

Technická univerzita v Liberci  
**Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická**

---

**Katedra:** Filosofie  
**Studijní program:** Filosofie  
**Studijní program: (kombinace)** Filosofie humanitních věd

**VLIV MÉDIÍ NA JEDINCE (SPOLEČNOST), SVOBODNÁ  
VŮLE ČLOVĚKA**

**INFLUENCE OF MEDIA ON PEOPLE (SOCIETY), FREE  
WILL OF PEOPLE**

**Bakalářská práce:** 2010–FP–KFL-0024

**Autor:**  
Luboš Protiva

**Podpis:**

**Adresa:**  
Na Svahu 615  
473 01, Nový Bor

**Vedoucí práce:** PhDr. David Krámský, Ph. D.

**Počet**

stran	slov	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
48	12359	0	0	30	0

V Liberci dne: 11. 4. 2010

## Prohlášení

Byl jsem seznámen s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci dne: 11.04. 2010

Luboš Protiva

---

## **ANOTACE**

Práce podává přehled o tom, jak média dokáží působit na člověka. Jak jsou podstatné v životě člověka a jak dokáží změnit vnímání jedince. Nejprve jsme vymezili, co média jsou, jaký měla vliv v minulosti a jaký v současnosti. Současné postavení médií nám podhalilo jejich nové problémy. Tím, na který jsme se zaměřili, je násilí produkované médii a jeho vliv na mládež. Tento palčivý problém jsme se pokusili popsat, uvést jeho projevy a zároveň i ukázat možnosti jeho regulace. Vycházelo se z deseti primárních pramenů. Ty byly ještě doplněny o řadu další rozvíjející literatury.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

média, násilí, televize, agrese, svobodná vůle

## **DIE ANNOTATION**

Die Arbeit gibt eine grobe Übersicht, über die Wirkung der Medien auf das Leben der Menschen. Wie wichtig sie für das Leben von jeden einzelnen sind und wie sie die Wahrnehmung des Menschen verändern können. Erst definierten wir, was sind die Medien, wie groß war der Einfluss in der Vergangenheit und wie ist er heute. Die heutige Sicht der Medien hat uns deren Probleme gezeigt. Wir haben uns auf die Gewalt, die in den Medien vorkommt und das Ausmaß der Jugendbeeinflussung spezialisiert. Dieses brennende Problem haben wir versucht zu beschreiben, wie es sich präsentiert und gleichzeitig auch eine mögliche Regulation zu finden. Wir sind aus zehn primären Quellen ausgegangen. Diese wurden noch von einer Reihe von Sekundärliteratur ergänzt.

## **DIE STICHWÖRTE**

die Medien, die Gewalt, das Fernsehen, die Aggression, die Willensfreiheit

## **ANNOTATION**

This work gives a brief summary of the Media effect on people. How important they are in the life of the people and how they influence the reception of them. At first we define, what the media are, how was the influence of them in the past and how it is nowadays. The present position showed us their current problems. That problem that we focus on is the violence produced by the media and this effect on teenagers. We tried to describe this burning problem to present symptoms together with a regulation possibility. We based on ten prime sources. These sources were added by a series of elaborative literature.

## **Keywords**

Media, violence, television, aggression, free will

<b>ÚVOD</b> .....	<b>6</b>
<b>1 Hlavní cíle</b> .....	<b>8</b>
<b>2 Vymezení pojmů</b> .....	<b>9</b>
2.1 Média .....	9
2.2 Recipient .....	11
2.3 Fáma .....	12
2.4 Antifáma .....	13
2.5 Svobodná vůle.....	13
2.6 Agrese.....	14
<b>3 Historie vztahu média a společnost</b> .....	<b>14</b>
3.1 Vývoj vlivu médií na uspořádání společnosti.....	15
3.2 Vývoj představ o mediálním vlivu .....	17
<b>4 Současnost médií, média v postmoderním světě</b> .....	<b>21</b>
4.1 Současná média .....	21
4.2 Globalizace médií.....	26
<b>5 Mediální (televizní) násilí a mládež</b> .....	<b>28</b>
5.1 Situace v ČR .....	29
5.2 Studie týkající se televizní produkce násilí.....	31
5.3 Další efekty televizního násilí.....	33
5.4 Projevy mediálního násilí v praxi.....	35
5.5 Lehkovážnost zobrazovaného násilí.....	36
5.6 Kontrola a regulace .....	37
<b>6 Závěr</b> .....	<b>44</b>
<b>7 Seznam použité literatury</b> .....	<b>46</b>

## ÚVOD

Naše životy, ať chceme nebo nechceme, nejsou jen volně si plynoucími dny, které ovlivňujeme jen my sami naším rozumem nebo vůlí. Žijeme ve světě, kde „sedmá velmoc“ - média, vládnou pevnou rukou. Doslova svět pohltila. Určující pro naše životy se stává to, co slyšíme v rozhlasu, televizi, čteme v novinách nebo dnes zejména na internetu. Svět se nám jeví de facto tak, jak nám jej chtějí média ukazovat. Když média oznámí vypuknutí krize, nastane jediné. Ocitneme se ve světě, který je v krizi. My sice žijeme na stejném místě, chodíme do stejných zaměstnání a škol, ale přece jenom cítíme, že se nacházíme v krizi. Totiž to, co nabídnou média považujeme v podstatě za pravdu. Jejich moc se zdá být monstrózní.

Ivan Brezina vystihuje jejich moc: „Mediální svět je skutečnější než svět fyzický – vždyť koho by zajímala nějaká anglická princezna, která se rozmlátila v autě, kdyby se o ní nepsalo v novinách?“ (Bezdiček, Žantovský 2000: 5) Je prakticky jedno, jestli se uvede příklad anglické princezny nebo třeba voleb ukrajinského prezidenta. Bez médií bychom nevěděli nic o ničem. Pokusit se nebýt ovlivňován a zachovat si nezatíženou svobodnou vůli, je pokusem vyhnout se médiím. Jenže i když si nekoupím noviny a nebudu sledovat televizi, internet ani poslouchat rozhlas, budu okolo médií procházet. Na budovách, v dopravních prostředcích, výlepních plochách, všude se objevují média. Vyhnout se jim nelze.

Vyhýbání se médiím je ovšem cestou do pekel. Důležité pro nás je, naučit se s nimi žít, umět s nimi pracovat. Naprostá nekritičnost vůči médiím, slepé naslouchání všemu, co prezentují, rozhodně není správné. Naučit se být vůči nim kritický, je jedinou správnou možností. Mediální výchova by proto měla být

součástí vývoje každého jednotlivce. Umět vyhledávat relevantní zdroje informací, je dnes stejnou samozřejmostí, jako je například malá násobilka.

Mediální moc, související s jejich vlivem, je významným organizátorem našich myšlenek. Svádí k podceňování určitých podstatných faktů, které mohou jednotlivce zavést špatným směrem. To, s čím média často lehkovážně pracují, je násilí a určité formy agrese. Jestliže z televizních obrazovek prýští každou chvíli litry krve, je potřeba zvednout varovný prst. Volný čas lidí, zejména dětí, je totiž orientován právě na televizi a internet, kterých je násilí podstatnou součástí. Pořekadlo o zakázaném ovoci, které nejvíc chutná, je v tomto případě výstižné. Násilí mládež prostě láká. A láká ji tolik, že může docházet, a taky dochází, k nezamýšleným důsledkům mediálního násilí. I proto je třeba vyzdvihnout správnou práci s médii, která by vychovávala jedince obrněné vůči mediálním obsahům.

# 1 HLAVNÍ CÍLE

V této práci je hlavním cílem zaměření na ovlivňování jedinců médií. Úvodem vysvětlím podstatné pojmy související s médií, které jsou pro mou práci podstatné. V další části se zaměřím na historii médií ve vztahu ke společnosti a uvedu několik příkladů ve vývoji jejich vzájemného postavení. Dotknu se i tématu současných médií a jejich využívání.

Závěrečnou část věnuji jednomu z velmi palčivých témat v souvislosti s médií, a sice jejich spojení s agresivitou a násilím. V podstatě zbytečné zagresivnění společnosti se pokusím prezentovat na řadě studií. Poukážu i na to, jak se projevuje v praxi. Označím hlavní nebezpečí nebo ukážu, jak se daří ono násilí regulovat, ať už na bázi mezinárodní, národní nebo v běžné praxi.



## 2 VYMEZENÍ POJMŮ

### 2.1 Média

Média jsou bez pochyby v dnešní době jedním z nejčastěji používaných pojmů. Celá společnost prakticky neustále zmiňuje nebo se nějakým způsobem opírá o tento pojem, přičemž každý ho používá v rozličných souvislostech.

Původ slova pochází z latinského slova *médium*, které v překladu znamená prostředek nebo zprostředkování. Média tedy jsou prostředníky nějakého obsahu.

Při vyslovení slova „média“ se nám vybaví hlavně televize, tisk, rozhlas nebo takzvaná nová média, která souvisí s digitální prací s daty – viz internet. Nejenom tyto entity však označujeme slovem média. Za média se považují i kódy, které se při komunikaci používají, a sice jazyk (v našem případě jazyk český). Náš přirozený jazyk lze považovat za médium primární. S vývojem společnosti a jejích civilizací se lidé snažili, aby jejich poselství překonalo časovou i prostorovou omezenost. Proto začali používat k přenosu dat zpočátku obrázky, později zdokonalené do různých typů písem. Pokrok pokračoval přes tisk až k dnešnímu digitálnímu nahrávání. To vše označujeme jako média sekundární. (Jirák, Köpplová 2009)

Technická idea je bez pochyby charakteristickým rysem sekundárních médií. Nicméně stejně podstatné - ba možná i o něco podstatnější - je, jakou formu společenských vztahů tvoří.

a) Pakliže slouží k dorozumívání mezi dvěma jedinci, kteří se navzájem respektují jako jedinečné individuum, mluvíme o interpersonálních médiích. Jejich podstatným rysem je, že oba dva mohou jak přijímat, tak vysílat data. Této komunikaci slouží například e-mailová, telefonická komunikace, nebo v dnešní době populární komunikace pomocí internetových chatů, facebooku či twitteru.

b) Masová média – už z názvu vyplývá, že oslovují masu lidí. Nikoli jen jednoho. Je to komunikace směřující od jednoho zdroje k publiku, které obsahuje vysoký počet lidí. Na této formě komunikace už se nepodílejí obě strany. Množství příjemců (masa) je tak závislé na jednom podavateli informací. Typickými

masovými médii jsou například tištěná média – noviny, knihy, časopisy, televize nebo rozhlas.

c) Síťová média – Grossberg, Watell a Whitney (1988) zmiňují ještě třetí variantu vytváření sociálních vazeb. Síťová média vytvářejí sociální vazby tak, že propojí mnoho bodů s velkým množstvím bodů dalších. To vytvoří novou komunikační i vztahovou síť. Všechny body v ní jsou s to jak data přijímat, tak je i podávat. Tuto síť reprezentuje třeba pošta nebo různé telefonické konference.

Velmi zajímavě rozdělil ve své knize *Člověk, média a elektronická kultura* Marshall McLuhan. Ten jim přisoudil pro média vskutku netypické názvy – horká a chladná. Rozdělení závisí na tom, jak se příjemce účastní mediálních sdělení. Horká média naprosto vtáhnou diváka respektive příjemce do mediálního obsahu. Jsou totiž přeplněny informacemi, které se zdají být kompletní, proto se divák stává jen pasivním příjemcem. Horké médium je například film nebo fotografie. Oproti tomu u chladných médií je nutné informaci doplňovat, protože jsou neúplné. To souvisí s aktivitou příjemce, kterou použijeme třeba při telefonování nebo poslouchání rozhlasu.

Horkost či chladnost médií se u jednotlivých médií velmi složitě určuje. Proto se toto dělení často používá při komparaci. Například zhlédnutí filmu je „horké“, kdežto rozhovor o filmu už je „chladný“.

Poslední rozdělení médií, o kterém se zmíním, se váže na to, co potřebují ke svojí prezentaci. Jsou úzce spojena s technologií. Toto rozdělení se však velmi často používá i v běžné mluvě.

#### a) Tištěná média

Název napovídá, že tato média potřebují ke svojí prezentaci něco, na co se dají vytisknout. V tomto případě jsou spjaté s papírem, na který jsou pomocí různých tiskařských technik nanášeny mediální obsahy.

Příčemž podle jejich výskytu se dají rozdělit na periodická, respektive neperiodická. Periodická média musejí být vydávány alespoň dvakrát do roka pod stejným názvem. Tuto definici splňují noviny či různé časopisy. Kdežto neperiodická média jsou vydávána jednorázově, nejvýše jednou za rok. Neperiodičnost reprezentují zejména knihy.

Aby se v případě tištěných médií k čtenáři dostaly kvalitní informace, musí u nich oddělovat ta bulvární od seriózních. Bulvární média vytvářejí senzační zprávy, jen za vidinou zisku. Prvotní pro ně není kvalita médií samotných, ale prodejnost. Kvalita by naopak měla být výsadou seriózních tiskovin. Proto je podstatné vybudovat si určitý odstup od bulvárních médií, jestliže chceme porozumět podstatným mediálním sdělením.

#### b) Elektronická média

Ta prostě a jednoduše používají elektroniku a přístroje s ní pracující. Proto sem zařadíme televizi, rozhlas, ale i například telefon.

Tato média posléze působí na naše vnímání. Proto se ještě dají elektronická média rozřadit do kategorií audiální, vizuální a audiovizuální.

#### c) Nová elektronická média = multimédia

Verner je charakterizoval takto : „Multimédia vznikají spojením videosignálu, zvuku, fotografie, textu a počítačových efektů do jednoho kompaktního celku uloženého v digitální podobě.“

Multimédia jsou v podstatě seskupením možností předešlých, a sice médií tištěných a elektronických. Ze všech tří typů jsou jednoznačně technicky nejdokonalejší. Nejsou statické, což má za následek jejich interaktivnost, jsou globálně přístupné takřka kdekoli, protože jsou vzájemně provázány.

Hlavním reprezentantem multimédií je internet a vše s internetem spojené. Nicméně zařadit se sem dají i počítačové simulace a s nimi spojená virtuální realita. (McQuail 2002)

## **2.2 Recipient**

Recipient je vlastně každý jeden z nás. Všichni jsme členy společnosti a jsme těmi, kteří přijímají mediální fakta. Sami pro sebe si je posléze vyložíme. Nejsme však pouze pasivními příjemci, nýbrž aktivními, protože zasahujeme do procesu mediální komunikace tím, že si vybíráme jen ty informace, které považujeme za podstatné a se kterými souhlasíme.

Stát se součástí publika nemůže ale každý. K práci s médii, posuzováním, co podstatné je a není, musí mít jedinec dostatek času. Stejně tak mu nesmí chybět určitá finanční zajištěnost, protože drtivá většina médií je placená (například knihy, noviny, internet). Zřejmě nejpodstatnější předpoklad, stát se členem publika je ovšem dostatečné vzdělání. Mediální gramotnost (Potter 1988) je de facto nutné vzdělání pro člověka ve vyspělých světech. Dnes totiž už nestačí pouhá schopnost čtení k pochopení mediálních významů. V podstatě hlavní veřejnou komunikací je dnes ta masová. (Jirák 2003)

### 2.3 Fáma

Slovo, které jak už bývá tradicí, pochází z latiny. Volně přeloženo „hovořím“ nebo „povídám“. Je odvozeno od antické bohyně pomlouvání Famy, kterou Vergilius popsal jako nestvůru s ohromným množstvím jazyků, očí i uší. Tedy všemu, co je k pomluvám nutné. Původně fáma znamenala ústně předávané sdělení nebo zvěst, které vykazuje znaky pravdivosti, nicméně je to spíše povídačka. (Reifová 2004)

Reifová ve *Slovníku mediální komunikace* říká: „Fáma je výsledek verbálního komunikování mezi lidmi, které vzniká všude tam, kde dochází k sociálním interakcím v reálně existujících lidských vztazích. Charakteristickým rysem fámy je to, že se šíří ústně. I když se může šířit moderními prostředky (v novinách, v rozhlase, televizi), pokaždé vzniká zvláštní symbiózou ve slovním sdělení faktu s jeho okamžitou interpretací. Výsledkem je zpravidla směs objektivně ověřitelné informace se subjektivním hodnocením, do něhož vstupují předsudky, sebesplňující proroctví a emočně zabarvené soudy. Fáma není dezinformace ani lež. Jsou to nezávazné, někdy téměř závažné řeči, respektive výsledek každodenních konverzací.“ (Reifová 2004: 63)

Jejich pozitivum je třeba zdůraznit, protože pryč jsou časy, kdy se při slově fáma zježily lidem chlupy po celém těle. Jean Noël Kapferer ve svém díle *Fáma - nejstarší médium světa* vidí posun fámy z odstrašujícího druhu médií do sfér, kde

fámy mají svou váhu takto: „Fámy si už vydobily domovské právo. Dlouho byly považovány za podřadný druh média. Dnes už ale víme, že jsou to média plnohodnotná, že existují paralelně vedle jiných médií a mají vlastní funkci. Proti negativnímu chápání fám, které převažovalo až donedávna, se dnes začíná uznávat jejich pozitivní funkce.“ (Kapferer 1992: 243)

## 2.4 Antifáma

Proti fámě, byť jsem zmínil její pozitivní vliv, se lze jen těžko bránit. Způsoby jak tak činit lze označit právě slovem antifáma. Prostředky jak se obrnit vůči fámě mohou být různé. Například mlčení – naprosto žádná odezva na fámu jež byla vypuštěna. Problémem mlčení je, že může fungovat jen krátkodobě, protože další fámy na sebe nemusí nechat dlouho čekat. Opakem mlčení může být soustředěný útok, kdy se investuje veškerá snaha do dementování fámy. Funkci antifámy může plnit i reklama, díky které se dá velmi dobře kontrolovat vox populi – hlas lidu. Ovšem uškodit si může reklama tím, že příliš upozorní na problém, jež fáma vyvolala. (Kapferer 1990)

## 2.5 Svobodná vůle

V *Psychologickém slovníku* od Hartla a Hartlové se svobodná vůle definuje jako: „Míra svobody, kterou člověk pociťuje při rozhodování či výběru.“

Člověk jednající svobodnou vůlí, není zatěžkán žádnými vnějšími okolnostmi, které neovládá on sám. Jedná pomocí vlastního rozumu, s pocitem, že vše má ve svých vlastních rukou. V případě souvislosti s médii se svobodná vůle stává velmi podstatným pilířem veškerého vnímání médií jako celku. To, jak nás média obklopují, vyžaduje velikou míru správného porozumění mediálnímu obsahům. Ty bychom právě měli vstřebávat pomocí svobodné vůle. Bohužel se tak často nestává

a mediální kampaně, žijící vlastním životem, nás dostávají tam, kde bychom právě díky svobodné vůli být neměli. Držet se linie svobodné vůle a jednat s jakýmsi odstupem od mediálních sdělení, nezapadnout do typického konzumu společnosti, vyžaduje velkou míru inteligence a soustředěnosti. (Hartl, Hartlová, 2000)

## **2.6 Agrese**

Definice agrese nevěstí nic dobrého. Hartlovi ji vnímají jako: „Útočné či výbojné jednání, projev nepřátelství vůči určitému objektu, úmyslný útok na překážku, osobu, předmět stojící v cestě k uspokojení potřeby (reakce na frustraci), biologicky jakákoli fyzická akce nebo hrozba akcí, kterými jednatel zmenšuje svobodu nebo genetickou způsobilost jiného jednatelce.“ Druhy agrese potom mohou být různé, od zlobné, instrumentální, mateřské, přesunutá a mnoha dalších.

Agrese úzce souvisí s násilím, které v souvislosti s médii (potažmo televizí), je současným palčivým problémem, který se v dalších částech budu pokoušet definovat.

## **3 HISTORIE VZTAHU MÉDIA A SPOLEČNOST**

### 3.1 Vývoj vlivu médií na uspořádání společnosti

Mediální teorie se od sebe odlišují především tím, jak se staví k tomu, jak média ovlivňují společnost a její projevy. Některé hodnotí podíl médií ve společnosti kriticky, a sice jako projev slabin té dané společnosti. Oproti jiným, které „hodnotí média jako součást sociálního a kulturního prostředí, s nímž lidé nakládají podle svých potřeb.“

Všechny teorie, které zmíním, ač se liší ve svém postavení k médiím, mají společný znak. A sice považují samotný vznik médií za obrovský posun a přínos společnosti. (Jirák, Köpplová 2009)

#### **Kritické teorie**

Považují média za hlavního manipulátora veškerého dění ve společnosti. Neviní z toho však média, ale to, v jaké společnosti se vyskytují.

- Frankfurtská škola

*představitelé:* Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, částečně i Hannah Arendtová nebo Erich Fromm

Tito představitelé, samozřejmě i mnoho jejich kolegů, zastávají názor, že „...masová média se v rozvinutých kapitalistických společnostech stávají součástí kulturního průmyslu, který narušuje např. tradiční koncept „čistého umění.“ (Jirák, Köpplová 2009: 338)

- Nová levice

*představitelé:* Raymond Williams

Orientována především na britské ostrovy. Zaměřuje se na změny anglické společnosti během průmyslové revoluce. Během ní podle Williamse došlo k razantnímu nástupu čtenářské veřejnosti, tím pádem se média stala více přístupná masám.

- Britská kulturní studia

*představitelé* : Raymond Williams, Richard Hoggart, Stuart Hall

Další z kritických proudů se zaměřoval na poválečné změny ve společnosti (myšlena je II. světová válka). Zajímal se o to, jak se určité subkultury dokáží bránit hlavnímu proudu kultury. Ke konci dvacátého století se jejich obzor rozšířil na témata homosexuality, feminismu či rasismu. Tato škola kritizuje zejména dominanci útlak některých lidí a naopak vyzdvihuje téma spravedlnosti.

- Hegemonní teorie

*představitelé*: Antonio Gramsci, Louis Althusser

Tato teorie zastává názor, že při existenci společnosti, musí nutně existovat i prvek moci. Ten sám o sobě vytváří určité nerovnosti a je zastupován právě médií. Nerovnost vychází z toho, že mezi členy společnosti jsou ohromné rozdíly v jejich přístupu k moci. Ti, jenž mají největší moc, ji neuplatňují silou, nýbrž právě hegemonií neboli nenásilně. Hegemonní teorie se zaměřuje i na problém podobnosti médií. (Jiráček, Köpplová 2009)

- Beckova teorie

*představitelé*: Ulrich Beck

Jedna ze současných kritik médií pochází právě od německého autora Ulricha Becka. „Nabízí představu, že modernizující se společnosti se posouvají z vývojové fáze, v níž bylo klíčové řešit maximalizaci produkce bohatství a jeho distribuci, do vývojové fáze, ve které tento růst narazil na své meze a začal produkovat nepřehlédnutelná rizika, jenž člověka ohrožují.“ (Jiráček, Köpplová 2009: 340)

### **Deterministické teorie**

Rozumějí médiím jako komunikačním technologiím, které mají na společnost určující vliv. Tak jak určují média své mediální obsahy, vypadá později i společnost. Jinak řečeno, média předurčují chod společnosti.

*představitelé*: Harold Innis, Jean Baudrillard, Guy Debord, Paul Virilieu

### **Kulturální přístupy k médiím**



Nejsou přímo kritické k médiím, vnímají je spíše jako specifický druh prostředí a jejich vliv nikterak nepřeceňují. Za hlavní součást svého studia nepovažují média, ale naopak publikum, protože to rozhoduje o tom, co přijme či nikoli. Proto nehodnotí celkový vliv médií na společnost.

Ke studiu publika se v posledních letech přiklání i britská kulturní studia, která se díky tomu odpoutávají z britských ostrovů, kde měla naprosto výsadní postavení. (McQuail 2002)

### **3.2 Vývoj představ o mediálním vlivu**

Působení médií není vždy závislé přímo na jednotlivci, ba naopak, velkou důležitost má například stav soudobé společnosti, to jak jsou média rozvinuta (čili technologický vývoj) a vůbec rozvoj společnosti jako takové, která díky svému rozvoji mění své sociologicko-psychologické postoje k médiím. (Burton, Jirák 2001)

- **1. etapa**

období – první třetina 20. století

V tomto období ještě nebyla média tak důkladně prozkoumána. Tato etapa se vyznačuje tím, že existující média mají velmi silnou moc, proti které se publikum není s to bránit. Na podnět vzešlý z médií reagují všichni téměř stejně.

Pozdější bádání přisuzují tomuto období například teorii magické střely nebo teorii podkožní injekce. Vyznačují se pasivitou lidí vůči mediálnímu sdělení. To má za účinek naprostou moc médií, které nutí lidi ke stejné konformní reakci. Tyto teorie jsou již dávnou překonané. Největšího „úspěchu“ dosáhly propagandou velmocí během I. světové války nebo třeba obrovským úspěchem filmu.

Jednoznačná nevýhoda tohoto období spočívá v naprosté moci utvářet a měnit chování lidí (McQuail 1999).

Naopak v těchto letech vzniká koncepce masového publika a masové společnosti, která se dá definovat jako skupina lidí, která nemá téměř nic společného, je odtržena ze svého prostředí a podřizuje se tlakům trhu. Tito jedinci jsou v naprostém područí médií. Oslabení sociálních vazeb mezi jedinci vede i ke vzniku masové kultury, což je vlastně masová produkce de facto k zaplnění volného času. Tato houfná produkce stírá nároky na kvalitu předkládaných médií a spěje tak k naprosto bezmyšlenkovité spotřebě všeho masového (Jirák 2009). Kritikem masové kultury a společnosti je právě výše zmíněná Frankfurtská škola.

- **2.etapa**

období – od 30. let 20. století – do 60. let 20. století

Oproti prvnímu období je zde největší změna v obrovském rozmachu ve výzkumu médií. To má za následek postupné ochabování mocnosti médií a nejednotnost reakcí na mediální obsahy. Pasivita jednotlivců se rázem vytrácí. Ti si totiž z mediální nabídky vybírají a nakládají s jejím obsahem dle svého vlastního uvážení, což může mít za následek sdružování se do nejrůznějších skupin. McQuail toto období označuje za „období o omezených účincích médií“.

Pro takovýto posun z hlediska působení médií měla velký vliv rozvíjející se kinematografie a později i rozšíření televize (Jirák 2009).

Výzkumy Lazarsfelda, Berelson a Gaudetové se v polovině padesátých let zaměřovaly na vliv médií na voliče během prezidentské kampaně. Zjištěním bylo, že jednotlivec mediální kampani bravurně odolává, protože většinou bývá o své volbě rozhodnut již předem. Dává proto přednost médiím, které jsou v souladu s jeho názorem. Výzkum s přispěním Katze odhalil takzvaný dvoustupňový tok komunikace. Mediální obsahy se totiž k lidem dostávají přes aktivní členy společnosti, názorové vůdce, kteří informace zpracují a posléze je rozšiřují mezi ostatní, jim důvěřující jednotlivce (Jirák 2009).

McQuail k tomu dodává: „Nebylo zjištěno, že média jsou zcela bez účinků, spíše se však ukázalo, že fungují v rámci stávající struktury sociálních vztahů a konkrétního společenského a kulturního kontextu.“ (McQuail 2002: 361)

- **3.etapa**

období – 70. léta 20 století

Tato léta se přiklánějí spíše k určitému návratu do první etapy, a sice k mocným médiím. Na rozdíl od první fáze ale mají příjemci možnost nesouhlasit. V tomto období sílí i snahy o hledání celistvého vlivu na společnost. Závěry docházejí k dlouhodobému a nepřímému vlivu, který se zaměřuje na podstatná témata pro společnost (jinými slovy na agendu). Dlouhodobý vliv sleduje zásadní změny názoru, životního stylu, vyznání apod. Nepřímý vliv je zprostředkováván přes jinou osobu, jako při dvoustupňovém toku komunikace, kde tuto pozici zaujímá názorový vůdce. Tento vliv byl způsoben především procesem socializace (vrůstání do společnosti), na které se rovněž výrazně podílí média.

V této fázi vzniká i koncept spirály mlčení, jehož autorkou je Elizabeth Noellová. Spočívá v tom, že lidé nejsou s to vyslovovat názory, u kterých nepředpokládají kladnou odezvu, bojí se říct protichůdný názor, proto volí raději mlčení. Důsledkem toho je neprozkoumání podstatných témat, v horším případě jejich úplné zaniknutí.

70. léta 20. století jsou ve znamení stále hlubšího poznání v oblasti mediální komunikace. Podle McQuaila mají média stále velkou moc, jenže své účinky mírní. Publikem se stává opět aktivnějším.

V tomto období přichází masivní nárůst mediální nabídky, se kterou roste i míra poptávání. To dostává média do ještě vyšší mocenské funkce. Televize, rozhlas, videokamery, to vše se stává běžnou součástí domácností ve vyspělých zemích. Tím se média zase o trochu více dostávají do mocnější pozice. (McQuail 2002)

- **4. etapa**

období – konec 70. let 20. století – 80. léta 20. století

Média mají moc ovlivňovat publikum, to ale může bez jakýchkoli obav na mediální moc nehledět a odmítnout ji.

V tomto období opět prudce narůstá nabídka mediálních produktů. To s sebou přináší obavy z možného negativního vlivu, který může spočívat v nadměře vytváření fiktivního násilí, globalizaci zpravodajství nebo míšení laciné zábavy prakticky kamkoli, včetně černé kroniky.

V této fázi se i kromě zkoumání společnosti samotné, bez mediálních vlivů, zkoumá i mediální realita, která je považována za zvláštní odnož klasické sociální reality. Současně se zkoumá vliv mediální reality na realitu sociální nemediální a naopak.

Poslední desetiletí druhého tisíciletí je ve znamení masového šíření digitálních médií. Ty se v jednadvacátém století stávají prakticky nejobsáhlejším zdrojem informací. Média přestávají být jen výsadou určitých oblastí, ale stávají se mezinárodními. To je příklad řady televizních programů jako BBC, časopisů (Cosmopolitan), filmů, soutěží (Jirák 2009).

Média jsou dnes součástí každé domácnosti a jedinec jen těžko před nimi hledá úniku. Nicméně postupem času se jednotlivci dokážou médiím mnohem více vzpírat, čemuž pomohl právě i jejich masový nárůst. Při nemožnosti výběru z různých variant mediálních obsahů, jako tomu bylo na počátku století, by se všemocnost médií jen velmi těžce odstraňovala. Mcquail zmiňuje, že i v období sociální paniky a nejistoty, v době nestability světových válek, se média rovněž dostávají do vlivnější pozice. O těchto událostech se totiž člověk dozvídá právě z médií. Protože bez médií můžeme zjistit, že se nacházíme ve válce, až proklatě pozdě, až když se s ní dostaneme do přímého střetu. To už se ale tolik médií ovlivňovat nedáme, naopak důvěřujeme vlastní zkušenosti. Historické podmínky a stav společnosti mají tak na působení médií na společnost prokazatelný vliv.

## 4 SOUČASNOST MÉDIÍ, MÉDIA V POSTMODERNÍM SVĚTĚ

### 4.1 Současná média

- **Tištěná média**

Média v dnešní době jsou jednou z oblastí nejvíce zasažených finanční recesí, která zhruba už od roku 2008 probíhá. Dnes již nevládnou tištěné tiskoviny, které například ještě před desítkou let ovládaly mediální svět. Krize je nejpatrnější v USA, kde již řada tištěných médií zkrachovala, dokonce i ty, které měly svou více než stoletou historii a neodmyslitelně patřily k americké kultuře. Další tiskoviny omezují náklady a propouštějí zaměstnance. Oproti tomu evropský tisk je na tom o poznání lépe, i když ani ten nezažívá období rozkvětu. Například v loňském roce klesl příjem českých novin zhruba o třetinu. Nicméně i na krizi se dá najít určité pozitivum. V době před ní média psala prakticky o čemkoli, jen ne o závažných tématech. Vládla zábava a odlehčenost témat. Zatímco po krizi se novináři uchýlili k článkům o ekonomice, o trhu práce, a tím pádem začaly být znovu jejich články, potažmo tedy noviny, zdrojem zajímavých informací. Nejlépe tedy z krize vyšly ekonomické tiskoviny, které dávají rady, jak se z krize dostat, jako například Financial Times v USA. Stejně tak politická média prosperují v dobách politického napětí. To se opět potvrdilo při nedávné volbě amerického prezidenta. Noviny ale musí zaujmout čtenáře, a proto se pokoušejí nabízet fantastické zprávy, které ovšem mnohdy nepřekračují rámec každodennosti. Proto šokují zprávami o hrozivých povodních, požárech a nehodách, které ovšem člověka neovlivní. Ty se prostě dějí. Lidem se z toho všeho nanejvýš vytváří různé fobie z výše uvedených katastrof, protože když už se o tom tolik píše, musí na tom něco být, řeknou si mnozí. (Hvižďala 1997)

Ve snaze zaujmout se novináři snaží vymyslet a vypátrat nějaké ohromující novinky, které doslova voní exkluzivitou, protože ostatní deníky se ke zprávě ještě nedostaly. Tím se ovšem stává to, že z exkluzivity se stává naprostá samozřejmost a banalita (Bourdieu 1996).

- **Internet**

Co v současné době jednoznačně kraluje současným médiím je internet neboli World Wide Web. Ten umožní najít prakticky jakoukoli drobnost, která prošla digitalizací. Internet využívá telefonních kabelů a jiných variant telefonního připojení, proto dosáhne všude tam, kde je tato technika přítomná, a to je dnes prakticky celý svět. Internet není ovšem žádná hmatatelná věc, vlastně neznáme ani jejího majitele. I přesto zde komunikujeme stejně jako v našem reálném světě. Tento myšlený prostor bývá někdy nazýván jako cyberprostor (Gibson 1982) neboli myšlené místo, kde se ale dá uskutečnit téměř cokoli.

Všechna média jsou transportována skrze internet. Rozhlas, televize, a právě i tištěná média. Vše. Bez pochyby se tak všechno děje proto, že je téměř vše na internetu zdarma, samozřejmě kromě samotného připojení k němu. I proto americký mediální magnát Rupert Murdoch vytáhl do boje za zpoplatnění internetu. Zatím však jeho přání nebylo vyslyšeno. Pomocí čárových kódů se dají na internetu číst i knihy. Nicméně snad jen knihy zůstávají stále spíše věrny tradici a knihovny se neustále plní zájemci o vypůjčení tištěných knih.

V myšleném prostoru internetu se rozvíjejí komunikační aktivity, které využíváme. Rozmanitost začíná u interpersonálních médií, které zastupuje například e-mail, skupinová média jsou na internetu reprezentována různými telefonními konferencemi či diskusemi a veřejná komunikace je zastoupena deníky v internetové podobě, internetovými rozhlasovými stanicemi nebo televizemi (Jirák 2003).

Dnes funguje i model jakéhosi občana novináře. Drtivá většina z nás oplývá určitými moderními technologiemi a můžeme tak pomocí fotoaparátů, mobilních telefonů a jiných důmyslných přístrojů pracovat s realitou, kterou posléze distribuujeme právě pomocí internetu. To znamená, že dnes prakticky kdokoli může být novinářem (Hvízd'ala 1997). Je třeba, aby o to větší důležitost měla média skutečná, aby informace vstřebávala a dávala jim určitou hierarchii. Tuto funkci by měla plnit renomovaná média, například v Rakousku Die Presse, německý Frankfurter Allgemeine, Die Welt, ve Francii Le Monde, Liberation atd. V Británii tuto funkci kupříkladu plní televizní a rozhlasová BBC.

Úskalí internetu ale spočívá v tom, že uživatel nedokáže rozpoznat, která informace pravdivá je a která není. Právě díky tomu, že každý může svými příspěvky internet pozměňovat. Z hlediska přírůstku informací je tak pozice internetu nejistá.

Dnešní mládež dostává mnoho přívlastků. Jedním z nich je i „facebooková mládež“. Facebook totiž fenomén dneška. Jedná se o sociální síť kontaktů lidí z celého světa. Stal se nástupcem internetových chatů, diskuzí, ICQ. Facebook propojil už téměř celý svět. Sociální síť nám umožňuje vytvářet si jakýsi svůj profil, kam umisťujeme informace o sobě, přidáváme k němu fotky a spoustu dalších informací (Bednář 2005). Je to jakýsi duševní striptýz, kde veřejně každému odhalujeme, co jsme jedli, dělali, kdy půjdeme spát, koho máme a nemáme rádi a tak dále. Facebook je fenoménem takzvaných sociálních médií. Jinak řečeno v něm funguje příklad spousty občanů novinářů. Cokoli se kde špitne, objeví se okamžitě právě tady. Někdo se narodil, zemřel, opil, popral... Cokoli se stalo, dozví se to během mžiknutí oka celý svět. Facebook se od ostatních sítí liší tím, že je de facto důvěrný. Informace, které o sobě sdělujete, mohou zjistit jen vaši přátelé.

Právě facebook oslabuje a v budoucnu i bude oslabovat, tištěná média. Jako příklad uvedu daviscupový tým České republiky, jehož členové velmi důkladně spolupracují s tímto médiem. Popisují zde prakticky každý svůj krok. A tak se stala jednoduchá věc. Novináři si pouze přečtou, co sportovci zveřejnili, a bez okolků to zkopírují a druhý den vytisknou.

S facebookem, twitterem, myspace a mnoha dalšími internetovými servery pracuje už téměř každý. Nejen sportovci, ale i politici vystavují své kampaně s pomocí těchto vymožeností, umělci upozorňují na své výstavy, různě zaměřené skupiny zveřejňují informace o sobě a svobodně prezentují své názory. Proto nebude trvat dlouho a čtenář, aniž by prošel okolo trafiky s tištěnými novinami, bude vědět přesně to, co v novinách je. Z hlediska vývoje médií se totiž zdá být počítačová gramotnost jedince a jeho začlenění do některé virtuální sociální sítě jako jediná možná možnost. S internetem, respektive s množstvím aplikací, které nabízí, bude muset spolupracovat každý. Na určitá tištěná periodika zbudou jen nostalgické vzpomínky, stejně jako se to stalo ve Spojených státech amerických, kde tomu napomohla ještě finanční krize.

Vytváření různých skupin může z uživatelů společenských webových systémů (virtuálních sociálních sítí) vytvořit velmi silného „hráče“ i z hlediska politiky. Každá skupina, jedno jak je ideově zaměřena, se denně rozšiřuje o množství svých členů. Proto nejruznější skupiny, například *Skupina proti zákazu kouření na veřejných místech*, mohou sloužit jako jakési veřejné petice.

„V České republice jsme mohli během posledních několika měsíců zaznamenat několik shromáždění, jejichž mobilizace se uskutečnila právě prostřednictvím facebooku. Dne 5. února 2009 se na Staroměstském náměstí v Praze od 18:30 konala manifestace na podporu knihovny Jana Kaplického, jež nesla název *Postavme se ke knihovně čelem*. Manifestaci uspořádala facebooková skupina *Vzdávám hold Mistrovi Kaplickému a chci, aby v Praze stála jeho knihovna*, která vznikla krátce po jeho smrti. Transformací z facebookové skupiny vznikla dokonce občanská iniciativa *Demokracie staví* (Piroch 2009). Podle odhadu organizátorů se manifestace nakonec zúčastnilo 3 až 5 tisíc lidí. Připojili se samozřejmě i občané, kteří nemají účet na Facebooku, nicméně se o veřejně proklamované akci dozvěděli a přišli její záměry podpořit. Tato manifestace prokázala, jak silný mobilizační potenciál Facebook má.“ (Nováková 2009: e-polis.cz)

- **Rozhlas**

O rozhlasu se zmíním jen krátce. Jeho pozice se v dnešní době zdá být již pouze okrajová. Vždyť asi všechny stanice se dají poslouchat přes internet, mobil nebo jiné technické entity. Okrajově se o něm zmíním i z toho důvodu, že dnešní mladá populace poslechu rádií příliš neholduje. Pryč jsou doby, kdy se potají poslouchalo rádio Svobodná Evropa. S trochou nadsázky by se dalo říct, že spousta rádií by i přes masivní kampaně byla ráda, kdyby je někdo poslouchal alespoň potají. Přitom ještě stále ubývá těch, kteří ho poslouchají kvůli jeho moderátorům a programům, které vysílá. Naopak roste počet těch, kteří si ho pustí jen z důvodu kvalitní hudby nebo pouze jako zvukovou kulisu.



- **Televize**

Televize je dalším velmi podstatným médiem. I z toho důvodu, že je dostupná rovněž každé domácnosti (samozřejmě existují výjimky vyhýbající se televizi). Bourdieu k fenoménu televize říká: „Opravdu si myslím, že televize, prostřednictvím různých mechanismů, představuje velké nebezpečí pro různé oblasti kulturní produkce, pro umění, literaturu, vědu, filosofii, právo; myslím dokonce, že na rozdíl od toho, co si myslí a co říkají – bezpochyby v nejlepší víře – ti žurnalisté, kteří jsou si vědomi své odpovědnosti, představuje televize neméně nebezpečí pro politický život a demokracii.“ (Bourdieu 1996: 4)

Televize vážně není na okraji médií ovlivňujících společnost. Ba právě naopak. Bourdieu ji definuje takto: „Televize je nástroj, pomocí kterého můžeme teoreticky zasáhnout všechny.“ To je to, proč se jí musíme obávat. „Televize má jakýsi druh faktického monopolu na formování mozků opravdu velké části populace.“ Oproti tištěným médiím televize oplývá mnohem větší silou v ovlivňování lidí.

Proto je někdy lehkovážnost redaktorů, kteří ke zprávám přistupují bez jakékoli serióznosti a vážnosti, až zarážející. Ovlivňují totiž ohromné množství lidí a tím, že tomu, co sdělují de facto nerozumí, mohou vyvolat falešné představy lidí o světě.

Hlavním středobodem pro snad všechny televizní stanice je měření sledovanosti. Jak Bourdieu říká, vládne takzvaná „mentalita sledovanosti“ a to nejenom v televizích, ale i v žurnalistice, rozhlase a čím dál podstatnější se stává i na internetu. Tím se ovšem vytrácí určitá kvalita těch, kteří s médii pracují, protože dělají vše proto, aby se jejich médium stalo sledovanějším, vše pro marketing. Proto dnes dochází k tomu, že si nekonkurují jen televize navzájem, ale i noviny s televizemi apod. Když televize v několik desítek minut trvajícím spotu detailně popíše, co se stalo při povodni, musí na to novinář zareagovat tím, že najde na povodni něco, co nenašla televize. Tím se divákovi vnucuje něco, co se k němu původně vůbec dostat nemělo, jenže majitel novin potřebuje zisk a ten jinak nevytvoří. (Bourdieu 1996)

## 4.2 Globalizace médií

Koncem druhého tisíciletí se změnilo ekonomické a politické uspořádání světa. S tím přichází i nové uspořádání médií. Klíčovým prvkem je v médiích zejména globalizace. (Jirák 1993).

Globalizace je umožněna především díky tomu, že nová média jsou schopna přesáhnout hranice prostoru i času. Nejnovější technologie, internet, satelity a jiné, dovolují médiím, aby se stejně rychle, jak se mohou rozšiřovat ve svém městě, okrese nebo státě, rozšiřovaly po celé planetě. Globalizace v dnešní době nejen podporuje komunikaci, ale také podněcuje internacionalizaci politiky, obchodu a podnikání (Frederick 1922).

Ke globalizaci, jak už to tak povětšinou bývá, zaujímá řada vědců zcela rozličné názory. Ti, co ji chválí, ji přisuzují například vlastnost jakéhosi prvního hybatele, který rozšiřuje demokratický moderní způsob života, či prohlašují, že nás oprošťuje od místa a času a dává nám tím větší životní prostor. Kritici podle McQuaila (2002) vytýkají globalizaci : „... že tento proces je rámován termíny celosvětového imperialismu Spojených států. Během sedmdesátých let se rozvinulo vlivné hnutí, které se snažilo podpořit méně rozvinuté země v boji za zachování vlastní kulturní integrity a politické autonomie, jež byly údajně ohrožovány imperialismus mediální západní kultury.“

Žijeme v období výrazných změn a globalizace proniká do všech odvětví našeho života – průmysl, ekonomie, politika, životní prostředí atd. Země celého světa se tudíž potýkají s podobnými problémy. Ať už je to nezaměstnanost, znečištění planety, rasové konflikty, chudoba, markantní rozdíly ve finančním zajištění lidí nebo třeba stále se zvětšující informační nedostatky.

Globalizace vede ke kulturnímu sjednocení světa, přičemž nejpodstatnější hlas v tomto sjednocování bude mít vždy ten nejsilnější stát.

Média jsou bezesporu účinným nástrojem globalizace. Téměř na každém koutu dnešního civilizovaného světa jsme konfrontováni s médii. Existují tací, co se vyhýbají televizi. Ovlivňuje je tedy (pouze) o jedno médium méně. Nemusí ani používat rozhlas. Pokusit se dnes vyhnout internetu, který se nikoli pomalu, ale naopak rychlostí geparda při lovení jeho kořisti, stává neoddiskutovatelnou součástí

každé domácnosti, je dnes již takřka nadlidský úkol. Ale budiž. Mohou existovat i tací, co neholdují ani jednomu ze zmíněných médií. Jenže tím výčet toho, čemu by se museli vyhnout, zdaleka nekončí.

Noviny, i když si je nekoupíme, kameloti je rozdávají zcela zdarma přímo do rukou čtenářů. A je tu i všudypřítomná reklama. Na každé druhé budově na nás září několikametrové monstrózní billboardy. Toho už si nelze nevšimnout. Proto je velmi složité, nebýt médií ovlivněn.

Média působí na veškeré obyvatelstvo. Existují ale skupiny lidí, které jsou k ovlivnění svobodné vůle náchylnější. Jedná se zejména o skupinu dětí a mládež, jež tvoří značnou část populace a jsou pro média. Zaměřím se na skupinu dětí a mladých lidí, které považuji za jednu z nejzranitelnějších.

Počet všech těch, kteří se dají do této skupiny zařadit, zejména v rozvojových zemích, rok od roku výrazně roste. Na přelomu tisíciletí právě v těchto rozvojových zemích tvořili celou polovinu všech obyvatel.

## 5 MEDIÁLNÍ (TELEVIZNÍ) NÁSILÍ A MLÁDEŽ

Každý den, už od probuzení, žijeme v podstatě v kolotoči vlivu médií. Čistíme si zuby kartáčkem a pastou z reklamy, snídani máme stejně zdravou, jak ji prezentuje televize, odcházíme oblečení tak, jak nám radí předpověď počasí, v práci máme sestaven nábytek tak, jak nám to moderní styl velí. Každý den nějakým způsobem reagujeme na zpravodajství, sledujeme filmy, o kterých se pochvalně zmiňují média a naopak se vyhýbáme těm, které ani média nepovažují za skvělé. Příkladů mediálních vlivů by se dalo v našich životech najít desítky. Když je médii oslavována významná sportovkyně, není nám líto, okrást se o svůj spánek a přivstat si k jejím závodům jen proto, že ji prostě vidět musíme, protože snad ani nejde uniknout mediální masáži o jejích závodech. Když se v médiích objeví zaručená informace, že v rohlíku někdo objevil špendlík, nebudu prostě nějaký čas rohlík kupovat. Přemýšlíme a jednáme v souladu s médii, protože mediální obrazy nás obklopují na každém kroku. Spousta institucí, včetně těch politických, které by měli usměrňovat naše životy, funguje prakticky zejména díky médiím. Asi by se nenašel člověk, který by mohl tvrdit, že skutečně nikdy médii ovlivněn nebyl. Zní to až děsivě. Možná, že to i děsivé je. (Carlsson, Felitzen 1998)

Média ale svou silou mohou (a také to tak činí), ovlivňují člověka. Zejména však mládež, která nemá ještě takové prostředky k obraně před médii. Protože média velmi souvisí s technologiemi, je mládež nejsnadnějším terčem. Už staré klišé totiž praví, že starého psa, novým kouskům nenaučíš. I z něj plyne, že s moderními technologiemi pracuje mládež skvěle. To dává médiím spoustu prostředků, jak mládež ovlivňovat. Samozřejmě by se našly i způsoby pozitivního ovlivnění. Nicméně ty pro mou práci podstatné nejsou a zmiňovat je nebudu.

Média produkují násilí. Zbývá už jen krůček k tomu, ovlivnit někoho. Ač to může být někdy nezaviněné, děje se to. To, zda skutečně existuje přímá souvislost mezi konzumací mediálního násilí a chováním dětí, se vědci i badatelé pokoušejí v mnoha pracích a výzkumech vysledovat. A takřka všichni se shodnou na jediném – mají.

Posuďte sami - průzkum dělaný v České republice říká, že třináctileté dítě vidělo v průměru v televizi 52 tisíc znásilnění, vražd, loupeží. Toto dítě stráví před

televizí během jednoho týdne 25 hodin, což je více než celý den. Když se odečte délka spánku a čas strávený ve škole, vypadá to, že dítě má v podstatě tři činnosti. Spánek, školu, televizi. Ta čísla jsou dechberoucí a to je ještě nutné dodat, že Česká republika není zdaleka nějakým vůdcem žebříčků. Jiné státy vykazují i čísla daleko strašidelnější. (Suchý 2007)

## 5.1 Situace v ČR

Naše republika zaznamenala značný posun po roce 1989 i co se týče médií. Ta se po společenském převratu stala mnohem dostupnějšími. Každá domácnost de facto má televizi. Většinou nezůstává u jedné, aby každý mohl sledovat, co je mu libo. Tím se televize stává hlavním partnerem dítěte při jeho komunikaci. Nicméně i přesto se najdou zcela odlišné názory na vliv televize jako takové. Například uznávaná česká kapacita Doc. PhDr. Pavel Říčan CSc. je jednoznačným odpůrcem televize. Vidí v ní totiž jednoznačného nepřítele, jehož potenciál dosahuje prevelikých možností. Kritiku ovšem sklídl od Bohuslava Blažka, který ve svém díle *Tváří v tvář* obrazovce není k televizi až tolik kritický. Nicméně ani jí neupírá její vliv. Jan Jiráček a Barbara Köpplová řadí televizi na úroveň třetího rodiče. Větší roli přisuzují rodině a prostředí, kde se dítě socializuje (Suchý 2007).

Násilí je ovšem programovou skladbou stále tlačeno kupředu. Krev, stejně jako sex prodává nejlépe. Televize živí reklama a není nic výnosnějšího než ji do vypjaté násilné scény zařadit. Rakouský sociolog Kunczik připisuje televizi , a násilí v něm, únikovou funkci. Při jeho sledování se totiž odprošťujeme od vlastních problémů a depresí. Někteří dokonce při sledování fiktivních problémů, začínají řešit problémy své. (Kunczik 1995)

Zmíněná programová skladba se mění téměř ze dne na den. To, co bylo populární před rokem, prošlo nekompromisní kritikou a dnes se s tím již zřídka setkáváme. Programovou skladbu musí měnit i to, jak se vyvíjejí technologie, protože jak víme, média jdou ruku v ruce s vývojem techniky. Proto se internacionální soutěže typu reality show *Big Brother* nebo Česko hledá superstar dostaly do popředí diváckého zájmu. Ten je totiž vtážen do děje tím, že díky

mobilnímu telefonu rozhoduje o osudu účinkujících. Samozřejmě tento boom souvisí s co možná největším výdělkem televizí. To jim ale nelze vyčítat. V dnešních politických diskuzích musí zpovídání politici čelit „online otázkám“, které jim pokládají lidé z pohodlí svých domovů, prostřednictvím svých webových kamer a internetu. Postupem času se jistě dočkáme fungování vlastních internetových televizí. Televizi i internet lze naladit i na mobilním telefonu. Tím se absolutně stírá mediální nutnost místa i času. Vývojem mediální propojenosti s divákem se rozvíjejí i uživatelé. Mění se jejich vkus.

Já jsem si pouštěl v televizi pořad *Jů a Hele*, kde jedinou zápornou postavu představoval Muf, ze kterého jsem měl patřičné obavy. Násilí ovšem končilo pohlavkem či mírným nakopnutím. Období *Pokémonů* mne již minulo. V tomto dětském pořadu již však násilí významně pokročilo. Smyslem *Pokémonů* byly zápasy mezi dvěma jedinci, kde logicky vítězí jen jeden. Přičemž k vítězství docházeli pokémoni různými ničivými kouzly. Nicméně zápasy hraček byly ještě mírumilovnou formou. Městečko *South Park* je zaleženo na triviálnosti – vulgaritě a násilí. Každý díl končil větou „Zabili Kenyho, parchanti“. No a konečně v současné době je hitem číslo jedna u mládeže pořad *Happy tree friends*. Začíná to vždy nevinně, veselými zvířátky v lese. Bohužel to končí jen kalužemi krve a vylezlými vnitřnostmi. Od Mufa, který záškodničil v *Jů a Hele* až k jelenovi, který přijde o hlavu a krev stříká, kam jen to jde. To je pokrok, který rozhodně vývoji společnosti neprospívá. (Suchý 2007)

Samozřejmě existují děti, kterých se zobrazované jevy vůbec nedotknou. Mohly by na prýšticí krev koukat co chvíli a ovlivnilo by je to minimálně. Ale jsou naopak i ti, kteří po zhlédnutí *Happy tree friends* považují za běžnou věc, když například kočce utrhnou nožičku. To ovlivňuje řada proměnných, které působí na každého jedince. Ať už je to sociální prostředí, ve kterém vyrůstá, jeho postoje, které si vytvořil, výchova, které je podroben, věk, zkušenosti, které nasbíral, genderové rozdíly nebo mnoho dalších. To vše znemožňuje jednoduše určit účinky mediálního násilí.

I přes všechny překážky znemožňující přesné určení, jak mediální obsahy ovlivňují jedince, je zřejmě nasnadě tvrdit, že jakákoli souvislost mezi častým sledováním televize (není ani nutné dodávat, že dítě musí sledovat nějaké násilnické

pořady, protože podle statistik se v průměru každé čtyři minuty objeví na obrazovce násilná scéna) a agresivním chováním jednotlivců skutečně existuje.

## **5.2 Studie týkající se televizní produkce násilí**

Touto problematikou se zabývá celá řada výzkumů a studií, které se soustředí především na účinky krátkodobého efektu.

Jednou z nejznámějších dlouhodobých neboli longitudiálních studií je Centrewallová studie, která se zaměřila na městečko Notel, kde nebyl televizní signál až do roku 1973. Do jeho získání se ve městě vyskytovalo výrazně méně agresivity. Po jeho zavedení však stupeň fyzické agresivity stoupl o 160%. Centerwall dále například zkoumal stejný problém v Jihoafrické republice, kde se po zavedení televize zvýšil počet vražd bělochů o 130 %. Dále vyzkoumal i spojitost uvězněných, kteří byli zavřeni za násilné trestné činy, se sledováním násilí v televizi v jejich mladistvém věku. Všechny tyto studie se zaměřovaly na nečekanou změnu, která nastane v životě jedinců. (Suchý, 2007)

Další dlouhodobou studii přivedla na svět Britka Atkinsonová, která sledovala, jak se mění návyky dětí, kteří sledují televizi. Zkoumána byla necelá tisícovka osmiletých jedinců. Jednoduchým výsledkem výzkumu bylo, že chlapci, co se televizi věnovali více, měli jednoznačně větší sklon k násilí při dovršení jejich plnoletosti.

Německý výzkum se zaměřoval přímo na psychology a psychiatry. Těm byly předkládány dotazy právě na podobná témata. Tři čtvrtiny z nich jsou zajedno v tom, že jejich klienti sledují televizi nadměrně. A téměř stejné číslo se přiklání i ke škodlivosti tohoto fenoménu a jeho souvislosti právě s násilím. Více než polovina z nich uvedla, že mládež má tendenci k ospravedlňování se televizí. Věty typu „Vždyť to dělali v televizi.“ nebo „To znám z televize.“ jsou naprosto běžné. Výzkum probíhal v roce 1990, ale i přesto, že od té doby média a jejich funkce v domácnostech ještě výrazně stoupla, jsou čísla velmi vysoká. Závěr byl takřka

tradiční. Mediální násilí má souvislost s chováním dětí, ale není to pouze jeho jediná příčina. Jednotlivce ovlivňuje celá řada dalších faktorů. (Suchý 2007)

Český výzkum provedl Mojmír Svoboda, který sledoval všechny pořady České televize po dobu dvou týdnů. Zkoumal přitom, jaký druh agrese se v pořadech vyskytoval. Zjištění bylo, že větší množství agrese se vyskytuje v pořadech pro děti, byť její forma je značně mírumilovnější než v pořadech pro dospělé. Hlavním strašákem tohoto výzkumu je právě již zmíněné zjemňování násilí. V pořadech sice většinou neprýští krev na všechny strany, nicméně různé výprasky, nadávky nebo honičky jsou největším nebezpečím. Právě proto, že malý divák není schopen rozeznat přesné struktury, není schopen rozpoznat televizní, potažmo mediální strukturu od reálného života. Může dojít k velikému problému, a sice, že dítě bude považovat vše, co vidí, za reálné. Typický příklad takového pořadu je kreslený seriál Tom a Jerry. Usměvavá myška je do vyčerpání honěna mlsným kocourem. S touto paralelou ovšem porovnání s realitou končí. Neustálé rvačky, dělání naschválů, rozkrájené zvíře na kousíčky, vypadlé oči, zničené tělo. Všechno vypadá nevinně, protože v další scéně je již zase všechno na svém místě, tudíž uříznutá ruka opět drží. To při špatném chápání odlišného světa fikce a reality může mít fatální následky. Protože když se ruka obnovila kocourovi Tomovi, proč to nezkusit na kamarádovi. (Svoboda 2008)

Další studii v roce 2002 představily Spojené státy americké. Výzkum vznikl především na Kolumbijské univerzitě. Vědci sledovali celých 17 let (a to již bez pochyby dostatečně dlouhá doba na zjištění zajímavých poznatků je) skupinu 707 rodin, které mají alespoň jednoho potomka do věku deseti let, aby zjistili souvislosti mezi mediálním násilím a jejich agresivním chováním. V tomto výzkumu byla zohledněna řada proměnných faktorů, jako finanční zajištění rodiny, vzdělání rodičů apod. Během let byly s účastníky vedeny rozhovory na potřebná témata. Součástí bylo i pravidelné vyplňování dotazníků.

A výsledky byly následující. Jestliže sledovali ve věku 14 let televizi maximálně jednu hodinu denně, dopouštěli se v následujících letech (od 16. do 22. roku života) násilného činu na jiných osobách muži v 8,9% a ženy jen v 2,3%. Při sledování televizoru od jedné do tří hodin procenta stoupala na 32,5%, respektive 11,8% u žen. A nakonec při sledování vyšším než tři hodiny se jednalo o 45,2 %,



respektive 12,7%. Při zkoumání třicetiletých mužů se došlo k závěrům, že jestliže sledovali televizi ve dvaadvaceti letech méně než hodinu, jejich násilné činy se posléze vyhouply na 12,5 %. Při vyšším sledování televize ovšem jejich násilné činy nikterak nerostly, naopak dokonce některé údaje klesaly. (Suchý 2007)

Z výzkumu Kolumbijské univerzity tak vyplynulo, že panují velké rozdíly mezi možnostmi vlivu na obě pohlaví. Muži podlehnou snáze, kdežto ženy k agresivnímu chování neměly takové sklony ani po delším čase. Vědci vzali v potaz prostředí, ve kterém se jedinci vyskytovali a konstatovali, že dozajista ovlivňuje jejich chování (z logiky věci vyplývá, že život v násilnických oblastech musí nutně zanechat na člověku větší sklony k násilí než život v luxusní vilové čtvrti). I přesto ale jednoznačně podpořili názor, že televizní násilí je zdrojem agresivního chování lidí ve společnosti. Potvrdili také provázanost sledování televize v mládí s potencionálním spácháním násilnického činu na ostatních lidech. Co ale zjistili především a nedá se to ovlivnit jinými proměnnými je, že kritická skupina podléhající tomuto fenoménu se nachází v období dětí ve školním věku. Trávení času u televize déle než tři hodiny, představuje rovněž kritickou statistiku.

Ze všech studií tedy vyplynulo, že televizní násilí ovlivňuje agresivitu člověka.

### **5.3 Další efekty televizního násilí**

Suchý k tomu ve své knize *Mediální zlo – média a realita* říká: „Médiím jsou připisovány i účinky, které bývají často v hodnocení eskalace násilí ignorovány.“ (Suchý 2007: 41) Jedním z nich je efekt zpětného účinku. Jeho podstatou je už jen to, že médium je přítomno. Typickým příkladem tohoto efektu je přítomnost kamer na sportovních kláních. Jelikož pro mnoho jedinců (opět jak jinak - zejména mládež) je prezentace sebe samého v médiích, jakkoli to může být prezentace trapná nebo nelichotivá, tím hlavním spouštěcím faktorem jejich agrese, kterou se exhibují před plejádou všech, kteří přítomné médium konzumují, tím největším poháněcím stimulem. Prakticky stejně se vlastně chovají i terorističtí útočníci, kteří

se módně hlásí takřka ke všem útokům. Z principu oslovit co největší počet lidí, kteří je zaregistrují.

Lavinový efekt následuje ten zpětný. Jestliže totiž média budou informovat o tom, že na fotbale doslova bují násilí, dojde k tomu, že spousta lidí, ze strachu zůstane doma. Naopak do hlediště dorazí ti, kteří rvačky vyhledávají. De facto na stejném principu funguje i takzvaný Thomasův teorém, který spočívá v tom, že když média oznámí, že dochází voda, všichni si začnou vytvářet zásoby, čímž způsobí její skutečný nedostatek.

Velkým mediálním důsledkem je i reklama. Ta by si zasloužila jistě celou práci věnovanou právě jí. Přestože se v reklamě násilí až tak často neobjevuje, má zde jistě své místo.

Gilles Lipovetsky má na reklamu svůj názor: „Jak známo, reklama hraje v žalobě pozvednuté proti konzumní společnosti prvořadé místo: bombarduje spotřebitele, vytváří nadbytečné potřeby, neustále vyvolává nové nákupní touhy a ztotožňuje štěstí s komerčním majetkem.“ (Lipovetsky 2007: 164) Reklama prostě je, ať chceme nebo nechceme, doprovodnou součástí médií. Konzumenství zasahuje do všech sfér. Reklama si klade za cíl oslovit každého. Nicméně problémem je, že cíluje do skupiny dětí školního věku. Těm se snaží vtisknout už od mládí návyk na určitou značku. Značky samotné se snaží nebýt pouze nekonkrétními vzdálenými produkty, ale touží splynout s jednotlivcem. Masa informací, která neustále plyne z obrazovky na mladého diváka, mu vnucuje tolik podnětů, že je nemůže být schopen všechny vstřebat. Tím je dítě značně oslabeno a často reklamě podléhá. Stačí se projít po obchodu a rozhlédnout se, co mladí kupují. Snad žádný z nich nezamíří k regálům s nějakými bezejmennými produkty. (Lipovetsky 2003)

Přesto si ale nemyslím, že by reklama až natolik šířila jednotlivce. Pořád ještě existují způsoby jak, se reklamě vyhnout. Může to být přepnutí kanálu, i když to se stává čím dál problematičtější, protože na základě domluv mezi televizními stanicemi, se televizní programy snaží umisťovat reklamy ve stejných časových blocích. U internetu se dá vypnout okno, ve kterém další reklama znovu naskočí. U rozhlasu se dá přeladit. V tištěných médiích můžeme reklamy přehlížet. Ale i tak má reklama nezanedbatelnou moc nad jedincem. Podobně se k tomu staví i Lipovetsky ve své knize Paradoxní štěstí: „Přes všechn svůj arzenál zůstává

reklamní moc nad lidskou duší dosti omezeného rozsahu. Musíme tu připomínat, že náboženským systémům a politickým ideologiím se mnohem lépe zadařilo pobláznit touhu a dovést osobní i kolektivní chování do extrému? Reklama nedokáže formovat lidské záliby a naděje v plném rozsahu a skutečně vykolejit realismus spotřebitelů, a její bližší analogií je proto umírněná moc, nikoli totalitní nadvláda.“ (Lipovetsky 2007: 172)

Nepatřičným efektem můžeme nazvat i pornografii. I když v tomto případě bychom se pouštěli na tenký led, protože řada odborníků poukazuje i na její kladný vliv. Sledováním násilnických pornografických scén může dojít především k jakémusi necitlivému odstupu od druhého pohlaví. Jak známo, ženy v drtivé většině vystupují jako oběti, které pouze jako loutky podléhají destruktivní mužské manipulaci. To samozřejmě může vést k podobnému chování u těch, kteří často sledují takovéto pořady. Dalším problémem se ve stejné souvislosti, může jevit i předčasné zosobnění sexuálních praktik. Proto se stává, že se nezdědkakdy dozvíme o nějaké čerstvé třináctileté matce. Ovšem především ovlivňuje tuto problematiku to, jak a kde se dítě vyvíjí a socializuje. Většina autorů zabývající se touto problematikou přiznávají špatný vliv pornografie na vývoj člověka při její špatném uchopení. (Lipovetsky 2003)

## **5.4 Projevy mediálního násilí v praxi**

Obrazovka vybarvená dočervena od krve a před televizí spokojená školní dívka. Častý obrázek domácností, zejména těch velkoměstských, kde pracovní vytíženost rodičů nedovolí trávit s dětmi tolik času. Při denodenním shlížení akčních filmů, sice bez děje, zato s mnoha násilnickými scénami, může dítě brzy dospět do stádia určité lhostejnosti vůči násilí. Z původního strachu dospěje až k naprosté ztrátě soucitu a empatie vůči ostatním.

Ve spoustě odborné literatury zjistíme, že násilníky se nerodíme, ale stáváme se jimi. Proto je vývoj a proces socializace velmi podstatný. To, co dítě vidí

v televizi, přenáší i do svého běžného života. Do svého života her. A jestliže na něj televize chrlí násilí, objeví se násilí i v jeho hrách, protože nápodoba je forma, jakou dítě svět poznává. Proto mu ohromnou radost činí napodobit své akční hrdiny. Spoustu hraček, se kterými jsem si jako malý hrál, jsem podědil po rodičích. Všechny byly v obstojném stavu, byť autička už měla za ta léta trochu oprýskaný lak. Po dnešních dětech ovšem moc hraček nezbude. Prostě a jednoduše proto, že většinou postaviček utrhnou ruce, nohy a hlavy.

Dětské hry jsou ovlivněny mediálním násilím. Hra dětí, která pro ně má být prostorem k rozvíjení se a poznávání okolního světa, se smrskává do ničemu prospěšné nápodoby gest jejich oblíbených akčních hrdinů.

Mgr. Jan Vyhnálek vidí problém násilí takto: „Hlavním způsobem, jak sledované násilí v dětství přispívá k pravděpodobnosti násilného jednání v dospělosti, je skrze utváření vnitřních norem chování. Tyto normy jsou v procesu rozhodování se klíčovým prvkem, určujícím, zda bude zvažovaná možnost realizována, či ne. Vnitřní normy, alespoň co se týče násilných postojů, se obvykle nemění po osmém roku věku. Vytváří se v době, kdy dítě ještě není schopné dobře rozlišovat mezi realitou a fikcí a kdy nekriticky přijímá to, co v médiích vidí a slyší. Z mnoha pořadů si může vytvořit představu, že násilí je vhodný a společensky přijatelný způsob dosahování cílů. K tomu přispívají především ty pořady, které představují násilí v humorném kontextu, kde jsou násilníci atraktivní hrdinové a kde chybí jakýkoli náznak jeho obvyklých důsledků. Tak je tomu často v dětských pořadech, především v kreslených filmech.“

## **5.5 Lehkovážnost zobrazovaného násilí**

Asi by nebylo správné shrnout všechny druhy násilí do jednoho tmavého pytle. Naopak se domnívám, že dokonce některé druhy by se měli ukazovat ve své plné hrubosti, právě kvůli nebezpečí toho, že se budou zase opakovat. Hrůzy světových válek, bída koncentračních táborů, teroristické ataky, možná i občasné dopravní nehody způsobené lehkovážností by se dle mého mínění měly ukazovat

právě z důvodu prevence. Vždyť právě ona surovost dokáže vyděsit víc než kdejaký akční trhák. Bylo by tragické dostat se do doby, kdy i nejkřutější záběry skutečného násilí nebyly pro člověk strašidelnější než filmová fikce.

Nebezpečnost televizního monopolu spočívá právě v servírování násilí, které je odlehčené, nepřibližující se realitě. Působí snad až směšně. Ohromné popularity dosahují právě ti televizní hrdinové, kterým není cizí hrubost v jejich chování, vulgarismy nebo třeba i násilí páchané jiným. Terminátoři a všemožní jiní akční hrdinové oplývají neuvěřitelnou silou, famózní muskulaturou a není pro ně problém pozabíjet a zranit desítky lidí během pár minut. Absolutní banalizace násilí je velikým strašákem. Protože veškerá zranění, ve filmu způsobená, nevypadají ani vzdáleně tak krutě jako v realitě všedního života. Většina postav, které se objevují na filmových plátnech, dokáže vydržet i několik průstřelů kulkou. Ve skutečnosti by se člověk svíjel bolestí už po prvním škrtnutí projektilu. O různých úderech, které lámou ruce ani nemluvě. Nebezpečnost této banalizace spočívá i v tom, když se zobrazuje trpící oběť, nicméně její bolest je ta tam. To se ukazuje jako běžná praxe kladných hrdinů. Násilí zobrazované televizí je hrozbou také z důvodu toho, že de facto vždy vede ke zdárnému cíli, vyplácí se. Tím se z něj stává legitimní prostředek vyjadřování se. Vede totiž k dobru. Ve spoustě pořadů je násilí i jedinou správnou variantou jak se dostat k cíli.

## **5.6   Kontrola a regulace**

Mediální násilí se dá regulovat mnoha různými způsoby. Nejlepší variantou by bylo, kdyby většina z nich současně spolupracovala.

- **Rodina**

Za hlavní přirozený regulátor se dá obecně považovat rodina. Je to prostředí, kde dítě vyrůstá. Rodiče směřují volný čas svého potomka dle svého nejlepšího

vědomí i svědomí. To, jak dlouho bude sedět dítě před obrazovkou ovlivňuje v největší míře rodina. To, jaký pořad v televizi poběží je v pravomoci rodičů. Děti se vlastně jen svezou s jejich vkusem a přizpůsobují mu ten svůj. Dítě si ani samo neurčí, kdy půjde spát, potažmo tedy do kolika hodin bude moci sledovat televizor, případně surfovat internetem. Rozdíly děti pocítují mezi sebou navzájem. Ve škole například otázkami typu „Kdy musíš chodit spát?“ či „Viděl jsi včera ten film?“ zjišťují, jak jsou na tom jejich kamarádi. Paradoxně zklamání, které mohou pocítit, když zjistí, že musejí usínat o mnoho dříve než ostatní, je dobré pro jejich zdravý vývoj.

Český „mediální odpůrce“ Pavel Říčan sestavil publikaci *Krotíme obrazovku*. V té nabádá rodiče k tomu, jak být mocnějšími televize. Nejpodstatnějším faktorem je dostat děti od obrazovek. To ovlivní rodiče tím, že naverbují svou ratolest do různých zájmových kroužků. Samozřejmě ideální variantou není filmový klub, ale různé sportovní kroužky, zájmy týkající se manuální zručnosti a nejjednodušší variantou se zdá být společně strávený čas rodiny. Podle Říčana děti musejí vybírat pořady, které chtějí sledovat. Špatnou variantou se naopak jeví být televize jako kulisa. Neustále zapnutý televizor jen z toho důvodu, že prostě v bytě či domě je, neznačí nic dobrého. Důležité je, aby děti dokázaly televizi vypnout. Při přepnutí přehrášle kanálů, které můžeme v současné době přijímat, by se snadno mohlo stát, že jinde budou dávat další zajímavý pořad. Děti ale musí umět existovat i s vypnutou televizí. (Říčan 1995)

Snad nejpodstatnější je ovšem komunikace s dětmi. Jak Říčan uvádí, měli bychom dítěti vysvětlovat, co se v televizi odehrává, komentovat dění. Běžnou praxí totiž je, že pro rodiče, často unavené z pracovního vytížení, se nejsnadnější variantou jeví posadit dítě k obrazovce, na kterou zpravidla oddaně zírá, zatímco rodič v klidu a nerušeně odpočívá. Právě ale rozhovor s dětmi, klidně i o tom, co bylo v televizi, ukrojí z jejich televizního času a směřuje podle Říčana k ovládnutí televize. (Říčan 1995)

Jako ideální se mi jeví případ z mého okolí. Rodiče dovolí dětem koukat na televizi. Ty si ale smí za den vybrat pouze tři pořady, které chtějí sledovat. Samozřejmě se najdou výjimky, kdy děti sledují více pořadů, ale výchylka se týká i nesledování televize vůbec. Tyto děti ale nepřistihnete, nebo jen velmi zřídka, při

vyprávění ostatním, co všechno v televizi viděly či ne. Jejich rodiče jim totiž věnují dostatek svého času. Proto děti vyprávějí o výletech, které ten den podnikly nebo o kroužcích, které navštívily. Doma je pak nesvrbí ruce, když vidí vypnutý televizor a volný ovladač.

- **Škola**

To, co se nepovede rodině, by měla zastat škola. Prakticky stejné požadavky na dítě jako rodina by měla mít i škola. Měla by se snažit dostat děti pryč od televizních obrazovek, nabízet jim možnosti, jak lze trávit volný čas, obohacovat je o poznatky, které posléze mohou vést k dalšímu zaujmutí dítěte. Funkce pedagoga by měla suplovat pozici rodiče. A sice i učitel by měl probírat, co děti sledují a zároveň se pokoušet protlačit jim svůj vlastní názor. Rovněž tradiční slohové práce na téma oblíbený film nebo seriál se nezdá být dostatečnou regulací. Na závalu není shlédnout se třídou film, ba co víc i s určitou porcí násilí. Prospěšné ale je, když po filmu následuje debata o tom, co se ve filmu odehrálo, proč se to dělo, hledat řešení problémů. Neudělat z dětí jen pouhé primitivní konzumenty, ale podnítit je k prozkoumávání souvislostí odehrávajících se na obrazovkách.

- **Národní úroveň**

Existence mediálního násilí je naprosto zjevná. Proto je třeba pokusit se o jeho regulaci. Na bázi administrativní, vznikají jakési etické kodexy, populární ve Velké Británii, které fungují jako cenzura. Typickou ukázkou je umístění symbolu do rohu obrazovek, který označuje pořad za nevhodný pro mládež. V některých zemích funguje stupnice označující množství násilí v pořadu, která je rovněž umístěna v rohu obrazovky.

Německo disponuje řadou organizací a institucí, které sledují média a dělají vše pro to, aby násilí vymizelo nebo se omezilo. Mezi nejvýznamnější patří například WATCH (Světové sdružení dětské televize) nebo CIFEJ (Mezinárodní centrum filmů pro děti a mládež). (Suchý 2007)

Česká republika oproti ostatním státům výrazně zaostává. Její Zákon o televizním vysílání není pro televize až takovou pohromou. Jediné, co se televize a násilí v zákoně týká, je jen pár odstavců.

První se týká neposkytnutí licence v případě že by subjekt: „zařadil do vysílání pořady, které mohou vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých tím, že obsahují pornografii a hrubé samoučelné násilí.“

Dále televizní stanice nesmí: „zařazovat do vysílání pořady, které mohou vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých zejména tím, že obsahují pornografii a hrubé samoučelné násilí.“

Vlastně jedinou možností jak zpřísnit liknavý přístup k mediálnímu násilí je skrze veřejné mínění. Suchý je ale i k tomuto skeptický: „ Ani přes veškeré snahy občanů České republiky dosud nebyly v tomto směru podniknuty žádné zásadní kroky. Jen v roce 1994 bylo přitom za devět měsíců odesláno do Petičního výboru Parlamentu České republiky 49 peticí, kde bylo na 1623 arších podepsáno 34252 občanů, požadujících omezení prezentace násilí ve sdělovacích prostředcích (BKB 1994).“ (Suchý 2007: 69)

Otázkou je zda to způsobuje neochota vládních úředníků, složitý byrokratický aparát, nebo cokoli jiného. Nicméně přehlížení takovéto podstatnosti by mohlo mít v budoucnu těžce odstranitelné následky.

- **Technická podpora**

Kanaďané jsou autory takzvaného Violence chipu zkráceně nazývaného V-Chip. Od prvního roku nového tisíciletí musí tento čip proti násilí na obrazovkách obsahovat každá televize v USA. V-Chip je schopen označit kterýkoli pořad běžící na obrazovce sedmi druhy stupně násilí, od programů neomezených věkem (TV-Y). Vlastníci televizoru jsou potom sami schopni naprogramovat ho podle svých vlastních potřeb. Dle jejich uvážení potom televizor zablokuje vysílání pořadu s nežádoucí mírou násilí. Jakýkoli zásah dítěte do V-Chipu je prakticky nemožný na základě hesla zadaného rodiči. Odpůrci tohoto vynálezu ovšem s jeho používáním nesouhlasí. Domnívají se totiž, že dítě nebude schopno rozpoznat problémy světa, ve kterém žije, nepozná ho takový jaký ve skutečnosti je. Současně své výtky doplňují o diskriminovanost dětí, kteří údajně vědí, že je jim něco zatajováno. To může nadělat dostatek zlé krve. Psycholog Petr Weiss uvádí, že ve Spojených státech došla panická hrůza z mediálního násilí a pornografie do takových mezí, že ve státě Maryland, je zapovězeno zobrazení byť sebemenšího kousku lidských



pohlavních orgánů. Naneštěstí i ve výuce medicíny. Podobné hysterické reakce ale jistě nejsou na místě ať je problém jakkoli palčivý. (Carlsson, Felitzen 1998)

- **Nadnárodní úroveň**

Mediální obsah vyvolává důležité otázky. Prim dnes hraje zejména debata o násilí a pornografii. To vyvolává značné znepokojení u většiny rodičů a přirozených autorit, kteří se obávají ovlivnění myšlení dětí. Je proto na pořadu dne zjišťovat to, jak se denně zvyšuje kriminalita, zejména ta dětská a jaký vliv na to mají dnešní média, násilí a běžné pornografické scény v televizi nebo pravidelné zabíjení všeho možného v počítačových hrách.

Proto dnes téměř každý stát diskutuje o nových zákonech, které by mohli ovlivnit a zmírnit výše zmíněné problémy. Vše je přetřásáno samozřejmě se značnou pomocí médií, kde se vyjadřují jak autority, tak i obyčejní lidé.

Evropská Unie na tyto diskuze zareagovala, když v roce 1989 vydala Úmluvu o právech dítěte, kde se intenzivně zmiňuje i o médiích. V té se tvrdí, že : „Státy, které jsou smluvní stranou úmluvy, uznávají důležitou funkci hromadných sdělovacích prostředků a zabezpečují dítěti přístup k informacím a materiálům z různých národních a mezinárodních zdrojů, zejména takovým, které jsou zaměřeny na rozvoj sociálního, duchovního a mravního blaha dítěte a také jeho tělesného a duševního zdraví.“ (Kodým 1991: 17)

Úmluva se dále zmiňuje, že stát musí podporovat šíření materiálů, které jak kulturně, tak sociálně podporují dítě. Zároveň musí spolupracovat s ostatními státy na takovýchto projektech a musí chránit děti před veškerými škodlivými materiály. Média jsou de facto jakýmsi katalyzátorem toho, co se k dětem dostane a co ne. I to dokazuje jednoznačný vliv médií. (Carlsson, Felitzen 1998)

Dnes v podstatě všechny veřejné diskuze vycházejí z této úmluvy a veškeré debaty, které se týkají problému médií a dětí se kolem ní točí. Významnou postavou v těchto debatách je Světová komise pro kulturu a rozvoj, která se tímto zabývá.

Dokumenty z UNESCO a UNICEF a četné mezinárodní dohody o dětech a sdělovacích prostředcích zdůrazňují, že je třeba lépe porozumět dětem ve vztahu k násilí. Poukazují na to, že je potřeba zdokonalit naše vědomosti v této oblasti. Lepší znalosti nám doufejme pomohou vyhnout se stereotypu a zjednodušeným

modelům. Proto se musí na globální úrovni udělat celá řada vědeckých výzkumů, které pomohou k lepšímu zvládnutí situace. Není překvapivé, že myšlenka na zřízení mezinárodního informačního střediska na téma děti a mediální násilí byla několikrát vznesena už v roce 1990. V podstatě hlavním tématem se stejná myšlenka stala v září roku 1995 na Mezinárodní konferenci o právech dítěte ve švédském Lundu. Tuto konferenci organizovala Švédská komise pro UNESCO společně se švédskou vládou a tak ne náhodou Nordicom, což je Severské informační centrum pro mediální a komunikační výzkum, bylo hlavním iniciátorem zřízení velmi podstatné instituce, a sice Mezinárodního informačního střediska o dětech a násilí na obrazovce. Tato instituce je financována přímo ze zdrojů švédské vlády a UNESCO. Účelem vzniku této instituce je právě detailnější prozkoumání mladých lidí a násilí a vytvoření nových datových zásob týkajících se násilí páchaného dětmi. (Carlsson, Felitzen 1998)

Předmětem Mezinárodního informačního střediska tedy je:

- přilákat pozornost otázce násilí na obrazovce a její úlohu v životě dětí a mladých lidí
- podporovat iniciativy a aktivity v boji proti bezdůvodnému násilí
- snaha pomoci vytvořit lepší základ pro politiku v této oblasti

K těmto účelům UNESCO a Mezinárodní informační středisko dětí a násilí na obrazovkách informuje celou škálu různých skupin uživatelů – vědce a badatele, politiky, média, učitele, dobrovolné organizace a zájemce o:

- výsledky výzkumu týkajícího se dětí, mladých lidí a mediálního násilí
  - probíhající výzkum na dětech a mediálním násilí
  - přístup dětí k hromadným sdělovacím prostředkům a jejich používání sdělovacích prostředků
  - pozitivní alternativy k mediálnímu násilí
- opatření a činnosti, jejichž cílem je omezit bezdůvodné násilí v médiích

Dokumenty vzešlé z této instituce porovnávají násilí zastoupené v médiích, především v televizních pořadech, televizních zprávách, ale stejně tak i ve filmech,

počítačových hrách, obrázcích a textech na internetu a všech možných dalších telematických médiích. Dokumenty se týkají také opatření ke snížení všeho násilí v médiích a stejně tak se snaží zabránit pozitivnímu přístupu médií k násilí, což by vedlo k destruktivním účinkům pro mládež.

Zásadním počinem tohoto střediska je však vytvoření celé mezinárodní sítě regionálních center po celém světě, což umožňuje detailnější výzkumy v té dané zemi.

UNESCO obecně velmi podporuje sebedisciplínu a seberegulaci médií. Stejně tak má velmi vstřícný vztah k veřejnoprávním televizím, které se snaží podporovat při jejich vzdorování komerčním mašineriím. Veřejnoprávní televize totiž podle zákonných norem musí vysílat zcela odlišné pořady (nutno dodat, že jde o pořady pro široké spektrum recipientů, které většinou do agresivity mají velmi daleko), než si může dovolit televize komerční. Veřejnoprávní programy by měli vlastně udržovat společenské i kulturní normy. (Carlsson, Felitzen 1998)

## 6 ZÁVĚR

Cílem práce bylo zjistit a popsat, jak média ovlivňují společnost a nakolik je jedinec schopen prosazovat svou vlastní vůli.

Zvolené téma je mi jako každodennímu konzumentu mediálních obsahů velmi blízké. Vzhledem k tomu, že jsem se již krátce věnoval novinářské praxi, mohl jsem uplatnit některé své nabyté poznatky.

Základním předpokladem pro moji práci bylo zjistit, jak společnost pracovala s médii v minulosti, jak přistupovala k mediálním obsahům a dále s nimi pracovala. To jsem popsal v kapitole týkající se právě historie médií, kde jsem vysvětlil jak vývojové fáze, tak základní mediální teorie.

Další důležitou částí je současnost médií. Zde jsem vybral hlavní současná média a popsal jejich problémy, které jsou pro jejich vliv také velmi podstatné. Přes historii a současnost médií jsem dospěl až k jednomu ze zásadních problémů současné populace. Mediálnímu násilí. To považuji za velmi kritické a zároveň naprosto zbytečné.

Dnešní svět je, i když se nám to nemusí líbit, světem mediálním. Hranice mezi světem mediálním a světem reálným se stírá a v budoucnu se bude tenčit ještě více. Já, stejně jako každý další jednotlivec v kulturně vyspělém světě, nemohu nevnímat média. Kamkoliv se otočím, uvidím minimálně náznak médií. Když se mi médium neobjeví před očima ve formě novin nebo televize, můžu si být jistý, že někde poblíž bude billboard nebo jiný reklamní poutač. Vyhnout se médiím je nemožné. Obklopují nás natolik, že únik před nimi skutečně snad není. Právě proto je velmi podstatné být natolik mediálně gramotný, umět tak dobře pracovat s mediálními obsahy, vybírat relevantní informace a ty nepodstatné nevnímat, abychom alespoň částečně mohli mluvit o nějaké své svobodné vůli. Tu zatím má každý. Všichni se mohou rozhodnout podle svojí svobodné vůli, ale ta je až přespříliš ovlivněna médii. V souvislosti s ohromným mediálním pokrokem bude pro nadcházející generace ještě mnohem složitější udržet si svobodnou vůli.

Reprezentanti médií, jsou ti, kteří určují, jak se bude společnost chovat, proto je velmi podstatné, aby ať funkce novinářů nebo televizních analytiků, vykonávali

jen velmi vzdělání, rozumně uvažující lidé, kteří si nehoví v přemíře senzacechtivosti, ale naopak dokáží přesně informovat a označit současné problémy.

Jako na jeden z nejkritičtějších problémů jsem posléze narazil právě na násilí prezentované médií (soustředil jsem se hlavně na televizi). To považuji za naprosto zbytečné. Televize se z důvodů konkurenceschopnosti snaží přilákat diváky na pořady, kterým vévodí násilí. U dospělých jedinců v tom nevidím až takový problém, ovšem pro děti, které ještě nejsou s to rozpoznat fakta od fikce, je to problém velký. Vždyť kolik je případů násilí páchaného dětmi, které na otázky proč tak hrůzné činy provedly, odpovídají s naprostou samozřejmostí „Protože jsem to viděl v televizi“. Televize, jakožto bohužel jeden z nejlepších přátel dítěte, by měla mít funkci výchovnou, usměrňovat děti ke správnému vývinu. Bohužel její vývoj spěje směrem opačným. Dostat násilí, pornografii, vulgaritu nebo agresivitu všude, kde to jde. Z pohádek se stávají pořady zlehčující násilí, což je snad jejich nejhorší možná nezamýšlená funkce. Zlehčování násilí, oslavování násilníků, jako kladných hrdinů, je to, co podněcuje u dětí násilí. Když už jsme se stali součástí takového vývoje, jsme zase právě těmi, kteří se musí pokusit tento směr nějak zmírnit. Rodina by měla být hlavním ochráncem před těmito jevy.

I ze statistik vyplývá, že nadměrné konzumenství televize spěje k násilí. Člověk podlehnoucí iluzi, že to, co vidí v televizi, je jediná správná věc, se logicky domnívá, že jedná dle svojí svobodné vůle. Bohužel se jen domnívá. Jedná jen tak, jak ho média vychovala.

## 7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Primární literatura

- BOURDIEU, P. *O televizi*. Brno : Doplněk. 2002. ISBN 80-7239-122-4
- BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6
- CARLSSON, U., FELITZEN, C. *Children and media violence*. Göteborg : Nordicom, 1998. ISBN 91-630-6358-1
- HVÍŽĎALA, K. *Moc a nemoc médií*. Praha : Máj, 2003. ISBN 80-86643-07-7
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha : Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7
- LIPOVETSKY, G. *Paradoxní štěstí*. Praha : Prostor, 2007. ISBN 78-80-7260-184-4
- MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2002. ISBN 80-7178-714-0
- ŘÍČAN, P. *Krotíme obrazovku*. Praha : Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7
- SUCHÝ, A. *Mediální zlo*. Praha : Triton, 2007. ISBN 978-80-7254-926-9

### Sekundární literatura

- BEZDÍČEK, V., ŽANTOVSKÝ, P. *Média a moc*. Praha : Votobia Praha, 2000. ISBN 80-7220-085-2
- CANETTI, E. *Masa a moc*, Praha : Academia. 2007. ISBN 978-80-200-1512-9
- KAPFERER, J.N. *Fáma – nejstarší médium světa*. Praha : Práce, 1992. ISBN 80-208-0262
- KODÝM, M. *Úmluva o právech dítěte*. Brno : Teofakt, 1991.
- LIPOVETSKY, G. *Éra prázdnoty*. Praha : Prostor, 2003. ISBN 80-7260-085-0
- KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X

LIPOVETSKY, G. *Soumrak povinnosti*. Praha : Prostor, 1999. ISBN 80-7260-008-7

MCLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno : Jota, 2000. ISBN 80-7217-128-3

POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*. Praha : Mladá fronta, 1999. ISBN 80-204-0747-2

ŠEĎOVÁ, K., *Děti a rodiče před televizí*. Brno : Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2

### **Přehledová literatura**

HARTL, P., HARTLOVÁ, H. *Psychologický slovník*. Praha : Portál, 2000. ISBN 80-7178-303-X

HALLIN, D. C. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. ISBN: 978-80-7367-377-2

REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7

### **Internet**

Nováková, Martina. Nová média - případová studie Facebook [online]. E-polis.cz, 3. červen 2009. [cit. 2010-04-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.e-polis.cz/nezarazene-clanky/380-nova-media-pripadova-studie-facebook.html>>.

ISSN 1801-1438.

Vyhnálek, Jan. Vliv násilí v médiích na vývoj dítěte [online]. rodina.cz, 23.6. 2005 [cit. 2010-20-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.rodina.cz/clanek4514.htm>>

Krausová, Jana. Vliv násilí v médiích na vývoj dětí [online]. ao-institut.cz, květen 2008 [cit. 2010-20-02]. Dostupné z WWW: <<http://ao-institut.cz/texty/Prevzali-jsme/03-vliv-nasili.html>>

Zákon č. 231/2001 (o provozování rozhlasového a televizního vysílání) [online]. digizone.cz, leden 2001 [cit. 2010-08-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/zakony/zakon-231-2001/>>

Study on the current trends and approaches to media literacy in urope [online]. ec.europa.eu [cit. 2010-07-03]. Dostupné z WWW: <[http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/docs/studies/country/europe.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/country/europe.pdf)>

Shrnutí projektu EU kids online : závěrečná zpráva [online]. lse.ac.uk, červen 2009 [cit. 2010-14-03]. Dostupné z WWW: <[http://www.lse.ac.uk/collections/EUKidsOnline/Reports/cz\\_summary.pdf](http://www.lse.ac.uk/collections/EUKidsOnline/Reports/cz_summary.pdf)>

Mediální výchova na gymnáziu se zaměřením na podí předmětu OSZ [online] is.muni.cz [cit. 2010-14-03]. Dostupné z WWW: <[http://is.muni.cz/th/224873/ff\\_m/Medialni\\_vychova\\_na\\_gymnaziu\\_se\\_zamereni\\_m\\_na\\_podil\\_predmetu\\_OSZ\\_.txt?lang=en](http://is.muni.cz/th/224873/ff_m/Medialni_vychova_na_gymnaziu_se_zamereni_m_na_podil_predmetu_OSZ_.txt?lang=en)>