

Účinkovanie privátnych televíznych masmédií

(lesk a bieda)

Anton Lauček

Abstrakt

Hlavným cieľom privátnych televíznych masmédií, ktoré vstúpili na slovenskú mediálnu scénu po roku 1989 je finančný profit. Ich programy majú vysokú sledovanosť, otvorili závažné spoločensko-politické témy, priniesli slobodnú výmenu myšlienok a televíznych formátov. No v rámci ktiticko-publicistickej reflexie treba uvažovať aj nad ich viacerými mediálnymi komunikátmi, ktoré v rámci tzv. zábavnej funkcie subverzívne útočia na ustálené morálne a mravné zásady spoločnosti, diváka devastujú, ohlupujú a vnútorne rozvracajú.

Kľúčové slová: médiá, masmédiá, televízia

Abstract

Financial profit is the main goal of private television mass media that entered on the Slovak media scene after 1989. Their programs have high viewing, they open up major socio-political themes, bring free exchange of ideas and television formats. However, in the context of the journalistic reflection, it is also necessary to consider their multiple media communications, which within the so called fun function subversively attack on the steady moral principles of society, the viewers are devastated, pealed and internally distracted.

Key words: media, mass media, television

Vďaka masívnemu účinkovaniu formujúcemu mienku a postoje verejnosti, vďaka zásahom do života jednotlivca a kolektívu, vďaka širokej ponuke najrôznejších žánrov sprostredkujúcich domáce i svetové dianie sa televízia stala širokospektrálnym činiteľom ovplyvňujúcim celú spoločnosť. Ako elektronické masmédiu plní informačnú a poznávaciu, výchovnú, vzdeláva-

ciu, osvetovú, rekreačno-oddychovú, hedonistickú, direktívnu a regulatívnu funkciu (Tušer 2010). V našom mediálnom priestore sa orientovala aj na rodinu a vo svojich začiatkoch sa pomyselne transformovala skoro až na jej člena. Dôverne vstupovala do rodinného kruhu, stávala sa inšpirátorom a svedkom sociálneho dialógu. Ukazovala reálny život človeka, vychovávala, dopĺňala školské vzdelávanie, oboznamovala s dielami našich a svetových špičkových umelcov, s takými obsahmi, ktoré človeka poľudšťovali, formovali po stránke etickej a estetickej, vracali ho k podstate, z problémov dvíhali na krídla fantázie, pomáhali mu žiť. Divák spoznával skutočné osobnosti verejného a kultúrneho života, vynikajúcich vedcov, umelcov a športovcov, televíznym programom ho sprevádzali moderátori a moderátorky, fundovaní a vzdelaní, bezchybne ovládajúci spisovnú normu slovenského jazyka. Dokázali moderovať dokonale pripravení, so znalosťou problematiky, s rozumom a noblesou. Bolo nemysliteľné, aby vo vysielaní odzneli vulgarizmy, prípadne obscénne narážky. Televízne pondelky, keď bratislavská literárno-dramatická redakcia vysielala celoštátne svoje inscenácie diel našich alebo svetových dramatikov boli povestné, nedele sa stávali sviatkom aj kvôli *Nedelnej chvíľke poézie*. A hoci išlo o vysielanie v bývalom, komunizmom a cenzúrou poznačenom režime, divák vnímal vtedajšie politické dianie sprostredkované televíznymi kamerami zväčša okrajovo, mnohokrát ako povinný folklór. Najvyššiu sledovanosť mali televízne formáty prinášajúce oddych, poučenie, poznanie, osvetu, zábavu a veľmi často hlboký umelecký zážitok. K tomu ho „rodinná“ televízia viedla, takého poslucháča si vychovávala, bola pre neho nielen zdrojom informácií, ale aj poslom humanizmu a morálnych hodnôt.

V rámci spoločenských a politických zmien po roku 1989 vstúpili na slovenskú masmediálnu scénu nové televízne spoločnosti ovládané súkromnými vlastníkmi. Ich hlavným cieľom, hoci neprízvukovaným, no ovplyvňujúcim fungovanie celej masmediálnej organizácie a vysielaný program, je finančný profit. Ziskovosti sa prispôsobuje výber zamestnancov, štruktúra jednotlivých pracovísk, voľba, realizovanie a nastavenie mediálnych formátov, reklama, predaj záznamov programov, nákup a predaj licencií. Teória komunikácie v takomto médiu je prepracovaná a dôsledne sleduje „*psychologické, sociologické, sémantické i pragmatické ciele komunikačného procesu*“ (Tušer 2010, s. 14). Cieľom, prinášajúcim zisk, je vysoká sledovanosť.

Pád komunistickej totality znamenajúci okrem iného aj zrušenie cenzúry a uvoľnenie masmediálneho trhu, priniesol do slovenského mediálneho priestoru veľa pozitívneho. Otvorili sa dovtedy tabuizované témy, priestor vo vysielaní dostali aj významné osobnosti z radov emigrantov a disidentov, na obrazovke sa objavili totalitnou cenzúrou zakázané filmy a programy, nastúpil slobodný pohyb a výmena televízných formátov. Divák, túžiaci po novinkách a poznani,

nasával plnými dúškami predkladané a často pritom nerozlišoval, aký úžitok mu sledovaný program prináša, či ho skutočne povzbudzuje do života, či pod jeho vplyvom osobnostne, vedomostne, morálne, esteticky rastie, alebo ho televízne vysielanie privátnej spoločnosti dezinformuje, zráža na kolená a vnútorne rozvracia.

O prínosoch vysielania súkromných spoločností sa popísalo veľa, ich programy majú vysokú sledovanosť, ich redaktori otvorili a pomáhali riešiť mnohé spoločenské a politické kauzy, viacerými formátmi vychádzajú v ústrety svojim poslucháčom. No v rámci publicisticko-kritickej reflexie treba uvažovať aj nad negatívnym pôsobením niektorých nimi vysielaných produktov, ktoré subverzívne útočia na tradičné hodnoty a ustálené zásady v spoločnosti. Diváka nimi devastujú, ohlupujú, dezinformujú, nepriamo napomáhajú rozvracaniu rodín.

Pôvodné funkcie „totalitnej“ televízie týkajúce sa informovania, výchovy, vzdelávania, socializácie, produkcie umeleckých programov pre dospelých a aj pre mládež ustúpili v privátnom médiu pôsobiacemu na Slovensku do úzadia. Súkromné televízne spoločnosti vsadili na zábavu ako na hlavnú funkciu nimi vlastniaceho média, na hedonizmus a na reklamu. Umelecké programy nahradili prevažne filmovou produkciou pochádzajúcou z krajiny vlastníka (vlastníkov) a túto krajinu propagujúcu – v nej existujúci spôsob života, uvažovania a konania, zvyky, hospodárstvo, jej záujmy, politiku, prírodu a kultúru. Cenzúru existujúcu v predošlom totalitnom režime vystriedala „samocenzúra“ – znamená to, že vyrábané, prípadne zakúpené a vysielané audiovizuálne formáty nesmeli a ani v budúcnosti nesmú ohroziť záujmy vlastníka (vlastníkov) televízie.

V privátnych televíznych médiách pôsobiacich v slovenskom mediálnom priestore môžeme sledovať viaceré mediálne komunikáty, ktoré nemajú vysoké umelecké ambície. Seriálovo pravidelne produkujú vyfabulované príbehy realizované pokiaľ možno s čo najnižšími finančnými nákladmi, pričom dramatickosť nahrádzajú drsné dialógy šokujúce bezočivosťou a primitivizmom. Vysielajú rôzne „prípady“, v ktorých sa potreba psychologizácie postáv a vysvetlenie či riešenie supluje jednoduchým vyrozprávaním a dorozprávaním záveru účinkujúcimi. Vykonštruovanosť často banálnej zápletky má za úlohu uspokojiť diváka hľadajúceho vzrušenie a jednoduchú nenáročnú „tret'otriednu“ zábavu. Tzv. humoristické programy sa vyznačujú nechutnými narážkami, „smiešnymi“ grimasami a gestami protagonistov, pričom v nich účinkujú známi herci, herečky a moderátori, keďže mediálny trh im iné príležitosti málo ponúka. Divák disponujúci aspoň miernou dávkou vkusu a uvedomujúci si trápnosť násilných vsuviek nahraného smiechu sa pri ich sledovaní dostáva do rozpakov a dáva si v duchu otázku, či tvorcovia programu pokladajú všetkých poslucháčov za individua so zníženým intelektom.

Aj stereotypné przenie slovenčiny, neustále sa opakujúce v jednom z nekonečných seriálov má tiež byť zdrojom slúžiacim na rozveselenie a zábavu. Vo rozličných „realityšou“ sa protagonisti vybraní starostlivo na základe psychologických testov dostávajú do konfliktných situácií predpísaných scenárom a v mene túžby po vysokej konečnej finančnej odmene sú ochotní nechať sa ponižovať, prejavit' nedostatky svojej povahy, skryté psychické poruchy, vášne, intimitu. V „panelákových“ príbehoch tvorcovia presviedčajú poslucháča, že je úplne normálne a vlastne spoločenským trendom byť neverný, sporadicky sa rozvádzať, podvádzať, okrádať, holdovať alkoholu, správať sa surovo, byť agresívny, drzý a že rodina vôbec nemusí byť pilierom spoločnosti - nahradiť ju môžu iné, voľnejšie väzby medzi dospelými. Seriál o „profesionálnych“ policajtoch síce obsahuje humorný náboj, no stavia najmä na charakterovej komike niektorých účinkujúcich. V jeho začiatkoch išlo o netradičné a divácky vďačné nóvum, a to najmä kvôli prostrediu, v časech socializmu prakticky nedotknuteľnému, v ktorom sa odohráva. S počtom natočených pokračovaní sa stráca intenzita príbehovosti a vyfabrikovanosť zápletky upozorňuje stále viac na nedostatok invencie a nápadov. Tvorcovia ich potrebu supľujú agresívnou rétorikou, postavami z externého prostredia, netradičnými kostýmovými premenami, ktoré majú šokujúco pôsobiť a sexuálne ladenými scénami. Ozvlášťňovaním diania má byť častý odchod protagonistov do útočiska, čiže na toaletu. „Svišťový“ seriál buduje na osvedčených hereckých protagonistoch a exkluzívnom prostredí chaty v horách. Aj v ňom kultúrne mysliači a cítiaci divák odhalí nevieryhodnosť „pozliepaného“ príbehu, navyše umocneného trápnosťou dialógu. „Hornodolnú“ sériu možno v istom zmysle pokladať aj za urážku slovenského vidieka, na ktorom jej autori nevidia nič pozitívneho – dedinčanov a slovenskú dedinu tu charakterizuje ustavičné opilstvo, obmedzenosť, živelne fungujúci obecný úrad, pochybný farár, chýbajúca inteligencia a množstvo smutno-smiešnych postavičiek. Jednotlivé diely budujú na vyfabulovanom príbehu unavujúcim ťažkopádnosťou, primitivizmom a stereotypmi. Rodinu ako základ spoločnosti, ktorá je na vidieku ešte prevažne fungujúca, „hornodolní“ tvorcovia pravdepodobne obišli zámerne. Aj „smotánkové“ ukážky, hoci vyhradenou skupinou konzumentov s obľubou sledované, sa vlastne divákovi vysmieľujú. Prioritne slovenským ženám, mnohokrát za minimálnu mzdu ťažko pracujúcim, ktorým kamera predvádza veľmi drahé outfity tzv. celebrit – väčšina z nich nikdy skutočne nepracovala a vydržiavajú ich podozrivo zbohatnutí partneri. „Mafiánsky“ seriál od začiatku šokoval verbálnou pornografiou, sprvoti bol vysielaný v nočných hodinách, v súčasnosti nie je problémom dostať sa k nemu aj v inom čase. Výrobu animovaných filmov pre deti, v ktorých bola tvorba bratislavského televízneho vysielania pre deti a mládež na vynikajúcej, umeleckým svetom oceňovanej úrovni, nahradilo vysielanie dovezenej produkcie, nevhodne ovplyvňujúcej správanie sa detí. Hlavní hrdinovia zväčša

amerických rozprávok tu málokedy vyhrávajú pomocou dôvtipu, pri riešení konfliktov nepoužívajú humánne prostriedky, ale svojich protivníkov porážajú tak, že ich jednoducho bijú, prípadne nechávajú vybuchnúť. (Následne deti v materskej škôlke používajú voči svojim odporcom násilné metódy odpozerané z takýchto audiovizuálnych produktov.)

Skladba vysielaného programu smeruje k výchove nenáročného diváka, pomerne ľahko ovplyvniteľného. Ustavičné reklamy prerušujúce produkt na obrazovke si potom pomerne ľahko nachádzajú konzumenta. Priemernosť až podpriemernosť spomenutých komunikátov spôsobuje, že ich len ťažko možno označiť za umeleckú tvorbu, trendujú skôr k filmovo-zábavnému braku. Presila ich sledovanosti zatláča do úzadia formáty s ambíciou solídnosti. Pôvodné funkcie mediálneho účinkovania sa potom aj vďaka nim dostávajú do kontrastných polôh. Namiesto informovania nastupuje dezinformovanie, keďže divákovi sprostredkujú neseriózne a skreslené videnie sveta bez starostí, v ktorom existuje iba nekonečná „šou“ a zábava. Výchovné a vzdelávacie pôsobenie prakticky absentuje, naopak spomínané formáty deštruktívne pôsobia hlavne na mládež, nevedú ju k zodpovednosti a túžbe po poznaní. Namiesto skutočných osobností z oblasti vedy, techniky, umenia a športu jej ako „zábavné“ vzory prezentujú a popularizujú „osobnosti“ z obrazovky, často s morálnym defektom, dokonca psychicky narušené. O socializácii ako ďalšej funkcii tiež možno polemizovať, ak televízia ponúka denne aj formáty plné agresie, násilia a vulgárnosti, preplnené rodinnými a spoločenskými konfliktami.

Hodnotové podložie spomenutých komunikátov je z hľadiska spoločenského úžitku diskutabilné, jeho primárnym cieľom je udržať diváka pred obrazovkou čo najdlhšie, aby mohol „konzumovať“ čo najviac reklamy. V honbe za týmto cieľom ich tvorcovia neváhajú búrať ustálené mravné a etické zásady, obracať naruby klasické vnímanie hodnôt. Ich produkty, poznačené absenciou krásy, ktorá je základným pilierom umenia, devastujú duševný život poslucháča, útočia na najprimitívnejšie pudy. Nepotrebujú, aby premýšľal, aby bol rozhladenejší a múdrejší, aby zažíval estetické pohladenie vnútra. Takého percipienta chápu ako neželateľného, „zábavné“ formáty kriticky vnímajúceho.

V konečnom dôsledku ostáva rozhodujúcim činiteľom divák. Alebo duševne zakrpatie ako konzument ponúkaných televíznych programov, ktoré budú nenápadne, ale o to intenzívnejšie ovplyvňovať jeho život, intelekt a rozhodnutia, alebo z pozície slobodnej a nezávislej osobnosti vykoná racionálny výber, a to devastujúce, neprinášajúce žiadne poznanie, osvetu, humánne a umelecké posolstvá odmietne.

Zoznam použitej literatúry:

IZRAEL, P. a kol. *Médiá a socializácia*. Ružomberok: Verbum, vydavateľstvo KU, 2012.

LAUČEK, A. *Iba tak IV*. Námestovo: Tlačiareň Kubík, 2013.

TUŠER, A. a kol. *Praktikum mediálnej tvorby*. Bratislava: Eurokódex, 2010, 357 s.

ZASEPA, T. a P. OLEKŠÁK, P. *Ako rozumieť televízii*. Ružomberok: Verbum, vydavateľstvo KU, 2014.