

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ

Institut mezinárodních studií Brno

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Brno 2006

Petr Sobol

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ

Institut mezioborových studií Brno

Vliv sdělovacích prostředků na děti a mládež

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Vedoucí bakalářské práce:
doc. Ing. Antonín Řehoř, CSc.**

**Vypracoval:
Petr Sobol**

Brno 2006

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Vliv sdělovacích prostředků na děti a mládež“ zpracoval samostatně a použil jen literaturu uvedenou v seznamu literatury.

Brno 17.11.2006

Petr Sobol

Poděkování

Děkuji panu doc. Ing. Antonínu Řehořovi, CSc. za jeho vstřícnost, nevšední ochotu a velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce.

Také bych chtěl poděkovat všem svým blízkým za obrovskou trpělivost, kterou se mnou měli v době, kdy jsem zpracovával svou bakalářskou práci.

Petr Sobol

Obsah

Úvod	2
1. Předpokládané účinky médií	4
1.1 Jaké mohou být účinky médií	4
1.2 Některé předpokládané účinky médií	7
1.3 Postoje k účinkům a chování médií	10
1.4 Dílčí závěr	11
2. Děti, mládež a sdělovací prostředky	13
2.1 Násilí a média	15
2.2 Mýtus o věkovém determinismu	16
2.3 Televize „pro děti“ neexistuje	20
2.4 Dílčí závěr	22
3. Konkrétní příklady vlivu sdělovacích prostředků na děti a mládež	23
3.1 Celebrity a média	23
3.2 Sdělovací prostředky a spisovná čeština	26
3.3 Zpravodajství jako zábava	27
3.4 Sdělovací prostředky a hvězdy	29
3.5 Dílčí závěr	31
4. Sdělovací prostředky a škola	32
4.1 Škola v predelektronické společnosti	33
4.2 Škola a elektronická společnost	34
4.3 Škola a její budoucnost	36
4.4 Média, gramotnost a nový pohled na dětství	37
4.5 Dílčí závěr	38
Závěr	39
Resumé	40
Anotace	41
Seznam použité literatury	42

Úvod

Média, ať už přímo, nebo nepřímo ovlivňují představy, přesvědčení, postoje, hodnoty a chování příjemců. Tento předpoklad je výrazem víry v moc médií.

Média mají mezi společenskými institucemi svým způsobem jedinečné postavení, a to nejen kvůli tomu, v jakém měřítku využívají nových technologií, jak rozsáhlé jsou jejich operace a jak bohatý je rejstřík jejich činností. Jejich jedinečné postavení tkví v tom, že média jsou si v nejrůznějších směrech vědoma, jak zajišťovat a řídit sociální komunikaci – protože se jim vyplatí mít o tom zcela jasnou představu.

Média se věnují komunikaci mezi lidmi – a komunikace je soubor společenských dějů, v nichž se podavatel (tedy i médium) a příjemce, (tedy i publikum) snaží jeden druhého dle svých komunikačních možností ovlivnit. Proto lze předpokládat, že média mají na publikum účinný vliv.

„Přes veškerý výzkum médií je ale mimořádně těžké jakékoliv jejich účinky na jednotlivce spolehlivě prokázat. To neznamená, že takové účinky neexistují, je jen obtížné jejich existenci prokázat vědecky ověřitelnými metodami. Přesto existuje řada předpokladů, hypotéz a teorií o účinku médií, které jsou logické a zdravým rozumem přijatelné a je možné s nimi počítat. Hodně poznatků se již o určujících faktorech a omezení předpokládaného účinku médií. Nedaří se však s jistotou prokázat, že když někdo něco sdělí prostřednictvím masového média, bude to mít jeden konkrétní vliv na publikum“.

(BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal-studio, 2001, str. 355 – 356, ISBN 80-85947-67-6.)

Ve své práci se věnuji výhradně vlivu médií na děti a mládež. V podstatě neexistuje velký rozdíl, mezi působením médií na děti a mládež a působením médií na dospělého člověka. Jedná se o složitý sociologický problém, který svým širokým záběrem zahrnuje také vědy, jakými jsou pedagogika, psychologie, zejména vývojová, a do jisté míry je to také problém filozofický.

V minulosti jsem působil jako vychovatel v domově mládeže, mými přáteli jsou učitelé na základních a středních školách, včetně odborných učilišť, jejichž poznatky jsem do své práce zapracoval. Ve své práci uplatňuji také své zkušenosti, týkající se této problematiky. Ku pomoci mi je dostupná literatura, se kterou pracuji především kompilačním způsobem.

Požité metody a techniky jsou dále: zkušenosti pozorování a systémový přístup.

Vyvození závěrů se věnuje každý dílčí závěr.

Problematika účinků sdělovacích prostředků se dá stručně shrnout do jakési **definice masové komunikace**:

- Co je ovlivňováno?
- V kom?
- Jak?
- Do jaké míry?
- V jakém časovém rozpětí?

Velice zajímavým problémem je jakási **asimilace dětství s dospělostí**, které se projevuje zejména v kulturním životě. V důsledku vlivu elektronických médií se sociální role dítěte a dospělého člověka do jisté míry zaměnila, alespoň v některých oblastech života. V této práci budu hovořit rovněž o **fungování školy v době elektronických médií, o toku informací**, které poskytuje škola a které televize a budu hovořit o důsledcích dopadu tohoto dění. Nevyhnu se srovnání **funkce školy** v době, kdy elektronická média, zejména televize, ještě neexistovala, s dobou současnou.

Cílem mé práce je pohlédnout si s poznatky, které jsem studiem uvedené literatury získal, srovnávat sociální život dětí a mládeže v době před fungováním elektronických médií se současností. Nekladu si za prioritní dokazovat, že média mají na děti a mládež nějaký konkrétní vliv, který lze navíc změřit nějakými empirickými metodami. Lze totiž jen stěží dát to či ono za vinu pouze médiím. Dle mého názoru jsou neodmyslitelnou součástí našeho života, proto nás formují stejně, jako všechny další vlivy.

V první kapitole této práce jsou rozepsány **účinky médií** tak, jak jsem je vyčetl v uvedené literatuře. Považuji to za nezbytné, neboť právě s těmito informacemi je zapotřebí v dalších kapitolách neustále pracovat. Jednotlivé druhy účinku médií jsou nejen popsány, ale i obohaceny příklady tak, jak se výrazně projevují u dětí a mládeže.

Ve druhé části své práce se zamýšlím nad problematikou **násilí**, která prezentují média a nad jejich vlivem na děti a mládež. Je to téma, ke kterému je obecně mínění nejširší veřejnosti zvláště citlivé. Dotknu se i problému **média televize** a jeho vlivu na děti a mládež. Zvláštní část pojednává o jakési **asimilaci rolí dětí a dospělých** jako důsledek působení vnějších vlivů současné společnosti, ke kterým sdělovací prostředky neodmyslitelně patří.

Třetí kapitola pojednává o některých **zábavních produktech médií** a jejich vlivu na děti a mládež. Tato část je obohacena o některé konkrétní případy vlivu sdělovacích prostředků na děti a mládež.

S přihlédnutím k tomu, že děti, mládež a škola patří neodmyslitelně k sobě, čtvrtou kapitolu jsem věnoval problému, jakým je **škola a sdělovací prostředky**.

1. Předpokládané účinky působení médií

K zamyšlení nad otázkou účinku médií lze přistoupit ze dvou stran. Jednak je možné sledovat chování médií v určitém kontextu a z pozorování usuzovat případné účinky, jednak lze sledovat chování příjemců v určitém kontextu masově medializovaných materiálů a z tohoto pozorování usuzovat na účinky.

V obou případech – **přenosu a přijímání** – je kriticky vyznaným faktorem kontext. Přitom **interakce**, které se odehrávají mezi médii a kontextem, médii a publikem a publikem a kontextem, jsou mimořádně složité a těžko postižitelné. Současně jsou důležité i zangažovanost příjemce, jeho predispozice a jeho dosavadní znalosti a zkušenosti, jež do komunikačního a interpretačního procesu vnáší.

Zásadní rozdíl mezi působením médií na dospělou populaci na jedné straně a na děti a mládež na straně druhé spatřuji především v tom, že u dětí a mládeže absentují znalosti a zkušenosti. Je proto zapotřebí aby výchovné působení dospělých osob směřovalo k usměrňování vlivů masmédií na mladou generaci, ať už v rodině, ve škole, nebo i v zájmových organizacích. Aby se o dopadu působení sdělovacích prostředků otevřeně hovořilo a tím probíhalo jakési výchovné působení, na které masmédiá v podstatě myslet nemusí.

V zásadě lze dnes vysledovat dva velmi vlivné směry zkoumání účinku médií, a to **kultivační teorie**, jež předpokládají silné účinky médií, a **etnografické teorie**, které vidí hlavní díl aktivity v samotném publiku a dokládají, že mediované sdělení si nakonec vytváří publikum samo.

1.1 Jaké mohou být účinky médií

Pokud jde o samotné účinky médií, představy o nich se pohybovaly a pohybují od úvah o krátkodobých (okamžitých) efektů po dlouhodobé, nepřímé (zprostředkované). S působením médií bývá také často spojováno hodnocení účinků – kritiky znepokojuje zvláště negativní dopad médií.

Krátkodobé účinky

V počátcích studia masmédií převládala představa, že na účinky médií je možné uplatnit jednoduchý model podnět – reakce, takže média poskytnou nějaký podnět a přímou, bezprostřední reakcí na něj bude změna chování publika. Mechanistická představa krátkodobých, přímých účinků nebyla ale dlouhodobě udržitelná a dnes už patří jen do historie představ o účincích médií. Lidé nejednají okamžitě (pokud vůbec jednají) a nereagují pouze na jeden podnět, takže je třeba vzít v úvahu mnohem víc proměnných než jen média. A ještě ke všemu nereagují všichni stejně, protože má každý trochu jiné zkušenosti, je v jiném rozpoložení, řeší jiné osobní problémy atp.

To, že děti a mládež reagují na aktuální informace formou diskuzí o přestávkách či v zájmových organizacích neznámá, že jsou těmito sděleními ovlivněni. Jedná se pouze o okamžitou reakci na sdělení – to, o čem se bavili včera již je téměř zapomenuto, aktuální téma dnešního dne je již zcela jiné.

Dlouhodobé účinky

Ústup od neudržitelné teorie krátkodobých účinků vedl k představě, že účinky se vždy dostaví za delší dobu a týkají se spíše změn v postojích názorech než v bezprostředním jednání či chování. Tato představa o účincích médií je pravděpodobná a závěry řady výzkumů ji podporují. Potíž je stále v tom, že je obtížné zkoumat publika v dost dlouhém časovém úseku, aby bylo možné prokázat, že jejich postoje a názory se skutečně změnilly v závislosti na konzumaci mediálních textů. Základní problém spočívá v tom, jak od sebe oddělit vliv médií a ostatní vlivy.

Teorie dvoustupňového a vícestupňového toku komunikace

Podle této teorie média ovlivňují příjemce nepřímo, a to ve dvou či více etapách.

V první etapě působí média na názorové autority. Názoroví vůdci jsou členové skupiny, kteří mají v dané skupině uznávané postavení a jejich názory a postoje zbytek skupiny přejímá, nebo alespoň bere v úvahu.

Z vlastní zkušenosti vím, že v každé školní třídě, či mládežnické skupině, je vždy alespoň jeden názorový vůdce. Vliv takového člověka na skupinu lidí je nemalý a pracuje – li se s sděleným materiálem masmédií, pak je postoj příjemce k těmto informacím dost podstatně ovlivněn.

Tento můj postřeh je předmětem druhé etapy. V druhé etapě převládá interpersonální komunikace – názoroví vůdci přenášejí díky svým interpersonálním vazbám a svému postavení ve skupině interpretaci mediálních sdělení mezi členy své skupiny. Členové skupiny naslouchají a důvěřují více své názorové autoritě než samotným médiím. Pokud ovšem byli tito názoroví vůdci nejprve vystaveni úspěšnému vlivu médií a pak úspěšně ovlivnili členy své skupiny, byli tito členové ve skutečnosti do jisté míry nepřímo ovlivněni samotnými médií.

Logickým pokračováním představy o dvoustupňovém toku komunikace je model vícestupňového toku komunikace, který ještě více zdůrazňuje důsledky komunikačních a společenských aktivit, jež probíhají uvnitř publika oslovovaného masovým médiem. Publikum se jeví jako hustá síť vazeb a střetů nejrůznější úrovně, identity a stálosti a mediální sdělení jen jako jeden z podnětů, které tato síť neustále zpracovává a jež si předává.

Ze své praxe a z pozorování dětských a mládežnických kolektivů mám vyzpozorováno, že někde na počátku takové „tiché pošty“ bývá nějaké mediální sdělení, které je skutečně postupně zpracováváno a posíláno dál. Výsledkem bývá velice zkreslená informace, která často tvoří takzvané mýty, mezi dětmi a mládeží se šíří nepravdy, v mnohém případě z důvodu zidealizování si určité skutečnosti tak, aby byla pro další příjemce atraktivnější.

Teorie užití a uspokojení

Teorie užití a uspokojení má z hlediska výkladu mediálních účinků nepřehlédnutelná slabá místa a je předmětem častých a oprávněných kritik. Především je zřejmé, že představa o uspokojování potřeb nadměru zdůrazňuje postavení jednotlivce a psychologický základ jeho potřeb a prakticky přehlíží sociálně strukturovanou základnu a povahu potřeb a uspokojování publika.

Také je zřejmé, že v této teorii se prosazuje výrazně funkcionalistické pojetí mediální komunikace, tedy představa, že média se chovají tak, aby naplňovala určité funkce, které jsou určeny potřebami publika a vyvažovány jejich uspokojováním prostřednictvím užití médií.

Kulturní účinky

Některé badatelské proudy se více soustřeďují na kolektivní účinky médií než na to, jaké reakce může médium vyvolat u jednotlivce, a zkoumají jak média určují a vymezují kulturu a jak udržují a posilují kulturní rozdíly – například stereotypizováním vztahů mezi etnickými skupinami – či kulturní standardy. etnickými skupinami – či kulturní standardy.

V českém prostředí se kupříkladu stále znovu a znovu prosazuje představa o účinku médií na úroveň jazykové kultury a na český jazyk vůbec. Jedná se především o používání hovorového jazyka komentátory zpráv, používání sporných novotvarů v českém jazyce, či tzv. „počešťování“ anglických výrazů.

Ve školách se problém „tvorby nového českého jazyka“ řeší téměř každý den. Děti a mládež mají nejbližší k přejímání nových, nespisovných slov a novotvarů. Nejsm si však jistý, zda se v podstatě nejedná o jakýsi vývoj jazyka. Tomuto problému se budu podrobněji věnovat ve své práci.

1.2 Některé konkrétní předpokládané účinky médií

Změna postoje, myšlení a poznávání

Média jsou schopna změnit to, jak lidé, včetně dětí a mládeže, myslí a jak se dívají na svět (tedy poznání a přesvědčení), tím, že modifikují jejich postoje k druhým lidem i k nejrůznějším tématům. Základním prostředkem tohoto vlivu je zřejmě sklon médií předvádět stereotypizovaný pohled na společnost a její členy.

Kolektivní reakce – morální paniky

Není prokázáno, že by média v dětech a mládeži dokázala vyvolat nepodložené obavy a úzkosti, jako je tomu u dospělého publika. Jedná se nejčastěji o takovou problematiku, jakou je dodržování zákonů a pořádku, či veřejného zdraví.

Individuální reakce – emocionální odezvy

Média ovlivňují děti a mládež tím, že v nich předloženými obsahy vyvolávají emocionální (a ovšem i racionální) odezvy. Tento účinek funguje na podobném principu jako „morální paniky“, ovšem mladé publikum je na ně mnohem citlivější. Jedná se především o názor, jak má mladý člověk vypadat, co má nosit, jako má mít postavu. Tudíž je možné, že otázka zevnějšku je emocionální odezvou na emotivní mediovaná sdělení.

Je prokázáno, že obzvláště na dospívající mládež mají sdělovací prostředky v tomto směru nemalý vliv. Jedná se především o módu, módní výstřelky a chuť se nějakým způsobem odlišovat od jiných. Inspirací jsou tudíž filmy a v neposlední řadě televize.

Nastolování agendy

Média jsou schopna určit hierarchii témat, která jsou pro společnost i jednotlivce důležitá. Jistým doplňkem hypotézy o nastolování agendy jsou úvahy o **rozptylujícím účinku** médií. Podle této teorie jsou média schopna odvádět pozornost veřejnosti od skutečně důležitých témat a připoutávají ji k méně důležitým, zato mediálně atraktivním tématům (například takovým tématům, jež jsou zábavnější nebo je možné je zábavněji zpracovat).

Dalším významným faktorem ovlivňující předpokládanou účinnost médií je vysoká míra **zestejnění informací** daná nejen podobností výrobních postupů (vycházející například z různých zpravodajských hodnot), ale i monopolizací zdrojů.

Odcizení

Masový charakter mediální komunikace je možná také schopen způsobit, že si jednotlivci připadají navzájem izolovaní. Média odvádějí individua od aktivní účasti na životě společnosti, oslabují v něm podvědomí o sdílených hodnotách a vzdalují ho ostatním jednotlivcům (asi tak jako když vedle sebe v kině sedí neznámí lidé a dívají se na stejný film).

Znecitlivění

Tato teorie (někdy nazývaná „teorie očkování“) vychází z představy, že je-li někdo soustavně vystavován mediálnímu působení, tak vůči němu citově okorá, znecitliví, zlhostejní. K této teorii inklinují především ti, kdo se obávají, že média snižují náš práh citlivosti k násilí. Slabinou těchto představ je neochota stoupců teorie znecitlivění připustit, že tutéž reakci mohou mít příjemci i na jiné typy obsahů – že se ze stejných důvodů mohou stát imunními i vůči jiným mediálním materiálům. Zatím není k dispozici výzkum, který by svými závěry teorii znecitlivění jednoznačně podporoval. Přesto lze každou chvíli zaslechnout nějakého jejího stoupence, který ji jako rozhodný (často politickým postojem či náboženskou orientací podbarvený) názor na věc prezentuje.

Učení

Média mají schopnost lidem předávat nové poznatky a dovednosti, rozšiřovat hranice jejich poznání i strukturu postojů a přesvědčení. Tato předpokládaná schopnost médií bývá chápána pozitivně (třeba v osvětových kampaních) i negativně (často se vyskytují obavy, že z médií se lze poučit o sociopatologickém chování). Zvláštní případ negativního hodnocení učení představují obavy z nápodoby: Představy, že člověk má sklon napodobovat to, co se k němu z médií dostane – že mediální materiál může vyvolat násilný čin či pouliční nepokoje.

Socializace

Média jsou schopna jednotlivci předložit přijatelné vzorce chování, které mu umožní se socializovat, tj. zapojit se do života příslušné společnosti.

Společenská kontrola

Média jsou schopna kontrolovat publikum tím, že dávají přednost argumentům, jež podporují shodu, zákony uspořádání společnosti, v níž působí, a potlačují argumenty, které zpochybňují to, jak společnost funguje, případně základy, na nichž stojí.

Definování skutečnosti

Média lidem definují sociální skutečnost, tedy to, co lidé považují za opravdové, normální a správné, například pokud jde o to, jak je společnost řízena, jak lidé naplňují své společenské vztahy k jiným lidem či jaké hodnoty respektují.

Podpora a posilování dominantní ideologie

Média jsou schopna sociální skutečnost nejen definovat, ale také podporovat a prosazovat převažující pohled na svět, převažující pohled na mocenské vztahy mezi skupinami ve společnosti a převažující pohled na to, jak má být vše uspořádáno a jak to má fungovat.

Tím se média stávají významnou součástí hegemonie – tedy společenskou a kulturní silou, s jejíž pomocí si mocenské elity a privilegovaní členové společnosti udržují nadvládu nad ostatními. Hegemonie je takový typ moci, který vypadá natolik přirozeně, až je jako moc prakticky neviditelná. Projevuje se tím, že vytváří nejrůznější soudy týkající se takových sociálních norem, jako je „zdravý rozum“, „opravdové umění“ či „dobrý vkus“. Projevem hegemonie může být například představa, že ČT 2 má „lepší“ pořady než ČT 1, že *Lidové noviny* jsou „serióznější“ list než *Právo*, že dohoda je „konstruktivnější“ než střet apod.

Podobně se projevuje sklon brát třídní strukturu společnosti jako danou a přirozenou. Příkladem hegemonie může být chování parlamentu, který vytváří představu, že vše, co dělá, musí být ve svém důsledku správné a výhodné pro společnost jako celek. Za tímto předpokládaným účinkem médií se skrývá představa několika dalších mechanismů, jimiž média působí na společnost – především kognitivní podpora poskytována médii (média přispívají k upevňování převažujících představ, jež máme o prostředí, v němž žijeme) a utvrzování (to, co předpokládáme či o čem se jen domníváme, média potvrzují jako pravdu). Dále se k této oblasti účinků váže i představa, že lidé, kteří o příslušné oblasti nemají žádné předchozí znalosti, jsou náchylnější médiím věřit (v jistém smyslu má tuto zkušenost s médii snad každý z nás – zatímco zprávám z oborů, jimž ani trochu nerozumí, v podstatě věří, pravidelně bývá zděšen mírou nepřesností a zkreslení, jakmile jde o „její“ či „jeho“ obor).

Zpětný (reciproční) účinek

Fakt, že je nějaká skutečnost předmětem zájmu médií, ovlivňuje samotný průběh události (zasedání parlamentní komise či interpretace ministrů probíhají zcela jinak, je-li jednání uzavřené, a jinak, pokud se odehrává za přítomnosti médií).

Trivializace

Média, především televize, mají vytrvalý sklon zjednodušovat vše, čemu se věnují, aby přilákala a udržela pozornost příjemců.

(Rozdělení a řazení účinku médií převzato z publikace BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal–studio, 2001, ISBN 80-85947-67-6.)

1.3 Postoje k účinkům a chování médií

Tento přehled některých předpokládaných účinků vychází z nejrůznějších vědeckých i laických poznatků a nakonec i stereotypů, které se ve společnosti vůči médiím prosazují. Někdy jde o výsledky propracovaných a poučených teoretických úvah – například teorie společenské kontroly a podpory dominantní ideologie.

Do své práce jsem všechny předpokládané účinky médií zapracoval z důvodu, že neexistuje velký rozdíl mezi účinky médií na dospělé a účinky médií mladou generaci. Toto své tvrzení se budu snažit ještě rozvíjet na dalších stranách této práce.

O účincích médií se ve veřejném diskurzu uvažuje spíše jako o negativním společenském jevu. Nelze přehlédnout, že většina úvah o předpokládaných efektech mediální komunikace má ambivalentní povahu – účinky nelze chápat jako jednoznačně pozitivní ani jako jednoznačně negativní.

Například výše uvedená teorie **učení** má jak kladnou interpretaci (kupříkladu šíření inovací ve výrobě či rozvoj vzdělání a podpora správných hygienických návyků) i zápornou (kupříkladu získávání návodů na trestnou činnost).

Součástí kontextu, v němž média působí a v němž se mediovaných sdělení příjemci zmocňují, je i soubor **představ o médiích, názorů na jejich roli a působení a očekávání s existencí médií spojených**, jež se vyskytují (a jež často převažují) ve společnosti.

Jedním ze stereotypních soudů o mediální komunikaci je představa, že vizuální projevy médií jsou „mocnější“ než například jazykové, protože obrazy jsou ikonické a je možno je dekódovat přímo. To je jistě možné, ale těžko prokazatelné tvrzení – je obtížné změřit, jestli na příjemce působí víc to, když si o tragické automobilové nehodě přečte v novinách, nebo to, když mu záběry následků nehody nabídne televizní zpravodajství.

Nejčastěji veřejně sdílenými postoji k chování a účinkům médií jsou:

- média záměrně vyvolávají změnu (například názorů),
- média nezáměrně vyvolávají změnu,
- média vyvolávají jen dílčí změnu (například intenzitu nějakého postoje),
- média usnadňují změnu (a to záměrně nebo nezáměrně),
- média posilují stávající stav věcí (nepřímo brání změně),
- média přímo brání změně.

Některé faktory ovlivňující účinnost médií

Jakkoliv se jen s obtížemi daří „vypreparovat“ účinek médií ze spleti všech vlivů, jež na jedince a společnost působí, přece jen by bylo krajně nerozumné vliv médií popírat. Média zcela nepochybně mají vliv na jednotlivce i na společnost. Méně zřetelná a postižitelná je ovšem povaha tohoto vlivu, typy účinků médií a mechanismy, jež účinnost mediálního působení zvyšují (nebo naopak snižují). Některé z faktorů, které proces a účinek mediální komunikace ovlivňují, jsou výzkumem potvrzeny natolik, že pravděpodobnost jejich vlivu na účinnost médií hraničí s jistotou. Následuje přehled nejdůležitějších faktorů, které mají zřejmě určující vliv na účinnost médií. Jsou to:

- věrohodnost média,
- sociální kontext,
- sdělení,
- publikum.

(V dílčí kapitole použit text z publikace BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal-studio, 2001, ISBN 80-85947-67-6.)

1.4 Dílčí závěr

Jednotlivé typy předpokládaných účinků je možné charakterizovat takto: krátkodobé a dlouhodobé účinky, teorie dvoustupňového a vícestupňového toku komunikace teorie užití a uspokojení, vlivy na kulturu, změny v postojích, změny v poznání, morální paniky a kolektivní reakce, emocionální prožitky a osobní reakce, nastolování (určování) agendy, socializace, sociální kontrola, definování a konstrukce reality, podpora a prosazování dominantní ideologie.

Studium účinků

Mezi metody výzkumu účinků patří především experiment, terénní výzkum a interpretace postojů. Jako pomocná metoda může sloužit analýza obsahu, ale je třeba mít na paměti, že její výsledky o účincích přímo nic nevyovídají.

Sama média (a stejně tak inzerenti, reklamní agentury apod.) provádějí celou řadu výzkumů.

Potíže spojené se zkoumáním účinků (a hlavně s jejich dokazováním) jsou: množství proměnných, které je třeba vzít v úvahu. Kontext, v němž se komunikace odehrává. Předpoklady, s nimiž badatel výzkum podniká. Oddělení ostatních vlivů od vlivů médií, od reality odtržená povaha experimentů, možnosti jednotlivých metod (například terénního výzkumu) a limity interpretací výsledků.

Okolnosti, které případné účinky médií na publikum podmiňují

Důležitou roli hraje postavení zdroje. Masová média jsou, nebo mohou být, názorotvorná. Důležité je, kdo médium reprezentuje (zosobňuje), jak vysoká je míra monopolizace informačních zdrojů a jaká je celková věrohodnost média jako zdroje.

Kontext, v němž dochází k příjmu a dekodování a interpretaci sdělení, hraje u případných účinků významnou úlohu. Součástí tohoto kontextu jsou názorové autority (názoroví vůdcové), sociální postavení příjemců a další faktory. Události, které se staly díky existenci samotných médií (mediální události), a prezentace a strukturace sdělení jsou také součástí kontextu, v němž se příjem sdělení odehrává.

Významnou roli při konečném dopadu sdělení hraje také kompetence publika – jeho představy, znalosti a postoje.

Význam studia účinků médií

Některé úvahy o účincích médií se týkají specifických témat a publik – vliv médií na děti či na rodinný život, vliv násilných obsahů apod.

Vliv médií na děti závisí (jako jakýkoliv jiný vliv) na mnoha faktorech, jako je věk či schopnost rozlišovat reálné od fiktivního. Významnou roli sehrávají předsudečné představy dospělých o dětech.

Vliv médií na rodinný život může být **destruktivní** (příčina ničivého vlivu ale tkví jinde), nebo **konstruktivní** (média například nabízejí témata k hovoru). V obou případech je užití média rodinou spíše příznakem celkové kvality rodinného života.

Média a násilí

Představa, že existuje spojitost mezi mediálním násilím a násilným chováním ve společnosti, je velmi rozšířená, ale **vliv médií na násilné chování se nedaří prokázat**.

Představy o vlivu mediálního násilí na příjemce je užitečným zdrojem pro poznání představ společnosti o roli médií.

Nejpravděpodobnější jsou **dlouhodobé účinky** vyvolávající změny v postojích, popřípadě znecitlivění vůči násilí. Zkoumání vlivu násilných obsahů je metodologicky velmi složité.

Obtíže spojené s prokázáním účinků neznamenaají, že na nás média žádný účinek nemají.

2. Děti, mládež a sdělovací prostředky

To, že sdělovací prostředky mají na děti a mládež značný vliv je zcela zjevné a neoddiskutovatelné. Otázkou však zůstává, jaký. Především dítě je vnímáno jako bezbranný a nekompetentní příjemce, který není schopen se před mediovanými sděleními nijak chránit. V minulosti provedené výzkumy však prokázaly, že jednotlivé věkové skupiny nedospělých čtenářů, posluchačů či diváků jsou velmi vyspělými příjemci a s mediálními sděleními nakládají aktivně a poučeně.

Spousta rodičů, pedagogů či vychovatelů se obávají, že děti nejsou schopny rozlišovat mezi fikcí a faktem a podléhají realisticky zobrazeným fiktivním příběhům, jako by se doopravdy staly či jakoby se mohly stát – kritici poukazují na to, že dítě „neví“, že násilné scény odehrávající se např. v kreslených seriálech nejsou možné. Takový účinek médium může do určitého věku mít. Výzkum jasně dokazuje, že dostatek zkušeností a schopnost rozlišovat mezi jednotlivými typy realismu získává dítě zhruba kolem osmého roku života. Takže od tohoto věku už není pravděpodobné, že by ztřeštěné násilné scény v kreslených seriálech chování dítěte k ostatním dětem nějak výrazně ovlivnily, protože dítě je schopno v tomto věku rozlišit, že svět např. kreslených postavicek je jiný, než svět, v němž žije.

Nelze však podceňovat vlivy, které se v nezkušeném a nevyzrálém příjemci formovaly v mladším období a jejichž důsledky se mohou v dlouhodobé perspektivě projevit později. **Je nanejvýš vhodné, aby rodiče, vychovatelé a pedagogové se zamýšleli nad otázkou, na co by se děti mohli dívat např. v televizi a co je pro ně ke shlédnutí naprosto nevhodné.**

Obavy se také soustřeďují kolem skutečnosti, že např. televize nabízí dětem příklady modelového chování v nejrůznějších rolích, a to nejen v pořadech určených dětem. Vzhledem k tomu, že jedním z často předpokládaných účinků médií je **nápodoba a změna postoje**, vzbuzuje zájem představa, že dítě si osvojí stereotypní zobrazení rolí a postoje, jež právě televize nabízí. Tato představa má především zápornou podobu – předpokládá se, že si dítě osvojí především nejhorší modelové chování nejméně žádoucí postoje. Přitom žádný výzkum nic takového neprokázal. **Model chování si dítě osvojuje především v rodině.**

To, co se říká o dětech, resp. mládeži, jako o příjemcích mediovaných sdělení, často vypovídá víc o dospělých, kteří to říkají, než o dětech samotných. V laickém pojetí celého problému je řada pochopitelných obav (kupříkladu z přílišného sledování televize), nepodložených předsudků (například o pasivitě a bezbrannosti dětského diváka, o jeho neschopnosti kategorizovat si mediální sdělení, o jednoznačně negativním vlivu televize apod.) a zjevných protimluvů.

Vycházíme-li například z představy, že obrazová sdělení jsou účinnější než verbální (a to zdaleka není jisté), pak nemá smysl se zabývat pouze televizí, ale je třeba zajímat se i o videonahrávky, neboť tam může příjemce s obrazem aktivně manipulovat (opakovat scény, zpomalovat si je apod.).

(V dílčí kapitole použit text z knih: BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal-studio, 2001, ISBN 80-85947-67-6 a JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, ISBN 80-7178-697-7.)

2.1 Násilí a média

Představy o možných účincích médií a jejich vlivu na jednotlivce i společnost vedou k tomu, že se z různých typů obsahů usuzuje na jejich efekt. Zvláště soustředěnou pozornost přitom vyvolává možný účinek mediálního násilí, tedy zobrazování takového agresivního chování, které vede k poškození věci či zranění, popřípadě usmrcení člověka nebo zvířete. Představy o předpokládaných účincích násilných obsahů sahají od obav z přímé nápodoby po vyvolávání úzkosti a znečitlivění.

Rozlišujeme možné účinky na **krátkodobé a dlouhodobé** a rozlišujeme je na **fyziologické** (vědomím nekontrolovatelné reakce organismu, jako je pocení, zrychlení tepu apod.), **emocionální, poznávací, postojové a behaviorální** (změny v chování).

Mezi **krátkodobé účinky** je zařazena možnost vyvolání násilného či agresivního chování. To je velmi nepravděpodobné, náznaky podobné inspirace se vyskytují jen sporadicky a pouze ve vybraných skupinách dospívajících (zvláště chlapců) s nižším intelektem ve věku kolem třináctého roku, pocházejících z narušených rodin a trpících nedostatkem citového zázemí.

Mezi **dlouhodobé účinky** řadí možné změny v chování, zvýšené obavy lidí, že se sami stanou oběťmi násilí, a změny v postoji k „reálnému“ násilí (lidé na základě sledování mediálního násilí přistoupí na myšlenku, že násilí je přijatelné).

Mnohé z těchto **předpokládaných účinků** prozrazují, že představy o mediálních textech jako „magické střele“ jsou sice definitivně překonané v mediálních studiích, ale stále živé v myslích lidí.

Veřejně sdílená **představa**, že **média vyvolávají násilné jednání**, vede k ospravedlňování násilné činnosti a **kriminalizaci médií**. Lidé usvědčení z násilné trestné činnosti vysvětlují svoje chování tím, že to „viděli v televizi“ – často vědomi si toho, že je to svým způsobem neformální polehčující okolnost. Dostávají se částečně z pozice pachatele do pozice zmanipulované oběti. Mnohdy se jedná o naprosto účelové jednání, popřípadě instinktivní vyhovění atmosféře ve společnosti.

Toto téma se mnohokrát stalo velmi diskutovaným problémem. Např. když školák chladnokrevně zavraždil svou spolužačku poukazoval na to, že inspirací mu byly filmy promítané v televizi. Odborníkům je jasné, že televize mu mohla poskytnout jen jakýsi návod k provedení tak hrůzného činu, ovšem samotné odhodlání tkví úplně v něčem jiném (zpravidla se jedná o duševní poruchu nebo přímo deviaci).

Obavy z možných účinků mediálního násilí také vedly k zájmu o způsob, jak je násilí prezentováno, tedy o **rozbor a interpretace obsahů**. I když výsledky tohoto zájmu nebývají většinou podloženy hlubším poznáním problematiky účinků médií, přispívají k obohacení poznatků o uspořádání mediálních obsahů.

Pro vyhodnocení mediálních sdělení je například důležité hledat rozdíl mezi **reálným a fiktivním násilím**. Zatímco reálné násilí je zobrazení skutečných událostí

v nichž došlo násilnému jednání, fiktivní násilí spadá výhradně do oblasti smyšlených příběhů. Víme-li, že mediální obsahy jsou konstrukce, staví nás rozdíl mezi reálným a fiktivním násilím před otázku, zda-li je inspirace skutečností (ve zpravodajství jako v hraném filmu) a fantazií faktorem, jenž má vliv na to, jak příjemce sdělení dekóduje. Pokud tak činí, pak je třeba se ptát dál po povaze násilí v jednotlivých typech sdělení: Je násilné chování fotbalistů chápáno jako „reálné“, nebo je to součást zábavy a děje se „jenom jako“?

Studium možných účinků mediálního násilí vedlo i k rozlišení mezi **explicitním a implicitním násilím**. Explicitní je takové zobrazení násilné scény, kde je akt agrese názorně předveden, implicitní je takové, kde je pouze naznačen. V literatuře se často poukazuje na to, že množství explicitního násilí v mediálních materiálech stoupá. Mediální teoretikové z toho usuzují, že se tak projevuje znečitlivění vůči násilným obsahům, jež vede k potřebě zvyšovat jejich intenzitu a četnost. Představa o množství násilných scén může klamat. V poslední době provedené výzkumy poukazují spíše na pokles množství explicitních scén, především ve filmové americké produkci.

Ať už se budou diskuse kolem mediálního násilí vyvíjet jakýmkoliv směrem, z hlediska mediálních studií je vždy třeba si všimnout především toho, jak ten či onen autor dospěl k příslušnému závěru. Rozdíl není třeba dělat mezi těmi, kdo věří v pozitivní účinky médií a těmi, kdo věří v negativní účinky (popřípadě jsou přesvědčeni, že média žádný vliv nemají). Rozdíl je třeba dělat mezi těmi, kdo jsou schopni své závěry metodologicky věrohodně a ověřitelně prokázat, a všemi ostatními.

(V dílčí kapitole použit text z knih: McLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: JOTA, 2000, ISBN 80-7217-128-3 a VYBÍRAL, Z. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Praha: Portál, 2003, ISBN 80-7178-714-0.)

2.2 Mýtus o věkovém determinismu

Zřejmě s masovým nástupem elektronických médií vyvstal nový fenomén, kterým se chtě nechtě musela zabývat jak sociologie, tak i vývojová psychologie. Dost podstatnou měrou se začala asimilovat role dítěte a dospělého člověka, ve srovnání s klasickými dobami počátku 20. století, kdy média pronikala na svět pouze v tištěné podobě. Jedná se o velmi zajímavé téma, které již v současné době přehlízíme. Trochu jsme pozapomněli na původní role dospělého a dítěte. Považuji proto za potřebné o tomto problému napsat trochu podrobněji.

Pozorování **splývání dětství a dospělosti** je jednou z důležitých témat bádání současnosti. Když už se na tento problém přišlo, bylo těžké na něj přistoupit. Důvodem je mimo jiné fakt, že máme jen velmi málo intelektuálních modelů, které pro tento účel můžeme použít. Modely vývojové psychologie jsou v tomto směru použitelné mnohem méně, než by se dalo předem očekávat.

Dominantní výzkumy a teorie vývojové psychologie se zaměřují na popis schopností individua v různém věku či vývojovém stadiu. Většina pozornosti byla věnována studiu faktorů, které souvisejí, nebo se podílejí na změnách vývojového stadia daných věkem. Bylo identifikováno mnoho rozdílů mezi různými věkovými skupinami a byly popsány typické charakteristiky lidí v rámci dané věkové skupiny.

Existence **odlišných stadií lidského života**, jako jsou **rané dětství, dětství, adolescence, dospělost a stáří**, je pokládána za samozřejmost. Výzkum vývojové psychologie však není nijak intenzivně zaměřen na studium faktorů, které mohou sociální charakter různých období lidského života změnit.

Většina vývojových psychologů je nucena hledat **univerzální difference** v chování lidí a bádají nad jednotlivými údobími života. Potencionální podobnosti v chování lidí bez ohledu na věk byly doposud opomíjeny. Odhalení univerzálních vývojových stadií můžeme považovat za velký úspěch, avšak šetření dosud nejsou kompletní. Popis jakýchkoliv konstant ve vývoji člověka zjevně vede k přehlížení mnoha faktorů, jež mohou v širším měřítku přinést změnu v definici role dítěte a dospělého. Ačkoli zcela rozumíme univerzálním aspektům vývoje, nemusí to nutně znamenat, že nám dokážou ozřejmit, proč se role příslušející k určitému věku v proměnách kultur a času liší.

Abychom objevili proces, díky němuž **změny v koncepcích dětství a dospělosti** nastaly, musíme se podívat na druhou stranu posloupnosti individuálního vývoje a zkoumat širší sociální proměnné, které ovlivňují chování a postavení lidí bez ohledu na věk a vývojový stupeň.

Kvůli zaměření na hlavní vývojové směry psychologického výzkumu bez adekvátního poznání ostatních hledisek uvnitř i vně psychologického zkoumání vědci přehlédli možnost, že kognitivní i jiné vývojové úrovně nemusejí být jediným faktorem formujícím tradiční role připisované dětem i dospělým.

Závěry vývojových studií jsou obvykle formulovány z hlediska vývojových stadií odpovídajících věkovým pásmům. Přestože mnoho psychologů upozorňuje na omezení, s nimiž je při aplikaci tohoto hlediska třeba počítat, popularizační souhrny o psychologii vývoje je obvykle pomíjejí.

Mnoho rodičů, učitelů a dalších vychovatelů je proto přesvědčeno, že chování dítěte i pravděpodobný způsob interakce mezi dětmi a dospělými přirozeně determinuje pouze věk. Myšlenku chování „determinovaného věkem“ rozšířily a posílily populárně naučné publikace o cyklech, sezónách a přechodech v životě dospělého. Tyto práce popisují zlomy ve vývoji dospělého, jako jsou přechod třicátníků, či krize čtyřicátníků. Myšlenka jednoznačných věkových stadií tedy ve skutečnosti hovoří ve prospěch představy, že naše tradiční vnímání odlišnosti rolí, práv a odpovědnosti pro osoby různého věku je vědecky doloženo.

V první polovině 20. století bylo dětství chápáno jako čas nevinnosti a izolace. Dítě bylo chráněno před nepříjemnými součástmi života. Děti se oblékaly jinak než dospělí. Existovaly jiné jazyky pro děti i pro dospělé. Některá slova a témata, jako jsou narození, smrt, sex a peníze, byla považována za nevhodná pro dětské uši.

Existoval také striktní systém věkových kategorií, podporovaný strukturou školství, který určoval, co může dítě v určitém věku znát a dělat.

Dospělé dítě

Nicméně zhruba v posledních třiceti letech nastala znatelná změna v představách o dětech a jejich rolích. Dětství jako chráněné a hájené období života se zcela vytratilo. Dnešní děti jsou poněkud méně dětské. Mluví podobně jako dospělí, oblékají se podobně jako dospělí a chovají se tak ve větší míře, než tomu bylo dříve. Opak je však také pravdou. Ukazuje se, že mnoho lidí, kteří dospěli v posledních dvaceti letech, stále mluví, obléká se a jedná jako přerostlé děti. **Děti a dospělí se samozřejmě nechovají úplně stejně, ale v jejich chování je mnohem více podobností než dříve. Tradiční hranice zmizely.**

Jedním z nejjasnějších znaků rozdílného postavení v kultuře jsou rozdíly ve vzhledu a oblékání. Nižší status dětí se projevoval také jejich oblečením, ať už šlo o krátké kalhoty, námořnické oblečky, nebo trička s komikovými postavkami. Určující nebylo, co konkrétně děti nosily, ale skutečnost, že dětské oblečení bylo jiné než oblečení pro dospělé.

Jestliže se dnes projdete po ulici nebo v parku, přesvědčíte se, že éra odlišného oblečení pro různé věkové skupiny minula. Stejně, jako děti občas nosí obleky nebo značkové šaty, mnoho dospělých se obléká jako velké děti: do džínů, triček s Mickey Mousem nebo kačerem Donaldem a tenisek. Nový styl oblékání navíc ohrozil tradiční oděvy. Značkové džínsy nosí například mladí i staří. Samotná fráze „značkové džíny“ by dříve nedávala smysl, avšak dnes představuje spojení dětského neformálního oblečení s vysokými módními styly pro dospělé. Někteří výrobci dotáhli homogenizaci tak daleko, že produkují i dětské plenky s džínovým vzorem.

Současná homogenizace oblečení pro různé věkové skupiny by se mohla jevit povrchně – pokud by ovšem stejné oděvy skrývaly odlišné typy sociálních bytostí. Děti a dospělí se však nyní i podobně chovají. Náhodná pozorování ukazují, že splývá i držení těla, pozice při sezení a gesta. Už dávno není neobvyklé vidět dospělé, jak na veřejnosti sedí na zemi v tureckém sedu nebo si hrají jako děti. Není také nic překvapivého, že nejnovější generaci hraček, videohry, počítačové hry, vášnivě hrají dospělí i děti.

Vytrácejí se také rozdíly v užívání jazyka a slovní zásobě různých věkových skupin. Mnoho slangových výrazů, frází, sprostých slov a gramatických konstrukcí lidé sdílejí napříč celým věkovým spektrem. **Děti mluví podobně jako dospělí a naopak.** Je pravděpodobné, že tak spolu mluví i navzájem. Jazykově zakotvená autorita dospělých vůči dětem také mizí. Ve vzrůstající míře děti oslovují dospělé (často své rodiče) křestními jmény.

Společnost shledává stále méně a méně témat nevhodnými k tomu, aby se o nich diskutovalo s dětmi. Velmi často vědí děti o **tabuizovaných tématech** dříve, než k nim dojdou během svého formálního vzdělání. Preventivní sexuální a drogové vzdělávací programy například jen doháněly neovladatelný nárůst počtu těhotných

a zneužívání drog mezi nezletilými. Alkoholismus, potraty a sebevraždy se v posledních letech staly „dětskými záležitostmi“.

Narození člověka bývalo pro děti obestřeno mýty o čápech a vranách. Naproti tomu nyní psychologové a mnoho populárních knih o těhotenství a porodu doporučují, aby děti byly zapojeny do procesu narození mladších sourozenců, snad dokonce včetně jejich přítomnosti přímo u porodu.

Dětinský dospělý

K dalším změnám došlo u dospělých. O vzdělání, výběru povolání a vývojových stadiích se hovoří primárně ve vztahu k dětem, avšak také vzrůstající počet dospělých se účastní vzdělávacích programů pro dospělé, mění povolání ve středním věku a zabývají se „životními etapami“.

Pravděpodobně se mění i temperament dospělých. Stále více se hovoří o postojích „sobecké generace“, která se projevuje například **dospělým egocentrismem**, jenž býval spojován s dětmi. V souladu s tím výzkumy ukazují, že smysl pro odpovědnost dospělých vůči dětem se tenčí. Ochota rodičů obětovat se pro své děti upadá a velmi ubylo těch, kteří přemýšlejí o budoucnosti a současně si dělají starost kvůli tužbám svých dětí. Kupříkladu dnešní Američané považují za ukazatel „kvalitního života“ spíše auta než děti.

V době, kdy většina lidí přestává přijímat staré koncepce dětství a dospělosti, je homogenizace postavení dokumentována v probíhajících změnách v zábavě a právním systému. Ve filmovém průmyslu se stále častěji objevují dětské role, které jednájí jako dospělí a naopak, kdy role dospělých jsou naprosto dětinské.

Co se týče právního systému – **vzrůstající kriminalita dětí** a četnost závažných trestných činů jako jsou vraždy, vydírání, těžká ublížení na zdraví, rozsáhlé krádeže, v mnoha státech upouštějí od speciálních mírných nápravných zařízení pro mladistvé a snižují věk právní odpovědnosti. Koncepce odpovědnosti dospělých za jejich činy se v současné době také zamlžila. Zločiny dospělých spáchané v afektu se stále častěji vysvětlují dočasnou nepřičetností, nebo sníženou mentální schopností, což ve skutečnosti znamená legitimizaci záchvatů narcistického vzteku u „velkých lidí“.

Ačkoli formální právní status dětí a dospělých zůstal nedotčen, děti získaly nový druh respektu u soudů, zdravotnických institucí a státních úřadů. Soudy nyní mnohem ochotněji berou v úvahu pohled dítěte ve věcech přidělení do péče, děti a adolescenti jsou často žádáni o souhlas s medicínskou nebo psychologickou asistencí.

Je těžké říct, zda jsou tyto změny mezi dospělými a dětmi dobré nebo špatné. Není jisté, zda lze dětský „útěk z dětství“ považovat za osvobození nebo úchylku, popřípadě od obojího trochu. Ať je tomu tak nebo tak, dětství a dospělost, tak jak byly dříve definovány, už neexistují.

(V dílčí kapitole použit text z knih: MEZROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006, ISBN 80-246-0905-3 a McLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: JOTA, 2000, ISBN 80-7217-128-3)

2.3 Televize „pro děti“ neexistuje

Složitost kódu tisku vyřazuje všechny malé děti z komunikace prostřednictvím tištěných médií. V tomto smyslu tisk vytvořil prostor, kde mohou dospělí komunikovat mezi sebou bez toho, aby je děti poslouchaly. Pomocí knih mohou dospělí volně hovořit o věcech, které si přejí zachovat před dětmi skryté. Vzhledem k tomu, že čtení navíc vyžaduje komplexní schopnosti, jež člověk získává postupně, mohou dospělí kontrolovat informace, které se dozvědí až starší děti tím, jak obměňují složitost kódu, jímž jsou knihy na různá témata napsány. Tisk umožňuje separovat děti různého věku do různých informačních světů, protože četbě složitých knih pro dospělé musejí předcházet jednoduché dětské knihy.

Dětské knihy jsou zvláštní ze dvou důvodů: jsou jediným typem knih, které děti mohou číst a čtou je pouze děti. V tomto smyslu je dětská literatura jakýmsi informačním ghettem, které je izolováno a zároveň samo izoluje.

V televizi však žádný ekvivalent dětské literatury nenajdeme. Televize nemá žádný komplexní přístupový kód, který by malé diváky vylučoval nebo rozdělával publikum do různých věkových skupin. Pořady pro dospělé mohou přinášet informace, kterým děti zcela nerozumějí a pořady pro děti mohou obsahovat dětský kontext, avšak základní kód, v němž jsou všechny pořady prezentovány, se nemění: jsou to obrazy a zvuky. Na rozdíl od tisku se televizní symbolické formy podobají věcem, které zobrazují. Televizní obrazy – tak jako všechny obrazy – připomínají reálné objekty osoby, televize mluví lidským hlasem.

V televizi není žádný filtr, který by děti chránil před pořady pro dospělé a neexistuje žádný jednoduchý vizuální styl, který by dospělé při sledování dětských pořadů nudil nebo zahanboval. Není proto překvapením, že **lidé všeho věku mají tendenci sledovat stejné pořady**. Tak jako svět dětských knih seznamoval děti s idealizovaným pohledem na život, televizní zpravodajství a zábava seznamuje malé děti s podobou dospělých, kteří lžou, pijí alkohol, podvádějí a vraždí.

Podstata média samozřejmě není jediným determinujícím prvkem toho, co se lidé učí z televize. Samotné vystavení informacím ještě neznamená jejich pochopení a přijetí.

Postoje, víry, zkušenost, vzdělání, kulturní a náboženská výchova, inteligence – to vše se podílí na individuálním přijetí informace. **V případě dítěte je jasným filtrem navíc také stupeň jeho kognitivního vývoje.** Nejvýznamnějším příspěvkem Jeana Piageta ke studiu dítěte je důkaz, že **dětské myšlení není „horší“ než myšlení dospělých, ale strukturálně odlišné.** Piaget identifikoval mnoho různých úrovní a porovná kognitivního vývoje.

Při objevování vztahů mezi kognitivními stádii a sledováním médií výzkumníci zjistili, že děti v různém věku vnímají při sledování televize různé věci. Velmi malé děti těžko sledují zápletky a obtížně rozlišují zásadní události od marginálních. Malé děti mají také problém odlišit motivy od důsledků, příčiny od účinků a fantazii od skutečnosti. Podle zmíněných výzkumů musejí děti dosáhnout jedenácti až dvanácti let, aby se jejich vnímání televize přiblížilo recepci dospělých. To znamená, že schopnost televize integrovat děti do situací dospělých narůstá po jedenáctém roku života (což je stále o mnoho dříve, než děti oficiálně získávají status „dospělých“).

Mnoho výzkumů dětského porozumění ukázalo, čemu děti nedovedou zcela porozumět, zároveň však opomněly zdůraznit, že se jedná o nedostatky v porozumění tématům, která byla dětem zcela nepřístupná. Tříletý divák například nemůže být schopen vysvětlit, proč v televizi někoho zastřelili a nadto neumí rozlišit, zda se jednalo o skutečnost nebo fikci. Přesto ale tříleté dítě v televizi střelbu do lidí a další „dospělé“ záležitosti sledují.

Nejenže většina dětí může sledovat pořady pro dospělé, ale od samého počátku televizní éry **děti upřednostňují pořady pro dospělé**. Je to pravděpodobně tím, že televize dětem zprostředkovává „uspokojení z toho, že vědí, jsou u toho a dozvídají se o světě a lidech“.

Děti upřednostňují pořady zaměřené na dospělé a dospělí pořady určené dětem. **Podle některých výzkumníků nemůže ani nejlepší pořad pro děti konkurovat jejich zájmu o pořady pro dospělé**. Jiná současná studie došla k závěru, že tvorba podvečerních „rodinných programů“ nemůže splnit svůj cíl, protože děti pak zůstávají u televize, aby sledovaly „dospělejší“ pořady později večer. Odhaduje se, že velká část dětí mladších dvanácti let sleduje televizi v jedenáct hodin večer a jedna třetina z nich sedí u obrazovek ještě o půlnoci.

Zdá se, že rodiče, kteří žádají více „pořadů pro děti“ nebo se těší na další věkově zaměřené programy na kabelové či satelitní televizi a videokazetách či DVD, jsou vedeni pouze tvrdošíjností a zbožným přáním. Televizní pořady s obsahem tradičně považovaným za dětský zkrátka nedovedou vytvořit oddělený informační systém rovnocenný izolovanému světu dětské literatury. Mohou existovat dětské knihy pro dospělé, ale neexistuje televize pro děti a televize pro dospělé. Z hlediska toho, co lidé mohou sledovat a co sledují, existuje pouze jedna televize.

(V dílčí kapitole použit text z knih MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006, ISBN 80-246-0905-3 a McLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: JOTA, 2000, ISBN 80-7271-128-3)

2.4 Dílčí závěr

V této kapitole bylo mým cílem vymezit hranice mezi dospělým a dítětem, zabývat se kognitivním vývojem mladého člověka a celou tuto problematiku aplikovat do světa nejmodernějšího sdělovacího prostředku ve své elektronické podobě, kterou je televize. Všechny tyto aspekty **ovlivňují** především **chod a uspořádání moderního rodinného života**. A to je ve svém důsledku to nejdůležitější, co jsem chtěl touto kapitolou nastínit.

Problém, jakým je **splývání dětství s dospělostí**, není jen výsledkem dlouhodobého působení médií. Média v této oblasti sehrála nezanedbatelnou roli. Ovšem moderní doba zformovala všechny oblasti lidského života do takové podoby, jakou ji známe dnes. Jedná se o strukturu rodiny jako takové, nový názor na výchovu dětí, stále větší tlak společnosti na sebevzdělávání dospělých. Těch faktorů je celá řada – snažil jsem se ve stručnosti nastínit celou tuto problematiku v co největší šíři.

Skutečnost, že média sehrála nemalou roli v tom, že děti se stále dříve stávají „dospělými“ a dospělí se stávají „děti“, je pro mne velice zajímavá. A jsem přesvědčen, že je pravdivá. Na základě prostudované literatury mám mnoho postřehů z běžného života, že ona tvrzení jsou skutečně přesná a trefná. Osobně mám velice rád klasické filmové pohádky, které jsou mi prostředkem k úniku z reality všedního dne.

Nemyslím si však, že oblíbenost dětských pořadů a pohádek je dětinskost. Všichni víme, že už v dobách, kdy sdělovací prostředky ve své podstatě neexistovaly, si lidé za dlouhých zimních večerů, například když drali peří, vyprávěli pohádky, pověsti či hrůzostrašné příběhy, které měly podobu dnešních „fantasy“ filmů. Rozhodujícím faktorem je intenzita působení současných sdělovacích prostředků a asimilace rolí a autority v moderní současné rodině.

V neposlední řadě jsem se chtěl zabývat obsahem televizních programů, především na věkově zaměřené, určené dětem a mládeži. Konkrétní poznání, že **neexistuje televize určená pouze dětem** na straně jedné a pouze dospělým na straně druhé. Dochází tak k tomu, že se děti dívají na pořady určené výhradně dospělým a dospělí se dívají na pořady určené dětem. Zájem dětí a mládeže o programy určené dospělým přisuzuji jejich zvědavosti – dozvědět se co nejvíce o světě dospělých, světě, ve kterém žijí.

3. Konkrétní příklady vlivu sdělovacích prostředků na děti a mládež

Účinky médií mohou být nepřímé a dlouhodobé. Není v podstatě žádný větší rozdíl tom, jakým způsobem média působí na dospělou populaci a jakým způsobem působí na děti a mládež. Máme pouze v podvědomí to, že děti a mládež jsou mnohem citlivější na veškeré vjemy, tudíž i na mediované texty. Každý dospělý člověk – rodič by si přál, aby média děti a mládež správně vychovávala a učila. To však není možné. Nelze, aby televize, rozhlas či internet suploval rodičovskou výchovu či vzdělání ve škole.

Změřit kvantitu a kvalitu přímého působení sdělovacích prostředků na mladou generaci zřejmě možné nebude. Nikdo z nás není schopen říct, že ta či ona soukromá televize mi změnila život, neboť na mne tak dlouho působila, až jsem jejím vlivům podlehl. Denně dostáváme ze všech stran spoustu nových informací – jak ze sdělovacích prostředků, tak i zprostředkovaně. V podstatě si neuvědomujeme, že tok komunikačních informací protéká neustále jakýmsi pomyslným filtrem, který si vytváří samo publikum.

3.1 Celebrity a média

Média nejsou jen aktivními zprostředkovateli reprezentací, leč podílejí se i na reprezentaci sebe sama – tím se stávají součástí sociální konstrukce reality a „včleňují“ se do sociálního kontextu. Činí tak především prostřednictvím osob, které médium personifikují.

Ve většině typů produktů závisejí média na „známých osobnostech“, jež jim slouží jako nástroj k tomu, aby navázala kontakt s příjemci. Tyto postavy jsou v mediální reprezentaci nadány nadlidskými vlastnostmi a současně příjemně důvěrnou známostí, takže například televizní publikum je dokáže integrovat do kruhu známých.

Čtenáři volají do televize, píší redaktorům seriálů a probírají s nimi osudy hlavního hrdiny, jako by to byla skutečná živoucí bytost, a ne výplod obrazotvornosti. Média s těmito kvazidůvěrnými vztahy dále pracují a rozvíjejí je. Dělají to, jelikož to má dobrý vliv na četnost, sledovanost a na prodej. Lidé se zajímají o osudy jiných lidí. A média je v podstatě jen povzbuzují, aby zapomněli, že nemají co do činění se skutečnými lidmi, nýbrž se symbolickými verzemi osob reprezentovanými v procesu mediální komunikace. Vytváření kvazidůvěrných vztahů mezi médiem zosobněným nějakou známou osobou a příjemci na sebe bere velké množství podob. Od intelektuálního sblížení prostřednictvím kmenového komentátora listu (vazba je v posledních letech posilována zveřejňováním podobenky autora – viz kupříkladu deníky *Právo* či *Lidové noviny*), přes opakující se postavy moderátorů, využívajících

řadu projevů z interpersonální komunikace, až po přímé zastírání nereálné podstaty mediovaných sdělení a poučené „uvádění“ do zákulisí médií a společnosti (jak se děje například v pořadu *Obrazovka* na ČT 1 a *Volejte Novu* na TV Nova).

Takové postavy, jako je moderátor, hlasatel, herec či zpěvák oslovující publikum z obrazovky, jsou zase jen reprezentacemi. **A jsou to svou povahou konstrukce jako jakékoliv jiné reprezentace (a stereotypy).** Podstatou jejich existence je vytváření iluze lidského kontaktu mezi nimi a příjemci, jakési „*mediované kvaziinterakce*“, jež je pro mediální komunikaci typická.

Celebrity versus elita

Na své řízené praxi jsem hovořil s pedagogy o nejednom konkrétním problému, který v celé své šíři „zavinily“ právě sdělovací prostředky.

Velmi mne zaujal problém týkající se kupříkladu dlouhodobých televizních anket. Naposledy se jednalo o soutěž „100 největších Čechů“. Zde mezi sebou sehrály bitvu celebrity s elitou. Učitelé tak poprvé a zřejmě napořád narazili na problém jakéhosi **antagonismu mezi pojmy elita a celebrita** a uvědomili si, jak je důležité ve škole o tomto tématu hovořit. Děti a mládež totiž žádný rozdíl mezi vědcem, který obdržel Nobelovu cenu, a vítězem soutěže Česko hledá superstar, nevidí.

Tak se stalo, že se těsně za sebou umístil např. český literární klasik a účastník reality show. Pokud bychom se však tázali dospělých osob na rozdíl mezi elitou a celebritami, asi by také váhali. Je totiž velmi těžké určit, zda ten či onen operní pěvec je elita či celebrita.

Mnohokrát jsme nad tímto tématem diskutovali a došli jsme k zajímavému poznání.

Pokud se nějaký velikán stal elitou, mohl být dříve chápán jako celebrita, ale i nemusel. Záleží především na oblasti ve které působí. Např. vědec, který je mnoho let zavřen někde v laboratoři, nemůže být chápán jako celebrita. Veřejnost se o něm dozví až v případě, že učinil nějaký zásadní objev. To je jedna strana problému. Na druhé straně - operní pěvec, který je sledován sdělovacími prostředky, může být chápán jako celebrita, ale vzhledem k tomu, že Českou republiku proslavil svým uměním ve světě, může být chápán i jako elita.

Pedagogové na školách si tento zajímavý problém uvědomili a začínají o něm hovořit.

Pokud bych měl tento příklad zařadit k jednotlivým druhům účinků sdělovacích prostředků, tak bych se přiklonil tomu, že se jedná o kolektivní účinky médií, které jsou v mé práci shrnuty jako účinky kulturní.

Zločinec celebritou?

Člověk, který spáchá nějaký závažný trestný čin bývá všeobecně veřejností přijímán negativně. Neplatí to však obecně. V dobách dávno minulých, kdy komunikace mezi prostým lidem se omezovala pouze na tu bezprostřední, ústní, se stávalo, že se o zločincích z různých důvodů začalo hovořit jako o hrdinech. Vzpomeňme si třeba na Juraje Jánošíka, v oblasti dnešního Moravskoslezského kraje na Ondráše a Juráše a třeba i na Babinského, který byl vězněn v brněnském Špilberku.

Těch důvodů mohlo být několik, proč se mezi lidmi začalo hovořit o zločincích jako o odvážných, hrdinských osobách. Široká veřejnost zřejmě nebyla z nějakého důvodu přesvědčena o jejich vině. **K tomu, aby omluvila asociální chování svých hrdinů, začala jim prisuzovat kladné vlastnosti,** vymýšlet si důvody, proč tak činili. Většinou prostý lid jim prisuzoval charakter spravedlivého jednání. Šlo o to, že sám žil ve velmi nuzných poměrech. Představa bohatým brát a chudým dávat zaměstnávala lid v těch nejtěžších dobách. Všichni dnes víme, že pravda byla někde úplně jinde. Zločinec je a zůstane zločincem.

Ale je tomu v dnešním, moderním, světě opravdu tak? Mezi dospělými osobami, ale také mezi dětmi a mládeží, se velmi často hovoří a Jiřím Kájínkovi, nájemném vrahovi, jako o hrdinovi přesto, že existují elektronická média, která rychle a přesně informují každého ihned a přesně. Stalo se však přesně to, co před několika sty lety. Mediální sdělení nepřesvědčila širokou veřejnost o faktu, že je dotyčný skutečně vinen. Taková nejistota nahlodává postoje a přesvědčení tak dlouho, až se stane, že onen asociál je v očích nejširší veřejnosti mučedníkem.

Je dosti alarmující, že právě dospívající mládež získává prostřednictvím sdělovacích prostředků takové vzory. Bohužel, svět dospělých dnes a denně vypovídá o svých slabostech a chybách.

Tento výše uvedený příklad bych mohl přiřadit k účinkům dvoustupňovému a vícestupňovému toku komunikace a ve svém důsledku opět k účinkům kulturním.

Být či nebýt celebritou?

Sdělovací prostředky čím dál tím častěji prezentují celebrity jako jedinou možnou variantu uplatnění se v životě. Prostě a jednoduše – **kdo není celebritou, ten život prožívá naprázdno.** Dospělí tuto problematiku chápou pouze a jen jako určitou prezentaci těchto osob. Ví, že cílem je vstoupit do podvědomí nejširší škály publika a tím si zajistit popularitu.

Dětské publikum tuto problematiku chápe zcela odlišným způsobem. Chtějí se podobat svým idolům, chtějí také popularitu. Vodu na mlýn vhnání v tomto případě různá reality show, soutěže typu „Česko hledá superstar“ a mnoho dalších. Už v průběhu těchto „akcí“ je znatelné, že pokud ten či onen mladý člověk neuspěje, hroutí se mu svět, neví jak dál a dostává se do hluboké životní krize.

Děti a mládež nechápu, že se jedná jen o jakousi hru, myslí si, že je to ten správný start do života. Vždyť lidé, kteří mají spoustu peněz, vypadají pořád skvěle, mají originální životní styl, co je to, co sdělovací prostředky prezentují v největší míře.

Zde jsem se dotkl jednoho zásadního problému. **Média nám „servírují“ příklady toho správného životního stylu.** Pod pojmem životní styl si každý jedinec může představit něco jiného, myslím každý dospělý jedinec. Mladý člověk vidí v termínu životní styl především módu, líčení, úpravu vlasů, večírky, drahé vozy, přepychové bydlení. To podstatné, co sebou takový životní styl přináší, si ještě nedokážou představit.

Když jsem žákům odborného učiliště pokládal otázku, co si představují pod pojmem životní styl a jak by měl vypadat, abychom prožili život co nejlépe, odpovědi se ve větší míře shodovaly s mými poznatky. Jen výjimečně někdo hovořil o zdravém životním stylu a fitness.

Co se týče otázky být či nebýt celebritou, zřejmě by nebylo na co odpovědět, kdyby neexistovaly sdělovací prostředky. U této otázky velmi silně cítím, že veškerá média se doslova „vryla pod kůži“ každému mladému člověku. V každém případě zde sdělovací prostředky vykonaly stěžejní práci v působení na děti a mládež. Potvrzuje také hypotézu o dvou a víceúrovňovém toku komunikací, tedy o nepřímém a zprostředkovaném vlivu samotných médií. Ve svém důsledku lze tento jev do jisté míry klasifikovat jako účinky socializace.

3.2 Sdělovací prostředky a spisovná čeština

Ty tam jsou doby, kdy se na televizní obrazovce objevil hlasatel či hlasatelka a kultivovaným českým jazykem, zdravou výslovností a bezchybnou dikcí uváděli další televizní pořady, či komentovali televizní zprávy.

Vliv elektronických médií, zejména pak rozhlasu a především televize, změnil naše vyjadřování. Dost se vytratila květnatost českého jazyka, jeho poetičnost a zvukomalebnost. Český jazyk se postupem času začal stávat racionálnější, začala se měnit slovní zásoba, spousta českých slov začala být nahrazována slovy, jejichž původ bychom nejčastěji našli v anglickém jazyce.

Internet a možnost bezprostřední komunikace pomocí tohoto elektronického média 21. století, tzv. „chatování“ naprosto mění styl komunikace, zejména pak u mladých lidí. Slova zde bývají nahrazována zkratkami, hojně zde bývají používány různé novotvary a významy, které mají původ ve slangu či argotu, který dříve používala „galerka“, Rómové či věžňové.

Slovní zásoba také z velké části čerpá z anglického jazyka, jejich grafické znázornění však bývá zpracováno foneticky a mnohdy zkomoleně. Takový příklad počátku konverzace na „chatu“: „Hi, jak gou život?“, nebo rádoby vyřčená

moudrost: „ Love jsou love, Darling!“ (dá se přeložit jako: „Láska jsou peníze, miláčku“) atp.

Je velice zajímavé, že konverzace přes internet je u mladých lidí čím dál tím více oblíbená přesto, že touha mladých lidí sdružovat se, je velice silná, v případech konverzace u počítače nikomu z nich nevádí fyzická samota. Nevadí v tomto případě ani značná **sociální izolace** a **absence prvků neverbální komunikace**.

Na druhé straně televize vybavuje nejen mladou generaci zásobou různých novotvarů, jako kupříkladu: je to zvodnatělá / namísto – je to mokré, sněhánky / namísto sněhové přehánky. Počátkem 90. let jsme byli nuceni přijímat spoustu nových, dříve nepoužívaných slov, které nemají původ v českém jazyce, jako např. slovo „lustrace“. Těch příkladů by mohlo být nesčíslněkrát více.

Pokud bych vzal na zřetel historický vývoj českého jazyka, tak se pozvolna vyvíjel přes tisíc let. Měnila se jak slovní zásoba, tak i grafické znázornění jazyka. Jako písmo se používala zprvu hlaholice, posléze cyrilice a teprve s příchodem latinských textů se již natrvalo začala používat tzv. „latinka“. Jazyk prošel takovými etapami, jako jsou - z praslovanského jazyka se postupně vyvinula staroslověnština a z ní staročestina. Postupem času začal náš jazyk mít tu podobu, kterou má dnes.

Nedávno jsem měl v ruce knihu pohádek vydanou v roce 1902. Velice mne udivilo, jak vypadala čeština počátku dvacátého století. Musím se neustále zabývat myšlenkou, že moderní doba velmi urychluje i vývoj řeči a jazyka vůbec. To, co dříve trvalo téměř tisíc let, to se v současnosti děje po desítkách let. A tak český jazyk, ostatně jako všechny jiné „živé“ jazyky, se neustále vyvíjí, mění slovní zásobu, mění i grafickou podobu, mění pravopis. S existencí elektronických sdělovacích prostředků však daleko rychleji, než dříve.

3.3 Zpravodajství jako zábava

Snad nejčastěji, o přestávkách, jsem byl svědkem toho, jak si učňovská mládež vyměňovala poznatky, které získala při sledování zpráv v televizi. Zpočátku jsem měl ten pocit, že hovoří o obsahu nějakého akčního filmu. Teprve později jsem pochopil, že se jedná o přikrášlený obsah zpráv předešlého dne.

Tento moment mne zaujal natolik, že jsem se i tomuto problému začal věnovat hlouběji a došel jsem k následujícímu závěru.

Jakmile jednou přistoupíme na představu, že zpravodajství je konstruované, zcela samozřejmě z toho vyplývá, že **mezi zpravodajstvím a fikcí je daleko menší rozdíl, než se všeobecně soudí**, neboť obojí se projevuje konstruováním příběhů. A příběh by měl být zábavný. Ze zpravodajství je zřejmé, že jednotlivé zprávy obsahují některé zábavní prvky a že celkové uspořádání zpráv se snaží neztrácet ze zřetele zábavní hodnotu sdělení.

Pokud se hovoří o zločinu či neštěstí, směřuje zpravodajství ke skandálu a tragédii, protože se soustřeďuje na lidské osudy a dramatické děje (vyprávění o lidských osudech je osvědčený nástroj zábavy a drama je jistě spojené především s fikcí).

Ve zpravodajství se objevují další dramatizující prostředky. Konflikty jsou konstruovány jako **střety mezi kladnými a zápornými hrdiny**. Zprávy jsou stále častěji pointovány, což v praxi znamená, že některá informace je před příjemcem do poslední chvíle utajována, aby si „užil“ trochu překvapení. Zpravodajská relace bývá sestavena tak, aby měla svoje dramatické vrcholy a okamžiky zklidnění.

Pointou celé relace může být nějaká příjemná zpráva – rarita (nejmenší kolo na světě, nejvíc snědených knedlíků atp.) či zpráva vzbuzující příjemné pocity (čerstvě narozené lvíče, kočka kojící malé myšky apod.).

Pro proces, který zprávy činí zábavnými, se vžilo označení „infotainment“ (infozábava). Výraznější výskyt zábavních prvků od konverzačního tónu moderátorů pro vytváření napětí bývá spojován s komerčními médii a bývá považován za známku **bulvarizace, podbízivosti a snížené serióznosti**.

Zpravodajství a konstrukce sociální reality

Představa, že zprávy mají povahu diskurzu a nesou nějakou ideologii, pomáhá odhalit podstatnou skutečnost, že **zpravodajství významným způsobem napomáhá konstrukci sociální reality**. Součástí této reality jsou **významy platné v daném diskurzu a hodnoty platné v dané ideologii**. Pokud tato teze o diskurzu a hodnotách platí, pak média pomáhají reprodukovat konstrukci reality platnou v dané době.

Teze o sociální reprodukci je vždy založena na předpokladu, že členové publika získávají od žurnalisty informace, jež mají sklon podporovat ideologicky podložený náhled na svět – takový, který přispívá k reprodukci nerovnosti a od základů antagonistického společenského uspořádání bez dysfunkčních střetů.

Právě konstrukce sociální reality, která je při tvoření zpráv běžná, ovlivňuje mladou generaci snad nejvíce. Hlavním prvkem je snad absence sociálních zkušeností a vědomostí. Velkým nebezpečím právě u mládeže bývá snaha médií vyvolat společenskou reakci nazývanou „morální panika“.

(V dílčí kapitole použit text z knih: McNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-840-6, THOMPSON, J. B. *Média a modernita*. Praha: Karolinum, 2004, ISBN 80-246-0652-6 a BURTON G., JIRÁK J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal-studio, 2001, ISBN 80-85947-67-6.)

3.4 Sdělovací prostředky a „hvězdy“

„Hvězdy“ jsou herečky či herci, kteří se těší značnému společenskému uznání díky zajímavým postavám, jež ztělesnili (zpravidla ve filmu nebo v televizi). Samo označení „hvězda“ („Star“) pochází původně z filmového prostředí. Status „hvězdy“ s sebou nese vytvoření určitého stereotypu. „Hvězdy“ (zvláště filmové) se snaží stávat ztělesněním archetypů či mýtů. Současně ale jsou „hvězdy“ konstruovány mimo své role – tedy jako živoucí bytosti. **Osobnost hvězdy je soubor vlastností projektovaných do příslušné osoby** (herečky, herce, moderátora, baviče) **prostřednictvím rolí, jež v médiích hraje, zaujímá či předvádí.** Jsou to převládající osobnostní rysy, jež je publikum schopno vyčíst z jednání hvězdy v médiích.

Např. americký herec Clint Eastwood „se stal“ mýtickou, tajuplnou postavou stvořenou z jeho rolí – ztělesněním skutečného chlapa, samotáře, který se jako policista Dirty Harry či osamělý jezdec z prerie stává vykonavatelem čehosi, co by šlo nazvat boží spravedlností, stojícího mimo dosah obyčejných smrtelníků.

Hvězda jako kulturní mýtus

Hvězda je kulturní mýtus a odkazuje k tomu, nakolik dokáže ta či ona osobnost odpovídat touhám a představám kultury v dané době. Každá hvězda se stala mýtem díky řadě vzájemně propojených příčin.

Jednou z nich je už jen to, že dokázala být ve světě zábavy dlouho úspěšná – je slavná proto, že je slavná. Další příčina je v tom, jaké hraje role – ve skutečnosti jsou většinou napsané tak, aby jí předváděly jako bytost z jiného světa, mýtus, zosobněnou spravedlnost atp.

Nejdůležitější ale asi je to, že odpovídá své době a její dominantní ideologii. Ať se současné diskuse o vztahu mezi rody ubírají kterýmkoliv směrem, fakt zůstává, že představuje **dobově podmíněný ideál**. Její postavy jednají kupříkladu rozhodně, mluví úsečně, mají smysl pro ironii, prokazují osobní statečnost, prosazují spravedlnost a jsou ve vynikající tělesné kondici. Jsou umanuté, ale se smyslem pro humor a umějí ukázat soucit a lítost. A dělají to, o čem může každý bankovní úředník jen snít. **Mýty jsou o snech.**

Při zkoumání těchto „hvězdných“ osob je třeba nejdřív analyzovat, jak je „hvězda“ konstruovaná, a pak to, jak je reprezentována prostřednictvím média. Protože ať už jsou mediální osobnosti konstruované jakkoliv (a může jít o televizního žurnalistu či rozhlasovou moderátorku), zřejmě mají ve své konstrukci něco, co oslovuje hodnoty uznávané publikem a poskytuje mu potěšení či uspokojení.

Proto je při studiu médií konstrukce „hvězdy“ dalším zdrojem informací o hodnotách platných v dané době.

„Hvězdy“ mají ovšem v mediální komunikaci i jinou roli. **„Hvězdy“ mají tržní hodnotu** – lákají na sebe investory a pomáhají médiím k úspěchu. Dokážou prodat filmy i televizní pořady. Když někdo chce natočit film nebo připravit televizní pořad, musí mít v projektu i nějakou „hvězdu“. Přítomnost „hvězdy“ a její přitažlivost pro publikum může projektu pomoci. Dokonce i když se film začne natáčet, „hvězda“ se stává nástrojem marketingu.

Tento problém jsem však uvedl pouze jen na okraj, pro představu, jak taková média fungují.

Je třeba připomenout, že role osobností prezentujících médium se netýká pouze televize, popřípadě rozhlasu. Nadpřirozenou moc ovládnout kontakt s příjemci má například i novinář předkládající rozhovor v časopise či deníku.

Hvězdy jsou tedy v mediální komunikaci nesmírně důležité, protože přitahují publikum a přinášejí příslušné mediální instituci komerční zisk. A jsou také důležité pro studium médií, neboť vše, co vyvolává zájem, vypovídá hodně o nás samotných, o našich představách, názorech a hodnotách. A dvojnásob to platí především u mladé generace, protože především ona určuje trendy a je nejaktivnější právě v oblasti komunikace se sdělovacími prostředky (hlasování, dopisování atp.).

Sledujeme-li roli médií a profesionálních komunikátorů při formování nabídky významů, je důležitým zdrojem poznání i analýza pokládaných otázek, a to jak z hlediska tematického, tak z hlediska formulačního.

Moderátoři či jiné mediální „hvězdy“ mohou médium (například televizní stanici či časopisecký titul) nebo jednotlivý produkt (například seriál či časopisecký titul) personifikovat – mohou ho reprezentovat, přestože ve skutečnosti o chování média nerozhodují a k majiteli jsou často v zaměstnaneckém vztahu.

Jsou tedy především významným pojítkem mezi médiem a publikem a představují v mnoha podobách velmi důležitý komerční prvek. Přitahují publikum a lze s nimi obchodovat. Moderátoři a „hvězdy“ ovšem nejen představují sami o sobě komerční element, ale ovlivňují to, jak publikum jednotlivé mediované texty chápe.

(V dílčí kapitole použit text z knih: MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006, ISBN 80-246-0905-3, LOHISSE, J. *Komunikační systémy (socioantropologický pohled)*. Praha: Karolinum, 2003, ISBN 80-246-0301-2 a ROTH, J. *Tištěná média v konfrontaci s internetem, rozhlasem a televizí*. Praha: TUTOR, 2005, ISBN 80-86700-25-9).

3.5 Dílčí závěr

V této kapitole jsem se snažil rozvést co nejvíce nejaktuálnějších vlivů, které oslovují mladou generaci. **Problémy, o kterých mládež velmi často hovoří, jsou jimi všeobecně chápány jako ty nejdůležitější.** Všechny tyto vlivy pak následně tvoří různé produkty, především ve formě sdělených mediovaných textů, které prošly právě těmi etapami, o kterých jsem hovořil na počátku své práce.

V první etapě působí média na „názorové autority“. Tito názoroví vůdci pak přenášejí díky svým interpersonálním vazbám a svému postavení ve skupině interpretaci mediálních sdělení mezi členy své skupiny. A tak to může pokračovat v několika „tocích“.

Ve svém důsledku se jedná se o „vícestupňový tok komunikace“. K dalším formám účinků médií se v těchto případech řadí „teorie užití a uspokojení“, „účinky kulturní“ a v neposlední řadě účinky „socializace“.

4. Sdělovací prostředky a škola

Škola nemá na rozdíl od rodiny žádný biologický či přirozený základ. Do značné míry se jedná o „informačně-distribuční“ instituci, takže jakákoli změna informačních systémů širšího kulturního prostředí by měla výrazně ovlivnit i strukturu a funkci školy.

Ve společnosti s dominantním kódem tisku má škola dvojnásobnou moc. Nejenže dětem vštěpuje sociální znalosti, ale také je učí schopnosti, jak si zjednat přístup k dalším informacím: čtení.

V předelektronické společnosti byla škola základním kanálem, s jehož pomocí děti překonávaly bariéry obklopující sféru rodiny a získávaly přístup k informacím o vzdálenějším světě.

V prostředí tištěné komunikace je obvyklé, že rodiče mají knihy, které se zabývají tím, jaké knihy jsou vhodné pro děti. Tyto „knihy o knihách“ jsou součástí interakce dospělých, na které se malé děti nemohou podílet. Děti navíc o existenci tohoto typu knih ani nevědí.

S pomocí těchto soukromých „diskuzí“ mezi dospělými **byly děti dříve chráněny před určitými tématy, jako jsou sex, peníze, smrt, zločin a drogy.** Ještě podstatnější je však to, že děti byly chráněny i před faktem, že jsou chráněny. Z hlediska vědeckých znalostí a vědomostí se dítě nacházelo v situaci hypnotizovaného pacienta, který má kromě důvodu hypnózy zapomenout i na hypnózu samotnou.

V případě televize je tato metoda nepoužitelná. Je pravda, že televize často nabízí rodičům rady. Vztah televize a dětí je námětem mnoha televizních diskuzí a některé pořady bývají uvozeny varováním, že „nejsou vhodné pro děti“. Ačkoli tyto rady rodičům jsou svým obsahem podobné těm, které nabízejí knihy pro rodiče, struktura komunikačních situací se radikálně liší.

Prostřednictvím knih mohli rodiče před dětmi střežit tajemství i fakt, že jej střeží. Naproti tomu televize dětem mnohá tajemství dospělých prozrazuje a zároveň odhaluje „tajemství utajení“. Ačkoli knihy s rodičovskými radami zůstávají i dnes soukromou interakcí mezi dospělými, televize jejich tajemství dennodenně odhaluje.

Tento problém se nepromítá jen do rodinného života. **Se skutečností, že dospělí mají svá tajemství, které dětem odhalují jen pozvolna, počítá také škola.** Pozvolné odhalování „tajemství“ světa dospělých bylo a je jakýmsi základním kamenem školství minulosti i současnosti. Struktura školy a její fungování zůstává v podstatě mnoho desítek let bez podstatných změn. I škola, postupně s přibývajícím věkem žáků, odhaluje i taková témata, jakými jsou právě sex, peníze, smrt, zločin a drogy. Ovšem v době elektronických médií se vždy jedná o velmi opožděný manévr.

A právě strukturou a fungováním školy ve třech etapách (doba předelektronická, doba elektronických médií a budoucnost) se chci v této kapitole zabývat. Především mne zajímá, jak elektronická média změnila školu a jaký vliv ve svých důsledcích má na děti a mládež, kteří jsou povinni školu navštěvovat.

4.1 Škola v předelektronické společnosti

Dokud byl tisk hlavním prostředkem nabývání poznatků o světě dospělých, mohla škola vycházet z toho, že znalosti dítěte přesně odpovídají jeho schopnosti číst a stupeň gramotnosti se zase odvozoval od věkové kategorie. Rozvrstvení školy do mnoha menších tříd podle chronologického věku měla za těchto okolností jasný smysl. Ročníková struktura školy tedy těsně souvisí s informačními vlastnostmi tisku. Tisk umožňuje informační segregaci a postup z nižší úrovně na vyšší. Mnoho různých informačních systémů se vyvíjí díky svému založení na rozdílných schopnostech čtení. Požadovaná jednoduchost textů pro nejmenší čtenáře automaticky vede k ustáleným výrookům, zjednodušeným myšlenkám a idealizaci života dospělých.

Škola vymezená věkem neslouží jen k tomu, aby dětem všech věkových skupin poskytovala spolehlivé informace, ale také k tomu, aby některé informace zadržovala. Školní tematické plány nabízejí řadu postupných objevů, ale také množství toho, co má zůstat zatajeno. V prvních ročnících jsou základní kulturní ideje a zjednodušené koncepce rolí a sociálních procesů prezentovány jako realita. V klasických učebnicích pro malé čtenáře je svět plný dobře naladěných rodičů, kteří si za všech okolností vědí rady, prezidentů, kteří nikdy nelžou a společenských institucí, které mají obdivuhodné cíle a vždycky fungují hladce. S postupem po žebříku gramotnosti se děti setkávají s podrobnostmi. Krok za krokem jsou mýty konfrontovány s „fakty“ a na světlo vystupují nevyhnutelné chyby lidí a systému.

V každém novém stadiu učení je v dítěti budován pocit, že zná všechno potřebné. Prvňáčka učí věci neznámé mladším sourozencům doma, druhák se učí věci, které představují tajemství pro prvňáčky atp. Každá úroveň reaguje na předchozí úroveň. **Na každé úrovni vzdělávání se děti seznámí s novými tajemstvími, které se před mladšími dětmi uchovávají v tajnosti.** Vzdělávací systém založený na rozdělení do tříd v podstatě zaručuje loajalitu studentů tím, že jim neustále svěřuje nová tajemství. Každý rok je cestou do nové říše, která je zase o něco blíže jádru života dospělých. Každá třída nabízí dítěti dospělejší pohled na to, co už se naučilo. Ve stadiu vyššího vzdělávání je celý proces založen na sebereflexi, protože jako předmět kritiky a analýzy může sloužit samotný školský systém a fenomén vzdělávání.

V 16. století si moralisté začali stěžovat na věkové promísení školních dětí a na konci 17. století některé evropské školy zavedly třídy a učební plány odvozené od stáří dětí. Tato praxe se však obecněji rozšířila až koncem 19. století. Například James McLachlan ve studii amerických internátních škol zaznamenal, že i na konci 18. století se učili žáci všeho věku v jediné místnosti. V jedné škole, kterou McLachlan studoval, zahrnovalo věkové spektrum třídy žáky od šesti do třiceti let.

Jiní badatelé vidí ve věkovém rozdělení studentů 19. století součást „standardizace dětství“, která v sobě obsahovala nerealistickou stereotypizaci dětí a nedostatek pozornosti věnované individuálním rozdílům.

Uznávání pozorovatelé školu jako Oscar Ritchie a Marvin Koller poznamenávají, že **školní třída je „omezujícím prostředím“**. Dítě je uvězněno v místnosti s mnoha dalšími dětmi stejného věku. Interakce s dětmi třeba jen o rok staršími či mladšími je minimální. Věkově strukturovaný systém vyžaduje konzistenci stáří dítěte a jeho mentálního a sociálního růstu. Pro děti, které se pomalostí nebo vyspělostí vymykají z průměru, v něm není místo. Děti musejí dodržovat přísná pravidla. Musejí zpracovávat zadání ukládaná současně všem ostatním žákům ve třídě. Pohyb a konverzace jsou přísně zakázány. Autorita je namísto rodičů v rukou učitele. Informační tok je, že zvláště v prvních ročnících, lineární a jednosměrný. Informace se pohybuje od učitele ke studentům.

(V dílčí kapitole použit text z knih: MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006, ISBN 80-246-0905-3, Kol. autorů. *Média jako překážka v komunikaci. Sborník textů k mezinárodní konferenci Litoměřice 2002*. Praha: VIVO a Votobia, 2003, ISBN 80-7220-141-7 a JIRÁK, J. BURTON, G. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal-studio, 2001, ISBN 80-85947-67-6.)

4.2 Škola a elektronická společnost

Televize naproti tomu tuto lineární sekvenčnost překračuje. **Na rozdíl od knih televize nerozděluje své publikum na věkově vymezené skupiny a předkládá dětem informace bez ohledu na dodržování nějakého řádu**. S pomocí televize nedochází k pozvolnému vývoji zdoláváním jednotlivých stupňů na žebříčku sociálního vědění.

Zhroucení staré poslušnosti, v jejímž rámci děti získávaly informace o společnosti, vede k novému pohledu na svět. Pomocí elektronických médií se malé děti stávají svědky faktů, jež jsou v rozporu se sociálními mýty a ideály dříve, než jim škola tyto mýty a ideály stačí vštípit. Děti vidí skandály politiků, stávky policistů a učitelů za vyšší platy, rodiče obviněné z týrání svých dětí. Díky televizním zprávám a zábavě se děti dozvídají o povaze „skutečného“ světa příliš mnoho na to, aby věřily ideálům, kterým se je učitelé snaží naučit. Výsledkem není jen to, že vyrůstají rychleji, ale vyrůstají s představou společnosti a rolí, která se výrazně liší od představy předchozích generací.

V tradičním školském systému, jemuž vévodil kód tisku, se děti nejprve seznamovaly s mýty a ideály a teprve potom poznávaly sociální realitu. „Pravda“ o společnosti nemusí nutně zničit mýty, umožňuje je však nahlédnout z širší perspektivy. Mýty a fakta jsou sice rozdílné, ale stejně hodnotné skutečnosti. První je ztělesněním sociálních ideálů, druhé výsledkem pozorování a sociální reality. Tyto dva systémy se vzájemně doplňovaly: to, jak by měl svět vypadat, a jakým ve skutečnosti vinou lidských slabostí je.

Kdysi býval systém ideálů neviditelným vzorem pro uspořádání skutečnosti. Televize však tuto bipolární realitu do značné míry ničí.

Kontrola učitelů nad informacemi dnes pod vlivem televize zdaleka není úplná a postupný vzorec šíření informací přiměřených věku získal významnou konkurenci. **Učitelé a vychovatelé už nemohou očekávat, že se na ně děti budou dívat jako na vševědoucí authority.** Nejenže děti znají věci, o nichž jejich učitelé nikdy neslyšeli, ale jejich „jevištní“ chování, stejně jako u všech dospělých, televize oslabila odhalením zákulisí. Ať se škola snaží, jak chce, vydobýt nazpět původní informační monopol se jí pravděpodobně už nikdy nepodaří.

I dítě, které před nástupem do první třídy shlédlo tisíc hodin televizního vysílání se však stále potřebuje mnohé naučit. Učitelé ale už nemohou předpokládat, že dítě, které ještě neumí číst, neví nic o „dospělých“ tématech. Dítě, které dnes přichází do první třídy, má rozsáhlou mozaikovitou představu o všech aspektech kultury. Škola však stále musí doplňovat detaily a opravovat mylné interpretace. Nemůže však vycházet z toho, že jejím úkolem je držet dítě za ruku při zdolávání jednotlivých stupňů na žebříčku gramotnosti od naprosté neznalosti k sociální poučenosti. Jestliže se dnešní děti zdají být ve škole netrpělivé, může to být i tím, že **mnoho škol dětem nabízí příliš málo.** Není vyloučeno, že děti jsou seskupovány do tříd podle standardů, které už dávno neodpovídají jejich sociálnímu vývoji. Základní potíže současné výuky čtení a dalších předmětů může spočívat spíše v zastaralé struktuře školy než v náhlé změně schopností dětí a jejich ochotě se učit.

Někteří učitelé narůstající informovanost vítají, jiní nikoli.

Dvě nejobvyklejší reakce na problémy školy jsou zaměřeny spíše na léčení příznaků, než na podstatu věci. Pokud děti nezvládají čtení a psaní na „přiměřené úrovni“, jedna z reakcí doporučuje se vrátit „zpět k základům“ a pokusit se uvést děti a školy do původního stavu. A pokud děti, z domova zvyklé na televizi „živý“ výklad učitele nezajímá, snaží se někteří pedagogové získat jejich pozornost pomocí videokazet a filmů.

Ani jedno z těchto řešení není příkladem přizpůsobení struktury školy novému informačnímu prostředí. Jedni tuto šanci ignorují, druzí se jí zříkají.

Popsat jeden zdroj problémů vzdělávacího systému je samozřejmě jednodušší, než navrhnout jasné řešení. Jednou z možností je opustit striktní systém tříd, které děti seskupují v závislosti na věku.

Už televize oslabila vztah mezi chronologickým věkem a sociálním poznáním a se vzrůstajícím užíváním domácích počítačů a jiných elektronických médií bude dále slábnout.

Systém tříd se jako všechny sociální zvyklosti, které přežily po několik generací, dnes jeví jako naprostá přirozenost. Vznikl kolem něj systém sociálních odměn a trestů. Rodiče jsou potěšeni, pokud dítě „přeskočí“ třídu, a zahanbeni, když „zaostává“. Sociální informační prostředí, které si tento systém vyžádalo a podporovalo ho, avšak bylo elektronickými médii transformováno. Izolovat dítě od ostatních dětí, které jsou jen o pár měsíců starší nebo mladší, se dnes již nedá ospravedlnit. A i kdyby se potvrdilo, že v některých předmětech (například při čtení)

děti potřebují být rozděleny do relativně homogenních věkových skupin, neexistuje důvod, proč by tak měly být rozděleny i v ostatních hodinách, jako jsou například politická diskuze, rodinná výchova nebo současné dění.

(V dílčí kapitole použit text z knih: MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006, ISBN 80-246-0905-3, Kol. autorů. *Média jako překážka v komunikaci. Sborník textů k mezinárodní konferenci Litoměřice 2002*. Praha: VIVO a Votobia, 2003, ISBN 80-7220-141-7 a BURTON, G., JIRÁK J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal-studio, 2001, ISBN 80-85947-67-6.)

4.3 Škola a její budoucnost

Jednoduché odpovědi na to jak má v budoucnosti vypadat škola neexistují. Jedna věc je přesto jasná. Jestliže má škola přežít, musí se udržet ve „vědomostní špičce“. Škola musí žákům stále dávat pocit, že jsou díky ní „na koni“. **Musí se adaptovat na nové informační prostředí a dělat více, než jen zřídka a zdráhavě akceptovat to, co se děti naučily mimo školu.** Škola je musí naučit víc, než se mohou naučit kdekoliv jinde.

Čtení stále zůstává trumfovou kartou, kterou drží v ruce škola. Přesto čtení už není jediným přístupem ke zprostředkované zkušenosti, gramotnost je stále branou do světa filozofie, vědy poezie – čtení a psaní nabízí jedinečnou cestu k myšlení a vědění. Pokud bude vývoj počítačů pokračovat po nastolené cestě, čtení a psaní se zařadí mezi klíčové schopnosti potřebné k přístupu k elektronicky uskladněným informacím. Pokud však budou knihy a počítačové programy dětem nabízet jen to, co už znají z jiných zdrojů, motivace dětí ke čtení nebude velká.

Další potenciální záchrana systému školy spočívá v tom, že škola rozpozná svou roli, v níž ji nemůže nahradit žádná komunikační technologie od písma k počítačům, a tou je podpora speciálních dovedností, jako jsou systematické získávání vědění, pěstování kritiky a interpretace či „metodologie“ učení a myšlení. K dalším zásadním příkladům takových dovedností patří schopnost interakce s druhými lidmi – umění mluvit, naslouchat, polemizovat a diskutovat.

K rozvoji těchto schopností by mohly výrazně přispět smíšené třídy s dětmi různého stáří a sociálního zázemí, v nichž by se děti učily od ostatních dětí s jinými názory a pohledy na svět.

(V dílčí kapitole použit text z knih: MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006, ISBN 80-246-0905-3, Kol. autorů. *Média jako překážka v komunikaci. Sborník textů k mezinárodní konferenci Litoměřice 2002*. Praha: VIVO a Votobia, 2003, ISBN 80-7220-141-7 a BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal-studio, 2001, ISBN 80-85947-67-6.)

4.4 Média, gramotnost a nový pohled na dětství

Může-li televize změnit sociální význam dětství a dospělosti, pak je to možné jen proto, že tato životní stadia a to, jak byla v naší kultuře po mnoho generací definována, nejsou nutnými ani přirozenými stadii bytí. Všemi dosavadními tvrzeními prolíná názor, že naše staré pojetí dětství a dospělosti bylo alespoň zčásti určeno kódem tisku a v primárně orální kultuře tedy nemohlo v této podobě existovat.

Dějiny dětství jsou relativně novou disciplínou. Můžeme však vyzorovat **vztahnost tradičního konceptu dětství k tisku**. Jakkoli různé studie poukazují na různé měnící se přístupy k dětství v závislosti na době, zemi, třídě či náboženství, počátkem 16. století – tedy století, kdy se gramotnost a tisk v národních jazycích rozšířily po celé západní Evropě – se v rámci určitých tříd objevuje relativně stále téma základní změny v přístupech k dětem. Do této doby byla dětem věnována jen malá pozornost. Od 16. do 20. století však začaly být děti stále silněji izolovány od společnosti dospělých a vnímány jako zvláštní skupina vyžadující sociální péči, ochranu a omezení.

Tvrzení, podle něhož **gramotnost stvořila „dětství“**, působí na první pohled povrchně až mysticky. Přesto je však logické, že podobnost sociálního statusu závisí na schopnosti účastnit se relativně rovnocenných sociálních interakcí a ta zase závisí na komunikačních dovednostech. V primárně orálních společnostech středověku mohly děti připomínat dospělé, protože ve věku sedmi či osmi let obecně zvládaly základy mluveného jazyka. Tisk a gramotnost proto pravděpodobně odstartovaly renesanci, ale pro mladé a negramotné současně znamenaly počátek stále přetrvávající doby temna. **Médium tisku vyňalo dítě ze světa dospělých** způsobem a obsahem, který byl v orální kultuře nemyslitelný. Naučit se, co vědí dospělí a být schopen zapojit se do jejich interakce na bázi tisku, pak vyžadovalo mnoho let školní docházky a učení. Tisk umožnil interakci mezi všemi dospělými, jejich prostředky mohli rodiče a učitelé nerušeně diskutovat o tom, jak děti vychovávat, učit a před čím je chránit.

Není proto překvapením, že obrázek slabého a naivního dítěte se vyvíjel současně s rostoucím významem tisku. Na děti se začalo pohlížet jako na „nevinné“, i když ne hned v morálním slova smyslu, ale ve smyslu nezkušenosti a neznalosti. Na druhou stranu sílila image a prestiž dospělých, neboť se rozvíjely možnosti, jak před dětmi skrývat pochybnosti, obavy a infantilní chování.

Tato analýza potenciální role tisku v nástupu „dětství“ a „dospělosti“ dále hovoří ve prospěch názoru, podle něž by mohlo být hlavním faktorem procesu nové homogenizace role dospělého a dítěte médium televize. Ještě jednou proto připomínám, že způsob, jakým jsou v naší společnosti šířeny informace, výrazně ztěžuje kontrolu toho, co děti vědí o dětství a dospělých rolích. **Děti stále procházejí sousledností kognitivních a psychologických stadií, ale sociální stadia postupného přijímání informací se stírají.**

Informace získávané z televize nejsou na rozdíl od tisku uspořádané podle posloupnosti úrovní nebo typů informací. Televize zrušila informační hierarchii, kterou udržovala při životě stadia gramotnosti a věkově specifikovaný systém.

Televize dospělým ztěžuje tvorbu rozdílných informačních a behaviorálních světů pro osoby různého věku. Tak, jako nedokážeme přesně určit sociální status studentů různého věku sloučených do jedné třídy, nedovedeme jasně odlišit status ani v situaci, kdy prostřednictvím televize všichni přijímají stejné informace. Základní vývojový proces a přetrvávající význam gramotnosti v naší kultuře stanovuje homogenizaci dětství a dospělosti určité hranice. Staré ostré rozdíly v chování jsou však již neobhajitelné.

(V dílčí kapitole použit text z knih: MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2002, ISBN 80-246-0905-3 a McLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: JOTA, 2000, ISBN 80-7217-128-3.)

4.5 Dílčí závěr

V této kapitole pokládám za nejdůležitější srovnání různých období vývoje společnosti a školy. Nezanedbatelným prvkem k velkým změnám v systému školství je nástup elektronických médií a jejich postupný vliv jak na mladou generaci, tak i na školu.

V době, kdy elektronická média neexistovala, gramotnost dospělých způsobovala, že docházelo k izolaci mezi světem dětí a světem dospělých. Dělo se tak do té doby, než se děti naučily číst. Proto existovaly dva oddělené světy – svět dětí a svět dospělých.

S nástupem elektronických médií se však hranice mezi oněmi dvěma světy odstranily. Děti získaly neomezený přístup ke všem informacím, které jim byly do té doby tabuizovány.

Tento faktor se promítnul prakticky do všech odvětví života, školu nevyjímaje. Škola a její systém byl od pradávna konstruován na základě gramotnosti, to je umění číst. S postupem osvojování si tohoto umění se žákům postupně odhalovala různá „tajemství“ a informace, které společnost pokládala za vhodné již žákům sdělit.

Struktura celého školství je proto působením elektronických médií nabourávána a např. systém tříd a věková posloupnost umístování žáků do tříd se stává přežitkem.

Závěr

Skutečnost, že je obtížné účinky médií prokázat a že lze zpochybňovat věrohodnost jednotlivých výzkumů, neznamena, že by média žádný účinek, v našem případě na děti a mládež, neměla.

Je třeba znovu připomenout, že ve své podstatě neexistuje žádný významný rozdíl mezi účinky médií na dospělého člověka a účinky médií na děti a mládež.

Účinky médií mohou být – a pravděpodobně jsou – nepřímé a dlouhodobé a média ovlivňují to, jak lidé nahlízejí na sebe, na svou společnost, na okolní svět. Média ostatně prostřednictvím svých příjemců ovlivňují i sama sebe. Poznatky médií o tom, co publikum přijímá, ovlivňují současné směřování tištěných médií ke stále větší zábavnosti zpravodajství (někdy se mluví o tom, že takzvaná „seriózní“ média se bulvarizují).

Postoje, přesvědčení a představy příjemců o světě jsou východiskem i jádrem všech výměn významů, jež se odehrávají v jakémkoliv komunikačním procesu. Proto se ani mediální studia, jež se soustřeďují na proces mediální komunikace, nevěnují pouze výkladu pozorovatelných faktů z mediální sféry – jak se média vyvíjela, kdo co vlastní, jak se dělají noviny, jak funguje regulace, kolik má kdo čtenářů, posluchačů či diváků.

Zejména elektronická média, spolu s dalšími významnými faktory formujícími náš „moderní“ život, změnila celou lidskou společnost k nepoznání. V běžném životě nemáme moc důvodů k tomu, abychom srovnávali život na počátku dvacátého století se současností. Pokud to ale uděláme a začneme se zabývat sociálními vztahy a našimi rolami kdysi a dnes, poznáme, že svět se změnil k nepoznání. Nedá se říct, zda je to špatně či dobře. Stejně tak se nedá hovořit o tom, zda média mají na děti a mládež vliv špatný či dobrý. Dnešní svět je prostě jiný!

Jak jsem se již zmínil – dnešní svět je jiný, ale v mnoha oblastech se snaží doslova křečovitě fungovat stejně, jako v dobách minulých. Velmi nepružně na moderní dobu reaguje např. školství. A to nejen v České republice, ale v celém vyspělém světě. I o tom jsem chtěl hovořit a proto i tomuto problému jsem věnoval místo ve své práci.

Mediální studia se snaží vyložit význam těchto skutečností – přispět k pochopení toho, jak přemýšlíme a jak si organizujeme život. **Studium médií směřuje k výkladu hodnot, jimiž se řídíme, a názorů a přesvědčení, jež si podmiňují naše jednání.** Studium médií přispívá k poznání toho, jaké vztahy a postoje máme jeden k druhému a jaké mocenské vztahy se ustavily v naší společnosti. Média hrají při ustavování těchto vztahů, postojů, názorů a hodnot významnou úlohu, pro niž si zaslouží soustavný odborný zájem.

Resumé

Bakalářská práce s názvem „Vliv sdělovacích prostředků na děti a mládež“ je členěna do čtyř kapitol.

První kapitola shrnuje různé druhy účinků sdělovacích prostředků, popisuje některé předpokládané účinky médií včetně jejich konkrétních podob. Závěr kapitoly pojednává o postojích veřejnosti k účinkům a chování médií.

Druhá část této práce hovoří o násilí v médiích, především pak v televizi. Zamýšlí se nad zajímavým problémem věkového determinismu, tj. splývání dětství a dospělosti, jako produktu účinků společenských vlivů, médií nevyjímaje. Poslední dílčí kapitola se zamýšlí nad obsahem televizních programů, zda existuje „televize pro děti“.

Třetí kapitola je věnována konkrétním příkladům vlivů sdělovacích prostředků na děti a mládež tak, jak jsem je vyzoroval na své řízené praxi, či vyčetl v odborné literatuře.

Poslední část je věnována, dle mého názoru, velmi důležité oblasti a tou jsou škola, elektronická společnost a média. Poslední dílčí kapitola hovoří o gramotnosti a novém pohledu na dětství v době elektronických médií, zejména pak televize.

Anotace

Tato práce obsahuje kromě jednotlivých účinků médií především případy účinků společenských vlivů na děti a mládež, v první řadě vlivů médií, a to zejména televize. Působení médií na děti a mládež je v současné době jeden z nejvýznamnějších společenských vlivů na utváření osobnosti dítěte i adolescenta.

Produkty působení těchto vlivů se pak promítají do různých oblastí života, jako jsou například: škola, rodina atp. Okrajově se v této práci hovoří i o věkovém determinismu a problematice násilí ve sdělovacích prostředcích, případně i o dopadu těchto účinků na vytváření osobnosti dětí a mládeže.

Klíčová slova

Děti, mládež, sdělovací prostředky, média, násilí, věkový determinismus, celebrity, hvězdy, elita, škola, elektronická společnost, rodič, učitel.

Annotation

In addition to the individual effects of the media, this work above all deals with the effects of social influences on children and young people, in the first place the effects of the media, of television in particular. At the present time, the effects of the on children and young people rank among the most important social influences that form the personality of child and an adolescent.

The products of these effects are then reflected in various areas of life, such as school, family and suchlike. This work also deals with age determinism and violence in the media, possibly with the impacts of these phenomena on the formation of the personalities of children and young people, although these matters are peripheral importance in the work.

Keywords

Children, young people, media of communication, media, violence, age determinism, celebrities, stars, elite, school, electronic society, parent and teacher.

Seznam použité literatury

1. BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. dotisk. Brno: Barrister and Principal-studio, 2001, ISBN 80-85947-6.
2. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ B. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, ISBN 80-7178-697-7.
3. KOHOUTEK, R. *Poznávání a utváření osobnosti*. 1. vyd. Brno: CERM, 2001, ISBN 80-7204-200-9.
4. Kol. autorů. *Média jako překážka v komunikaci. Sborník textů k mezinárodní konferenci Litoměřice 2002*. 1. vyd. Praha: VIVO a Votobia, 2003, ISBN 80-7220-141-7.
5. LOHISSE, J. *Komunikační systémy (socioantropologický pohled)*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2003, ISBN 80-246-0301-2.
6. McLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. 1. vyd. Brno: JOTA, 2000, ISBN 80-7217-128-3.
7. McNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-840-6.
8. McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1. české vyd. Praha: Portál, 1999, ISBN 80-7178-714-0.
9. MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2006, ISBN 80-246-0905-3.
10. REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-926-7.
11. ROTH, J. *Tištěná média v konfrontaci s internetem, rozhlasem, televizí*. 1. vyd. Praha: TUTOR, 2005, ISBN 80-86700-25-9.
12. SEKOT, A. *Sociologie v kostce*. 1. vyd. Brno: Paido, 2002, ISBN 80-7315-021-2.
13. THOMPSON, J. B. *Média a modernita*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2004, ISBN 80-246-0652-6.
14. VYBÍRAL, Z. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, ISBN 80-7178-812-0.