neho aj napriek tomu, že sa jednotlivé národné jazyky vyvíjali a etablovali ešte pred Gutenbergovou epochou, vďaka tlači sa objavili v zreteľnej, vizuálnej podobe. Periodická tlač tak dokázala upevniť národnú jednotu, ktorá sa definovala, etablovala a upevňovala na základe pôsobenia národného jazyka v danom kultúrnom priestore. (McLuhan, 2000, s. 45)

Šírenie sériovo a mechanicky vyrabanej tlače by nemalo význam, ak by sa aj naďalej udržiaval status quo, rozdeľujúci populáciu na negramotných a gramotných. Už na začiatku 16. storočia možno zaznamenať tisíce kníh, najmä Biblie,

tlačených ručným písmom nielen v latinčine, ale aj v európskych jazykoch. Väčšia dostupnosť textov a s nimi spojená osveta vykonávaná duchovnými stavmi vyvolali potrebu im aj rozumieť, a preto sa čoraz viac ľudí chcelo naučiť čítať. Záujem o gramotnosť začal vzrastať najmä v mestách, ktoré boli hlavnými strediskami hospodárskeho, umeleckého a intelektuálneho rozvoja. (Goff, 1991, s. 450) Kľúčový zvrät v získavaní gramotnosti však nepredstavovala iba dostupnosť a postupný nárast počtu kníh, a najmä slobodnej periodickej tlače, ale aj iné sprievodné fenomény rodiacej sa novej éry. Boli nimi industriálna revolúcia a sťahovanie sa vidieckeho obyvateľstva (nových priemyselných robotníkov) do miest, v ktorých mali lepší prístup k vzdelaniu. Gutenbergov vynález tak možno označiť za zásadný impulz k celoplošnému rozšíreniu gramotnosti. „Až do vynájdenia kníhtlače v pätnástom storočí si udržali kňazi, politické elity, učenci a pisári monopol na ovládanie čítania a písania. Keď sa gramotnosť začala postupne šíriť, iba málokto dokázal predvídať, že tak zásadne ovplyvní smer a vývoj ľudských dejín.“ (Fleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 35)

Vývoj všeobecnej gramotnosti bol však hlavne výsledkom prudkého rozvoja priemyselnej produkcie, ktorá si vyžadovala gramotných robotníkov. Vzdelávanie ľudových vrstiev prostredníctvom tzv. nedelňných škôl sa šírilo úmerne s potrebami spoločnosti a aj preto bolo ich vzdelávanie v základných školách bezplatné. Okrem toho si pracovný trh vyžadoval kvalifikované pracovné sily a z tohto dôvodu začali vznikať rôznorodé technické, prírodovedné vzdelávacie inštitúcie, učňovské školy a neskôr stredné odborné školy. Napriek tomu, že tento proces bol veľmi komplikovaný a nie vždy bol aj podporovaný a vítaný, pretože predstavoval tiež nebezpečenstvo odporu proti starým i novým držiteľom moci, postupne sa stal súčasťou univerzálneho vzdelávacieho systému. Napríklad v Kolínske zrodu priemyselnej revolúcie, vo Veľkej Británii, do 30. rokov 19. storočia neexistoval nijaký vzdelávacie systém. Pre obvyčajných ľudí nedelňné školy organizovali cirkevné organizácie. Bohatí ľudia si mohli dovoliť platiť súkromných učiteľov alebo výchovu detí v drahých súkromných školách. V takejto situácii dve tretiny poľnohospodárskych robotníkov boli negramotné a negramotné aj zostávali. Avšak časť nových robotníckych vrstiev – robotníci v továrňach či baníci, sa v nedelňných školách naučili čítať a stali sa z nich náruživí čitatelia. (Prokop, 2005, s. 157.)

Z radov gramotných robotníkov, ale aj obchodníkov, remeselníkov, drobných i väčších podnikateľov – „mešťanov,“ sa tak krok za krokom formovali šiky vďačných čitateľov periodickej tlače. „Skutočná žurnalistika vznikla až v čase spoločenskej potreby tejto činnosti, keď sa správa ako jej základný „produkt“ stala tovarom. Preto vznik novinárstva je bezprostredne

späť so zrodom a rozvojom meštiactva, ktoré z existenčných dôvodov potrebovalo informácie o vnútornom a zahraničnom dianí.“ (Vojtek, 2006, s. 7)

Masová periodická tlač v kontexte spoločenských pomerov

Sedemnásť a osemnásť storočie možno nazvať érou mechaniky a vhodnou pôdou pre nástup novej politickej a hospodárskej moci. Devätnásť storočie je érou, v ktorej už okázalo defilovala priemyselná produkcia a vyvrcholili politicko-spoločenské zmeny. Možno ho označiť aj ako éru, v ktorej došlo k vyhroteniu boja medzi novými spoločenskými vrstvami: kapitalistami a robotníkmi. Aj keď teória K. Marxa založená na ekonomickom antagonizme týchto dvoch spoločenských vrstiev počas 20. storočia stratila argumentačnú silu a aktuálnosť, je faktom, že priemyselná revolúcia nevyprodukovala iba kvantum výrobkov, ale aj novú spoločenskú silu – priemyslových robotníkov. Pochádzali z radov ľudových vrstiev, bývalých malých roľníkov, drobných remeselníkov či najomných poľnohospodárskych robotníkov, ktorých priemyselná vlna vytrhla z ich tradičného prostredia a integrovala do mestského prostredia. Stalo sa živnou pôdou na zmenu ich spôsobu myslenia i života. Nové prostredie však neformovalo iba priemyslových robotníkov, obchodníkov, drobných podnikateľov a ľudí „veľkých peňazí“ z radov vyšších spoločenských vrstiev. Produktom formovania prostredím bol priemyslový človek, ktorý sa stal súčasťou dynamiky kolobehu výroby a udalostí. Stal sa atomizovaným a homogenizovaným kolieskom v obrovskom súkolesí spoločenských pomerov. Existoval v presne vyrátaných intervaloch medzi prácou, voľným časom, zábavou a spánkom. Tento kolobeh „večných návratov“ k práci a voľnému času z neho vytvoril objekt záujmu novej podnikateľskej činnosti, ktorou bola výroba masovej tlače.

Pojmom masová tlač sa označuje celé spektrum sériovo vyrábanej produkcie: od kníh cez periodickú tlač – noviny, časopisy, po tlač reklamných brožúrok, letákov či kalendárov. Najmä na vývoji periodickej tlače možno modelovo demonštrovať hlavné črty procesu, ktorý J. Lohisse nazval pôsobením dvoch logík – „homogenizácie a diferenciacie“. (Lohisse, 2003, s. 142) Tieto procesy ilustruje príbeh amerického tlačiaru B. Daya z prvej polovice 19. storočia. Nielenže sa mu podarilo splniť sen o „americkom zázraku“, ale svojím myslením a konaním významne ovplyvnil ďalší vývoj periodickej tlače. B. Day vstúpil do dejín žurnalistickej praxe tým, že sa mu ako prvému podarilo preniknúť nákladom novín k čo najširším vrstvám obyvateľstva a realizovať tak myšlienku výroby lacných novín pre „každého.“ Noviny boli totiž koncom 18. storočia a začiatkom 19. storočia drahým artiklom. Vysoká

cena bola určovaná nielen daňovou politikou vládnych vrstiev, ale aj náročnosťou a nákladnosťou výroby periodickej tlače. Na jednej strane tieto okolnosti znamenali utlmenie čítania u revoltujúcich ľudových vrstiev, ktoré s obľubou vyhľadávali robotnícke noviny. Na strane druhej sa kupovanie drahých novín stalo statusovou záležitosťou zámožných vrstiev. Tlač pre túto societu sa vyznačovala oficiálnosťou a ťažkopádnosťou textov, ktoré sa štylizovali do intelektuálne sa tváriacej pózy. (Fleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 64 – 65) Okrem zmeny filozofie obchodnej politiky umožnili Dayov zázrak v podobe „novín pre každého“ tiež priaznivé technické podmienky, v ktorých nastala radikálna zmena. Napríklad Koenigov vynález strojevej tlače v roku 1846, využívajúci parnú energiu, Hoeova rotačka z roku 1855 a Mergenthalerov linotyp znamenali zrýchlenie a skvalitnenie procesu výroby periodickej tlače. Nástup železničnej dopravy, elektrického telegrafu, vznik prvých tlačových agentúr boli ďalšími stimulmi pre rozvoj nového priemyselného odvetvia: periodickej tlače. (Porov. Lohisse, 2003, s. 133 – 134, Vojtek, 2006, s. 51 – 52)

Malé, nenápadné noviny B. Daya – New York Sun začali vychádzať v roku 1833 s podtitulom „Sviety pre všetkých“. Noviny vydavateľ tlačil v náklade 2 000 výtlačkov, ktorý v priebehu niekoľkých rokov narástol na 10 000. B. Day sa totiž rozhodol pre taktiku zvyšovania predaja jednotlivých čísel a vsadil na vysoký obrat a nízke ceny. Otvoril tak novú stratégiu žurnalistickej a vydavateľskej praxe, ktorá od základov zmenila dovtedajšie praktiky výroby, distribúcie a predaja periodickej tlače. B. Day začal tvoriť noviny, ktoré si na rozdiel od intelektuálne a oficiálne sa tváriacej konkurencie začali všimáť život v jeho „najpikantnejších“, najtrajnejších a najskandalóznejších podobách. New York Sun začal klásť dôraz na aktuálne spravodajstvo, ale aj na každodenné, vo svojej podstate veľmi zaujímavé ľudské, citovo ladené príbehy, pričom nevynechal ani senzáčné odhalenia zo všetkých oblastí života. Noviny boli svojím jednoduchým jazykom zrozumiteľné a zaujímavé tak pre robotníkov so základným vzdelaním, ako aj pre privilegované, vzdelanejšie vrstvy. Kameleti roztrúsení po bulvároch, uliciach a uličkách, vykrikujúci informačné „návnady“ predávali zvedavým čitateľom noviny za jednu penny. Noviny „pre všetkých“, dostupné na každom rohu a k tomu úctyhodný objem reklamy na ich stránkach zabezpečili vydavateľovi komerčný úspech. Po štyroch mesiacoch sa zdvihol náklad novín na 5 000 výtlačkov a po šiestich mesiacoch na 8 000 výtlačkov. V roku 1837 vychádzal New York Sun už v dennej periodicite a jeho náklad predstavoval 30 000 výtlačkov, čím takmer zlikvidoval konkurenciu.

Dayova cesta novej žurnalistiky a novej stratégie vydávania a predaja novín sa stala inšpiráciou pre iných vydavate-

lov. Najväčším rivalom B. Daya sa stal J. G. Bennett, pôvodom Škót, so svojím legendárnym titulom New York Herald. Úspech u čitateľskej verejnosti si vydobyl nekonvenčnosťou, otvoreným pohrdaním puritánskou morálkou a demonštratívnym opovrhovaním tradičnými hodnotami. Leitmotívom jeho novín boli hrdelné zločiny, znásilnenia, perversné udalosti, ktoré vyražali dych nielen puritánskym snobom, ale aj na tvrdý život zvyknutej „spodine“. Súčasťou obsahovej skladby novín boli informácie zo sveta politiky, kultúrnych a spoločenských udalostí, ale dôraz sa kládol aj na rôzne senzáčné odhalenia z prostredia tzv. „lepšej“ spoločnosti.

Komodifikácia informácií v periodickej tlači

Vývoj novín v línii „pikantérii“, škandálov či neuveriteľných príbehov, mal rôzne peripetie. Koncom 19. storočia sa honba za informáciami vymkla pravidlám etiky a elementárnej slušnosti. V novinovede sa táto etapa vo vývoji vydávania periodickej tlače pomenovala ako „obdobie žltej žurnalistiky.“ Pojem žltá žurnalistika vznikol na základe kresleného seriálu publikovaného v Sunday World v roku 1896. Hlavnou postavickou comicsu bola na žltu zafarbená postavička nespratníka. Keď v roku 1897 jeho autor odišiel do konkurenčného denníka, postavička zo Sunday World nezmizla, ale aj naďalej zabávala svojich čitateľov. Konkurenčný zápas prostredníctvom dvoch žltých postavičiek sa stal inšpiráciou pre pomenovanie oboch periodík ako žltá tlač. Pojem sa etabloval a dodnes sa používa na označovanie bulvárnej tlače, ktorej základnými charakteristikami je preexponovaná, dynamická grafika s nadvládou obrázkov nad textom a obrovskými a výraznými titulkami; výber marginálnych, nepodstatných, zveličených informácií; výroba tzv. „novinárskeho kačič“; dehonestácia spravodajských žánrov s komentujúcimi prvkami, povrchnosťou atď. (Jacz, a kol., 1982, s. 549 – 550). „Žltá žurnalistika predstavuje úpadkový typ novinárstva, lebo nedodržiava etické princípy profesie a výber i spracovanie faktov jednostranne podriaďuje komerčným záujmom.“ (Vojtek, 2006, s. 57)

Spoločenská a kultúrna atmosféra raného kapitalizmu 19. storočia predurčovala hru bez pravidiel. Tvrdý konkurenčný boj a spoločenské a sociálne pohyby mali vplyv aj na vývoj novín. Boj o čitateľa nadobúdala koncom 19. storočia zvrátenú podobu. V snahe zvýšiť príťažlivosť periodík sa vydavatelia uchýľovali k rôznym poloprávdám, klamstvám, fikciám, mystifikáciám až absurdnostiam. Úcta k faktom sa v redakčnej praxi stala istým druhom anachronizmom. Existencia žltej žurnalistiky mala vo svojej najordinárnejšej podobe krátke trvanie. Na prekročenie etických, spoločenských, ale aj právnych hraníc začali upozorňovať najmä vrstvy intelektuálov: predstavitelia cirkví, politických

strán, zástupcovia štátnych inštitúcií, literáti a pod. Profesionálne novinárske organizácie boli nútené pod tlakom verejnosti zostaviť žurnalistické kódexy, ktoré svojim členom vymedzovali pravidlá profesionálnych prístupov. Niektoré praktiky žltej žurnalistiky však pretrvávajú dodnes. Slúžia nielen na zvyšovanie nákladu, ale aj na účelové škandalizovanie a politizáciu: konštruovanie poloprávď alebo informácií vyhrnutých z kontextu udalostí. Ich cieľom je mediálna dehonestácia rôznych osobností politického, spoločenského a kultúrneho života, ktorá sa realizuje zvyčajne na základe objednávky rôznych záujmových skupín. Deje sa to napriek tomu, že vo väčšine demokratických krajín sa porušovanie kritéria pravdivosti novinárskeho prejavu rieši zákonnými opatreniami.

D. Prokop pripomína, že práve vynález elektrického prúdu a drôtový telegraf boli rozhodujúce pre rozvoj masovej tlače, pretože umožňovali zhromažďovanie informácií zo vzdialenejších miest. (Prokop, 2005, s. 163) Telegrafu možno pripísať aj inú úlohu. Podľa N. Postmana najmä vynález telegrafu radikálnym spôsobom zmenil dovtedajšie chápanie informácie a jej hodnoty, lebo jej prísúdil vo verejnej komunikácii nový význam. „V širokom meradle telegraf uviedol do života fenomény irelevantnosti, inkoherecie a bezmocnosti. Títo „démoni“ komunikácie boli prebudení k životu tým, že telegraf oprávnil existenciu informácie zbavenej kontextu, tzn., že informačnú hodnotu neviazal s jej funkciou. Tú by však informácia o spoločenskom a politickom rozhodovaní mala spĺňať. Telegraf premenil informáciu na tovar, na „vec“, ktorú je možné kúpiť alebo predáť bez ohľadu na jej zmysel alebo úžitok.“ (Postman, 1999, s. 73 – 74)

Nová filozofia informačných obsahov a posolstiev v periodickej tlači sa v 19. storočí stala lákadlom pre široké masy čitateľov. Je však pravda, že vydavatelia boli pod tlakom hnutí odporu vystavení systému väčšej spoločenskej kontroly a začali upevňovať svoj status seriózných periodík šírením dôveryhodných, objektívnych informácií, ktorým sú cudzie metódy bulvárnej tlače. Serióznosť a dôveryhodnosť sa tak stali nielen symbolickým protipólom bulvárnych novín, ale zároveň aj identifikačnými atribútmi a artiklami iného druhu periodickej tlače. Na základe týchto znakov vydavatelia oslovovali špecifické cieľové skupiny. Finančná stratégia lacných grajciarových novín priťahovala záujem inzerentov o platený priestor na ich stránkach. Reklamný priestor sa stal stimulom tak pre predajcov, ktorí chceli svojím tovarom alebo službami oslovíť čo

najší počet čitateľov, ako aj pre vydavateľov. Vydavatelia si platbou za inzerciu totiž riešili vysoké finančné náklady spojené s výrobou a distribúciou novín. Silný, neúprosný konkurenčný boj medzi vydavateľmi periodickej tlače o čitateľov a objemy peňažných balíkov za reklamu od prosperujúcich inzerentov predurčili ďalší vývoj a správanie sa masovej tlače v jej počiatkoch, neskorších štádiách až po súčasnosť. Ak porovnáme metódy riadenia, výroby a predaja periodickej tlače na konci 19. storočia so súčasným stavom, tak zistíme, že sú si veľmi podobné. Základy inštitucionálnych vzťahov a ekonomických väzieb medzi médiami, inzerentmi a čitateľmi boli totiž vytvorené už v 19. storočí pri vzniku masovej tlače. Vo svojich základných východiskách platia tieto väzby, pravidlá a formálne znaky vo vydavateľskej a redakčnej praxi aj na začiatku tretieho tisícročia.

Masová tlač sa stala pre úspešných vydavateľov zdrojom obrovských finančných ziskov. Ich psychologický vplyv na formovanie mentality, názorových postojov a nálady obyvateľstva sa stal dobrým obchodným artiklom. Tento fakt predurčil novinový priemysel za zakladateľa veľkej mediálnej „ríše“, tzv. „siedmej veľmoci“, ktorú jej tvorcovia i obhajcovia nazvali tiež „strážnymi psami demokracie.“ Masová produkcia tlače iniciovala nové politické, spoločenské a kultúrne pomery v spoločnosti, pretože radikálnym spôsobom narušila dovtedajšie informačné bariéry. Ministerský úradník, továrenský robotník, predavač, obchodník, burzový maklér, podnikateľ, ale aj študent, profesor alebo žena v domácnosti sa zabávali novotami, senzáciami alebo rôznymi „nehanebnosťami“ z oblasti politiky, obchodu, spoločenského života alebo z umeleckých kruhov. Iná časť verejnosti, ktorá mala ambíciu odlišovať sa od „spodiny“ a nevzdelancov, zase okázalo listovala v tzv. seriózných, mienkotvorných periodikách, čím deklarovala nielen svoj úctyhodný spoločenský status, ale aj fakt, že čítanie tohto druhu tlače je prejavom širšej rozhladenosti a hlbšieho poznania politických, ekonomických a spoločenských problémov.

Koncom 19. a začiatkom 20. storočia, keď mediálny trh tvorili najmä noviny, časopisy a knihy, možno už hovoriť o novej forme komunikácie, ktorej bázou predstavovala masovosť. Masový spôsob sprostredkovania informačných obsahov a posolstiev mal dosah na etablovanie politického systému podporujúceho moc novej kapitálovej vrstvy, ďalej na organizáciu spoločnosti a na vznik nových inštitúcií. Určoval úroveň vzťahov, transformoval normy a hodnoty. Masová tlač

sa stala jedným z významných faktorov pri formovaní mentality moderného i postmoderného človeka, bytosti od danej masovému konzumu, podriadenej lákadlám masovej kultúry a ideálu kvality, ktorým je však paradoxne kvantita vyjadrená výškou predaného nákladu.

PhDr. Hana Pravdová, PhD.,
Katedra masmediálnej komunikácie UCM,
Filozofická fakulta UK

Literatúra

- BREČKA, S., a kol.: Od tamtamov po internet. BVPŠ, Eurokódex 2009. ISBN 978-80-89363-29-2.
- FLEUR, L. M. De, BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, S.: *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum 1996. ISBN 80-7184-099-8.
- GOFF, J. Le: *Kultura středověké Evropy*. Praha: Odeon 1991. ISBN 80-207-0206-7.
- JACZ, L., a kol.: *Malá encyklopédia žurnalistiky*. Bratislava: Obzor 1982.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.: *Média a společnost*. Praha: Portál, s. r. o., 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- KUNCZIK, M.: *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum 1995. ISBN 80-7184-134-X.
- LOHISSE, J.: *Komunikační systémy. Socioantropologický pohled*. Praha: Karolinum 2003. ISBN 80-246-0301-2.
- McLUHAN, M.: *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: JOTA 2000. ISBN 80-7217-128-3.
- McLUHAN, M.: *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Odeon: Praha 1991. ISBN 80-207-0296-2.
- McQUAIL, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, s.r.o. 1999. ISBN 80-7178-200-9.
- MEYROWITZ, J.: *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum 2006. ISBN 80-246-0905-3.
- PROKOP, D.: *Boj o média. Dejiny nového kritického myšlení o mediích*. Praha: Karolinum 2005. ISBN 80-246-0618-6.
- POSTMAN, N.: *Ubatvit se k smrti*. Praha: Mladá fronta 1999. ISBN 80-204-0747-2.
- THOMPSON, J. B.: *Média a modernita*. Praha: Karolinum 2004. ISBN 80-246-0652-6.
- TUŠER, A.: *Ako sa robia noviny*. Bratislava: SOFA 1999. ISBN 80-85752-66-2.
- VOJTEK, J.: *Prehľad dejín anglického a amerického novinárstva (1622, resp. 1690 – 2000)*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda 2006. ISBN 80-89220-08-8.
- VOJTEK, J.: *Úvod do organizácie redakčnej práce a redigovania*. Bratislava: Univerzita Komenského 2000. ISBN 80-678-0678-7.
- VOJTEK, J.: *Úvod do organizácie redakčnej práce*. Bratislava: SZN, 1976.

REFLEXIA KULTÚRY – príloha Národnej osvety 12/2010 pre kultúrno-osvetovú teóriu, reflexiu a pre vedu a výskum v oblasti kultúry.
Redakčné spracovanie: NÁRODNÁ OSVETA – mesačník pre rozvoj miestnej kultúry a záujmovej tvorivosti. Vydáva Národné osvetové centrum. **Šéfredaktor:** Štefan Cífra. **Zostavovateľka prílohy:** PhDr. Svetlana Chomová, PhD. **Redakcia:** Mgr. Oľga Silnická (odborná a jazyková redakcia), akad. maliar Jozef Porubčín (výtvarný návrh obálky prílohy). **Tajomníčka redakcie:** Gabriela Taffernerová. **Softvérová a grafická úprava:** Štefan Cífra. **Tlač:** X-print, s. r. o. – Slovenská tlačiareň, Bratislava. Index časopisu Národná osveta: 48449. ISSN: 1335-4515. EV: 3056/09. Redakciu nevyžiadané rukopisy a obrazové prílohy sa nevracajú. Nepredajné.