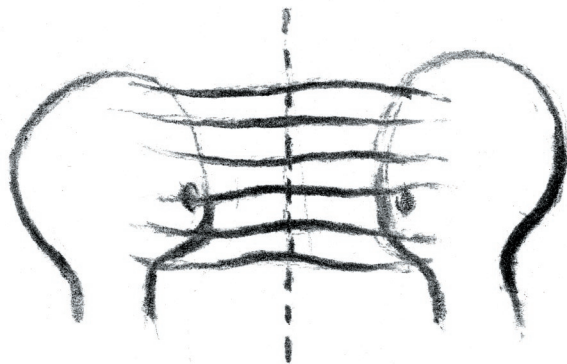


4. konference Člověk a média

# RODINA V MÉDIÍCH

sborník příspěvků



Centrum Mariapoli, Praha- Vinoř  
24. dubna 2004



4. konference Člověk a média

# RODINA V MÉDIÍCH

sborník příspěvků

## OBSAH

Radek Mezuláník: VÝCHOVA V RODINĚ POD VLIVEM MĚDÍÍ.....	5
Vlastimil Ježek: KDO NENÍ IN, TEN JE OUT.....	10



PHDR. THLIC. RADEK MEZULÁNIK

- Působil nejprve jako vedoucí Výpočetního střediska Jihomoravských státních lesů v Brně, poté 13 let v Městském divadle Brno - Divadle bratří Mrštíků jako vedoucí provozu a potom jako vedoucí divize Divadelních služeb akciové společnosti TECHNOART.
- V roce 1995 spolupracuje při vzniku Radia Proglas a stává se jeho redaktorem náboženských pořadů.
- V letech 2002 - 2003 byl členem Rady pro rozhlasové a televizní vysílání.
- Absolvoval Cyrilometodějskou teologickou fakultu Univerzity Palackého v Olomouci, a doktorandské studium Katolické univerzity v Lublinu a je stálým jáhnem brněnské diecéze.
- V současnosti externě spolupracuje s CMTF UP a Vyšší odbornou školou publicistiky v Praze.

---

## VÝCHOVA V RODINĚ POD VLIVEM MÉDIÍ

Člověk vyrůstá uprostřed mnoha podmínek, které se podílejí na utváření jeho osobnosti, poměru ke světu, hierarchii hodnot. Zvláště silně působí na mladé osoby hromadné sdělovací prostředky: tisk, rozhlas, televize, časopisy, film, CD, DVD, videokazety, počítače, dokonce i „obyčejný“ telefon.

Sdělovací prostředky samy o sobě mohou být jistě nositelem dobra. Vychovávají, informují, pomáhají navázat rychlý kontakt s druhým člověkem, poskytují zábavu. Působení médií na člověka je jistým druhem komunikace. Ve vědomí podvědomí osoby zůstává po každém kontaktu s médii „stopa“ jejich vlivu a působení. Výsledkem toho pak je formování postojů příjemce obsahu médií vůči okolní realitě, vůči sobě samému, druhým lidem (a třeba i vůči Bohu).

Můžeme pozorovat, že hromadné sdělovací prostředky dnes velmi často působí, nebo se o to alespoň snaží, ve prospěch člověka. Týká se to především mladých lidí a dětí. Přesto, či právě proto, je důležité, aby rodiče i vychovatelé nebagatelizovali význam médií v procesu výchovy.

Hrozby ze strany médií plynou především z toho, že média člověka nejen utvářejí, ale i využívají. Mají své přesně definované cíle a záměry.

Jestliže člověka působícího v médiích ovládá touha po zisku, získání moci, tehdy se média stávají nebezpečnými. Mimo to jako příjemci nikdy nevíme, kdo ve skutečnosti „mluví“ skrze média a co je hlavním cílem jeho sdělení, které k nám směřuje.

Zlo, tedy negativní působení, předávané cestou médií není jasně pojmenováno. Aby bylo dosaženo cíle, musí být skryté. K tomu slouží jisté techniky, o kterých však zodpovědný příjemce musí vědět. Demaskování takového zla pak vede k omezení jeho vlivu.

Rodiče, a vychovatelé vůbec, jsou zodpovědní za výchovu nového pokolení. Znamená to, že jsou povinni pečovat o zformování zralé

osobnosti dítěte. Musí být zvláště citliví na všechny způsoby a pokusy o špatný vliv na děti. Proto je důležité, aby znali mechanismy používané hromadnými sdělovacími prostředky, kterým jsou – často nevědomě – vystaveny jejich děti i oni sami.

Je třeba rozvinout aktivitu rodičů – jako příjemců i jako vychovatelů.

---

### **Aktivní postoj pomáhají zachovávat určité zásady:**

- 1) životní (společenská, náboženská ...) formace
- 2) znalost sdělovacích prostředků, které děti používají
- 3) „zamykání“ sdělovacích prostředků – čili kontrola jejich používání
- 4) znalost obsahů sdělení
- 5) vlastní „konzumace“ médií

---

#### **Ad 1)**

Životní (náboženská ...) formace spočívá v utváření světového názoru (víry ...) a vlastní hierarchie hodnot.

Primát bytí před vlastněním – ducha před materií – etiky před technikou.

Jde o dlouhodobé, ale stále, prohlubování znalostí, užívání literatury, dodržování všeobecných pravidel v mezilidských vztazích (Desatero), život v rodině i mimo ni.

#### **Ad 2)**

Znalost sdělovacích prostředků znamená poznání hromadných sdělovacích prostředků i způsobů jejich působení na člověka. Jde v podstatě o audiovizuální výchovu, do které patří jazyk médií i formy přenosu informací.

Příjemce, zvláště rodiče a vychovatelé, si musí být vědomi toho, že média jsou nositeli pravdivých, ale často i nepravdivých informací, falše a lži.

Přítomnost nebo nepřítomnost pravdy v médiích je závislá na potenci producenta, tvůrce programu, či vlastníka prostředku.

Průměrný příjemce ale ve skutečnosti neví, kdo opravdu stojí za sdělovacím prostředkem, jakými zásadami se řídí v životě

a co je hlavním cílem jeho činnosti. V situaci, kdy vydavatelé jsou lidmi zaměřenými na vlastní zájmy, nesloužící dobru příjemců, máme co do činění se zneužíváním médií a zotročováním příjemců. Pak se naskytá prostor pro morální hanebnosti – manipulaci a propagandu.

Propaganda je plánované působení, které má za cíl formaci jistých postojů. Příkladem může být reklama. Vytváří postoje konzumismu vůči promovaným předmětům. Oslabuje schopnost člověka k sebeovládání a vytváří umělé potřeby. Při každé formě propagandy dochází k zastínění jedné elementů, faktů, značek, a zdůraznění jiných. Ve výsledku příjemce informace získává neúplný až zfalšovaný obraz reality jako pravdu. Může být tedy do jisté míry podveden.

Propaganda i manipulace zkrátka usilují o to, aby příjemce, který se plně oddá jejich vlivu, začal myslet tak, jak si naplánoval producent – aby ztratil vlastní způsob myšlení a vidění světa, rezignoval na vlastní analýzu skutečnosti, přestal používat svobodnou a rozumnou vůli.

Lidé z médií si to často nepřipouští, ovšem rodiče si musí uvědomovat, že média ne-

jsou autoritou pro všechny oblasti života. Poskytují pouze výběr určitých informací. Signalizují jisté jevy. Mohou být pomocí při výchově a formaci – ale nemohou je zastoupit.

Jsou nástrojem v rukách nedokonalého člověka – často i nezodpovědného.

### **Ad 3)**

„Zamykání...“ spočívá v jejich uvědoměném neuzívání. Lidé často preferují jeden sdělovací prostředek. Spojují s ním mnoho času. Avšak mnohem lepší by bylo zajímat se také o jiné formy masové komunikace. Tak ten, kdo čte mnoho časopisů, by měl například mnohem více využívat také sluch pro příjem informací. Poslouchat rozhlas a hudbu. Kdo nadměrně používá počítač, měl by redukovat čas strávený před televizorem. Zde by se tisk a rozhlas mohli stát dalším způsobem kontaktu se světem.

Velmi důležité je dělán přestávky při využívání médií. Ticho a klid, zavřené oči – to jsou formy relaxace, odpočinku i návratu k harmonii a vnitřnímu řádu, tak potřebných vůči množství informací.

Využívání médií jde často ruku v ruce s fyzickou pasivitou. Důležité je tedy i cvičení a trávení času v přírodě.

### **Ad 4)**

Znalost obsahu... Rodiče a vychovatelé by měli vědět, co sledují, poslouchají a čtou jejich děti.

Obrazy i slova, opouštějící morální normy jsou pro mladé pokolení škodlivé. Ztěžují, dokonce i po mnoha letech, dozrávání osobností.

Mnohem více než slova zapadá do vědomí člověka způsob jejich vyslovení – obraz, forma, kolorit, hudba, barva zvuku.

Bravo, Dívka, Pop-corn jsou časopisy směřující k dnešní mládeži, ale postrádající jakýkoli znak časopisu vychovávajícího. Používají metodu M–S–M (móda – sex – muzika).

Rodiče často obsah vůbec neznají, stačí jim podtitul „nejpopulárnější časopis mládeže Evropy“ nebo „měsíčník mladých“ a již se cílí osvobození – vyvázání – z povinnosti verifikovat jejich obsah. Domnívají se totiž, že redaktoři jsou renomovaní pedagogové a zodpovědní morální lidé.

Obsah, forma i jazyk těchto časopisů bohužel brzdí kulturní, intelektuální i morální rozvoj mládeže.

### **Ad 5)**

Vlastní potřeba médií... „Konzumace“ médií má spočívat v jejich využívání pro vlastní dobro.

Jde především o:

- správný výběr vysílání, programu, článků – ne sledování, poslouchání a čtení všeho
- diskusi nad obsahem a formou předávaných informací. Správně zformované příjemce dokáže i ze špatných a nedokonalých mediálních produktů vytěžit poučení: jak se to nemá dělat.
- Vlastní práci se sdělovacími prostředky. Využívání médií jako pomoci k formaci vlastních schopností a dovedností. Má-li někdo rád hudbu, musí sám hrát na nějaký nástroj. Sleduje-lo někdo mnoho filmů, má psát recenze. Čte-li mnoho časopisů, ať sbírá vyjádření na dané téma. Učí se tak analýze a syntéze obsahů.

### **Co si hrají naše děti? Počítačové hry**

Počítač, „písičko“, inteligentní mašina, se sice solva vyrovná možnostem lidského rozumu, je však pro dnešního člověka velmi výhodným nástrojem v každodenní práci. Archivuje data, zdokonaluje výpočty, umožňuje dokonalé zpracování zvuku, obrazu i textu, slouží k mezilidské komunikaci, je dokonce prostředkem zábavy. Obrátme tedy pozornost k tomu poslednímu, pro svět počítačů původně marginálnímu,

nebo lépe řečeno k doplňkové roli počítačů – zábavě.

Hry, připravované k provozování na počítači, jsou v dnešním světě stále běžnější. Užívá je ponejvíce mladá generace. I když počítače nejsou ještě u nás lacinou „hračkou“, přesto spousta rodičů podléhá pokušení nebo přemlouvání dítěte k jeho koupi. Není to celkem špatný úmysl. Idea počítačových her, podobně jako zábavy jiného charakteru, obsahuje mnohé hodnoty. Dobrou vlastností počítačových her je nepochybně to, že:

1. přibližují práci s počítačem, osvojují klávesnici, připravují na budoucí práci s ním
2. probouzejí obrazotvornost
3. zdokonalují manuální zručnost
4. vychovávají
5. poskytují určitý druh uvolnění a pocit satisfakce

Programová nabídka představuje různé druhy počítačových her, které můžeme rozdělit na dva typy: logické a fabulační.

K logickým hrám patří všechny druhy her známé po celém světě a provozované v neelektronické podobě. Například pašáns, bridž, šachy, domino atd.

Fabulační hry jsou takové, které představují spletenec jakýchsi událostí. Najdeme mezi nimi: hry sportovní, simulátory (vyvolávají iluzi např. jízdy automobilem), hry komiksové, kruté, strategické hry, science-fiction, pornografické.

Na počítačovém trhu jsou nejvíce rozšířeny hry, jejichž hlavním posláním je ukrutnost, válka, zabíjení. V těchto případech samotný audiovizuální tvar vede k zamyšlení. Temné barvy, krvavá červeň, strach vyvolávající hudba, hlasy mučených lidí vytvářejí atmosféru

hrůzy a hororu. Společně s tímto obrazem jsou předávány antihodnoty. Tyto hry patří k druhu „bij – zabij“ (vedou ke krutosti), „wolf-steinů“ (učí nenávisti) a her „démonických“ (prezentují zlo, satana).

Dalším, nebezpečnějším druhem počítačových her jsou tzv. hry „ohlupujících“. Je jich mnoho. Jsou banální již svými funkčními mechanismy. Společným motivem všech je ničení elementů umístěných na obrazovce. Tyto hry nezanechávají nic ve vědomí hrající osoby, kromě intelektuální prázdnoty. Zabírají mnoho času, vtahují, zanechávají pouze pocit únavy.

Existuje druh počítačových her s fantastickými obsahy. Jde o počítačovou verzi mytologie. Nebylo by na nich nic diskvalifikačního nebýt toho, že je to právě počítač, kdo uvádí do světa fikcí a neskutečných dějů, jako kdyby to byla pravda. Vede to ke stírání hranice mezi tím, co je fiktivní, a tím, co je reálné, mezi realitou a fantazií. V tomto druhu her se náboženské nauky mísí s výmysly autorů.

Počítačová pornografie a erotické hry jsou jedním ze způsobů destruktivního působení na osobnost hráče. Počítačová pornografie se rozrůstá do mnoha forem. Nejjednodušší reprezentují různé skládačky, puzzle, obrazy. Další, které nalézáme na trhu, jsou hry trestající, v nichž je prohra splácena obnažením hrdiny hry. Známa jsou také „elektronická rande“. Novou formou erotických počítačových her je „cybersex“, tedy elektronická erotika. Spočívá v provádění sexu „na dálku“, prostřednictvím vysílání a přijímání audiovizuálních sdělení pomocí počítačové sítě. Šokující formou je také všeobecně již rozšířená „Virtual Reality“, čili erotické pocity vyvolané užitím speciálních aparátů napojených na počítač.

Jak vidět z předešlých analýz, požitky z počítačových her má relativní charakter.



Záleží na obsahu, který je hrou prezentován a na množství času stráveného s ní. Rodiče často neznají nástrahy, které číhají na jejich ratolesti v podobě počítačových her, modemů a internetových spojení. Samozřejmě není možné demonizovat vlast-

nění a užívání počítače. Je třeba však brát v úvahu nebezpečí, jaká mohou s sebou nést některé formy jeho užívání.

Je třeba věnovat více pozornosti tomu, co si naše děti hrají.





VLASTIMIL JEŽEK

- *Studium: 1978 – 1982 gymnázium na Praze 8 zakončené maturitou, 1983 – 1984 ČVUT Praha - stavební fakulta (pozemní stavby), 1985 – 1991 UK Praha - filosofická fakulta (obor český jazyk - historie) zakončená státní zkouškou.*
- *Zájmy: dějiny, rodiny, příroda, psaní všeho druhu, nejraději veřejně angažované.*
- *Od r. 1989 šéf stávkového výboru, pak předseda Studentské rady FF UK, posléze do června 1991 člen Akademického senátu UK; novinář, publicista. Od roku 1995 předseda nadačního fondu Díla pro národ, od roku 1999 do roku 2003 člen správní rady o. p. s. Prostor, od roku 1999 člen správní rady o. p. s. Pražské jaro. V listopadu 1999 byl spoluvůrcem a signatářem prohlášení Děkujeme, odejděte! Nikdy nebyl členem žádné politické strany.*
- *Do 25 let vyrůstal v Karlíně. V této čtvrti získával první životní zkušenosti ze soužití s Romy. Dodnes ho váže přátelství s několika z nich (malíř Pavel Kroka, hudební skladatel Jiří Korman). Od osmi let se věnoval ochotnickému divadlu, s pohádkovými obrazy na motivy poezie V. Chlebnikova se dostal až na prkna Branického divadla. V letech 1984 až 1986 vychovával mentálně retardované děti v Ústavu sociální péče na Praze 4. V letech 1990 až 1992 redaktorem týdeníku MY 90. Od roku 1991 do roku 1992 tiskovým mluvčím Evropského kulturního klubu. Za rok působení (1992 – 1993) v deníku Práce postoupil z redaktora kulturní rubriky, přes redaktora vnitropolitické rubriky, na pozici vedoucího vnitropolitické rubriky.*
- *V letech 1993 až 1999 stál jako generální ředitel v čele Českého rozhlasu. K 1. září byl jmenován generálním komisařem účasti České republiky na Světové výstavě EXPO 2000 v Hannoveru. V této funkci provedl veřejné výběrové řízení na scénář naší expozice a položil základní kámen pavilonu. Po podepsání občanské výzvy „Děkujeme, odejděte!“ odstoupil z funkce s vysvětlením: „Pro mne je důležitější říkat nahlas své názory, než být státním úředníkem.“ Od března 2000 je šéfredaktorem periodika Naše rodina, kam týden co týden píše úvodníky.*
- *K 15. 9. 2004 byl jmenován ředitelem Národní knihovny.*

# KDO NENÍ IN, TEN JE OUT

Stalo se mi to docela nedávno. Moje čtrnáctiletá dcera u snídaně trpěla – prý jí není dobře. Byla opravdu trochu zarudlá, nešla tedy do školy a zůstala doma. Byl pátek dvanáctého – datum se ukáže být podstatným za malou chvíli.

Co čert nechtěl, týden nato se naskytlá příležitost seznámit se s jejím dopodrobna vedeným deníkem, který si ten den zapomněla uschovat. K její smůle z tlustého sešitu nebylo na první pohled patrné, že jde o výsostně soukromé, intimní vlastnictví, které by vyžadovalo respekt k tajemství. První nahlédnutí do deníkového nitra sice tuto informaci prozradilo, ale to už bylo pozdě. Naneštěstí se rukou psané, avšak přesto dobře čitelné záznamy rozevěly na místě popisujícím onen pátek dvanáctého. O chorobě ani slovo, zato barvitý popis návštěvy devatenáctiletého mladíka zabral tři stránky na hustě psaných řádcích.

Seznámili se na internetovém chatu, nikdy předtím se neviděli. Čtrnáctiletá slečna tak strávila se zcela neznámým klukem v bytě celé dopoledne, aniž by o tom kdokoli z dospělých měl být jen tušení. Naštěstí ten kluk, který si náš pozdější telefonický rozhovor bude jistě dlouho pamatovat, nebyl zjevně násilnický typ ani zloděj, typující si místo příští návštěvy. Tentokrát. Dcera snad pochopila, že hlavním, ne-li jediným důvodem následujících restriktivních opatření byl strach o ni, o její zdraví a bezpečí.

Možná si teď říkáte, jak tento příběh souvisí s tématem Média a rodina, o kterém má být řeč. Velmi. Některé charakteristiky internetové komunikace řadí internet bezpochyby k médiím. Je navíc okamžitě, bez zpoždění, interaktivní, v zásadě nevýběrový a tím vším nebezpečný – zejména ve

věku, kdy se rozlišovací schopnosti ještě utvářejí.

A hlavní důvod, proč jsem dnešní příspěvek uvedl tímto příběhem, už k danému tématu patří bezpochyby. Díky němu jsem totiž začal podrobněji zkoumat i to, co dcera čte. Že se na jejím stole často povalují tituly jako Bravo Girls či Top dívka – měsíčníky výslovně vydavateli určené „náctiletým“ – jsem sice věděl, ale nikdy mne nenapadlo otevřít je. Až teď. A jejich obsah mi doslova, bez přehánění, vyrazil dech.

Titulky jako „Finty na první rande“: „Proč nás drsní kluci vždycky dostanou“ nebo „Podlehne svodům Britney Graig nebo Hayden“ jsou ještě slabým odvarem tvrdšího slovníku. Po titulku „Čtrnáctiletá svedla svého učitele“, řvavými barvami a v tučném provedení vypíchnutého dokonce rovnou na obálce, jsem měl dost a začal přemýšlet, zda nemám na vydavatele podat trestní oznámení. Svým způsobem mělo být ale ještě hůř.

Kolik toho klipovitě roztržštěné příspěvkem uvnitř těchto úžasných pěstitelů dospívajících duší postrádají na chytrosti a citu, tolik přetékají jediným: snahou přesvědčit své mladé čtenářky, že to jediné, co je na světě důležité, je sex. Kdo se ve čtrnácti letech ještě nestačil prakticky s kýmkoli vyspat, je out. Nevím, kolik si toho kdo z vás ještě pamatuje z věku čtrnácti, patnácti let; jedním jsem si ale jist. Odlišovat se tehdy, řečeno dnešním slangem mladých „být out“, znamenalo být v kolektivu prakticky vyřizen. Kdo tehdy neprožil to, co se prostě prožít muselo, byl nucen si alespoň nějaký příběh vymyslet. Pochybuji, že by to dnes fungovalo jinak. Která tedy nesvede svého učitele (spolužáci jsou v tomto věku pro většinu slečen

zaostalí ňoumové tahající za sebou kačera) nebo nesbalí – třeba přes internet – idol ve stylu některé mladé hollywoodské hvězdy – ta o tom stejně musí „zasvěceně“ mluvit. „Out“ jsou jen ty méněcenné.

Myslel jsem si naivně, že výběr zejména barevných časopisů je bohatý i v této věkové kategorii, ve skutečnosti je situace na trhu s časopisy pro dospívající mírně řečeno neutěšená. Schází periodikum, které by fungovalo asi jako někdejší Sedmička pionýrů, samozřejmě bez jakékoli ideologie.

Časopisy pro mladé totiž opravdu nejvíce ovlivňují nastavení mládeže na to, co je „in“ a co je „out“ – co se nosí, co se hraje a podobně. To má pak bezpochyby dopad na celou rodinu. Většina současných časopisů pro mladé pouze vytváří tlak na rodiny, aby vytvářely prostředí, které je „in“. Jako by si jejich tvůrci vůbec neuvědomovali, že časopisy pro mladé jsou nejlepší platformou pro jakési poklidné vstřebávání světa: jeho fungování, zákonitosti, etické normy, hodnotové nastavení.

Právě tyto časopisy asi nejvíce ovlivňují normy sexuálního chování mladých lidí, pro mladé je to nejbezpečnější cesta a zároveň nejdiskrétnější forma toho, jak získat informace. Jenomže většina z nich dělá ze sexu jakousi modlu, v podstatě vybízí k lehké promiskuitnímu chování, snižuje – zákon nezákonn – věkovou hranici pro první sexuální zážitky a píše o nich jako o správném, obecně přijímaném modelu. O vztazích a jejich hodnotách tu nenajdete nic, jako by k sexu vlastně ani nepatřily.

Možná se mi budete smát, ale tyhle časopisy mne opravdu na dlouhou dobu vyvedly z míry. Je pozoruhodné, že zatímco pro nejmladší děti stále vycházejí kvalitní Mateřídoušky, Sluníčka a do jisté míry i Čtyřlístky, sféru časopisů pro starší

děti (s výjimkou přeživšího ABC, které je ale určeno specifické skupině dětí) prakticky zaplnily výhradně bulvární plátky, připravující zřejmě své čtenářky na už skutečně velkónákladové Rytmy života (v aktuálním vydání řešící mimo jiné citovou vichřici Gérarda Depardieu) či Ženu a život (nabízející vskutku rozkošné a hluboké na zamýšlení na téma Sex s nexpřítelem – je dobré se s ním znovu vyspat?) – v titulcích bych mohl ještě dlouho pokračovat, ale nemá to význam. Konkuruji si navzájem a co je to být „in“ už je přece v tomto věku každému jasné.

Rodina a média na sebe působí vzájemně, i když spíše po částech. Nabídnout totiž celé rodině – od školního věku až po věk seniorský – článek, rozhlasový nebo televizní pořad – je téměř vyloučeno. Každá z žijících generací je formována jiným vkusem, jinými zkušenostmi. I když stanice Praha Českého rozhlasu charakterizuje sama sebe jako rodinnou stanici, funguje převážně jen ve skupině nad padesát až šedesát let věku. Také televize Prima zkouší vytvářet image rodinné televize, ale ani v její programové skladbě nenajdeme příliš pořadů, na jejichž sledování by se shodly tři generace. A většina měsíčníků tvrdících, že jsou rodinné, se buď zaměřují na to, jak rodinám vnutit zařízení koupelen či rovnou celý rodinný domek, nebo se v obsahu úzce zaměřují. Např. „rodinné“ Betyňka nebo Maminka jsou časopisy pro mladé maminky (mláďm myslím stářím miminek, nikoli matek). Na média tedy jako zákazník působí spíše než rodina jako celek většinový vkus každé z jejich generací.

Média – dnes především televize – onen většinový vkus svou skladbou zpětně ovlivňují a zajímavé je, že v tomto obráceném pořadí působí většinou na rodinu jako celek. Požádal jsem svou kolegyni, matku osmi dětí, o nahlédnutí do jednoho dne, zaměřené na chování členů její rodiny ve vztahu

k médiím. Kolegyni je čtyřicet, potomkům od tří do dvaceti let.

Vzhledem k tomu, že je v její rodině 8 dětí nejen různého věku, ale i zaměření, strhává se bitva o média hned po ránu. Každý z kluků chce poslouchat jinou rozhlasovou stanici. Jeden preferuje po ránu techno a řeči o ničem. Druhý preferuje country, pokud možno beze slov, a třetí – dívka – miluje folk a hledá zprávy o tom, co se kde děje a ke kolika dopravním nehodám došlo. Takže ranní bitky o čisté ponožky jsou zesílené bitvou o rozhlasové stanice. Děti se několikrát pokusily prosadit i ranní televizi, ale to narazily na zásadní odpor rodičů. Nakonec se dopracovali k tomu, že se každý den poslouchá jiná rozhlasová stanice.

Odpoledne nastává další fáze střetů – tentokrát o televizi. I tam je jasné, že každé dítě tíhne podle věku a zaměření k jinému žánru telenovel (!) a jiných pořadů, i když v loňském roce jednoznačně u všech zvítězila „Ošklivka Betty“ a kolegyně přiznává, že i ji děti nakonec vtáhly do přerodu ošklivého kačátka v krasavici. Objevila prý i jednu pozitivní stránku telenovel – u jejich sledování je možné s dětmi bez zábran diskutovat o tom, co je reálné i v normálním životě, co naopak ne; a z diskuse je možné vysledovat sklony dětí v mezilidských vztazích. Někdy se dokonce rozvinuly zajímavé debaty o charakteru postav telenovely. V jejich obývacím pokoji je nejen televize, ale i piáno, na které pět z dětí aktivně hraje. Takže sladit hraní na piáno, televizi a ještě jídlo je někdy téměř nemožné. V tu chvíli nastupují represivní opatření v podobě vypínání oblíbených hrdinů.

Na chalupě televizi záměrně nemají a kupodivu to dětem po jednom dni abstinenčních příznaků nevadí. Zabaví se jinak a tvůrčím způsobem. Dříve televizi neměli ani doma, ale když začal chodit nejstarší

syn do školy, narazil nejen u spolužáků, když neznal zásadní hrdiny, ale nakonec i při vyučování, protože paní učitelka dětem doporučovala cestopisné a přírodovědné filmy. Televizi si tedy pořídili.

Nejprve bylo její sledování striktně omezeno na vzdělávací filmy a večerníčky, později se vše převrátilo do dnešní podoby: téměř neustále puštěného přístroje. V tu chvíli rodiče zasáhli. I děti nakonec uznaly, že není dobré, aby k přirozenému hukotu rodiny přibyl další a také neustálý zvukový doprovod. Takže se vždy jednou za čas vyberou 1–2 odpolední seriály a přibližně třikrát do týdne sledují večerní film. Některé z dětí mají tendenci se k virtuálnímu světu televize upínat, jiné se rády dívají, ale vnitřně to moc neprožívají a 2 děti dokonce televize příliš nebaví.

Z dětských ranních bloků o víkendu děti jednoznačně pozitivně přivítaly návrat Jú a Hele a občas se tedy dívají i na Čt 1, jinak vítězí Nova. Kolegyně říká, že měla velký problém s postavíčkami Pokémonů a Digimonů a v poslední době Baybleydů. Nejprve je měly děti zakázané. Pak zjistila, že se na ně tajně chodí dívat k sousedům, tak se přinutila shlédnout tři díly a zjistila, že se jí sice moc nelíbí, ale nakonec že se přece jen jedná o příběhy o přátelství a vzájemné podpoře s jasně definovaným zlem a dobrem, a děti se tedy dívat smějí. Co vidí jako své selhání je to, že se děti nakonec většinou dívají i na akční filmy.

Protože ve sledování vítězí Nova, bylo třeba řešit i reklamní bloky. Základní instrukce této rodiny zní: na začátku reklam přepínat na jiný kanál, což ovšem občas nestihnou, nebo je něco v reklamě tak zaujme, že se dívají. Když kolegyně poslouchala hry nejen svých dětí, zjistila, že hlášky z reklam hodně používají i v komunikaci mezi sebou. Zaznamenala i soutěž o to, kdo umí víc televizních reklam zpaměti.

Tento postřeh považuji za zajímavý – málokoho z nás asi napadlo řešit sledování reklamních bloků jako výchovný problém.

Malým dětem kolegyně nepravdělně kupuje Mateřídoušku a Sluníčko. Tyto časopisy pro nejmenší mají podle jejího názoru stále výbornou úroveň. Čtyřlístek čtou i větší děti. Časopisy pro mladistvé naopak zásadně nekupuje, přesto je děti občas čtou – díky spolužákům ve škole.

Zhruba od 13 let začínají děti číst samy od sebe denní tisk, a jak kolegyně přiznává, překvapilo jí to. Baví je to, a podle zaměření čtou různé zprávy. Jeden studuje ekonomické aktuality, jiný kulturní rubriku a všichni společně sport.

Tiskoviny, které by kolegyně považovala za vhodné, například týdeník Naše rodina, děti zásadně nečtou.

Zajímavý, i když pro literární labužníky nepřekvapivý postřeh je to, že vhodnou zónou, kde je možné dětem nenásilně nabízet tisk včetně naučných a vzdělávacích brožurek, je toaleta, případně odkládací stolek u jídelního stolu.

Velice jí chybí nějaký slušný, ne téměř pornografický časopis pro „náctileté“, který by informoval o sportu, kultuře i obyčejném a pravdivém životě této věkové skupiny.

Ačkoli – nebudu se vůbec divit, pokud vás tato skutečnost minula – žijeme téměř uprostřed celosvětového roku rodiny vyhlášeného loni OSN a nedá se tvrdit, že by na toto téma proběhlo či bylo plánováno málo seminářů, konferencí a nevíme čeho ještě, veřejnost je díky absolutnímu nezájmu médií o tohle téma prakticky nezasažená. Proč ten nezájem?

Fungující rodina není zdrojem konfliktu a konflikt je vedle tragédií a velkých i malých neštěstí, zdá se, pro zpravodajství a publicistiku psanou, zvukovou i audiovizuální základním zdrojem zájmu – vzpomeňme si v této souvislosti na zlatá slova Vladimíra Železného blahověřícího v jednom z dílů téměř nekonečného a hojně sledovaného nedělního seriálu pro jediného muže cokoliv, co se v Česku na poli tragédií a konfliktů šustne a omlouvajícího to, že když nejsou v zásobě takové události z domova, musí Nova přebírat příspěvky ze zahraničí.

Nejvlivnějším médiem, pomineme-li bouřlivě se rozvíjející internet, je televize. Jedním z největších zásahů televize do rodiny je to, že se zásadním způsobem změnila struktura „rodinného času“. Oblíbeným pořadům, seriálům či filmům v televizi se často přizpůsobují časy večere ve všední dny i doby obědů o víkendech. V některých rodinách se na základě programu televize dokonce připravuje i rozvrh celého týdne. Díky tomu, že sledování televize je, snad s výjimkou znalostních her a soutěží, čistě pasivní činností, si v „televizních“ rodinách děti spolu evidentně méně hrají, manželé méně komunikují (málokterý pořad je pro oba) a televize ovlivňuje i komunikaci mezi generacemi.

Centrem rodiny už nebývá jídelní stůl, ale konferenční stolek s pamlsky se středem v magickém oku obrazovky. Někdy se u televize také debatuje, ale námětem diskusí se spíše než rodinné problémy, stávají virtuální situace virtuálních hrdinů, které „žijí“ pouze na obrazovce. S trochou nadsázky se dá říci, že televize (a víc a víc také počítač) se v podstatě stává „členem rodiny“.

Naštěstí se zdá, že v posledních dvou letech dochází k tomu, že jsme v Česku jako diváci už přece jen nasyceni – nezapomínejme, že programové zlomy v letech

1989/1990 a poté znovu s nástupem Novy byly obrovitě. Dnes už se seriály i filmy často opakují a některé rodiny se začínají vracet k osobním i společným, kreativním aktivitám. Vlastní, obrazovkou nezprostředkovatelný, „zážitek“ se zase pomalu stává hodně důležitým.

Nebezpečí ale přesto zůstává. V mnoha rodinách tvoří televize jakousi kulisu, ze které si i nejmladší členové domácnosti vyždíbijí kousky informací, které nemají zasazené do kontextu. Vytvářejí si tak nereálný svět s virtuálními mezilidskými vztahy – jak v rodině, tak později na pracovišti.

Lidé často odkládají svůj osobní život jakoby stranou, protože neodpovídá (nemůže totiž odpovídat) schématům z televize. Vlastní život je pak, podobně jako ve srovnání s dávnějšími produkty červené knihovny, nezajímavý, plochý, nudný. Je pravděpodobné, že vývoj dětí se sníženou inteligencí se díky odkládání k obrazovce ještě více zpožďuje, děti nejsou navíc schopné zcela rozlišit realitu od fikce. Těm dětem a mladým lidem, kteří mají problémy v komunikaci s okolním světem, může svět televize a počítačů falešně nahrazovat skutečné přátele.

Často diskutovanou otázkou je míra násilí, kterou v televizi můžeme sledovat, a to znovu zejména u dětí a mladých lidí. Nelze sice pominout fakt, že se našimi dějinami táhnou války, gladiátorské hry, býčí kohoutí zápasy, na některých místech světa se dodnes veřejně popravuje. Častý je názor, že pokud je násilí zasazené do smysluplného kontextu a zároveň se z pořadu nevytrácí úcta k člověku, k našemu bytí zkrátka patří. To se ale rozhodně netýká těch děl, kde je násilí nikoli prostředkem, ale samoučelným cílem jejich tvůrců.

Jednoznačně pozitivně můžeme hodnotit nabídku cestopisných, přírodovědných a ji-

ných vzdělávacích pořadů. Oblíbené bývají i v celých rodinách soutěžní znalostní pořady, které mohou být dokonce podnětem k debatám uvnitř rodin.

Díky televizi mají také přístup ke kultuře všechny vrstvy bez rozdílu sociálního postavení nebo bydliště. Televize je také výborným zprostředkovatelem naší kultury pro přistěhovalce, zároveň s nejjednodušší výukou jazyka ve spojení s obrazem.

V posledních letech je po celém světě diskutovanou otázkou nereálný svět kreslených filmů, například seriály o Pokémonech – v některých zemích byly dokonce zakázány, ale osnova příběhu je přes jejich akčnost i virtuálnost průzračně jasná – jde o střet dobra a zla; propagují se tu hodnoty kamarádství, soucitu i spolupráce. V těchto případech je na místě, aby se především s menšími dětmi o pořadech bavili rodiče, aby jim vysvětlili, že je to smyšlený a fantazijní svět. Právě malé, ale v některých případech i větší děti mají tendenci to, co v televizi vidí, brát jako realitu.

V našem mapování vzájemného vztahu médií a rodiny jsme dosud zkoumali působení médií na formování mladého člověka a život rodiny, a to zejména prostřednictvím jejich zábavní, volnočasové složky. Významnou součástí práce tištěných i elektronických médií – kdysi snad dokonce jejich hlavním smyslem existence – je ale sdělování informací. Novinář je tam, kam z technických či jakýchkoli jiných důvodů nemůže být kdokoli, má-li zájem. Mám bohužel pocit, že jen málo novinářů si uvědomuje odpovědnost, která na jeho bedrech jako na prostředníkově mezi událostí a občanem leží.

Před několika lety jsem dokonce sám se sebou hrál hru: díval se postupně na hlavní zpravodajskou relaci všech tří českých ce-

lopošných televizí a porovnával informační hodnotu zpráv o stejné události. Nejvíce mne tehdy pobavila ta, která pojednávala o havárii cisterny tuším s éterem. Podle první z televizí se cisterna převrátila a část obsahu vytékala do ovzduší. O čtvrt hodiny později jsem se dozvěděl, že se cisterna sice převrátila, ale nepoškodila, takže bylo možné ji jeřábem dostat zpátky na silnici. Poslední z televizí zkombinovala obě předchozí: cisterna se převrátila a poškodila tak nešťastně, že na poškozené části částečně ležela. Nejdříve tedy bylo nutné cisternu opatrně jeřábem zvednout, opravit plášť, pak odčerpat převáženou látku, a nakonec vrátit na silnici.

Je to zpráva, která je důležitá snad jen pro nejbližší okolí havárie, pokud vůbec hrozilo zamoření ovzduší, jinak ani co by se za nehet vešlo. Uvádím ji proto, že (nejen) televizní zpravodajství přijímám hodně obezřetně a skepticky také tehdy, jde-li o podstatnější věc. A rodina podstatná určitě je. Problém však spočívá v tom, že média prakticky nezajímá. S nepatrnými výjimkami jen ta bulvární a jen tehdy, když má někdo ženatý či vdaná nemanželský poměr, když se celebrity doma poperou – zkrátka důležité je zdánlivě jen to, kdo, kdy a s kým. I tady jsou nejohroženější skupinou dospívající mladí lidé, kterým se znovu potvrzuje, že v životě má hodnotu jen kvalitní sex, případně peníze na všechno potřebné, co je učiní přitažlivějšími.

Přitom existují informace, které někdy jen malá část, jindy ale většina rodin potřebují. Asi největší vakuum je u nás v informovanosti, jak si počínat ve chvílích, kdy se rodina z nejrůznějších důvodů ocitne ve svízelné situaci (u celebrit alespoň díky bulváru víme, že taková situace nastala nebo hrozí). Je sice pravda, že tento typ informací nabízí v různé podobě stát, i na internetu se však špatně hledají i čtou – žargon úředníků není ve vět-

šině případů o nic srozumitelnější, než ten předlistopadový - je pouze zbaven ideologického nánosu vládnoucí strany a vlády.

Ještě horší je situace rodin se zájmem o náhradní rodinnou péči. Osobně znám potenciální pěstouny, kteří sháněním základních informací strávili bezmála dvacet dnů a ošoupali přitom dvoje boty. V tomto případě státu podle mého soudu nezbyvá, než požádat o spolupráci novináře, zpracovat čtivě a srozumitelně potřebná témata do tematických brožur a zároveň se vydat cestou placené inzerce, která na tyto brožury upozorní a sdělí, kde jsou k mání.

Milí přátelé, na začátku dnešního příspěvku jsem vám vyprávěl jeden osobní příběh. Jako liberál netoužím zasahovat do obsahu soukromých médií, jako vyznavač konzervativních hodnot se ale cítím povinen upozornit na to, když jejich obsah – podle mého soudu podstatným způsobem – ovlivňuje formování etických hodnot mladých lidí, budoucích otců a matek.

A o tom, že dnešní media formují morální a etické hodnoty lidí spíše, než rodinná tradice, osobně nepochybují. Snad si to uvědomují i ti, kteří se na jejich tvorbě a publikování podílejí. Snad k takovému uvědomění není potřebná osobní špatná nebo dokonce tragická zkušenost.

Více lze v tomto směru žádat na médiích veřejné služby. Upřímně řečeno, ačkoli jsem se účastnil desítek diskusí o tom, co to ona veřejná služba vlastně je, rodinné téma ani nic, co by se mu alespoň vzdáleně podobalo, jsem v takových debatách nezaznamenal. A pokud se nemýlím, výslovná podpora rodiny ani není součástí platných zákonů o Českém rozhlasu a České televizi. Samozřejmě platí, že i sebevážnější pořad o rodině a pro rodinu musí být zpracován posluchačsky či divácky přitažlivou formou, jinak je k ničemu.



Více lze požadovat i po státu, a to také v souvislosti s jeho aktivitami v médiích. Kromě veřejnoprávního rozhlasu a televize existují také reklamní plochy i možnost zadat kampaně, jejichž působení ovšem bývá přímo závislé na tom, jak čistě a nekorupčně byl vybrán dodavatel, i na tom, zda je státní úředník takovou věc vůbec schopen posoudit.

Přes častou mediální relativizaci rodiny jako hodnoty se nezdá, že by kdokoli nabízel jiný, lepší nebo alespoň srovnatelný model intimního soužití lidí, který přináší pocit bezpečí a vzájemného citu, někdy jistě s problémy. Dospělý člověk už dobře ví, jak chutná docela obyčejné, láskyplné pohlazení, když se nedaří nebo mu prostě jen není dobře. Ví, jak příjemné je moci s blízkým člověkem mluvit prakticky o čemkoli. Víme to, rádi to přijímáme a často na to

sami zapomínáme – vždyť v televizi začne za malou chvíli přenos z hokejového mistrovství světa.

Rodina je důležitým tématem Evropské unie a tudíž i tématem politickým; plané fráze o její podpoře a klišé, že rodina je základem státu, ale ničemu nepomohou. Zjednodušená představa o tom, že podpořovat rodiny znamená přiznávat jim daňové úlevy, platit přídavky na děti – zkrátka jim přilepšovat finančně je, jak se už v mnoha zemích světa jasně ukázalo, také naivní. Snad po 1. květnu začneme hlouběji studovat prorodinou politiku třeba hned v sousedním Německu, která už přináší výsledky. Ale to už by bylo téma na úplně jiné setkání.

A nezapomeňte, že kdo není in, ten je out.

Děkuji za pozornost.







Vydalo Hnutí fokoláre jako interní materiál pro potřeby účastníků kongresu  
Člověk a média, konaném 24. 4. 2004 v Centru Mariapoli, v Praze Vinoři.  
Redakce Irena Sargánková, grafická úprava a sazba Štěpán Filčík.

Kontakt: Nové město, Londýnská 44, 120 00 Praha 2  
telefon: 222 518 569; e-mail: [novmesto@comp.cz](mailto:novmesto@comp.cz)