

**Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre**  
**Filozofická fakulta**

**BAKALÁRSKA PRÁCA**

**2011**

**Martin Duraj**

**UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE**  
**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

**KULTÚRNA GLOBALIZÁCIA Z POHĽADU**  
**MEDIÁLNEJ ETIKY**

**Bakalárska záverečná práca**

Študijný program: aplikovaná etika – etika profesijných činností  
Školiace pracovisko: Katedra všeobecnej a aplikovanej etiky  
Školiteľ: Prof. PhDr. Dalimír Hajko, DrSc.

**Nitra 2011**

**Martin Duraj**

Ďakujem Prof. PhDr. Dalimírovi  
Hajkovi, DrSc. za odborné vedenie,  
metodické usmernenie, cenné odborné  
rady a pripomienky pri spracovávaní  
bakalárskej práce.

## ABSTRAKT

DURAJ Martin: *Kultúrna globalizácia z pohľadu mediálnej etiky*. [Bakalárska práca] / Martin Duraj. – Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. Filozofická fakulta; Katedra všeobecnej a aplikovanej etiky. –Školiteľ: Prof. PhDr. Dalimír Hajko, DrSc.. Stupeň odbornej kvalifikácie: Bakalár. – Nitra: FF UKF 2011. 37 s.

Práca je obsahovo zameraná na problémy kultúrnej globalizácie z pohľadu mediálnej etiky, rozoberá globalizáciu a planetarizáciu ako súčasť aktuálnych procesov vo vývine ľudskej spoločnosti. Vysvetľuje vzťah výmeny informácií a komunikačných systémov ku globalizačným procesom. Popisuje masovokomunikačné prostriedky ako súčasť revolúcie v oblasti komunikácie a výmeny informácií medzi ľuďmi a kladie dôraz na etický aspekt problematiky. Venuje sa popisu základných problémov etiky, morálke ako spoločenskému javu, popisuje človeka ako spoločenskú, aktívnu, sebavedomú a kultúrnu bytosť, tvorivú, otvorenú a slobodnú, esteticky cítiacu, s rozvíjajúcou sa mravnou, etickou a politickou kultúrou počas celého historického vývoja ľudstva. Rozoberá čiastočne aj aplikáciu znalostí základov etiky a ľudskej morálky do oblastí médií a akéhokoľvek šírenia informácií vo svete.

Hlavným cieľom práce je analyzovať základné vzťahy výmeny informácií ku globalizačným procesom v oblasti kultúry vo všeobecnosti, kultúry spoločenskej, mravnej aj politickej. K dosiahnutiu cieľa viedlo štúdium základov etiky, odbornej literatúry z oblasti etiky a kulturológie, štúdium literatúry o médiách a ich vplyve na rozširovanie a prelínanie rôznych spoločenských kultúr, tiež aplikovanie vedomostí získaných z internetových stránok a aj zo sledovania rôznych dostupných informačných médií.

V práci sme čerpali z uvedených bibliografických zdrojov

**Kľúčové slová:** Mediálna etika, globalizácia, kultúra, morálka, komunikačné systémy, informácie, politická kultúra, mravná kultúra.

## **ABSTRACT**

DURAJ Martin: Globalisation of culture from the media ethics point of view [Baccalaureate thesis] / Martin Duraj.- Constantine the Philosopher University in Nitra. Faculty of Philosophy; Department of general and applied ethics.- Trainer: Prof. PhDr. Dalimír Hajko, DrSc.. Degree of professional qualification: Bachelor.- Nitra: FF UKF 2011. 37 pages.

The thesis analyses the problems of globalisation of culture from the point of view of media ethics. Moreover, it talks about globalisation and planetarisation as a part of actual processes in evolution of human society. This paper also explains the relationship between the exchange of information and communication systems and globalisation processes.

This document describes the means of mass communication as a part of revolution in the area of communication and exchange of information among people and it puts the stress on the ethical dimension of the issue. It also illuminates the basic problems of ethics and morality as a social phenomenon and describes a man as a social, active, self-conscious and cultural being that is also open, free, socially active, esthetic conscious with developing moral, ethic and political culture during the whole evolution of the mankind. The document is partially dedicated to applying the basic knowledge of ethics and human morals in the area of media or other means of information spread around the world.

The main goal of this thesis, however, is to analyse the basic relations of information interchange with globalisation processes in the area of culture as a whole, as well as social, moral and political culture. For this purpose, the foundations of ethics, academic literature in the area of ethics and cultural science, media and its influence on spreading and overlap of different social cultures were studied as well as application of the knowledge gained from various internet pages and accessible information media.

**Key words:** Media ethics, globalisation, culture, morality, communication systems, information, political culture, moral culture

# OBSAH

ÚVOD.....	5
<b>1 ETIKA A JEJ ÚLOHA V KULTÚRE.....</b>	<b>7</b>
1.1 ETIKA V DEJINÁCH.....	7
1.2 ETIKA V KULTÚRNOM SPOLUŽITÍ.....	8
1.3 ETIKA A JEJ VZŤAH KU KULTÚRE.....	10
1.4 MRAVNÁ KULTÚRA A ETIKA.....	11
1.5 MORÁLKA AKO CELOSPOLOČENSKÝ JAV.....	13
<b>2 VPLYV MÉDIÍ NA KULTÚRNU GLOBALIZÁCIU.....</b>	<b>15</b>
2.1 HISTORICKÝ POHĽAD NA MÉDIÁ.....	16
2.1.1 Noviny.....	16
2.1.2 Rádio.....	18
2.1.3 Televízia.....	19
2.1.4 Počítače a internet.....	20
2.2 VÝCHOVA KU KULTÚRNOSTI.....	21
2.3 RODINA A JEJ VPLYV NA PREDSTAVY O KULTÚRNOM SPOLUŽITÍ.....	23
<b>3 ETICKÝ POHĽAD NA KULTÚRNU GLOBALIZÁCIU.....</b>	<b>25</b>
3.1 MÉDIÁ A ETIKA.....	25

3.2	MÉDIÁ A VÝCHOVA.....	26
3.3	MÉDIÁ A KULTÚRA.....	27
3.4	MÉDIÁ A SPOLOČNOSŤ.....	29
	<b>ZÁVER.....</b>	<b>32</b>
	<b>ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV.....</b>	<b>34</b>

## ÚVOD

Médiá za posledných sto rokov prešli veľký kus cesty a možno jednoznačne povedať, že ovplyvňujú náš každodenný život. Či sme doma, v práci, alebo dokonca na ulici, všade vnímame impulzy zo všetkých druhov médií, kričia na nás usmiate tváre televíznych a filmových hviezd, radia nám čo máme kupovať a čo je práve moderné, pozlátko z reklám nám páli oči. Otázka, či etika má vplyv na médiá, či je v médiách aplikovaná a či sa s ňou ráta aj do budúcnosti, je stále, a možno práve teraz najviac, aktuálna.

Na túto otázku sa snaží odpovedať táto práca. Médiá a etika jednoznačne idú dohromady a dá sa povedať, že tento vzťah je veľmi dôležitý. Bez etiky a jej aplikácie do médií by sa médiá mohli obsahovo zvrhnúť a hrozili by vážne problémy. Etika je akýmsi kontrolným mechanizmom a jej miesto v médiách je nezastupiteľné. Netvrdíme že médiá sú akýmsi strašiakom a nepriateľom populácie, ale je známe a pozorované, že inštitúcie, štáty a spoločnosti disponujúce mocou, môžu veľakrát svoju moc zvrhnúť na určitý druh diktatúry. Tento fenomén sa v dejinách objavoval a objavuje pomerne často, preto je celkom samozrejmé, že médiá, disponujúce obrovskou mocou, by mohli pri nedostatku etiky spôsobovať v spoločnosti obrovské problémy.

Koniec koncov tieto príklady máme v živej pamäti keď bol premiérom Róbert Fico. Nie je tu snaha zachádzať do detailov a rozoberať boje medzi politikmi a médiami, tieto boje vo väčšej či menšej miere prebiehajú vo všetkých demokratických krajinách. Ide tu o to, že médiá si skutočne potrebujú zachovať štatút nezávislosti, avšak je nutné, aby boli kontrolované. Kontrolované musia byť zo strany politických špičiek, ale aj populácie a aplikácia etických princípov je vhodným nástrojom na dosiahnutie tohto cieľa.

Bolo spomínané, že médiá majú veľkú moc meniť verejnú mienku, majú dokonca takú moc, že môžu ovplyvňovať politiku a ekonomiku jednotlivých krajín do takej miery, že môžu spôsobiť globálnu krízu. Je namieste pozastaviť sa nad týmto fenoménom, pretože v dnešnej dobe sa často stretávame s pojmom globalizácia, ktorej motorom sú práve médiá. Médiá sú hlavnou informačnou diaľnicou, ktorá je nositeľkou globálnych zmien v ekonomike, kultúre a v sociálnej oblasti. O týchto globálnych zmenách z hľadiska aplikovania etiky hovorí táto práca.



Bakalárska práca je zameraná na aplikovanie etických hodnôt v celosvetovom kultúrnom spoložití, vysvetľuje ich dôležitosť pre zdravé nekrízové fungovanie kultúrnej globalizácie. Keďže kultúra je tvorená základnými hodnotami ľudskej spoločnosti bola téma *Kultúrna globalizácia z pohľadu mediálnej etiky* zaujímavou pre výber zamerania bakalárskej práce.

Cieľom je popísať, definovať a jasne vysvetliť základné etické hodnoty a spôsoby správania sa najprv všeobecne. Tento cieľ je rozoberaný v prvej kapitole, kde sú popísané základné pojmy etiky. V druhej kapitole je cieľom vysvetliť etické hodnoty aplikované v celosvetovom kultúrnom spoložití a v tretej kapitole je hlavným cieľom navrhnúť niektoré možné etické spôsoby riešenia globalizačnej kultúrnej krízy.

V závere je zhodnotené splnenie jednotlivých cieľov aj možné prínosy pre nekrízové celosvetové kultúrne spoložitie. Aj keď nie je možné vyhnúť sa občasným drobným krízam, je dôležité dodržiavať isté etické normy, aby sa tieto drobné krízy nenakopili a neprerástli do tak silnej krízy, že by bol spôsobený rozvrat a stroskotanie spoložitia rôznych národov, národnostných menšín a štátov. Pri súčasnej a stále narastajúcej úrovni techniky by to mohlo viesť k záhube ľudstva alebo aspoň značnej jeho časti a poškodeniu aj tých, ktorí by to náhodou prežili. Hlavným cieľom práce je poukázať práve na tieto etické hodnoty a nutnosť ich dodržiavania ako aj dôležitosť ujasnenia základných etických pravidiel spoložitia medzi národmi.

# 1 ETIKA A JEJ ÚLOHA V KULTÚRE

Kultúra a kultúrnosť patrí medzi všeobecné znaky človeka. Človek je od svojich prvých chvíľ tvorcom, ktorý sa neuspokojuje so svetom, akým je, ale tento svoj okolitý svet pretvára, poľudšťuje na taký, aký ho chce mať. Kultúru potom môžeme chápať aj ako „opracovanie“ prírody človekom, osvojovanie si tejto prírody a človeka môžeme charakterizovať ako kultúrneho tvorca sveta. Kultúra sa vyzdvihuje ako rozhodujúci príznak človeka. Kultúra a kultúrnosť, pretože sú spojené s prácou ľudstva, majú historický charakter a od doby k dobe sú obsahovo iné (Schweitzer, 1986, s. 121).

V časoch, keď sa spoločnosť diferencuje na rôzne sociálne skupiny, vrstvy či triedy a prechádza vývinovými stupňami sociálne členenej spoločnosti, podlieha aj kultúra tejto vnútornej diferencovanosti, je dobová a tiež modifikovaná od jednej sociálnej skupiny k inej. Má teda svoje špecifickosti. V súčasnosti, keď ľudstvo musí myslieť aj konať globálne, dostáva aj kultúra globálny charakter, čo len umocňuje charakter kultúry ako príznakovosti človeka.

Globalizačné tendencie v ľudstve smerujú stále k väčším prienikom nielen kultúry, ekonomiky, techniky, vedy, ale aj k ideológiám, náboženstiev a vierových orientáciám. Každý z nás má právo na svoju orientáciu, pokiaľ ňou neškodí inému. Aby sme mohli v pokoji nažívať, nesmieme neustále zdôrazňovať svoju inakosť, ale treba hľadať to, čo nás zblízuje. Prelínanie rôznych kultúr a súčasne zachovanie si aj svojich vlastných špecifických kultúrnych tradícií je v globalizačnom kultúrnom procese veľmi dôležité a je prejavom vzájomnej tolerancie (Švihlíková, 2010, s. 186).

## 1.1 ETIKA V DEJINÁCH

Pojem „etika“ zaviedol na označenie teoretickej disciplíny skúmajúcej ľudské správanie z pozície dobra a zla Aristoteles. Grécke slovo *ethos* označovalo morálku, mrav, charakter, správanie, vlastností, vnútornú podstatu, zákon, predpis. Cicero vytvoril slovo *moralis*, t.j. mravný. Etika a morálka má istú synonymickú zhodu, ale etika je v podstate teória, veda o morálke a mravnosti, o tom, ako by sa mali ľudia správať. Je to v podstate praktická filozofia. Minimum etiky predstavuje zákon (Schweitzer, 1986, s. 138-139).

Etika sa od svojho vzniku pokladala za praktickú filozofiu a mala by cieľavedome hľadať cesty vzájomného porozumenia ľudí. Je to veda o morálke a morálka je jej predmetom záujmu, nástrojom na skúmanie morálky. V slovenčine sa popri termíne morálka používa aj slovo mravnosť. Morálku je možné chápať ako morálne vedomie, formu duchovného a kultúrneho života spoločnosti a pod mravnosťou sa chápu zasa obyčaje, mravy, zvyky, činy a iné prvky praktického správania sa. Termín morálka je možné použiť na označenie spoločenského javu charakterizujúceho ľudské vzťahy i ľudské vedomie či činnosť z aspektu dobra a zla a termín mravnosť na označenie charakteru istého správania. V etike a morálke ide predovšetkým o praktické návody na správanie sa ľudí v živote (Vajda, 1995, s. 13).

Potreba akéhokoľvek spolužitia ľudí, teda aj kultúrneho, prízvukuje nutnosť hľadania toho, čo ľudí spája a nie toho, čo ich rozdeľuje. Metodologicky nás musí viesť princíp humanizmu, vzájomného rešpektovania a tolerancie. Morálka a etika síce reflektujú to, čo je, ale vždy z aspektu toho, čo má byť (Diatka, 2005, s. 73). V histórii a najmä v nedávnej minulosti mnoho zla napáchala ideologizácia etiky. Záujmy prostých ľudí sa tichučko nahrádzali záujmami vládnucej byrokratickej špičky (Brožík, 2006, s. 69-76).

Dnes je hlavnou úlohou zbaviť etiku všetkých ideologických nánosov a hľadať najvlastnejšie poslanie etiky v kultúrnej spoločnosti v mene všetkých ľudí, v mene rozvinutia človeka a jeho ľudských a kultúrnych potencialít. Stále je potrebné etiku predovšetkým cítiť a nie len ju študovať. Stačí sa pozrieť do slovenskej ľudovej slovesnosti; je popretkávaná etickými princípmi a normami, ktoré kodifikujú skúsenosti ľudí a sú nemenné od najstarších čias až po súčasnosť, a ktorých význam dokumentujú aj staré povesti našich predkov (Hajko, 2001, s. 67).

## **1.2 ETIKA V KULTÚRNOM SPOLUŽITÍ**

Ak chceme uvažovať o etických normách v konkrétnych oblastiach života, je potrebné najprv vedieť, o čo v etike zásadne a všeobecne ide. Až potom môžeme aplikovať etické hľadisko na určité situácie v praktickom živote. Znalosť základných problémov etiky je predpokladom pre pochopenie etiky špeciálnej, ktorou je aj etika kultúrnej globalizácie a mediálnej komunikácie. Keďže v súčasnej informačnej spoločnosti sú médiá dôležitým masovokomunikačným systémom silne ovplyvňujúcim

kultúrnu globalizáciu spoločnosti, je etický aspekt problematiky kultúrnej globalizácie jednou z najdôležitejších špeciálnych oblastí etiky (Remišová - Gažová, 1998, s. 24).

Ľudskej praxi sa prikladá mravný význam. Ide o jednoduchú skutočnosť, že ľudia svojmu vlastnému konaniu a tiež konaniu druhých ľudí pripisujú mravnú hodnotu. Používanie slov a dvojíc slov ako napr. dobré, zlé, spravodlivé, nespravodlivé, ľudské, neľudské, nezištné, sebecké, smieť, nesmieť, vernosť, zrada, zodpovednosť, svedomie, schvaľujem, odmietam, karhám, chválím, a pod. vedie k morálnemu hodnoteniu ľudí, ale aj celých sociálnych oblastí, inštitúcií a zákonov (Diatka, 2005, s. 130-131). Predpokladáme, že každý nejako vie a cíti aj keď nevedecky, čo je dobré a čo je zlé, avšak ľudia môžu mať o dobre a zle celkom odlišné predstavy a názory. V dobrom celosvetovom kultúrnom spoložití sa predpokladá, že krajiny s rôznymi kultúrami sú si vzájomne tolerantné a majú takmer rovnaký názor na ľudské hodnoty a každý vie, že je potrebné dobro konať a zlo nekonať. Bežne sa označuje toto poznanie ako svedomie (Diatka, 2005, s. 97). Pri mravnom posudzovaní ľudského jednanja vždy predpokladáme, že konajúci jednotlivec je v istom zmysle pánom svojho konania. Nesie za svoje činy zodpovednosť a rozhoduje sa konať slobodne a dobrovoľne. Vychádzame z predpokladu, že konajúca osoba nie je nepríčetná a záleží len na nej, ako sa správa. Iba tak môžeme iných ale aj seba považovať za vinných, vyčítať isté skutky, chváliť alebo kritizovať. Mravné hodnotenie skutkov teda predpokladá dobrovoľnosť, slobodu a schopnosť samostatne sa rozhodovať. Zodpovednosť za svoje konanie okrem hľadiska svedomia a dobrovoľnosti predpokladá navyše schopnosť človeka rozumne odpovedať na otázku, prečo konal takto a nie inak. Od človeka očakávame, že vie svoje činy zrozumiteľne zdôvodniť a ak ich je možné rozumne ospravedlniť, vieme ich schváliť a pochopiť. Otázka, čo je dobré a čo je zlé, môže byť teda celosvetovom chápaní veľmi dôležitá. Cítíme, že to, čo je zlé, má vždy povahu niečoho, čo je proti rozumu. Mravné hodnotenie skutkov má väčšinou medzil'udský aspekt. Týka sa vzťahu vlastných potrieb a záujmov k potrebám a záujmom iných ľudí. Ak sa v kultúrno-spoločenskom spoložití nedodržia tieto základné aspekty vzájomného hodnotenia, skôr či neskôr dochádza ku kríze. Pokojné, humánne a kultúrne spoločenské spoložitie sa v podstate riadi starým príslovím: „Čo sám nechceš, nerob druhému“ (Remišová - Gažová, 1998, s. 34-37).

Toto príslovie vyjadruje požiadavku, aby sa ľudia a teda celé národy navzájom uznávali ako rovnocenné bytosti a vážili si a rešpektovali individuálne kultúrne zvyklosti a osobitosti. Bežné ľudské chápanie mravných skutočností je základnou úlohou, ktorú rieši filozofická etika. Filozofická etika má kriticky objasniť problémy,

ktoré sú obsiahnuté v nevedeckom chápaní mravného hodnotenia ľudí, formulovať etické normy, tieto upresňovať a korigovať.

Etika sa vo všetkých ľudských dobách snažila definovať dobro nielen ako niečo, čo je subjektívne zhodné so svedomím jednotlivca, ale aj čo je mravne správne v rôznych kultúrnych oblastiach života a toto uplatniť sociálne ako normu, aby to bolo prijaté vo svedomí ľudstva. Zdôvodňuje tak, prečo sú nutné etické normy ako sociálne pravidlá jednania (Diatka, 2005, s. 96).

Právne normy pôsobia tiež sociálne ale ich plnenie sa na rozdiel od etických noriem dá vynútiť. Pre harmonické nekrízové kultúrne celosvetové spolužitie je však dôležité prijímanie a plnenie nielen právnych noriem ale aj etických.

### **1.3 ETIKA A JEJ VZŤAH KU KULTÚRE**

Etiku chápeme ako vedu o morálke, o morálnej činnosti, o morálnych vzťahoch a o morálnom vedomí. Je to veda nielen o určitom súbore mravných skutkov, ale aj o ich interpretácii. Keď sa hovorí o morálke, myslí sa tým nielen konanie ľudí, ale aj ich názory na toto konanie. Medzi nimi nemusí byť vždy zhoda. Medzi tým, čo ľudia hovoria a tým, čo robia je často značný rozdiel. Etika skúma i činy i vzťahy a názory ľudí. Zaoberá sa mravným konaním ľudí, vzťahmi medzi nimi, morálnym vedomím, hodnotovými štruktúrami tohto vedomia, a tým je spoločenskou vedou. Svojou orientáciou na hľadanie a určenie miesta človeka v spoločnosti a v kultúrnom svete vôbec je stále spojená s filozofiou (Vajda, 1995, s. 41).

Etika sa venuje morálke aj systematicky. V rámci systematického výkladu morálky sa vyskytujú popisno-vysvetľujúce aj normatívne etiky. Popisná etika objektivisticky popisuje bez nároku na záväzné odporúčania či hodnotenia, normatívna etika sa pokúša o odporúčania či hodnotenia, stavia ciele a navrhuje prostriedky ich dosahovania.. Popisno-vysvetľujúca etika (etológia) odmieta formulovať všeobecné zásady mravného konania. Normatívna etika zasa v ich formulovaní vidí svoje poslanie. Oba prístupy sú jednostranné, lebo v opise je obsiahnutá norma a norma predpokladá opis, pochopenie. Každý systematický pokus o výklad morálky obsahuje v sebe aj opis aj predpis (Anzenbacher, 1994, s. 105-107).

Etiku môžeme vyčleniť na všeobecnú etiku (systematický opis a interpretáciu etických kategórií, vzťahov a činností), ďalej etiku jednotlivých historických etáp vývoja ľudstva, etiky z aspektov príbuzných spoločenských javov či disciplín, napr.

psychológia morálky, morálka politiky, práva, vedy, a i. Sem patria aj profesijné etiky, etika médií a etika kultúry. Etika sa zrodila v rámci filozofie a aj je do istej miery praktickou filozofiou. Filozofia ostáva všeobecným pohľadom človeka na svet a miesto človeka v ňom. Etika sa sústreďuje len na určitý aspekt ľudskej orientácie, zaujíma sa o vzťah človeka k iným ľuďom, k sebe samému, k svojmu životu, k životným hodnotám, kultúre, umeniu. Etika akceptuje filozofický pohľad na človeka a svet, na vývoj a akceptuje ho aj na svoj predmet. Rovnako silný vzťah má etika a politológia, psychológia a pedagogika (Brožík, 2007, s. 41-43).

Najvladnejší zmysel umenia a kultúry je vypovedanie o človeku, jeho mieste vo svete, jeho vzťahu k svetu i k sebe samému. Umenie a kultúra zachytáva človeka v jeho komplikovanej začlenenosti do sveta, zobrazuje mravné javy, konkrétne ich demonštruje, kultivuje mravné cítenie ľudí, myslenie, konanie, odzrkadľuje obidva rozmery morálky, rozmer „je“ a rozmer „má byť“. Vnímavosť umelca je živšia a citlivejšia ako vnímavosť teoretika a umenie je a môže byť signalizátorom spoločenských zmien. Umenie, pokiaľ je umením, je vždy nástrojom výchovy človeka, pretože názorne interpretuje etický poznatok v konkrétnej umeleckej forme (Brožík, 2006, s. 148). Odhaľuje mravnú konfliktnosť doby, pomáha k porážke prežitej, historicky znemožnenej pravdy a prebojáva novú. Plní tým nielen poznávaciu, hodnotovo-orientačnú a teda aj výchovnú funkciu, ale aj tvorivú úlohu pri hľadaní nových kultúrnych myšlienok, smerov, ciest a mravného pokroku. Kultúra a jej globalizácia, v súčasnosti najmä vplyvom médií, počítačovej vyspelosti a internetu, je pre etiku nesmierne dôležitá a aj naopak, etika a konkrétnejšie etika mediálna je veľmi dôležitá pre kultúrnu globalizáciu. Umelec reaguje skôr a citlivejšie ako teoretik alebo vedec. Vedec potrebuje ku globalizácií a generalizácií dostatočne reprezentatívny súbor javov, kým v oblasti kultúry stačí často umelcovi na inšpiráciu individuálny podnet. Je čosi medzi kultúrou, umením a vedou rozdielne (Brožík, 2006, s. 151).

#### **1.4 MRAVNÁ KULTÚRA A ETIKA**

Spoločnosť ako celok na každom stupni svojho vývoja sa dopracováva k určitej morálnej úrovni a jedinec si túto úroveň v rôznej miere osvojuje. Miera tohto osvojenia je mierou mravnej múdrosti jednotlivca a predstavuje tiež mieru mravnej spoľahlivosti jedinca, t.j. mieru optimálnej pripravenosti pre morálnu činnosť a tak aj optimálnu vhodnosť či adekvátnosť tejto činnosti v konkrétnych situáciách. Mravná kultúra

človeka sa utvára na základe životných skúseností, pod vplyvom výchovy, etického vzdelávania aj rozvojom estetického vnímania sveta. Mravná kultúra jednotlivcov kumuluje do celkovej mravnej kultúry danej spoločnosti a vplyvom médií a akejkolvek inej vzájomnej celosvetovej komunikácie ovplyvňuje kultúrnu globalizáciu spoločnosti (Brožík, 2004, s. 64).

Napriek tomu sa v spoločnosti a stretávame aj s názormi, že k osvojeniu morálnej kultúry človeka úplne vystačuje každodenná skúsenosť, získaná na základe metódy pokusov a chýb. Iste to do určitej miery platí, ale takáto múdrosť je vykupovaná bolestnými skúsenosťami a zbytočnými konfliktami nielen medzi jednotlivcami ale aj medzi národmi a štátmi, čo viedlo a aj doteraz stále vedie napríklad k vojnovým konfliktom alebo k terorizmu. Tieto názory podceňujú úlohu etického vzdelávania, ktoré v súčasnosti značne v každej spoločnosti absentuje. Etickú výchovu a výchovu k určitým mravným hodnotám do značnej miery zastrešovala rodina, škola a náboženstvo. V súčasnosti sa však rodinná výchova vplyvom nedostatku času vďaka vysokej pracovnej vyťažnosti oboch rodičov do značnej miery zanedbáva a redukuje sa iba na materiálne plnenie požiadaviek členov rodiny, v školách bez podpory rodičov je výchova k mravnosti viac-menej bez odozvy a náboženská výchova je určená pre konkrétne veriacich. Je však isté, že systematická etická výchova nás môže v skrátanom čase uchrániť od mnohých chýb. Mravnú múdrosť nezískavame narodením a dostatočne ani bežnou skúsenosťou. Etická výchova pripravuje človeka pre život účinnejšie ako živelná skúsenosť. Globalizuje algoritmy mravnej činnosti, učí rozumieť zmyslu morálnych noriem a príkazov (Diatka, 2005, s. 74).

Pojmom „mravná kultúra človeka“ označujeme hĺbku zakotvenosti požiadaviek plynúcich z mravných princípov a kategórií v chovaní a spôsobe života človeka. Mravná kultúra vyjadruje jednak objektívny zmysel správania sa človeka ale aj subjektívny pocit uspokojenia z tohto správania sa (Brožík, 2004, s. 92). Ako taká je časťou celkovej kultúrnosti človeka a zreteľne sa prejavuje aj v interpersonálnych vzťahoch, v kultúrnej vyspelosti celej spoločnosti a je aj súčasťou celkovej kultúrnej globalizácii vo svete. Mravná kultúra vystupuje pred nami ako znalosť mravných požiadaviek, kladených na človeka spoločnosťou, ale je aj ich realizáciou, je schopnosťou nachádzať optimálne riešenia a je umením realizovať ich navzdory všetkým prekážkam, ktoré stretávame v praktickom živote. Mravná kultúra človeka je teda spojenie osobných morálnych skúseností a znalostí (Brožík, 2004, s. 124).

## 1.5 MORÁLKA AKO CELOSPOLOČENSKÝ JAV

Morálka sa zrodila z potrieb denného vzájomného styku ľudí, z potreby regulovať tento styk a teda v podstate vtedy, keď si človek začal uvedomovať samého seba v protiklade k prírode a iným ľuďom. Morálka nie je len morálkou sveta, ktorý vznikol ako opozitum sveta prírodného. Svet ľudí nie je zásluhou akejkoľvek ľudskej aktivity izolovaný od sveta prírody, svet je iba jeden. V tomto jedinom svete musí platiť jediné chápanie humanity, jediná morálka a spravodlivosť (Hajko, 2009, s. 15).

S vývinom spoločnosti sa realizoval morálny pokrok smerom k stále hlbšej a plnšej humanizácii človeka a spoločnosti. Filozofické prúdy, predovšetkým náboženského zamerania, ktoré interpretujú zrod morálky ako zjavenie a jej ďalší historický vývoj nepredpokladajú, v súčasnosti už nie sú akceptované ani početnými modernými teologickými prúdmi. V podstate bez ohľadu na filozofické prúdy môžeme charakterizovať morálku ako spoločenský jav, ako oblasť ľudskej skutočnosti, vymedzenej protikladnosťou dobra a zla a s nimi spojenými normami správania sa človeka v obklopujúcom svete, v spoločnosti, vo vzťahu k iným ľuďom, ich kultúre a zvykom a aj k sebe samému. V skutočnosti sa morálka objavuje v živí ľudí spolu s inými formami duchovného života spoločnosti, t.j. spolu s právom, politikou, filozofiou, umením, kultúrou, vedou či náboženstvom a predstavuje regulátory správania sa ľudí (Brožík, 2006, s. 63-65).

Životná každodenná skúsenosť človeka obsahuje v sebe aj mimovedecké spôsoby orientácie, ktoré sú charakteristické predovšetkým pre morálku. Mravná skúsenosť je akýmsi historickým laboratóriom, kde sa hľadajú najhumánnejšie cesty zdokonaľovania človeka. Je to proces morálneho hodnotenia ľudskej skutočnosti a jeho kultúrnosti. Morálna skúsenosť ľudstva predstavuje teda určitý systém orientácií, noriem, zákazov, príkazov, hodnôt, kultúrnych návykov či ideálov. Pomocou tohto systému nás vedie k výberu či uprednostneniu určitej normy, línie chovania, kultúrnej a inej hodnoty. Súbor morálnych imperatívov je podopieraný psychickými mechanizmami svedomia a povinnosti. Svedomie zabezpečuje, aby sme sa riadili dobrom a vzdorovali zlu. Povinnosť nám prikazuje konať čestne, plniť si záväzky a zachovať dôstojnosť (Korený, 2008, s. 133).

Morálka sa v zhode s poznatkami histórie, archeológie, etnografie, jazykovedy, kultúry, umenia, aj ďalších disciplín, ktoré sa dotýkajú najstarších dejín ľudstva, formovala len postupne. Iná bola v spoločenstvách primitívnych ľudí, iná v rodových



spoločnostiach, v antike, v stredoveku a v novoveku. Začala sa formovať rovnako ako sa začalo formovať náboženstvo, umenie a kultúra (Remišová - Gažová, 1998, s. 14).

Morálka je teda relatívne neskorý jav vzájomnej regulácie súžitia ľudí. Vznikla vtedy, keď už bol človek schopný značnej myšlienkovvej abstrakcie, keď dochádzalo k prvým spoločenským diferenciaciám v rámci kmeňov a vzťahy bolo treba regulovať. Postupne s vedeckým, technickým, kultúrnym a spoločenským rozvojom nastáva aj morálny vzostup ľudstva. S hospodárskym rozmachom nadobúda morálka nové podoby, napr. v súčasnosti je to podoba spotrebiteľského spôsobu života s orientáciou na kult vecí a osobný úspech. Všetky charakteristické normy súčasnej morálky tvoria určitý systém etických kategórií (Remišová - Gažová, 1998, s. 7-13).

Morálka a etika sú v podstate určitou dohodou medzi ľuďmi, ktorá zaručuje, že podľa vopred dohodnutých pravidiel sa bude správať každý jednotlivec danej komunity. Je jedno či sa jedná o stredoveký cech, moderný štát, podnikateľský subjekt – princíp je stále rovnaký. Zaujímavé je, že morálka a etické zákony sú vlastné každému človeku, či už sa jedná o západného či východného kresťana, čínskeho konfucianistu, moslimského beduína putujúceho v karaváne púšťou, alebo Indiána z prerií. Keď sme pri Indiánoch, ako krásny príklad stojí za povšimnutie výrok Slniečného Medveďa: „Zákony týkajúce sa vzťahu Indiána k jeho kmeňu boli zaznamenané v jeho srdci. Neboli zapísané na tabuľkách alebo knihách zákonov. Každý človek nosil ten zákon vo svojom srdci. Pravdupovediac je to jediný dobrý zákon“ (Lombardiová - Lombardi, 1996, s. 28-29).

Toto je jasný príklad toho, že morálka a etika je základným zákonom ľudského druhu a jedná sa o zákon, ktorý nemusí byť v každom prípade zapísaný. Ide o to, že morálne a etické zákony priamo vyplývajú z citenia človeka, ktorý sám rozhoduje čo je správne a čo je nesprávne. K týmto zisteniam ľudia dospeli dlhým vývojom a aj keď morálne princípy v jednotlivých kultúrach môžu vykazovať veľa odlišností, podstata je stále rovnaká. Môže sa zdať, že etické princípy uplatňujúce sa v niektorých častiach moslimského sveta nezodpovedajú pojmu morálka ako ho poznáme a chápeme my, ale jedná sa o omyl vyplývajúci z interpretácie. Kultúrne zázemie je pre vývoj morálky zrejme najdôležitejšie a previazanosť medzi kultúrou, dejinami a etikou je viac ako zrejmé.

## 2 VPLYV MÉDIÍ NA KULTÚRNU GLOBALIZÁCIU

Médiá patria v súčasnosti medzi najpoužívanjšie pojmy. Sú nimi predovšetkým tlač, rozhlas, televízia a internet. Slovo médium pochádza z latinčiny a znamená prostriedok, sprostredkujúci činiteľ, teda to, čo niečo sprostredkováva, zabezpečuje. Komunikačné médiá sú médiá, ktoré sa venujú medziľudskej, sociálnej komunikácii. V moderných spoločnostiach sú veľmi významným zdrojom skúseností, zážitkov a poznatkov a to stále pre väčší okruh príjemcov. Tak, ako sa v poslednej dobe globalizujú trhy s rôznymi výrobkami, globalizuje sa aj mediálny trh. Trend ku globalizácii sa prejavuje v celom rade produktov. Napríklad televízny zábavný program sa už dá kúpiť na kľúč, ako sa to stalo v prípade súťaže „Chcete byť miliónárom?“, časopisecká produkcia je stále viac predovšetkým produkciou množstva domestikovaných verzií, hudobné rozhlasové stanice orientované na rock, piesne šesťdesiatych rokov, country apod. je možné si naladiť takmer v každej európskej krajine.

Proces globalizácie zasiahol aj novinárstvo. Spravodajstvo je už do takej miery unifikované, že je možné hovoriť o fáze globálnej žurnalistiky. Vďaka digitalizácii sa enormne zvýšili možnosti rýchlej výmeny obrovských objemov informácií a tie sú základom každého spoločenského diania, kultúry a vedy nevynímajúc. Médiá sa globalizujú nielen obsahovo ale aj ekonomicky, čo môže neskôr viesť k odpútaniu sa od jazykového a kultúrneho prostredia (Burns, 2002, s. 20). Našu pozornosť však stále intenzívnejšie získavajú nové médiá, ktoré sa presadzujú prostredníctvom počítačových sietí, najmä internetu.

Globalizácia a nové technológie sa v mediálnej komunikácii prejavujú v najrôznejších podobách. Globalizácia znamená tiež, že médiá sú v najrôznejších krajinách vlastnícky poprepájané a že na najrôznejších miestach na zemi sú k dispozícii podobné či rovnaké obsahy, takže sa médiá jednoznačne podieľajú na globalizácii kultúry, ako aj na vytváraní lokálnej kultúry. Veľké mediálne organizácie upravujú svoje produkty tak, aby boli zrozumiteľné všade bez ohľadu na rozdielnosť kultúr. Moderné technológie založené na digitalizácii vedú k neuveriteľnému zrýchľovaniu prenosu dát na obrovské vzdialenosti, k zblížovaniu výrobných postupov v jednotlivých médiách, k ťažko ovládateľnému nárastu množstva informácií, ktoré má

potencionálny užívateľ k dispozícii a k rozširovaniu možností, ako s ponúkanými informáciami aktívne pracovať a využívať ich (Jiráček - Köpplová, 2007, s. 55).

Každá zmena, ktorá sa v oblasti médií a mediálnej komunikácie objaví, vždy vzbudzovala a dodnes vzbudzuje pozornosť širokej verejnosti. Každé nové médium je prijímané ostražito aj nadšene. Či to bola kniha, film, rozhlas, televízia, počítačová hra, internet, vyvolalo to na jednej strane nádej a na druhej strane obavy. Kultúrne a spoločenské procesy vplyvom médií prekračujú hranice štátnych útvarov a prepájajú sa v trhovom, sociálnom aj kultúrnom prostredí mimo rámec jednej krajiny či jedného politického národa. Je to proces, ktorý otvára nové možnosti spolupráce a komunikácie a doslova „zmenšuje svet“ (Jiráček - Köpplová, 2007, s. 56).

Globalizácia obsahov v oblasti komunikácie a kultúry je jedným z podstatných rysov konca 20. storočia. Prejavuje sa napríklad tým, že ľudia na celom svete môžu sledovať a sledujú tie isté udalosti v reálnom čase. Napríklad majstrovstvá sveta v hokeji, futbale, olympijské hry, odovzdávanie Oskarov aj významné historické udalosti, lety do vesmíru, úspechy v zdravotníctve a pod. Kdekoľvek cestujeme, vítajú nás tam tie isté kultúrne statky – v hudbe, vo filme aj v televízii.

## **2.1 HISTORICKÝ POHĽAD NA MÉDIÁ**

Keď si zapneme rádio, televíziu alebo počítač, málokedy si uvedomujeme, akými premenami tieto médiá prešli a aká (relatívne) dlhá je ich história. Tieto skutočnosti si uvedomujeme vlastne iba pri kúpe nového televízneho prijímača, alebo počítača, vtedy však len meníme model a nad históriou sa nezamýšľame. Na ďalších riadkoch považujem za prínosné v skratke prezentovať históriu hlavných printových a elektronických médií, ktoré ovplyvňujú náš život a majú silné globalizačné tendencie.

### **2.1.1 Noviny**

Noviny sú hmotnostne ľahká publikácia (presnejšie periodikum) na jedno použitie, zvyčajne vytlačená na lacnom papieri nazývanom novinový papier. Noviny môžu obsahovať všeobecné alebo špeciálne témy a môžu byť publikované denne, týždenne, dvojtýždenne, mesačne, dvojmesačne, štvrťročne atď. Všeobecné noviny sú zvyčajne denníky nových správ na mnoho tém. Môžu obsahovať správy zo sveta, ekonomiky, športu a komentáre (úvodníky, rubriky atď.). Mnohé obsahujú aj správy o

počasí a predpovede. Noviny často obsahujú fotografie na ilustráciu článkov, inzerciu, kreslené seriály, kurzy devíz a valút v bankách atď.

Väčšina novín vychádza denne (denníky), často s výnimkou nedele a štátnych sviatkov. Týždenníky vychádzajú raz týždenne a zvyčajne sú menšie a menej prestížne ako denníky, i keď aj tu sú uznávané periodiká, ako americký Newsweek alebo nemecký Die Zeit. Venujú sa dôkladnejšie jednej téme a zväčša sú tlačené na kvalitnejší papier (Jirák - Köpplová, 2007, s. 29).

Väčšina krajín má aspoň jedny noviny, ktoré sa predávajú po celej krajine (celoštátne noviny), ktoré sú opakom miestnych novín pre mesto alebo región. Publikujú sa aj noviny na špecifické témy ako správy pre obchodníkov v danom priemysle, pre záujemcov o určitý druh aktivity alebo životný štýl atď (McQuail, 1999, s. 33-36).

Prvé noviny boli publikované v roku 713 s názvom *Rôzne správy* v Kaijuane v Pekingu v Číne ako rukopisné noviny. „Kaijuan“ je názov roku, v ktorom boli noviny publikované. V našom kultúrnom priestore boli prvé tlačené noviny *Relation* publikované v Štrasburgu Johannom Carolusom v r. 1065 a nasledovali ich prvé anglické súkromné noviny *Corante* v r. 1621 a hneď o rok na to začali v Londýne vychádzať noviny *Weekly News*. Vo Francúzsku vznikli známe *Gazette* už v r. 1631 a prvé noviny na americkom kontinente boli *Publick Occurrences* publikované v Bostone r. 1690, avšak zanikli po prvom vydaní. V r. 1785 založil John Walters noviny *Daily Universal Register*, od 1. januára 1788 ich poznáme pod menom *Times*. V roku 1855 vyšli prvé „šestákové“ noviny *Daily Telegraph* - prvý londýnsky ranník za prekvapujúcu cenu 1 penny, ktorá sprístupnila tlač najširším ľudovým vrstvám.

V roku 1884 Otto Mergenthaler vynášiel typografický stroj (linotyp), ktorý tlačil písmo po celých riadkoch použitím horúceho olova, išlo o veľký progres vo vydávaní novín a nadchádzala éra „horúceho olova“. Systémy sa vyrábali do 80. rokov 20. storočia, keď boli nahradené počítačovým stránkovaním (Jirák - Köpplová, 2007, s. 28-31).

V roku 1903 vznikli noviny *Daily Mirror* - prvý tabloid na svete. Redakcia zistila, že na prečítanie jedného jej čísla (46 strán) stačí 6 minút. Charakteristickou črtou tabloidu je formát cca 280 x 380 mm, ktorý sa rovná zhruba polovici svetového formátu, postaveného na výšku. V tabloide je prvoradý obraz (fotografia, ilustrácie) a druhoradý text.

V roku 1962 začali noviny *Los Angeles Times* používať linotypový horúci kov v typografickom stroji s perforovanou páskou vytvorenou počítačmi RCA, čo urýchlilo typografickú sadzbu. Podstatné bolo vyvinutie slovníka a metódy na automatizáciu delenia slov a zarovnanie textu do stĺpcov (úlohy, ktoré tvorili 40 percent času manuálneho operátora) (Jirák - Köpplová, 2007, s. 32).

### 2.1.2 Rádio

Prvý rádiový signál vyslal v roku 1866 Mahlon Loomis z Washingtonu. Podarilo sa mu odvysielat' správy na vzdialenosť dvadsať kilometrov a v roku 1872 vztýčil prvý pár rádiových stožiarov. Podobnými pokusmi sa zaoberal i rad ďalších, z nich napr. Heinrich Hertz dokázal, že elektromagnetické vlny sa môžu pohybovať rýchlosťou svetla. Od roku 1894 v tejto oblasti experimentoval dvadsaťjedenročný elektroinžinier Guglielmo Marconi z Talianska. Za rok už odvysielal rádiové vlny z vysielача umiestneného na jednej strane kopca do prijímača, ktorý nebol na dohľad. Talianska vláda o jeho vynález nejavila záujem, a tak sa Marconi obrátil s prosbou o pomoc na Britov. Na rozdiel od britskej vlády prejavila záujem pošta a tak v roku 1897 Marconi a jeho britskí príbuzní založili spoločnosť *Wireless Telegraph and Signal Company*, ktorá v roku 1900 zmenila svoje meno na *Marconi Wireless Telegraph Company*. Spoločnosť sa sústredila na inštaláciu rádiových prístrojov do lodí. 12. decembra 1901 sa uskutočnil prvý transatlantický rádiový prenos, keď Marconi odvysielal zo svojej rádiovkej stanice v Poldhu Point v Cornwalle morseovou abecedou hlásku S (tri bodky) a signál bol zachytený až na Newfoundland. Do tej doby sa všetky rádiové prenosi uskutočňovali prostredníctvom morseovej abecedy (Brečka, 2002, s. 81).

V roku 1906 však prebehlo prvé rádiové vysielanie s použitím mikrofónu. Jeho aktérom bol Reginald Aubrey z Brant Rock v Massachusetts. Prvé pravidelné rádiové prenosi začala pokusne prevádzkovať v roku 1907 spoločnosť *Lee de Forest Radio Telephone Company* v New Yorku. Prvý program zložený z hudby na gramofónových platniach odvysielal v roku 1907 Thomas Clark z Detriotu, aby pobavil posádky parníkov na Veľkých jazerách. BBC po prvý krát vysielala 14. novembra 1922 o 6. hodine popoludní. Vysielanie tvorilo iba spravodajstvo (Draxler, 2006, s. 19).

Prvé verejné vysielanie sa uskutočnilo v roku 1906 v USA, ale najstaršia rozhlasová stanica KDKA začala pravidelne vysielat' v Pittsburgu v roku 1920, v Európe anglická BBC v roku 1922. Medzi prvými v Európe bolo aj Československo,

kde začala pravidelne vysielat' pražská stanica Radiojurnal v máji 1923. Na Slovensku začala pravidelne vysielat' Bratislava 3. augusta 1926. Vysielalo sa zo štúdia zriadeného provizórne v tzv. Vládnej budove na Vajanského nábreží. Vysielačka bola umiestnená na streche Policajného riaditeľstva na Špitálskej ulici v budove nazývanej U dvoch levov. V Bratislave neskôr pre rozhlasové štúdio postavili samostatnú budovu na Jakubovom námestí, prvú na európskom kontinente vyprojektovanú špeciálne pre potreby rozhlasu (Brečka, 2002, s. 81-85).

### **2.1.3 Televízia**

V roku 1884 nemecký vynálezca Paul Nipkow vyvinul technológiu rotujúcej platne na prenos obrazu pomocou drôtu, tzv. elektrický teleskop. Základné prvky plne elektronického televízneho systému boli k dispozícii po roku 1927, keď americký inžinier Philo T. Farnsworth a takmer zároveň s ním aj Rus Vladimír Zworykin zostrojili elektrónku, ktorá slúžila na prenos i príjem obrazového signálu. V roku 1931 dosiahla televízia stav technickej spôsobilosti vo Veľkej Británii, v kontinentálnej Európe, v Sovietskom zväze a Spojených štátoch (Morovics, 2006, s. 25).

Vo Veľkej Británii bola v tridsiatych rokoch vytvorená výskumná skupina pod vedením Isaaca Shoenberga, ktorý urýchlil vývoj kompletnej a praktickej televízie – vysielacieho systému založeného na kamerovej elektrónke známej ako Emitron a na zlepšenej katódovej elektrónke v prijímacom aparáte. Britská vláda oprávnila BBC, aby použila Shoenbergovu normu (405 riadkov) pre prvú televíznu službu s vysokou rozlišovacou schopnosťou, ktorá začala prakticky fungovať v roku 1936. Bez zmien pretrvala do roku 1962, keď Veľká Británia postupne prebrala európsku normu 625 riadkov. Prvým externým vysielaním BBC bol sprievod korunovácie kráľa Juraja VI. v Hyde Parku v novembri 1937 (Morovics, 2006, s. 25).

V USA sa prvé verejné predstavenie televízie uskutočnilo 30. 4. 1939 na otvorení Svetovej výstavy v New Yorku zásluhou spoločnosti NBC, ktorá už vtedy mohla vysielat' pravidelne dve hodiny týždenne. Konkurenčné spoločnosti Columbia Broadcasting System a Dumont Network začali s pokusným vysielaním v rokoch 1939 a 1940. Do polovice štyridsiatych rokov bolo v USA 23 televíznych staníc. II. svetová vojna zastavila vývoj televíznej techniky a rozvoj televízneho vysielania. Všetky elektronické továrne prešli na vojnovú výrobu. Federálna komunikačná komisia dala

povolenia iba na obmedzenú komerčnú činnosť (prvé sponzorované televízne vysielanie sa uskutočnilo v roku 1941).

Po skončení vojny a zrušení obmedzení na výrobu televíznych prijímačov v roku 1946 nastúpilo v USA obdobie mohutného rozvoja televízneho priemyslu. Už v roku 1949 bolo v krajine milión televízorov, 10 miliónov v roku 1951 a 50 miliónov v roku 1959. Vo Veľkej Británii bolo televízne vysielanie obnovené v júni 1946. V roku 1949 tu bolo 126 667 a v nasledujúcom roku 1950 takmer 350 000 televíznych prijímačov. V ostatných krajinách sa televízne vysielanie nezačalo pred rokom 1950 (Morovics, 2006, s. 2).

Nadviazať spojenie so zahraničnými vysielateľmi sa pokúsili rádioamatéri z územia našej bývalej republiky ešte medzi dvomi svetovými vojnami. V roku 1947 sa im podarilo zachytiť prvé televízne signály z Londýna a Paríža, o dva roky neskôr aj z Moskvy. Verejne sa predvádzalo televízne snímanie viackrát, na Slovensku napríklad v roku 1950 na stretnutí krátkovlnných amatérov na Sliači a v roku 1951 v aule SVŠT v Bratislave. O rok neskôr mohli záujemcovia vidieť v bratislavskom PKO snímacie zariadenie na 315 riadkov (Šoltýs, 2005, s. 28-30).

#### **2.1.4 Počítače a internet**

História počítača siaha až do doby pred 5000 rokov. Prvým počítačom bol abakus – staroveká hlinená tabuľka. Prešlo veľa rokov, kým sa mechanika vyvinula tak, aby mohol byť prvý samočinný počítač zostrojený. Stalo sa tak okolo roku 1942. Bolo to jednoduchý počítač, ktorý dokázal základné matematické operácie. Muselo prejsť ďalších 30 rokov, keď Bill Gates spolu s Paulom Allenom v roku 1977 založili firmu Microsoft, ktorá sa postupne stala svetovou softvérovou firmou (McQuail, 1999, s. 42).

Dnes má internet už takmer každá domácnosť a čím viac doba postupuje, tým sa internet viac zväčšuje a využíva. Je moderným zdrojom komunikácie a informácií. Internet bol vytvorený spoločnosťou ARPA ešte pod názvom arpanet v roku 1969. Vznikol pôvodne ako projekt ministerstva obrany USA. Až v roku 1990 bol premenovaný na internet. Spočiatku slúžil hlavne na prenosy súborov a elektronickú poštu. WWW služba (World Wide Web – svetovo rozsiahla sieť) použitá prvý krát v roku 1989 spôsobila veľký boom. WWW stránky boli do roku 1992 len textové, v roku 1992 začali prvé grafické prehliadače. V súčasnosti ponúka internet nespočetné množstvo informácií a služieb. Odkiaľ ale pochádzajú všetky tieto dokumenty, filmy,

údaje a obrázky? Kde sa vzali na internete? Odpoveď je jednoduchá. Za všetko je vždy zodpovedný len a len človek, ktorý ich tam musel zverejniť (Jiráček - Köpplová, 2007, s. 196-198).

## 2.2 VÝCHOVA KU KULTÚRNOSTI

Základným predpokladom pre spoločnosť, aby prosperovala, je dobrý školský systém. Až na nepatrné obdobia v dejinách ľudstva sa význam vzdelania pre spoločnosť vysoko cenil. Už J.A. Komenský poukázal na to, že nestačí mládež iba vzdelávať, ale je potrebné ju aj vychovávať, keď hovorí že „mládeži treba vstúpiť všetky cnosti bez výnimky“ (Komenský, 1991, s. 180). Komenský tieto cnosti nielen charakterizuje, ale aj zdôvodňuje ich uplatňovanie, pričom dôraz kladie na štyri základné cnosti – múdrosť, umiernenosť, udatnosť a spravodlivosť. Za dôležitý výchovný moment považuje príklad učiteľa, jeho postoje, súkromný život, pracovitosť, konanie v duchu spravodlivosti. Upozorňuje zároveň na to, že deti treba chrániť pred zlou spoločnosťou (Komenský, 1991, s. 184).

Aktuálnosť Komenského odkazu je v súčasnosti o to dôležitejšia, o čo je spoločnosť technicky dokonalejšia, o čo menej sa kladie dôraz na citovú výchovu mladej generácie a o čo viac narastajú psychické problémy mladého človeka. Z toho všetkého, čo súčasnosť prináša, sa do popredia dostáva humanizácia spoločnosti, a teda aj humanizácia výchovy a vzdelávania. Dosiahnuť určitý mravný ideál človeka bolo cieľom v minulosti, no v súčasnej dobe sa stáva táto úloha aktuálnejšou preto, lebo v celej spoločnosti dochádza k citovej otupenosti, narastá agresivita, rodina „nemá čas“ na výchovu detí, a tak viac úloh ako kedysi v minulosti sa kladie na školu. Výchova je ťažká vec a vyžaduje všetok čas zo strany rodičov a inštitúcií. Už Aristoteles „...o výchove vravel, že má síce trpké korene, ale jej plody sú sladké. Vravel, že pri výchove sú potrebné tri veci: prirodzené nadanie, učenie a vytrvalá práca“ (Hajko, 1988, s. 46).

Zmenou spoločnosti od direktívneho riadenia k demokracii sa začali objavovať nové problémy. Otvorením hraníc sa k nám dostali vo väčšej miere ako predtým drogy a násilie. Všetky tieto javy sa stali pre mládež atraktívne pre svoju novosť. Zmenili sa kritériá krásy a dobra. Príkladom nie je dobrý človek, ale často násilník. Krásu ducha vystriedala podriadenosť krásy tela. Vyrovnáť sa s touto situáciou má problémy predovšetkým mladý človek, ktorý si častokrát nevie vybrať z množstva ponúk vyberá



si brak. Práve tu je dôležité, aby všetci, ktorí majú možnosť ovplyvniť výber, vedeli mladému človeku poradiť a pomohli mu vybrať to, čo ho ovplyvní pozitívne. Aj vízia spoločnosti do budúcnosti kladie dôraz na humanizáciu výchovy a vzdelávania. „Humanizácia výchovy by mala byť procesom kultivácie mladého človeka k slobodnému duchovno-mravnému (teda aj zodpovednému) utváraniu svojho života.“ (Khun, 1994, s. 12-13).

Popri škole majú vo výchove ku kultúrnosti nezastupiteľné miesto aj médiá. Vybrať si správny program v televízii, je pri novodobej ponuke televíznych staníc veľmi ťažké, najmä z dôvodu, že väčšina televízií je zameraná na konzumnú spoločnosť a ponúka to, „čo letí“. Je to svojim spôsobom začarovaný kruh; ľudia konzumujú to, čo im televízia ponúka a televízia to majoritnému divákovi ponúka práve z toho dôvodu, že dané programy majú najvyššiu sledovanosť (Brečka, 2002, s. 96, s. 138).

Tento istý problém sa odzrkadľuje aj v spravodajstve. Televízie sa predhávajú v dynamickosti správ, avšak seriózných správ divák vidí čím ďalej, tým menej. Určitú serióznosť si zachovávajú verejnoprávne televízie, avšak súkromné médiá servírujú divákovi reportáže z pouličných bitiek, života celebrit a z politiky len správy, ktoré majú punc škandálu. Televízne spravodajstvá sú založená na upútavkách, čím väčšie nešťastie a tragédia, tým väčšia sledovanosť (Králik, 2008, s. 280). Tento problém nechceme samozrejme zovšeobecňovať, avšak divák spravodajstva slovenských komerčných staníc skutočne môže mať dojem, že žije v bojovej zóne.

Iný systém výberu funguje v ostatných médiách. Pri printových médiách je vlastne na človeku, ktoré si vyberie a kúpi; či má záujem o noviny orientujúce sa na bulvár, hospodárstvo, šport, alebo si vyberá tematické noviny a časopisy, ktoré sa zaoberajú životným štýlom, históriou, alebo koníčkami. Netreba zabúdať na skutočnosť, že skutočne každé médium určitým spôsobom pôsobí na prijímateľa správ a modeluje jeho názory na svet, život a kultúru (Diatka, 2004, s. 17).

Pri sledovaní internetu platí to isté čo pri printových médiách, prijímateľ si sám vyberá stránky podľa svojho záujmu. Výchova ku kultúrnosti v tomto prípade nemá väčšie opodstatnenie, pretože internet je zaplavený rôznymi stránkami, ktoré s kultúrou veľa spoločného skutočne nemajú. Internet je pomerne nový fenomén a jeho možnosti na človeka stále pôsobia novo. Ľahko si spomenieme na nedávne časy, keď sa na filmy chodilo do kina, knihy sa čítali v ruke a boli z papiera, pornografia bola tabu. Určite nie je cieľom tejto práce pozerieť na internet prísne kriticky, treba si však uvedomiť, že popri všetkých výhodách ktoré internet ponúka, existuje veľmi veľa negatívnych

vplyvov toho média a to nielen na mladého, formujúceho sa človeka (Jiráková - Köpplová, 2007, s. 196-198).

Výchova ku kultúrnosti je veľmi dôležitá nielen pre samotného človeka, ale aj pre spoločnosť v ktorej žije. Aj keď sa zdá, že doba v ktorej žijeme nie je vhodná pôda pre semeno kultúrnosti a morálky, sociológovia by mohli namietajúť, že každá epocha niesla svoje úskalia. S trochou odľahčenia by sme mohli povedať paradox, že tejto „hnusnej“ dobe budeme o pätnásť rokov hovoriť „staré zlaté časy“.

### **2.3 RODINA A JEJ VPLYV NA PREDSTAVY O KULTÚRNOM SPOLUŽITÍ**

Rodina a prostredie, ktoré rodičia vytvárajú, určitým a spravidla veľmi podstatným spôsobom formuje budúce postoje a názory mladých ľudí. Rodina a jej život je ako mikrokozmos sveta. Hodnoty ako sila, intimita, autonómia, dôvera v seba a druhých, schopnosť komunikovať sú životne dôležité zložky, od ktorých závisí kvalita nášho života. Rodinný život sa podobá ľadovcu - väčšina ľudí si je vedomá asi len desiatiny skutočného diania v rodine na základe toho, čo vidia a pozorujú. Procesy, ktoré však v rodine a v človeku prebiehajú, majú väčšiu časť toho, čo sa deje pod povrchom, skrytú (Korený, 2008, s. 121).

Všetky rodiny v dnešných časoch prechádzajú stresom. Napriek tomu dokážu niektoré vychovať sebavedomé deti, ktoré si dokážu úspešne poradiť so svetom. V niektorých naopak, vyrastajú do dospelosti deti, ktoré majú deficit v psychickom fungovaní, aj vo vytváraní ega a superega v psychoanalytickom zmysle.

Rodina je kontextom pre formovanie jednotlivca pre jeho spôsob učenia, jeho správanie, myšlienky pocity, závery o sebe a svojej hodnote a jeho vzťahu k vonkajšiemu svetu. Primárny trojuholník (dieťa, otec a matka) je tým priestorom, ktorému je vlastná možnosť stať sa zdrojom budovania zdravého sebavedomia, zdrojom opory, priestorom na učenie a rast. Ak má dieťa z tohto miesta skúsenosť, že je v poriadku, cíti sa milované, prijímané a podporované, neúspechy sa berú ako výzvy na ich prekonanie a nie ako zlyhanie, do sveta vkročí so sebadôverou a primeranou sebaúctou a môže vložiť do vzťahov s inými ľuďmi dôveru (Korený, 2008, s. 124).

Pre deti je teda rovnako dôležité to, ako rodičia deti učia, nielen čo učia. Cez interakciu členov rodiny môžeme spoznať rodinný kontext - prostredie, ktoré formuje dieťa. Dieťa nemá na výber, musí akceptovať rodičov, je ako biela tabuľa, na ktorú píše rodičia. Je teda veľmi dôležité, čo napíšu (Korený, 2008, s. 132).

Z hľadiska kultúrneho spolužitia je vplyv rodiny nesmierne dôležitý. Škola, priatelia a médiá majú silnú moc, ale najväčšiu moc na formovanie pohľadov na svet mladého človeka má stále rodina. Pokiaľ je rodič napr. rasista, škola a iné inštitúcie sa môžu snažiť veľmi veľa, avšak primárne názory dieťa zdieľa od rodiča. Je teda veľmi pravdepodobné, že dospievajúci človek sledujúci benevolenciu na túto tému zo strany rodičov, bude takisto zmýšľať rasisticky. Pokiaľ ale naopak rodič vedie mladého človeka k tolerancii a pochopeniu slabosti iných, je veľmi pravdepodobné, že formujúci sa človek si vezme tieto názory k srdcu a bude ich v budúcnosti vyznávať. Netreba si robiť ilúzie o tom, že dobrý rodič vychová dobré dieťa a naopak, existuje mnoho faktorov, ktoré do týchto záležitostí vnášajú semienka nepravdepodobnosti. Aj dobre vychovaní mladí ľudia prechádzajú vývojovými štádiami ktoré nemusia dobre zvládať, adolescenti sú zväčša rebelantsky naladení a bojujú proti celému svetu. Úlohou rodiny nie je bojovať proti tomuto prerodu dieťaťa v dospelého človeka, ale ukázať pozitívne smery, ktorými sa má človek uberať v živote a vstúpiť mu základy morálky, ktoré sú potrebné pre zdravé kultúrne spolužitie (Diatka, 2005, s. 128).

### **3 ETICKÝ POHLED NA KULTÚRNU GLOBALIZÁCIU**

Novodobá kultúrna globalizácia je nezvratný proces, vďaka ktorému informácie, tovar a obrazy vyprodukované v jednej časti sveta vstupujú do globálneho toku, ktorý valcuje kultúrne odlišnosti medzi národmi, regiónmi a jednotlivcami. Kultúrna globalizácia nesená sčasti rastom národných spoločností a nástupom globálnych produktov, je poháňaná tiež tzv. informačnou revolúciou, šírením satelitnej komunikácie, telekomunikačných sietí, informačných technológií a internetu, ako aj globálnymi korporáciami v oblasti médií.

Etika by mala dohliadať na to, aby globalizačná mašinéria nepohltila regionálne odlišnosti, ale aby sa regionálne tradície, kultúra a folklór naďalej pestovali, pretože sú obohatením sveta a dedičstva ľudstva.

#### **3.1 MÉDIÁ A ETIKA**

Pôsobenie médií je natoľko komplexný jav, že je veľmi ťažké zachytiť a vystihnúť všetky súvislosti, v ktorých sa tento jav prejavuje. Často sa uvažuje o vplyvu médií globálne na celú spoločnosť, na politiku, na rodinu, vzdelávanie, šport, kultúru, zdravie a pod. Pri pozorovaní jednotlivých typov obsahov, ktoré nám médiá ponúkajú, je dôležité všimnúť si aj etické účinky na celú spoločnosť a najmä na výchovu mládeže a detí. Médiá totiž pri neodbornom a neetickom pôsobení môžu až destabilizovať spoločnosť politicky aj ekonomicky a aj kultúrne. Môžu neeticky personalizovať politiku dôrazom na osoby a nie na ponúkanú tematiku, môžu stupňovať konfliktnosť bojovým štýlom prezentovania politiky ako politiky stretov a nečakaných odhalení, neúplnosťou informácií neeticky skresľovať význam a dôležitosť konkrétnych obsahov a pod (Ilowiecki - Žantovský, 2008, s. 21).

Ak médiá sústavne ponúkajú násilné obsahy, pričom násilníkov prezentujú ako príťažlivú osobu, môže takýmto neetickým pôsobením médií dochádzať k znečisteniu k reálnemu násiliu v spoločnosti, najmä u mladých ľudí, ktorí si ešte len vytvárajú a formujú názor na život a spoločnosť. Alebo môže dôjsť k vyvolávaniu úzkosti a strachu, k estetickéj degradácii, ktorá sa prejavuje v neschopnosti tešiť sa z jemnejších, citlivejších a mravne hodnotnejších skutočností. Otvorené zobrazovanie sexuálnych aktivít býva spájané s takými javmi, ako je zvýšený výskyt tehotenstva u neplnoletých,

šírenie AIDS, páchanie sexuálneho násillia a pod. Mnohé odpudzujúce obsahy a agresívne ladené filmy môžu spôsobovať zvýšené množstvo mládeže so sadistickými sklonmi, nárast kriminality, vraždenia, vandalizmu, bitkárstva a dokonca viesť k zvýšenému výskytu alkoholikov a narkomanov (Ramonet, 2003, s. 37).

Z pohľadu etiky je teda pre spoločnosť a globalizovanie kultúry na celom svete veľmi dôležité pozorne sledovať pôsobenie médií na jednotlivcov aj na celú spoločnosť. Skúmanie médií z pohľadu etiky a poznanie procesu mediálnej komunikácie, sledovanie typu predpokladaných účinkov médií na makroúrovni aj mikroúrovni je v spoločnostiach skutočne potrebné. Najmä sledovanie účinkov na kultúru spoločnosti vplyvom rôznych typov obsahov je z pohľadu kultúrnej a mediálnej globalizácie veľmi dôležité a aj náročné.

### **3.2 MÉDIÁ A VÝCHOVA**

Zvláštnosťou médií ako celku je tá skutočnosť, že spoločnosť ich v drvivej väčšine prijala ako mienkotvorné a teda de facto aj ako neomylné. Slobodné médiá sa v SR konštituovali po prvý raz v novodobých dejinách po roku 1989. Do postsocialistických krajín sa masovo začala hrnúť braková kultúra západu, ktorá už nemohla vzhľadom k svojej dekadencii osloviť vo vyspelých demokraciách na západe takmer nikoho, ale v prípade postsocialistických krajín po uvoľnení bola akosi šokovou terapiou a priam žiadaným artiklom na trhu. Táto „zmena“ sa najviac dotkla novodobej generácie, ktorá nebola pripravená na zmenu, rovnako tak ako tí, ktorí jej zmenu prichystali. Zo dňa na deň, z večera do rána sa konštituovali nové vzťahy (Rankov, 2006, s. 24).

Médiá, ako definícia hovorí siedma veľmoc, majú taktiež zásluhu na devastácii spoločnosti, hoci si to sami odmietajú pripustiť a to s rozličnými odôvodneniami. Médiá nás obklopujú denno-denne a pod tlakom ich informácií sa mení život nás všetkých obývajúcich túto planétu takmer bez rozdielu. Ak si vezmeme typické slovenské médiá a nebudeme hodnotiť médiá v globálnych súvislostiach, dospejeme k záveru, že najsilnejšími médiami v našej spoločnosti sú televízia, rozhlas a denná tlač, zatiaľ v menšej miere globálna sieť internetu, napriek tomu sa zatiaľ slovenský spotrebiteľ javí ako konzervatívny, využívajúci overené prostriedky.

Médiá vo svojej podstate, hoci v akejkoľvek forme sa vyskytujú, predsa len sú závislé od istých zdrojov a tým pádom nemôžu o sebe vyhlasovať, že sú nezávislé. Aj

keby neboli médiá dotované z vreciek svojich mecenášov, aj tak je tu odôvodnené riziko ich prepojenia medzi tými, ktorí v nich inzerujú a tým im fakticky umožňujú pokojné prežitie. Dnešné médiá žiaľ väčšinou pôsobia v komerčnej rovine čo je naostatok len na škodu a totiž, ako máme možnosť posledné mesiace vidieť na titulných stránkach, médiá skôr zaujímajú delikty a delikventi najhrubšieho zrna, alebo momentálne obľúbené reality show, ako ľudstvu prospešné skutočné osobnosti a nové poznatky. Nemožno sa potom čudovať, že dieťa pod vplyvom liberálnej výchovy utvára také negatívne javy a povahové vlastnosti ako egoizmus, namyslenosť, pocit nadradenosti, neschopnosť prispôbiť sa, problém rešpektovať iných a podobne. Dôsledok takýchto reakcií môže byť rôzny - od izolácie počnúc, cez odmietanie vrstovníkmi, až po stratu kamarátskych kontaktov. V prípade médií ide aj o funkciu vyzdvihovania úspešných jedincov s dokonalým výzorom a inteligenciou, čo u mnohých jedincov s takými či onakými nedostatkami priam vyvoláva pocity menejcennosti. Byť dnes podobný idolu, je lepšie v ponímaní dnešnej mládeže, ako byť morálne bezúhonný, čo je pomaly hanbou (Ramonet, 2003, s. 41).

Samozrejme, že médiá nešíria len negativizmy, bulvárne informácie, sexuálne zvrhlosti a mnohé ďalšie negatívne javy, no v poslednom čase sa môže zdať akoby úplne rezignovali na svoju výchovnú funkciu, čím by boli pre spoločnosť najviac prospešné.

Médiá majú nesmierny vplyv na formovanie osudov miliónov ľudí, pričom nie je vylúčené, a prax to nepriamo potvrdzuje, že časté, ba až neprestajné nekritické prijímanie informácií zo strany médií, môže mať za následok efekt doslova „vymývania mozgov“ (Ilowiecki - Žantovský, 2008, s. 35). Celkovo možno skonštatovať, že postavenie médií v procese výchovy je pomerne negatívne, ak samozrejme nechceme hodnotiť aj tú stránku veci, a totiž existenciu napríklad časopisov pre najmenších, ktoré sú ako pedagogická pomôcka v rámci výchovy potrebné a vítané.

### **3.3 MÉDIÁ A KULTÚRA**

V obsahu médií a v mediálnej produkcii sa odrážajú najrôznejšie stránky kultúrneho života. Médiá sú súčasťou kultúry, vzájomne sa ovplyvňujú. Keďže kultúra je pre každú spoločnosť do istej miery špecifická, majú aj médiá v každej spoločnosti svoje charakteristické črty. Aj keď súčasný trend smeruje ku globalizácii médií, kladú rôzne kultúry rôzny dôraz na ťažiskový obsah konkrétnych mediálnych informácií. Ide

napríklad o rôznych podiel zahraničných a domácich informácií, rôznych dôraz na rôzne udalosti a pod.

Médiá sa významným spôsobom podieľajú na najrôznejších prejavoch kultúry danej spoločnosti. Je to najmä pre svoju masovosť a skutočnosť, že dokážu ponúkať informácie veľkému počtu príjemcov. Dochádza tak ku globalizácii kultúry. Médiá sú schopné z malého počtu zdrojov nielen informovať masovo, ale aj ovplyvňovať intelektuálne, estetické, zábavné a voľnočasové prejavy u veľkého počtu ľudí. Napríklad sledovanie finálnych hokejových zápasov; pritom nedochádza k fyzickému zblíženiu príslušníkov mas, množstvo ľudí je rozptýlených doma pri televíznych obrazovkách a médiá im takýmto spôsobom dokonca organizujú voľný čas a chod domácností. Ľudia majú vymedzený čas na sledovanie televíznych novín, televíznych seriálov, prírodovedeckých seriálov, zábavných programov pre deti a pod. Podporujú tak spotrebu masovo produkovaného, unifikovaného tovaru. Pre rozvoj moderných spoločností je charakteristická narastajúca dôležitosť žurnalistiky, ktorá má nielen ekonomický význam, ale sa jej prisudzuje aj úloha kľúčového sociálneho a kultúrneho faktoru (Burns, 2004, s. 18).

Žurnalistika zabezpečuje, aby sa členovia danej spoločnosti dozvedali poznatky o svete, ktorý leží mimo ich bezprostrednej skúsenosti. Tieto sprostredkované poznatky sú považované za pravdivé, teda nie vymyslené. To dáva žurnalistike význačné a jedinečné spoločenské postavenie, najmä ak vezmeme do úvahy, že tieto sprostredkované poznatky môžu v pluralitných spoločnostiach založených na distribúcii moci pomôcť demokratickým voľbám slúžiť k orientácii voličov. Z tohto pohľadu žurnalistika podporuje demokratické usporiadanie spoločnosti tým, že občanom poskytuje informácie, ktoré potrebujú vedieť (Burns, 2004, s. 30-32).

Žurnalistika však môže ovplyvniť predstavu verejnosti o tom, čo je dôležité a to tým, čo sa objaví v spravodajských, analytických a komentátorských testoch a ako je to prezentované. Médiá signalizujú význam udalostí a ich jednotlivých interpretácií. Žurnalistika tak môže slúžiť predovšetkým sociálnej reprodukcii existujúcich mocenských pomerov, neslúži teda spoločnosti ako celku, ale len dominantným skupinám a triedam. V tomto chápaní médiá produkujú také obsahy, ktoré reprezentujú záujmy elitnej menšiny voči podriadenej väčšine. Žurnalistika svojou podstatou podporuje existujúce rozloženie síl, prezentuje dané usporiadanie ako prirodzené a tým vedie svojich príjemcov k tomu, aby ho považovali za dané. To naznačuje, že žurnalistika priamo vypovedá o spoločensky akceptovanej štruktúre sveta, že pre

príjemcov svet konštruuje a naznačuje mu, čo je normálne, čo je extrémne a čo je prijateľné. Hlavnými funkciami mediálnej komunikácie z pohľadu etiky by malo byť v spoločnosti neustále získavanie a odovzdávanie poznatkov a informácií o prostredí a prenos kultúrneho dedičstva (Burton - Jiráček, 2001, s. 335).

### 3.4 MÉDIÁ A SPOLOČNOSŤ

Kľúčovou funkciou médií je funkcia informačná, sociologická, ale aj zábavná. Zábava totiž nielen prenáša časť prijímanej kultúry a prispieva k vytváraniu vzťahov, ale poskytuje tiež osobné uspokojenie, oddych, uvoľnenie a naplnenie voľného času. Často nás o čas aj okráda. Najmä ak je používaná vo forme častých reklám na využívanie politickej či inej komerčnej propagandy. Teda médiám je možné pripísať funkciu globalizujúcu kultúru, makrospoločenskú a integrujúcu. Médiá dokážu dokonca organizovať život podľa televízneho vysielacieho programu a často určujú rytmus mnohých domácností a dominantný člen rodiny si prisvojuje právo držať v ruke diaľkový ovládač. Často to býva aj partnerským konfliktom, najmä v rodinách, kde je iba jeden televízny prijímač. Každá usporiadaná spoločnosť, každý režim, so sebou prináša aj predstavu o takom fungovaní médií, ktoré by preň bolo žiaduce z hľadiska čo najväčšej stability daného rozdelenia moci (Burton - Jiráček, 2001, s. 19).

V súčasnom politickom dianí v našej republike sme svedkami mediálneho boja o množstvo vysielacieho programu v maďarskom jazyku a zakomponovaní väčšieho množstva maďarskej hudobnej tvorby. Na tom, čo médiá predstavujú, aké funkcie sú im pripisované vo spoločnosti a aké funkcie v skutočnosti plnia, čo hovoria a ukazujú, čo podmieňuje ich chovanie – na tom všetkom sa významným spôsobom podieľajú tiež predstavy o žiaducom chovaní médií, ktoré v danej spoločnosti prevládajú. V súčasných pluralitných demokratických tržne orientovaných spoločnostiach spravidla víťazí liberálna predstava slobodných médií, opierajúcich sa historicky o predstavu slobody prejavu ako jedného zo základných práv človeka, od ktorého sa odvíjala aj sloboda tlače a analogicky aj sloboda ďalších médií. V praxi to znamená, že žiaduci je taký stav, keď do počínania médií nezasahuje štát, cenzúra a kedy je dôležité dôsledné oddelenie štátu od médií garantované zákonom (McQuail, 1999, s. 119).

V minulosti malo televízne a rozhlasové vysielanie podobnú funkciu ako tlač. teda hlavne funkciu spravodajskú. Samozrejme boli tu aj rôzne zábavné vysielania pre dospelých aj deti. Vysielanie bolo ovplyvňované vo veľkej miere aj režimom.



Vysielanie bolo časovo obmedzené a neexistovalo také množstvo televíznych a rozhlasových staníc ako dnes. Dnes je veľké množstvo rozhlasových a televíznych staníc a z každej sa dozvedáme informácie čiastočne z iného uhla pohľadu, každá stanica má svoj okruh tém, ktorými sa zaoberá.

Kladnou stránkou televíznych staníc je že aktuálne správy dostávame aj vizuálne. Vzdelávať by sa malo tak prostredníctvom spravodajstva a publicistiky ale aj dokumentárnej tvorby. Médiá verejnej služby by mali napĺňať práve tú službu, aby sa naplnili aj záujmy menších minoritných skupín, súkromné médiá, orientované na dosahovanie zisku, potreby všetkých zložiek spoločnosti za každú cenu reflektovať nemusia. Častokrát ide v médiách o súperenie vo výške sledovanosti. Vo viacerých prípadoch to však vyvolá opačný efekt ako bol zámer.

Z pohľadu toho čo je v televízii vysielané sa častokrát neprihliada na to, že televíziu sledujú aj maloletí diváci. Záleží len na tom, aby bola sledovanosť, čo najvyššia ako na tom aby boli aj títo maloletí diváci ochránení pred tým, čo im ešte nie je vhodné. Existuje mnoho prípadov, že deti boli agresívne práve z dôvodu, že tak to videli v televízii respektíve v obľúbenej rozprávke. A niekedy takéto prípady neskončili práve najšťastnejšie. Ale je tu otázka, kto za to nesie vinu? V istej miere aj rodič ale ani on nevie úplne zabrániť tomu aby jeho dieťa nepozeralo takúto rozprávku. Alebo daná televízia? Má predsa informovať, zabávať ale aj ochraňovať v istej miere. Jej však ide hlavne o sledovanosť. Veď prečo by nemala vysielat' rozprávky, ktoré majú deti najradšej? A z tohto vyplýva, že na vine sú práve tí, ktorí dané rozprávky vymýšľajú (Suchý, 2007, s. 114).

Zrejme najmenej škodlivým spomedzi médií je rozhlas alebo inak rádio. Spríjemňuje nám cestu autom, dozvedáme sa aktuálne informácie o situácii na cestách, poprípade aj iné. A internet? Predovšetkým si treba uvedomiť, že éra internetizácie spochybňuje doterajšie stotožňovanie slobody prejavu so slobodou médií. Podľa tohto názoru je internet najnebezpečnejšia forma komunikácie, aj keď sa to na prvý pohľad nezdá. Sme radi, že môžeme takto jednoducho komunikovať s priateľmi, známymi a tak ďalej. Internet nám poskytuje ľahký a komfortný prístup k dôležitým informáciám. S ostatnými sa chceme podeliť o svoje zážitky a dojmy a na internete zverejňujeme aj také informácie, ktoré by mali ostať utajené, ktoré sú výhradne naším súkromím. Nestihneme si všimnúť a naše fotografie, poprípade nejaké citáty kolujú na internete a sme zdesení. Technika stále napreduje, a preto už aj staršie generácie siahajú po internetovej komunikácii. V niektorých prípadoch doplatíme na to, že sme internetu tak

dôverovali a sú porušené naše osobné ľudské práva a slobody, je narušené naše súkromie ale už sa to nedá napraviť (Ramonet, 2003, s. 57).

Postavenie médií dnes vychádza z predpokladu, že štruktúra informačného toku v spoločnosti závisí na intenzívnom udržiavaní konkurenčného centra moci voči štátu. Médiá v súčasnej spoločnosti už jednoducho prestali byť zárukou slobody. V 20. storočí prerástli do podoby konzervatívnej mocenskej štruktúry, ktorá sa usiluje si udržať komunikačné privilégia vo vzťahu k verejnosti. Alebo práve preto, že rastúci význam internetovej komunikácie čoraz viac spochybňuje potrebu mediálneho sprostredkovateľa v tomto procese. Médiá vytvorili osobitnú mocenskú zložku, ktorá si osvojuje právo určovať myslenie spoločnosti. Sloboda prejavu je dnes totožná skôr so slobodou informácií, ktorá predpokladá úplne odlišné ambície, ako je získať slobodu voči médiám. Pri slobode prejavu rozlišujeme dve základné zložky - aktívna (právo informovať) a pasívna (právo byť informovaný).

Ekonomické obmedzenia ohrozujú najmä aktívne informačné právo. V zmysle dnes už klasického hesla kto nie je v televízii, neexistuje, sa stráca právo väčšiny ľudí byť vypočutý. Osobitné postavenie médií však ohrozuje aj pasívne informačné právo. Ľudsko – právna agenda bližšie nešpecifikuje a nezaručuje právo na pravdivé a skreslené informácie. Formulácia o práve na informácie všetkého druhu zvädza k interpretácii ľubovoľnej manipulácii s faktami. Podmienkou slobody v 21. storočí sa javí právo na neobmedzené zverejňovanie svojich myšlienok, ktoré nám umožňuje až technológia digitálnej komunikácie.

Dobrym príkladom novej technologickej reality sú mobilné telefóny. Pomocou nich každá osoba môže komunikovať so zvyškom sveta bez zasahovania kohokoľvek iného. Revolúcia komunikačnej technológie oprávňuje ľudí žiadať pre seba výlučné právo kedykoľvek a kdekoľvek vytvárať a rozširovať idey, názory, hudbu či obrazy bez akéhokoľvek mediátora. Faktickou úlohou médií je zabraňovať nám v uplatňovaní tohto práva. Pravda v demokratických podmienkach sa novinárom nezakazuje vyjadrovať svoje názory a nezakazujú sa ani noviny. Mocenské zložky prišli na to, že oveľa efektívnejšie ako kontrolovať médiá je kontrolovať myslenie ľudí. Mechanizmy kontroly sa vyznačujú nekonečnou rozmanitosťou foriem. Môžu nás kontrolovať už len tým, že nás neinformujú, obmedzujú náš prístup k faktom, takže si neuvedomujeme žiadnu potrebu zaoberať sa problémami alebo vyvinúť nejakú aktivitu. Ale môžu nás kontrolovať aj štruktúrou informácií (Ilowiecki - Žantovský, 2008, s. 77-80).

## ZÁVER

Bakalárska práca sa zaoberala problémom kultúrneho spolužitia z pohľadu etických rovín. V prvej kapitole boli definované základné pojmy etiky, vysvetlený ich význam v konkrétnych oblastiach života a dôležitosť ich pochopenia pre kultúrne spolužitie, ktoré by sa čo možno najviac vyvarovalo veľkej globalizačnej kríze. V druhej kapitole sú bližšie vysvetlené a popísané etické hodnoty a potreba ich dodržiavania v kultúrnom spolužití viacerých národov a národnostných menšín so svojou charakteristickou kultúrou. V tretej kapitole je naznačené, ako pomocou základných etických noriem a ich dostatočného pochopenia a aplikovania v praktickom živote by bolo možné sa do istej miery vyvarovať kríze v globalizačnom kultúrnom spolužití.

Treba si uvedomiť, že každý človek je zodpovedný za svoje konanie. Každý človek sa musí zaujímať o to, ako čo najlepšie spolunažívať so svojim susedom, priateľom, ako aj príslušníkmi iných národností. Práve v dobách kultúrnej globalizácie majú národy k sebe nesmierne blízko. Je veľmi jednoduché komunikovať s človekom na druhej strane planéty, preto sa dnes zdá, že ľudia a ľudstvo má k sebe bližšie, ako kedykoľvek predtým. Je to ale skutočne tak? Aj dnes sme svedkami vojen a lokálnych konfliktov a je pravdepodobné, že konflikty na etnickej, ideologickej a náboženskej báze tu budú aj budúcnosti. Etika a jej aplikovanie do kultúrnej globalizácie určite nezabráni týmto konfliktom, ale do istej, nezanedbateľnej miery ich môže a musí ovplyvňovať.

Etika nie je všemocná a nedá sa jej aplikáciou do hlavných oblastí ľudského konania všetko vyriešiť, ale je hlavným motorom pozitívnych zmien, ktoré v týchto odvetviach môžeme pozorovať. Etika je akýmsi dohovorom medzi ľuďmi a zmluvné strany sa dohodli, že budú konať podľa pravidiel, ktoré etika a morálka zaručuje. Jej moc sa zvyšuje priamo úmerne tomu, ako k nej pristupujú hlavní aktéri, ktorý na etických princípoch a dohodách participujú. Dalo by sa povedať, že v prípade utopického štátu by etika a jej aplikácia do spoločnosti bola hlavným zákonom komunity. Utopické krajiny však bohužiaľ neexistujú a pravdepodobne nikdy existovať nebudú. Ľudský druh totiž nikdy nebude dokonalý, ale hlavné víťazstvo človeka nespočíva v dosiahnutí dokonalosti, ale v jej dosahovaní.

Naša spoločnosť sa tvári, že je najdokonalejšou spoločnosťou v dejinách, ktoré človek vytvoril. S určitými výhradami sa s týmito tvrdeniami dá súhlasiť. Snaha o zdokonaľovanie je v každom človeku a všetci sa snažíme zdokonaľovať prostredie, v ktorom žijeme. Globalizácia, či už kultúrna, alebo ekonomická, je len výsledkom týchto snáh.

Keďže spoločný život v súčasnom svete je základom existencie vyspelej kultúrnej spoločnosti, je dôležitosť poznania a dodržiavania etických a mravných hodnôt v celospoločenskom spoložití prvoradá. V tom spočíva aj splnenie hlavného cieľa tejto bakalárskej práce.

## ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

ANZENBACHER, A. 1994: *Úvod do etiky*. 1. vyd. Praha : Zvon, 1994. 292 s. ISBN 80-7113-111-3.

BREČKA, S. 2002: *Médiá v Slovenskej republike*. 1. vyd. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2002. ISBN 80-89034-12-8.

BROŽÍK, V. 2004: *Hodnotenie a hodnoty*. 1. vyd. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa, 2004. 250 s. ISBN 80-8050-680-9.

BROŽÍK, V. 2007: *Hodnotové orientácie. (Druhé, rozšírené a doplnené vydanie)*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. Filozofická fakulta, 2007. 150 s. ISBN 80-8050-958-1.

BROŽÍK, V. 2006: *O hodnotách a ľuďoch*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2006. 178 s. ISBN 80-8050-958-1.

BURTON, G., JIRÁK, J. 2001. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno : BARRISTER & PRINCIPAL, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.

DIATKA, C. 2005: *O etike a hodnotách*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. Filozofická fakulta, 2005. 158 s. ISBN 80-8050-822-4.

DIATKA, C. 2004: Vzdelávanie a výchova, ich smerovanie v kontexte spoločenských zmien. In: *Osobnostná etika a etická výchova*. Nitra : Filozofická fakulta UKF, 2004. s. 13-20. ISBN 80-8050-789-9.

DRAXLER, V. 2006: Zázračná skrinka. Dejiny rozhlasového prijímača. In: *História. Revue o dejinách spoločnosti*. č. 4., roč. 6. Bratislava : Pro Historia, 2006. s. 19-21. ISSN 1335-8316.

HAJKO, D. 2001: *Filozofické návraty a vízie. Z dejín filozofického myslenia na Slovensku v 19. storočí*. Bratislava : IRIS, 2001. ISBN 80-89018-24-6.

HAJKO, D. 2009: Rozličné cesty hľadania humanity. In: *Personálna obnova humanity na prahu 21. storočia*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2009. s. 13-26. ISBN 978-80-8094-465-0.

HAJKO, D. 1988: *Tvorcovia veľkých myšlienok*. Bratislava : Smena, 1988. 1. vydanie.

HRUŠKA, I. 2009: K meritu hodnot. In: *Personálna obnova humanity na prahu 21. storočia*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2009. s. 243-246. ISBN 978-80-8094-465-0.

ILOWIECKI, M. T., ŽANTOVSKÝ, P. 2008: *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-86723-50-1.

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. 2007: *Médiá a spoločnosť. Stručný úvod do studia médií*. 2. vyd. Praha : Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

KHUN, P. 1994: *Humanizácia výchovy a vzdelávania*. Bratislava : ŠPÚ, 1994. ISBN 80-85756-12-9.

KOMENSKÝ, J. A. 1991: *Veľká didaktika*. Druhé vydanie. Bratislava : SPN, 1991. 280 s. ISBN 80-08-01022-3.

KORENÝ, P. 2008: *Právo na slobodu svedomia*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2008. 186 s. ISBN 978-80-8094-315-8.

KRÁLIK, R. 2009: Problémy súčasného človeka. In: *Personálna obnova humanity na prahu 21. storočia*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2009. s. 280-285. ISBN 978-80-8094-465-0.

- LOMBARDIOVÁ, F. G., LOMBARDI, G. S. 1996: *Nekonečný kruh. Výklad etiky amerických Indiánů*. 1. vyd. Košice : Knižná dielňa Timotej, 1996. ISBN 80-88849-04-7.
- MOROVICS, M. T. 2006: Mladšia sestra rozhlasu. Päťdesiat rokov televízneho vysielania na Slovensku. In: *História. Revue o dejinách spoločnosti*. č. 4., roč. 6. Bratislava : Pro Historia, 2006. s. 28-30. ISSN 1335-8316.
- RAMONET, I. 2003: *Tyranie médií*. Praha : Mladá fronta, 2003. ISBN 80-204-1073-6.
- RANKOV, P. 2006: *Informačná spoločnosť – perspektívy, problémy, paradoxy*. 1. vyd. Levice : Koloman Kertész Bagala, LCA Publishers Group, 2006. ISBN 80-89129-91-9.
- REMIŠOVÁ, A. 1998: *Etické kódexy*. 1. vyd. Bratislava : EKONÓM, 1998. 128 s. ISBN 80-225-0952-3.
- REMIŠOVÁ, A., GAŽOVÁ, V. 1998: *Vybrané kapitoly z etiky a kulturológie*. Bratislava : EKONÓM, 1998. ISBN 80-225-0859-4.
- SCHWEITZER, A. 1986: *Kultúra a etika*. Bratislava : Slovenský spisovateľ, 1986. 1. vydanie. 424 s.
- ŠKUTKA, M., MITTAŠ, M. 2009: Egoizmus verus spoločné dobro. In: *Personálna obnova humanity na prahu 21. storočia*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2009. s. 344-351. ISBN 978-80-8094-465-0.
- ŠOLTÝS, L. 2006: Neľahká cesta k divákovi. Začiatky televízie na Slovensku. In: *História. Revue o dejinách spoločnosti*. č. 4., roč. 6. Bratislava : Pro Historia, 2006. s. 28-30. ISSN 1335-8316.
- SUCHÝ, A. 2007: *Mediální zlo – mýty a realita*. Praha : TRITON, 2007. ISBN 978-80-7254-926-9.

ŠVIHLÍKOVÁ, I. 2010: *Globalizace a krize: souvislosti a scénáře*. 1. vyd. Všeň : Grimmus, 2010. 296 s. ISBN 978-80-87461-01-3.

VAJDA, J. 1995: *Etika*. Nitra : ENIGMA, 1995. ISBN 80-85471-23-X.

ŽILÍNEK, M. 2009: Európsky eticko-hodnotový kontext v morálnej kultivácii osobnosti. In: *Personálna obnova humanity na prahu 21. storočia*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2009. s. 52-61. ISBN 978-80-8094-465-0.