

spoločnosť, komunikácia, médiá, vplyv a účinky médií, sociológia výchovy, sociálne prostredie, sociálne činitele, správanie, násilie, ľudské hodnoty, vzdelávací proces, mediálna výchova, mediálna gramotnosť, globalizácia, publikum, subkultúry, každodennosť

Tatiana BLAHÚTOVÁ¹

MÉDIÁ AKO SOCIALIZAČNÝ ČINITEĽ

Príspevok vysvetľuje kľúčové pojmy, teórie, koncepty, kategórie a znaky, ktoré sa dotýkajú vzťahu médiá a spoločnosť. Ponúka náhľad do polí viacerých akademických diskurzov. Zámerom bolo ilustrovať diskusie o médiách a ich vplyve na spoločnosť, o médiách ako o socializačnom činiteľovi. Tento príspevok komentuje teoretický materiál z rôznych perspektív. V príspevku sa autorka zaoberala témou, či súčasná spoločnosť je odrazom masmédií alebo masmédiá odrážajú stav spoločnosti – jej hodnoty. Keďže masmédiá sa orientujú na zisk, kladú na svojich konzumentov minimálne intelektuálne požiadavky a produkuje výrobky s nízkou alebo nijakou umeleckou hodnotou a často s násilnou a agresívnou tematikou. Poukázala som aj na kladný vplyv médií na spoločnosť – hlavne v oblasti vzdelávania, informovania a zábavy. Mediálne obsahy sú produktom, ktorý môže vytvárať rôzne subkultúry – hlavne medzi mladými ľuďmi a práve preto som sa zaoberala najmä témou vplyvu masmédií na mládež.

The paper explains key terms, theories, concepts, categories and characteristic features concerning the relationship of media and society. It offers a view on the fields of several academic discourses. The aim was to illustrate discussions about media and their influence on society, the media as a socializing factor. The paper comments on theoretical material from different points of view. The author deals with the topic, whether the contemporary society is the media reflection or whether the media reflect the contemporary state of the society – its values. As media concentrate on profit, they make minimal intellectual demands on their consumers and produce products with minimal or no artistic value and often with violent and aggressive subject matters. It has also been pointed out at positive media influence on society – mainly in the sphere of education, information and entertainment. Media contents are the products that can create diverse subcultures – especially among young people and that was the reason why the thesis has been dealing with the topic of influence of mass media on the youth.

¹ PhDr. Tatiana Blahutová, Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Námestie J. Herdu 2, Trnava, tatiana.blahutova@ucm.sk

Informácie, obrazy a idey sprístupňované médiami môžu byť pre väčšinu ľudí hlavným zdrojom uvedomovania si zdieľaného uplynulého času (histórie) a súčasného spoločenského postavenia. Média sú navyše zásobárňou spomienok a mapou, z ktorej vyčítame, kde sa práve nachádzame a kto práve sme (identitu), navyše nám poskytujú podklady na orientáciu v budúcnosti. (...) Média do značnej miery konštitujú spoločenskú realitu a hlavné črty normality pre potreby verejného, zdieľaného spoločenského života, slúžia zároveň ako rozhodujúci zdroj štandardov, modelov a noriem.“²

Média a informácie sú fenoménom, ktorý výrazne ovplyvňuje a v čoraz väčšej miere i bude ovplyvňovať náš každodenný život. V priebehu niekoľkých desaťročí výrazne zasiahli do individuálneho, skupinového i spoločenského života.

Cieľom príspevku bolo poukázať na širšie súvislosti, v kontexte ktorých sa nachádzajú média a ich možnosti pri šírení mediálnych obsahov a pôsobenie na spoločnosť.

Média majú schopnosť ovplyvňovať postoje a názory verejnosti, konštruovať a premieňať sociálnu realitu. Vplyv elektronických masových médií na človeka sa občas preceňuje, ale ešte častejšie nedoceňuje. Popri negatívnych vplyvoch elektronických médií – hlavne televízie a internetu (násilie, agresivita, brutalita) treba oceniť aj ich pozitívny vplyv na rozhladenosť a vzdelanosť súčasného jednotlivca, hlavne detí a mládeže. Je isté, že média sú prítomné v živote väčšiny ľudí a teda majú významný podiel na socializácii jednotlivca. Označujú sa za dôležitý nástroj socializácie človeka. Ľudia v procese sociálneho učenia získavajú z masmédií vzory, osvojujú si postoje, hodnoty, postupne prijímajú nové spôsoby správania. Je zdokumentovaný ich podiel pri preberaní modelov správania, vzorov, spoločenských noriem a pod. Média ovplyvňujú výrazným spôsobom mienku ľudí. Sú hybnou silou, ktorá dokáže rozhýbať masy. Dnes je celkom bežné, že vďaka elektronickej komunikácii sa v priebehu niekoľkých sekúnd dozvieme najnovšie informácie a správy z celého sveta.

Účastník elektronickej komunikácie teda čelí dvom základným problémom: problému skutočnej potreby niektorých komunikačných nástrojov a problému orientácie v množstve ponúkaných informácií. Vyžaduje sa od neho schopnosť objasniť si, či a prečo potrebuje takto komunikovať, a zároveň schopnosť vyhľadávať a využívať to, čo je pre neho naozaj užitočné. Informačná spoločnosť, ktorá od svojich členov vyžaduje osvojenie si nových komunikačných technológií, by ich mala viesť aj ku kritickej mediálnej gramotnosti zahŕňajúcej obe schopnosti.

Proces socializácie

Slovo *socializácia* je latinského pôvodu (*socialis*) a znamená družný, spojenecký, manželský. Socializácia je kompletný proces, v priebehu ktorého sa človek ako biologický tvor stáva prostredníctvom sociálnej interakcie a komunikácie s druhými sociálnymi bytosťami. Socializácia spočíva v osvojovaní si hodnôt, noriem a spôsobov jednania zrozumiteľných a platných v danej kultúre či subkultúre.³

Pri socializácii ide o postupnú premenu človeka z biologickej bytosti na bytosť ľudskú, je to proces kultivácie človeka, jeho postupné utváranie. Je to proces, ktorý prebieha celý život a je začleňovaním sa ľudskej bytosti do spoločnosti. Všetko sa to začína narodením, keď sa dieťa stáva členom primárnej a najdôležitejšej sociálnej skupiny –

² McQUAIL, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999, s.87.

³ MAŘÍKOVÁ, H. , PETRUSEK M. , VODÁKOVÁ, A.: *Velký sociologický slovník*. Praha : Karolinum, 1996, s. 1012.

rodiny. „Fenomén výchovy spočíva v tom, aby sa ďalším generáciám sprostredkovali schopnosti, zručnosti a postoje, ktoré jestvujú v danej spoločnosti a ktoré sa pre jej trvanie a ďalší rozvoj pokladajú za dôležité“.⁴ Proces socializácie pokladáme práve za ten proces, v ktorom vzniká stratégia zrodu, rozvoja a udržania, prípadne prinavrátania vlastnej rovnováhy jednotlivca. Proces socializácie má však svoj význam nielen z hľadiska jednotlivca a vzniku jeho osobnosti. Predstavuje súčasne i významný mechanizmus spoločnosti, ktorého prostredníctvom súčasne so začleňovaním jednotlivca do spoločnosti zabezpečuje spoločnosť kontinuitu svojho vývoja, odovzdávanie dedičstva predchádzajúcich generácií a zabezpečuje aj vlastné fungovanie, vlastnú rovnováhu a rozvoj.

Okrem výchovy sa socializácia uskutočňuje pomocou sociálneho učenia, ktoré má ale množstvo foriem. Košč (1998) uvádza štyri najčastejšie:

- Učenie priamym vedením
- Učenie napodobovaním
- Učenie identifikáciou
- Učenie poučovaním

Človek sa teda pohybuje v sociálnych skupinách a je pod vplyvom sociálneho prostredia, v procese sociálneho učenia si osvojuje kultúru spoločnosti. Tým, že sa učí, utvára si svoju osobnosť, formuje myšlienky a postoje. „Vychovávať človeka, sprostredkovať mu poznatky, umožniť mu, aby sa vyučil, nemožno oddeliť od otázky, k čomu má byť človek vychovávaný, aké poznanie mu bude najlepšie slúžiť, z čoho má pozostávať jeho vzdelanie“.³ V tomto procese sa vytvára charakter človeka. Charakter (z gréckeho charassefín tj. vyryť, vytlačiť) je špecifický osobnostný svojrázny prejav určujúci, okrem iného, akým spôsobom sa snaží jedinec dosiahnuť naplnenie svojich potrieb, cieľov, úloh, túžob a hodnôt. Charakter korešponduje ako s dosiahnutou individuálnou kvalitou spoločenského cítenia a správania, tak aj s výrazom celkovej autokultivácie osobnosti. V rôznych aspektoch hodnôt (dobro, pravda, krása) ani v prístupe k ľuďom či realite sa u jedincov obvykle nestretávame so vzájomnou konzistenciou všetkých určujúcich zložiek charakteru.

Média zohrávajú v súčasnosti veľkú úlohu aj pri socializácii. Prinášajú množstvo informácií, ktoré nás priamo alebo nepriamo ovplyvňujú. A nie sú to len informácie, ale aj rôzne typy správania a obrazy sveta. Na jednej strane majú médiá v tomto smere pozitívnu funkciu, pretože nám veľakrát ukážu veci a situácie, ktoré sú pre nás neznáme, ponúkajú istú možnosť adaptácie človeka k rozmanitosti a zložitosti sveta zároveň. Na strane druhej sú ale potencionálnou hrozbou, že nás akoby „naprogramujú“ a to až do takej miery, že zabudneme, že máme vlastnú hlavu, ktorú treba používať. Pri médiách ide totižto o to, že tak ako nás a našu kultúru môžu obohatiť, tak ju môžu aj ochudobniť, pretože program, ktorí ponúkajú sa prispôsobuje najnižšej úrovni publika. Takto sa ale dostávame k zaujímavému poznatku a síce, že práve samotné médiá sú vo veľkej miere ovplyvňované svojím vlastným publikom. A pri médiách elektronických to platí dvojnásobne. Podľa McQuaila „je obtiažne dokázať podstatu pôsobenia médií v rannej socializácii detí a v dlhodobej socializácii dospelých. Čiastočne je tomu tak preto, že sa jedná o dlhodobý proces, čiastočne preto, že každý mediálny účinok sa ocitá v interakcii s ostatnými spoločenskými vplyvmi a rozmanitými spôsobmi socializácie v rodinách“.

⁴ KAISER, A. - KAISEROVÁ, R.: *Učebnica pedagogiky*, Bratislava : SPN. 1993, s. 15.

Faktom ale ostáva, že v súčasnosti môžeme veľmi pozorne sledovať následky nevhodných obsahov médií na deti. Komunikáty v médiách často nezodpovedajú veku detského diváka, sú plné konfliktov, na pochopenie ktorých nemá malý percipient dostatočne vyvinutú emocionálnu zrelosť. Samotnej problematike sa venuje množstvo odborníkov. Majchrák (1993) vymenoval faktory, ktoré zvyšujú škodlivosť televízie. Sú to:

- Vysoký stupeň identifikácie
- Chýbajúca životná skúsenosť
- Epizodický príjem.⁵

Dieťa sleduje, napodobňuje, stotožňuje sa s idolom. Odmala sú vystavované rôznym vzorom, socializáciou si osvojujú zaužívané schémy videnia skutočnosti.

Dieťa často nechápe dej, pretože nevie rozoznať hranice medzi realitou a imaginárnym svetom, prvky agresie a násillia preberá mechanicky, napriek tomu, že nevie posúdiť, čo je dobré a čo nie. Jaššová uvádza, „že agresivita a násillie sú súčasťou kultúry, treba ich však demytologizovať“.⁶ Ukázané v určitom kontexte, slúžia ako výchovný prvok. Násillnou smrťou hynú ježibaby, draci, čiernokňažníci. Toto násillie neinšpiruje zobrať do rúk revolver. Pomáha deťom pochopiť rozdiel medzi dobrom a zlom, vštepiť im morálnu zásadu, že zlo bude nakoniec potrestané a stojí za to identifikovať sa so skutočným hrdinom.

V súčasnom období odborná pedagogická literatúra dospela k záveru, že pojmom socializácia treba rozumieť „...proces vzniku a vývinu osobnosti vo vzájomnej závislosti od spoločensky sprostredkovaného sociálneho a materiálneho okolia.

Podstatné pritom je, ako sa človek stáva subjektom, schopným spoločenského konania.“⁷

Podstatné pritom je, ako sa človek stáva subjektom, schopným spoločenského konania.“⁸

Mediálne obsahy a posolstvá - ich vplyv na ľudské hodnoty

Médiá majú schopnosť ovplyvňovať postoje a názory verejnosti, konštruovať a premieňať sociálnu realitu. Sú čoraz menej považované za neutrálne prostredie, kde by mediálne obsahy ostali nepoznamenané organizačnými a komerčnými záujmami mediálnych organizácií. Ruka v ruku tu idú médiá a tak napríklad pri hodnote ľudského tela aj potravinársky priemysel, ktorý podporuje myšlienky na štíhlosť produktmi, ktoré ak aj skonzumujete, nemusíte mať zlý pocit, pretože je tam 0% tuku.⁹ Vedú sa mnohé diskusie o symbolickosti obsahov v médiách, pričom medzi najčastejšie témy patrí škodlivosť niektorých typov na príjemcov (násillie, a pod.), ktoré môžu viesť k napodobovaniu.

Napríklad poruchy príjmu potravy vypovedajú okrem iného aj o stave spoločnosti, o pôsobivej mediálnej manipulácii a ňou predstavovanými obrazmi, ktoré nerešpektujú

⁵ MAJCHRÁK, J. : *Televízia, film a video – účinnosť pôsobenia na deti. Deti a televízia*. Bratislava : STV, 1993, s. 20-21.

⁶ JAŠŠOVÁ, E.: Ochránime naše deti pred mediálnou agresivitou? In: *Stop násilliu v programoch TV!*. Danube STV, 1997, s. 64-71.

⁷ HERELMANN, K., ULICH, D. : *Handbuch der Sozialisationsforschung* Weinheim, 1980, s. 51. **Prameň :** ONDREJKOVIČ, P., : *Socializácia mládeže ako východisková kategória sociológie výchovy a sociológie mládeže*. Bratislava : VEDA, 1997, s.53.

⁸ *Tamže*, s.53.

⁹ Pozn.: Vzhľad, sociálna hodnota tela a vplyv médií sú len niektoré z činiteľov, ktoré prispievajú šíreniu kultu štíhlosti ako takej. Významné miesto tu zohráva aj postavenie a úloha žien a mužov v spoločnosti, význam jedla, meniaci sa životný štýl, ale aj často nešpecifikované sociálne vplyvy, akými sú zvýšená sociálna úzkosť, znížená sebakontrola alebo súťaživosť.

biologické možnosti človeka. Zo sociálnych faktorov sa poukazuje na tlaky na neprimerané dodržiavanie štíhlosti. Média ako také rozširujú názor, že štíhlosť je najdôležitejším atribútom fyzickej príťažlivosti. Ženy sú tak presvedčené o tom, že osobné šťastie a ich vlastná hodnota závisí od toho, ako veľmi sú chudé, pričom najohrozenejšia skupina sú mladé dievčatá. Telesný vzhľad sa stáva dominantnou hodnotou a tak starostlivosť je prvoradým záujmom, neprimeraná snaha kontrolovať svoju váhu sa stáva nekontrolovateľnou. Vidieť tu jasný vplyv médií, pričom anorexia a bulímia sú považované za kultúrne podmienený („culture-bound“) syndróm. Gordon vo svojej knihe *„Anorexia and Bulimia: Anatomy of a Social Epidemic“* pripomína, že „*symptómy poruchy príjmu potravy sú prehnaným variantom normálnych postojov a správania v danej kultúre a sú podporované a šírené názorovou klímou hlavne v médiách*“.¹⁰

Médiá ako socializačný činiteľ

Na včlenení človeka do spoločnosti sa podieľa veľké množstvo faktorov. V priebehu vývoja ľudskej spoločnosti by sme ich mohli definovať nespočetne veľa. Jednými z najvýznamnejších sú z hľadiska súčasných štúdií médií, televízia predovšetkým. Média stoja v centre záujmu mnohých odborníkov z rozličných vedeckých oblastí, teórií a výskumov. Nemožno však zabúdať ani na laickú verejnosť, ktorá má svoje miesto najmä v diskusii o vplyve médií. Ľudia v procese sociálneho učenia z masmédií získavajú vzory, osvojujú si postoje a hodnoty, postupne prijímajú nové spôsoby správania a emocionálnych reakcií. Klasickou teóriou tejto skupiny je sociálne učenie A. Banduru, ktorý skúma predovšetkým vplyvy násilia. Masmédiá sú nenápadný, no aktívny učiteľ publika. Ich pôsobenie je niekedy pozitívne a inokedy negatívne – podstatné však je, že naozaj pôsobia. Vďaka nim majú ľudia postoje a názory aj na veci, s akými sa vo svojom živote vôbec nestretávajú.¹¹

Médiá sú významným zdrojom informácií a zábavy. Každý týždeň ponúkajú televízne stanice vo Veľkej Británii až 650 hodín vysielania. Z uvedeného vyplýva skutočnosť, že médiá nemajú ako zdroj informácií a zábavy konkurenciu. Nejde pritom len o televíziu, rozhlas, film, ale aj tlač a knihy, lebo knihy sú mediálny priemysel ako každý iný. Európske štatistiky uvádzajú, že priemerne dve hodiny denne strávime tak, že pozeráme televíziu. To je 730 hodín ročne.¹²

Médiá rôznym spôsobom prenikajú do života príjemcov a stávajú sa ich súčasťou. Vďaka médiám padajú hranice, ktoré sú dané bezprostrednou komunikáciou. Média nemajú ako zdroj informácií a zábavy konkurenciu.

Skúmanie účinkov masových médií stojí v podstate pred problémom, ktorý je spoločný všetkým sociálnym vedám. Pretože však každý má s médiami svoje vlastné skúsenosti, vystupuje tento problém veľmi zreteľne do popredia. O účinkoch masových médií existujú veľmi rozšírené populárne vedecké predstavy, ktoré by sa dali charakterizovať asi takto: Ja sám som rozvážny, kriticky dištancovaný mediálny konzument alebo expert, ale tí ostatní (masa obyvateľstva) sú extrémne ohrození násilím, ktoré je rozširované v masových médiách.¹³

¹⁰ GORDON, R. A. 1990. *Anorexia and Bulimia: Anatomy of a Social Epidemic*, Basil Blackwell: Cambridge. 1990, s. 250

¹¹ RANKOV, P.: *Masová komunikácia, masmédiá a informačná spoločnosť*. s. 29.

¹² BURTON, G., JIRÁK, J.: *Úvod do studia medií*. Brno : Barrister & Principal, 2001, s. 19.

¹³ KUNCZIK, M.: *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995, s. 215.

Masové médiá sú hromadné informačné prostriedky, ktoré sú často považované iba za zábavu a ich vplyv na život väčšiny ľudí býva vnímaný ako okrajový. Tieto názory však nepostihujú celú pravdu, lebo masové médiá ovplyvňujú mnohé formy nášho sociálneho správania.

Médiá, či už priamo alebo nepriamo ovplyvňujú predstavy, presvedčenia, postoje, hodnoty a chovanie príjemcov. Tento predpoklad je výrazom viery v moc médií. Médiá majú medzi spoločenskými inštitúciami svojím spôsobom jedinečné postavenie, a to nielen kvôli tomu, v akom obrovskom meradle využívajú nové technológie, aké rozsiahle sú ich ekonomické operácie a aký bohatý je register ich činností. Ich jedinečné postavenie je v tom, že médiá sú si v mnohých smeroch vedomé, ako zaisťovať a riadiť sociálnu komunikáciu, pretože sa im vyplatí mať o tom jasnú predstavu.¹⁴

Médiá sa venujú procesu komunikácie medzi ľuďmi - a komunikácia je súbor spoločenských dejov, v ktorých sa podávaateľ, teda aj médium a príjemca, teda aj publikum snažia jeden druhého podľa svojich komunikačných schopností ovplyvniť.

V súčasnosti panuje dosť rozšírená viera v to, že médiá majú moc, a pritom existuje len veľmi malá zhoda v tom, akej povahy táto moc vlastne je. Moc médií spočíva v tom, že sa podieľajú na *socializácii jednotlivca*, na jeho včlenení do spoločnosti. Každá spoločnosť si hľadá prostriedky, ktorými jednotlivcovi predkladá určité hodnoty, o ktoré sa opiera jej štruktúra a fungovanie. V moderných spoločnostiach sa médiá stali podstatným nástrojom šírenia (presadzovania a upevňovania) sociálnych noriem a hodnôt.¹⁵

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] BURTON, G., JIRÁK, J. : *Úvod do studia medií*. Brno : Barrister & Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.
- [2] GORDON, R. A. 1990. *Anorexia and Bulimia: Anatomy of a Social Epidemic*, Basil Blackwell: Cambridge. 1990.
- [3] HERELMANN, K., ULICH, D. : *Handbuch der Sozialisationsforschung Weinheim*, 1980, **Prameň** : ONDREJKOVIČ, P., : *Socializácia mládeže ako východisková kategória sociológie výchovy a sociológie mládeže*. Bratislava : VEDA, 1997.
- [4] JAŠŠOVÁ, E.: *Ochránime naše deti pred mediálnou agresivitou?* In: *Stop násiliu v programoch TV!*. Danube STV, 1997.
- [5] KAISER, A. - KAISEROVÁ, R.: *Učebnica pedagogiky*, Bratislava : SPN. 1993.
- [6] KUNCZIK, M.: *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.
- [7] MAJCHRÁK, J. : *Televízia, film a video – účinnosť pôsobenia na deti. Deti a televízia*. Bratislava : STV, 1993.
- [8] MAŘIKOVÁ, H., PETRUSEK, M., VODÁKOVÁ, A.: *Velký sociologický slovník (P-Ž)*, II. Zväzok, Praha, Karolinum, 1996. 1627 s. ISBN 80-7184-310-5.
- [9] RANKOV, P.: *Masová komunikácia, masmédiá a informačná spoločnosť*. Levice : L. C. A. Publishers Group, 2002. 82 s. ISBN 80-88897-89-0.

¹⁴ BURTON, G. , JIRÁK, J., *Úvod do studia medií*. 2001, s. 347.

¹⁵ *Tamže*, s. 15.