

**Vysoká škola ekonomická v Praze**

**Fakulta informatiky a statistiky**

**Bakalářská práce**

**Vysoká škola ekonomická v Praze**  
**Fakulta informatiky a statistiky**

## **Vliv masmédií na společnost**

**Vypracovala: Lucie Khauerová**  
**Vedoucí práce: Ing. Antonín Rosický CSc.**  
**Rok vypracování: 2010**

### **Čestné prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně. Veškeré použité podklady, ze kterých jsem čerpala informace, jsou uvedeny v seznamu použité literatury a citovány v textu podle normy ČSN ISO 690.

V..... dne ....

Podpis: .....

**Poděkování:**

Děkuji panu Ing. Antonínu Rosickému, CSc. za cenné rady a připomínky, které mi při psaní práce dal a především mu děkuji za trpělivost, kterou se mnou měl.

Děkuji svým rodičům za podporu, kterou mi během psaní práce poskytli.

## **Abstrakt**

Cílem této práce je vytvořit ucelený pohled na masmédia, jak vznikla, jak se vyvíjela a jakou roli představují v jejich vývoji informační a komunikační technologie. Hlavní složkou je vliv masmédií na člověka a společnost, a jak se tomuto vlivu bránit. Dále jsou čtenářům představeny nové možnosti masmédií, které přináší internet.

Účelem této bakalářské práce je, aby si lidé uvědomili, že ne každý sdělovací prostředek je věrohodný a jeho záměr čistě informativní. Masmédia člověka i společnost ovlivňují, a proto je důležité vědět o těchto možnostech. Závěrem je čtenářům dáno několik doporučení ohledně masmédií.

## **Abstract**

This paper aims to provide readers with a complete view on mass media from their beginning through development in history and the role which information and communication technology play in their development. Main section presents the influence of the mass media to society and the possibilities how can people defend against it. Furthermore, the assets of the internet is presented.

The purpose of this paper is to help readers realize that not every media is credible without any lateral intention. Without any doubt mass media influence society. Hence, it is important to reveal hidden risks. Moreover, few recommendations how to deal with mass media are given.

# Obsah

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Úvod.....                                        | 9  |
| 1. Co je informace .....                         | 11 |
| 1.1. Data a informace .....                      | 11 |
| 1.1.1. Sémantická informace.....                 | 12 |
| 1.1.2. Význam a hodnota informace .....          | 12 |
| 1.1.3. Druhy informací.....                      | 13 |
| 1.2. Zprostředkovaná informace .....             | 14 |
| 1.3. Znalost.....                                | 15 |
| 1.4. Vazba mezi daty, informací a znalostí ..... | 16 |
| 2. Informační technologie .....                  | 18 |
| 2.1. Komunikace .....                            | 18 |
| 2.1.1. Masová komunikace .....                   | 20 |
| 2.2. Vznik a vývoj ICT.....                      | 21 |
| 2.2.1. Epocha znamení a signálů.....             | 22 |
| 2.2.2. Epocha mluvení a jazyka .....             | 23 |
| 2.2.3. Epocha psaní .....                        | 23 |
| 2.2.4. Epocha tisku.....                         | 25 |
| 2.2.5. Počátek masové komunikace .....           | 25 |
| 2.3. Rozvoj ICT.....                             | 26 |
| 2.4. Masmédia, ICT a medializace.....            | 29 |
| 2.4.1. Medializace .....                         | 30 |
| 2.5. Druhy masmédií .....                        | 31 |
| 2.5.1. Tištěná masmédia .....                    | 31 |
| 2.5.2. Rozhlas a televizní vysílání .....        | 32 |
| 2.6. Specifika internetu .....                   | 33 |

|        |                                                    |    |
|--------|----------------------------------------------------|----|
| 3.     | Společnost a informace .....                       | 35 |
| 3.1.   | Informační společnost .....                        | 35 |
| 3.1.1. | Charakteristické rysy informační společnosti ..... | 35 |
| 3.2.   | Informační a počítačová gramotnost .....           | 36 |
| 3.3.   | Informační potřeba .....                           | 38 |
| 3.4.   | Globalizace .....                                  | 40 |
| 4.     | Působení masmédií na člověka .....                 | 42 |
| 4.1.   | Vliv masmédií na člověka .....                     | 42 |
| 4.2.   | Mediální manipulace .....                          | 47 |
| 4.2.1. | Propaganda .....                                   | 47 |
| 4.2.2. | Nesrozumitelnost .....                             | 48 |
| 4.2.3. | Emoce a kontext .....                              | 48 |
| 4.2.4. | Řazení sdělení .....                               | 48 |
| 4.3.   | Jak se bránit vlivu masmédií .....                 | 49 |
| 4.4.   | Internet a masmédiá .....                          | 51 |
|        | Závěr .....                                        | 55 |
|        | Seznam použitých zdrojů .....                      | 57 |
|        | Seznam obrázků a tabulek .....                     | 60 |

# Úvod

Pro svoji práci jsem si vybrala téma vlivu masmédií na společnost. Během posledního století se komunikace a šíření informací rozvinulo natolik, že je nemožné, aby se společnost nezměnila spolu s nimi. V dnešní době se téměř v každé domácnosti, firmě, dokonce i ve veřejných prostorech nacházejí zařízení masové komunikace, jako jsou rádia, televizory či počítače s připojením k internetu. Obecně řečeno, masmédia vnikají do života člověka tak samozřejmě, že si ho bez nich jen těžko umí představit. Prostřednictvím sdělovacích prostředků člověka na každém kroku obklopují masy zpráv a údajů. Ovlivňují jeho rozhodnutí, názory, věci, které kupuje nebo jak se obléká. Masmédia dokážou zmanipulovat společnost tak, že na určitou situaci vznikne mylný názor a společnost ho považuje za pravdivý.

Celá práce je rozdělena na čtyři kapitoly. V první kapitole jsou pro správné porozumění vymezeny pojmy informace, data a znalosti a jejich vzájemná vazba. V této kapitole je také popsán pojem zprostředkovaná informace, který je důležitou součástí masmédií.

Ve druhé kapitole jsou charakterizovány pojmy komunikace a masová komunikace. Je zde popsán základní výčet mezníků ve vývoji informačních a komunikačních technologií, nástup masmédií a s nimi související medializace. Dále se tato kapitola zabývá různými druhy masmédií a specifiky internetu.

Třetí kapitola pojednává o informační společnosti a jejích aspektech. Jsou definovány pojmy informační a počítačová gramotnost a informační potřeba. Je zde také popsán pojem globalizace a pohledy odborníků na toto téma.

Ve čtvrté kapitole jsou popsány základní vlivy masmédií na člověka a společnost. Kapitola se dále zabývá mediální manipulací a možnou obranou proti ní ze strany člověka. Jsou zde popsány možnosti, které nabízí internet jako masmédiium.

Závěr shrnuje doporučení pro uživatele masmédií, možný vývoj a pohled do budoucnosti a vlastní zhodnocení vlivu masmédií.

# 1. Co je informace

Nezbytnou součástí tohoto tématu je správné vymezení pojmu informace a vazby na data a znalosti.

## 1.1. Data a informace

Pojem Data<sup>1</sup> je odvozen od jednotného tvaru latinského slova *datum*, které lze vyložit jako něco daného. Slovo Data je označením pro posloupnost znaků – čísel, písmen, pro označení obrazu, zvuku nebo znaků, které nemusí dávat smysl. Data jsou tedy jakákoli zpráva či údaj, kterému na první pohled nemusí být porozuměno. Například řetězec čísel 351 01 bez dalšího popisu nebo kontextu nedává smysl. Jsou to pouhá data - něco z čeho člověk může těžit pro zjištění informací.

Pojem Informace oproti tomu už není tak bezbarvý. Jsou to data, která nabývají nějakého významu a jsou v konkrétních souvislostech. Například: Osoba hledající poštovní směrovací číslo Františkových Lázní získá posloupnost čísel 351 01, a tato posloupnost se bude vyskytovat v potřebném kontextu. Řetězec čísel tedy nabývá významu a pro tuto osobu se data stala informací.

Slovo Informace<sup>2</sup> pochází z latinského *informatio* znamenající vtištění formy či tvaru, utváření.

Definice informace existuje mnoho. Každá vědní disciplína si pojem informace vykládá jinak. Dále jsou vybrány tři definice, které se pro toto téma hodí nejlépe.

---

<sup>1</sup> SKLENÁK, Vilém. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001. 507 s. ISBN 80-7179-409-0. str.2.

<sup>2</sup> Informace. *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 11.6.2002, aktualizováno 3.3.2010 [cit. 29.3.2010]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Informace>>.

Cigánik: „*Poznatek o určité skutečnosti, předmětu nebo jevu zachyceném ve zpřístupnitelné formě využitelný při přizpůsobování se člověka životnímu prostředí.*“<sup>3</sup>

Kučerová: „*Význam přiřazený obrazům, údajům a z nich utvořeným lidským celkům. Informace představuje míru uspořádanosti systémů na rozdíl od entropie, tj. míry neuspořádanosti.*“<sup>4</sup>

Sklenák: „*Informace je jakýkoli komunikovatelný poznatek.*“<sup>5</sup>

### 1.1.1. Sémantická informace

Sémiotika umožňuje další pojetí informace a to sémantické. Sémantika<sup>6</sup> se zabývá vztahem znaků (znakových struktur) k označovaným entitám. Příjemce zprávy přiřazuje znakovým (datovým) strukturám (symbolům, větám nebo textům) obsah. Pro lepší porozumění je uveden následující příklad: pod pojmem „dálkové ovládání“ si téměř každý představí malou krabičku s mnoha tlačítky, pomocí níž se dá pohodlně přepínat televizor či hifi věž – sémantika spočívá ve vybavení si určité věci, činnosti apod. při vyslovení pojmu. Problémem však mohou být různé znalosti příjemce zprávy a toho, kdo zprávu poskytuje. Na základě těchto znalostí může příjemce přiřadit zprávě odlišný obsah a nebudou si rozumět.

### 1.1.2. Význam a hodnota informace

Významem<sup>7</sup> se zabývá pragmatika, která je orientována na vztah člověka a znaků. Význam je tedy přisuzován člověkem. Jak velký význam bude, záleží na znalostech

---

<sup>3</sup> CIGÁNIK. Definice informace. Data – informace – znalosti. [online]. Aktualizováno 13. 2. 2010 [cit. 29. 3. 2010]. Dostupné z WWW: <<http://web.sks.cz/users/ku/ZIZ/inform1.htm>>.

<sup>4</sup> KUČEROVÁ, Helena. Definice informace. Data – informace – znalosti. [online]. Aktualizováno 13. 2. 2010 [cit. 29. 3. 2010] Dostupný z WWW: <<http://web.sks.cz/users/ku/ZIZ/inform1.htm>>.

<sup>5</sup> SKLENÁK, Vilém. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001. 507 s. ISBN 80-7179-409-0, str.3.

<sup>6</sup> ROSICKÝ, Antonín. *Informace a systémy: základy teorie pro úspěšnou praxi*. Praha: Oeconomica, 2009. 200 s. ISBN 978-80-245-1629-5.

<sup>7</sup> ROSICKÝ, Antonín. *Informace a systémy: základy teorie pro úspěšnou praxi*. Praha: Oeconomica, 2009. 200 s. ISBN 978-80-245-1629-5.

konkrétního jedince – je velmi subjektivní. Také záleží, v jaké situaci se jedinec právě nachází a jaký vliv má daná situace na znalosti jedince.

Hodnotou<sup>8</sup> se rozumí rozpoznaná schopnost věci sloužit určitému účelu. Tohoto účelu může věc dosahovat sama díky své podstatě nebo může být někým užívána jako nástroj.

Pro lepší pochopení bude rozdíl uveden na příkladu materiální věci. Automobil si lidé pořizují za účelem přepravy z místa A na místo B. Pokud si automobil zakoupí, má pro ně určitou hodnotu. Zároveň pro ně má automobil význam. Zde nastupuje řada subjektivních faktorů, podle kterých je význam stanoven. Pro fiktivní manželé Novákovi, kteří automobilem každý den dojíždí z vesnice do zaměstnání, bude jistě vyšší, než pro fiktivní rodinu Svobodových, která jím jezdí na chalupu pouze párkrát do roka. Pokud by obě rodiny zakoupily stejný automobil, měl by pro obě stejnou hodnotu, význam je ale u každé jiný.

### **1.1.3. Druhy informací**

Informace lze třídit podle různých kritérií. Mleziva<sup>9</sup> uvádí několik možností rozdělení. Do této práce je vybrána pouze potřebná část:

a) dle času:

- trvale platné
- časově omezené

b) dle původu:

- původní
- převzaté, zprostředkované

---

<sup>8</sup> STODOLA, Jiří. Hodnota informace [online]. Aktualizováno 1. 6. 2008 [cit. 12. 4. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.inflow.cz/hodnota-informace-0>>.

<sup>9</sup> MLEZIVA, Emil. *Diktatura informací*. Plzeň: Aleš Čeněk, s.r.o., 2004. 133 s. ISBN 80-86898-12-1.

c) dle druhu:

- kvalitativní
- kvantitativní

## 1.2. Zprostředkovaná informace

Sdělovací prostředky nabízí informace, u nichž je určitá zkreslenost přirozenou součástí. Každá medializace či zprostředkování je poznamenáno subjektivními znalostmi a vědomostmi interpreta, ať už vědomě či nevědomě.

Na světě se pohybují miliardy lidí a každý z nich je jedinečný jak po fyziologické stránce, tak po stránce rozumové a vnímá okolní svět jiným způsobem. Zažijí-li dva lidé tutéž situaci, jejich výpověď o ní se bude lišit, právě díky jejich rozdílnému vnímání. Stejně tak poznatky, které jsou uloženy v osobnostním fondu<sup>10</sup> každého z nich, budou rozdílné.

Na jedinečné vnímání našeho okolí a jak se kolem nás věci dějí, má vliv celá řada aspektů. Základním prvkem jsou znalosti a vědomosti. Povětšinou člověk znalosti získává procesem učení se a interakcí s okolním světem. Více o znalostech pojednává kapitola 1.3. Dále má na interpretaci vliv intelekt jedince. Ten si člověk nemůže osvojit učením se. Je to vrozená vlastnost, jejíž míru není schopen nikterak ovlivnit. V neposlední řadě mají na zprostředkování informace velmi významný vliv hodnoty, které člověk vyznává. Takové hodnoty jsou pak sdíleny a prezentovány v podobě osobních názorů a stanovisek vůči jeho okolí. Všechny tyto aspekty jsou utvářeny podle prostředí, ve kterém žije, rodinou, společností, institucemi jako je škola, zaměstnání či další kolektivy. Může na ně mít vliv také politika státu, náboženství či specifická kultura země.

---

<sup>10</sup> CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2005. 233 s. ISBN 80-246-1037-X.

Zprostředkovaná informace však může být zkreslena nejen výše uvedenými aspekty, ale také zcela záměrně a to jak u jedince, tak u masmédií. Problémem záměrného mediálního zkreslení se zabývá kapitola 5.2.

### 1.3. Znalost

Znalost<sup>11</sup> je strukturovaný souhrn vzájemně souvisejících poznatků a zkušeností z určité oblasti nebo k nějakému účelu. Lze tedy říci, že vzděláváním, zkušenostmi a díky interakci s okolním světem člověk získává nové poznatky, resp. souhrn poznatků. Je tedy zřejmé, že poznatek není totéž jako znalost. *"Znalost je primárně formována jedincem. [...] Je využívána, sdílена a rozvíjena při řešení problémů, které jsou ovšem vázány na konkrétní situaci a také na skupinu, ve které vzniká."*<sup>12</sup>

Nonaka<sup>13</sup> definuje znalost jako dynamický lidský proces, ve kterém je osobní přesvědčení vysvětlováno jako pravda.

Znalost<sup>14</sup> lze rozdělit na explicitní a implicitní:

- Explicitní znalost je vždy vyjádřena ve formě, kterou mohou vnímat ostatní lidé a je prezentována pomocí signálů.
- Podstatnou implicitní znalosti je poznání (ze zkušenosti). Jsou vždy realizovány jako spontánní procesy v lidském mozku konkrétního člověka.

---

<sup>11</sup> Znalost. Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 5.11.2001, aktualizováno 3.3.2010 [cit. 29.3.2010]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Znalost>>.

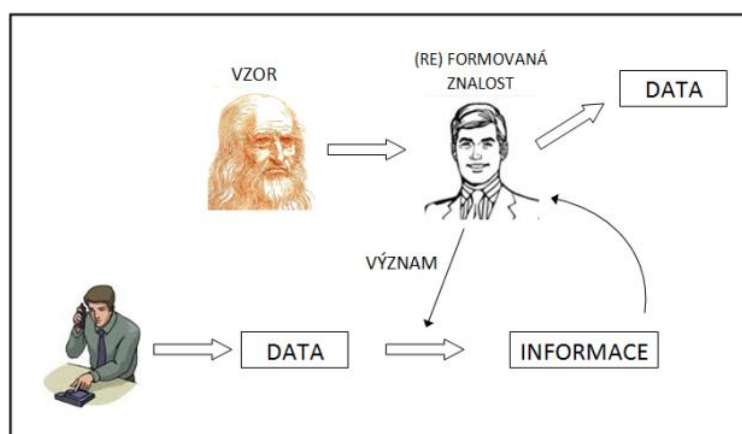
<sup>12</sup> ROSICKÝ, Antonín. *Informace a systémy: základy teorie pro úspěšnou praxi*. Praha: Oeconomica, 2009. 200 s. ISBN 978-80-245-1629-5. str.85.

<sup>13</sup> NONAKA, Ikujiro. Social sciences and innovation [online]. OECD Publishing, 2001 [cit. 13.6.2010]. Developing unified, dynamic knowledge management systems. Dostupné z WWW: <[http://books.google.cz/books?id=d3wH44Etm0sC&dq=Nonaka+dynamic+knowledge+belief&source=gb\\_s\\_navlinks\\_s](http://books.google.cz/books?id=d3wH44Etm0sC&dq=Nonaka+dynamic+knowledge+belief&source=gb_s_navlinks_s)>.

<sup>14</sup> ROSICKÝ, Antonín. *Informace a systémy: základy teorie pro úspěšnou praxi*. Praha: Oeconomica, 2009. 200 s. ISBN 978-80-245-1629-5.

## 1.4. Vazba mezi daty, informací a znalostí

Výstižný komentář k vzájemné souvislosti uvedla dvojice Checkland a Scholes: „Technologie pracují s daty, lidé je interpretují jako informace nesoucí význam, které se stávají podnětem pro další jednání. Proces interpretace je kognitivní záležitost, ve které stěžejní roli hrají znalosti.“<sup>15</sup>



**Obrázek 1.1: Data, informace, znalosti podle Rosického<sup>16</sup>**

Z Obrázku 1.1 je zřejmé, že člověk je schopen vnímat dva typy informace. V první řadě jsou to data – tedy jazykově prezentované sdělení a dále také empiricky vnímaná data – rozpoznávání vzorů. Je-li datům subjektivně přisouzen význam, pak se pro člověka stávají informacemi. Následně člověk získává poznatky a ze souhrnů poznatků se stávají znalosti. Informaci může člověk na základě vlastních znalostí interpretovat někomu jinému ve formě dat. Získání informací a nově nabytých znalostí může člověka podnítit k určitému úkonu, chování nebo o informaci začne přemýšlet.

Vztah informace a znalosti je kruhový<sup>17</sup>. Nejen že je datům přisouzen význam, informace je zpracována a množí se tak znalosti, ale znalost může být také reformována. Tento proces reformované znalosti vychází z omezeného významu (informace).

<sup>15</sup> SKLENÁK, Vilém. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001. 507 s. ISBN 80-7179-409-0. str.4.

<sup>16</sup> ROSICKÝ, Antonín. *Informace a systémy: základy teorie pro úspěšnou praxi*. Praha: Oeconomica, 2009. 200 s. ISBN 978-80-245-1629-5.

<sup>17</sup> ROSICKÝ, Antonín. *Informace a systémy: základy teorie pro úspěšnou praxi*. Praha: Oeconomica, 2009. 200 s. ISBN 978-80-245-1629-5.

Omezená informace může iniciovat zájem si znalost doplnit a vyhledávat další informace, aby se znalost rozšířila.

## 2. Informační technologie

Informační technologie se vyvíjejí zároveň s komunikací, proto bude na úvod kapitoly vysvětlena podstata komunikace, dále vývoj informačních a komunikačních technologií (ICT), protože mezi komunikací a informačními technologiemi je neustálá interakce. Díky vývoji informačních a komunikačních technologií bylo umožněno informace předávat zprostředkovaně pomocí masových médií. Budou charakterizována významná masová média a nezbytná součást moderní komunikace a přenosu dat, kterou je internet.

### 2.1. Komunikace

Řečová komunikace je nedílnou součástí lidského života. Za komunikaci není považován pouze rozhovor dvou lidí, ale také komunikace se zvířaty či s přírodou. Pro věřící lidi to může být komunikace s bohy.

Podle Jiřího Cejпка<sup>18</sup> lze rozlišit tři základní období komunikace v lidských dějinách:

- a) období řečové komunikace,
- b) období dokumentové komunikace s fázemi rukopisného a tištěného textu,
- c) období elektronické komunikace.

Období elektronické komunikace by se dále mohlo rozdělit na tři fáze: komunikaci elektronickou, kterou je telegraf či telefon a později na masovou elektronickou komunikaci, do které patří rozhlas a televizní vysílání. Poslední fáze elektronické komunikace je digitální, kam se řadí internet.

Každé období se rozvíjí v etapu následující. Mezi druhým a třetím obdobím je dokumentová komunikace částečně nahrazena elektronickou, ale přesto není vytlačena

---

<sup>18</sup> CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení*. 1. Praha : Karolinum, 1998. 179 s. ISBN 80-7184-767-4.

úplně, stále přetrvává ve velké míře. Velmi často je v dnešní době elektronické komunikace kladena otázka, zda je možné, aby elektronická komunikace nahradila řečovou. Elektronická komunikace pomocí zprostředkovatelského média lidem nesmírně pomáhá a přenos informací urychluje. Hromadné sdělovací prostředky (nepřímá komunikace) mají na člověka podstatný vliv, jak po stránce celé společnosti, tak po stránce jednotlivce. Ale přímá komunikace, tedy pokud se baví dva nebo více lidí osobně – „z očí do očí“, je nenahraditelná. Pokud lidé komunikují nepřímo - přenos informace zprostředkovává nějaké médium, jde čistě o sdělení, které zpráva nese, a jak si jí příjemce na druhé straně vyloží. Ale pokud komunikují přímo, součástí komunikace se stává tón hlasu sdělujícího, jaká používá gesta či mimiku v obličeji, dokonce i to jakou má náladu může příjemci zprávy hodně říct o povaze sdělení. Jistě hraje roli i čas a prostor, situace, ve které se komunikující nachází. Stejně tak mají na tuto komunikaci vliv emocionální prvky – sympatie, přátelství, láska či naopak nesympatie, nenávisť. Je tedy zřejmé, že nepřímá komunikace nenahradí přímou. Cejpek<sup>19</sup> říká: „*Tyto typické rysy geneticky prvotní řečové komunikace mezi lidmi žádná nepřímá komunikace, kdy se mezi komunikující vkládá určitý technický prostředek, nahradit zcela nemůže, byť má před přímou komunikací mnohé přednosti, ...*“

Novým krokem ve vývoji komunikace se stává kombinace elektronické a osobní komunikace. Lidé využívají videohovory, tudíž je možné vnímat i mimiku obličeje, tón hlasu apod. Tento způsob se rozšiřuje i do profesionální komunikace.

---

<sup>19</sup> CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení*. 1. Praha : Karolinum, 1998. 179 s. ISBN 80-7184-767-4. str.50.

### **2.1.1. Masová komunikace**

Doposud jsme mluvili o komunikaci 1:1. Masovou komunikací je myšlen přenos informací 1:N či dokonce M:N.

Masovou komunikaci zajišťují hromadné sdělovací prostředky, jinak také masová média (masmédia). Jedná se o rozhlas, televizní vysílání, tisk a internet. Informace, kterou podávají masová média je vždy zprostředkovaná a ve většině případů je zpráva poznamenána subjektivními znalostmi a vědomostmi pracovníků masmédií či interpretů.

Podle McQuaila<sup>20</sup> existuje několik základní modelů masové komunikace.

#### **Přenosový model**

Podle McQuaila<sup>21</sup> tento model vychází z teorie Lasswella „Kdo říká co komu jakým kanálem a s jakým účinkem?“. Tato teorie byla doplněna dvojicí Westley a MacLean. Jejich přínos spočívá v zavedení nové role komunikátora čili zprostředkovatele. Posloupnost přenosu sdělení je následující: 1) události a společnost – 2) kanál/ role komunikátora - 3) sdělení – 4) příjemce.

#### **Rituálový čili výrazový model**

Rituálová či výrazová komunikace závisí na sdílených významech a citech a klade důraz na vnitřní uspokojení podavatele či příjemce. Cílem takové komunikace je spíše obřad, prožívání, kde jsou často zakomponovány duchovní hodnoty a jejich zdobnost. Tento model se nachází v náboženství, národních slavnostech či tradicích.

---

<sup>20</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

<sup>21</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

### **Propagační model**

Jak už vypovídá sám název, jedná se o model, který nemá za úkol přenést informaci, ale získat pozornost publika. Tento model využívají především inzerenti v masmédiích a masmédia jím naplňují ekonomický cíl.

### **Příjmový model**

Jedná se o kódování a dekódování mediálního diskurzu. Tento model se velmi odklání od základního přenosového modelu. McQuail popisuje: „...na masovou komunikaci nahlíží z pozice mnoha různých příjemců, kteří nevnímají a nechápou sdělení, jak „bylo vysláno“, ani jak „bylo vyjádřeno“. Tento model vychází z kritické teorie, sémiotiky a výpovědní analýzy.“<sup>22</sup>

## **2.2. Vznik a vývoj ICT**

Vývoj informačních a komunikačních technologií (ICT) je souběžný s vývojem jazyka a řeči. Za informační technologii by mohlo být označeno vše, co přenáší či uchovává informace, tedy i papír a pero. V historii je několik zásadních mezníků ve vývoji informačních a komunikačních technologií, které jsou popsány v této kapitole.

Rozlišuje se několik základních epoch, které na sebe navazují. Následující epocha vždy přebírá to, co bylo v té současné a vyvíjí nové postupy a technologie. Je třeba brát na vědomí, že tato období jsou orientační. Je to předpoklad, protože zvláště pro první éru, časovanou ještě před vznik člověka, je velmi málo důkazů. A i v případě hojných nálezů se názory odborníků liší. Není tedy možné určit jednotný a časově přesný vývoj lidské komunikace. Pro tuto práci to však plně postačí. Účelem této kapitoly je popsat vývoj komunikace, aby bylo snadno pochopitelné, z čeho vychází informační technologie a masová média.

---

<sup>22</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha: Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0. str. 75-76.

### 2.2.1. Epocha znamení a signálů<sup>23</sup>

Tato epocha začíná ještě před vznikem člověka, kdy se jeho nejstarší předchůdci dorozumívali podobně jako dnešní vyšší živočišné druhy, tedy zvuky a pohyby těla. Pomalu začala hrát roli schopnost učení se, jelikož každá rodina či tlupa měla svůj systém těchto znaků a signálů. Schopnost učit se byla umožněna díky rozvoji vědomí.

Předci byli fyzicky schopni vyluzovat jen omezené množství zvuků – vrčení či skřeky. Kvůli nedostatečně vyvinutému hlasovému ústrojí nebyli schopni produkovat tak rozsáhlou škálu zvuků, která je potřebná pro řeč (artikulované zvuky). Dále ke komunikaci využívali části těla, především paže a odlišné postoje celého těla. I přestože postupem času dokázali tyto prvky komunikace vypracovat do složitějšího a velmi účelného systému, který měl jistá pravidla výkladu, byl to stále systém velmi primitivní a pomalý.

V tomto období nedochází k téměř žádnému vývoji kultury a společenského života. Je vědecky doloženo, že postupy, které používáme při komunikaci s jinými lidmi, používáme také při komunikaci sami se sebou – intrapersonální komunikaci. Naši předchůdci nebyli schopni řečové komunikace, nedokázali ani ukládat a vybavovat si myšlenky potřebné pro intrapersonální komunikaci. Jejich duševní život byl zaměřený především na jednoduché pojmy, které byly založené na místním systému zvuků a signálů. Proto tedy tato etapa trvá velmi dlouhou dobu, než dojde ke změně. Mluví se až o milionech let.

---

<sup>23</sup> DEFLEUR, Melvin L.; BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996. 363 s. ISBN 80-7184-09-8.

### **2.2.2. Epocha mluvení a jazyka<sup>24</sup>**

Vznik řeči přichází s člověkem kromaňonským zhruba před 35 – 40 tisíci let. Kromaňonci se fyzicky velmi podobali dnešnímu člověku a jejich hlasové ústrojí bylo plně vyvinuto pro používání řeči. Právě vývoj řeči umožnil tak zásadní změnu. Tehdejší člověk byl schopen vysvětlovat, abstrahovat, analyzovat, syntetizovat a zvažovat. Docházelo tedy k rozvoji nové civilizace, zemědělství, pěstování zvířat. Kromaňonci vyvinuly první výrobní procesy, např. užití kovů, tkaní a byly učiněny zásadní objevy – kola či kladky. Součástí kultury se také stalo umění – keramika, vyřezávané sošky a především nástěnné malby, které se dají považovat za předchůdce písma. Díky změně klimatu se předchůdci často stěhovali a tak bylo umožněno rozšiřování této nové civilizace. V této etapě byl, díky vzniku řeči, zásadně změněn život člověka.

### **2.2.3. Epocha psaní<sup>25</sup>**

Naším předchůdcům trvalo velmi dlouhou dobu, než si osvojili řeč, ale s rozvojem nové kultury a civilizace bylo potřeba zaznamenávat různé informace, a tak netrvalo dlouho (několik století) a začalo vznikat první písmo. Nejprve to byly obrázky zachycované na kameny či stěny jeskyně, které zobrazovaly výjev či konkrétní situaci. Význam těchto obrázků však nebyl ustálený. Významný krok tedy nastává, když lidé vymysleli konvencionalizované piktogramy. Byly to menší obrázky vytesané do kamene, které měly dohodnutý výklad či význam. Lidé tak mohli zaznamenávat informace, které byly potřebné pro jejich zemědělství či obchod. Spolu s touto technikou, která je typická především pro Egyptěany, se objevuje také první „přenosné“

---

<sup>24</sup> DEFLEUR, Melvin L.; BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996. 363 s. ISBN 80-7184-09-8.

<sup>25</sup> DEFLEUR, Melvin L.; BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996. 363 s. ISBN 80-7184-09-8.

médium, kterým byl kámen. Je samozřejmě možné, že Kromaňonci využívali kámen či jiná média dřív, ale žádná se nedochovala.

Mezitím kmen Sumerů vymyslel jinou techniku záznamu, která spočívala v rytí obrázků do destičky z měkkého jílu. Obrázky byly postupně stylizovány a nakonec začali používat tyčku s koncem ve tvaru klínu, kterou vytlačovali značky do jílu. Byly to specifické symboly s konkrétním významem, které jsou dnes nazývány klínové písmo. Klínové písmo přináší tedy i nové médium, kterým jsou hliněné destičky vypalované v ohni. Sumerové učinili ale také další významný posun v písmu (cca 1700 př.n.l.), když přišli na nápad, že jednotlivé symboly nebudou zastupovat myšlenky či pojmy, ale určitě zvuky - slabiky. Díky tomuto se zásoba symbolů výrazně zmenšila a nebyla tak náročná na osvojení. Byl to tedy první krok pro vznik hláskového písma (fonetického záznamu). Za necelých tisíc let se objevilo skutečné hláskové písmo, kdy jeden znak zastupuje jednu souhlásku, později se to ujalo i pro samohlásky. Toto hláskové písmo se velmi rychle rozšířilo do celého starověkého světa.

Objev písma byl zásadním krokem pro vývoj lidské civilizace. Mohly se tak uchovávat informace pro následující generace či překonávat časové a prostorové překážky. Z předešlého textu je jasné, že média té doby byla velmi těžká na to, aby je mohli lidé přepravovat. Zhruba 2500 let před Kristem Egypťané vyvinuli způsob, jak vyrábět papyrus. Byl nesrovnatelně lehčí a snadněji se na něj zapisovaly hieroglyfy. Mayové odtrhávali z fíkusů kůru, kterou namočili do vody a vymlátili do velmi tenkých listů, které pak skládali jako harmoniku do knih s dřevěnými deskami. Díky přenositelnosti a skladnosti se tato média stala nástrojem pro předávání písemných příkazů a nejruznějších informací, uchovávání náboženských zásad a sledování přírodních jevů. Začaly vznikat první knihovny. V této době se začíná rozvíjet

gramotnost lidí ve smyslu schopnosti číst a psát, ale stále to byla doména jen určité vrstvy – odborníci, písaři.

#### **2.2.4. Epocha tisku<sup>26</sup>**

Do 15. století se kopie knih pořizovaly ručně. Velký zlom přišel v roce 1440, kdy mohučský zlatník Johann Gutenberg vynalezl tiskařský lis. Na počátku 16. století se tisknou knihy ve všech evropských jazycích a staly se dostupnými pro všechny, kteří umějí číst v mateřském jazyce. Většina lidí však číst neuměla a proto se začala vzdělávat. To způsobilo velmi vysoký nárůst gramotnosti.

Netrvalo dlouho a objevil se nápad vydávat noviny, nejdřív v Anglii, později i v Americe. Americký koloniální tisk byl nejprve určen pro vzdělanou vrstvu, ale později se z něj vyvinuly noviny i pro řemeslníky, dělníky a obchodníky. Zde vzniká ve třicátých letech 19. století první opravdové masové médium, tzv. noviny za šesták (penny press).<sup>27</sup> Masové noviny zaznamenaly velký úspěch a během několika let se rozšířily do celého světa. První masové médium přináší změny ve společnosti a novou formu komunikace.

#### **2.2.5. Počátek masové komunikace<sup>28</sup>**

Od prvního masového média – novin – se masová komunikace začala rozvíjet velmi rychlým tempem. V polovině 19. století vzniká Morseův telegraf. Nebyl sice masovým médiem v pravém slova smyslu, ale díky němu byly učiněny zásadní poznatky, které vynálezci zužitkovali při vývoji dalších zařízení. O pár desetiletí později byly vynalezeny pohyblivé obrázky (film) a bezdrátová telegrafie. V prvním desetiletí 20.

---

<sup>26</sup> DEFLEUR, Melvin L.; BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996. 363 s. ISBN 80-7184-09-8.

<sup>27</sup> DEFLEUR, Melvin L.; BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996. 363 s. ISBN 80-7184-09-8. str. 37.

<sup>28</sup> DEFLEUR, Melvin L.; BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996. 363 s. ISBN 80-7184-09-8.

století se stal film rodinnou zábavou. Výrazně se rozvíjí rozhlas a televize. V 50. letech se rozhlas dostává do všech domácností a přístroje se začínají zabudovávat i do automobilů. Postupně se takto velkému rozšíření dostává i televize. Od 70. let přibývají další masová média: kabelový přenos, videomagnetofony či interaktivní videotex. Masová komunikace proniká do všech oblastí života a stala se jeho neopomenutelnou součástí.

## **2.3. Rozvoj ICT**

Zde je nutno dodat, že rozvoj ICT se velmi prolíná s vývojem masové komunikace. První známkou komunikační technologie byl optický telegraf, který byl v roce 1837 následován elektrickým Morseovým telegrafem. V roce 1857 je na mořské dno položen kabel, který měl zprostředkovávat telegrafický přenos mezi evropským a americkým kontinentem. Roku 1876 Alexander Graham Bell vynalezl telefon. Přibližně ve stejné době se také vyvíjí přenos obrazové informace - fotografie a fotoaparáty a na konci 19. století se dostává první fotografie do novin. Po té trvá téměř 100 let, než byl vynalezen digitální fotoaparát.<sup>29</sup>

Ta nejmodernější informační technologie – počítač - se vyvíjí již 5000 let. Na svém prvopočátku rozhodně neměla takovou podobu jako dnes. Ve starém Řecku a Římě se používalo počítadlo Abacus. Toto počítadlo bylo prvním krokem ke vzniku počítače. Na počátku 17. století byly vymyšleny logaritmické tabulky a později logaritmické pravítko. První mechanický počítač byl sestaven v roce 1823 Charlesem Babbagem, který měl zpracovávat program uložený na dřevných štítcích. Soudobá technologie mu ale nedovolila projekt dokončit. Roku 1904 jsou k dispozici součástky a jsou vyvinuty počítače nulté generace. V první polovině 20. století pracoval na vývoji počítače Němec

---

<sup>29</sup> Vysoká škola ekonomická v Praze, Teorie a praxe informačních systémů, Přednáška Ing. PhDr. Antonína Pavlíčka, Ph.D., 4. 5. 2010

Konrád Zuse, který sestrojil počítač Z1 a následovali verze Z2 a Z3. Ve Spojených státech to byl Howard Aiken, který vyvinul počítač Mark 1. První počítače byly pomalé, velmi rozsáhlé a nespolehlivé. Práce s nimi nebyla příliš jednoduchá, ale tyto stroje byly nezbytným krokem k dalšímu vývoji.<sup>30</sup>

V roce 1946 nastupuje první generace elektronkových počítačů.<sup>31</sup> Ke konci roku 1947 byl vynalezen tranzistor a v polovině 50. let nastupuje druhá generace počítačů založená právě na tranzistorech.<sup>32</sup> Přelom nastává v roce 1961, kdy Jack Kilby představil první obvod se čtyřmi integrovanými tranzistory. Vzniká obor počítačů založených na čipech s malou integrací. V dalších letech nastal u integrovaných obvodů rychlý rozvoj a vznikaly další stupně integrace.<sup>33</sup> Čtvrtá generace nastupuje roku 1968 zavedením integrovaných obvodů v miniaturizovaném provedení, tzv. mikroprocesorů. Začínají se vyvíjet osobní počítače, již podobné těm dnešním. Společnost IBM vyvinula osobní počítač IBM PC (Personal Computer – osobní počítač), viz Obrázek 2.1. Od tohoto okamžiku se pracuje jak na vylepšování hardware, tak i software těchto osobních počítačů.<sup>34</sup>

---

<sup>30</sup> HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 24.6.2005, 1. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-1-dil>>.

<sup>31</sup> HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 30.6.2005, 2. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-2-dil>>.

<sup>32</sup> HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 15.7.2005, 3. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-3-dil>>.

<sup>33</sup> HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 22.7.2005, 4. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-4-dil>>.

<sup>34</sup> HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 29.7.2005, 5. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-5-dil>>.



**Obrázek 2.1: První osobní počítač IBM PC<sup>35</sup>**

V době, kdy vznikají první počítače, se pokouší lidé tyto stroje propojit počítačovou sítí. První vizi můžeme najít již v povídce z roku 1946, ale až od 60. let 20. století se tato představa začala realizovat. V roce 1972 se začíná vyvíjet e-mail, v roce 1987 vzniká pojem „Internet“, v roce 1989 je publikován první návrh vývoje WWW (World Wide Web) a od roku 1994 se internet komercializuje a rozrůstá se počet uživatelů.<sup>36</sup>

Na závěr nesporně mezi moderní informační a komunikační technologie patří bezdrátová komunikace, která spočívá ve spojení dvou subjektů jinak, než mechanickým způsobem (kabelem). Dnes se vyskytuje u mobilních telefonů či satelitních televizí. Dále jsou také hojně využívány bezdrátové komunikační prostředky u osobních zařízeních, např. WiFi pro připojení PC do bezdrátových sítí nebo technologie Bluetooth umožňující bezdrátový přenos informací nejčastěji mezi přenosnými zařízeními (mobilní telefony, PDA, přenosné počítače).

---

<sup>35</sup> HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 29.7.2005, 5. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-5-dil>>.

<sup>36</sup> Internet. Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 5.11.2001, aktualizováno 3.3.2010 [cit. 4.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>>.

## 2.4. Masmédia, ICT a medializace

Role masmédií spočívá ve zprostředkování určitého sdělení. Typické rysy zprostředkované informace jsou uvedeny již v kapitole 1.2. Na rozdíl od přímé řečové komunikace je pro masmédia charakteristické, že nedochází k časové či prostorové bezprostřednosti, popř. obojí.<sup>37</sup>

Denis McQuail popisuje roli masmédií takto: „...*média do značné míry konstituují společenskou realitu a hlavní rysy normality pro potřeby veřejného, sdíleného společenského života; slouží rovněž jako rozhodující zdroj standardů, modelů a norem.*“<sup>38</sup>

McQuail zde popisuje roli masmédií jako stabilizující. Jiráček<sup>39</sup> však upozorňuje na to, že zároveň média mohou tvořit a prosazovat společenské hodnoty zcela nové nebo naopak působit destruktivně proti nim.

Význam masmédií je podle McQuaila<sup>40</sup> v následujících bodech:

- jsou zdrojem moci – potenciálním prostředkem vlivu, ovládnutí a prosazování inovací ve společnosti;
- jsou prostředím, kde se odehrává velké množství událostí národního i mezinárodního charakteru z oblasti veřejného života;
- jsou zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní;
- jsou primárním klíčem ke slávě a k postavení známé osobnosti;
- jsou zdrojem uspořádaných a veřejně sdílených významových soustav, které empiricky i hodnotově vymezují, co je normální.

---

<sup>37</sup> BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii*. 1. Hranice : Fabula, 2009. 239 s. ISBN 978-80-86600-58-1.

<sup>38</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0. str.

<sup>39</sup> JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a jejich role ve společnosti. *RVP : Metodický portál* [online]. Aktualizováno 10.5.2006 [cit. 6.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/555/media-a-jejich-role-ve-spolecnosti.html/>>.

<sup>40</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

Podle Musila<sup>41</sup> patří mezi pozitivní efekty masmédií zpřístupnění kultury a zábavy širokému publiku, zvýšení aktuálnosti informací a v případě závažné situace, která ohrožuje obyvatele země, masmédia umožňují rychlé rozšíření poplachové informace.

Informační a komunikační technologie jsou nedílnou součástí masmédií. Jak již bylo řečeno v předchozích kapitolách, s vývojem ICT vzniká první masové médium, tedy noviny. Bez ICT by ani nebyl umožněn tak rozsáhlý rozvoj masmédií a rozšíření do všech civilizovaných zemí. Pokud by se nerozvíjely ICT, jejichž počátek je již u knihtisku, zůstala by společnost u ručně psaných knih. Tištěná masmédia by nikdy nedosáhla takového rozmachu, jak je znám dnes.

#### **2.4.1. Medializace**

Medializace je popisována takto: „*aktivní prezentace jednotlivců, skupin i institucí a podniků v různých médiích*“.<sup>42</sup> Medializace souvisí se změnou masmédií, která se již nesnaží informovat či dokonce kultivovat svoje uživatele, ale co nejvíce se prodat a vydělávat. Dochází ke komercializaci a do rukou masmédií se tak dostává moc vybírat svá témata, která budou medializována. Způsob, jak masmédia témata zpracují a celkově podají, publikum nesmírně ovlivňuje.

Termín medializace je často zaměňován s pojmem mediace. Mediace znamená zprostředkování. Z výše uvedeného je tedy zřejmé, že medializací se rozumí sdělení skrze masmédia, což automaticky musí zahrnovat proces zprostředkování, tedy mediaci. Oproti tomu ale mediace nutně nemusí souviset s medializací. Sdělení může být příjemci zprostředkováno bez užití masmédií.

---

<sup>41</sup> MUSIL, Josef. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. 124 s. ISBN 978-80-86723-44-0.

<sup>42</sup> Medializace. *ABZ: slovník cizích slov* [online]. c2006 [cit. 6.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/medializace>>.

## 2.5. Druhy masmédií

Tato kapitola pojednává o tištěných masmédiích, rozhlasu a televizním vysílání. Pro všechna tato média je typické, že tvoří komunikaci ve vztahu 1:N. Každé z těchto médií má různá specifika a vyžaduje různé úsilí a aktivitu od uživatele, proto tedy každé médium charakterizují v následujících podkapitolách.

### 2.5.1. Tištěná masmédia

Na svém prvopočátku byla určena především pro vybranou vzdělanou vrstvu, ale velmi rychle se začaly noviny dostávat i méně vzdělaným vrstvám. V té době nebylo tolik gramotných lidí a tak má vznik masového tisku velký vliv i na zvýšení gramotnosti. Tehdejší noviny měly hlavní úkol informovat. V dnešní době jsou periodika kombinací informačního a zábavního obsahu, fotografií či kreslených obrázků. Některé se pak dokonce zaměřují na zábavní obsah ve smyslu zajímavosti ze společnosti. Zvláštním typem tištěného masmédia je bulvární tisk. Bulvární zprávy většinou představují šíření „senzačních novinek“, často pochybných a laciných. Zpravidla nejsou dobře ověřené. Někdy mohou být i smyšlené. Právě takové zprávy souvisí se snahou médií prodat a vydělávat.

McQuail<sup>43</sup> charakterizuje noviny jako médium takto:

- pravidelné a časté vycházení,
- zbožní charakter,
- informační obsah,
- působení ve veřejné sféře.

Čtenář tisku musí vyvinout poměrně hodně aktivity. Buermann vysvětluje: „*Za první musí vést oči vědomě po řádku písmen, přičemž nepatrnými pohyby očí ohmatává*

---

<sup>43</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

*jednotlivé skupiny písmen a případně i jednotlivá písmena. Za druhé musí pak být tyto optické smyslové počítky vnitřně převedeny na řečové vjemy, aby zprostředkovaný obsah mohl být vědomě přijat a pochopen.*“<sup>44</sup>

### **2.5.2. Rozhlas a televizní vysílání**

Na rozdíl od tištěných médií, rozhlas a televize disponují schopností přímého sledování, přenášení a zaznamenávání událostí ve chvíli, kdy se dějí. Divák/ posluchač tak může být informován téměř ihned. Výhodou vysílání je i jejich větší variabilita při tvoření programu. Škála, kterou tak vysílající média mohou obsáhnout je několikanásobně vyšší než u tištěných médií. Především televizní vysílání dává možnost diváka více zaujmout, čehož hojně využívají inzerenti v televizi. Rozhlas naopak využívá toho, že lidé rádi poslouchají hudbu, a tak dává větší důraz na program skládající se z větší části z hudebních nahrávek.

McQuail<sup>45</sup> charakterizuje vysílací média takto:

- velmi rozsáhlý výstup, rozsah a dosah,
- audio a audiovizuální obsah,
- složitá technologie a organizace,
- národní a mezinárodní charakter,
- velmi rozmanité podoby obsahu.

Aktivita diváka<sup>46</sup> při sledování televizního vysílání klesá. Na obrazovce totiž v žádném okamžiku neexistuje statický a ucelený obraz, jediné setrvačnost lidského zraku dovolí na sítnici vzniknout ucelenému obrazu.

---

<sup>44</sup> BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii*. Hranice : Fabula, 2009. 239 s. ISBN 978-80-86600-58-1.

<sup>45</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

<sup>46</sup> BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii*. Hranice : Fabula, 2009. 239 s. ISBN 978-80-86600-58-1.

Rozhlasové stanice vychází z toho, že posluchači se nevěnují cílenému poslechu rozhlasu, ale mají ho jako doplněk k jiné činnosti. Poslech rádia se tak stává spíše pasivním.

## 2.6. Specifika internetu

Internet nabízí na rozdíl od předešlých masmédií úplně nové možnosti. Jedná se o šíření komunikace ve vztahu M:N. Diváci se setkávají s digitalizovanou podobou předešlých médií, tedy tiskem, televizním i rozhlasovým vysíláním. Charakteristika se ve většině shoduje s vysílacími médii. Šíření masmédií přes internet má však nové výhody, např. větší prostor masmédií, zpětná vazba od diváků, divák získává možnost většího výběru programů a především internet dává uživatelům relativně svobodný výběr z velkého množství zdrojů. Masmédia využívají sociálních sítí pro interakci s diváky či je díky internetovým komunikátorům zapojují do pořadů. Více o těchto možnostech pojednává kapitola 4.4.

Aktivita diváka sledujícího masmédia na internetu je stejná jako u předešlých druhů masmédií. Vždy záleží, zda se divák zajímá o články či sleduje audio/ video záznamy. Rozdíl je v tom, že divák si vybírá pouze takové příspěvky, o které má zájem. Oproti tomu u vysílacích médií se může stát, že je uživatel má zapnuté pouze jako kulisu. Tedy, že skutečně nesleduje program a jeho pozornost se nesoustředí na vysílání.

Komunikační technologie se stále mění a vyvíjejí a samozřejmě tak také ovlivňují masmédia. Tyto změny se dají podle McQuaila<sup>47</sup> charakterizovat dvěma pojmy: konvergencí a fragmentací. Konvergence se vztahuje k distribuci a je tím míněno, že stejný obsah je možné šířit více rozdílnými „kanály“. Fragmentace odkazuje

---

<sup>47</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

k nabízeným službám a obsahům, které média nabízejí – rozsáhlé množství forem mediálních produktů různým skupinám příjemců.

### 3. Společnost a informace

Potřeba získávat nové informace jak pro osobní či profesionální život je příčinou mnoha změn ve společnosti. Původní společnost, která byla zaměřená spíše na výrobu a průmysl se mění na informační. Spolu se změnou společnosti se také mění člověk jako jednotlivec. Tato kapitola pojednává o aspektech informační společnosti.

#### 3.1. Informační společnost

Informace pro společnost v dnešní době znamenají velmi mnoho. Postupem času se z nich stala obchodovatelná komodita. Je tedy samozřejmostí, že s rostoucí vahou informace a způsobů, jak ji šířit ve společnosti (pomocí informačních a komunikačních technologií), se změnila i sama společnost. ICT se rozšiřují do všech oblastí života, aby mohly být informace šířeny snáz a rychleji. Cejpek popisuje tento proces takto: „*Proces pronikání informační techniky a technologie do společnosti označujeme jako informatizaci společnosti. Společnost se podle mnoha teoretiků mění ze společnosti průmyslové na společnost informační.*“<sup>48</sup> Prvotně se informatizace týkala spíše výroby a průmyslu, dnes proniká do státní správy, politiky, školství, obchodování i zábavy. Jsou to především obory, které se týkají komunikace a mezilidských vztahů. Informatizace má zásadní vliv na uspořádání a fungování společnosti.<sup>49</sup>

##### 3.1.1. Charakteristické rysy informační společnosti

Pro informační společnost je charakteristické využívání digitálního zpracování, uchovávání a přenos informací ve velké míře. Zpracování informací vzniká jako nový obor a stává se z něj významná ekonomická aktivita. Tyto změny jsou založeny na

---

<sup>48</sup> CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení*. Praha : Karolinum, 1998. 179 s. ISBN 80-7184-767-4. str.69.

<sup>49</sup> CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení*. Praha : Karolinum, 1998. 179 s. ISBN 80-7184-767-4.

využívání moderních informačních technologií a digitální komunikaci.<sup>50</sup> Hana Slámová uvádí ještě další podstatný rys informační společnosti: „*Dalším rysem je změna profesní struktury obyvatel a posun od oblasti zemědělství a průmyslu do oblasti služeb. S tím souvisí i stav národních ekonomik: investice se přesouvají do těch zemí, kde funguje telekomunikační a informační infrastruktura a které vykazují rychlé tempo sociální adaptace.*“<sup>51</sup>

### 3.2. Informační a počítačová gramotnost

Se změnou společnosti přichází i změna lidského vědomí, změna jedince. S nástupem nových technologií se mění gramotnost lidí. V informační společnosti několika posledních desetiletí si lidé osvojují především informační a počítačovou gramotnost. Tyto dva pojmy se zaměňují, proto budou oba správně definovány, aby byl rozdíl rozpoznatelný.

Informační gramotnost se váže především k teorii informace. Z velkého množství jsou vybrány následující dvě definice, které popisují pojem uceleně a je tak dobře pochopitelný.

*„Informační gramotností je míněna schopnost uvědomit si a formulovat své informační potřeby, orientovat se v informačních zdrojích, vyhledat informace prostřednictvím informačních a komunikačních technologií, tyto informace vyhodnotit a využít při řešení konkrétní životní situace či odborného úkolu.“*<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> ZLATUŠKA, Jiří. Perspektivy rozvoje informační společnosti v ČR. Sborník příspěvků na konferenci ISSS 99[online]. 1999 [cit. 2010-06-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.issc.cz/archiv/1999/sbornik/cz/zlatuska.htm>>.

<sup>51</sup> SLÁMOVÁ, Hana. Charakteristika informační společnosti. ISP I – Úvod[online]. 13.4.2010 [cit. 7.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://joomla.slamow.com/informace-a-spolecnost/prednasky/83-informace-a-spolecnost-i-uvod.html>>.

<sup>52</sup> Státní informační a komunikační politika: e-Česko[on-line]. 2006 [cit. 25. 6. 2007]. Dostupný z WWW: <<http://www.esfcr.cz/files/clanky/1287/SIKP.pdf>>. str. 12.

*„Information literacy is a set of abilities requiring individuals to recognize when information is needed and have the ability to locate, evaluate, and use effectively the needed information.“<sup>53</sup>*

Ve volném překladu druhá definice říká toto: Informační gramotnost je soubor schopností, který jedinec potřebuje, aby rozpoznal, kdy informaci potřebuje, uměl ji vyhledat, zhodnotit a potřebnou informaci efektivně využít.

Definicí je mnoho, ale všechny se shodují, že jde o schopnost. Jiří Dostál<sup>54</sup> ve svém dokumentu ještě dodává, že u všech definic se můžeme setkat s podobnými prvky. Člověk informačně gramotný by měl ovládat následující:

- identifikovat informační potřeby,
- pro získání informací zvolit nejvhodnější strategii,
- využívat odpovídající zdroje a informační systémy,
- v informačních zdrojích vyhledat požadované informace,
- získané informace kriticky zhodnotit,
- informace vhodně zpracovat a využít.

Vzhledem k velkému nárůstu využívání informačních technologií a počítačů v běžném životě se stává počítačová gramotnost předpokladem pro gramotnost informační. Pod pojmem počítačová gramotnost<sup>55</sup> jsou myšleny kompetence, s nimiž je člověk schopen využívat počítač na běžné úrovni (tedy ne odborné). Obvykle se také dodává, že jde o takovou míru využívání počítače, kdy se dotyčný jedinec necítí počítačově handicapován. Informační gramotnost je pojem širší a obsáhlejší než gramotnost počítačová a určitě jej nelze zaměňovat.

---

<sup>53</sup> Information Literacy Competency Standards for Higher Education. Association of College and Research Libraries[online]. 18.1.2000 [cit. 8.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/standards/informationliteracycompetency.cfm#f1>>.

<sup>54</sup> DOSTÁL, J. Informační a počítačová gramotnost – klíčové pojmy informační výchovy[online]. 2007 [cit. 8.6.2010]. Dostupný z WWW: [http://nazornost-ucebni-pomucky.xf.cz/informacni\\_gramotnost.pdf](http://nazornost-ucebni-pomucky.xf.cz/informacni_gramotnost.pdf).

<sup>55</sup> DOSTÁL, J. Informační a počítačová gramotnost – klíčové pojmy informační výchovy[online]. 2007 [cit. 8.6.2010]. Dostupný z WWW: [http://nazornost-ucebni-pomucky.xf.cz/informacni\\_gramotnost.pdf](http://nazornost-ucebni-pomucky.xf.cz/informacni_gramotnost.pdf).

### 3.3. Informační potřeba

V informační společnosti je nutné, aby člověk dokázal definovat svoji informační potřebu. Informační potřebou<sup>56</sup> lze vyjádřit stav, ve kterém jedinec zjišťuje, že jeho vlastní znalost není dostačující pro splnění cíle, který má. Jedná se tedy o rozdíl stávající znalosti o problému či tématu a znalostí, kterou uživatel musí mít, aby svého cíle dosáhl.

Petr Harant<sup>57</sup> ve své práci říká, že pro vznik informační potřeby u jedince musí být splněny tyto předpoklady:

- Musí existovat formulovatelný problém, který je třeba vyřešit.
- Člověk musí být stimulován k řešení tohoto problému.
- A musí mít představu o tom, že tento problém je možné vyřešit.

Profesor Tom Wilson<sup>58</sup>, který se již dlouhou dobu zabývá studiem informačního chování, říká, že termín „potřeba“ je velmi obtížné definovat odbornými termíny. Sám proto raději používá termín „chování při hledání informací“ (information-seeking behaviour) k identifikování aspektů, které se vztahují k informačním aktivitám, které se jeví identifikovatelné, pozorovatelné a díky tomu zkoumatelné. Toto pojetí znázornil na diagramu procesu informačního chování (viz Obrázek 3.1). Diagram znázorňuje uživatele informace, který vstupuje do celého informačního procesu s určitou informační „potřebou“. Tato informační „potřeba“ pak vyvolává určité informační chování, přesněji řečeno „chování při hledání informace“. V závislosti na informačním

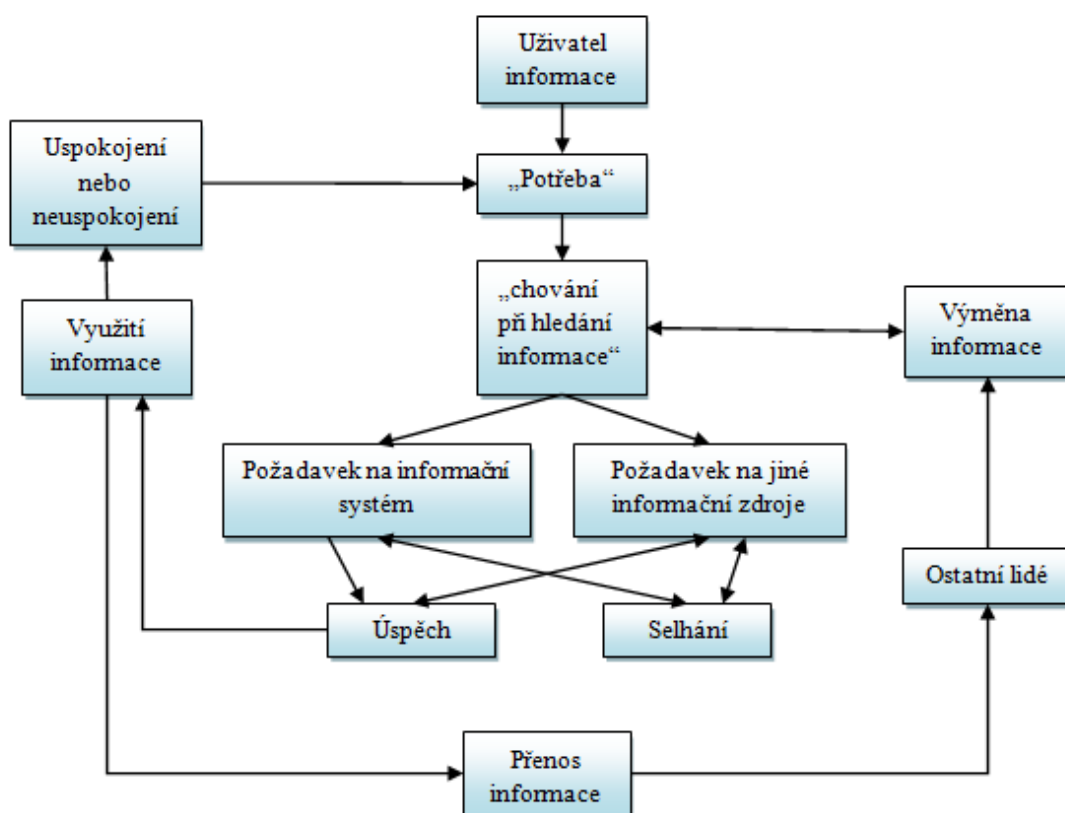
---

<sup>56</sup> PŘÍBRAMSKÁ, Ivanka. Úvod do informačního chování. Ústav informačních studií a knihovnictví [online]. 6.11.2007, [cit. 9.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://uisk.ff.cuni.cz/detail.do?articleId=2671>>.

<sup>57</sup> HARANT, Petr. *Problémy využívání informačních zdrojů v akademickém prostředí*. Bakalářská práce. 2009 [cit. 9.6.2010]. str. 10.

<sup>58</sup> WILSON, T. D. *Information needs and uses: fifty years of progress?* [online]. 1994 [cit. 9.6.2010]. Dostupné z: <<http://informationr.net/tdw/publ/papers/1994JDocRev.html>>. Vlastní překlad.

chování uživatel pracuje v informačním systému či s jinými informačními zdroji a buď uspěje či nikoli. Získá-li uživatel informaci, může dojít k přenosu této informace k dalším lidem či k výměně informací. Nakonec uživatel informaci využije a jeho potřeba je uspokojena nebo neuspokojena. Není-li potřeba uspokojena, dochází k opakování celého procesu.



Obrázek 3.1: Proces informačního chování podle Wilsona<sup>59</sup>

<sup>59</sup> WILSON, T. D. *Information needs and uses: fifty years of progress?* [online]. 1994 [cit. 9.6.2010]. Dostupné z: <<http://informationr.net/tdw/publ/papers/1994JDocRev.html>>. Vlastní překlad.

### 3.4. Globalizace

Téma globalizace je velmi obtížné popsat, protože neexistuje žádná jednotná definice a neexistuje ani žádná ucelená teorie globalizace.

Globalizace je spontánní, neřízený proces. Podle Václava Klause<sup>60</sup> k procesu globalizace dochází díky vývoji techniky (zejména informační a dopravní) a celosvětové liberalizaci a deregulaci.

Následující popis globalizace je výstižný, avšak nedá se považovat za definici.

*“Globalizace je proces interakce a integrace mezi lidmi, společnostmi a vládami různých národů, proces hnáný mezinárodním obchodem a investicemi a podporovaný informační technologií. Tento proces má vliv na prostředí, kulturu, politické systémy, ekonomický vývoj a prosperitu, a na fyzické blaho lidských společností po celém světě.”*<sup>61</sup>

Pro srovnání je uveden druhý popis.

*„Globalisation describes a process by which regional economies, societies, and cultures have become integrated through a global network of communication, transportation, and trade.”*<sup>62</sup>

Volně přeloženo: Globalizace popisuje proces, který regionální ekonomiky, společnosti a kultury integruje do globální komunikační, dopravní a tržní sítě.

---

<sup>60</sup> KLAUS, Václav. Co je to ta globalizace?. Václav Klaus [online]. 6.9.2001 [cit. 10.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://www.klaus.cz/clanky/1655>>.

<sup>61</sup> Kabala : Mezinárodní akademie Kabaly Bnei Baruch [online]. c2009 [cit. 10.6.2010]. Globalizace 101. Dostupné z WWW: <<http://www.kabbalah.info/cz/kabala-celosvtov/eeni-globalni-krize/873-globalizace-101>>.

<sup>62</sup> Globalization. Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 5.11.2001, aktualizováno 3.3.2010 [cit. 10.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Globalization>>.

Lze si všimnout, že obě citace pojednávají o integraci, ale to je pouze jedna strana tohoto procesu. Bauman<sup>63</sup> podotýká, že globalizace nejen spojuje, ale také rozděluje. Součástí procesu globalizace je podle něj také proces „lokalizace“.

Cituji: *„Tyto dva úzce propojené procesy ostře diferencují existenční podmínky celých populací a různých částí té které populace. To, co se jednům jeví jako globalizace, znamená pro druhé lokalizaci; co pro některé věští novou svobodu, dopadá na mnoho jiných jako nezvaný, krutý osud.“*

Globalizace je proces spontánní a pohybující se vpřed, domnívám se tedy, že ho musíme nechat plynout, přestože s sebou nese i negativní důsledky.

---

<sup>63</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Globalizace*. Praha : Mladá fronta, 1999. 160 s. ISBN 80-204-0817-7.

## 4. Působení masmédií na člověka

Masmédia se stala součástí života. Lidé začali masmédiím podřizovat svoje návyky a měnit své chování. Jestliže něco do takové míry ovlivňuje lidský život, měl by o tom něco člověk vědět. V této kapitole budou popsány různé vlivy, kterými na člověka masmédia působí přirozeně a dále i některé techniky, které masmédia využívají k manipulaci.

McQuail<sup>64</sup> rozděluje účinky masmédií do následujících kategorií:

- mohou způsobit záměrnou změnu (konverzi);
- mohou způsobit nezáměrnou změnu;
- mohou způsobit méně významnou změnu (formy nebo intenzity);
- mohou usnadnit změnu (záměrnou či nikoli);
- mohou posílit existující stav (nulová změna);
- mohou zabránit změně.

Autor ještě dodává, že všechny kategorie jsou platné na úrovni jednotlivce, společnosti, instituce a kultury.

### 4.1. Vliv masmédií na člověka

Nejprve bude popsán nejzákladnější vliv, kterým na člověka masmédia působí. Masmédia lidem poskytují pouze zprostředkované informace. Díky tomu je mínění diváků/ čtenářů o dané události či situaci do jisté míry ovlivněno. Pracovníci masmédií a reportéři divákům dle svých individuálních znalostí a vědomostí interpretují určité sdělení a vloží do toho svoji osobitost. Tímto je sdělení ovlivněno. Divák nemá jinou možnost a musí čerpat z toho, co je mu předneseno. Dostávají se k němu tedy

---

<sup>64</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

přinejmenším lehce zkreslené informace. Drobné nuance mezi zprostředkovanou a původní informací mohou způsobit, že člověk dospěje k odlišnému názoru na situaci.

Zkreslení v televizních či rozhlasových zpravodajských pořadech není tak velké, aby to kompletně změnilo názor diváka. K většímu zkreslení však dochází v případě tisku. Tisk je masmédiem zbožního charakteru, tudíž se snaží o co nejvyšší prodej. Často se publicisté snaží o „senzační“ novinku – zprostředkovat čtenářům to, co chtějí číst, na úkor pravdivosti nebo ověření informace. Běžný čtenář nemá možnost zjistit, zda je zpráva pravdivá.

Internet má dvě možnosti, jak se zprávy o dění ve světě uživatel může dočíst. Pokud člověk sleduje zprávy na zpravodajských serverech, které jsou pouze internetovou variantou těch klasicky tištěných, pak je logické, že jedna zpráva bude obsahovat stejná fakta. Periodika by byla jinak sama proti sobě, kdyby v tištěné verzi podávala ve stejném sdělení jiná fakta než v internetové. Čtenáři by byli zmatení, nevěděli by, co z toho je pravda, a přestali by deník považovat za důvěryhodný zdroj informací. Zde je důvěryhodností myšlen čistě subjektivní názor čtenáře. Každý člověk, který čte tisk, má nějaký oblíbený deník, o kterém si myslí, že mu poskytuje pravdivé informace.

Druhou možností informací na internetu jsou portály, které mají pouze internetovou variantu. Fakta v příspěvcích by měla být z důvěryhodného zdroje, autor by měl být podepsán a součástí příspěvku by měly být také zdroje, ze kterých autor čerpal. Často se však stává, že autoři se těchto pravidel příliš nedrží a uživatel nemá žádnou záruku o pravdivosti informace.

Toto byla ta nejmírnější stránka, jak mohou masmédiá člověka ovlivnit. Existuje další silnější vliv, díky kterému si společnost nejen utváří názor na určitou konkrétní situaci, ale mění i jedince celkově - jeho vzhled a chování. Tisk, televize i internet jsou plné pořadů o módě a péči o tělo apod. Tyto pořady působí především na mladé lidi,

kteří chtějí být „in“, a aby se mohli podobat své oblíbené osobnosti, jsou ochotni změnit svůj vzhled, oblékání, mluvu, gesta apod. Teenager dá přednost „šabloně“, kterou reprezentují masmédia, před osobitým stylem.

Největší negativum spočívá ve vlivu masmédií na chování člověka ve společnosti a na jeho psychiku. Lidé raději v pohodlí domova usednou před televizní obrazovku, kde se vžijí do rolí hlavních hrdinů filmu, a unikají tak před reálným světem, než aby šli ven, komunikovali se svými přáteli nebo sportovali. Tato tendence je ještě silnější v případě internetu. Mobilní operátoři se předhánějí v nabídce služeb internetu v mobilu a lidé si připojení ani ve dnech volna a odpočinku, ať už jsou kdekoli, neodpustí.

Velký rozdíl je v tom, zda masmédia působí na psychiku dospělého jedince či na dítě nebo teenagera. Nejprve bude text zaměřen na teenagera.

V psychickém vývoji teenagera je mnoho úskalí. Jsou citliví, zmatení, vyděšení a chtějí zapadnout mezi své vrstevníky. Proto občas udělají krok vedle. To je přirozený vývoj. Špatné je, že masmédia je nikterak neodrazují. Ve filmech se diváci často setkávají se scénami, kde mladiství hrdinové kouří, popíjejí alkohol nebo dělají výtržnosti. A navíc to vypadá, že se skvěle baví. Proč by to tedy teenager také nezkusil? V seriálech pro teenagery řeší hlavní hrdinové, kterým je sotva šestnáct let, svoje sexuální vztahy, jako kdyby to byla jejich jediná starost. Stejně staří diváci pak mají pocit, že zaostávají.

U malých dětí (zhruba 5-10 let) se samozřejmě nejedná o tak velký vliv na chování, ale je to v podstatě prvo počátek toho všeho. Místo, aby rodiče dětem četli před spaním pohádky nebo si s nimi povídali, pustí jim jednoduše pohádku v televizi. Samozřejmě v pohádkách vždy vítězí dobro nad zlem, ale jakou cestou? Hrdinové používají zbraně, zápasí spolu a ve většině případů je někdo zraněn. Děti vyrůstají v domněnku, že svých cílů dosáhnou pomocí násilí. Z televize vymizely pořady pro děti, kde se zpívalo,

cvičilo nebo se děti učily základy angličtiny. Stalo se tak pravděpodobně kvůli nízké sledovanosti a snaze masmédií vydělávat. Opět se dostáváme již k dříve řečenému, že snaha médií se přeměnila z informování na vydělávání. I za cenu toho, že z dětí vyrostou agresivní jedinci.

V neposlední řadě na člověka v masmédiích působí všudypřítomné reklamy. Reklamy a propagace samy o sobě nejsou masmédií, ale díky rozhlasu či televiznímu vysílání mohou zaujmout nejvíce lidí. Právě masové šíření reklam je to, co na člověka tolik působí. Opět jsou k podlehnutí reklamě nejvíce náchylné menší děti, které vidí úžasnou novou hračku a ve svém věku ještě nechápou, že nemůžou mít vše, co vidí. Děti pak naléhají na rodiče, aby jim hračku koupili, a ti často nátlak nevydrží a koupí.

Masmédia mají i několik pozitiv. Za jedno z nich jsou považovány stále více se objevující šoty, které diváky upozorňují na násilí na ženách, nabádají diváky, aby se v autech poutali pásy, i když jedou jen kousek, či říkají dětem, aby nezačínaly kouřit v tak útlém věku. Nutno dodat, že některé jsou natočeny velmi emotivně. Je správné, že se takové šoty objevují. I když jich zatím není mnoho, společnost by je měla plně podporovat.

Druhým pozitivem je bezesporu síla, kterou mohou masmédia zakročit v případě nějaké přírodní katastrofy. Tím je myšleno, že okamžitě po vzniku nějaké tragédie o tom ví téměř celý svět, a co víc, téměř okamžitě vznikají charitativní konta, kam lidé mohou přispívat na pomoc postiženým.

I přestože se text zmiňuje především o obsahu, který má negativní vliv na člověka, přece jen se dá v televizním programu najít nějaký vzdělávací, dokumentární pořad či záznam klasického umění – balet, opera, koncert vážné hudby apod. Také se objevují

pořady, které se lidem snaží pomoci najít ztracené přátele nebo příbuzné nebo pořady typu seznamka. Ovšem tyto pořady diváci sledují spíše proto, že se jedná o reality show.

Masmédia společnost neovlivňují pouze obsahem, který prezentují, ale také celkově svojí existencí vůbec. Pronikají do domácností a lidé jim podřídili své návyky. Ovlivňují je, co se týče prostoru nebo času. Ve většině domácností je místnost s televizí uspořádána tak, aby na televizor bylo vidět z nejvíce možných míst. Televize a rozhlasové přijímače už nejsou jenom v obývacím pokoji, ale postupně se rozšiřují do ložnic, dětských pokojů či dokonce do koupelny a na toaletu.

V televizi si lidé oblíbili konkrétní pořady, kvůli kterým uspořádávají svůj denní rozvrh tak, aby je stihli. Na čtení tisku si vytvořili rituály, kterých se neradi vzdávají a jestliže jim je něco překazí, jsou mrzutí. Někdo čte noviny u snídaně, jiný v metru, dokonce i v těch nejintimnějších chvílích lidé masmédia zapojují do svých životů.

Nakonec jeden velmi důležitý pohled na masmédia. Masmédia jsou v podstatě to, co do jisté míry určuje charakter celé společnosti. Nejen, že přináší informace člověku jako jedinci, přináší je stejně všem kolem něj. Pro správný výklad je použita citace Jiráka: „ Z toho můžeme docela dobře usoudit, co je pro ně - a tedy i pro nás - přijatelné, stravitelné, neřkuli dokonce žádoucí. Média nám svými obsahy nabízejí informace o tom, co je v naší společnosti běžné. [...] V tomto smyslu možná média (snad navzdory obsahům, které nabízejí) přispívají k jisté konsolidaci společnosti, k její stabilitě.“<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> JIRÁK, Jan. O účincích médií. RVP : Metodický portál [online]. 20.6.2005 [cit. 11.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/246/O-UCINCICH-MEDII.html>>.

## 4.2. Mediální manipulace

Za normálních okolností masmédia ovlivňují člověka svým obsahem či existencí. Ale nedělají to proto, aby poskytovala lživé výpovědi o událostech, jde spíše o snahu vydělat. Je to přirozený chod zprostředkování a poskytování informací skrze masmédia. Na druhou stranu za určitých okolností dojde k tomu, že masmédia využijí techniku mediální manipulace, aby diváka oklamala. „Manipulace znamená snažit se, tím či oním způsobem, oklamat druhé. Rozhodovat za ně a neumožnit jim vytvořit si vlastní názor.“<sup>66</sup> V následujícím textu jsou popsány některé možnosti mediální manipulace.

### 4.2.1. Propaganda<sup>67</sup>

Záležitost týkající se především společenských institucí (politických, zájmových). Mleziva říká o manipulaci: „Její působení, ovlivňování lidí a její vliv na společnost jsou obecně známy, přesto ale jsou podceňovány. Proto také dochází k překvapivým účinkům propagandy a ovlivňování jedinců, skupin i celých společenství.“<sup>68</sup> Cílem propagandy je dlouhodobým, soustavným působením ovládnout myšlení i jednání lidí. Mezi některé její znaky patří:

- vazba na ideologii,
- jednoduchost a srozumitelnost ve vyjadřování,
- častým prostředkem dokazování jsou argumenty zvolené podle potřeby,
- tenduje k vyhraněnému hodnocení,
- na všechny otázky má jednoznačnou odpověď,
- využívá emocí,

---

<sup>66</sup> BINKA, Bohuslav. Ubráníme se? – pokus o stručnou typologii současné mediální manipulace [online]. 31.8.2005 [cit. 2010-06-12]. Britské listy. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/24750.html>>.

<sup>67</sup> MLEZIVA, Emil. *Diktatura informací*. Plzeň : Aleš Čeněk, s.r.o., 2004. 133 s. ISBN 80-86898-12-1.

<sup>68</sup> MLEZIVA, Emil. *Diktatura informací*. Plzeň : Aleš Čeněk, s.r.o., 2004. 133 s. ISBN 80-86898-12-1. str. 104.

- k ovlivnění využívá sugestivních formulací,
- sdělení (obsah informace) podřizuje záměru.

#### **4.2.2. Nesrozumitelnost<sup>69</sup>**

Jedná se většinou o informace politické či vědecké. Masmédia nechtějí, aby diváci rozluštili skutečný obsah sdělení, proto používají velmi odborné výrazy a komplikovanou větnou strukturu. Na první pohled pak divák obsahu neporozumí, může se mu tedy zdát, že další jednání toho, kdo jím manipuluje, je správné nebo o toto sdělení ztrácí zájem a opět tak nechává prostor pro manipulaci. Tato metoda manipulace je jednou z nejprimitivnějších metod klamání, ale přesto velmi úspěšná.

#### **4.2.3. Emoce a kontext**

Masmédia při zprostředkovávání informací záměrně volí taková slova, záběry nebo fotografie, které jsou emocionálně zabarvené a to tím způsobem, aby diváky přiměly vytvořit si takový obrázek o dané události, jaký chtějí. V jiném případě mohou zmiňovat pouze část události bez důležitého kontextu, tudíž nakonec finální sdělení říká úplně něco jiného, než se skutečně stalo. V tisku se mohou objevovat fotografie, ke které je jen jakýsi krátký, nic neříkající popisek. Je zřejmé, že pokud je k fotografii přiložený pravdivý a plně vysvětlující text, divák událost vnímá jinak, než pokud vidí samotnou fotografii, která většinou bývá emocionálně zbarvená.

#### **4.2.4. Řazení sdělení**

Způsob, jakým masmédia řadí zprávy, se dá také považovat za manipulaci. Zařazením sdělení na úvod zpravodajského pořadu televize či rozhlas říká, že toto sdělení je velmi důležité. Důležitost je také umocněna dobou reportáže, která je sdělení

---

<sup>69</sup> BINKA, Bohuslav. Ubráníme se? – pokus o stručnou typologii současné mediální manipulace [online]. 31.8.2005 [cit. 2010-06-12]. Britské listy. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/24750.html>>.

věnována. Následuje příklad na nedávných povodních: v průběhu května 2010 byla Morava z velké části zaplavena. Byla to hlavní událost, která se v České republice odehrávala. Televize vcelku logicky reportáže o této události stavěla téměř vždy na první místo a věnovala jim zhruba třetinu času celých zpráv. Pokud by to byl ale dvou minutový spot na konci zpráv, televize by říkala, že situace není nikterak závažná a že není důvod k neklidu. Masmédia mají v tomto velkou moc. Stane-li se nějaká událost a média jí přisoudí větší váhu a začnou vysílat mimořádné zprávy o této události, divák může nabýt pocitu, že se děje něco vážného a když to televizi vysílá v mimořádných zprávách, možná je to důvod pro strach či paniku. Přičemž se může jednat o závažnou událost, anebo může jít o událost jednorázovou, která nenese žádné vážné důsledky a neovlivní životy lidí a pak není zapotřebí diváky znepokojovat mimořádnými zprávami.

### **4.3. Jak se bránit vlivu masmédií**

Nejprve bude uvedena pravděpodobně ta nejjednodušší obrana a to proti vlivu existence, tedy co do prostoru a času. Není to nic, co by si průměrně inteligentní člověk nemohl uvědomit. Je pouze na jednotlivci, jestli si televizi či rozhlas pustí nebo zakoupí nějaká tištěná periodika. A pokud nechce být tolik závislý na masmédiích, musí mít vůli a oprostit se od nich, nepořizovat si televizor do každé místnosti v domě a nerozvrhovat svůj denní program podle televizních pořadů. Existuje mnoho činností, kterými se dá sledování masmédií nahradit.

Obrana proti mediálním obsahům je složitější. Mnohdy skutečně masmédia člověka ovlivňují, aniž by si to uvědomoval. Ale dospělí a rozumně uvažující lidé, by měli racionálně přemýšlet nad tím, co jim masmédia sdělila a dle svého uvážení věřit pouze tomu, co se jim zdá důvěryhodné a ne všemu, co se jim masmédia snaží namluvit.

Opět v případě dětí a teenagerů je o něco těžší se ubránit. Děti ještě nemají ten rozum, aby mohly odhalit, co je a co není pravda. Teenageři raději následují nejnovější hity, než aby riskovali, že budou vyhoštěni ze společnosti svých vrstevníků. Ale i zde existuje řešení. Rodiče by své malé děti měli raději držet dále od televize a internetu. Samozřejmě úplně se tomu vyhnout nedá a jistě by děti měly být vychovávány tak, aby s těmito informačními a komunikačními kanály uměly zacházet, protože žijeme v informační společnosti. Rodiče by se ale měli snažit sledování televize a surfování na internetu u svých dětí nahradit například tím, že děti povedou ke sportu, ke skupinovým aktivitám s jejich vrstevníky a podporovat jejich koníčky. U teenagerů by měli vzbuzovat snahu hlavně o individualitu, přirozené sebevědomí (ne přehnané) a podporovat je, aby se především na základě svých dovedností a vlastností cítili ve společnosti svých vrstevníků dobře a neměli potřebu uchýlovat se k věcem, které jsou jim prezentovány v masmédiích (viz kapitola 4.1.).

Bránit se mediální manipulaci je obtížné už proto, že je tak těžko odhalitelná. Propaganda je rozpoznatelná podle znaků, které jsou uvedeny v předešlé kapitole 4.2. Je to především manipulace známá, lidé většinou vědí, jak vypadá. Spíše ignorují fakt, že by na ně také mohla působit. Možná by se proto lidé měli více zamyslet, jestli právě to, co jim např. politické instituce tvrdí, není propaganda a následně se podle toho zachovat. Rozhodovat se více na základě vlastního názoru, popř. nedůvěřovat pouze jednomu zdroji, ale pokud je téma skutečně zajímavé, dohledat si informace v dalších zdrojích.

Nesrozumitelnost může divák rozpoznat vcelku jasně, ale bránit se jí nemůže. Pokud se k němu dostane sdělení plné odborných termínů a věta bude dlouhá na pět řádků, těžko z něj pochopí, co mu chtěl autor říci. Pak snad jedinou obranou proti takové

manipulaci je se tímto sdělením více nezaobírat a nedělat na základě takového sdělení žádné závěry.

Emocionální zabarvení rozpoznáme také na první pohled. Pokud se k jednomu aktérovi sdělení vážou pouze kladná slova a k druhému slova negativní, je divákovi jasné, koho média považují za dobrého a koho za špatného. Divák ale není schopen rozeznat pouze na základě takového sdělení, jestli je emocionální zabarvení ze strany masmédií na místě nebo se námi snaží manipulovat. Snad jen na základě sledování jedné události v několika různých nezávislých masmédiích se dá najít o něco málo objektivnější pohled.

Manipulaci řazením sdělení či změnu kontextu divák nemá možnost odhalit. Nezná souvislosti a může zprávu slyšet poprvé v životě. Této manipulaci se bohužel neubrání.

Jedna rada za všechny zní: zachovat si zdravý rozum a vlastní názor a neuvěřit hned všemu, co masmédia předkládají.

#### **4.4. Internet a masmédia**

Internet hraje významnou roli v masmédiích. Jednak jako varianta klasických tištěných periodik či vysílacích masmédií, ale také díky němu masmédia získávají nové možnosti, jak navázat kontakt se svými diváky.

Klasická tištěná i vysílající masmédia mají omezený prostor pro sdělení čtenářům/divákům. Mnoho těchto masmédií však využívá internet k rozšířené nabídce, toho co se jim nevešlo do vydání klasického. Internetová varianta masmédií pro diváka představuje výhodu, protože se toho může dozvědět více a samozřejmě má větší možnost volby, jaký pořad bude sledovat. Mnoho televizních či rozhlasových stanic nabízí i na svých stránkách archiv odvysílaných pořadů. Diváci tak mohou zhlédnout svůj oblíbený pořad i v případě, že pár dílů zmeškali. Některé televizní stanice na svých stránkách nabízejí

pohled do zákulisí. Mají pro různé pořady vytvořené rubriky a zde se divák může dozvědět nejen popis děje, ale většinou i nějaké zprávy o hercích či o pokračování pořadu apod.

Tabulka 4.1 znázorňuje, kolik uživatelů sleduje televizní či rozhlasové vysílání přes internet. Údaje jsou z roku 2009 a uveřejnil je Český statistický úřad.

|                                         | 2009                |      |      |
|-----------------------------------------|---------------------|------|------|
|                                         | absolutně<br>number | %*   | %**  |
| <b>Celkem</b>                           | 1 566 222           | 17,6 | 31,5 |
| <b>Věková skupina</b>                   |                     |      |      |
| 16-24                                   | 532 446             | 43,7 | 48,4 |
| 25-34                                   | 434 171             | 25,3 | 32,9 |
| 35-44                                   | 307 426             | 20,2 | 27,8 |
| 45-54                                   | 150 538             | 10,9 | 19,1 |
| 55-64                                   | 117 272             | 7,9  | 22,1 |
| 65-74                                   | 20 985              | 2,4  | 19,8 |
| 75+                                     | -                   | -    | -    |
| 65+                                     | 24 371              | 1,6  | 19,0 |
| <b>Nejvyšší dosažené vzdělání (25+)</b> |                     |      |      |
| Základní                                | 22 777              | 2,3  | 24,2 |
| Střední bez maturity                    | 266 676             | 8,7  | 24,0 |
| Střední s maturitou                     | 470 724             | 18,5 | 26,8 |
| Vysokoškolské                           | 273 600             | 26,2 | 30,1 |
| <b>Ekonomická aktivita</b>              |                     |      |      |
| Zaměstnaný                              | 966 045             | 19,5 | 27,9 |
| Nezaměstnaný                            | 53 923              | 16,2 | 31,2 |
| Student                                 | 411 338             | 50,3 | 51,8 |
| Důchodce                                | 33 737              | 1,7  | 18,8 |
| <b>Pohlaví</b>                          |                     |      |      |
| Muž                                     | 912 810             | 21,1 | 35,6 |
| Žena                                    | 653 412             | 14,3 | 27,1 |

\* Hodnota je procentem z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině

\*\* Hodnota je procentem z uživatelů internetu v dané socio-demografické skupině

**Tabulka 4.1: Použití internetu v posledních 3 měsících pro poslouchání rádia/  
sledování televize<sup>70</sup>**

Ve většině případů také dochází ke kombinaci jednotlivých masmédií na internetu. Na internetových stránkách jedné televizní stanice se tak můžeme setkat s mnoha videi, články a jinými záznamy. Dokonce i v případě rozhlasových stanic dochází k tomu, že

<sup>70</sup> Český statistický úřad: Využívání ICT jednotlivci, 2005-2009 [online]. c2010 [cit.17.6.2010]. Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti\\_a\\_jednotlivci](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti_a_jednotlivci).

na své internetové stránky vkládají videa ze studia, aby si posluchači mohli udělat představu o tom, jak to v prostředí rozhlasového studia vypadá.

Přímo se nabízí druhá výhoda, kterou má internetová varianta masmédií. Je to zpětná vazba od diváků. Většina zpravodajských portálů má stránku uzpůsobenou tak, že je u každého příspěvku možnost komentáře či diskusní fórum. Diváci tak mohou vyjádřit svůj názor na danou událost či sdělení. Masmédia také využívají tuto možnost, pro získání názorů publika ve formě anket. Chce-li např. nějaký tištěný časopis pozměnit svůj obsah, nechá na svých internetových stránkách hlasovat své čtenáře a zjistí tak, co čtenáře více zajímá a čím by se mu potenciálně mohla zvýšit tržba.

Hlavním cílem masmédií je diváka zaujmout. Bez internetu k tomu masmédia využívají především chytlavé titulky nebo ty nejzajímavější ukázky. Nejlepší možnost, jak diváky a posluchače zaujmout, je zapojit je do vysílání. V mnoha televizních a rozhlasových stanicích se proto využívá právě internet. Tato varianta se začala rozvíjet necelé dva roky zpět, dříve se k tomu používal především telefon. Nyní pro tuto interaktivitu vysílající masmédia používají komunikační programy fungující přes internet (např. Skype). Tato náhrada za telefon je způsobena především náklady, které by diváci museli vynaložit, kdyby do studia chtěli zatelefonovat. Oproti tomu tyto komunikační programy jsou ve specifických případech zdarma, tudíž za to divák nemusí vynaložit ani korunu.

Druhou možností, jak zapojit diváky a dospět tak k interakci s nimi, jsou především sociální sítě (např. Facebook). V mnoha pořadech jak rozhlasových, tak televizních, se objevuje část, kdy reportér položí otázku nebo nastíní situaci, ta je zveřejněna také na stránkách v sociální síti a diváci zde mohou vyjadřovat svůj názor, pouštět se do diskuze s ostatními. V průběhu televizního či rozhlasového pořadu je stránka v sociální síti sledována a některé příspěvky jsou vybrány a zveřejněny přímo v pořadu. Většinou se

s tímto typem interakce diváci mohou setkat v rozhlasovém vysílání, o něco méně pak ve zpravodajských či diskusních pořadech televizního vysílání.

Sociální sítě také umožňují další rozšiřování masmediálních článků a videí. Uživatelé se zde podle svých zájmů přidávají do různých skupin a stávají se fanoušky toho, co je zajímavé. Lehce tak mohou sdílet se svými přáteli příspěvek, který je zaujal a doporučit ho ostatním. Poslední dobou se na internetových stránkách stále více objevují u různých příspěvků specifická tlačítka, kterými uživatel může označit svůj zájem. Jeho přátelé v sociální síti to mohou vidět a díky tomu se o stránkách a konkrétních masmédiích dovídá více a více lidí.

Neopomenutelnou výhodou internetu je vlastní prostor, který zde uživatelé získávají. Nejen že mají mnohem větší přístup k různým masmédiím a mohou vyjádřit svůj názor. Diváci sami mohou být zdrojem informací a vytvářet masmediální komunikaci. V dnešní době existuje možnost si zdarma zřídit svoji stránku. Zde uživatel v rámci zákona může prezentovat svoje články, svoje fotografie, jakoukoli svoji vlastní tvorbu, podělit se o ni s ostatními uživateli internetu a taktéž je zapojit do vytváření stránek. Dát ostatním prostor pro zpětnou vazbu. Toto je výhoda, která dělá internet oproti ostatním masmédiím výjimečný.

## Závěr

Mnoho rad, jak se bránit vlivu masmédií bylo řečeno již v předešlém textu. Přesto však znovu apeluji na čtenáře, aby se od masmédií více oprostili, odpočinuli si od nich. Je důležité mít správné informace ve správnou dobu, ale to neznamená, že musíme být neustále v obklopení sdělovacích prostředků a ICT. Je na každém z nás, abychom si šáhli do svědomí, zda masmédia nesledujeme přespříliš. Není to věc, kterou bychom škodili druhým, ale proč škodit sami sobě? Stávají se z nás líní jedinci, kteří mají díky internetu téměř vše přímo pod rukama a pokud budeme takto pokračovat, za pár let již vůbec nebudeme vycházet ze svých bytů a jediný kontakt s okolním světem pro nás budou představovat ICT.

To ale neznamená, že bychom ICT neměli využívat vůbec. Dokonce si myslím, že bychom měli podporovat jejich další vývoj a zlepšování. Ale pouze proto, aby nám pomáhaly v pracovních záležitostech, usnadnily komunikaci s úřady či mezi firmami. V okamžiku, kdy jde o osobní život, volný čas a zábavu, bychom sledování masmédií a využívání ICT mohli a snad i měli omezit. Pokud ne, lehce se může stát, že časem si náš den bez surfování na internetu či pár hodin u televize vůbec nebudeme moci představit a co hůř, staneme se na nich chorobně závislími. A svoboda, kterou nám za normálních okolností internet poskytuje, se najednou stane skličující.

Domnívám se, že v následujících letech spolu s vývojem nových možností ICT bude docházet i k rozvoji masových médií. Obávám se však, že obsah, který nám masmédia prezentují, se nezmění. Je to záležitost, nad kterou by se lidé měli zamyslet a možná se pokusit s ní něco udělat. Masmédia jako taková obsah změnit nechtějí, protože právě takový program, který pozorujeme, jim pravděpodobně vydělává nejvíce.

Spolu s rozvojem ICT a masmédií je také potřeba, aby lidé byli schopni s těmito novými možnostmi pracovat. V dnešní době je pořád ještě poměrně vysoké procento informačně a počítačově negramotných lidí. Do budoucna by se mělo dětem a dospívajícím dostat vzdělávání v tomto směru. Děti by se měly učit, jak zacházet a vyhledávat v informačních zdrojích a pracovat s informačními technologiemi a jak se postupem času vyvíjejí nové možnosti ICT, měla by se přizpůsobovat také výuka. Zároveň by se také mělo dbát na výuku mediální výchovy. Lidé by si po té měli být vědomi toho, jakou mají masmédia moc a lépe by si všímali manipulativních sklonů masmédií.

Já sama si bez masmédií a internetu život představit už nedokážu. Nepotřebuji je k životu každý den, ale využívám je čteně. Smutné je, že až když člověk prostuduje mnoho materiálu a snaží se poradit čtenářům, uvědomí si, jak se naše společnost na těchto prostředcích stává závislá. Proto se pokouším podat obraz o tom, jak nás masmédia ovlivňují, a doufám, že lidé si to uvědomí stejně jako já a alespoň částečně užívání masmédií a internetu omezí.

## Seznam použitých zdrojů

ABZ: SLOVNÍK CIZÍCH SLOV: Medializace. [online]. c2006 [cit. 6.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/medializace>>.

ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES: Information Literacy Competency Standards for Higher Education [online]. 18.1.2000 [cit. 8.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/standards/informationliteracycompetency.cfm#f1>>.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalizace*. Praha : Mladá fronta, 1999. 160 s. ISBN 80-204-0817-7.

BINKA, Bohuslav. Ubráníme se? – pokus o stručnou typologii současné mediální manipulace [online]. 31.8.2005 [cit. 2010-06-12]. Britské listy. Dostupné z WWW: <<http://www.blisty.cz/art/24750.html>>.

BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii*. 1. Hranice : Fabula, 2009. 239 s. ISBN 978-80-86600-58-1.

CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2005. 233 s. ISBN 80-246-1037-X.

CIGÁNIK. Definice informace. Data – informace – znalosti. [online]. Aktualizováno 13. 2. 2010 [cit. 29. 3. 2010]. Dostupné z WWW: <<http://web.sks.cz/users/ku/ZIZ/inform1.htm>>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD: Využívání ICT jednotlivci, 2005-2009 [online]. c2010 [cit.17.6.2010]. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti\\_a\\_jednotlivci](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti_a_jednotlivci)>.

DEFLEUR, Melvin L.; BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996. 363 s. ISBN 80-7184-09-8.

DOSTÁL, J. Informační a počítačová gramotnost – klíčové pojmy informační výchovy[online]. 2007 [cit. 8.6.2010]. Dostupný z WWW: <[http://nazornost-ucebni-pomucky.xf.cz/informacni\\_gramotnost.pdf](http://nazornost-ucebni-pomucky.xf.cz/informacni_gramotnost.pdf)>.

EVROPSKÝ SOCIÁLNÍ FOND V ČR: Státní informační a komunikační politika: e-Česko[on-line]. 2006 [cit. 25. 6. 2007]. Dostupný z WWW: <<http://www.esfcr.cz/files/clanky/1287/SIKP.pdf>>.

HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 24.6.2005, 1. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-1-dil>>.

HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 30.6.2005, 2. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-2-dil>>.

HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 15.7.2005, 3. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-3-dil>>.

HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 22.7.2005, 4. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-4-dil>>.

HALCIN, Jakub. Příběh počítače. Galaxie [online]. 29.7.2005, 5. díl, [cit. 4.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.galaxie.name/index.php?clanek=pribeh-pocitace-5-dil>>.

HARANT, Petr. *Problémy využívání informačních zdrojů v akademickém prostředí*. Bakalářská práce. 2009 [cit. 9.6.2010].

JIRÁK, Jan. O účincích médií. *RVP : Metodický portál* [online]. 20.6.2005 [cit. 11.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/246/O-UCINCICH-MEDII.html/>>.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a jejich role ve společnosti. *RVP : Metodický portál* [online]. Aktualizováno 10.5.2006 [cit. 6.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/555/media-a-jejich-role-ve-spolecnosti.html/>>.

KABALA : MEZINÁRODNÍ AKADEMIE KABALY BNEI BARUCH [online]. c2009 [cit. 10.6.2010]. Globalizace 101. Dostupné z WWW: <<http://www.kabbalah.info/cz/kabala-celosvtov/eeni-globalni-krize/873-globalizace-101>>.

KLAUS, Václav. Co je to ta globalizace?. Václav Klaus [online]. 6.9.2001 [cit. 10.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://www.klaus.cz/clanky/1655>>.

KUČEROVÁ, Helena. Definice informace. Data – informace – znalosti. [online]. Aktualizováno 13. 2. 2010 [cit. 29. 3. 2010] Dostupný z WWW: <<http://web.sks.cz/users/ku/ZIZ/inform1.htm>>.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

MLEZIVA, Emil. *Diktatura informací*. Plzeň: Aleš Čeněk, s.r.o., 2004. 133 s. ISBN 80-86898-12-1.

MUSIL, Josef. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 2. Vyd. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. 124 s. ISBN 978-80-86723-44-0.

NONAKA, Ikujiro. Social sciences and innovation [online]. OECD Publishing, 2001 [cit. 13.6.2010]. Developing unified, dynamic knowledge management systems. Dostupné z WWW:

<[http://books.google.cz/books?id=d3wH44Etm0sC&dq=Nonaka+dynamic+knowledge+belief&source=gbs\\_navlinks\\_s](http://books.google.cz/books?id=d3wH44Etm0sC&dq=Nonaka+dynamic+knowledge+belief&source=gbs_navlinks_s)>.

Přednáška Ing. PhDr. Antonína Pavlíčka, Ph.D., 4. 5. 2010

PŘÍBRAMSKÁ, Ivanka. Úvod do informačního chování. Ústav informačních studií a knihovnictví [online]. 6.11.2007, [cit. 9.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://uisk.ff.cuni.cz/detail.do?articleId=2671>>.

ROSICKÝ, Antonín. *Informace a systémy: základy teorie pro úspěšnou praxi*. Praha: Oeconomica, 2009. 200 s. ISBN 978-80-245-1629-5.

SKLENÁK, Vilém. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001. 507 s. ISBN 80-7179-409-0.

SLÁMOVÁ, Hana. Charakteristika informační společnosti. ISP I – Úvod[online]. 13.4.2010 [cit. 7.6.2010]. Dostupný z WWW: <<http://joomla.slamow.com/informace-a-spolecnost/prednasky/83-informace-a-spolecnost-i-uvod.html>>.

STODOLA, Jiří. Hodnota informace [online]. Aktualizováno 1. 6. 2008 [cit. 12. 4. 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.inflow.cz/hodnota-informace-0>>.

WIKIPEDIA: THE FREE ENCYCLOPEDIA: Globalization. *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 5.11.2001, aktualizováno 3.3.2010 [cit. 10.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Globalization>>.

WIKIPEDIE: OTEVŘENÁ ENCYKLOPEDIE: Informace. *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 11.6.2002, aktualizováno 3.3.2010 [cit. 29.3.2010]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Informace>>.

WIKIPEDIE: OTEVŘENÁ ENCYKLOPEDIE: Internet. *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 5.11.2001, aktualizováno 3.3.2010 [cit. 4.6.2010]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>>.

WIKIPEDIE: OTEVŘENÁ ENCYKLOPEDIE: Znalost. *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 5.11.2001, aktualizováno 3.3.2010 [cit. 29.3.2010]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Znalost>>.

WILSON, T. D. *Information needs and uses: fifty years of progress?* [online]. 1994 [cit. 9.6.2010]. Dostupné z: <<http://informationr.net/tdw/publ/papers/1994JDocRev.html>>.

ZLATUŠKA, Jiří. Perspektivy rozvoje informační společnosti v ČR. Sborník příspěvků na konferenci ISSS 99[online]. 1999 [cit. 2010-06-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.issc.cz/archiv/1999/sbornik/cz/zlatuska.htm>>.

## Seznam obrázků a tabulek

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Obrázek 1.1: Data, informace, znalosti podle Rosického .....                                           | 16 |
| Obrázek 2.1: První osobní počítač IBM PC .....                                                         | 28 |
| Obrázek 3.1: Proces informačního chování podle Wilsona .....                                           | 39 |
| Tabulka 4.1: Použití internetu v posledních 3 měsících pro poslouchání rádia/ sledování televize ..... | 52 |