



Jana Gluchmanová
Institute of Ethics and Bioethics
Faculty of Arts, University of Prešov, Slovakia

The ethical aspects of the media text

Abstract

The author of the paper focuses on the ethical aspects of the text, the media text and the relationship of the media text - percipient. She approaches the factors that influence the choice of media text (by viewers) and the characteristics of media content intended for children's recipients.

Keywords: Ethics, media, text, percipient, electronic media.

Pod pojmom text v slovníkoch slovenského jazyka sa uvádza definícia, že ide o obsahovo aj formálne relatívne celistvý, uzavretý, spojený útvar znakovkej povahy, výsledok zámernej komunikačnej aktivity jednotlivca alebo partnerov v určitej situácii s určitým komunikačným cieľom, stelesňujúci v sebe zároveň kreatívny proces jeho tvorby. Môžeme tak hovoriť o texte hovorenom, písanom, tlačenom, no v súčasnosti je silnejšia tendencia spracovávať texty do elektronickej podoby. Podľa obsahu texty sú sprostredkované buď užšiemu okruhu ľudí, no najčastejšie širokej verejnosti. Stávajú sa tak súčasťou hromadných oznamovacích prostriedkov, čiže médií. V takom prípade hovoríme o mediálnych textoch. V súčasnosti snáď pre všetky vekové kategórie patrí televízia k najsledovanejším médiám. Domnievam sa, že dôležitú úlohu v rámci mediálnych textov zohrávajú aj etické aspekty, ktoré by mali zohrávať významné miesto pri formovaní každej osobnosti.

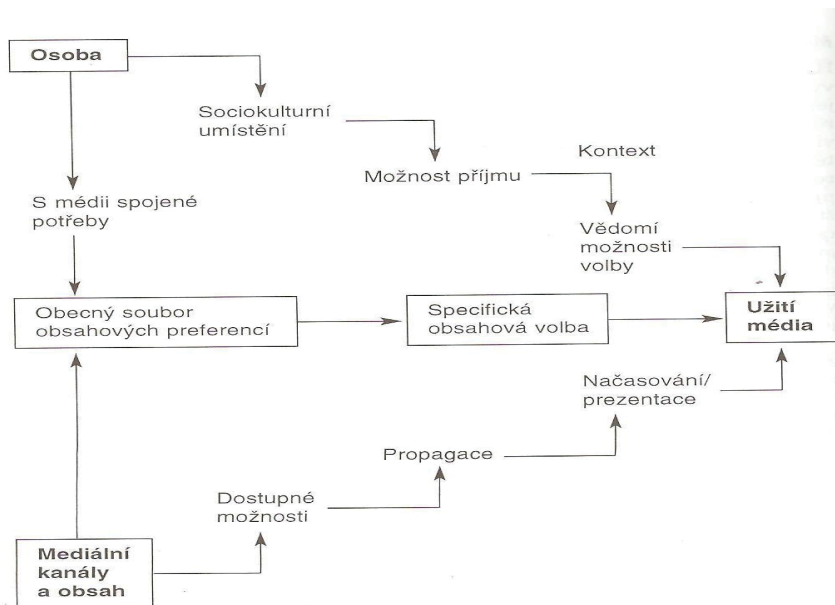
Na základe tvrdení Denisa McQuaila naznačím najvýznamnejšie faktory, ktoré ovplyvňujú publikum pri výbere televízneho mediálneho textu. Spomínanými faktormi sú:

- Všeobecné sociálne a kultúrne okolnosti (vek, sociálny status, kultúrne zázemie, vzdelanie);
- Dostupnosť (priestorová a časová);
- Zvyky (súvisia napr. s pravidelným užívaním jedného média a s následným prilipnutím naň);

- Obsahové preferencie, vkus a záujmy (napr. divák obľubujúci kriminálne seriály si vyberie kanál, resp. médium, ktoré vysiela seriály tohto typu – v našej mediálnej sfére napr. TV JOJ);
- Povedomie o alternatívnych možnostiach (taktiež vyplývajúcich z vkusu a záujmov diváka) dostupných v danom čase;
- Kontext sledovania (často výsledok kompromisu; výber konkrétneho média či konkrétneho mediálneho textu – televízneho programu závisí od okolností, ktoré dané sledovanie sprevádzajú, napr. s kým daný človek pozerá televíziu, či má vplyv na rozhodovanie o výbere a podobne) (McQuail (2002, s. 333).

MODEL DIVÁCKEHO A MEDIÁLNEHO VPLYVU NA UŽÍVANIE MÉDIÍ (FORMOVANIE PUBLIKA)

Vplyv pramení od ľudí z médií. Konštatujem, že práve títo ľudia, vzhľadom na ich bezprostrednú spojitosť s médiami majú najviac možností ako ovplyvňovať dianie okolo seba a tak aj z hľadiska etických aspektov dbať na správnosť konaní a uskutočňovanie čo najlepších rozhodnutí.



Zdroj: D. McQuail: Úvod do teorie masové komunikace, 2002, s. 336

TELEVÍZNY MEDIÁLNY TEXT A DETSKÝ DIVÁK

Okrem zamerania sa na porovnanie možných vplyvov televízie na základe generačných rozdielov medzi vybranými percipientmi, považujem za dôležité upozorniť aj na vzťah televízny text a detský divák. Rada by som poukázala na charakteristické črty televíznych textov určených maloletým divákovi vrátane ich etického a morálneho rozmeru, a rovnako priblížim klasifikáciu mediálnych obsahov u nás i v zahraničí.

Podľa E. Fleminga, ktorý vychádzal z poznatkov W. Schramma, sa dieťa „pozerá na televízne programy preto, lebo uspokojujú jeho tri dôležité potreby: 1. potrebu zospoločenšenia, t. j. postupnej prípravy na účasť v spoločenskom živote a samostatnej činnosti v ňom; 2. potrebu objavovania sveta a stanovenia životných cieľov; 3. potrebu úniku pred nudou. Televízia uspokojuje tieto tri potreby pomocou kategórie, fantázia a skutočnosť“. Svet fantázie umožňuje: 1. uspokojenie potreby utiecť od unavujúcej skutočnosti, od nepríjemností a od nudy a prázdnoty života. Na druhej strane fantázia umožňuje vniknúť i do sveta plného krás a romantizmu, 2. uspokojenie túžob a snov, ktoré sa nemôžu uskutočniť, 3. uspokojenie potreby nadobudnúť skúsenosť bez toho, že by sa človek vydal riziku i následku nepodareného pokusu.“ (W. Schramm, cit. in E. Fleming, 1965, s. 90–91).

Medzi charakteristické črty mediálnych textov určených detskému príjemcovi patrí:

- a. ikonickosť – text má otvorenú štruktúru znakov, deti totiž najprv vnímajú ikonické znaky a až neskôr sa naučia chápať reči symbolov (Tom a Jerry - nešikovný kocúr a prešibaný, vynaliezavý myšiak sú dokonalým príkladom na ikonické postavy; medzi ikonickým znakom a označovaným predmetom existuje podobnosť),
- b. modelovosť – vlastnosť, ktorá pomáha deťom ľahšie porozumieť okolitým udalostiam vo svete (napr. Harry Potter alebo Superman – postavy, ktorých konanie je ľahko predvídateľné),
- c. dynamika – spočíva predovšetkým v rýchlom striedaní tempa (napr. dobrodružné rozprávky, no najmä PC hry) a
- d. sekvenčnosť – sekvenčné texty – nezávislé, popretrhované, krátke výjavy (napr. reklamné texty, videoklipy...) (J. Rusnák, 2009, s. 139).

Mediálny text určený detskému príjemcovi musí mať v prvom rade prvky dejovosti a rýchly spád. Deti upúta najmä narastajúce napätie a jeho následné rýchle vyriešenie. Aj výsledky nášho výskumu potvrdili, že deti okrem programov určených pre najmenších, vyhľadávajú aj akčné filmy či kriminálne seriály. Ich záujem o animované filmy a rozprávky klesá.

V danom kontexte by som upriamila pozornosť aj na etické a morálne aspekty mediálnych textov, na ktoré by mal poukázať rodič alebo dospelá osoba, pretože samotné dieťa nie stále vie rozlíšiť dobro od zla, správne od nesprávneho. Výsledkom nesprávneho pochopenia mediálnych textov bývajú často morálne negatívne prejavy v správaní niektorých jedincov.

TV RATINGS SYSTEM – KLASIFIKÁCIA PROGRAMOV ELEKTRONICKÝCH MÉDIÍ

Výber vhodného mediálneho obsahu pre deti je komplikovaná záležitosť, nie vždy totiž z názvu či stručného obsahu v TV programe dokážeme odhaliť, čo všetko daný mediálny produkt skutočne obsahuje. Priestor na ochranu detí pred všetkým nevhodným, čo televízia ponúka, poskytujú systémy klasifikujúce jednotlivé programy a ich následná kontrola (napr. formou právnych noriem).

Vo svete existuje systém, ktorý určuje vhodnosť, resp. nevhodnosť jednotlivých programov pre určené divácke kategórie. Označenie je vo vysielacej praxi USA umiestňované zvyčajne 15 sekúnd pred začiatkom samotného programu v ľavom hornom rohu televíznej obrazovky.

Klasifikácia jednotlivých programov v USA:

TV-Y: Vysielanie je vhodné pre deti všetkých vekových kategórií. Program tohto typu neobsahuje žiadne násilie, vulgárne rečové prejavy či sexuálne obsahy.

TV-Y7: Vysielanie je vhodné pre deti od siedmich rokov.

TV-G: Vysielanie vhodné pre všetky druhy publika.



TV-PG: Tento druh programu môžu deti sledovať len v prítomnosti rodičov. Program totiž môže obsahovať agresívne výrazy, obmedzené formy násilia, sexuálne zafarbené dialógy a situácie. V najnovšej vysielacej praxi sa pod príslušnú ikonu pridáva spresňujúca skratka VL (násilie, *violence*), S (*sex*), L (*language*, hrubé výrazy) a D (dialógy obsahujúce sexuálnu tematiku).

TV-14: Program nie je vhodný pre deti mladšie ako štrnásť rokov, obsahovať môže komplikované témy, agresívne výrazy a sexuálny obsah.

TV-MA: program určený len pre dospelého diváka, môže obsahovať otvorené scény so sexuálnym obsahom, násilia a agresívne výrazy (TDGA.: Radio – Television Terms & Definitions. <http://www.tdga.org/pdf/radio-tv-glossary.pdf> [3. 5. 2008]; porovnaj aj J. Rusnák, 2009, s. 138).








Podobná klasifikácia existuje aj v našej mediálnej sfére. Jednotný systém označovania (JSO) programov funguje už od roku 1999. Spočíva v označovaní všetkých televíznych titulov grafickým indikátorom informujúcim o vhodnosti či nevhodnosti programu pre jednotlivé vekové kategórie. Tento systém je upravený právnymi normami zakotvenými v Zbierke zákonov.¹

GRAFICKÉ SYMBOLY JEDNOTNÉHO SYSTÉMU OZNAČOVANIA NA SLOVENSKU²

Grafický symbol číslo	Klasifikácia podľa jednotného systému označovania	Grafický symbol jednotného systému označovania
1.	nevhodné pre vekovú skupinu maloletých do 7 rokov	
2.	nevhodné pre vekovú skupinu maloletých do 12 rokov	

1 Podrobnejšie pozri vyhlášku Ministerstva kultúry Slovenskej republiky z 3. decembra 2007, ktorou sa ustanovujú podrobnosti o jednotnom systéme označovania audiovizuálnych diel, zvukových záznamov, umeleckých výkonov, multimediálnych diel, programov alebo iných zložiek programovej služby a spôsobe jeho uplatňovania, Zbierka zákonov č. 589/2007.

2 Podrobnejšie pozri prílohu k vyhláske č. 589/2007 Z. z.

3.	nehodné pre vekovú skupinu maloletých do 15 rokov	
4.	nehodné a neprístupné pre vekovú skupinu maloletých do 18 rokov	
5.	vhodné pre vekovú skupinu maloletých do 12 rokov	
6.	vhodné pre všetky vekové skupiny maloletých	U
7.	výchovno-vzdelávacie vhodné pre vekovú skupinu maloletých do 7 rokov	
8.	výchovno-vzdelávacie vhodné pre vekovú skupinu maloletých od 7 rokov	
9.	výchovno-vzdelávacie vhodné pre vekovú skupinu maloletých od 12 rokov	
10.	výchovno-vzdelávacie vhodné pre vekovú skupinu maloletých od 15 rokov	

ZÁVER

V závere možno konštatovať, že verejné masmédiá, ku ktorým patrí aj televízia, v značnej miere sa podieľajú na šírení faktov, názorov ľudí, slúžia ako istý druh zábavy pre široký okruh percipientov a iných informácií. V širšom ponímaní stále ešte pretrvávajú zdieľanie verejnosti, že v prvom rade médiá sa zameriávajú na správy. Rozhlas, televízia a najmä internet sú v súčasnosti považované za najrozšírenejšie médiá, ktoré sprostredkujú prijímateľom najväčšie množstvo mediálneho textu. Nesmieme zabúdať, že v prípade detského diváka a neskôr aj dospelého sú dôležitou súčasťou aj etické aspekty spočívajúce v rozlíšení dobra a zla, správneho a nesprávneho a podobne, čo má v konečnom dôsledku veľký vplyv aj na ich etické a morálne hodnoty vrátane ich správania a konania v každodennom živote.

LITERATÚRA:

- FLEMING, E.: Televízia vo výchove a vzdelávaní. *Prekl. Hapala, Dušan*. Bratislava: SPN, 1965.
- <http://slovníky.juls.savba.sk/>
- McQUAIL, D.: Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portal, 2002
- RUSNÁK, J.: Textúry elektronických médií. Vývoj a súčasný stav. Prešov: FF PU, 2009.
- TDGA: Radio – Television Terms & Definitions. <http://www.tdga.org/pdf/radio-tv-glossary.pdf> [3. 5. 2008]