

# Pejorativní vnímání katastrofického zpravodajství

VIKTOR MECA\*

Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, Praha

## The Pejorative Perception of Catastrophic News

**Abstract:** The pejorative perception of catastrophic news signifies the deformed decoding of TV reality by audiences. This consideration is built on the psychological effect of illusion on the human psyche and reflects one of the fallacies which Richard Allen calls the pejorative illusion. This deformation is not necessary in human perception, and its occurrence is possible only in the moving arts, such as film and, in the sense used here, television performance, too. The pejorative illusion belongs to the learning reflection of TV and film values and it is one of the methods which enables people to escape into fictive film reality. People watching TV news, especially bad news, affected the same processes of escapism. The New York bombing catastrophe influenced people all over the world, and some spectators who followed the live broadcast of falling skyscrapers were first able to deny TV reality by thinking about a good, catastrophic film performance. In the end everyone accepted the reality of this terrible terrorist attack, but the first pejorative deformation raises the question of whether television is really able to mediate authentic reality.

*Sociologický časopis, 2001, Vol. 37 (No. 4: 473-478)*

Lidé nepřijmou v televizi válku. Přijmou válku ve filmu. Přijmou válku v novinách. Nikdo nepřijme válku v televizi. Byla by příliš blízko.

Herbert Marshall McLuhan

Když režisér Zdeněk Svěrák prohlásil, že televizní záběry hořících a padajících věží Světového obchodního centra v New Yorku považoval za nějaký další katastrofický film, vyvstala u mě otázka, jestli se tato pokřivená interpretace zpravodajských významů týká pouze profesionálních režisérů, kameramanů, kteří se na svět dívají skrze své filmové oči, nebo se podobným způsobem deformuje i vnímání všech ostatních diváků. Závěry studií v oblasti filmové sémiotiky a lingvistiky, psychologie a mediálních studií však potvrzují, že se pravděpodobně nejedná o jev nijak náhodný a z hlediska typu příjemců zdánlivě neomezený.

### Pejorativní iluze

Toto pokřivené vnímání zpravodajství je spojené s procesy popírání televizní reality. Dle Richarda Allena se na tomto pokřivení podílí tzv. *pejorativní iluze*. Je to klam, který může vznikat při sledování určitých filmových (dle mého názoru i televizních) scén. Důležitým prvkem je, že tuto iluzi může divák prožívat dobrovolně, není tedy vynucená a

---

\*) Veškerou korespondenci posílejte na adresu: Viktor Meca, Smetanovo nábřeží 6, 110 00 Praha 1, tel. (02) 2211 2265, e-mail viktor.meca@seznam.cz

vzniká tehdy, když recipient sám vnitřně chce vnímat něco iluzivního. Dále, že je doprovázena jevem, který Allen nazývá „vidění jako“. Což jeden ze čtyř typů možných iluzí.<sup>1</sup>

Jev „vidění jako“ souvisí s mírou pozornosti, kterou věnujeme vnímanému objektu. Subjektivním přeceňováním určitých prvků podnětového pole, jejich intervencí, psychologickými projekcemi a působením dalších činitelů vzniká při vnímání iluze. Zde psychologové rozlišují *klamy*, které se vysvětlují konfiguracemi předmětů, a *iluze* zdůvodnitelné subjektivními činiteli, zejména intervencemi afektů (ze strachu může člověk v noční krajině vnímat keř jako skrčenou postavu). „Podstatou vnímání je tedy *subjektivnost vnímání*, již se v širším smyslu rozumí závislost vnímání na subjektu, a to nejen na stavbě a činnosti jeho smyslového ústrojí, ale také na jeho druhové a individuální zkušenosti, k níž patří příslušnost k určitému kulturnímu prostředí a k určité historické etapě vývoje společnosti,“ uvádí *Lexikon psychologie* Milana Nakonečného [1995].

Tato dvě kritéria, zda je iluze či není nezbytně nutná a zda zahrnuje nebo nezahrnuje „vidění jako“, se pak podílí na vzniku pejorativní iluze. Ta dle Allena vzniká na rozdíl od ostatních iluzí pouze u filmových děl (tedy tam, kde se obrázky pohybují). Že není nezbytně nutná, neznamena, že divák nepotřebuje mít určitou mediální znalost, naopak vzniká pouze u lidí, kteří jsou schopni od sebe oddělit zážitek filmové fikce a skutečnosti, reprezentované například autentickými zpravodajskými záběry. O této mediální zkušenosti se zmiňuje také kanadský sociolog médií Marshall McLuhan [2000]. Na základě jeho úvah lze dospět k závěru, že pejorativní iluze by každopádně nebyli schopni domorodci, neposkrvnění filmovým (mediálním) průmyslem. „Gramotné společnosti jen obtížně chápou, proč negramotní lidé nevidí trojrozměrně a perspektivně. Domníváme se totiž, že jde o normální vidění a že ke sledování filmů či fotografií nepotřebujeme žádnou přípravu.“

Pejorativní iluze je spojena s jevem, který Sergej Michajlovič Ejzenštejn [1959] označuje pojmem fiktivnost, což je vlastnost člověka, která mu umožňuje prožívat fiktivní scény ve filmu či divadle. „...divák bez skutečné příčiny a bez reálného děje prožívá tu velkolepou stupnici šlechtivosti, heroismu, kterou mu předvádí drama; nebo dá rovněž fiktivní průchod nízkým instinktům a zločinným vlohám jeho povahy – ovšem nikoli činem, nýbrž zase prostřednictvím těchto reálných citů, provázející fiktivní spoluúčast na nepravostech, odehrávajících se na scéně.“ Na rozdíl od Ejzenštejna se domnívám, že fiktivně provádět hrdinské činy, fiktivně prožívat velké duševní otřesy může člověk svým spoluprožíváním nejen v umění, ale při sledování pohybujících obrázků všeobecně. To je také důvod, proč naprostá většina obyvatel této planety začala ihned participovat na americké tragédii, a to bez ohledu na to, zda divák považoval zobrazovanou tragédii za reálnou.

Naše získaná zkušenost s pejorativní iluzí vybízí při vnímání určitých filmových (televizních) scén, zejména fiktivně vyhlížejících, ke vzniku fiktivnosti prezentované události. Divák, dosud ne plně informovaný o světovém dění, pak mohl realitu televizních záběrů padajících mrakodrapů vnímat jako podařený katastrofický film. Pejorativní iluze tak zde dle mého názoru funguje obráceně, tedy nejen od filmu k divákovi, ale od

<sup>1</sup>) Richard Allen [1997] rozlišuje iluzi *trompe-l'œil*, Müller-Lyerovu iluzi, reproduktivní a pejorativní iluzi. Ty se liší podle toho, zda jsou či nejsou nezbytně chápány jako iluze a zda obsahují jev „vidění jako“. Příkladem „vidění jako“ (*seeing-as*) je např. Jaströwova kresba kachny a králíka či Neckerova krychle. Zde člověk nemůže sledovat oba aspekty obrázků najednou, nýbrž musí přeskakovat střídavě z jednoho na druhý.

diváka k mediálnímu sdělení. Může se proto stát, že ačkoliv jsou průběžně s obrazem prezentovány informace potvrzující skutečnost, divák tyto informace nějakou dobu odmítá jako reálné, popřípadě jim přiřadí hodnotu historizujícího dokumentu o nějaké dávné události.<sup>2</sup> Odmítání reality však není nekonečné a její přijetí může uspišit přítomnost lidí, kteří již realitu přijali za svou, popřípadě doprovodné sledování dalšího média. Nelze opominout ani fakt, že popření skutečnosti může souviset s psychologickým prožíváním člověka, který se snaží ve svých myšlenkách negovat vše, co je špatné, co mě ohrožuje, nahrazením pocitu fiktivnosti (To přece není pravda, to se mi jen zdá.)

### Tupý smysl

Převrácení mediálního významu může souviset s dalším jevem, který Roland Barthes [1994] označuje jako *tupý smysl*. Barthes ve své studii rozděluje vnímání sdělení na tři úrovně: úroveň komunikace, úroveň signifikace a úroveň signifikantu. První komunikačního úroveň, informativní, shromažďuje všechno poznání, které přináší výprava, kostýmy, postavy, jejich vztahy, jejich zařazení do příběhu, který znám (v New Yorku se zhroutily dva mrakodrapy). Úroveň signifikace je spojena se symboly (trosky domů jsou symbolem války). Třetí úroveň, kterou Barthes nazývá tupý smysl, se jakoby vymyká předchozím dvou sdělením, stojí vně řeči, přitom uvnitř zarámování. „Tupý smysl není v jazyce (*la langue*) (ba ani v jazyce symbolů). Není ani v řeči (*la parole*) (...) tupý smysl není umístěn strukturálně, sémantolog jej nepřipustí jako objektivní existenci. Tupý smysl je signifikant bez signifikátu: odtud nesnadnost ho pojmenovat.“

Z hlediska analytického obsahuje tupý smysl něco *výsměšného*. „Pro tento smysl přijímám pejorativní konotaci, jakoby se tupý smysl roztahoval vně kultury, vědění, informace.“ Je to něco, co se nedá popsat, je to zobrazení, které se nedá zobrazit. Barthes toto něco nazývá filmové, co by měl obsahovat každý správný film. Tím, že nedovedu popsat, proč autentický záběr padajícího mrakodrapu ve mně vzbuzuje pocity neskutečnosti, absurdnosti, stává se pro mě filmem. Není to zpravodajství – je to správný film.

Otázka je, zda výše popsaná pejorativní iluze a přisuzování fiktivního významu reality zobrazované televizí přímo nekoresponduje s vnímáním zpravodajství jako zábavy, tak jak se domnívá řada médiologů. Například dle Neila Postmana [1999] má televize schopnost *jakékoli téma převést na zábavu*. „Pravou povahou média je proto dáno potlačování myšlenkového obsahu ve prospěch toho, co si žádá vizuální zájem diváka – tedy ve prospěch hodnot zábavy.“ Tomu má napomáhat i zpravodajský koncept *A ted'!*. „Naznačuje se jím, že to, co jsme právě slyšeli nebo viděli, nemá žádný význam pro to, co uslyšíme či uvidíme za okamžik, případně kdykoli potom. Je to vlastně přiznání faktu, že svět, tak jak jej mapují elektronická média, nemá řád ani smysl a není třeba jej brát vážně.“

Na tomto místě je třeba zdůraznit, že obraz má sám o sobě vysoký potenciál aktivovat celou škálu emocí v naší mysli. Tím se obrazový kód liší od verbálního, kde jsou výrazové a aktivační funkce jazyka potlačeny na úkor popisné – řeč a písmo proto mnohem lépe podávají informace o událostech.<sup>3</sup> U obrazového kódu stojí na prvním místě

<sup>2</sup>) Využívání technik dokumentárního filmu se běžně využívá i ve filmovém umění. Zpravodajský dokument se tak recipientovi může jevit jako součást fiktivního filmu. O dokumentárních strukturách filmu viz blíže třeba [Macurová a Mareš 1993].

<sup>3</sup>) Tyto funkce přebírá Ernst Gombrich od Karla Böhlera, který klasifikuje jazyk z hlediska funkcí a rozlišuje přitom tři funkce: výrazovou, aktivační a popisnou.

právě funkce aktivační. Proto Ernst H. Gombrich píše: „Neúplný a neočekávaný obraz zaujme lidskou mysl jako hádanka, která nás nutí zabývat se obrazem, těšit se z jeho výtvarného řešení a zapamatovat si ho tam, kde by prozaický ráz čistě informačního obrazu zůstal nepovšimnut nebo nezapamatován.“ Této aktivační funkce a schopnosti upoutat pozornost diváka se využívá zejména v reklamních sděleních a televizních upoutávkách.

### Němota katastrof

Záběry následků teroristických útoků obsahovaly ještě jeden rys – absenci zvukového a místy také verbálního doprovodu. Příspěvek tak u příjemce vyvolával poněkud odlišný význam, než jaký by měl v klasické podobě současného televizního zpravodajství, založeného na informativním komentáři a doprovodném hudebním podkresu. V podstatě všechny televizní zpravodajské pořady začínají, končí a jsou přerušovány hudbou. Podle Neila Postmana se zvukové prvky používají v televizi z týchž důvodů jako na divadle a ve filmu: vytvářejí náladu a dodávají leitmotiv zábavě. „Kdyby relace žádnou hudbu neobsahovala, diváci by očekávali něco skutečně alarmujícího a převratného. Dokud však vytváří rámec pořadu, divák je udržován v pocitu, že není důvod vyhlašovat poplach; jinými slovy, že události, o nichž se hovoří, mají k realitě zhruba takový vztah jako dějství divadelní hry.“ Takové ticho a mlčení zneklidňuje už tím, že symbolizuje vyhasnutí komunikace a osamocenost lidí. Jak píše Petr Málek [1997]: „*Prázdné* obrazy pustých míst demonstrují rezignaci na lidskou touhu polidštit svět, odevzdání se jeho ne-lidské, a tedy řeči se vymykající a člověka přesahující věčnosti, *rozpuštění* lásky mezi lidmi jako nejvyšší podoby komunikace mezi nimi v osudově lhostejném, němém světě věcí.“

Při absenci zvuku nabývá obrazová složka dominantního významu, tak jako v případě němému filmu.<sup>4</sup> Když se v záběru nic nevysvětluje mimoobrazovými prostředky, zejména slovy, otevírá se prostor pro „svědectví zraku“, které nám poskytuje obraz události, nikoli její interpretaci. Mlčící obraz tak nabírá záhadnosti. Jen díky verbálnímu či psanému jazyku (titulky) může dle Mareše záběr konkrétního místa nabýt zobecňující význam, o co vlastně jde. „Verbální jazyk vnáší do filmu svou univerzální schopnost pojmenovávat, postihnout jakýkoliv svět, a zároveň schopnost zobecňovat, překračovat sféru smysly vnímaných a vnímatelných podob, tedy označovat pojmy. Naproti tomu obraz se vyznačuje směřováním k plně prokreslenému nemezerovitému představení objektu, chybějí tu však odpovídající prostředky pro zasazení daného objektu do širšího rámce (časového, prostorového, kauzálního atd.).“

Němota obrazového záběru také zrovnoprávňuje všechny viditelné živé a neživé objekty. Tuto myšlenku sdílí i Béla Balázs [1963: 17]: „Jestliže ve světě mluvícího člověka jsou němé věci nehybnější a bezvýznamnější než člověk, jsou odsunuty a degradovány, *ve společně* sdílené němotě se stávají s lidmi téměř homogenní a získávají tím na

<sup>4</sup> Auditivní složka se však v imaginární podobě uplatňovala i v případě němému filmu, a to dle Mareše ze dvou hledisek: „(1) Némý film si vypracoval systém náznaků sugerujících v obraze auditivní prožitek – byl kladen důraz na záběry zdrojů zvuku (lidí pohybujiících rty, hudebních nástrojů, zvučících předmětů, jako jsou např. zvony) a na záběry lidských reakcí na tyto zvuky. (2) Na představení se velmi „živě“ podílel auditivní element: představení bylo doprovázeno hudbou (k některým filmům byla hudba i speciálně komponována), byly napodobovány reálné zvuky a děj býval improvizovaně komentován a vysvětlován mluvčím stojícím pod plátnem.“ Hořící a padající mrakodrap mohl v divákovi vyvolávat představy o zvucích, které zkázu doprovázely.

životnosti a významu. Poněvadž nemluví méně než lidé, říkají právě tolik.“ Znázornění ticha/mlčení tak proto patří k nejvlastnějším dramatickým účinkům zvukového filmu.

Pokud již však máme základní informaci o tom, co záběr představuje, přebírá obraz dominantní úlohu vůči zvuku.<sup>5</sup> V autentických záběrech z New Yorku komentář opakoval jen tutéž základní informaci, aby popsal situaci těm, kteří si televizní přijímač teprve zapnuli. Dle mého názoru působilo nesouvislé, nepřipravené komentování události „neprofesionály“<sup>6</sup> spíše rušivým dojmem. Dle Alicje Helmanové [1994] má „význam samotných slov pro filmové sdělení často nulovou informační hodnotu, zatímco skutečným sdělením je způsob mluvení a doprovodná gesta nebo dokonce fakt, že se vůbec mluví.“ Nepřipravenost komentářů mohla na druhou stranu podkreslovat, že se opravdu jedná o mimořádnou událost, a také to, že tato neočekávanost nezaskočila televizní zpravodajský tým (v duchu: Jsme vždycky tam, kde se dějí důležité věci).

Ve výsledném efektu si divák sice vryje emotivní výjevy katastrofy hluboko do paměti, při prezentování této zkušenosti druhým lidem se však opře zejména o informace obsažené ve verbálním textu. „Povšimněme si faktu, že vyprávění o filmu není nikdy reprodukcí toho, co jsme přímo viděli a slyšeli, nýbrž výsledkem procesu dedukce smyslu toho, co bylo ukázáno a sděleno ve zvukové stopě,“ píše Helmanová.

Tímto se dostáváme k tomu, jaký podíl má na konstruování konečného významu sám příjemce zpravodajského příspěvku. Helmanová rozvíjí koncept tzv. preferovaného čtení: „Náš způsob *čtení* (a ne pasivního sledování) filmu způsobuje, že nacházíme vzorce, jež nás tradice četby filmu naučila hledat, i tam, kde vůbec nejsou.“ Tento přístup do jisté míry podporuje naši domněnku o roli pejorativní iluze na interpretace katastrofických záběrů. Svou roli tu nepochybně hraje i důvěra recipienta v jisté informační zdroje či instituce a tato důvěra tlumí naše pochybnosti, že obrázek v knize, novinách nebo na televizní obrazovce skutečně představuje to, co představovat má. Ernst H. Gombrich hovoří o „diváckém podílu“, kdy člověk jakékoliv zobrazení srovnává se zásobou obrazů uložených v mozku. Je pak nasnadě, že při shlednutí záběrů zničených mrakodrapů si divák vybaví například katastrofický film *Den nezávislosti*.

Ačkoliv po počátečním popření reality světové mediální publikum brzo poznalo, že tentokrát jde o skutečný, živý přenos tragické události, nabízí se otázka, zda je televize opravdu schopna zprostředkovat divákům autentickou realitu. Vždyť už výše zmiňovaný Postman tvrdí: „Co je televizi přenášeno, je současně transformováno v cosi jiného, co může, ale také nemusí zachovávat podstatu věci. Změní-li se kontext přenosu, s velkou pravděpodobností nezůstane stejný ani poselství.“

VIKTOR MECA vystudoval Policejní akademii ČR a žurnalistiku na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. V současnosti je doktorandem oboru mediální studia na FSV UK, kde se věnuje analýze neverbální komunikace v televizi a jejímu podílu na utváření mediální reality.

<sup>5</sup>) O tom, který z kódů – obrazový, nebo zvukový – je v současných audiovizuálních médiích dominantnější, se vedou mezi odborníky spory. Většina se ale přiklání k tomu, že vztah mezi obrazem a zvukem je rovnoprávný. „Verbální jazyk zaujímá pozici podstatné, i když nikoli specifické, konstitutivní složky filmu. Absence jazyka je příznaková a možno říci sama o sobě významotvorná,“ domnívá se například Mareš.

<sup>6</sup>) Toto jsem vypožadoval při sledování mimořádného zpravodajství na České televizi. Celé tragické dopoledne se u záběrů objevoval komentář, který byl odlišný od projevů hlasatelů televizního zpravodajství. Klasičtí komentátoři se objevili až ve večerních hodinách.

## Literatura

- Allen, R. 1997. „Zobrazení, iluze a film.“ *Illuminace* 9(3): 45-72.
- Barthès, R. 1994. „Třetí smysl: Poznámky k výzkumu několika fotogramů S. M. Ejzenštejna.“ *Illuminace* 6(1): 61-76.
- Balázs, B. 1963. „Podstata filmu.“ Pp. 9-20 in *Film je umění*. Praha: Orbis.
- Ejzenštejn, S. M. 1959. *Kamerou, tužkou i perem*. Praha: Orbis.
- Gombrich, E. H. 1995. „Vizuální obraz a jeho místo v komunikaci.“ *Illuminace* 7(3): 49-71.
- Helmanová, A. 1994. „Znaková funkce hudby a řeči ve filmovém sdělení.“ *Illuminace* 6(3): 45-64.
- Macurová, A., P. Mareš 1993. *Text a komunikace. Jazyk v literatuře a ve filmu*. Praha: Karolinum.
- Málek, Petr 1997. „Ticho a mlčení.“ *Illuminace* 9(2): 187-193.
- McLuhan, H. M. 2000. *Člověk, média a elektronická kultura. Výbor z díla*. Brno: Jota.
- Nakonečný, M. 1995. *Lexikon psychologie*. Praha: Vodnář.
- Postman, N. 1999. *Ubavit k smrti. Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá fronta.