

**UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ**  
**Institut mezioborových studií**

**Výchovné působení masmédií na českou  
společnost**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Vedoucí bakalářské práce:**  
**Mgr. František Šnitr**

**Vypracoval:**  
**Vlkojan Martin**

**Brno 2005**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Výchovné působení masmédií na českou společnost“ zpracoval samostatně a použil jen literaturu uvedenou v seznamu literatury, který je v práci uveden.

.....  
Martin Vlkojan

## **Poděkování**

Děkuji panu Mgr. Františku Šnitrovi za velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce.

Děkuji Mgr. Vladimíru Kaškovi za odbornou pomoc v době studií a za zapůjčení studijních materiálů.

Brno, 20. dubna 2005

Martin Vlkojan

# OBSAH

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ÚVOD.....</b>                                     | <b>5</b>  |
| <b>1. HISTORIE A VÝVOJ MÉDIÍ V ČR.....</b>           | <b>7</b>  |
| 1.1. Počátky médií a jejich úloha v minulosti.....   | 7         |
| 1.1.1. Knihtisk.....                                 | 9         |
| 1.1.2. Televize.....                                 | 10        |
| 1.1.3. Rádio.....                                    | 11        |
| 1.1.4. Fotografie.....                               | 11        |
| 1.1.5. Kinematografie.....                           | 12        |
| 1.1.6. Zpravodajství.....                            | 12        |
| 1.1.7. Telefon.....                                  | 14        |
| 1.1.8. Reklama.....                                  | 15        |
| 1.2.    Dílčí závěr.....                             | 16        |
| <b>2. VLIV MASMÉDIÍ NA SPOLEČNOST .....</b>          | <b>17</b> |
| 2.1. Média-svět iluzí .....                          | 17        |
| 2.2. Média a jejich vliv na mládež.....              | 20        |
| 2.3. Televize v závislosti na věku a vzdělání.....   | 25        |
| 2.3.1. <i>Televizní vysílání a pořady</i> .....      | 26        |
| 2.4. Počítače v závislosti na věku a vzdělání.....   | 28        |
| 2.4.1. <i>Vliv osobních počítačů na mládež</i> ..... | 30        |
| 2.5. Dílčí závěr.....                                | 31        |
| <b>3. FUNKCE MÉDIÍ VE SPOLEČNOSTI .....</b>          | <b>32</b> |
| 3.1. Média a vzdělávání .....                        | 32        |
| 3.1.1. <i>Mediální výchova</i> .....                 | 34        |
| 3.2. Negativní působení médií na vzdělávání.....     | 35        |
| 3.3. Média a jejich vliv na násilné chování.....     | 36        |
| 3.4. Dílčí závěr.....                                | 37        |
| <b>ZÁVĚR .....</b>                                   | <b>39</b> |
| <b>RESUMÉ .....</b>                                  | <b>40</b> |
| <i>RESUME</i> .....                                  | 40        |
| <b>ANOTACE .....</b>                                 | <b>41</b> |
| <b>ANNOTATION .....</b>                              | <b>41</b> |
| <b>LITERATURA A PRAMENY .....</b>                    | <b>42</b> |
| <b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>                            | <b>43</b> |
| Příloha 1:.....                                      | 44        |
| Příloha 2:.....                                      | 45        |
| Příloha 3:.....                                      | 45        |
| Příloha 4:.....                                      | 46        |
| Příloha 5:.....                                      | 47        |
| Příloha 6:.....                                      | 49        |

## ÚVOD

Každá společnost potřebuje jednu dominantní reprezentaci skutečnosti. V tradičních evropských společnostech to byla církev, která stavěla jednotný obraz světa, poskytovala klíč k pochopení významu činů a událostí a označovala rozdíl mezi dobrým a špatným. Jen s malou nadsázkou můžeme říct, že právě toto zastanou v dnešní době média. Polovina Čechů sedí denně víc než dvě hodiny před televizní obrazovkou a český občan přečte každý den aspoň jedny pěkně silné noviny. To vytváří - spolu s široce rozevřenou nabídkou na trhu standardizovaných služeb a statků a spolu s univerzální závislostí na jednom školství, zdravotnictví, veřejné správě atd. – cosi, co můžeme chápat jako dominantní životní způsob naší doby a společnosti.

Od konce socialismu však došlo k výrazně větší míře individuace i přes všechny uniformující vlivy, které tu působí. Čteme pětikrát více novin – a to především proto, že je tu k vybrání mezi bulvárem a solidní žurnalistikou, ale i proto, že v jednom solidním produktu žurnalistiky nalézáme jiný obraz skutečností, než v druhém. Většina Čechů se dívá denně na televizi, ale někteří, i když jsou to jen čtyři ze sta, se dívají na ČT2, a ten nabízí něco podstatně jiného než televizní stanice hlavního proudu.

Rozmanitost nabídky ohromě zvýšila přitažlivost elektronických médií, ale pořád tu je skupina lidí, pro které je součástí životního stylu třeba návštěva divadla i když se na počátku devadesátých let zdálo, že divadlům hrozí zánik. Čtenářů knih dokonce přibýlo, výběr toho, co je na pultech knihkupectví, nebo co si můžou půjčit ve veřejných knihovnách se několikanásobně rozšířil.

Nikdy nebyla česká společnost tak zjevně různorodá, nikdy v ní nežilo vedle sebe tolik skupin tolika životními styly a nikdy nenabízela takový individualizovaný výběr životního způsobu. Řada sociologů je přesvědčena, že člověk nikdy neměl tak širokou volbu a tolik podnětů při budování své identity, jako má dnes, a dosud nikdy nebylo tolik na něm, jakým směrem se bude ve svém životě ubírat.

Všechno má však i své proti. Z mnoha lidských vynálezů technických i institucionálních, přestože byly určeny jako nová možnost individuace a tvorby různorodých životních stylů, se jejich masovým využitím stává jednotící a limitující prvek společnosti. Je těžké určit vše co je pro náš život důležité a co má větší vliv na výchovu a povahu českého člověka.

Vzhledem k obsáhlosti vybraného tématu jsem se rozhodl uvést a rozebrat jen několik nejdůležitějších oblastí. O daném tématu již bylo napsáno velké množství knih a působení masmédií na společnost v nich bylo okomentováno snad do nejmenších detailů. Rád bych do práce vnesl několik svých postřehů a vlastních zkušeností.

# **1. HISTORIE A VÝVOJ MÉDIÍ V ČR**

## **1.1. Počátky médií a jejich úloha v minulosti**

Potřebu komunikovat se svými druhy pociťoval člověk od nepaměti - zcela jistě už i v době, kdy ještě lezl po stromech, a o strastech a slastech života vezdejšího toho moc nevěděl. Výlučným prostředkem komunikace byl tehdy pro člověka jeho vlastní hlas, i když zpočátku asi méně artikulovaný, než na jaký jsme zvyklí dnes. Jako tvor vynalézavý se ale člověk nemohl spokojit s tím, že jej bude slyšet jen na takovou vzdálenost, jakou jeho hlas zvládne překlenout, a že jeho slavné i méně slavné výroky upadnou záhy v zapomnění. Proto se časem naučil své myšlenky zaznamenávat, a posléze i sdělovat na větší vzdálenosti. V té době ovšem už dávno chodil po světě vzpřímeně, a byl také manuálně mnohem zručnější. Ještě však neměl k dispozici barvu ve spreji, kterou by mohl své vzkazy stříkat na zdi a okna čekáren, vagóny v metru, na reklamní poutače či jiná vhodná místa, a tak musel vystačit s tím, co si sám dokázal vyrobit. Ve starém Sumeru, přibližně 4000 let před naším letopočtem, to byly hliněné destičky, do kterých člověk vyrýval své texty. Na tehdejší dobu to jistě bylo velmi praktické, jenom se ona křehká destička nesměla upustit. Ovšem již staří Egypťané přišli s něčím méně křehkým a hlavně lehčím: papyrem, předchůdcem dnešního papíru (který vynalezli v Číně, asi sto let před naším letopočtem).

Přenos jakýchkoli zpráv byl ovšem stále pevně vázán na fyzický přenos jejich nosičů - hliněné destičky, papyrové svitky či jiné nosiče záznamů musel někdo vzít a dopravit až na místo určení. Pravda, u některých krátkých zpráv stačilo, když si je rychlý posel zapamatoval. Pak mohl běžet ještě rychleji, ale zase musel dbát na to, aby svou zprávu stačil příjemci odrecitovat ještě dříve, než padl vysílením. Tak jako slavný Pheidippides, který v roce 490 před naším letopočtem promptně

doručil z Maratónu do Atén jednobitovou informaci o chrabřém vítězství Atéňanů nad perskými vojsky.

Lidem určitou dobu trvalo, než si uvědomili, že své zprávy mohou přenášet i jiným způsobem, než jen fyzickým přenosem nosičů, na kterých byly zaznamenány.

Zřejmě již ve starověku se v některých specifických situacích lidé dokázali dorozumět pomocí optické signalizace - záblesky světla, vznikající odrazem od povrchu, který se alespoň zčásti choval jako zrcadlo, zapalováním strážních ohňů apod. Takto se pak lidé mohli například včas varovat před příchodem nepřítele.

Zajímavé je, že první sdělovací systémy, umožňující přenos "čisté" informace (neboli bez fyzického přenosu hmotných nosičů informací), byly důsledně řešeny právě na optické bázi. Vedle prvotních záblesků světla a strážních ohňů to pak byly hlavně indiánské kouřové signály, které představovaly poměrně propracovaný systém komunikace. Nejvyšší vývojové stádium těchto prvotních sdělovacích systémů pak představoval optický telegraf bratří Chappéů. Byl založen na jednoduché myšlence - na dobře viditelném místě (nejlépe na vršku nějakého kopce) se postaví konstrukce se soustavou pák a ramen (ne nepodobných semaforům), které se mohou různým způsobem natáčet, a podle předem dohodnutého klíče svou polohou signalizovat jednotlivé části obecnějších zpráv. Omezený dosah, daný přímou viditelností, se pak řešil budováním celého řetězce takovýchto stanic, které si zprávy postupně předávaly. Takovýmto způsobem propojili bratři Chappéové kolem roku 1793 Paříž s městem Lille (na vzdálenost asi 230 km), a umožnili přenos zpráv mezi těmito dvěma lokalitami v čase řádu minut. Jejich vynález byl hojně používán v době Napoleonských válek, a vydržel až do roku 1852, kdy byl nahrazen telegrafem na elektrickém principu. Byli to

ovšem právě bratři Chappéové, kterým lidstvo vděčí za zavedení pojmů telegrafie a telegram .

To, co člověka motivovalo k vynalézání nejrůznějších systémů na přenos zpráv a informací, nebyla zdaleka jen jeho vlastní ctižádost a snaha prezentovat své myšlenky a názory jiným lidem. Člověk si totiž velmi brzy uvědomil, že informace, doručené včas a na správné místo, mají i svou hodnotu. Někdy měly doslova cenu lidských životů (šlo-li například o varování před příchodem nepřítele), jindy šlo o strategickou výhodu jedné z bojujících stran - k čemu se asi během Napoleonských válek používal telegraf bratří Chappé? Snad nejpodstatnějším momentem ale bylo zjištění, že na včasných a přesných informacích se dá také pořádně vydělat. O jeden pádný důkaz se postaral bankéř Nathan M. Rotschild, který na včasné informaci o výsledku bitvy u Waterloo dokázal vydělat nemalé peníze. Jakmile se tedy k vlastní ctižádosti člověka a jeho touze po objevování přidala i patřičná hmotná zainteresovanost, vynalézání nových způsobů nestálo nic v cestě. Ba právě naopak - nastal hotový boom.

Vynález často předcházel startu média a udál se často na více místech a zjevně nezávisle. Komerční rozjezd nové technologie si leckdy musel počkat na pravou chvíli, což v případě mikropočítačů znamenalo umělé zadržování technického řešení.

### **1.1.1. Knihtisk**

Až do jeho nástupu byla kniha rozšiřována rukopisně. To bylo dílo specialistů (v Evropě prepisovačů v klášterech), které si mohli dopřát jen jedinci na vrcholu společenské hierarchie. Proto v evropských knihách převažovaly mrtvé jazyky dostupné vzdělavcům (hebrejšтина, řečtina a latina). Na rozdíl od svitku a rukopisného foliantu je tištěná kniha podstatně dostupnější nejenom finančně, ale i

fyzicky: pro menší cenu i objem ji lze snadno převážet i nosit s sebou mimo prostory určené k soustředěnému čtení textů, pocíťovaných jako jednou provždy daná pravda. Sdělení knihy se tedy zesvětštuje, demokratizuje a otevírá polemikám, jež opět snadno nabírají knižní podobu. Tím se otevírá šance využít intelektuálního a potažmo genetického potenciálu velmi širokých vrstev. Kniha se stává médiem pro politiku, vzdělávacím prostředkem, předmětem trhu a jedním z význačných způsobů vytváření a kultivace veřejného života.

### **1.1.2. Televize**

Rádio i telefon, jakožto zařízení pro přenos lidského hlasu a zvuku obecně, musí přenášený zvuk nejprve nasnímat, převést jej do podoby, vhodné pro přenos, skutečně jej přenést, a na druhé straně zase z přeneseného tvaru co možná nejvěrněji zrekonstruovat původní zvuk.

Snímání zvuku ovšem není zase tak velkým technickým problémem (však také první fungující mikrofón sestrojil již v roce 1860 německý učitel J.P. Reis), a obdobně je to i s jeho zpětným generováním (pomocí reproduktoru). Televize to ovšem má mnohem složitější, protože vhodně nasnímat obraz, a pak jej zase věrně "poskládat" zpět, je už podstatně těžší - nebo to tak aspoň na první pohled vypadá.

Prvním, kdo se zabýval pokusy o nasnímání obrazu (pro potřeby jeho přenosu na dálku), byl německý inženýr Paul Nipkow (1860-1940). Ten používal otáčející se kotouč, na jehož povrchu byly otvory, rozložené ve spirále.

Ve světě se televizní vysílání zavádělo nejčastěji právě na přelomu třicátých a čtyřicátých let. U nás jsme ale poněkud zaspali - před druhou světovou válkou se na televizi nedostalo, těsně po válce byly jiné starosti, a po roce 1948 se zase nevědělo, zda pro tehdejší politický vývoj má televize vůbec nějaký význam.

Nicméně v červenci 1952 vznikl Státní výbor pro československou radiotechniku, který po schválení vládou vyhlásil první květen 1953 jako závazný termín zahájení vysílání.

### **1.1.3. Rádio**

Teoretický základ pro bezdrátové přenosy položil již v roce 1870 americký fyzik James Clerk Maxwell (1839-1879), když zformuloval svou teorii šíření elektromagnetických vln. O praktické potvrzení této teorie se v roce 1888 postaral německý fyzik Heinrich Rudolf Hertz (1857-1894), který při svých pokusech dokázal elektromagnetické vlnění generovat a studovat jeho vlastnosti.

S praktickým využitím elektromagnetických vln, záhy označovaných také jako rádiové, přišel jako jeden z prvních ruský fyzik Alexandr Stěpanovič Popov (1859-1906), který 7. července roku 1895 předvedl světu první přijímač elektromagnetických vln. Souběžně s ním pracoval na využití elektromagnetických (neboli rádiových) vln pro bezdrátovou telegrafii i italský fyzik Guglielmo Marchese Marconi (1874-1937), který uskutečnil své první pokusy s rádiovým přenosem zhruba ve stejné době, jako A.S. Popov (poprvé již v roce 1894).

### **1.1.4. Fotografie**

Velice významným prostředkem komunikace a bezprostředního působení na veřejné mínění se nedlouho po svém vzniku stala fotografie. Zdokonalení fotografické techniky ve druhé polovině 19. století umožnilo fotografům přenést práci z ateliérů také do terénu, čímž byly položeny základy dokumentární fotografie. Fotografie se stala prostředkem masové komunikace a bezprostředního působení na veřejné mínění.

### **1.1.5. Kinematografie**

Na konci 19. století se lidé poprvé seznámili s „živými obrazy“, jak byla někdy inzerována první veřejná promítání. Účinek těchto prvních projekcí na vnímání neznalých diváků byl velice silný - docházelo i k situacím, kdy lidé prchali ze sálu, když se na ně z plátna zdánlivě řítila lokomotiva. Film si však záhy našel své příznivce a stal se už neodmyslitelnou součástí světa médií a masové komunikace.

### **1.1.6. Zpravodajství**

Už od 16. století fungovala v Evropě síť informačních center, kde byly shromažďovány všechny dostupné informace a v psané, později tištěné podobě jako týdenní avisa distribuovány určitému okruhu příjemců - např. na panovnické dvory, církevním hodnostářům, diplomatům. K širšímu okruhu čtenářů se pak tyto informace dostávaly ve formě příležitostných letáků, jejichž produkcí se zabývala snad každá tiskárna.

Útvar tzv. *kramářské písňe* představoval jakési písňové zpravodajství, jehož počátky lze najít už ve středověku a které pak v různých obměnách přežilo až do 20. století. Potulní písničkáři seznamovali své posluchače s aktuálními politickými událostmi, v repertoáru ale měli i množství senzačních a mravoličných příběhů. Písňe v tištěné podobě svým posluchačům také prodávali. Zvláště účinné bylo pokud zpívali před obrazem rozděleným do políček, v nichž byly vyobrazeny jednotlivé fáze děje celé písňe. Důležitý byl i instrumentální doprovod, který také obvykle pomohl přilákat posluchače.

Množství zpráv se mezi veřejností stále šířilo ústním podáním. Nešlo přitom jen o výměnu informací mezi sousedy, sdělování novinek, které z cest přinášeli obchodníci nebo potulní umělci, ale i o sdělení v podstatě úřední povahy, jako byly třeba ohlášky seznamující celou obec shromážděnou v kostele s úmyslem dvou

partnerů uzavřít sňatek. Stejným způsobem - ústně a navíc s podporou zvuku bubnu bylo ještě v 19. století vyhlašováno na veřejných místech např. konání voleb.

Snaha dodat vydávání informativních tiskovin pravidelnost vedla na konci 17. století ke zrodu prvních periodik - zatím pouze týdeníků a měsíčníků. Množství novinových titulů se rozšířilo až na konci 19. století, kdy mimo politických deníků vycházela i řada odborných, zábavných, zájmových a regionálních novin a časopisů. Tiskoviny bývaly pro zájemce vyložené v hostincích, ještě v polovině 19. století nebylo příliš obvyklé si noviny kupovat domů.

Se zásahy státu do skladby i obsahu tiskovin se museli jejich vydavatelé a prodejci potýkat už od počátků rozvoje knihtisku. V 60. letech 19. století, kdy vládla tuhá cenzura se museli vydavatelé například podřídit normě, která vyžadovala složení vysoké kauce, která propadla pokud byla porušena cenzurní pravidla. Státu odváděli vydavatelé také nemalé částky v podobě tzv. novinového kolku a na daních za zveřejňovanou inzerci.

Daleko větší účinek než samotný text mělo v novinách a časopisech doprovodné vyobrazení. Možnost jeho zařazení i kvalita byly však odvislé od tehdejších technických možností - například barevnými obrázky bylo možné tiskoviny vybavit až na počátku 19. století, a teprve od 80. let téhož století bylo možné do časopisů a novin přímo tisknout i fotografie, které se do té doby překreslovaly technikou xylografie.

### **1.1.7. Telefon**

Přenos zvuku lidského hlasu na dálku umožnil teprve v 70. letech 19. století telefon. První telefonní stanice si nechávali zřizovat hlavně podnikatelé k propojení svého domova a továrny. Služby postupně budované telefonní sítě však v krátké době začalo využívat i množství dalších uživatelů. V roce 1893 byl telefon v českých zemích postátněn a podřízen poštovní správě, které byla uložena povinnost zřizovat a udržívat telefonní síť.

Za vynálezce telefonu je dnes všeobecně považován Alexander Graham Bell (1847-1922). Tento pán, původem ze Skotska, měl k problematice lidského hlasu velmi blízko. Po své emigraci do USA se totiž zabýval fyziologií lidských hlasových orgánů a tuto problematiku dokonce i přednášel. Bezprostřední motivací pro jeho pokusy s přenosem hlasu údajně bylo postižení jeho dcery, která trpěla silnou nedoslýchavostí. Při svých pokusech však Bell nezačínal „z čisté vody“. Mohl totiž navázat na dřívější výsledky německého učitele J.P.Reise, který se konstrukcí elektrického telefonu zabýval již kolem roku 1860 a na předchozí práci svého otce.

- v roce 1877 zakládá A.G. Bell společnost Bell Telephone Co.
- 28.1.1878 byla uvedena do provozu první místní telefonní ústředna  
(pro 20 účastníků) ve městě New Haven
- v roce 1880 se objevuje první veřejný telefonní přístroj

### **1.1.8. Reklama**

Lákání různých vyvolávačů vychvalujících určité zboží bylo nesrovnatelné s působením záměrně vytvořených reklamních upoutávek, jejichž produkce se po překonání nedůvěry vycházející z přesvědčení, že dobré zboží se chváli samo, mohutně rozvinula ve 2. polovině 19. století. Reklamní upoutávky v sobě velice účinným způsobem spojily působivost obrazu a cíleného textu. Potenciálního zákazníka oslovovaly na plakátech vylepených na ulicích, jako obří poutače na fasádách domů nebo podél tratí, v inzertních přílohách novin a časopisů.

Reklamní systém, který byl s velkým úspěchem užít v obchodě, brzy našel uplatnění i v jiných oblastech, kde bylo potřeba přiklonit na svoji stranu veřejné mínění - propaganda brzy obsáhla široké pole od dobročinných projektů přes nabídky pojišťoven až po agitaci politických stran. Spolu s rozvojem reklamních upoutávek prošly zásadní proměnou i samotné obchody nabízející příslušné zboží - objevily se velkoryse koncipované, odborně aranžované a osvětlené výkladní skříně. Tento trend se však týkal namnoze jen velkých měst, pro maloměstského řemeslníka byla úprava výlohy nejen finančně náročnou záležitostí, ale často se potýkal i s problémy co vlastně vystavit.

Široce koncipovanou reklamou byly ve své podstatě i nejruznější výstavy a veletrhy. Rokem 1851 byla v Londýně zahájena celá série velkých světových výstav, která pak pokračovala v Paříži, Vídni a dalších městech. Menší výstavy se uskutečnily i v českých zemích - první pod názvem Zemská průmyslová výstava už v roce 1791 v Klementinu, po níž následovaly další na počátku 19. století. V roce 1891 se na pražském Výstavišti konala Zemská jubilejní výstava, o čtyři roky později pak Národopisná výstava. Obě poslední měly i výrazný národně-politický aspekt a podnítily i konání řady místních výstavek.

## **1.2. Dílčí závěr**

Média. Mnozí z nás si bez nich život ani nedokáží představit, nehledě na to, že život bez nich v dnešní době snad ani není možný. Slouží nám ke kontaktu s jinými lidmi, k zábavě i relaxaci, práci, máme je všude po ruce a když ne, je nám z toho úzko. Naučily jsme se je mít neustále poblíž sebe (proto pořád ty menší a menší verze, abychom těch strojků s sebou mohly nosit co nejvíc) a spoléhat na ně, když je nám smutno, když se chceme rozveselit, když potřebujeme pracovat, doma i na pracovišti. Člověk média nejen vytvořil, ale uzavřel s nimi i takovou partnerskou smlouvu. Nedá se přesně definovat, co je předmětem té smlouvy, jen začíná být pomalu jasné, že ne vždy z ní pro člověka plyne užitek.

## **2. VLIV MASMÉDIÍ NA SPOLEČNOST**

### **2.1. Média-svět iluzí**

Je nesporné, že velkou část našeho obrazu světa si vytváříme pomocí sdělení, které nám zprostředkovávají média. Na základě těchto sdělení se člověk rozhoduje a koná. Právě to je živnou půdou dezinformace, která příjemci podává falešný obraz skutečností a ovlivňuje jeho rozhodování a praktické jednání. S pojmem dezinformace v médiích můžeme spojit tradičně politickou propagandu. Ta se zpravidla objevuje ve dvou úrovních:

- tzv. „šedá propaganda“-je založená na v zásadě pravdivém vykreslení skutečnosti. Do tohoto pravdivého obrazu jsou však vloženy zkreslené interpretace, které celkový kontext pozmění, otupí, popřípadě zmírní nežádoucí dopad informace.
- tzv. „černá propaganda“-je založená na lži, nebo na hrubém zkreslení skutečnosti.

Dezinformační kampaně sehrály významnou úlohu ve všech moderních válkách. Výrazně ovlivňovaly i průběh a výsledek studené války, kde je velmi intenzivně využívaly obě strany. V dnešní době se využívání dezinformačních kampaní stalo něčím natolik normálním, že už nikoho nepřekvapuje jejich masivní využívání v politice, ale i v reklamě. Dá se říct, že celý „live-styl“ mediální business je založen na masové iluzi a dezinformaci, která zde patří již ke standardní výbavě.

Je tu však i poměrně rozsáhlý výčet možností, jak se proti zkresleným, nebo nepravdivě předkládaným informacím prostřednictvím médií bránit. Dezinformace počítá s notnou dávkou pasivity příjemce sdělení. K tomu však není odsouzen nikdo z nás. Máme možnost srovnávání informací z různých zdrojů a jejich posouzení vlastním „zdravým rozumem“ na základě svých zkušeností a znalostí. Dobré je také využití různých informačních zdrojů, především těch, co stojí mimo hlavní zájmové proudy.

Hlavním problémem a omezením při obraně proti zkresleným a nepravdivým informacím je především bohatství životní zkušenosti. Právě absence bohatství životní zkušenosti činí některé sociální skupiny nadměrně zranitelné, především co se týká zkreslení jejich obrazu reálného světa. Na prvním místě jsou především mladí lidé u nichž lze absenci bohatých zkušeností do značné míry předpokládat. Dále skupiny s úzkým zaměřením životních zájmů a aktivit. To může být důsledkem nižší, ale překvapivě i vysoké (úzce zaměřené specializace) úrovně vzdělání. Stejný efekt vyvolávají i povolání, „odsuzující“ lidi k životu ve velmi uzavřených skupinách (tzv. „profesních ghettech“)

### **2.1.1. Live style**

V Evropě jsou při vytváření politického obrazu světa záměrně využívány otázky „konzumu“. Dokáží odklonit pozornost od jiných, podstatnějších politických problémů a slouží jako nezpochybnitelný argument (programové sliby nebo hrozby politických stran).

Zvláštní roli u nás, jako i jinde ve světě, má politický bulvár a bulvár vůbec. Bulvárem je obecně, když není přímo zatracován, pohrdáno. Běžně však uniká, že je produkován za peníze ze stejných kapes jako „seriózní tisk“. Bývá často použit k odstartování různých strategicky promyšlených informačních kampaní.

Zvláštní pozornost si zaslouží časopisy životního stylu ( „live-style“ časopisy; v České republice mezi ně řadíme především tituly: Esquire, Quo, Maxim, Men's Health, Cosmopolitan, Elle, Playboy, a to na základě jejich vlastní deklarace tohoto zaměření, ale patří sem i některé další tituly). Asi bychom vzbudily jejich nesouhlas, kdybychom je zařadili do kategorie bulvár. Ony sem nepatří úplně beze zbytku. Co se týká jejich ceny, provedení a cílovou skupinou čtenářů, sem moc nepatří. Svým obsahem však nepochybně. Ten je stejný jako u typického bulváru. Mix luxusu, exotiky, lumpáren, erotiky, zaručených typů jak rychle zbohatnout, zhubnout a stát se svalnatým za několik týdnů, jak se vyspat s co největším počtem krásných žen za co nejkratší dobu, klepů z prostředí horních deseti tisíc. Utváří iluzi dokonalého, šťastného světa dostatku, který je nám na dosah (Téměř žádná námaha, jen natáhnout ruku). Jejich nedílnou součástí jsou seriózní reportáže, které na první pohled vzbuzují dojem, že právě ony jsou tím jádrem sdělení a „bulvární cetky“ jsou jen doprovodným příbalem v zájmu prodejnosti. Když se zamyslíme hlouběji, nemůže nám uniknout fakt, že jsou principiálně dvojího druhu:

- „z našeho světa“ (technický pokrok, vesmírný výzkum, vojenská síla, příběhy slavných, schopných, ekonomicky úspěšných, mladých a krásných)
- „z jiného světa“ (chudoba, nemoc, války, hladomor, utrpení)

U čtenáře pak musí nutně vyvolat několik pocitů najednou. Pocit radosti, s toho, že žije v našem světě. Světě, který je civilizovaný, kde je všeho přemíra, kde hlad, chudoba a nemoc nemají šanci. Aniž si to plně uvědomí, dává hlas těm, co tento svět zastupují. Těm, kteří představují „jiný svět, zbývá v očích tohoto čtenáře jen odsouzení. Obdiv zaslouží nadaní, schopní, draví a úspěšní. Ale co ti ostatní?

Právě „live-styl“ časopisy jsou, díky přitažlivosti svého dizajnu a důsledně vytvářené a rozvíjené obsahové přitažlivosti, velmi oblíbené mezi mládeží. Celá „filozofie“ tohoto typu tisku je postavena na cíleném oslovení mladých a úspěšných lidí. Je u nich pěstován pocit „být in“. A to automaticky taky předpokládá sledovat co se děje na stránkách (obrazovce) určitých médií. Média si vychovávají vlastní konzumenty. Média životního stylu jsou účinnými nástroji utváření tohoto stylu.

Životní styl, přes svou proměnnost (pomíjivost) má určitou trvalost po celý zbytek života (např. legendární „šedesátá léta“ byly a dodnes jsou pojímány jako způsob nazírání na svět). „Být in“ není tak jen pouhá móda (soubor vnějších projevů osobnosti-co čte, jak se obléká, jak mluví, jaké záliby preferuje), ale je to i způsob myšlení a jednání. Zahrnuje i tendenci zastávat určitý hierarchický systém a přijímání určitého obrazu světa.

Ukazuje se, že právě média působící v rovině „live-styl“ masivně ovlivňují politické postoje velkých skupin lidí.

Svět „live stylu je také světem sebe prezentace a reklamy. Jedním z pilířů mediálního businessu je obchod s reklamním prostorem (časem). Mediální business je tak spojený s businesssem obecně, zejména s tím, který je zaměřen na masový konzum.

## **2.2. Média a jejich vliv na mládež**

Informační technologie a média jako např. televize vytvářejí novou mediální a virtuální realitu, která má svá pozitiva a negativa, své příčiny a důsledky. Chceme-li se v této realitě orientovat anebo dokonce se pokoušet jí nějak ovlivňovat například v působení na mládež a děti v oblasti vzdělávání či ve sféře jejich volného času, musíme tuto realitu v jejich souvislostech a dynamice znát.

Nejdříve si musíme zmapovat vztah mládež-média v jednotlivých oblastech. Tradičně hlavními socializačními činiteli byla rodina a škola. V současnosti jsou k nim přiřazována média, především televize. Dítě a mladý člověk je tedy v průsečíku působení rodiny, školy a médií, přičemž se tyto vlivy navzájem prolínají. Pro poznání mládeže je proto významné sledovat nejen vliv socializačních institucí jednotlivě, ale ve vzájemné provázanosti.

Ve volném čase dnešní mládeže je bezesporu dominantní aktivitou sledování televize. U mládeže ve věku 15-18 let je podle výzkumů frekvence sledování televize nejvyšší. Významnou aktivitou z hlediska frekvence se pro celý soubor mládeže staly činnosti spojené s osobním počítačem. Z výzkumu INSOMA v závislosti na věku klesala v roce 1997 návštěva kina, ale také mimoškolní vzdělávání, studium, povídání si s přáteli, počítačové hry, poslech elektronických nosičů hudby, četba knih a návštěva divadla. S věkem stoupá pouze návštěva výstavy, musea, galerie a četba novin a časopisů. Jakým směrem se vyvíjí ta oblast volného času mládeže, která je spojena s médii.

V posledních patnácti letech strmě stoupá frekvence sledování televize, tato aktivita je u mládeže ve věku 15-18 let od roku 1984 na prvním místě. Zastavil se pokles frekvence poslechu rozhlasu a stoupá poslech pořadů na elektronických nosičích zvuku, magnetofony, přehrávače CD a MP3 přehrávače. Od roku 1982 trvale klesá četba deníků, nicméně četba denního tisku je u mládeže poměrně vysoko na žebříčku aktivit. Zastavil se pokles četby knih a v poslední době dochází k mírnému nárůstu četby. Největší pokles významu aktivity pro mládež v rámci volného času vidíme u návštěvy kina. Od roku 1982 klesá, ne stejným tempem, ale trvale, frekvence této aktivity u všech skupin mládeže. V posledních pěti letech je tento pokles velmi výrazný.

Pokud sečteme všechny objemy četby dojdeme k množství času srovnatelnému s časem věnovanému televizi. Docházíme tím k pozitivnímu zjištění, že česká mládež se stále ještě obrací k tištěnému slovu, využívá všech druhů tiskovin, od novin po odbornou literaturu.

Na posledním místě je využívání Internetu, s objemem času pro celý soubor mládeže 1,14 hodiny. Toto však může být údaj zastaralý, neboť obliba internetu u mládeže v poslední době stoupá, zvláště ve spojení se zábavou.

Všimněme si jak je čas věnovaný mediálními aktivitami distribuován ve věkových skupinách. Mezi mládeží televizi sleduje nejvíce mládež ve věku 15 - 18 let a nejméně věková skupina 19 – 23, tedy skupina obsahující také vysokoškolské studenty. Poslech rozhlasu v souboru mládeže v závislosti na věku stoupá, stejně jako počítačové aktivity. poslech rozhlasu a počítačových aktivit kulminuje ve věkové skupině 24 - 30 let. Veškerá četba s věkem stoupá, nejvýrazněji u novin. Pouze četbě odborné literatury je nejvíce času – zhruba tři a půl hodiny týdně, věnováno mládeži ve věku 19 – 23 let, tedy skupinou obsahující vysokoškolské studenty. Práce s Internetem vrcholí také ve stejné skupině.

### **2.1.2. Negativní dopad televize na výchovu**

Jedním z argumentů odpůrců televize jsou výsledky různých vědeckých studií zabývajících se vlivem televizního násilí na chování jedince, zvláště pak chování dítěte. Podle některých odborníků nejde jen o vytváření zkresleného pohledu na svět nebo negativního dopadu násilí (třináctileté české dítě stihne v průměru vidět asi 52 000 násilností). Jde hlavně o to, že vysedávání u televize, stejně jako u videa, videoher nebo počítače, odvádí děti od konkrétních zážitků. Od činností, které je učí tvořivosti, aktivitě a spolupráci s jejich vrstevníky nebo s dospělými. Ochuzují se tak o řadu nezbytně důležitých zkušeností a sociálních dovedností. Takové děti pak mohou mít větší sklon k omylům, selháním a citovým frustracím. To co bývá ve výchově nejsilnější, je však bezesporu příklad rodičů. Děti přirozeně napodobují jejich postoje, názory, vyjadřování, gesta, zkrátka celý způsob života. Když je rodina zvyklá trávit hodně času u televize nebo přijímat život spíš pasivně, dá se něco podobného očekávat i od dětí, které v ní žijí. A naopak, když mají stejně jako jejich rodiče spoustu koníčků, jsou zvědaví, aktivní a přemýšliví, stojí televize někde na okraji jejich zájmu.

Jisté nebezpečí, tak nastává u dětí z problémových rodin, které pocítují nedostatek pozitivních vzorů u svých rodičů.

### **2.1.3. Televize proti zdravému životnímu stylu**

Je nesporné, že většina dětí tráví více času sledováním televize, na úkor tělesných aktivit a pobytu venku. Doba, po kterou dítě sleduje televizi, může být podle praktických zkušeností ukazatel toho, do jaké míry tráví volný čas uvnitř. Děti sledují podle informací podaných rodiči televizi v průměru 1,5 hodiny ve všední den a 2 hodiny o víkendu. Ve velkých městech děti sledují televizi jak ve všední den, tak o víkendech poněkud déle než je průměr. Dalším faktorem je vzdělání rodičů, děti více vzdělaných rodičů o víkendech sledují televizi méně.

Doba, po kterou děti sledují televizi, závisí také na tom, jaký mají kontakt s živou či neživou přírodou. Děti, které mají domácí zvíře, sledují televizi méně (1 hod během týdne, 1,8 hod o víkendu) než děti, které nemají doma žádné zvíře (1,7 hod během týdne, 2,2 hod o víkendu). Rovněž to, jak často jezdí rodina do přírody, je důležitým faktorem. Děti z rodin, které uvádějí, že jezdí do přírody 1x týdně, se dívají na televizi méně (0,8 hod během týdne, 1,8 hod o víkendu) než děti z rodin, které jezdí méně často do přírody (např. ti, kteří jezdí do přírody jen několikrát ročně uvádí 2,5 hod během týdne, 4,7 hod o víkendu). Výsledky tedy ukázaly, že doba, po kterou dítě sleduje televizi, souvisí také s jeho kontakty s živou přírodou a že tedy může být jedním z ukazatelů odcizení přírodě.

Skutečnost, zda matka trávila v dětství prázdniny na venkově nebo ve městě, má rovněž vliv na to, jak dlouho se dítě dívá v průměru na televizi. Největší rozdíl je u rodin z měst nad 100 tis. obyvatel. Děti, jejichž matka netrávila v dětství prázdniny na venkově, sledují o víkendech televizi podstatně déle než ostatní skupiny. U otců nebyl podobný vliv prokázán.

Zajímavé je rovněž sledovat, jak souvisí výška domu a patro, ve kterém rodina bydlí, s počtem hodin, které dítě tráví před televizní obrazovkou. Data ukazují, že zejména o víkendu děti, které bydlí ve vyšších patrech, se dívají na televizi déle než děti bydlící v nižších patrech. Je zajímavé, že v rodinných domcích ve městech nad 100 tis. obyvatel se děti dívají na televizi o víkendech podstatně více než děti v nižších patrech vícepatrových domů (0,8 hod ve všední den, 2,7 hod o víkendu). Souvisí to zřejmě s životním stylem lidí, kteří mají ve velkoměstech rodinné domky.

### **2.3. Televize v závislosti na věku a vzdělání**

Věková skupina mládeže spojená s uční a středoškoláky je jednou z nejvděčnějších skupin televizních diváků, diváků Novy a pořadů jako jsou akční filmy a americké seriály. Mezi podsoubory středoškoláků a učňů je ostrý řez ve využívání televize podle žánru a obsahu programu. Středoškoláci ve srovnání s uční preferují vzdělávací a populárně vědecké pořady. Uční naopak pokleslé žánry jako jsou akční filmy, americké seriály a erotické pořady. Tato shodná věková skupina je na křižovatce sociokulturního vývoje a životního stylu. V tomto věku dochází k diferenciaci uvnitř generace. Za pomoci komerční televize je zablokován kulturní vývoj velké části učňovské mládeže a tato část populace je fixována na pokleslou masovou kulturu produkovanou především komerční televizí. Výchovou a návykem na danou úroveň televizních pořadů si komerční televize bude nadále i intergeneračně zajišťovat reprodukci svých diváků. Výzkum do jisté míry zpochybnil generační aspekt televizního konzumentství. Ve výzkumu se prokázala shodná frekvence sledování televize u dětí a rodičů. Jde tedy spíše o rodinný než o generační fenomén. A můžeme jít ještě dál. Středoškolští učitelé, jedna z nejvzdělanějších skupin populace má index frekvence sledování televize jen o málo menší než středoškolští studenti. Lze tedy říci, že televize je v první řadě fenomén společenský, dále rodinný a teprve pak generační. I skupina učňů a středoškoláků již prokazuje určitou přesycenost americkými seriály a akčními filmy a uvádí neúměrný podíl amerických pořadů na Nově. Velký rozdíl je zde však mezi uční a středoškoláky. Zajímavý je žebříček oblíbenosti televizních pořadů. U rodičů a učitelů jsou na posledních dvou místech náboženské a erotické pořady.

### **2.3.1. Televizní vysílání a pořady**

U všech televizních stanic, respektive u jejich sledování vidíme mezi vzdělanostními skupinami difference, charakter těchto diferencí je však odlišný. Ani jedna televizní stanice není z hlediska svých posluchačů natolik výrazně vyprofilovaná, že by jí sledovali pouze diváci určité vzdělanostní úrovně a diváci s nižším či vyšším vzděláním by jí ignorovali. Přesto difference ve sledovanosti podle vzdělanostní úrovně diváka jsou patrné.

Nova oslovuje především vyučené a lidi se základním vzděláním. U Primy se ukazuje na nižší úrovni sledovanosti stejný průběh křivky sledovanosti s jednou odchylkou, sledovanost kulminuje u vyučených, to je patrně způsobeno menším zájmem středoškolských studentů, kteří také jsou obsaženi ve skupině se základním vzděláním

Obě stanice České televize vykazují u svých diváků opačnou závislost. S růstem vzdělání stoupá sledovanost obou stanic. Průběh obou křivek je stejný, u ČT2 probíhá na nižší úrovni sledovanosti. Diváci se základním vzděláním a vyučení nejčastěji sledují Novu a nejméně ČT2. Diváci se středoškolským vzděláním s maturitou sledují stejně často ČT1 a Novu a sledovanost ČT2 na nejnižším místě se přibližuje sledovanosti Primy. Diváci s vysokoškolským vzděláním se nejčastěji dívají na pořady ČT1, se značným odstupem následuje Nova a dále ČT2. Primu sledují vysokoškolsky vzdělaní diváci nejméně.

V žebříčku oblíbenosti jednotlivých žánrů na prvních dvou místech je netelevizní žánr - film a to v obecné podobě a český film. Na dalším místě jsou překvapivě populárně vědecké pořady. Pořady populární hudby odpovídají zájmům mládeže. Následuje zpravodajství, což odpovídá vysoké motivační pozici informací.

Do dalšího bloku můžeme zařadit zábavné pořady evropské a americké filmy, publicistiku, české seriály a sportovní pořady. Programy v tomto bloku nejsou mládeží výrazně upřednostňovány, ale částí mládeže jsou sledovány a s relativní oblibou. Překvapením může být pozice amerických filmů, avšak názor, že česká mládež baží po amerických filmech je spíše mýtus vytvořený komerčními zájmy soukromé televize.

Nejméně oblíbené jsou tradičně náboženské pořady, dále pořady vážné hudby, výuka jazyků, pořady magazínového typu a kupodivu zahraniční seriály. Manifestace výrazné neoblíbenosti zahraničních seriálů je poněkud v rozporu se sledovaností těchto pořadů. Oblíbenost jednotlivých typů pořadů se však vyvíjí. Za poslední roky došlo k poklesu oblíbenosti pořadů, které mají rekreativní charakter a stoupla oblíbenost náročnějších pořadů, především vzdělávacího charakteru.

Poklesla oblíbenost všech kategorií filmu, ale nejvýrazněji poklesl akční a americký film. To je nepochybně výsledkem „kvalitní dramaturgie“ Novy, která především uvádí americké filmy. Klesla i obliba českých seriálů, ale opět výrazněji zahraničních seriálů. Pokles oblíbenosti zahraničních seriálů je ze všech pořadů vůbec největší. Dokonce klesla i oblíbenost erotických pořadů u mládeže. Překvapením je také pokles pořadů populární hudby. Naopak stoupla obliba publicistiky, zpravodajství, vzdělávacích pořadů a překvapivě i náboženských pořadů, i když těch jen mírně.

Ve vysílání Novy mládež nejvíce ze všech stanic postrádá české a evropské pořady a nejvíce vnímá podíl amerických pořadů jako neúměrně vysoký.

Při hodnocení televizního vysílání jsou mladí diváci nejkritičtější k hloupé televizní reklamě, ale značný podíl diváků je kritický i k násilí na obrazovce a k dalším jevům.

Nejhůře je hodnoceno vysílání Novy. Vulgární sex a zobrazování lidského těla vnímá 37% mladých diváků. Násilí v programech Novy kritizuje dokonce 66 procent diváků. Polovina mládeže uvádí, že obsah vysílání Novy znamená špatný příklad pro děti a mladistvé. Dvě třetiny mladé generace reflektuje na Nově hloupost reklamy, 57 % pokleslou estetickou úroveň-brak a kýč a téměř polovina pokleslou intelektuální úroveň, jinými slovy, mládež si myslí, že programy vysílané Novou jsou hloupé.

#### **2.4. Počítače v závislosti na věku a vzdělání**

Jaké jsou rozdíly ve věkových a vzdělanostních skupinách ve znalostech spojených s výpočetní technikou? Nejdříve si všimněme závislosti na věku. V celém věkovém pásmu mládeže od 15 – 30 let jsou znalosti vyrovnané, od 30 let znalosti prudce klesají. Vyrovnanost v celém věkovém pásmu mládeže je způsobeno působením dvou faktorů. Do vyšších věkových skupin se posouvají populační ročníky, které jako nejmladší si v předstihu osvojovali znalosti spojené s informační technologií. Druhý faktor představuje školství, které sice pomalu a nedostatečně, ale přeci jen vnáší výuku informatiky do svých osnov

Výsledky znalostního testu nejsou pro naše školství příliš lichotivé. Znalosti studenta vysoké školy se v průměru liší o 1,5 bodu, tedy o jednu až dvě správné odpovědi. Zajímavé jsou výsledky skupiny podnikatelů. Po studentech vysoké školy mají nejlepší výsledky. Příčinou je pravděpodobně vybavenost, vysoká motivace a potřeba využívat výpočetní techniku.

Mladá generace výrazně více využívá disponibilní počítač (počítač nevlastní, ale používá). To je dáno nedostatečnou soukromou vybaveností osobními počítači, takže značná mládež je odkázána na jiné počítače. Druhý faktor představuje computerizace práce. Čím dál více mladých lidí prostě využívá počítač pracovně.

Občas je slyšet v souvislosti s PC názor, že mládež pouze hraje počítačové hry. Pořadí počítačových činností podle procent mládeže, která tuto činnost na počítači provádí, je do značné míry shodné u osobního a disponibilního počítače. V celém věkovém spektru mladé generace není využívání počítače ke hrám dominantní a od 15 do 20 let význam počítačových her prudce klesá. Výzkum prokázal, že mladá generace osobní počítač využívá všestranně, využívány jsou i nejnovější a nejnáročnější technologie.

V roce 1992 byla mládež ve věku 15 -18 let na čele procesu osvojování si osobního počítače. Na druhém místě byla věková skupina 26-35 let. Ze sledovaných věkových skupin na tom byla nejhůře mládež ve věku 19-25 let.

Při analýze trendů v computerizaci české společnosti je třeba reflektovat dva pohyby. Nejmladší věkové skupiny z počátků nástupu informační technologie se přesouvají do vyšších věkových skupin, samozřejmě se svou výbavou know how i materiálním vybavením.

Druhý pohyb představuje pohyb znalostí, informací, dovedností a schopností spojených s informatikou. Organizovaná informatická vzdělanost a ve velké míře i sebevzdělávací aktivity šíří ve společnosti předpoklady k její další computerizaci.

Mládež, která sehrála v počátcích computerizace významnou iniciační roli je se vši pravděpodobností v současnosti spojena s dalšími inovačními prvky a procesy.

Analýza empirických údajů potvrdila teoretické předpoklady. Volný čas a aktivity mládeže ve volném čase mají velký význam a to nejen pro jedince. Nástup informačních technologií, které mají na přelomu tisíciletí tak zásadní význam, že kvalitativně proměňují lidskou civilizaci začínal v české společnosti ve skupině mládeže a ve sféře volného času. V období, kdy práce s počítačem byla ve světě dospělých povětšinou spojena s malou skupinou specialistů a se sálovými počítači, mládež se začínala v širších skupinách seznamovat s informační technologií v institucích volného času - klubech, domech dětí a mládeže. Tyto skupiny dětí a mládeže, jejich postoje k počítačům a získané znalosti a dovednosti byly základnou, na níž došlo v české společnosti k nástupu informačních technologií.

#### **2.4.1. Vliv osobních počítačů na mládež**

Nejvíce jsou počítače mladou generací využívány v práci. Na dalším místě je využívání počítače u kolegy, kamaráda. Potvrzuje se výchozí hypotéza, že informatika a výpočetní technika jsou u mládeže do značné míry záležitostí volného času a neformálních, neinstitucionálních vazeb.

V získávání znalostí a dovedností potřebných k práci s počítačem jsou na prvním místě kamarádi a kolegové. Opět se potvrzuje vysoká priorita zájmu mládeže o informatiku. Oblast výpočetní techniky a informatiky dnes není sférou nějakého vzdělanostního luxusu, ale v současnosti základní výrobní silou, která rozhoduje o síle ekonomiky, bezpečnosti atd. V pravém slova smyslu souhrn hardwaru, softwaru, příslušných znalostí a dovedností populace a to vše uspořádané do fungujících systémů, rozhodují o budoucnosti státu.

## **2.5. Dílčí závěr**

Nejpodstatnějším nebezpečím moderních médií je především jejich schopnost budit zdání, že věrně odrážejí okolní svět. Není nutné však média zatracovat, nebo obviňovat ze lži. Média nemohou být jiná, jejich podstata jim zkrátka neumožňuje ukázat úplný a pravdivý obraz světa. Každý, kdo někdy pozoroval svět hledáčkem kamery či fotoaparátu, ví, že svět v hledáčku je jiný, než ten skutečný. Ani sebedokonalším objektivem neobsáhneme celý obzor. Navíc, čím širší bude náš záběr, tím zkreslenější budou proporce blízkých detailů. A když se zaměříme na věrný detail, ztratíme informaci o vzdálenějším okolí. A tak když přátelům ukazujeme fotografie z dovolené, často při tom říkáme: "Víš, ten kopec byl ve skutečnosti mnohem strmější... no, a ta romantická chatka, ono to tady není vidět, ale ona byla z druhé strany docela ošklivá." Je zajímavé, že co je zřejmé u fotografií z dovolené, jakoby se vytrácelo, když sledujeme televizní zpravodajství. Často nás ani nenapadne uvažovat nad tím, že dav demonstrantů by bylo dobré vidět alespoň ze dvou stran, abychom si vytvořili představu o jeho velikosti. A to stále ještě mluvíme jen o velikosti jednoho jediného záběru. Přidejme si k tomu nyní navíc skutečnost, že zpravodajství, film i reportáž jsou tvořeny sledem mnoha záběrů, jež jsou dále doplněny hudbou a komentářem. A znovu - už jen samo pořadí záběrů ovlivňuje výsledný dojem z celého díla, stejně jako nálada hudby či hlas komentátora. Jestliže záběr nočního lesa doplníme jemnou, tichou hudbou, chytne nás při sledování romantická nálada. Stejný les doprovázený podivnými skřeky a hudbou se silným dramatickým nábojem nás naplní strachem a zabrání nám usnout.

### **3. FUNKCE MÉDIÍ VE SPOLEČNOSTI**

#### **3.1. Média a vzdělávání**

Televize působí téměř na každého lidského jedince již od útlého věku. Sotva začne dítě vnímat své okolí, začne vnímat i zapnutou televizi, která je pro něj zatím jen mihotající se změtí, které samo sice nerozumí, ale po krátké chvíli jí dokáže věnovat veškerou pozornost. Při přechodu z kojeneckého věku do období batolete dítě dokáže díky svému přirozenému rozumovému i tělesnému vývoji situaci a předměty nebo postavy v televizi pojmenovávat a poznávat. V tomto věku již může být jedinec televizní obrazovkou pozitivně ovlivňován, pokud se zvolí vhodná skladba pořadů v rozumné míře, ale je třeba si uvědomit, že u dítěte ve věku batolete není zatím pozornost na takové úrovni, aby dokázalo sledovat dění na obrazovce déle, než trvá např. večerníček. Ovšem při pozorování dítěte, které sleduje televizní pořad, můžeme vidět, že na vizuální i zvukové podněty reaguje na základě své vlastní zkušenosti. Pokud uvidí zvířátko u kterého ví, jaké vydává zvuky, můžeme často zpozorovat snahu o reprodukci těchto zvuků. U dítěte se zde rozvíjí schopnost spojovat si vjemy získané např. z obrázkových knih, z osobního poznání zvířete (tedy z vlastní zkušenosti) a z televizní obrazovky. Pokud je v televizi hudební pořad, dítě na to reaguje tak, že se snaží do rytmu pohybovat, podupává si a tímto se rozvíjejí sluchové a harmonické schopnosti a v neposlední řadě rytmus. Pravidelné a přiměřené sledování televizní obrazovky může pomoci ustanovit pravidelný denní rytmus života dítěte, které se naučí, že po večerníčku chodí spát.

Co se týče předškolního věku, tak zde začíná televizní obrazovka zabírat větší část denního programu dítěte, a to bez ohledu na to, zda dítě navštěvuje mateřskou školu, anebo je o něj pečováno individuálně po celý den. A znovu zde platí, že by televize neměla ve výchově jedince nahradit roli pedagoga, který má televizi

používat jako výchovný prostředek, pomůcku. Například sledování televizních pohádek, pořadů, zvolených tak, aby byly bez projevů násilí, hrubosti, vulgarity, zaměřených na pozitivní vlastnosti lidského jedince, laděných optimisticky s dobrým koncem, pomáhá dítěti rozvíjet jeho fantazii, poznávat vnější svět a orientovat se v něm. Po shlédnutí pořadu je právě proto nutno s dítětem, a nejlépe s dětmi v kolektivu, shlédnutý pořad rozebrat, prodiskutovat, a zjistit názory na tu či onu postavu, její jednání, nebo na tu či onu situaci. Pokud se televize nestane převládajícím prvkem ve výchově dítěte, může být pro dítě dobrým výchovným prostředkem. Vliv audiovizuálních médií na děti do předškolního věku je většinou pozitivní. Pedagog by měl včas rozpoznat a eliminovat případné negativní vlivy.

Větší problém nastává u dětí ve školím věku, kdy děti dospívají. Především období puberty a adolescence, které s sebou přináší bouřlivý vývoj jedince, který během tohoto období mění a třídí své životní názory a postoje. Právě v tomto věku je člověk zranitelný a snáze ovlivnitelný nevhodnými televizními pořady, ale i počítačovými hrami či nevhodným obsahem na internetu. V moderní pedagogice vystupují v úloze výchovných prostředků do popředí stále více sdělovací prostředky. Prostřednictvím televize se děti učí poznávat a chápat svět, který přesahuje hranice osobních zážitků a rámec toho, co poskytuje škola. V rámci zájmů dětí (které bývají často velmi široké a často se mění) plní masové sdělovací prostředky tyto funkce:

- **výchovnou** (v jejím rámci přináší vzory pro jednání a ovlivňují hodnotovou orientaci)
- **informační**
- **poučnou**
- **zábavnou**

Je možné je využít jako názorný doplněk při výuce ve škole. Pedagog má ve spojení s audiovizuální technikou k dispozici velké množství výukových pořadů a

programů, které jsou dílem odborníků v dané problematice. Při výchově žáků je vhodné i použití kamery. Ta umožňuje zachycení žáků v určitých modelových situacích a dokáže odhalit chyby a nedostatky v jednání a chování, které je možné následně rozebrat při přehrávání pořízeného videozáznamu. Každý totiž dokáže objektivně zhodnotit svoje jednání až když se vidí a slyší.

### **3.1.1. Mediální výchova**

Nepoučenému divákovi hrozí, že mediální obraz světa zamění za skutečný svět. Takovým divákem se mohou stát velmi snadno právě děti. Jestliže děti nemají ztratit vazbu k okolnímu světu, musí se médií seznámit a musí se naučit o nich přemýšlet. Čím dříve zjistí, jak snadno lze manipulovat obrazem i slovem, tím lépe. Tím větší bude šance, že dokáží odlišit vlastní názor od názoru překládaného médií. Tím větší je také šance, a že se naučí správně dekodovat mediální sdělení a že se případně naučí podvědomě nedůvěřovat všemu, co se by jim média snad snažila namluvit. Přirozeným místem, kde by se mohly děti s médií seznámit, je základní škola. Podobně jako je dějepis naukou o historii a výtvarná výchova zase naukou o umění a estetice, je možné zavést pojem mediální výchova pro nauku o médiích a jejich vlastnostech. Cílem mediální výchovy je seznámit děti s podstatou moderních médií a jejich základními vlastnostmi. Mediální výchova je naukou o tom, jak obsahu sdělení předávaného prostřednictvím médií správně rozumět. Jejím cílem je pouze upozornit na základní postupy a triky, jakých se v médiích používá, chceme-li dosáhnout určitého efektu. Mediální výchova by měla dále ukázat, co všechno ovlivňuje výsledné sdělení a kvůli čemu nemůže být nikdy stoprocentně objektivní.

### **3.2. Negativní působení médií na vzdělávání**

Média svým hromadným působením ovlivňují velké množství svých konzumentů. Jejich nevhodná prezentace by tak mohla negativně působit na estetické cítění a kulturní úroveň lidu. Hromadné sdělovací prostředky mohou také produkovat únikovost, pasivitu, závislost a nevypočitatelné tendence k násilí a zločinnosti.

Za nevhodné jsou pro dětského diváka považovány následující obsahy:

- sexuální problémy, znásilnění, pornografie
- nešťastné manželství, nevěry, rozvody
- alkoholismus, hazard
- vraždy, zločiny, násilí
- horory, scény s příšerami
- filmy s cynickým vyjadřováním
- filmy s ukrutnostmi ke zvířatům

Televizní pořady pro děti, zvláště pro ty nejmladší, jsou poměrně nevinné, neobsahují brutální scény, vraždy, je v nich méně krve, ale o to více je zde malému divákovi předkládáno násilí v poněkud měkčí formě (nadávky, honičky, výhrůžky, výprasky, rvačky atd.).

Další nebezpečí médií číhá na straně výpočetní techniky. Mládež počítače využívá především ve spojení s počítačovými hrami. Zde je jim nabízen nejen pohled na násilné dění na obrazovce, ale sami mohou svým působením ovládat a používat násilí aniž by se u nich projevil soucit, nebo pud sebezáchovy, což umocňuje pocit, že je vše dovoleno, aniž by se za to nesla jakákoliv odpovědnost. To vše svádí nezralého človíčka k napodobování v realitě, aniž by si uvědomil následky svého jednání.

Kromě násilí na obrazovce čeká na děti a mládež další, pro ně negativní jev, a to pornografie. Její zlo spočívá v tom, že u nich předčasně probouzí sexuální citění, zkracuje dětství a bere milostnému životu něhu, tajemství a krásu objevování. I napodobování televizních sexuálních zkušeností je pro děti velmi nebezpečné a v dospělosti může docházet vlivem toho k absenci hlubšího citu k partnerovi. V oblasti sexuality je ovšem třeba podotknout, že by byla velká chyba, kdyby byly v zakazování nahoty viděna hlavní součást sexuální, nebo mravní výchovy.

Násilí prezentované médii poškozuje dětskou psychiku a do jaké míry se tak děje, záleží také na prostředí, ve kterém se dítě vyvíjí (rodina, škola). U některých dětí mediální násilí probouzí nebezpečné zalíbení v krutosti, v ničení, u některých vede naopak k bázlivosti a k přílišnému strachu z násilí. Věčné vysedávání u televizní obrazovky nebo počítače může mít nepříjemné následky v podobě různých somatických neduhů. Kazí oči, působí negativně na nervový systém, nehledě na soustavné mlsání a přejídání u televize.

### **3.3. Média a jejich vliv na násilné chování**

Otázce „jak mediální násilí ovlivňuje děti, se kromě jiných věnovaly i dvě statisticky rozsáhlé studie. První z nich roku 1977 zkoumala výsledky 67 studií provedených na 30 000 dětech, druhá z roku 1986 pak posuzovala 230 výzkumů na 100 000 dětech. Obě studie skončily očekávanými výsledky:

- existuje souvislost mezi chováním dětí a množstvím násilí sledovaného v televizi
- vystavení násilným programům zvyšuje možnost agresivního chování

Zdá se, že nejcitlivější v tomto směru jsou děti mezi 8 a 12 lety.

V souvislosti s mediálním násilím se mluví o třech základních účincích – děti se mohou vlivem násilí v médiích stát necitlivými k utrpení jiných, mohou se začít chovat výrazně agresivněji, anebo se mohou více bát okolního světa (tzv. syndrom zlého světa).

Tyto studie dále ukazují, že je velmi důležité, jak se násilí v médiích prezentuje. Je potrestáno? Má důvod, opodstatnění? Jsou, nebo nejsou ukázány jeho důsledky?

Další otázky jsou spojeny s přístupem diváka. Identifikuje se divák s obětí, nebo s agresorem? Vzrušuje ho násilí v médiích, nebo ho děsí? Jak často sleduje televizi? Rozlišuje mezi realitou a médii?

Podle některých neexistuje přímé spojení mezi zobrazením násilí a násilnými událostmi ve skutečném životě. Přiznávají ale, že média pomohla vytvořit kulturu, která je k násilí mnohem tolerantnější, než kdy byla. Podle nich problém nespočívá v míře násilí, ale v nedostatku pozitivních nenásilných alternativ v řešení konfliktů. Poselství, které v médiích především děti nenachází je to, že skuteční hrdinové nejsou násilníci, ale lidé, kteří se snaží řešit problémy bez použití násilí.

### **3.4. Dílčí závěr**

Část světa chápe média na jedné straně jako jakousi záruku demokracie, nástroj, s jehož pomocí lze zprostředkovat osvědčené hodnoty co nejširší veřejnosti, dále jako poslání a možnost sebevyjádření a konečně jako výnosný způsob obživy a tvorby zisku. Na druhé straně média zkreslují a překrucují skutečnost, kazí dobrý vkus, podporuje růst násilí ve společnosti, vedou k cynismu, okoralosti a bezohlednosti, manipulují myšlením, potlačují slabší názorové proudy, určují, co je důležité a co nikoliv, kdo není v médiích, jako by ani nebyl.

Podobně protikladné hodnocení je běžné i u řady společenských institucí, například školství. Média ve školství rozvíjejí myšlení, seznamují s poznatky, jež kdy lidstvo získalo, pomáhá zrajícímu jedinci najít cestu do společnosti. Naopak ale mnohdy unifikuje myšlení, potlačuje jedinečnost lidského individua, nutí zrajícího jedince zaujmout místo ve společenském soukolí.

## **ZÁVĚR**

Jak jsem již předeslal v úvodu práce šlo mi o stručný výčet médií, kterými je člověk v dnešní době ovlivňován, o menší exkurzi do historie médií a nastínění několika možných trendů v oblasti jejich vývoje. Pokud mám toto téma stručně shrnout nemůžu opomenout fakt, že za posledních padesát let se naše společnost „díky působení médií“ změnila možná víc než za celé minulé tisíciletí. Poměrně nenápadným způsobem nám do života pronikla neznámá síla, která dokáže ovlivnit naše názory a změnit naše životní návyky a mi jsme ji s nadšením přijaly. Tou silou jsou právě moderní média, tedy televize, rozhlas, noviny a také internet, v jehož budoucím vývoji lze spatřovat i vývoj celé společnosti. Současná média jsou všudypřítomná, podvědomě jim věříme a často si ani neuvědomujeme, jak nás ovlivňují. Obklopují nás doma v dopravních prostředcích, v zaměstnání, ale také všude tam, kde rádi trávíme svůj volný čas. Jsou s námi v kterýkoliv okamžik našeho života a neustále k nám promlouvají. A my jim nasloucháme.

Téma které jsem si vybral mě nezaujalo ani tak svou originalitou (Diskuse na téma média a jejich působení na nás je poslední dobou stále častěji prezentováno právě médii), ale spíše společenskou nutností tento „problém“ nějakým způsobem usměrnit. V dnešní, stále rychleji plynoucí době, jsou média nejen nenáročnou formou zábavy a relaxace, ale především každodenní nezbytností. Je jen na nás, jaký přístup k médiím zaujmeme a nakolik jimi necháme ovlivnit svůj život.

## **RESUMÉ**

Tato práce se zabývá působením masmédií na českou veřejnost. Jsou zde popsány počátky nejznámějších a nejrozšířenějších médií a jejich úloha v naší historii, jejich vývoj až do současnosti a možný směr jejich vlivu v budoucnosti. Kromě těžkostí, se kterými se potýkaly první propagátoři nových médií, se tato práce zabývá především způsoby, jakými lidé média využívají a vztahem, který si k nim vytvořili. Vzhledem k obsáhlosti tématu, je zde uvedeno jen několik málo příkladů tohoto vztahu, jeho klady a zápory a možnosti, jak se horší stránce tohoto vztahu bránit. Práce vyjmenovává jednotlivé situace, ve kterých se děti a mládež dostávají do styku s médii a nastiňuje možné varianty, jak média při výchově dětí pozitivně využívat, aniž by docházelo k negativním důsledkům z jejich nadužívání a nevhodného použití vůbec.

## **RESUME**

This work deals with the instrumentality of mass media on Czech republic. There are described the beginings of best known and the most widespread media and their task in our history in this work, and also their development till the present times, and possible direction of their influence in the future. Except those difficulties which the first propagators faced, this work handles above all the ways how people exploit the media, and the attitude which they created towards them. There are only a few examples of this attitude mentioned here considering the extensiveness of this theme, the positives and the negatives of this attitude, and also the possibilites of how we can defend against the worse side of this. This work points out particular situacions in which children and young people get in touch with the media, and outlines possible variants of how the media can be used to educate them, and how to avoid the negative consequences with excessive and iconvenient use at all.

## **ANOTACE**

Název práce:       Výchovné působení masmédií na českou společnost  
Příjmení a jméno:   Martin Vlkojan  
Vedoucí práce:     Mgr. František Šnitr  
Počet stran:               43  
Počet příloh:             6  
Počet titulů použité literatury:   13  
Rok obhajoby:       2005  
Klíčová slova:       Mediální výchova.  
                          Média - nositelé sdělení.  
                          Média a životní styl.  
                          Mediální svět zkušeností.  
                          Vliv médií na chování.  
                          Prezentace světa prostřednictvím médií.

## **ANNOTATION**

Title of work:         Allowance incidence of masmedii on Czech society  
Firstname and surname: Martin Vlkojan  
Work leadership:     Mgr. František Šnitr  
Number of pages:         43  
Number of appendices:     6  
Number of the used literary titles:   13  
Year of defence:         2005  
Key words:           Media and education.  
                          Media – bearers of the messages.  
                          Media and lifestyle.  
                          Medial world of experience.  
                          Influence of media on behaviour.  
                          Presentation world by means of media.

## **LITERATURA A PRAMENY**

*Zákony vztahující se k rozhlasovému a televiznímu vysílání*

BLAŽEK, B. *Tváří v tvář televizní obrazovce*, Praha: Sociologické nakladatelství 1995

NĚMEC, P. *Public relations: Zásady komunikace s veřejností*, Praha: Management Press 1993

BORDIEU, P. *O televizi*, Brno: Doplněk 2002

KOSÍK, A. *Pospojovaný svět*, Praha: Prostor 1997

POSPÍŠIL, J. *Multimediální slovník, aneb, Manuál milovníka multimédií*, Olomouc: Rubico 2004

KŘÍŽEK, Z. *Život s reklamou*, Praha: Grada 2002

BLAŽEK, B. *Venkov, města, média*, Praha: Sociologické nakladatelství 1998

VÁGNER, I. *Televizní zprávy – psychický nátlak?*, Praha: Argo 1997

ŘÍČAN, P. *Krotíme obrazovku*, Praha: Portál 1995

JIRÁK, J. *Média a společnost*, Praha: Portál 2003

MOŽNÝ, I. *Česká společnost*, Praha: Portál 2002

POSPÍŠIL, P. *Efektivní publish relations a media relations*, Praha: Computer press 2002

## **SEZNAM PŘÍLOH**

**Příloha 1:** Televizní diváci v mezinárodním srovnání

**Příloha 2:** Počet hodin u TV v závislosti na patru domu

**Příloha 3:** Průměrná doba sledování TV v závislosti na tom, zda matka  
trávila/netrávila prázdniny v přírodě

**Příloha 4:** Přístup domácností v ČR a zemích EU na internet

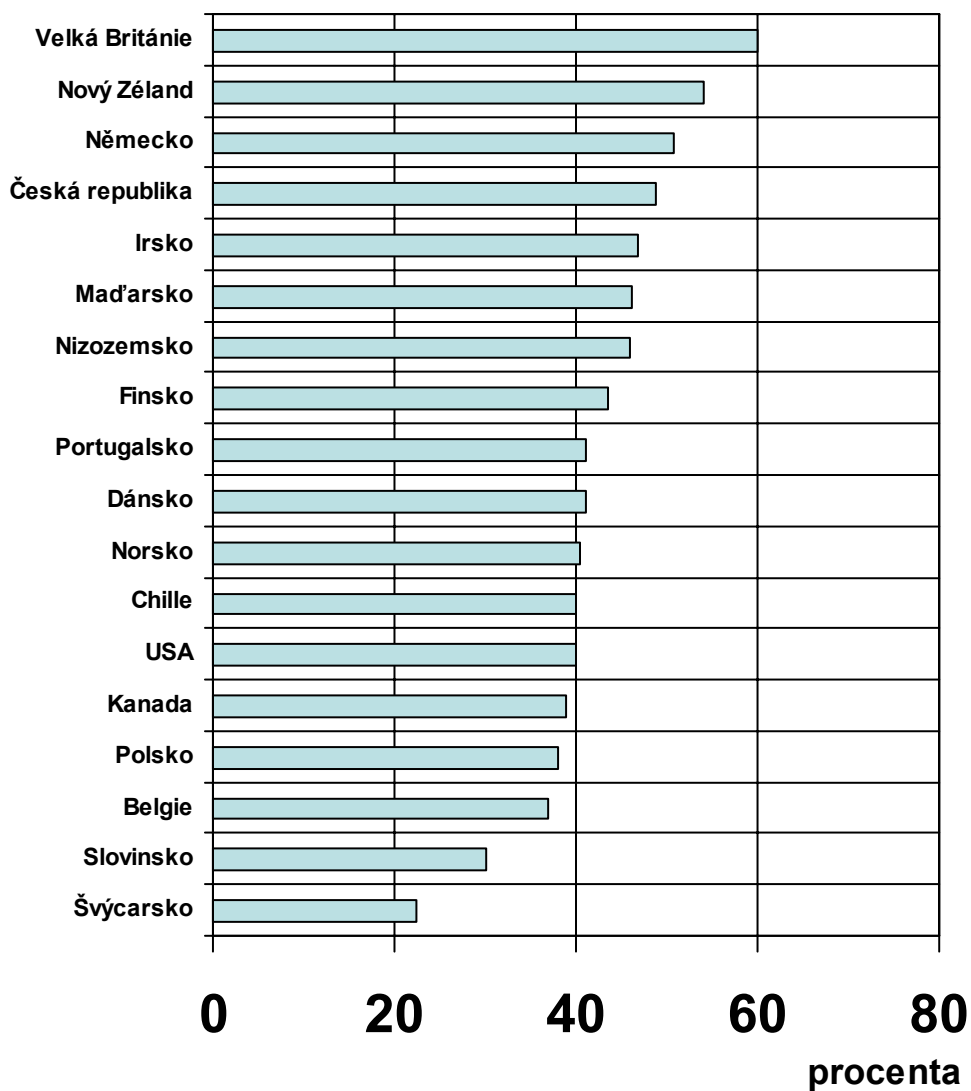
**Příloha 5:** Z venkovního prostředí do vnitřního

**Příloha 6:** Způsob využívání počítače

## Příloha 1:

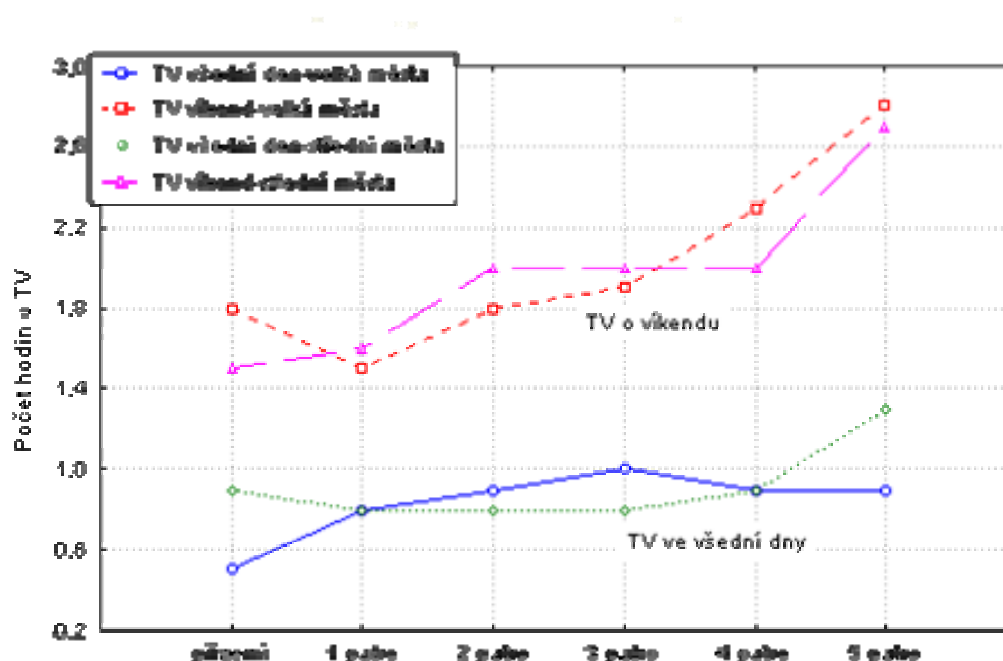
### Televizní diváci v mezinárodním srovnání

■ Procento dospělých, kteří udávají, že věnují denně nejméně dvě hodiny sledování televize



## Příloha 2:

### Počet hodin u TV v závislosti na patru domu



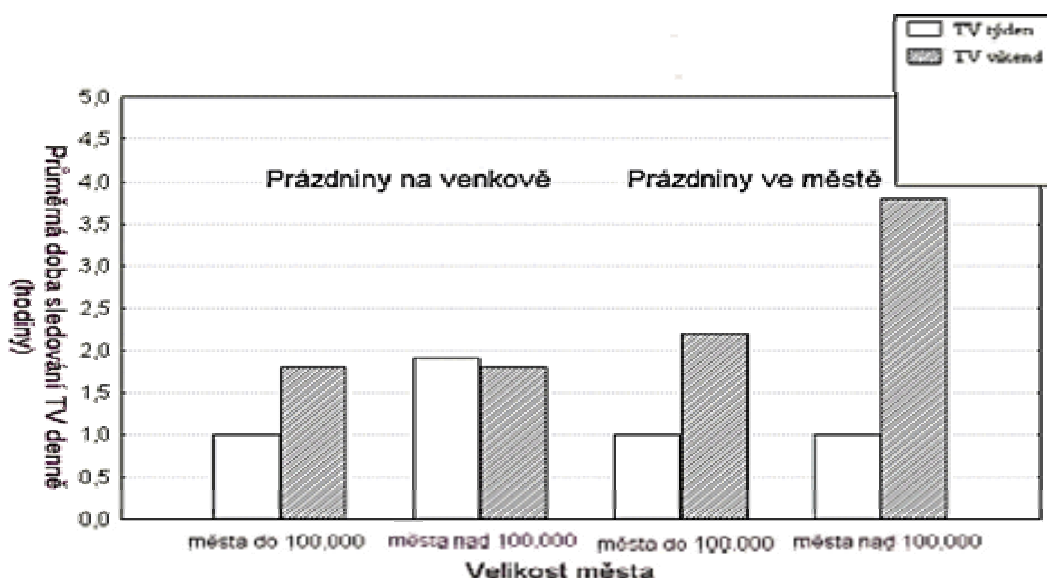
*Souvislost mezi dobou, po kterou dítě sleduje televizi a patrem, v kterém rodina žije. V horní části grafu jsou uvedeny hodnoty pro sledování televize o víkendech, v dolní části pro všední dny. Data jsou vykreslena pro města nad 100 tis. obyvatel ("větší města") a pro města do 100 tis. obyvatel ("střední města").*

## Příloha 3:

**Průměrná doba sledování TV v závislosti na tom, zda**  
**matka trávila/netrávila prázdniny v přírodě**

|                          | Prázdniny na venkově | Prázdniny v městě |
|--------------------------|----------------------|-------------------|
| města pod 100 tis. obyv. | 1 / 1,9              | 1 / 2,2           |
| města nad 100 tis. obyv. | 1,9 / 1,8            | 1 / 3,8           |

*Průměrná doba (v hodinách), kterou dítě sleduje televizi ve všední den a o víkendu (všední den/víkend) ve městech pod 100 tis. a nad 100 tis. obyv. Ukázány rozdíly mezi dětmi matek, které trávily v dětství prázdniny na venkově nebo ve městě.*

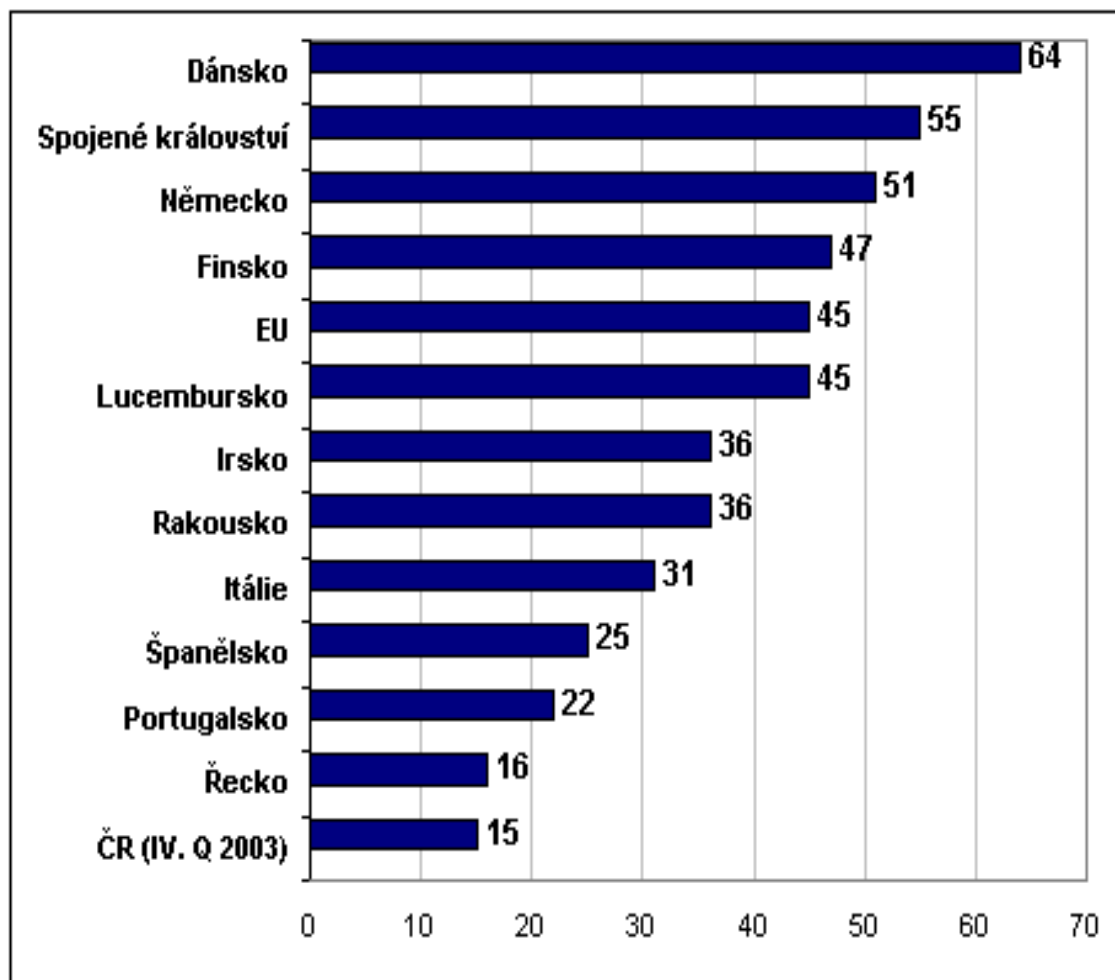


*Průměrná doba (v hodinách), kterou dítě sleduje televizi ve všední den a o víkendu (všední den-prázdné sloupce, víkend šrafované sloupce) v městech pod 100 tis. a nad 100 tis. obyv. Vykresleny rozdíly mezi dětmi matek, které trávily v dětství prázdniny na venkově nebo ve městě.*

**Příloha 4:**

**Přístup domácností v ČR a zemích EU na internet**  
**(v 1. čtvrtletí roku 2003)**

(údaje v %)

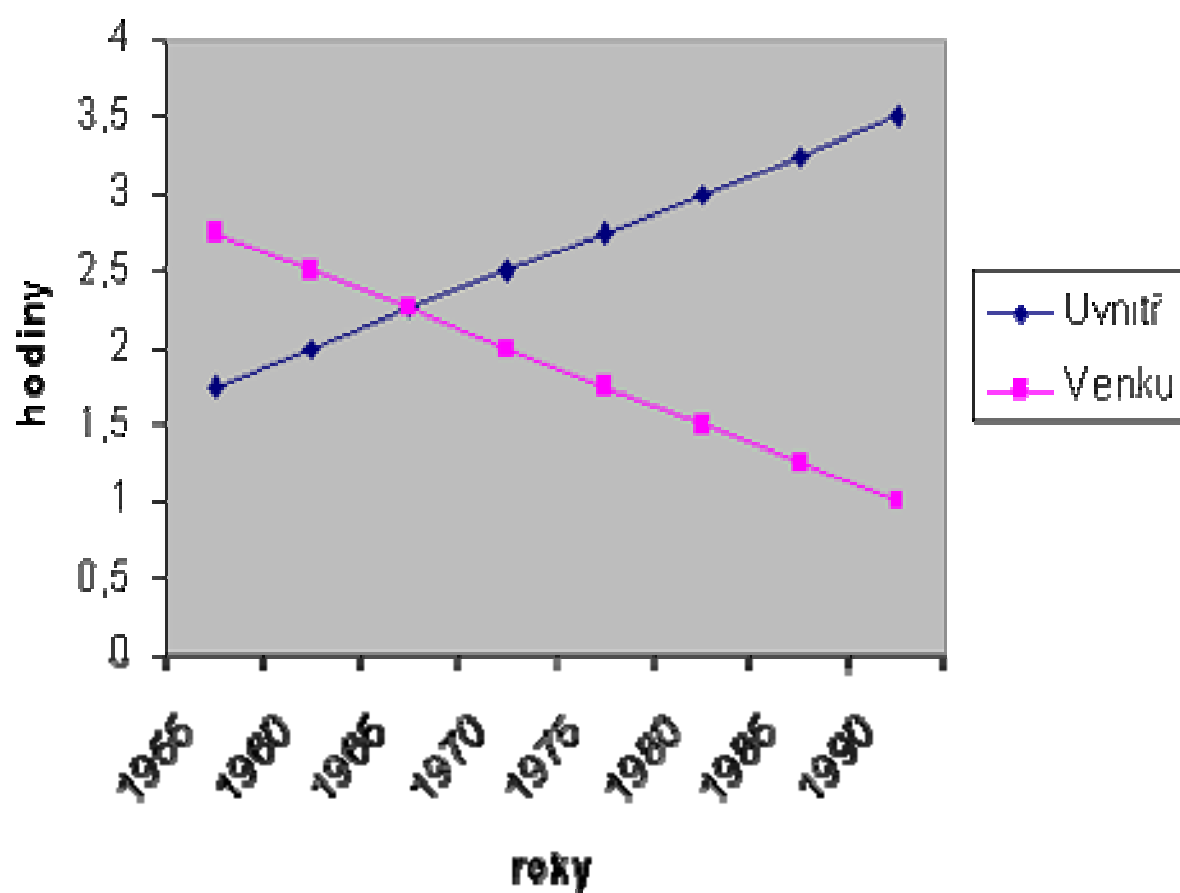


*Pozn.: podíl na celkovém počtu domácností dané země.*

*Zdroj: Eurostat a ČSÚ*

**Příloha 5:**

## Z venkovního prostředí do vnitřního



## **Příloha 6:**

### **Způsob využívání počítače**

- Mládež 15 – 30 let (v %)

| <b>způsob využívání počítače</b> | <b>na vlastním počítači</b> | <b>na jiném počítači</b> |
|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| psaní textu                      | 25,3                        | 55,2                     |
| počítačové hry                   | 19,3                        | 35,1                     |
| počítačová grafika               | 12,8                        | 19,4                     |
| vytváření a užívání databází     | 12,5                        | 23                       |
| vzdělávání                       | 12,4                        | 24,2                     |
| poslech hudby na CD              | 11                          | 14,1                     |
| encyklopedie, slovníky           | 9,7                         | 14,4                     |
| programování                     | 8,8                         | 15,2                     |
| jazyková výuka                   | 8,7                         | 10,7                     |
| překládání                       | 7,4                         | 7,3                      |
| vedení účetnictví                | 5,4                         | 9,6                      |
| organizace a řízení              | 5,3                         | 10,6                     |
| prezentace, přednášky            | 4,2                         | 6,2                      |
| využívání Internetu              | 4                           | 23,5                     |
| elektronická pošta               | 2,7                         | 18,8                     |
| faxování                         | 2,7                         | 10,9                     |
| finanční, bankovní operace       | 2,3                         | 5,7                      |
| poslech rádia                    | 2,3                         | 2,8                      |
| jiné                             | 2                           | 2,8                      |
| sociální kontakt                 | 1,4                         | 5,3                      |
| domácí video                     | 1,3                         | 1,5                      |
| Sledování televize               | 0,6                         | 1,3                      |