

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

bakalárske kombinované štúdium  
2010 – 2013

**BAKALÁRSKA PRÁCA**

Anna Nedelská

Mediálna manipulácia

**Praha 2013**

**Vedúci bakalárskej práce:**

**PhDr. et ThDr. Radek Mezulánik, PhD.**

**JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE**

Bachelor / Combined (Part time) Studies  
2010 - 2013

**BACHELOR THESIS**

Anna Nedelská

Medial manipulation

**Prague 2013**

**The Bachelor Thesis Work Supervisor:  
PhDr. et ThDr. Radek Mezuláník, PhD.**

## **Prehlásenie**

Prehlasujem, že predložená bakalárska práca je mojím pôvodným autorským dielom, ktoré som vypracovala samostatne. Celkovú literatúru a ďalšie zdroje, z ktorých som pri spracovaní čerpala, v práci riadne citujem a sú uvedené v zozname použitej literatúry.

Súhlasím s prezenčným sprístupnením svojej práce v univerzitetnej knižnici.

V Prahe dňa 29.3. 2013

*Anna Nedelská*

## **Pod'akovanie**

Rada by som sa poďakovala mojím rodičom, ktorí mi umožnili vzdelávať sa na tejto inštitúcii a podporovali ma počas celého štúdia. Taktiež profesorom, ktorí formovali moje znalosti a rozširovali obzor v daných predmetoch. Samozrejme v neposledom rade stojí pán PhDr. Et ThDr. Mezulánik, PhD. ktorý zastupoval rolu tútora nad mojou prácou.

## **Anotácia**

Bakalárska práca sa zaoberá pohľadom na manipuláciu médií s ľuďmi. Charakterizuje vznik, vývoj jednotlivých médií a ich následné rozdelenie. Opisuje, akou mocou disponujú médiá, do akej miery nás dokážu ovplyvňovať, a teda ako ľahko je možné podľahnúť ich tlaku. Charakterizuje aké druhy, techniky a metódy využívajú médiá pre dosiahnutie svojich cieľov. Teoretické poznatky boli čerpané najmä z knižnej literatúry s názvom Manipulace v médiích, ktorá vyšla z dielne Univerzity Jana Amose Komenského a je veľkým prínosom v tejto problematike.

## **Kľúčové pojmy**

Druhy manipulácie, manipulácia, masová komunikácia, médiá, mediálne účinky, metódy manipulačných techník.

## **Annotation**

The thesis deals with the issue of media manipulation and their influence on people. It basically traces the evolution of media, from their beginning to their final division. The paper depicts the enormous level of power the media hold as well as the extent at which they are able to manipulate with people's minds. Simultaneously, it raises the question of whether people do actually realise the immense media control and the ease with which they come under such an influence. Furthermore, the thesis recognises the ways, techniques and methods that media use in order to achieve their goals. Theoretical knowledge used throughout the work was gathered primarily from the primary sources such as the book "Manipulation in Media/Media Manipulation". This title is the significant creation of the representant of the University of Jan Amos Komensky, bringing a great contribution as well as answers to the issue

## **Key words**

Broadcasting, handling techniques and methods, manipulation, media effects, media and mass communication, types of handling.

## OBSAH

ÚVOD.....	8
1. MÉDIÁ.....	10
1.1 Delenie médií.....	13
1.1.1 Rozvoj médií.....	14
1.2 Prečo máme médiám podliehať?.....	20
1.3 Metódy manipulačných techník.....	23
2. DELENIE MANIPULAČNÝCH TECHNÍK.....	25
3. OBJEKTIVITA SPRAVODAJSTVA.....	35
4. PRAKTICKÁ ČASŤ.....	37
ZÁVER.....	44
PRÍLOHA.....	45
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....	53
ZOZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJOV.....	54

## ÚVOD

Technologický pokrok 20teho storočia a hlavne široká a jednoduchá dostupnosť k najmodernejším technickým výtvarným, spôsobili výrazný vzostup dôležitosti a vplyvu masových médií. Masové komunikačné prostriedky sa pre dnešného človeka stali pevnou a nedeliteľnou súčasťou každého dňa. Postupne vytlačíme interpersonálnu komunikáciu, ktorá by nám mala pomáhať tvoriť a živiť vzťahy na okraj nášho záujmu a voľné teritórium po nej podvedome a ochotne prenechávame komunikácii masmediálnej, ktorá ale tvorbu vzťahov pomaly nahrádza modernými závislosťami.

Na druhej strane rovnako stará, ako ľudstvo samotné, je aj prirodzená túžba človeka po moci. Kedysi chcel mať moc skrotiť oheň, neskôr získať nadvládu nad neznámou gravitáciou a dokázať pohnúť aj nadrozmernými predmetmi, stavať diela, ktoré dnes obdivujeme. Najlákavejšia sa ale stala chuť po moci nad človekom samotným. K ovládnutiu ohňa stačilo kresadlo a na gravitáciu dodnes funguje jednoduchá kladka. Celé svoje dejiny ale človek vymýšľa a zdokonaľuje spôsoby, ako ovládnuť človeka. Vytvorenie existenčnej závislosti, podmanenie, otrokárstvo, spoločenské triedy a kasty, vyhrážky, úplatky. Len skromný výber z množstva spôsobov ako človek dokázal získať moc nad svojím vlastným druhom. Dodnes hľadá nové, efektívnejšie a tajnejšie cesty k tomu istému cieľu. A veľmi rýchlo prišiel na to, že masové zdelovacie prostriedky mu k tomu poskytujú skutočne ideálnu príležitosť.

Mediálna manipulácia sa stala výhodným a účinným, podvedome akceptovaným a spoločensky prípustným nástrojom moci človeka nad človekom. Objavil nástroj moci nad masou, nad spoločnosťou. Stále sa však jedná o pomerne prehliadanú, tabuizovanú tému. Jednotlivec si hovorí, že „mňa sa to netýka“, spoločnosť si to nevšíma a médiá sa k tomu otvorene nehlásia. V našej práci sa preto pokúsime v prvom rade priblížiť vznik spolu s rozdelením médií a stručne zhrnúť a rozobrať hlavné známe aspekty mediálnej manipulácie. Keďže forma médií priamo ovplyvňuje formu manipulácie, začneme popisom najbežnejšie používaných masových komunikačných prostriedkov, ich charakterizáciou a spoločenským významom. Všetkým známym manipulačným technikám sa budeme potom podrobne venovať v druhej kapitole.



Účelom tejto práce je teda podať stručné a ucelené zhrnutie a popis novodobého fenoménu médií i mediálnej manipulácie, jej jednotlivých foriem, ale aj spôsobov uplatnenia, využitia a zneužitia. Na zreteli by preto vždy malo byť to známe, že „s veľkou mocou prichádza aj veľká zodpovednosť“.

# 1. MÉDIÁ

*„Médiá nám nehovoria, čo si máme myslieť, ale nám hovoria, o čom máme premýšľať.“*

Bernard Cohen

Médiá majú v moderných spoločnostiach zásadný a stále vzrastajúci význam. Toto tvrdenie podkladá najmä McQuail (2007, s. 21) na skutočnosti, že sú:

- zdrojom moci (potenciálnym prostriedkom vplyvu, ovládaním)
- prostredím, kde sa odohráva rad udalostí z oblasti verejného života
- významným zdrojom výkladov sociálnej reality a predstáv o nej
- zdrojom usporiadaných a verejne zdieľaných významových sústav, ktoré vymedzujú, čo je normálne (odchýlky potom zviditeľňujú to, čo je považované za verejne akceptovanú podobu normálnosti)

Médiá sú tiež prostriedkom zábavy a určujú najbežnejšie spôsoby trávenia voľného času. Organizujú ho. Výsledkom je skutočnosť, že predstavujú najväčšie a stále sa rozširujúce priemyselné odvetvie, ktoré ponúka veľa pracovných príležitostí a bohatú škálu potenciálnych ekonomických ziskov.

Skôr ako si priblížime historický aspekt médií, je potrebné venovať pozornosť komunikácii samotnej, ktorá vznikla vďaka primárnej potrebe komunikovať, byť informovaný. Z praktických dôvodov ju Žantovský a Ilowiecki (2008, s. 154-5) rozdeľujú na nasledujúce roviny:

1. Interpersonálna komunikácia je medziľudská komunikácia, ktorá v sebe zahŕňa verbálnu komunikáciu, prostriedky expresie a tiež neverbálnu komunikáciu ako sú mimika a gestá. Je spontánna, veľmi ťažko ovplyvniteľná a regulovateľná predpismi, preto jasne odráža psychologický profil komunikujúcich jedincov a tiež vplyvy kultúrneho pozadia, z ktorého komunikujúci pochádzajú. Komunikácia medzi jednotlivcami najlepšie umožňuje zoznamovanie sa (s ľuďmi

a informáciami) a najmenej obmedzuje - s výnimkou snahy o vedomé oklamanie druhého človeka.

2. Inštitucionálnou komunikáciou môžeme označiť predávanie informácií medzi organizáciami, spoločenstvami, združeniami, štátmi a pod. teda inštitúciami, ktoré majú svoju organizačnú štruktúru. Spadá sem i komunikácia medzi nadriadenými a podriadenými pracovníkmi. Od kvalitnej inštitucionálnej komunikácie ako metódy výmeny informácií závisí úspešné fungovanie celého organizovaného spoločenstva. Formy a význam tohto druhu komunikácie sú väčšinou reglementované, teda upravované predpismi.
  
3. Mediálna komunikácia je komunikácia medzi obyvateľstvom a médiami, realizovaná médiami. Pretože má na obyvateľstvo a celú spoločnosť veľký vplyv, prejavuje sa často snaha o jej ovplyvňovanie politickými a záujmovými skupinami. Preto je nevyhnutné regulovať tento typ komunikácie mnohými predpismi a obmedzeniami, ktoré zároveň musia byť v súlade so zákonom voľného trhu, tradíciami, etickým a kultúrnym prostredím spoločnosti. Na pracovníkov médií by mali byť kladené vysoké mravné a etické požiadavky.

## 1.1. Delenie médií

Termín „masová komunikácia“, ktorý vznikol koncom tridsiatych rokov tohto storočia, vyvoláva príliš veľa konotácií, aby dovolil definíciu, na ktorej by bolo jednoduché sa zhodnúť. Už samo slovo „masový“ je nabité hodnotami a rozpormi a ani termín „komunikácia“ dodnes nemá všeobecne prijímané vymedzenie. No existuje celkom prijateľná zhoda v bežnom chápaní tohto javu, ktorá ponúka jeho pracovnú definíciu a všeobecnú charakteristiku. Pojem „masový“ odkazuje k veľkému počtu, rozsahu či množstvu (či už ľudí alebo produktov), zatiaľ čo „komunikácia“ označuje predávanie a preberanie významov, vysielaní a prijímaní oznámení. Jedna v prvých definícií hovorí: „Masová komunikácia zahŕňa inštitúcie a metódy, ktorými špecializované skupiny využívajú technické prostriedky (tlač, rozhlas, film a pod.) k šíreniu symbolických odkazov, k početnému heterogénnemu a široko rozptýlenému publiku“ a „predstavuje dôležitú charakteristiku súčasných procesov komunikácie“. Niektorí autori spájajú pojem masovej komunikácie s mediálnou. Tak ako to urobili Ilowiecki a Zasepa: Ide o spoločenskú komunikáciu udržiavanú tlačou, rozhlasom, ale predovšetkým televíziou. Zdôrazňujeme, že aj ona je veľmi silno zviazaná rozličnými predpismi a obmedzeniami, keďže vždy podlieha usmerneniam konkrétneho prostriedku masovej komunikácie a zákonom voľného trhu (konkurencia, zisk a pod.), okrem toho je skoro vždy obmedzovaná politickými stranami a záujmovými skupinami.

Jedna z definícií (Janowitz, 1986) hovorí: Masová komunikácia zahrňuje inštitúcie a postupy, ktorými špecializované skupiny využívajú technické prostriedky (tlač, rozhlas, filmy apod.) pre šírenie symbolického obsahu smerom k rozsiahlemu, nesúrodému a široko rozptýlenému publiku.“ V tejto definícii tak isto ako v mnohých ďalších, je slovo „komunikácia“ v skutočnosti použité ako „prenos“, a to len z pohľadu podávateľa, nie v celkovom význame, do ktorého spadá i odpoveď, oznámenie a interakcia.

Nemôžeme ale tvrdiť, že proces masovej komunikácie nie je synonymom k masovým médiám (sú to organizované postupy a technológie, ktoré masovú komunikáciu umožňujú). Rovnaké technológie sa bežne využívajú i k iným účelom

a prostredníctvom rovnakých sietí sa vytvárajú aj iné typy vzťahov. „Napríklad základné podoby a technológie „masovej“ komunikácie sú rovnaké ako podoby a technológie, ktoré sa používajú v tých najlokálnejších novinách a rádiách. Masové médiá taktiež využívame pre individuálne, súkromné či organizačné účely. Rovnaké médiá, ktoré môžu predávať verejné oznámenia rozsiahlemu publiku z dôvodu vecí verejných, môžu taktiež prenášať oznámenia veľmi osobné ako napríklad výzvy k dobročinnosti, inzeráty ponúkajúce zamestnanie a celé rady ďalších druhov informačných či kultúrnych oznámení. Každodenná skúsenosť s masovou komunikáciou je nesmierne pestrá. Najviac je dobrovoľná a obvykle ju formuje kultúra alebo nároky, ktoré na jedinca kladie jeho spôsob života, jeho sociálne prostredie, v ktorom sa formuje a žije.

### 1.1.1. Rozvoj médií

McQuail rozdelil v dejinách masových médií štyri hlavné aspekty určujúce vývoj médií: technológiou / politickou, sociálnou, ekonomikou a sociálnou situáciou spoločnosti / množinou činností, funkcií a potrieb / a konečne ľuďmi – hlavne ich združením do skupín a tried podľa záujmov. Tieto aspekty vstupujú do najrôznejších vzájomných interakcií a majú rôzne stupne dôležitosti.

#### *Tlačové médiá*

Kniha: Na počiatku dejín moderných médií stojí kniha. Prvotne bola tvorená reprodukciami rovnakého diela či súborov textov náboženského charakteru, ktoré sa rozmnožovali ručne. Samotná tlač ovplyvnila obsah postupne- smerom k praktickejším a ľudovejším dielam (hlavne v národných jazykoch), rovnako ako k politickým a náboženským pamfletom a traktátom. Táto zmena zohrala obrovskú úlohu pri transformácii stredovekého sveta. Môžeme preto hovoriť o premene spoločnosti, o revolúcii, v ktorej kniha zohrala neodmysliteľnú úlohu.

Kniha ako médium:

- Technológia ručného písma
- Zviazané stránky
- Veľký počet kópií
- Zbožný charakter
- Rozličný (svetský) pohľad
- Individuálne využitie
- Sloboda publikovania

*Prvé periodické noviny:*

V prvom rade by sme radi upozornili na fakt, že hlavným predchodcom novín boli v skutočnosti skôr letáky a bulletiny ako knihy. Sústredili sa predovšetkým na prenášanie správ o dôležitých udalostiach zameraných najmä na medzinárodný obchod. „Prvé noviny sa vyznačovali periodicitou, komerčnou podstatou (boli voľno predajné), mnohostranným využitím (slúžili k informovaniu, zaznamenávaniu, inzerovaniu a k šíreniu ohovárania) a verejným, takže otvoreným charakterom.“

Noviny boli svojím spôsobom oveľa väčšou inováciou v porovnaní s tlačenu knihami, i keď to vtedy nemuselo byť tak očividné. Šlo o nájdenie novej literárnej, sociálnej a kultúrnej formy. Ich zvláštnosť v porovnaní s inými podobami kultúrnej komunikácie tkvie v ich individualizme a orientácii na realitu, v úžitkovosti, svetskosti a v celkovej schopnosti vyhovieť potrebám novej triedy, remeselníkom a obchodníkom obývajúcich mestá.

Neskoršie dejiny novín je možné charakterizovať ako sériu bojov, víťazstiev a ústupkov v zápase o slobodu alebo postupnejšiu históriu ekonomického a technického vývoja.

Noviny ako médium:

- Pravidelné a časté vychádzanie
- Zbožný charakter
- Informačný obsah
- Pôsobenie vo verejnej sfére
- Mestské, svetské publikum
- Relatívna sloboda

Dnes slúžia ako forma kontroly a riadenia hlavne kvôli tomu, že sa existencia tlače ustálila v rámci tržného systému. Moderné listy i veľké podnikateľské spoločnosti sú prístupnejšie väčšiemu množstvu najrôznejších tlakov a zásahov, aké absolvovali ich jednoduchší predchodcovia.

### ***Film***

V dejinách filmu sa vyskytujú tri významné momenty. Prvým je použitie filmu k propagande, najmä pokiaľ ide o celonárodné či celospoločenské záujmy. Toto použitie stavia na širokom dosahu, predpokladanom realizme, emocionálnom dopade či obľube. Za ďalšie dva momenty v dejinách filmu môžeme považovať objavenie niekoľkých škôl filmového umenia a vznik sociálneho dokumentárneho filmu. Od hlavného prúdu vývoja filmu sa líši tým, že kladie dôraz menšinové videnie sveta alebo silno zdôrazňujú požiadavku realizmu (poprípade oboje). Obe odnože sú, do istej miery

náhodou, spojené s filmom ako nástrojom propagandy, pretože majú tendenciu presadzovať sa v období sociálnej krízy.

Skryté ideologické a propagandistické prvky sa vyskytujú i v mnoho populárnych zábavných filmoch, dokonca i v politicky „slobodných“ spoločnostiach. Táto skutočnosť je odrazom pôsobenia niekoľkých faktorov: vedomej snahy o zámerné riadenie spoločnosti alebo spoločenskú kontrolu (social control), nevedomelého osvojenia publicistických či konzervatívnych hodnôt a snahy prilákať masovú pozornosť. Aj keď v dejinách filmu prevláda zábavná funkcia, filmy často vykazujú propagandistické tendencie. Film isto podlieha vonkajším vplyvom ľahšie ako médiá a môže sa stať terčom tlakov smerujúcich ku konformizmu, pretože v stávke je spravidla veľa peňazí.

Dvoma rozhodujúcimi okamihmi v dejinách filmu sú príchod televízie a „amerikanizácia“ filmového priemyslu a filmovej kultúry. Film sa rozčlenil na jednotlivé žánre a zdomestifikoval sa. Táto zmena vyvolala zníženie spotreby úctyhodnosti. Film sa tak svojím spôsobom oslobodil a mohol neobmedzenejšie uspokojovať požiadavku po násilnom, hrôzostrašnom či pornografickom obsahu. Navzdory oslobodenia spôsobené tým, že sa stal menej „masovým“ médiom, nedokázal si vydobíť plné právo na slobodné politické a umelecké sebvýjadrenie a mnoho zemí si i naďalej drží aparát na poskytovanie licencií, cenzúry a prostriedkov kontroly.

Posledným sprievodným javom, ktorým sa prejavuje závislosť filmu na ďalších médiách a hlavne na televízii v prístupe k publiku, je jeho prelínanie s inými médiami, predovšetkým s vydávaním kníh, populárnou hudbou a samotnou televíziou. Tím film síce stráca časť bezprostredného publika, ale do istej miery si zaist'uje ústredné postavenie (Jowett a Linton, 1980) „ako výkladná skriňa ďalších médií a ako kultúrny zdroj, z ktorého vychádzajú knihy, kreslené seriály, pesničky, televízne „hviezdy“ a seriály. Výraznejšie ako kedykoľvek predtým sa stáva tvorcom masovej kultúry. Dokonca i strata návštevníkov kín je viac než vyrovnaná novým publikom tvoreným divákmi sediacimi doma, ku ktorým sa film dostane prostredníctvom televízie, nahrávok na videu a satelitnými kanálmi.



Film ako médium:

- Audiovizuálne technológie
- Verejné predvádzanie
- Extenzívna (všeobecná) prítlačivosť
- Prevláda rozprávanie a fikcia
- Medzinárodná charakter
- Verejná regulácia
- Ideologická povaha

### ***Vysielanie (broadcasting)***

Obe médiá vyrástli z technológií, ktoré existovali pred nimi – z telefónu, telegrafu, pohyblivej i nehybnej fotografie a nahrávania zvuku. Aj napriek tomu existujú medzi oboma médiami zjavné rozdiely, môžeme ich dnes obe, v obsahu i využití, vysvetľovať spoločne. Oba médiá si museli obsahy vypožičať od už existujúcich médií – a ich najobľúbenejšie obsahy sú preto odvodené: filmy, hudba, príbehy, správy i šport.

Možnou hlavnou inováciou, spoločnou rozhlasu i televízii, spočíva v ich schopnosti priameho sledovania, prenášania a zaznamenávania udalostí vo chvíli, kedy sa dejú. Ďalším charakteristickým rysom rozhlasu a televízie je vysoký stupeň regulácie, kontroly a udeľovania licencie verejnými inštitúciami – pôvodne išlo o technickú potrebnosť, neskôr sa z toho stala zmes demokratického rozhodovania, štátnych záujmov, ekonomických výhod a jednoduchých inštitucionálnych zvyklostí. Nadväzuje na to i tretí historicky významný rys rozhlasu a televízie, čím je typická distribúcia od centra k periférii a spojovanie celoštátnej televízie a politickým životom a mocenskými centrami v ňom. Dôsledkom je popularita týchto médií i a ich politický význam. No navzdory tomu všetkému, si nikdy nevydobyli také právo a slobodu (na rozdiel od tlače), aby mohli voľne vyjadrovať svoje názory a chovať sa politicky úplne nezávisle.

Vysielajúce médiá:

- Veľmi rozsiahly výstup, rozsah a dosah
- Audiovizuálny obsah
- Zložitá technológia a organizácia
- Verejný charakter a rozsiahla regulácia
- Národný a medzinárodný charakter
- Veľmi rozmanité podoby obsahu

### ***Hudobné nahrávky***

Zatiaľ čo spoločenský význam hudby ako takej priťahuje pozornosť len sporadicky, vzťah hudby k spoločenským udalostiam bol vždy predmetom záujmu: raz bol sledovaný s nadšením, inokedy s obavami. Od šesťdesiatych rokov minulého storočia, kedy došlo k nástupu priemyslu založeného na mladých poslucháčoch je masovo medializovaná hudba atraktívnejšia pre najširšie publikum, spojovaná s mladistvým idealizmom a politickými otázkami, údajnou degeneráciou, braním drog, s násilím a protispoločenskými postojmi. Hudba taktiež zohrala istú rolu v najrôznejších hnutiach za národnú nezávislosť (napr. Irak či Estónsko). Zatiaľ čo obsah hudby nebolo nikdy jednoduché regulovať, jej distribúcia bola prevažne v rukách zavedených inštitúcií. Deviantné, od noriem sa odchyľujúce tendencie, pokiaľ ich niekto zaznamenal, sa stávali predmetom rôznych sankcií. Inak sa ale hudba určená najširšiemu publiku venuje predovšetkým vyjadrovaniu trvalých a konvenčných hodnôt a osobných potrieb.

Hudobná nahrávka (fonogram) ako médium:

- Rozmanité technológie nahrávania a šírenia
- Nízky stupeň regulácie
- Vysoká stupeň internacionalizácie
- Mladšie publikum
- Subverzívny potenciál
- Rozmanitosť v možnostiach príjmu

### *Nové elektronické médiá*

Takzvané telematické médiá (telematické preto, že v sebe kombinujú telekomunikáciu a informatiku) sú vítané s nadšením. Pod termínom “nové elektronické médiá“ je možné rozumieť súbor inovácií sústredených okolo systému, ktorého podstatou je vizuálna zobrazovacia jednotka spojená s počítačovou sieťou.

Do hry je zapojených niekoľko typov technológií: prenosová (káblom alebo pomocou satelitu), miniaturizácia, technológia ukladania a vyvolávania dát, technológia zobrazenia (používa pružnú kombináciu textu a grafiky), technológia ovládania (pomocou počítača). Hlavnými rozdielmi, ktorými sa tieto médiá líšia od „starých médií“ sú: decentralizácia – dodanie obsahu a výber nie sú prevažne v rukách toho, kto komunikovaný obsah dodáva, vysoká kapacita - prenos prekonáva obmedzenia dané nákladmi, vzdialenosťou a objemom, interaktivita – príjemca si môže vybrať, môže odpovedať, vymieňať si obsahy a priamo sa spojiť s ďalšími príjemcami, a konečne flexibilita formy, obsahu a využitia.

Všeobecne je možné povedať, že nové médiá premostujú rozdiely medzi jednotlivými médiami i medzi verejnými a súkromnými komunikačnými aktivitami. To isté médium môže byť použité verejne i súkromne pre príjem i vlastnú produkciu obsahov. Tento vývoj má z dlhodobého hľadiska dôsledky nie len pre definovanie jednotlivých médií, ale i pre hranice mediálnych inštitúcií.

Telematické médiá:

- Technológia založená na využití počítačovej techniky
- Hybridný, pružný charakter
- Možnosti interaktivity
- Verejné i súkromné funkcie
- Nízka úroveň regulácie
- Vzájomná prepojenosť

## 1.2. Prečo máme tendenciu manipulácii podliehať?

### Manipulácia

([http://sk.wikipedia.org/wiki/Manipul%C3%A1cia\\_\(psychol%C3%B3gia\)](http://sk.wikipedia.org/wiki/Manipul%C3%A1cia_(psychol%C3%B3gia))) z lat. výrazov ruka a uchopiť - je v sociálnej psychológii a sociológii termín označujúci snahu ovládať myslenie druhej osoby či viac osôb. Manipulátor sa snaží vnútiť cieľovej osobe myšlienky, názory či konania, ktoré nie sú obeti vlastné a ktoré by dobrovoľne neprijala a získava výhodu voči nej bez toho, aby mala voľbu, či mu vyhovie alebo nie. Obet' si často ani neuvedomuje, že je manipulovaná.

Poľskí odborníci na masmédiá hovoria, že manipulácia v médiách je (ZASEPA, OLEKŠÁK a GAZDA, 2009, s. 36) v bežnej hovorenej reči nejasný, úskočný, neúprimný výber informácií a jazykových prostriedkov s úmyslom ovplyvniť nálady, názory, mienku iných ľudí, získať možnosť riadiť správanie ľudí a dosiahnuť vlastné ciele a osôh. Lepa tvrdí, že (ZASEPA, OLEKŠÁK a GAZDA, 2009, s. 51) manipulácia je špecifickou formou klamstva. Jej dôsledkom je krivda, ktorú spôsobuje manipulátor druhému človeku. Morálne zlo je tým väčšie, čím širšie kruhy manipulácia zahŕňa. Rozsah morálneho zla je v značnej miere závislý od prijímanej koncepcie človeka. Rozhoduje tu taktiež filozofia človeka a jeho psychologické koncepcie.

Žijeme v konzumnej spoločnosti a tým nemáme namysli výhradne materiálne založenie na úkor duchovnej stránky. Rovnaký prístup má väčšina ľudí aj k informáciám, ktoré prijímajú. Médiá nám na zlatom podnose servírujú určitý výsek informácií a my ich často krát konzumujeme bez akéhokoľvek pozastavenia či zamyslenia sa nad danou témou.

Bližšiu problematiku by sme radi špecifikovali podľa Ivana Vágnera (1997). Existujú tri základné faktory, ktoré manipulácii nahrávajú.

1. Dostupné médiá prezentujú rovnaké pseudoudalosti. Poskytované informácie do seba zapadajú.
2. Od svojho narodenia sme boli vychovávaní dôverovať práve tejto forme informácií.

3. Máme pocit, že si časť prezentovaných informácií môžeme overiť. Základným prívlastkom správ je aktuálnosť, a teda nemáme žiadnu pochybnosť, že „hot news“ sú dôležitejšie než tie včerajšie a my sa tak cítime informovaní, v obraze. Neprestajný prúd nových správ, ktoré absorbujeme, nám bráni zamýšľať sa nad ich reálnou hodnotou a tým pádom prehliadame aj manipuláciu a jej formy. Bolo nám vštepované, že v modernej dobe „musíme“ mať čo najviac informácií. Táto skutočnosť nahráva manipulátorom do kariet. Keďže sme zasýtení z každej strany haldou správ, nastáva menšia pravdepodobnosť, že sa nad nimi skutočne zamýšľame.

Médiá sú teda svojím pôsobením na vedomie a názory ľudských jedincov aj celej spoločnosti silne manipulatívne. Ovpływujú ich postoje a názory bez toho, aby si túto skutočnosť manipulované objekty uvedomovali. Práve naopak. Sú presvedčené, že ich postoje a rozhodnutia sú výsledkom ich vlastného vedomia, no v skutočnosti sú to názory infikované médiami. Tak sa jednotlivci a aj celá spoločnosť môžu stať nástrojom v rukách manipulátora. Pritom manipulácia sa veľmi ťažko dokazuje. To sú dôvody, prečo majú médiá na jednej strane obrovskú moc a vplyv, a na strane druhej sú to dôvody, prečo sú médiá zo strany záujmových a politických skupín predmetom boja o zaskanie vlády nad nimi.

Ďalej Ivan Vágner (1997) pokračuje, každá manipulácia je zásahom do integrity manipulovaného objektu. Môže mať rôzne formy - od skrytého presvedčania cez nátlak až po násilie. Pritom ale manipuláciou nemôžeme chápať presvedčanie, teda otvorenú komunikáciu, argumentáciu, dialóg, kde obe strany jasne poznajú účel a cieľ komunikácie a argumentácie. Manipulácia používa skrytý cieľ a nečisté triky a praktiky, ktoré majú presvedčiť manipulovaný objekt, aby konal alebo získal presvedčenie, ktoré je výhodné pre manipulátora. Niekedy je presvedčanie v spoločnosti nevyhnutné, pretože by sa bez neho organizované spoločenstvo, ktorým je štát, nemohlo udržať. Napríklad je na jedincova často vyvíjaný nátlak, napr. ekonomický alebo právny, ktorým sú ľudia nútení chovať sa určitým spôsobom, ktorý je pre inštitúciu štátu nevyhnutný a prospešný. Vzniká veľmi tenká hranica medzi tým, čo je prospešné pre štát alebo vládu (inštitúciu) a čo je už zásahom do slobody jednotlivca, v jeho neprospech. Ďalšou formou je násilie. Často býva spojené s fyzickým násilím a ohrozením života. Celé

dejiny ľudstva sú pretkané násilím ako najstaršou formou zbavovania ľudí ich subjektivity a nútenia k určitému chovaniu.

Manipulácia je v súčasnej dobe najrozšírenejším a najúčinnnejším nástrojom záujmových skupín, ktoré chcú získať moc. Túto skutočnosť by sme mali mať na zreteli. Taktiež je potrebné si uvedomiť, že hranica medzi presvedčaním a manipuláciou, medzi komunikáciou a nátlakom, je veľmi ťažko definovateľná. Avšak je možné povedať, že pôsobenie na jednotlivcov a spoločnosť vykazuje znaky manipulácie ak má za cieľ

- ovplyvniť nálady, názory, mienku iných ľudí
- získať možnosť riadiť rokovania ľudí a dosiahnuť tak vlastné ciele a úžitok

**Hlavné kategórie manipulácií v médiách (Verner, 2011, s. 89):**

- cielená manipulácia, za účelom zmeny postoja príjemcu (propagácia tovaru, propaganda idejí)
- následky skreslenia skutočnosti pre zábavu príjemcu (bulvárna prax) i pobavenie vysielateľa (aprílové žartovanie)
- manipulačné dôsledky omylov z dôvodov objektívnych (vzdialenosť od zdroja, skreslenie prekladom) či subjektívnych (vzdelanie, výchova)

Najrýchlejšie a spontánne vzniká fáma. Čo je to fáma: znamená šírenie informácií, skôr prevdepodobných špekulácií, ktorých skutková podstata nebola doposiaľ vierohodne z najmenej dvoch nezávislých zdrojov potvrdená.

### 1.3. Metódy manipulačných techník

#### *Poriadok prezentácie*

(ŽANTOVSKÝ, Petr, ILOWIECKI 2008, s. 154) V češtine poznáme pojem denný poriadok, čo je doslovný preklad anglického agenda setting. Tým sa ale označuje selekcia a voľba tém a všeobecne informácií určených na zverejnenie. "Agenda" je len iné pomenovanie diáre, notesu, kalendáre, kam sa zaznamenávajú dôležité informácie a harmonogram úloh. Slovný základ je z latinského Agere znamená robiť, zariadovať, ale tiež hrať úlohu, predstierať. Anglické setting - umiestenia, poloha. Agenda setting znamená umiestnenie v dennom poriadku.

Vieme, že selekcia, voľba informácií a tém v masmédiách je prirodzená, pretože neexistuje ani fyzická možnosť ani potreba oznamovať všetko všetkým.

Selekcia sa robiť teda musí a musí sa tiež určiť nejaké poradie oznamovanie, odovzdávanie jednotlivých informácií a tém. Všimnime si, že rovnako ako v pojme poriadok prezentácie, tak v termíne agenda je okrem výberu samotných informácií obsiahnutá aj voľba ich poradie.

Máme teda objektívne potrebu prijať poriadok prezentácie, a nebolo by na tom nič zlé, keby... Výskumy totiž ukázali, že informácie, veci, idey, udalosti, ktorým masmédiá venujú najviac pozornosti (ich výber z mora všetkých údajov definujúcich realitu a exponovanie tých vybraných), mení sa v takú, ktoré verejnosť zaujímajú. Výber, miesto a čas prezentácie správ - tém v masmédiách, predovšetkým elektronických, majú teda obrovský vplyv na to, čo tá ktorá spoločnosť začne považovať za naj dôležitejšie záležitosť alebo problém pre seba alebo aj pre celý národ. Takže určenie poriadku prezentácia môže mať a aj má podstatný vplyv na to, o akých veciach ľudia premýšľajú, čo si o nich myslia a aký význam im pripisujú. Poriadok prezentácie sa môže riadiť podľa rozmanitých kritérií. Samozrejme, že naj lepšie sú kritériá skutočného významu, úprimnosti, objektivity a naozajstných rozmerov.

Skutočný význam predstavuje závažnosť daného faktu pre celú spoločnosť konkrétne krajiny, sveta, pre konkrétnu skupinu príjemcov atď.

Pravdivosť tvorí výber informácií podľa možnosti dobre overených, v mediálnej reči jednoducho pravdivých.

Pri objektivite ide o taký výber informácií a faktov, ktoré by nevzbudzovali dojem uprednostňovania konkrétnej politickej strany, moci, napr. zamlčaním pre ňu nie výhodných faktov a inými metódami. Pozor! Objektivita nevylučuje podporu nejakého záujmu alebo myšlienky pod podmienkou, že sa to robí metódami, ktoré sú v súlade s profesionálnou etikou, napríklad jasným oddelením objektívne informácie od vlastného názoru novinára či redakcie.

Nestrannosť znamená v najvyššej miere vyhýbanie sa politickým komentárom očakávaným a vyžadovaným od verejnoprávnych televízií, ktoré sa skoro vždy a všade stávajú politickými nástrojmi alebo nástrojmi nejakej záujmovej skupiny.

Vyváženosť predstavuje predovšetkým ukazovanie reality nielen negatívne. Môže sa to zdať ako najťažšia úloha, pretože predstaviť dobro zaujímavou formou správy (informácie o dobrých, kladných, pozitívnych udalostiach) nie je ľahké, ale je potrebné sa o to snažiť.



## 2. DELENIE MANIPULAČNÝCH TECHNÍK

### Metódy manipulácie

V práci s názvom *Methods of Media Manipulation* nám rozdeľuje autor Michael Parenti súhrn základných metód, ktoré sa používajú v masmédiách na manipuláciu prijímateľov. Zahŕňa vynechanie a potlačenie skutočností, klamstvá, neúplné/čiastočné informácie a ich následné opakovanie, nevyváženosť/jednostrannosť správ, nálepkovanie, transmisia falošných hodnôt a frameing.

### Vynechanie a potlačenie

Táto forma manipulácie je najčastejšou. Dalo by sa povedať, že sa časti správy, informácie, udalosti či myšlienky jednoducho odignoruje a recipientovi predkladá len časť „pravdy“. Vyňať je možné akýkoľvek fakt, detail správy či celá správa, ignorovať celý myšlienkový pochod alebo aktéra udalosti. Vynechanie a potlačenie sa najviac vyskytuje v politickej oblasti vrámci „štátnych záujmov“. Ako príklad by sme mohli uviesť likvidáciu komunistickej strany a jej prívržencov v Indonézii z roku 1965. Za podpory USA indonézska armáda vyvraždila pol milióna ľudí. Stovky nemocníc, knižníc a škôl založených komunistami bolo zničených. Prvá zmienka o incidente sa objavila až po troch mesiacoch v časopise *Times* a denník *The New York Times* ju zverejnil až o ďalší mesiac. Správa obsahovala oslavujúci komentár indonézskej armáde, ktorá splnila svoju misiu „na jednotku“.

### Nálepkovanie

Médiá taktiež občasne úspešne ovplyvňujú vnímanie udalosti, javu, či konkrétnej osoby alebo skupiny ľudí vopred „onálepkovaným“ slovom, frázou. V podstate recipientom predkladajú pohľad na vec, vopred predefinovaný význam. Prijímateľ tak ihneď rozlišuje, či je správa alebo protagonista pozitívny/ negatívny. Alternatívna interpretácia je vylúčená od interpretácie predkladateľa informácie.

Takéto onálepkovanie môže mať dokonca mimoriadne silný terapeutický účinok: desiatky zranených na televíznej obrazovke, výbuch auta v susednom meste či znásilnenie na našom sídlisku by sa nemohli na televíznej obrazovke zjavovať tak často, keby ich desivosť nebola vzápätí neutralizovaná frázami „útok pravicových extrémistov“, „vybavovanie účtov“ či „žena pochybných mravov“. Takto ide razom o niečo pochopiteľné, priam očakávané, takže sa vlastne nič nedeje.

### **Transmisia falošných hodnôt**

Pod heslom „objektivita“ novinári bezhlavo prenášajú všetky oficiálne vyhlásenia, vrátane lží a výmyslov. Lži sú dokonca vítané - vytvárajú najväčší priestor na reakciu druhej strany a následne výrobu série pseudospráv. Za čias McCarthyho si za takýto spôsob práce vyslúžili novinári prívlastok „stenografi moci“.

### **Nevyváženosť**

Novinári vedia, že vypočuté majú byť obe strany. Bohužiaľ „obe“ strany neznamená „všetky“ strany. Ku všetkým otázkam sa teda vyjadruje „vláda“ a „opozícia“. Alternatívne názory, nepolitici, extrémisti nemajú šancu.

### **Framing (forma správ)**

„Ohnúť pravdu je lepšie, než klamať,“ tak znie základná poučka, pod ktorou novinári páchajú dennodenné manipulácie. V praxi sa používajú mnohé spôsoby, medzi najnevinnejšie patrí ovplyvňovanie obsahu pomocou zmeny poradia správ a ich rozmiestnenia (napokon vždy musia byť „nejako“ umiestnené).

Fatálnym činiteľom je aj samotný novinársky jazyk. Najokatejším príkladom jeho využívania je vytrvalé „úvodzovkovanie“ názvov nepriateľských inštitúcií časopisom Zmena (takzvaná Európska unia, „Severoatlantická alianca“). Literatúra uvádza mnohé príklady, kde dokáže správne použitie jazyka dokonca účinne pôsobiť na podvedomie recipientov.

## **Výber fotografií**

Je vždy nutné „nejakú“ vybrať, čo dáva manipulátorom do rúk takmer nezničiteľný argument.

V ďalšej časti si uvedieme konkrétne názorné príklady aj s charakteristikou. Ftorek (2009) rozlišuje manipulačné techniky nasledovne:

## **Argument ad personam**

Jedná sa o techniku, ktorá nezohľadňuje súperove vecné argumenty, ale skôr jej zosmiešňuje a uráža verbálnym útokom na jeho osobu, keď poukazuje na jeho zníženú dôveryhodnosť, neschopnosť, a pod.

## **Reductio ad absurdum, ad Hitlerum, Stalinum, Bin Ladinum**

V zmysle argumentu. Redukcia ad absurdum je racionálny argument, ktorý je odmietnutý s poukázaním na to, že rovnako argumentovala, alebo sa správala osoba, ktorá je verejne, zásadne a principiálne odmietaná pre neprijateľnú politickú prax (napr. Hitler, Stalin, a pod.)

## **Paluba víťazov**

Te to technika, ktorá pracuje s prirodzenou túžbou väčšiny ľudí byť na strane víťazov, ísť s davom a vyhnúť sa izolácii alebo eliminácii. Skrátka byť na "palube víťazov". Táto technika napĺňa túžbu mnohých ľudí zaistiť si v danom okamihu alebo dejinnej situácii lepšie existenčné podmienky.

## **Večné opakovanie**

Technika používa princíp stáleho opakovania konkrétne myšlienky, heslá alebo sloganu podľa Goebbelsovho hesla: „Stokrát opakovaná lož sa stáva pravdou.“

## **Čierna alebo biela**

Predstavuje voľbu len z dvoch možností - napr buď ste s nami, alebo idete proti nám.

## **Obyčajný človek**

Táto technika predstavuje štylizáciu politikov alebo predných manažérov do úlohy „normálneho, obyčajného človeka“, zamestnancov. Tento človek si napr vyhrnie rukávy, oblečie montérky a príde do dielne za robotníkmi, kde na prednastavenom sústruhu vyrobí jednoduchú súčiastku, ide nakúpiť do supermarketu či mestskou hromadnou dopravou. To všetko však najlepšie za prítomnosti kamier a fotoaparátov. Štylizácia do úlohy obyčajného človeka sa prejavuje aj prispôbením reči - hovorová forma reči, ostrejšie výrazy, apod Táto štylizácia má prispieť k pocitu publika, že dotyčný je naozaj len človek, že je to vlastne sympat'ák, ktorý nevie všetko a keď robí chyby, tak je to neškodné a milé.

## **Obetný baránok**

Táto technika spočíva v tom, že dôjde k preneseniu pozornosti, zodpovednosti a viny na konkrétne jednotlivca alebo skupiny. Ich obetovanie (demonštratívny potrestanie) potom funguje aj ako spoločenský ventil, ktorý zmierni spoločenské napätie naplnením túžby frustrované verejnosti po spravodlivej odmene, pomste.

## **Spin (spin doctoring)**

Jedná sa o faloš. Súčasťou spin doctoring je aj rétorické a terminologické zľahčovanie zlých správ alebo naopak užívanie slov, ktoré charakterizujú identickú skutočnosť prostredníctvom termínov, ktoré majú rozdielny význam alebo emotívny náboj.

Ekvivalentom takýchto techník v elektronických médiách je najmä tón prezentácie, intonácia moderátora, a ďalej sprievodné zvukové a obrazové efekty pri čítaných správach i obrazových príspevkoch). Najmä televízny hlásatelia navyše podľa Ivana Vágnera okolo seba vytvárajú akúsi auru dokonalej istoty, ktorá by však mohla byť nazývaná aj „autoritatívna ignorancia“. Prejavuje sa v poznámkach ako „Ako

to dopadne? Čas ukáže...“ či „Nikto nevie, čo bude ďalej.“ (Čo by malo správne znieť „Ja to neviem a keď to neviem ja, tak to určite nevie nikto.“)

Ďalšie novinárske praktiky sú taktiež väčšinou vedomé a úmyselné alebo vyplývajúce z nekompetentnosti, nevzdelanosti. Medzi tradičné techniky argumentačnej a rétorickej techniky podľa Žantovského a Ilowieckiho patrí:

### **Zverejňovanie neoverených informácií**

Zverejnenie neoverenej informácie bez jasného dodatku (nedostatočne overená, teda neistá a môže sa ukázať ako falošná) predstavuje klasický model politickej manipulácie. Takéto informácie sa spravidla týkajú udalostí pravdepodobných za stanovených okolností, takých, ktoré sa mohli stať. Pravdepodobnosť robí informáciu vierohodnú a všeobecný informačný chaos neumožňuje rozlíšiť falošné informácie od pravdivých. Príčinou takejto manipulácie býva najčastejšie politický záujem. Často je však len dôsledkom nedostatočnej kompetencie a nesvedomitosti pri zhromažďovaní a overovaní informácií. Ľahšie je totiž dodať „ako sme sa neoficiálne dozvedeli“, alebo "je všeobecne známe" a podobne, ako sa pokúsiť preveriť si zdroj. Niekedy aj politik alebo skupina rozhodujúca v danom masmédiu, použijú známu fintu - "hlášku", teda pustia informácie o udalosti do obehu ešte pred jej zverejnením, aby sa dozvedeli, aká bude reakcia, masmédií a verejnej mienky. "Hláška", čiže testovací balónik, môže mať podobu informácie dokonca úplne falošnú a jej cieľom je dobehnúť novinára, oklamať ho, často z politických dôvodov.

### **Zámerné obviňovanie**

Predstavuje očierňovanie politických protivníkov, osôb alebo inštitúcií, ktoré sa postavili proti konkrétnej redakcii, médiu, konkrétnemu novinárovi, konajúcemu sa zištnými úmyslami. Očierňujúce informácie (opierajúci sa o neoverené či úplne klamlivé informácie) sú veľmi starou a účinnou metódou.

Je zrejmé, že nejde o pokus zverejňovať zlé veci ako také, ale o zámernú in-sinuáciu (z lat. Insinuare - "vniknutie do niečej dôvery" - insinuácia znamená úmyselné prebúdzenie podozrenia, našepkávanie podozrenia, donášanie s úmyslom niekoho pokoriť, zničiť jeho dobrú povesť, v médiách najčastejšie z politických dôvodov).

Neoverené informácie, klamstvá a narábanie sú základnými nástrojmi politického zápasu. Vznikajú celé fingované reportáže, pseudodokumentárne filmy, kde sa opakuje ohováranie vydávané za overené informácie s cieľom urážať protivníkov.

### **Manipulácia pomocou titulkov a perexov**

Každý vie, že mnohí ľudia sa lepšie zapamätajú len titulok (obsah článku skôr vypadne z pamäte, prípadne účinne zatemní sám titulok) a prečítajú si len perex, čo je krátky úvod k článku alebo k informácii, najčastejšie vytlačený iným typom písma. Rovnako tak si ľahšie zapamätajú avíza správ v televíznych spravodajstvách, prvé informácie, úvodné obrazy atď. Teda v titulku, perexe a v ohlásení je možné podať obsah, ktorý posúva prípadne úplne dezinterpretuje sám obsah nasledovnej správy s cieľom upevniť vo vedomí príjemcov isté hodnotenie.

### **Metóda zdanlivých autorít**

Opinion makers sú osoby, ktorých názory môžu mať značný vplyv na mienku celého spoločenstva. Takéhoto názorového vodcu najčastejšie nazývame jednoducho autoritou - sú to osoby verejne známe, všeobecne dôveryhodné, s ktorých názormi sa stotožňujeme. Na miesto mravnej autority v danej spoločnosti sa takí ľudia dostali vďaka celému svojmu životu, predovšetkým vďaka svojmu dôstojnému a odvážnemu rokovaniu v ťažkých situáciách. Je jasné, že človek s takou autoritou môže byť neobyčajne nebezpečný pre nejakú skupinu, ktorá má vlastné záujmy - pretože ju môže účinne demaskovať, alebo naozaj užitočný - pokiaľ je jeho autorita na danej strane. Preto sa niekedy bezohľadní politici a im slúžiacie masmédiá snažia nepohodlnú autoritu zničiť. Z rôznych dôvodov je umlčanie a potláčanie nezmanipulovateľných autorít občas neľahké. Oveľa ľahšou metódou je jednoducho vytvárať zdanlivé autority, ktoré budú zároveň "správne" a žiaduce, teda konformný k názorom svojich tvorcov. Pre masmédiá to nie je problém: autoritou sa naraz stáva často propagovaná osoba, často v médiách, ktorú udávajú a citujú ako autoritu. A to tým skôr, že spoločnosť (verejná mienka) si pletie pojmy mravnej autority - intelektuál, ba dokonca známy, expert, manažér, politik, alebo aspoň známy herec, spevák, idol mládeže. Pojem autority sa podsúva hlavne expertom, najmä tým tvárnym, disponibilným, vždy ochotným potvrdiť nejakú politickú tézu a často ide o "odborníkov", ktorí nepoživajú vysokú úctu

ani vo vlastnom odbornom prostredí. Expert nám môže jasne vysvetliť, o čo ide v tej ktorej situácii, aké sú možnosti riešenia daného problému a aké z toho môžu plynúť dôsledky. Ale expert by nemal definovať, čo je mravné normou, a tak plniť úlohu spoločenskej autority, ak si tento prívlastok nezaslúžil z iného dôvodu.

Tak či tak máme čo do činenia so situáciou, v ktorej masmédiá majú pozíciu určujúceho grémia, ktoré rozhoduje o tom, kto má byť autoritou a kto nie. Podobne je to aj s autoritou hodnôt, inštitúcií, tradície, Všetko je dnes možné zosmiešniť, spochybniť, zničiť, alebo uprednostňovaním a uprednostňovaním naopak dostať sa na vrchol. Metóda nalákavieho príjemcov na autoritu alebo na nezávislého odborníka je neobyčajne účinná a častá.

Poradiť verejnej mienke, ako rozoznať zdanlivú autoritu a disponibilného odborníka je veľmi ťažké. Snáď len: všimajme si, koho daní novinári najviac pozývajú (predovšetkým v televízii) a kto najčastejšie potvrdzuje ich propagandistické tézy.

### **Agresivita a sex na želanie**

Zvyšovanie sledovanosti je späté so supersaturáciou jednotlivých relácií drastickými scénami, vyvolávajúcimi strach, sexom a agresivitou. Fakt, že toto nasýtenie programov existuje, asi netreba dlho dokazovať - to za nás uskutočnili už mnohé výskumy. Otázkou ale je, aký reálny vplyv má na divákov, predovšetkým mladých, tak obrovské množstvo drastických scén. Dávno vieme, že existuje vzájomná súvislosť medzi nasýtením televíznych programov zobrazením scén násilia a surovosťou - skutočnou tendenciou k násilnostiam a agresivite v živote. Stále sa vedie diskusia, či prítomnosť takých scén v televíznom vysielaní vyvoláva v divákoch asociálne sklony, alebo či majú mnohí ľudia také sklony vrodené, a preto radi sledujú násilné scény aj na obrazovke.

Masmédiá s ich dnešnou ponukou čím ďalej väčšieho objemu agresívnych programov a zároveň zintenzívňovaní tejto agresie v rôznych formách predovšetkým adaptujú mladých ľudí na agresivitu a ničia ich citlivosť voči utrpeniu iných ľudí a zvierat.

Problém vzťahu medzi agresiou v masmédiách a v živote má samozrejme omnoho širší význam, ktorý prekračuje rámec témy manipulácie. O manipulácii ide vtedy, keď

majitelia - šéfovia médií vedome, s cieľom zisku obchádzajú všetky predpisy a odporúčania psychológov predniesli, že ich cieľom je výlučne dať ľuďom to, čo sami chcú.

### **Využívanie strachu**

Je logické, že scény násilia a agresivity vyvolávajú strach, dokonca aj zo sledovania spravodajstva. Tým sa ich účinok môže zosilňovať. Chceme ale upozorniť ešte na trochu iné "uplatnenie" strachu - v politickej propagande. Je to manipulácia - odohnaný a veľmi exponovaný spôsob odovzdávania informácií o rôznych hrozbách, ktoré vznikajú ako dôsledok pôsobenia iných podnetov, politických protivníkov či inštitúcií. Veľmi názorne sa to dá ukázať na častých situáciách: vyvolávanie strachu z reforiem, ktoré sú všeobecne prijímané s istou nedôverou a kriticky. Manipulátor využívajúci strach k svojej propagande, označí za pôvodcu a vinníka rôznych vplyvov reforiem (napríklad nezamestnanosť, rast kriminality atď.) svojho politického oponenta. Tým posilní u príjemcov pocit ohrozenia a zároveň presmeruje jeho negatívnu pozornosť vytýčeným smerom. Tejto primitívnej, ale vždy fungujúcej manipulácii veľmi radi nahrávajú masmédiá, pretože sa jedná o tzv. atraktívny spravodajský materiál.

### **Ovplyvňovanie emócií**

Emócie je možné ovplyvňovať obrazom, zvukom i jazykom spravodajstvo. Pretože ľudia zvyčajne kontrolujú svoje emócie nedostatočne a nedôsledne, je veľmi jednoduché vyvolávaním pozitívnych, ale predovšetkým negatívnych emócií dosiahnuť zamýšľané hodnotenie danej udalosti alebo osobnosti. Vieme, že ľudia si trvalejšie na ľahšie zapamätajú svoje emócie. Obvykle si zo svojho života, a predovšetkým z detstva pamätajú udalosti, melódie, zvuky alebo obrazy spojené s nejakými silnými emóciami- strach, psychický otras, pocit nesmierneho šťastia alebo niečoho veľmi príjemného a pod. Tiež televízni diváci si pamätajú emócie, ktoré v nich vyvolala istá situácia alebo osoba v TV programe, menej už sa im do pamäti vryje, aký vlastne bol zmysel programu, čo povedal konkrétne účastník relácie alebo novinár či moderátor, ktorý komentoval obraz. To v praxi znamená, že nezávisle na tom, či politik hovoril



múdro alebo nie, či hovoril pravdu alebo klamal, pamätáme si ho vďaka emóciám: teda hodnotíme ho podľa toho, či vzbudil naše sympatie, alebo antipatie. Je to veľmi často využívaná presvedčovací a ovplyvňovacia technika.

Je potrebné si zapamätať ešte jedno pravidlo: predovšetkým v televízii forma znamená viac než obsah, emócie vládnu nad intelektom. Preto zdôrazňujeme, že forma prezentácie čohokoľvek a kohokoľvek má veľký význam: "ako" je dôležitejšie než "čo". Ostatne dobre vieme, že manipulovať s kvalitou obrazu a konaním osoby v televízii nie je problém.

### **Technika pochlebovania**

Veľmi jednoduchá manipulácia, ktorá zneužíva ľudský sklon k ješitnosti, napríklad decentným pripomínaním, že "každý rozumný človek musí uznať, že ..." - a potom dodá politické požiadavky či názory manipulátora. Pochlebovanie sa najčastejšie prejavuje vyvolávanie zdania, že dotyčný politik to myslí dobre s každým, čo zvyšuje jeho kredit a atraktivitu jeho koncepciou u príjemcov. Logicky sa táto technika uplatňuje najmä v predvolebných kampaniach, kedy si politici kupujú ľud pomocou rôznych sľubov. V novinárskom žargóne sa tomu hovorí "masáž hlavy" či "vymývanie mozgov".

Ako je zrejmé, spôsobov manipulácie, masmediálneho falšovanie skutočnosti je mnoho, mohli by sme ich vymenovať ešte viac, a uplatniť aj iné typy triedenie a delenie. Najčastejšie a najjednoduchšie sú manipulácia prostredníctvom informácie, preto tie naj dôležitejšie ešte raz zopakujeme:

1. užívanie a argumentácia nepravdivú informácií (klamstvo),
2. zatajovanie pravdivé informácie (zatajovanie pravdy),
3. využívanie menej dôležitých informácií súčasne s obchádzaním podstatných a dôležitých,
4. prezentácie veľmi dôležitých informácií ako málo dôležitých alebo nepodstatných,
5. manipulácia informácií tak, aby bola nejasná a viacvýznamový,
6. "nadpráca" s informácií (informačné chaos je otcem dezinformácie),
7. oneskorovanie, blokácia informácií,

8. vymýšľanie dejovej osnovy informácie pridávaním rôznych atraktívnych dejových súvislostí s úmyslom odvieť pozornosť od podstaty veci - z vecnej informácie sa vytvorí rozprávka na čítanie, počúvanie či pozretie, ale nie na premýšľanie,
9. fragmentácia - uverejňovanie informácie po častiach (fragmentoch), teda neúplné, vynechávajú sa veľmi dôležité časti podstatné pre pochopenie celku – informácie je vytrhnutá z politického, spoločenského, etického kontextu, a teda vytrhnutá zo života.

### 3. OBJEKTIVITA SPRAVODAJSTVA

(Vysekalová, 2007) Pojem objektivita je najstarším a doteraz kľúčovým pojmom profesijnej etiky liberálnej žurnalistiky, je zárukou kontroly kvality, ktoré od nás požaduje, aby sme verili, že predkladané texty sú platné a vierohodné. Požiadavka žurnalistickej objektivita samozrejme apeluje na dôveru dokonca aj vtedy, keď nemusia byť úplne známe všetky skutočnosti o danej situácii. V priebehu 19. a na začiatku 20. storočia sa vynorila objektivita ako ústredný etický požiadavok dozrievajúcej žurnalistickej profesie. Naplnenie tejto požiadavky vo forme, ako ju poznáme dnes, bolo výslednicou troch širokých trendov pôsobiacich v vtedajšej kapitalistickej spoločnosti: filozofického, technologického a ekonomického.

Poskytované informácie by mali byť predovšetkým (ZASEPA, OLEKŠÁK, GAZDA, 2009, s. 113):

- pravdivé – opierajúce sa o vierohodný zdroj informácií,
- vycerpávajúce – ničnemôže udávať právo vynechať podstatné informácie alebo ich predstavovať nedokonceným spôsobom,
- nestranné – žiadne politické, kultúrne, náboženské ani žiadne iné záujmy nemôžu mať vplyv na výber a obsah informácií,
- vierohodné – neprítomnosť vedomého klamstva, nestrannosť a úplnosť informácií a ich dokumentácia z hľadiska použitých prameňov,
- stále – história predstavovanej veci a jej trvanie a ukončenie musí zachovať postupnosť a nemennosť,
- zdokumentované – súvisí so stálosťou, teda odvolávanie sa na archívne materiály, schémy alebo názory autorov,
- oddelené od komentára – vlastný komentár slúžiaci ako zdroj informácie pre čitateľa by mal byť predstavený ako komentár,
- kompetentné a zrozumiteľné – je nevyhnutná znalosť predmetu, o ktorom sa hovorí a používanie jazyka, ktorý je všeobecne známy, poprípade vysvetlenie nových pojmov.
- úcta voči právu – vzťahovanie sa na právo tlače, ochrana právnych dohier, osôb a inštitúcií,

- vplyv na kultúru – vplyv na jazyk, názory a postoje príjemcov. Vyhýbanie vulgarizmom, nespisovnému jazyku a emocionálnemu správaniu poskytovateľa informácie,
- informovať o všetkom a zároveň neškodlivosť – zohľadniť spoločný a štátny záujem a zachovať dôstojnosť ľudskej osoby,
- formovanie verejnej mienky – predstavovanie verejnej mienky a zároveň jej formovanie. Ťažká realizácia, ktorá sa môže premeniť na manipuláciu a propagandu.
- Kontrolné funkcie vo vzťahu k vláde – nespocíva na zvrhávajúci nevhodných politikov a uprednostňovaných tých, ktorí sú naklonení konkrétnej záujmovej skupine.
- Informovanie o zmenách v spoločnosti – tie, ktoré sa týkajú ohrozenia bezpečnosti, zlepšenia životných podmienok.

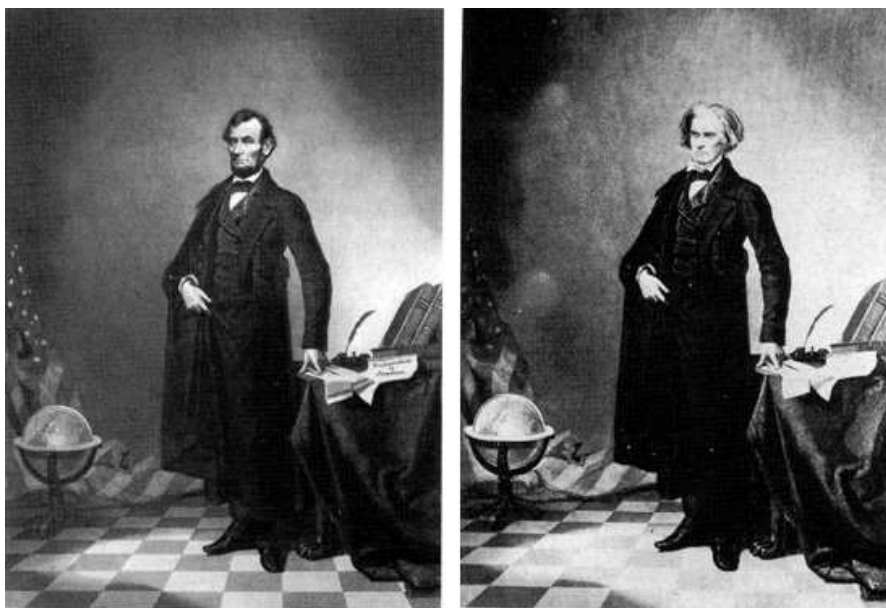
Dokument, ktorý upravuje konkrétne i všeobecné pravidlá práce v žurnalistickej profesii nazývame Etickým kódexom novinárov. Jeho aktuálnu verziu podľa Slovenského syndikátu novinárov je možné naštudovať v sekcii príloh.

## 4. PRAKTICKÁ ČASŤ

### Manipulovanie fotografiou

Len klamne nevinnou by sme mohli označiť manipuláciu, ktorá vedie k zlepšovaniu vonkajšej krásy či dojmu, ktorú často možno pozorovať i v politickej sfére. Upríamime pozornosť ďaleko do dejín, približne rok 1862, kedy vznikol najznámejší portrét prvého amerického prezidenta z republikánskej strany Abrahama Lincolna. Autor je neznámy, no v prílohe č. môžeme zhliaďnúť v ľavej časti originálnu fotografiu zobrazujúcu právnika Johna C. Calhouna a v ľavej jej upravenú podobizeň prezidenta. Autor si prepožičal fyzické proporcie a mužný postoj, aby zlepšil Lincolnovu vizuálnu stránku v očiach verejnosti.

Obr. č. 1



Dostupné z: <http://iconicphotos.wordpress.com/2010/04/24/lincoln-calhoun-composite>

Manipulovanie fotografiou s cieľom pozmeniť vnímanie skutočnosti, ktorá bola v skutočnosti zachytená sa veľmi úspešne používala v Sovietskom zväze. Počas Leninovho života. Prvotne to bolo skôr manipulovanie s kontextami a okolnosťami samotnými, ktoré mali za úlohu zmeniť priebeh samotnej udalosti. Počas februárovej revolúcie roku 1917 v Rusku (obr. č. 2), sa tak zo zobrazenej skupiny protestujúcich vojakov proti vojne stáva zhromaždenie žiadajúce pád monarchie („Pád monarchii – nech žije republika“) spolu s taktiež zmeneným nápisom „Bojujte za svoje práva“

miesto pôvodného originálneho nápisu „Zlatníctvo“.

Obr. č. 2



Dostupné z: <http://englishrussia.com/2007/02/22/soviet-russian-photos-correction>

Ďalší známy snímok zachytáva predsedu KSČ, predsedu vlády a budúceho prezidenta Klementa Gottwalda z roku 1948 (obr.). Z fotografie zmizol Vladimír Cimetis vďaka tomu, že patril k ľavicovým intelektuálom a navyše bol odsúdený v procese so Slánskym. Z fotografie taktiež zmizol i fotograf, ale v tomto prípade je pravdepodobné, že bol odretušovaný z estetických dôvodov, kdežto Clementis bol drasticky vymazaný výhradne z dôvodu, v tom čase nepohodnosti svojej osoby a taktiež kazenie Gottwaldovho dobrého mena.

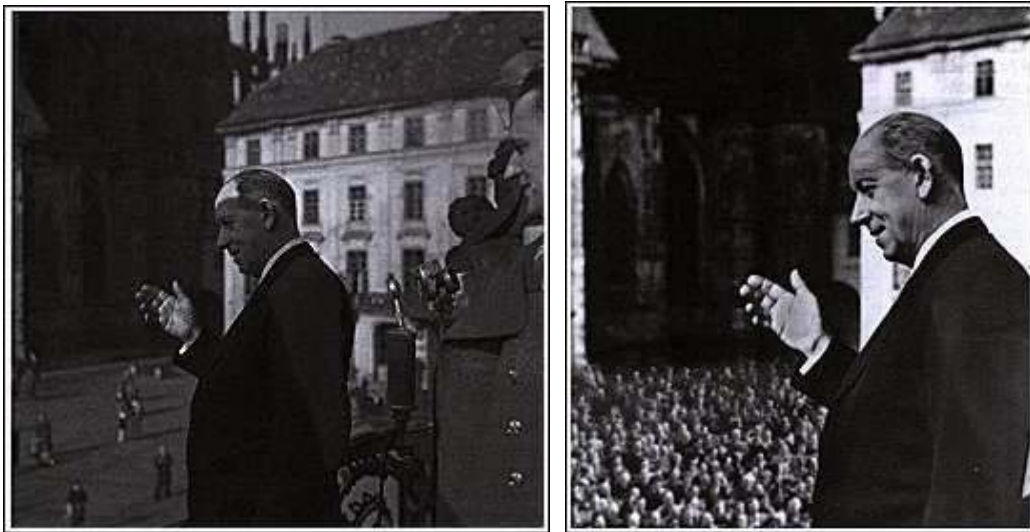
Obr. č. 3



Dostupné z: [http://www.totalita.cz/historie/hist\\_foto\\_02.php](http://www.totalita.cz/historie/hist_foto_02.php)

Ako posledný názorný príklad sme zvolili alternatívnu techniku retušu. Zobrazuje Antonína Zápotockého, kedy po svojom prezidentskom zvolení roku 1953 vyšiel na balkón Pražského hradu. Podľa originálnej fotografie môžeme vidieť, že táto udalosť sa nestretla s búrlivým aplausom. No v novinách bolo námestie posiate davom ľudí, aby na čitateľovi zanechala väčší dojem.

Obr. č. 4



Dostupné z: [http://www.totalita.cz/historie/hist\\_foto\\_04.php](http://www.totalita.cz/historie/hist_foto_04.php).

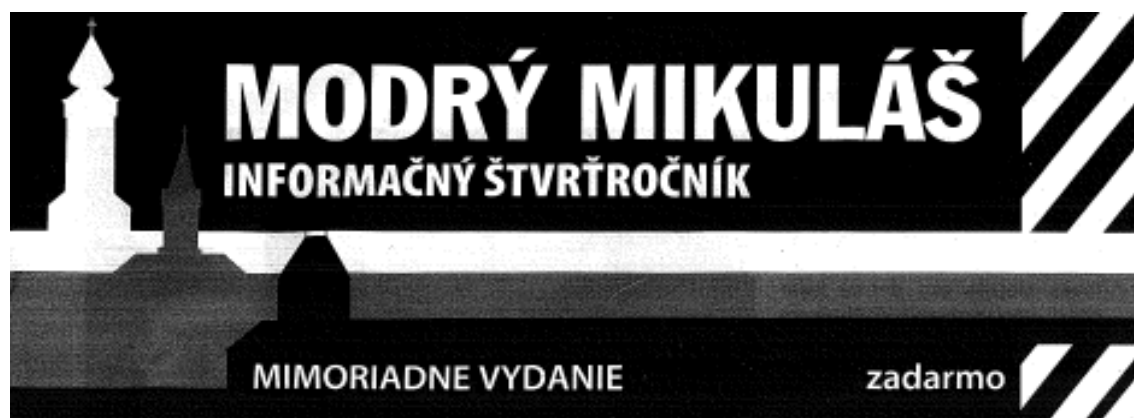
### **Manipulácia v periodiku Modrý Mikuláš**

***Politika je druhé najstaršie remeslo na svete, ako veľmi sa na to prvé podobá!***  
(Ronald Regan)

Modrý Mikuláš je bezplatné periodikum, ktoré vychádza každý štvrtý rok a informuje obyvateľov Liptovského Mikuláša i jeho obcí o aktuálnom dianí v meste. Predkladáme číslo vydané tesne pred mikulášskymi komunálnymi voľbami. Medzi sebou súperili dvaja hlavní kandidáti. Alexander Slafkovský zastupujúci „modrú“ politickú stranu a jeho súper Ján Blcháč, predstaviteľ strany „červených“. Už z názvu vyplýva, že periodikum bolo zvyčajne vydávané priamo pánom Slafkovským a jeho spolupracovníkmi. Až na tento prípad. Konkrétne priložené vydanie je dokonalým prípadom manipulácie a obsahuje takmer všetky druhy manipulačných techník, na ktoré

by sme radi poukázali na názorných príkladoch. Človek je schopný rôznych pohnútok za vidinou moci, bohatstva a vplyvu či dosiahnutia cieľu.

Obrazok č. 5



### **Obávam sa, že ma dobieha vlastná minulosť**

Vážení Mikulášania!

Na stránkach Modrého Mikuláša sme vám v uplynulých troch rokoch priniesli veľa kritiky. Zdá sa, že moje postupy treba prehodnotiť. Možno je to aj reakcia na rôzne výzvy, ktoré dostávam.

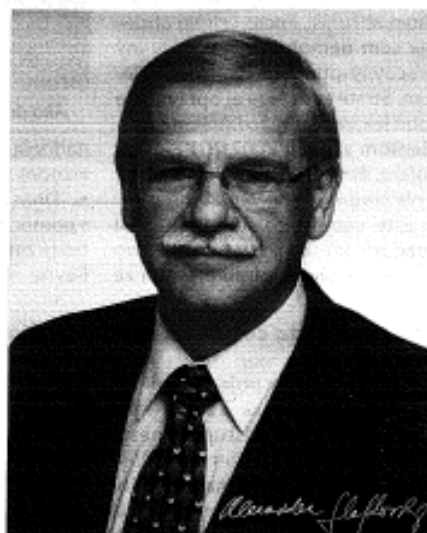
Nechal som sa možno uniesť mojimi „poradcami“, jeden z nich mi leží pri nohách. Priznám sa, že som netušil, aká je jeho minulosť. To, aký je, vyplávalo na povrch až pred časom. Veď ak sa niekto ako Ing. Peter Lehotský nedôstojne správa k rodičom, nadáva im a robí rôzne iné nedôstojnosti, nemá medzi mojimi spolu-

pracovníkmi čo robiť. Rodičia sa ho, bohužiaľ, museli zbaviť tak, že z domu musel odísť až na základe právoplatného súdneho rozhodnutia!

Priznám sa, že tiež sa neviem zmieriť s tým, že za mňa kopú aj starí komunisti ako Laco Hámor, Ľubo Marjovič či Dušan Devečka, známy tunelár. Obávam sa, že ma začína dobiehať moja vlastná minulosť...

S týmto tímom sa mi Lepší Mikuláš nepodarí vybudovať.

*Alexander Sľafkovský,  
kandidát na primátora  
mesta Liptovský Mikuláš*





### Môj veľký sen je VPS-ka

Už v roku 2006 som začal úvodné rokovania o transformácii Verejnoprospešných služieb (VPS). Keď sa tento projekt začal realizovať, tajne som dúfal, že môj favorit (jedna zo zúčastnených firiem), bude úspešný a môj sen splnený.

Bol som veľmi sklamaný, keď pred definitívnym vyhlásením prvého kola mesto súťaž zrušilo a vyhlásilo novú.

Keďže 2. kolo sa nevyvíjalo podľa mojich predstáv, vymyslel som si na vás trik o drahších smetiach. Cez svoje politické kontakty som zariadil, že tentoraz súťaž nezrušilo mesto, ale Úrad pre verejné obstarávanie.



Dnes, keď sa na to pozerám s odstupom času a sledujem zodpovedné kroky vedenia mesta, rozhodol som sa, že s vašou dôverou a podpismi, ktoré sme vzbierali v petícii, nenaložím nijako a nechám ich odložené v šuflíku.

Ospravedlňujem sa, že som zbytočne traumatizoval a zavadzal a to len a len kvôli mojim osob-

ným záujmom.

**Alexander Slafkovský,**  
poslanec Národnej rady  
Slovenskej republiky



### Provízia sa nezvýšila!

Pred štyrmi rokmi sme sa pri spoločných kšeftov delili spravodlivo – 80 : 20. Môžem vás uistiť, vážení páni podnikatelia, že tomu tak bude i naďalej, aj napriek hospodárskej kríze. Akákoľvek zmena v tomto smere by bola veľmi krutá.

**Alexander Slafkovský**

### Rodinkárstvo musí byť

Bolo mi neprijemné pred časom vysvetľovať, prečo moja manželka v podivne zmanipulovanej súťaži



robila právne služby nielen pre Verejnoprospešné služby, ale aj Bytový podnik či Televíziu Liptov a iné štátne orgány či firmy.

S odstupom času hodnotím túto aktivitu z mojej strany za veľmi nekorektnú. S pokorou žiadam verejnosť o dodatočné odpustenie. Určite by sa nám tie peniaze dobre zišli aj teraz. Toto nás bude vždy lákať.

**Alexander Slafkovský,**  
hlava rodiny



MODRÝ MIKULÁŠ - informačný štvrťročník o dianí v meste a okolí pre ľudí so záujmom o udržanie prosperity a budovanie moderného mesta pri zachovaní základných občianskych a demokratických princípov. Vydáva SDKÚ – DS, Ružinovská 28, 827 35 Bratislava – Miestne združenie Liptovský Mikuláš, e-mail: modrymikulas@modrymikulas.sk, www.modrymikulas.sk

Redakčná rada - predseda: Ing. Jozef Repeský. Registračné číslo: RP 345/2007. Počet výtlačkov: 12 500 ks.

Autor príspevkov využil formy manipulácie :

Nálepkovanie

Transmisia falošných hodnot

Frameing

Večné opakovanie

Obyčajný človek

Vynechanie a potlačenie

Obetný baránok

Zverejnovanie neoverených informácií

Zámerné obviňovanie

## ZÁVER

Táto práca poskytuje čitateľovi ucelený a súčasne komplexný prehľad médií samotných s upriamením pozornosti na bežne uplatňované formy manipulácie, ich stručnú charakterizáciu a spôsob používania. Problematika mediálnej manipulácie, ktorá akosi podvedome rezonuje v novodobej spoločnosti sa stala ohromným nástrojom presadenia a presadzovania názorových smerov, vynútenia si pozornosti, či presadenia sa.

Mediálna manipulácia je však komplexným a komplikovaným pojmom samým osebe, o to náročnejšie na rozobratie, charakterizáciu a pochopenie sa stáva mediálna manipulácia ako konkrétna aktivita smerujúca k ovládaniu človeka človekom. Pokúsili sme sa preto v stručnosti zamerať na všetky známe a často používané manipulačné techniky a zhrnuli sme spôsob a formu ich uplatnenia v závislosti na zvolenom masovom komunikačnom prostriedku.

Prácou sme sa nesnažili vykresliť médiá ako strašiaka spoločnosti. Práve naopak, majú obrovský prínos v našich životoch, koniec koncov bez nich by sme boli stratení. Snažili sme sa poukázať a podnietiť k pohľadu na ne i z iného pohľadu. Žijeme v dobe, kedy máme možnosť výberu z enormného množstva informácií. Závisí na každom jedincovi, aký je jeho postoj, vnímanie, priority a spôsob narábania s nimi.

## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

BREZINA, Ivan et al. *Média a moc*. Praha: Votobia Praha, 2000.  
ISBN 80-7220-085-2.

FTOREK, Jozef. *Public relations a politika*. Praha: Grada, 2010.  
ISBN 978-80-247-3376-0.

JOWETT, Garth S.- Linton a James M. SAGE. *Publications, Inc*, 1980.  
ISBN 08-0393-329-0.

KAPLAN, Karel. a Dušan TOMÁŠEK. *O cenzuře v Československu v letech 1945-1956*. Praha: Ústav pro soudobé dějiny Akademie věd, 1994.  
ISBN 80-8527-038-2.

KRATOCHVÍL, Viliam. *Fotografia ako historický obrazový prameň*. *História revue*, 2003, č. 1.

McQUAIL, Denis *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.  
ISBN 80-7178-714-0.

THOMPSON, John. B. *Média a modernita*. Praha: Karolinum, 2004.  
ISBN 80-246-0652-6.

VERNER, Pavel. *Propaganda a manipulace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. ISBN 978-80-7452-015-0.

VÁGNER, Ivan. *Televizní zprávy - psychický nátlak?*. Praha: Argo, 1997.  
[ISBN 80-7203-160].

ŽANTOVSKÝ, Petr a Milan ILOWIECKI. *Manipulace v médiích*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-50-1.

ZASEPA, Tomáš. - OLEKŠÁK, P. a GAZDA, I.: *Etika v žurnalistike*, Prešov: Vydavateľstvo Michala Vaška, 2009.

## ZOZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJOV

<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=3215>.

Novinářská profese. Praha: Portál, 2012. Cit. 2012-03-06

<http://iconicphotos.wordpress.com/2010/04/24/lincoln-calhoun-composite>.

<http://englishrussia.com/2007/02/22/soviet-russian-photos-correction>.

[http://www.totalita.cz/historie/hist\\_foto\\_02.php](http://www.totalita.cz/historie/hist_foto_02.php).

[http://www.totalita.cz/historie/hist\\_foto\\_04.php](http://www.totalita.cz/historie/hist_foto_04.php).

[http://www.thirdworldtraveler.com/Media/MediaManip\\_Parenti.html](http://www.thirdworldtraveler.com/Media/MediaManip_Parenti.html).PARENTI,

Michael: Methods of Media Manipulation

[http://www.thirdworldtraveler.com/Media/MediaManip\\_Parenti.html](http://www.thirdworldtraveler.com/Media/MediaManip_Parenti.html).

<http://www.ssn.sk/eticky-kodex-novinara/>

## PRÍLOHA

### Príloha A

Etický kódex novinárov

#### „Preambula

*Slovenský syndikát novinárov vzdávajúc úctu tvorcom prvého Etického kódexu z roku 1990, rešpektujúc zmeny v domácom aj zahraničnom mediálnom prostredí, nadväzujúc na etické kódexy svetové, európske, aj domáce, vnímajúc ohrozenie mravných štandardov novinárskej tvorby, rešpektujúc význam Etického kódexu pre novinársku prácu aj slovenské mediálne prostredie, prijíma tieto záväzné etické štandardy.*

#### I. Zámer

1. Zámerom Etického kódexu je:

a) stanoviť záväzné pravidlá správania pre členov Slovenského syndikátu novinárov (ďalej len „SSN“) a iných profesijných organizácií, vydavateľstiev, vysielateľov, tlačových agentúr, poskytovateľov informačnej služby, internetových portálov, redakcií, či jednotlivcov, ktorí sa rozhodnú k nemu pristúpiť,

b) slúžiť ako návod pre ostatných profesionálnych aj amatérskych redaktorov, komentátorov, editorov, kameramanov, fotografov, grafikov, bloggerov, či iných autorov, ktorí sa podieľajú na vytváraní mediálnych obsahov v televízii, rozhlase, tlači, alebo na internete,

c) informovať verejnosť o zásadách novinárskej práce.

2. Organizácie a redakcie, ktoré k Etickému kódexu pristúpia, môžu prijať, alebo si ponechať v platnosti vlastné etické kódexy.

#### II. Základné hodnoty

1. Pre prácu novinára sú prvoradé hodnoty osobnej slobody, spravodlivosti a slušnosti. Vo svojej práci sa snaží o presadenie týchto hodnôt v spoločnosti.

2. Hlavnými zásadami, ktorými sa novinár riadi vo svojej práci, sú nestrannosť, vyváženosť, objektivita, poctivosť, česťnosť, pravdivosť, zodpovednosť a dôsledné overovanie faktov.

### **III. Novinár a verejnosť**

1. Novinár je povinný dôsledne si overiť každú informáciu, ktorú zverejní. Informácie si spravidla overí aspoň z dvoch od seba navzájom nezávislých zdrojov.

2. Novinár je povinný vždy uvádzať zdroj svojich informácií, ak nie sú tieto informácie všeobecne známe, alebo sa nepovažujú za všeobecne známe v odvetví, ktorému sa novinár venuje. Zdroj neuvádza v prípade použitia utajeného alebo dôverného zdroja. Takýto zdroj môže použiť v súlade s ustanoveniami tohto kódexu o využití mimoriadnych zdrojov, ktoré sú uvedené nižšie.

3. Novinár nezverejňuje žiadne informácie, o ktorých vie, že sú nepravdivé.

4. Za pravdivosť a správnosť textových, zvukových, zvukovoobrazových a obrazových agentúrnych informácií zodpovedajú agentúry a novinári nemajú povinnosť ich overovať. V prípade pochybnosti o správnosti údajov z agentúrneho servisu je novinár povinný informáciu overiť u ďalšieho nezávislého zdroja.

5. Novinár nikdy nemanipuluje s textovými, obrazovými, zvukovoobrazovými či zvukovými záznamami ani fotografiami. Prípustné sú len tie technické úpravy, ktorých cieľom je zlepšiť ich kvalitu, či zrozumiteľnosť. Koláže, montáže, rekonštrukcie či ilustračné záznamy musia byť jasne označené.

6. Titulky článkov alebo programov nesmú byť zavádzajúce, ani nepravdivé. To isté platí pre upútavky a reklamy, ktorými sa články a programy propagujú.

7. Komentáre a názory musia byť jasne označené a odlišené od spravodajstva a faktov. Ani v komentári novinár neuvádza názory, ktoré protirečia faktom.

**8.** Inzercia a platené oznamy musia byť jasne označené. Novinár nesmie svojím menom podpísať alebo pod svojím menom zverejniť platenú inzerciu alebo oznam, ktoré by mohli vyvolávať dojem, že ide o nezávislé autorské dielo novinára.

**9.** Novinár nesmie vydávať svoje staršie dielo za nové.

**10.** Novinár pri výkone svojej práce alebo v súvislosti s ňou neprijíma dary alebo iné výhody, ktoré by mohli ohroziť jeho nestrannosť a objektivitu, alebo ktoré sa dajú chápať ako pokus o ovplyvnenie jeho práce. Výnimkou z tohto pravidla sú bežne poskytované drobné reklamné predmety a občerstvenie na tlačových konferenciách a iných podujatiach určených verejnosti a zástupcom médií.

**11.** Ak náklady na cestu novinára, iné výhody alebo ich časť hradil niekto iný než novinár alebo jeho redakcia, primeranou formou na to upozorní čitateľa, poslucháča, alebo diváka. Prijatť tieto výhody môže novinár iba v tom prípade, že by inak nemal možnosť informovať o významnej udalosti.

**12.** Novinár má právo na osobnú integritu. Ak sa ocitne v konflikte záujmov, najmä ak pracuje na úlohe, ktorá sa týka jeho rodiny, blízkych, obchodných alebo podnikateľských záujmov, informuje o tom redakciu. Ak redakcia rozhodne, že napriek konfliktu záujmov má novinár na úlohe ďalej pracovať, primeranou formou o tom informuje verejnosť.

**13.** Ak sa redakcia ocitne v konflikte záujmov, napríklad ak informuje o aktivitách svojho majiteľa, primeranou formou o tom informuje verejnosť. Novinár nesmie využiť vo svoj prospech informácie, ktoré získal pri výkone práce, pokiaľ neboli zverejnené.

**14.** Novinár nevyužíva výsady vyplývajúce z jeho povolania pre svoj súkromný prospech, nepreukazuje sa novinárskym preukazom alebo uvedením príslušnosti k médiu v situáciách, ktoré nesúvisia s priamym výkonom jeho povolania.

**15.** Novinár sa politicky neangažuje, ak by jeho politická činnosť mohla viesť ku konfliktu záujmov a sponchybníť jeho nestrannosť alebo objektivitu.



16. Ak novinár zistí, že zverejnil nesprávnu informáciu, je povinný spraviť všetko pre jej bezodkladnú opravu aj bez vyzvania ktorejkoľvek z dotknutých strán alebo redakcie.

#### **IV. Novinár a objekt jeho záujmu**

1. Novinár bez súhlasu dotknutej osoby nesmie písať, hovoriť o skutočnosti a zobrazovať skutočnosť tak, aby zasahoval do súkromného života dotknutej osoby; môže tak urobiť iba v prípade, že verejný záujem si vyžaduje poznať jej súkromie; nesmie znižovať jej dobré meno, česť a dôstojnosť, pokiaľ osoba sama nevyvoláva podozrenie, že postupuje protizákonne alebo vzbudzuje pohoršenie.

2. Novinár rešpektuje prezumpciu nevinny. Celé mená ľudí podozrivých z trestnej činnosti zverejňuje len v prípade, že zverejnenie ich mena predstavuje dôležitý verejný záujem.

3. Novinár nepodnecuje nenávisť, ani diskrimináciu založenú na rase, svetonázore, náboženskom vyznaní, etnickom pôvode, veku, sociálnom postavení, pohlaví či sexuálnej orientácii. O príslušnosti ľudí k menšine informuje iba v prípade, že táto informácia je v kontexte daného príspevku relevantná.

#### **V. Novinár a zdroj informácií**

1. Novinár získava textové, zvukové, zvukovoobrazové a obrazové záznamy a podklady pre články a iné diela tak, aby bolo zrejmé, že je novinár a neskrýva svoje celé meno a príslušnosť ku konkrétnemu médiu. Na nahrávanie telefonického rozhovoru vopred upozorní.

2. Novinár dodržiava prísluby ochrany dôverného zdroja, kým ho tejto povinnosti nezbaví informátor.

3. Na verejných vystúpeniach a zhromaždeniach je novinár oprávnený robiť textové, zvukové, zvukovo-obrazové aj obrazové záznamy bez výslovného súhlasu vystupujúcich osôb, ak nedochádza k porušeniu autorských práv alebo práv súvisiacich.

Novinár môže rovnako postupovať aj pri vyhotovovaní záznamov a zbieraní informácií na verejných priestranstvách.

4. Novinár pristupuje so zvýšenou citlivosťou a zodpovednosťou k osobám, ktoré nemajú skúsenosti s komunikáciou s novinármi, nevedomujú si dôsledky svojho konania, alebo sa ocitli v obzvlášť zložitej životnej situácii, najmä k obetiam či svedkom zločinov a tragédií.

5. Maloletých a deti využíva ako zdroj informácie len vo výnimočných prípadoch a s osobitným ohľadom.

6. Novinár má povinnosť chrániť súkromie a záujmy osôb uvedených v predchádzajúcom odseku a nezneužívať ich dôveru. Túto povinnosť môže porušiť iba v prípade, že sa nedá inak naplniť dôležitý verejný záujem.

7. Novinár nie je povinný pristúpiť na požiadavku dodatočnej korekcie, nezverejnenia či neodvysielania informácie získanej v súlade s týmto kódexom zo strany respondenta, ktorý predtým so zverejnením súhlasil. V odôvodnených prípadoch môže ešte pred začiatkom rozhovoru akceptovať dohodu o jeho následnej autorizácii. Ak respondent požaduje autorizáciu, novinár je povinný ho informovať, že v rámci nej je možné len spresnenie priamych citácií respondenta, nie zmena významu odpovedí alebo vyčiarknutie odpovedí, ktoré v pôvodnom rozhovore odzneli.

8. Autorizácia záznamu či textu sa obmedzí výlučne na vyjadrenia, ktoré poskytol samotný respondent. Novinár nepristúpi na dohodu, ktorá by respondentovi umožnila súhlasiť s použitím jeho vyjadrenia až v kontexte celého programu alebo článku.

9. Za okolnosti, ktoré sú uvedené nižšie, môže novinár vo svojej práci použiť aj mimoriadne prostriedky. Nimi sa rozumejú :a) použitie utajených spôsobov zhromažďovania informácií, vrátane skrytej kamery či mikrofónu, b) použitie utajených a dôverných zdrojov, c) zverejnenie neoverených informácií, d) zverejnenie informácií zo súkromia osôb, ktoré nie sú verejne činné a ich súkromie je inak chránené.

**10.** Mimoriadne prostriedky novinárskej práce je možné použiť iba v prípade, že ich použitie smeruje k naplneniu dôležitého verejného záujmu a že tento záujem nebolo možné uskutočniť iným spôsobom.

**11.** Využitie mimoriadnych prostriedkov novinárskej práce musí byť schválené na najvyššej úrovni redakčného riadenia.

**12.** Pod dôležitým verejným záujmom sa rozumie taký záujem, ktorý prináša významný prospech všetkým alebo mnohým občanom.

Dôležitým verejným záujmom je najmä:

- zabránenie zneužívaniu verejnej moci
- riadne fungovanie politického systému a spoločenských inštitúcií,
- ochrana života, zdravia, bezpečnosti a majetku občanov
- ochrana morálky a základných spoločenských hodnôt.

**13.** Použitie mimoriadnych prostriedkov musí byť pri zverejnení textu alebo odvysielaní programu, pri ktorých príprave bolo použité, vysvetlené čitateľom, poslucháčom a divákom.

## **VI. Novinár a redakcia**

**1.** Novinár v riadiacej pozícii aktívne podporuje dodržiavanie tohto kódexu.

**2.** Redakcie a novinári v riadiacich pozíciách chránia slobodu prejavu novinára a v prípade potreby mu v rámci svojich možností zabezpečujú primeranú právnu ochranu.

**3.** Novinára nemožno nútiť k takej činnosti a k podieľaniu sa na tvorbe takých stanovísk, ktoré by zásadne odporovali jeho svedomiu; pre uplatnenie tohto práva nesmie byť novinárovi spôsobená ujma na iných právach.

**4.** Príspevok určený na uverejnenie, ktorého obsah bol redakčne upravený tak, že sa zmenil jeho pôvodný zmysel, možno uverejniť len so súhlasom autora.

5. Takýto súhlas sa vyžaduje aj vtedy, ak sa príspevok má uverejniť pod značkou, pseudonymom alebo anonymne. Autorom je v tomto prípade aj osoba, s ktorou robí novinár rozhovor, pokiaľ sú jej odpovede uvedené ako priama reč.

6. Novinár je povinný poskytnúť súčinnosť v súdnych sporoch a správnych konaniach vedených proti jeho kolegom, zamestnávateľom či redakciám, ak takéto konania súvisia s jeho prácou.

7. Redakcie a novinári v riadiacich pozíciách rešpektujú názorovú rôznorodosť a rovnosť príležitostí bez ohľadu na pohlavie, vek, rasu, národnosť, etnický pôvod, sociálne postavenie, sexuálnu orientáciu, vierovyznanie, politickú, spoločenskú a kultúrnu príslušnosť novinárov.

## **VII. Novinár a kolegovia**

1. Novinár nesmie vydávať cudzí text, fotografiu či iné dielo alebo záznam za vlastné.

2. Ak chce novinár uverejniť rovnaký alebo podobný príspevok vo viacerých médiách, musí na to médiá upozorniť.

3. Novinár má povinnosť odhaľovať a zverejňovať neetické a protiprávne konanie svojich kolegov.

## **VIII. Cenzúra**

1. Cenzúrou sa rozumie obmedzenie, potlačenie, alebo nezverejnenie informácie, obrazu, či záznamu, ak k nemu došlo z politických, obchodných či osobných dôvodov.

2. Cenzúra je nezlučiteľná s etickými pravidlami novinárskej práce a zakazuje sa.

3. Vedenie každej redakcie má právo rozhodovať o témach, ktorým sa členovia a prispievatelia redakcie budú venovať, určovať spôsob ich spracovania a rozhodnúť o nezverejnení diela. Redigovanie ani editovanie textov, obrázkov, programov a iných zvukových a obrazových diel sa nepovažuje za cenzúru.

4. Redigovaním sa rozumie úprava textu, zvukového, zvukovo-obrazového alebo obrazového záznamu z hľadiska významovej štruktúry, dramaturgickej výstavby, vecnej a faktickej presnosti, gramatickej správnosti a zrozumiteľnosti.

5. Editovaním sa rozumie riadenie celého procesu získavania a spracovania informácií určených pre vydanie alebo vysielanie, rozhodovanie o ich uverejnení alebo zaradení do vysielania, dĺžke, žánri, poradí, v akom sú uverejnené alebo odvysielané a kontexte, v ktorom sú zverejnené.

## **IX. Pristúpenie ku kódexu**

1. K tomuto Etickému kódexu môže pristúpiť akákoľvek profesijná organizácia, vydavateľstvo, vysielateľ, tlačová agentúra, poskytovateľ informačnej služby, internetový portál, redakcia či jednotlivec, ak zašle SSN oznam o svojom pristúpení. Rovnakým spôsobom môže svoje pristúpenie zrušiť.

2. Zoznam organizácií a osôb, ktoré k Etickému kódexu pristúpili, zverejňuje SSN na svojej webovej stránke, kde je zverejnené aj aktuálne znenie Etického kódexu.

## **X. Prechodné a záverečné ustanovenia**

1. Tento Etický kódex schválil 9. snem SSN 5. novembra 2010 a účinnosť nadobúda 1. januára 2011.

2. Tento Etický kódex nahrádza Etický kódex Slovenského syndikátu novinárov z 19. 10. 1990.

3. Tento etický kódex bol schválený pod názvom Etický kódex SSN dňa 26. januára 2011 po tom, čo sa k nemu pripojili ďalšie novinárske a profesijné organizácie i redakcie, schválilo Predstavenstvo zmenu jeho názvu na Etický kódex novinára.“

Dostupné z: <http://www.ssn.sk/eticky-kodex-novinara/>

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Meno autora:** Anna Nedelská

**Odbor:** Sociálna a mediálna komunikácia

**Forma štúdia:** kombinované

**Názov práce:** Mediálna manipulácia

**Rok:** 2013

**Počet strán textu bez príloh:** 43

**Celkový počet stran príloh:** 4

**Počet titulov českej literatúry a prameňov:** 10

**Počet titulov zahraničnej literatúry a prameňov:** 1

**Počet internetových zdrojov:** 7

**Vedúci práce:** PhDr. et ThDr. Radek Mezulíník, PhD.