

UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE

TREND SÚČASNEJ KULTÚRY INFORMAČNÝCH MÉDIÍ
ESEJ

Vypracovala: Bc. Renata Kačiová

Študijný odbor: moFI

Školský rok: 2018/19

Doba nedôvery

Môže v súčasnosti demokracia prežiť bez dôvery v spoločnosti v zmysle každodenných informácií, ktoré nám sprostredkujú médiá? Mnohí ľudia by reagovali pohotovo, bez zaváhania a nik by nebol zaskočený negatívnou odpoveďou. Trend rastu nedôvery najmä v inštitúcie, politických lídrov a nedôvery medzi ľuďmi nemôže prežiť. Vtedy, keď už spoločnosť je na pochybách a viac skeptická ako pozitívne naladená vo vzťahu k demokracii. Nedôvera v „systém“ sa stáva akousi spoločenskou paradigmou, kultúrnym kódom dnešnej doby a paradoxne sa stáva jedinou istotou, ktorá oživa v dnešnom svete a naberá na svojej sile. V tejto eseji sa budem snažiť vysvetliť niektoré problémy, ktoré sa javia v našej spoločnosti.

Ekonomická neistota stále viac ohrozuje stredné vrstvy, ktoré pod ťarchou globalizácie kapitalizmu technologizáciou práce, prehlbujúcej sa majetkovej polarizácie strácajú pôdu pod nohami. Čoraz viac ľudí nadobúda silné presvedčenie, že dnešný ekonomicko-politický systém, nie je reprezentantom ich potrieb a majú pocit sklamaní. Tomuto trendu napomáha popularita antiestablišmentových politických síl a ich kandidátov naprieč krajinami a kontinentmi. K tomu sa pridáva existenčná neistota ľudí a tieto obavy nadobúdajú povahu nadvlády primárnych pudov a emócií.

Neistý svet a pocit, že ma systém nereprezentuje sa stáva atraktívnym pre sprisahanecké a konšpiračné teórie. Doba im praje, lebo čím je svet neprehľadnejší a znepokojujúcejší, tým väčšmi ľudia potrebujú pre jeho jednoduché pochopenie aj jednoduché schémy. A to je fakt, ktorý vyviera z ľudskej prirodzenosti a nijako sa nedotýka len ľudí s nízkym IQ. Zjednodušená skutočnosť je dôležitá, pre potreby jej mentálneho spracovania. Je to mechanizmus bez ktorého by sme ako ľudia prakticky nemohli fungovať. Preto sme si preň evolúciou vytvorili sofistikované mechanizmy kognitívnych skratiek, mytológie stereotypov a iných „simplifikátorov reality“. Faktom zostáva, že málokto už verí v systém. Čo z toho vyplýva? Že podoba dnešnej demokratickej moci, je prepojená s ekonomickým systémom globálneho kapitalizmu a trans-nacionalizáciou. Politickí lídri sledujú naplnenie svojich mocenských ambícií a tieto príčiny, uberajú čoraz viac voľnejšieho priestoru v ktorom by sa mohli očakávania voličov naplňovať. Potom jediným dôsledkom sa stáva len opakované sklamanie, frustrácia, nedôvera a nárast nových protestných strán.

Keď si to všetko zhrniem, vzniká neistota, nespokojnosť a nedôvera, ako kľúčové znaky dnešnej doby. Na dôvažok tieto znaky sa vzájomne posilňujú v špirále, ktorá nemá dobrý koniec. V spoločenských vedách sú tieto trendy a javy pomerne dobre rozpracované. K týmto znakom spoločenskej nedôvery, patrí aj charakter a úroveň verejnej diskusie politikov, ktorá nie je práve bohatá na konštruktívny dialóg a dobrú vôľu skutočne riešiť problémy spoločnosti. Verejná aj medziludská diskusia o spoločenských problémoch, je na bode mrazu. Dôvodom je informačný a diskusný priestor, ktorý sme si sami prostredníctvom nových technológií vytvorili. Príčinou je neschopnosť počúvať sa a mať aspoň elementárny záujem porozumieť inému názoru, ako je náš vlastný.

Informačné bubliny

Publicistická činnosť internetu nabúrала informačnú autoritu verejnoprávnych médií a renomovaných žurnalistických domov, ktoré boli hodnovernejším garantom objektívnejších informácií a tým do určitej miery verejnej diskusie a verejnej mienky. Tieto médiá vytvárali široké publikum, ktoré zdieľalo spoločnú informačnú realitu a bolo schopné na vzájomný dialóg. Obe kľúčové funkcie médií, ktoré reprezentujú zdravú diskusnú kultúru, sú dnes ohrozené. Pokúsím sa to vysvetliť. Za minútu je vložených 300 hodín videa do kanála YouTube, 340-tisíc tweetov, „olajkovaných“ je 4,1 milióna facebookových postov, 1,7 milióna fotiek na Instagrame, videných 20 miliónov fotiek na Flickeri a tým krivka je na vzostupe. Takto vyzerá súčasný, jednosmerný informačný tok verejnej mienky. A mienku dnes tvoria všetci. Týmito príčinami vzniká pluralita názorov, zvyšujúca vplyv pomätencov a extrémistov. Problém internetu a občianskej angažovanosti publikovať svoje názory na sociálnych sieťach, dáva možnosť protagonistom, ktorí šíria dezinformácie rovnakú silu, ako serióznym mediálnym zdrojom. Bežný človek nemá dostatok zdrojov, pre spoľahlivé odlíšenie serióznej informácie od konšpirácií. Tak ako z tejto spleti slepých uličiek von? Čo by nám mohlo pomôcť dostať sa k pravde? V tomto môže pomôcť len dôsledné vzdelávanie v mediálnej informačnej kompetencii v povinných školských osnovách, ktoré ešte nie je ani v plienkach.

Sociálne siete v súčasnosti slúžia, ako informačné bubliny vlastnej reality. Aj v dobe pred facebookom, bolo možné zavrieť sa do vlastného informačného sveta a nekonfrontovať svoje názory s ľuďmi iného pohľadu na vec.

Dnešný odklon od klasických médií a primárna orientácia na sociálne siete, ako prvoradý informačný zdroj sa stal trendom mimoriadne prístupným a atraktívnym. Dnes je úplnou samozrejmosťou, že na vlastných profiloch v sociálnych sieťach sa prirodzene obklopujeme prevažne ľuďmi podobných záujmov, podobných myšlienok, životných štýlov, filozofií, pohľadov na svet, názorov a často aj politických orientácií, čerpajúcich informácie z podobných zdrojov. Tento fakt, znižuje schopnosť preniknúť do iných komunít, diskutovať o názoroch a postojoch s ľuďmi iného typu, alebo odlišnej politickej orientácie nazerania na svet. Identický typ informačného prostredia vychádza v ústrety prirodzenej snahe ľudskej mysle minimalizovať výskyt situácií, aby bol vlastný pohľad na svet porovnávaný s názormi zo strany konkurencie. A to je jednou z príčin toho, že technologické výtopy sú také úspešné. Cielená komunikácia sa stala v súčasnosti hlavným nástrojom súboja záujmov. Takáto vopred plánovaná komunikácia s konkrétnym cieľom v podobe reklamy, je všadeprítomná a všeobecne akceptovaná. Ľudia získali do svojich rúk prostriedky, ktoré im umožňujú akékoľvek informácie, ktoré nie sú v súlade s ich predstavami a presvedčeniami vyhlásiť za propagandu a odoprieť im dôveryhodnosť, čím sa diskusia končí. Ľudia sa správajú v duchu „moja je pravda“ a opačný názor je produkt propagandy. Je to ľuďom prirodzené, pretože súperiť s argumentmi je vždy náročnejšie, ako spochybniť oponenta a jeho názor. Tu by mali platiť konkrétne pravidlá spochybniteľnosti, pretože takto môžeme spochybniť čokoľvek, nebude nič platiť a diskusia je bezpredmetná. Tento narastajúci trend verejnej debaty založenej na všadeprítomnej propagande je v dnešnom svete na vzostupe dôsledkom je rastúca nedôvera a slabá schopnosť reálnej diskusie.

Čomu ešte veríme?

Do popredia sa dostáva otázka čomu majú ľudia v dobe nedôvery, ale aj mimo nej vo všeobecnosti veriť? Akým spôsobom odlišujú to čo rešpektujú ako pravdu a čo ako produkt propagandy a informačný odpad? Najjednoduchšia odpoveď znie, že veria vlastným pravdám. Naše zafixované predstavy, stereotypy, predsudky sú hlavným filtrom cez ktorý ľudia vyhodnocujú objektivnosť prichádzajúcich informácií a predovšetkým nemôže chýbať jednota, súzvuk prichádzajúcej informácie s týmito zafixovanými predstavami ľudí. Tento fakt je rozhodujúci pre prijatie, alebo odmietnutie informácie a je všeobecne akceptovaný.

My ľudia máme prirodzenú tendenciu neupravovať svoje predstavy a stereotypy podľa prichádzajúcich informácií, ale informácie interpretovať podľa zafixovaných predstáv a stereotypov. Meniť svoje zaužívané stereotypy si vyžadujú fyziologickú zmenu nervových spojení v mozgu a tomu sa chce ľudský mozog podľa možností vyhnúť. Vedecká obec z oblasti kognitívnych vied dospela na základe výskumov k záveru, že ľudský mozog sa vyvinul nie ako nástroj, ktorý sa sústreďuje predovšetkým na hľadanie objektívnej pravdy, ale najmä na potvrdenie pravdy vlastnej, teda vlastných predstáv a presvedčení.

Podľa sociálneho psychológa Jonathana Haidta má tento fakt evolučný pôvod. Prežitie človeka po státisíce rokov záviselo od toho, či bol prijatý do tlupy. Vyvinuli sme si mimoriadnu schopnosť obhájiť svoje postoje a názory a získať si tak dôveryhodnosť ostatných členov skupiny. Podobne psychológ Philip Tetlock rozdeľuje ľudské myslenie na exploratívne a potvrdzujúce, pričom potvrdzujúce myslenie dominuje. Jeden z popisov procesu, ako ľudia dospievajú k záverom a úsudkom ponúka aj Thomas Gilovich zo Stanfordovej univerzity. Podľa Thomasa Gilovicha, ľudské vyhodnocovanie a spracovávanie prichádzajúcich informácií funguje tak, že keď človek úvodnej informácii chce veriť, pýta sa seba „Môžem tomu veriť?“

Ak človek nájde čo i len jeden pseudoargument potvrdzujúci jeho zafixovanú predstavu je spokojný, pretože je pripravený svoj záver v prípade potreby obhájiť pred spochybnením. Rovnako keď informáciu chceme odmietnuť pýtame sa podľa Gilovicha: „Musím tomu veriť?“ a stačí nám jeden argument, ktorý informáciu vyvracia a je to pre nás uzavretá téma.

Pre ľudskú myseľ a tvorbu záverov a úsudkov nehrá rozhodujúcu úlohu kvantita a kvalita prichádzajúcich informácií, ale v prvom rade miera ich súzvuku s existujúcimi zafixovanými predstavami. Potvrdzovať si svoju pravdu je významná, ale nie jediná prirodzená pohnútkou a motivácia ľudskej mysle. Preto by mala informačná vojna a mediálna politika spolu so spoločnosťou i v ľuďoch samotných spočívať v tom, aby si tvorili čo najviac prvkov a situácií nášho informačného a komunikačného prostredia, ktoré nebudú vychádzať našej snahe o sebaoptimum, ale naopak budú nás konfrontovať s konkurenčnými pohľadmi na svet. Myslím si, že je to cesta k väčšej otvorenosti nášho poznania a myslenia. Bolo by dobré dosiahnuť kvalitu schopnosti skutočne diskutovať, poskytovať priestor na vyjadrenie názoru aj iným bez toho, že bude vopred odsúdený na zánik. Ukázať gesto dobrej vôle si porozumieť a v konečnom dôsledku viac si dôverovať. Vysoká dôvera je znakom spoločností, kde sa žije najlepšie.

Ten kto ovládne tieto skryté mechanizmy spoločenskej komunikácie a kontroly automaticky disponuje značnou mocou nad smerovaním verejnej mienky ľudí. Schopnosť ovplyvňovať názory a verejnú mienku, je daná niektorým predstaviteľom mocenskej elity.

Nechcem napísať, že všetky médiá sú zlé. Vážim si mnohých investigatívnych novinárov na Slovensku, ktorí odvádzajú dobrú prácu a snažia sa podávať verejnosti čo možno tie naj dôveryhodnejšie informácie. No neviem sa zbaviť pocitu, že médiá čoraz viac ovplyvňujú verejnú mienku a dianie a to nie len u nás, ale všade na svete. Mnohé informácie sú vytrhnuté z kontextu a nie vždy sa zakladajú na pravde. Zmysel spočíva v tom, či publikácia bude odrážať danú realitu a nie primárne na tom, či text je napísaný dostatočne dobre. Niektoré správy sa stávajú holými nezmyslami a potom sa stáva samozrejmosťou reakcia, že ľudia neveria médiám a sú skeptickí. Môžem sa preto oprávnene opýtať : „Akú úlohu by mali mať médiá ? “ Touto otázkou sa zaoberali teoretici už v prvej polovici 20.storočia. Politológ a teoretik komunikácie Harold Lasswell vytvoril typológiu médií.

1.) Informačná funkcia :

a .) informácie o podmienkach v spoločnosti a vo svete , informácie o kultúre a umení b .) informácie o inováciách pokroku vo vede a technike c .) objektívne naznačovať mocenské vzťahy

2.) Korelačná funkcia :

a .) vysvetľuje , komentuje význam jednotlivých udalostí

b .) podporuje authority a normy c .) socializuje

c .) vytvára konsenzus

d .) vytvára postupnosť priorít v správach

3.) Funkcia kontinuity :

a .) hovorí o dominujúcich kultúrach , objavuje subkultúry a nové trendy v kultúre

b .) presadzuje a udržuje všeobecné hodnoty

Ďalšie funkcie médií je funkcia zábavná a funkcia presvedčovania, pre politické ciele a ekonomický vývoj. Keď sa pozriem na to, aký je trend funkcií médií v súčasnosti, musím konštatovať fakt, že funkcie, ktoré som prebrala od Harolda Lasswella, absolútne absentujú.

Vysielané informácie verejnosti cez médiá sú vytrhnuté z kontextu a nič nehovoriace. Napadli mi primárne dve funkcie, ktorými sa dnešné médiá riadia. Je to funkcia zarábať a funkcia moci manipulácie ľudí. Sú to hlavné príčiny súčasnej existencie médií.

Na uvedený trend kultúry médií sa veľmi dobre hodí Lipmannova: Teória podkožnej ihly. Práca je z dvadsiatich rokov 20. storočia a je do dnes veľmi aktuálna. Lipmann predpokladal, že akcie vyvolané médiami zasiahnu každého človeka a každý jednotlivec bude reagovať na podnet médií rovnakým, alebo podobným spôsobom ovplyvňovania.

Dôvodom je glorifikácia médií ich neobmedzenosť silný účinok, ktorý silne infikuje názormi iniciátora. Nemá záujem vnímať a vôbec brať do úvahy individuálne rozdiely osobností ich vzdelanie, sociálne postavenie, politické či ekonomické zázemie. Takýto stav by skôr mohol prežiť v totalitných krajinách, kde všetky médiá sú pod centralizovaným dohľadom. Ale my všetci sme svedkami, že „kvitne“ aj v demokratických krajinách nevynímajúc tú našu.

Začiatkom osemdesiatych rokov 20. storočia až do súčasných čias prevláda teória, že médiá sú skutočne veľmi silné.

V dnešnej dobe sa publikum stáva dostatočne odolné a aktívne, aby racionálne zvažovalo ponúkané informácie. V týchto časoch je obrovský nárast a vývoj masmediálnych prostriedkov. Majú veľký význam pre štát, podnikateľské subjekty a ekonomika rastie do závrtných rozmerov. Zároveň sa objavujú stále viac rôzne spôsoby manipulácie verejnej mienky.

Do tejto etapy sa zaraďuje teória kódovania a dekódovania od Stuarta Halla. Dochádza ku konfrontácii sile médií a vplyve na ľudí a spoločnosť. Avšak ich sila závisí od našej schopnosti, či neschopnosti odolávať. Podľa toho sa delí publikum na aktívne a pasívne. To do akej miery je publikum aktívne sa dá podľa Mc.Ouaila rozdeliť na:

- 1.) Selektivitu - divák nevníma pasívne všetko zaradom, ale vyberá si či bude čítať tlač, počúvať rozhlas, alebo pozeráť televíziu.
- 2.) Utilitarizmus - nadväzuje na selektívnosť, človek si vyberá len správy, ktoré sú pre neho užitočné, médiá využíva na vzdelávanie, uspokojovanie svojich potrieb a osobný rozvoj.
- 3.) Intencionalita - publikum vníma informácie tak, aby podporovali jeho záujmy a názory. Z tejto predstavy o aktivite publika vychádza aj teória kódovania a dekódovania. Ľudia rozdielne dekódujú informácie v závislosti od ich vnímania sveta.

4.) Kritika a interaktivita - Publikum je dostatočne odolné voči médiám dokáže kriticky zhodnotiť vysielané obsahy a nenechá si vnučovať cudzie názory . Samostatne prehodnotí všetky dostupné informácie aj tie, ktoré nadobudol vlastnými skúsenosťami a až potom si vytvorí postoje.

Na publikum sa teda dá nazeráť, ako na aktívne, ktoré bezhlavo neprijíma všetky mediálne obsahy za svoje. Avšak treba si dávať pozor, lebo pri nadmernom pôsobení médií sa ľahko môžu naše zmysly otupiť a naša aktivita sa zmení na pasivitu.

Na úroveň spoločnosti je dopad médií veľmi badateľný. Vo veľkej miere sa podieľajú na stabilite spoločnosti nakoľko práve médiá formujú názory a postoje jedincov. Majú v moci integrovať ich tvoriť danú podobu spoločnosti a tiež podobný smer ich myslenia.

Táto myšlienka vychádza z toho, že neustálym prijímaním televíznych príbehov, správ a životov celebrit sa začnú identifikovať s mediálnymi postavami a vznikne navonok mylná predstava o skvalitňovaní ich života . Ide o únik z každodennej reality. Taktiež spoločenská kontrola zo strany médií sa v nemalej miere podieľa na stabilite a to tým že ponúkajú iba určité obsahy tým a tým konštruujú sociálnu realitu. To znamená, že podporujú iba dané hodnoty také, ktoré sa im hodia a tým vzniká rozloženie moci.

Médiá sa počas historického vývoja svojho vzniku podieľali na formovaní spoločenského a kultúrneho života. Považujú sa za druh spoločenskej inštitúcie, ktorá okrem distribúcie informácií má na svedomí aj tvorbu a formovanie verejnej mienky a rozvoj „informovanej spoločnosti.“ Sú výsledkom interakcie jednotlivých sociálnych vzťahov a názorov. Sú prostriedkom komunikácie a šírenia informácií. V 20.storočí a začiatkom 21. storočia sa z médií stal veľmi dôležitý predmet obchodu, keďže ovládaním médií sa dá získať obrovská moc. Tou prvou mocou je ekonomika a druhou mediálna moc. Médiá sa stali zneužívaným prostriedkom na upevňovanie vlastnej moci. Na dosiahnutie vlastných cieľov a presadzovanie vlastných názorov. Cieľavedome sa stávajú nástrojom manipulácie s verejnosťou.

Dá sa hovoriť o vzniku mediálneho priemyslu, pre ktoré sú charakteristické vlastnosti ekonomické (produkcia a distribúcia tovaru), politické (výkon moci a spoločenská regulácia), kultúrne (produkcia a reprodukcia spoločensky zdieľaných programov).

Je osobnou záležitosťou každého z nás nakoľko necháme ovplyvňovať naše životy, názory, postoje a medziludské vzťahy médiami. Vedia byť dobrým pomocníkom, ale aj zlým pánom. Jedno je však isté. Médiá patria do moderného života a sú jeho súčasťou.

Na ich základe je dnes založený celý svet. Od politiky, cez obchod, ekonomiku, kultúru, umenie, zábavu, šport až po sociálne väzby.

Použitá literatúra

- Dinka P. Slovenské masmédiá , metódy manipulácie , Bratislava : Tlač PPA, 2008
- Jiráček, J. Kopplová B. Médiá a spoločnosť , 2 vydanie Praha : Portál , 2003
- Mc. Quail . D. Úvod do teorie masové komunikace , 1 vydanie Praha : Portál 1999

