

10. konference Člověk a média

Mládež a média otázka výchovy?



Centrum Mariapoli, Praha 9 - Vinoř
19. dubna 2007

Konference se konala ve spolupráci



10. konference se konala v den 40. výročí úmrtí Konrada Adenauera

10. konference Člověk a média

Mládež a média otázka výchovy?



Centrum Mariapoli, Praha 9 - Vinoř
19. dubna 2007

OBSAH

| | |
|--|----|
| Stefan Gehrold: ODPOVĚDNOST MÉDIÍ | 5 |
| Petr Sak: NÁSTUP DIGITÁLNÍ ÉRY | 6 |
| Helmut Rücker: MÉDIA JSOU „SPOLUVYCHPOVATELI“ | 12 |
| Kristína Taberyová: NEJDE O HONBU ZA VYSOKOU SLEDOVANOSTÍ | 17 |



ŘEDITEL ZASTOUPENÍ
KONRAD – ADENAUER – STIFTUNG V PRAZE

ODPOVĚDNOST MÉDIÍ

Konrad Adenauer Stiftung v České republice podporuje pluralitní mediální prostředí. Jsme přesvědčeni, že médiím přísluší společenská úloha. Média by měla jednat eticky a zodpovědně. V řadě Člověk a média bychom chtěli proto dnes položit otázku o odpovědnosti médií k vývoji společnosti. My všichni žijeme v době médií, dnes a denně se setkáváme se záplavou možností vzdělávání, kulturních příležitostí a zábavy, ve které není snadné udržet přehled. Děti a mládež mají zcela jiný přístup k mediálnímu prostředí než my, dospělí. Ale nejen to. Mají také zcela jiný přístup k médiím, než tomu bylo před dvaceti lety. Pro ně je denní sledování televize, užívání internetu nebo mobilu naprostou samozřejmostí.

Ve společnosti, ve které jsou stále častěji výdělečně činní oba rodiče, mají média

význam také v rozvoji společnosti. Děti a mládež sice užívají mediální nabídky stále samostatněji, ale jejich využití klade řadu významných otázek, které si musíme položit. Jakou roli mohou média v naší společnosti skutečně mít? Mají výchovnou funkci? Existují morální nebo etické hodnoty, na které se mediální prostředí orientuje? Děti a mládež dnes vyrůstají v době bulvarizace médií. Jsou schopné najít rozdíly a diferencovat je? A nikoli poslední slovo. Jaké meze existují pro zpravodajství a jakou odpovědnost nesou zástupci médií? Jaká role přísluší také zejména regionálnímu a komunálnímu tisku? Těším se na konstruktivní diskusi o těchto otázkách, při které budou mít slovo i kompetentní přednášející.





PETR SAK

SOCIOLOG A PEDAGOG,
AGENTURA SOCIOLOGICKÝCH VÝZKUMŮ

NÁSTUP DIGITÁLNÍ ÉRY

Ve svém vystoupení budu vycházet z výzkumů, kterým se věnuji celý svůj profesní život a u řady témat se mi podařilo shromáždit data v časové řadě již od osmdesátých let. Časová řada je totiž daleko zajímavější než jednotlivý výzkum. Vhodné uspořádání dat do grafu hned plasticky ukazuje, jak a jakým směrem se společnost proměňuje.

Ve výkumech prováděných od devadesátých let se ukazuje, že mládež se čím dál více obejde bez jakéhokoliv ideového zakotvení, že ztrácí vazbu k jakýmkoliv společensko-ideovým i náboženským směrům. To vyplývá z porovnání výzkumů z roku 1993 a z roku 2005. Když jsem před několika lety připravoval přednášky pro biskupskou konferenci, důkladněji jsem procházel nashromážděna data a přišel jsem na zajímavý paradox. Mládež od 15 do 18 let je vlastně nejsekulárnější skupinou v populaci. Je zároveň nositelem další sekularizace, protože čím jsou věkové skupiny starší, tím mají lepší vztah ke křesťanství i k dalším náboženským směrům.

Jak se s postupem let propadal význam všech těchto směrů, propadl příklonu k ideologii sociální demokracie, marxismu a liberalismu byl natolik rychlý, že předběhl propad vztahu ke křesťanství, a paradoxně mezi mladou generací nejsilnější ideový směr je křesťanství, přestože jsou mladí nositeli sekularizace. Domnívám se, že to má zásadní význam, protože z toho vyplývá velká možnost a velká odpovědnost pro křesťanství a také pro katolickou i evangelickou církev, protože jsou vlastně ostrůvkem hodnot v moři. Mladá generace žije hédonismem, pragmatismem a ostatními konzumními hodnotami. A křesťanství je ostrůvek pozitivní deviace, o kterém se často mluví.

V devadesátých letech se společnost obtížně vyrovnávala se všemi změnami a lidé ani nedokázali využít všech pozitivních možností. Do určité míry byl narušen systém volnočasových zařízení, protože se rušila zařízení pro děti a mládež nebo přecházela na komerční způsob provozu. Takže děti ze sociálně slabších rodin, které tuto službu nej-

více potřebovaly, z ní byly vytěsněny, protože rodiče buď peníze neměli, anebo je utratili spíš za návštěvu hospody, než aby platili dítěti za zájmovou činnost nějaké peníze. Kolem roku 2000 jsem zjistil u mladé generace určitou změnu, kterou jsem nazval rozlomení mladé generace. Když nastává nová situace, je třeba definovat, jaká vlastně mladá generace je. A to je obtížné, protože je třeba určit, podle čeho se má mladá generace hodnotit. Podle průměru? Podle největší četnosti? V podstatě hledám, co je pro mladou generaci typické. A tehdy jsem došel k závěru, že je pro ni typické, že je daleko víc strukturovaná než byla dříve. Naše společnost se celkově diferencovala ve srovnání s dřívější určitou homogenitou. A totéž proběhlo u mladé generace. Ilustruji to tím, že pravděpodobně – je to hypotéza, protože to nelze žádným výzkumem ověřit – žádná mladá generace nebyla tak sekulární, ale zároveň v žádné mladé generaci nebyly skupiny mladých lidí tak vysoce spirituální, jako je to v současnosti. To je jakoby určitý rozpor: masově se jedná o sekularizaci, ale ve skupinkách dochází naopak ke zvýšené spiritualitě.

Další graf ukazuje, jak vypadá volný čas mladé generace. Dospělá generace je na tom podobně s tím rozdílem, že více sleduje televizi a méně používá nové technologie. Mladí lidé tráví dvě třetiny svého disponibilního času, kdy nejsou ve škole nebo v práci, s médii. Z toho plyne ten obrovský význam a dopad médií. Když si klademe otázku, proč mládež a děti, jsou takoví, jací jsou – zvláště když slyšíme v médiích, že chovanec diagnostického ústavu zabije vychovatelku nebo skupina dětí zabije stařenku – musíme si uvědomit, že to je produkt dané společnosti. Ty děti sem nikdo nepřivezl

z Marsu, vyrostly tady, proto je třeba dívat se na média i v této souvislosti.

Média – především televize – se stala po rodině a škole dalším nejvýznamnějším socializačním nástrojem, socializačním institutem. Když byla dnes konference zahajována, mluvilo se o výchově. Jenže mně se zdá, že je příliš optimistické mluvit v souvislosti s médii o výchově. V naší historii měla média obrovskou úlohu a český národ si médií vždycky velice cenil. Vždyť osvícenectví a obrozenectví, revitalizace českého národa, je velkou zásluhou tehdejších médií. A média působila na všechny vrstvy tehdejší české společnosti, až po ty nejnižší. Kultivovala je. Dnes můžeme spíše konstatovat, že média jsou ve značné míře nástrojem dekultivace, například jazyková úroveň komerčních médií v devadesátých letech. Z nouze se udělala ctnost. A to, že moderátoři a redaktoři nedokázali mluvit spisovně, bylo nakonec hodnoceno jako živost a spontánnost.

Další graf ukazuje historický pohled na vývoj volnočasových aktivit mládeže od roku 1982 do roku 2005, a to ve věkové skupině 15 až 18 let. Chci upozornit především na dvě aktivity. První je televize, která od osmdesátých let naprosto dominuje volnému času dětí, mládeže i dospělých. Jednu dobu se velmi kritizovalo, děti a mládež se dívají na televizi a nedělají nic jiného. Jenomže to se učí v rodině. V jednom výzkumu jsem popojil děti, jejich rodiče a jejich učitele. Ukázalo se, že televizní návyky či televizní chování více souvisí s rodinou než s tím, do jaké sociální a věkové skupiny dítě patří. Učně nespojoval tolik fakt, že jsou učni, ale sledovali televizi podle toho, jak televizi sledovali jejich rodiče. Stejně to bylo u ostatních.

Kolem roku 2000 skončil rostoucí trend ve sledování televize, ta má svůj vrchol už za sebou. Postupně ji nahrazují nové technologie, dochází k dramatickému nárůstu využívání počítače a nastupuje digitální éra (v grafu zřetelná hranice věků). Už nelze porovnávat jednotlivé aktivity s počítačem, protože vzniká nová kultura, mladí prostřednictvím počítače dělají všechno. Editují fotografie, posílají, komunikují, chatují, sledují pornografii, domlouvají si schůzky, seznamují se s partnery, rozcházejí se, rozvádějí se – to všechno se děje prostřednictvím počítače. Je to nová kultura, která začala již v šedesátých letech minulého století ve Spojených státech, označovaná jako kyberkultura. Zajímavé je, že tehdy to bylo do značné míry spojeno s konzumací drog. Někteří gurové kyberkultury současně měli problémy s drogami. Timo Tillery byl kvůli drogám dokonce zavřený. Když jsme ve svých výzkumech sledovali míru zapojení do počítačových aktivit s drogami, ukázala se tam mírná, ale přímá korelace. Lidé, kteří jsou více „in“ v počítačových aktivitách, poněkud více užívají drogy.

Na několika grafech bych chtěl ukázat předěl kultur. Vynálezem knihtisku Gutenbergem začala nová éra tištěného slova. Do té doby byly psané knihy drahé a obtížně se dostávaly k lidem. Postupně se tištěná kniha stává masovou záležitostí a dostává se k nejširší vrstvě populace. Tištěné slovo bylo spojené s osvícenectvím, vědeckým rozvojem, rozvojem školství od základních až po vysoké školy. Nyní éra tištěného slova končí. Porovnejme vlastnictví knihovny nad 200 svazků a osobního počítače. Zatímco v roce 1994 u věkové skupiny 15 až 19 let výrazně převy-

šovalo vlastnictví knihovny nad vlastnictvím počítače, v roce 2002 je podíl vyrovnaný a v roce 2005 už výrazně převyšuje vlastnictví počítače. Velký rozdíl je ve věkových skupinách. Čím mladší skupina, tím větší podíl ve prospěch počítače. To je indikátor generační propasti. Dynamika je tak obrovská, že starší generace pochopitelně nestačí tempu osvojování si nových technologií, zatímco děti a mládež se socializují. Dnes děti už ve třech letech tráví denně několik hodin u počítače. Nicméně je neuvěřitelné, jak i nejstarší generace nad šedesát let si za několik let nové technologie osvojila. Je to přímo obdivuhodné.

Metodika výzkumu srovnání počtu přečtených knih v období od roku 1992 do roku 2002 byla taková, že respondent vypsal konkrétní knihy, které přečetl za poslední měsíc, a pracovníci knihovny je kategorizovali podle různých znaků. Sledovat období mezi rokem 1992 a 2002 je zajímavé, protože v něm došlo k největšímu rozšíření nových technologií a zároveň ke komercializaci kultury. Druhá polovina devadesátých let bylo období nástupu masové komerční kultury – komerční televize, komerční rádia, bulvární časopisy – a pokles počtu přečtených knih je obrovský. Zmizela kategorie čtenářů, kteří přečetli čtyři a více knih za měsíc, a nejzajímavější, a pro mne šokující, je, že největší propad v četbě je ve věkové skupině od 19 do 23 let, tedy ve věkové skupině vysokoškolských studentů, kteří mají četbu knih v popisu práce. Tato skupina nejvíce propadá novým technologiím. Do určité míry sice čtou elektronické knihy, ale to nevyrovnává ten pokles.

Jak se vyvíjí sledování televize a internetu v závislosti na vzdělání? U skupiny

s nižším vzděláním, například vyučen, je zapojení do nových technologií pozvolněji a víc zůstávají spojeni s televizí. V průběhu několika let je nárůst internetu obrovský. Nechtěl bych o nových technologiích mluvit jen kriticky, je to prostě nový fenomén, který má pozitivní i negativní stránky. Když mluvím pozitivně, jsem kritizován, že vidím nové technologie příliš pozitivně, a když jsem kritický, jsem zase napadán, že jsem vůbec nepochopil úlohu nových technologií. Chtěl bych spíš poukázat na určité souvislosti. Podobně jako nadměrná aktivita v nových technologiích může jedince odřezávat od ostatních aktivit, zrovna tak je v dnešní době velice negativní, když mladý člověk nezíská počítačovou gramotnost. Ocitne se před digitální překradou a v dnešní době zůstat mimo kyberprostor, mimo virtuální realitu, vlastně znamená být mimo společnost. Dnes i komunikace s úřady do značné míry probíhá prostřednictvím internetu a lidé, kteří toho nejsou schopni nebo nemají tuto technologii k dispozici, se stávají – a bude to čím dál horší – občany druhého řádu. Říkám to natvrdo, ale taková je skutečnost. Z našeho posledního výzkumu vyplývá, že řada lidí to už tak vnímá.

Vývoj mladé generace je v dnešní době do velké míry závislý na technologiích. S vývojem nových technologií mizí z života mládeže ty starší. Tak jako se oslabuje vliv tištěného slova, podobně odchází ze života mladé generace analogové technologie. Například gramofon od roku 1995 mizí a stává se veteránem, který mají rodiče spíš ze sentimentality. O trochu později se to týká i magnetofonu. Kdo by před pár lety řekl, že magnetofon je odsouzený k zániku? Naopak mobilní telefon je v současnosti

i minulosti s ničím neporovnatelný fenomén. Mobilní telefon se zmocnil společnosti a už dávno překračuje to, že se jmenuje telefon. Už to není prostředek k vzájemnému sdělení informace s někým jiným, ale je to ohnisko celé digitální kultury. Dochází k prolínání všech médií. Mobilní telefon se stává kapesním osobním počítačem, kterým můžu komunikovat na internetu, fotografovat, posílat obrázky, prostě cokoliv.

Člověk žije v přirozeném světě a komunikuje s ním prostřednictvím smyslů. Sociologové dokonce tvrdí, že nejen prostřednictvím smyslů, ale že tu realitu i konstruuje. Základem je mysl člověka. To, co není v mysli, jako by neexistovalo. K tomu už docházejí i největší materialisté, jakými jsou fyzici. Jeden z nositelů Nobelovy ceny řekl, že nejreálnější ve vesmíru je to, co je v mysli člověka. Do mysli člověka vstupuje přirozený svět prostřednictvím smyslů a té konstrukce, potom vnitřní svět člověka s jeho podvědomím a také to, co je mimo člověka, co nazýváme několika termíny – transpersonální vědomí (to, co člověka přesahuje, co je mimo člověka), telepatie, ale také Bůh, i když bychom o tom mohli polemizovat a určitě bych s vámi souhlasil, že to tam tak úplně nepatří, ale jde mi spíš o vyjádření určité myšlenky.

Nyní začne moje kritika médií, především televize. Hlavním cílem, kategorií či indikátorem televize je sledovanost. Čím více je nějaký pořad v televizi sledován, tím lépe. Jenže den má 24 hodin, televizí je celá řada, je také rozhlas, který zase sleduje poslechovost. Z hlediska médií by ideální člověk sledoval 24 hodin denně televizi, pokud možno víc kanálů současně. Jenomže, co je cílem médií? Cílem médií je

zisk. Sice někdy tvrdí, že chtějí informovat, vzdělávat a tak dále, ale v podstatě jejich cílem je zisk a toho dosahují reklamou. To, co je mimo reklamu, má diváka přilákat k obrazovce, aby tam byl ještě v době, kdy se objeví reklama. Televize diváka vlastně prodává, protože peopelmetry se zjišťuje struktura diváků v tom daném okamžiku. Ví se, že v určitou hodinu na určitý pořad se dívá 300 000 žen v určitém věku, 400 000 mužů v daném věku. Televize při prodeji reklamy prodávájí tyto ženy, muže. Hlavní je tedy reklama.

Druhá věc je manipulace. Ač všichni známe slogan, že média jsou hlídacím psem demokracie, to je mýtus, protože média dávno přestala demokracii napomáhat. Dnes se spíše používá pojem mediokracie nebo mediokratura, protože média nechťejí o společnosti a o politice informovat, ale chtějí politiku dělat. Snaží se s divákem manipulovat. Média se pokoušejí vyřadit „kanál“ mezi přirozeným světem a myslí člověka a chtějí ho odvést do umělého mediálního virtuálního světa. Možná jste v nějakém filmu viděli, jak bezpečnostní služba má u domu několik kamer, které snímají vchod do zahrady a vchod do dveří, policista má řadu monitorů a sleduje výstupy. Zločinec připraví kazetu, nahrává tam stejné záběry z vchodu a zahrady a použije je. Na monitoru se objeví realita, ale není to realita živá, je to nahrané. A přesně to se pokoušejí média dělat s námi a budou to dělat ve stále větší míře. Jestliže se média snaží s námi manipulovat a zaplnit naši mysl, vkládají nám do ní své připravené obsahy. Ale druhý fakt je, že vůbec tu mysl zaplňují. Uvedu citát, který vám nebude neznámý: „Bud tich a věz, že já jsem Bůh.“ Ten citát neznamená, že ten, s kým mluvím, nemá křičet, ale jde

o vnitřní ztišení, o vnitřní ticho, protože v tom tichu může člověk nacházet Boha. I kdyby média s námi nemanipulovala, jenom to, jak se neustále snaží naplnit nám mysl, tak hraje z hlediska transcendence velice negativní úlohu.

Od televize přecházíme k novým digitálním technologiím. Průměr činí šest hodin týdně, ale jsou jedinci, kteří jsou za týden desítky hodin u počítače a dochází k digitalizaci životního pole a digitalizace životního stylu.

Podarilo se mi najít indikátor životního nebo sociálního pole. S odstupem několika let jsem sledoval komunikaci prostřednictvím elektronické pošty v České republice, Evropě a Spojených státech. Je vidět, jak od 2002 do roku 2005 narůstá. Životní pole současného člověka se obrovským tempem rozpíná – nejdříve a především v kyberprostoru. Člověk se stává planetárním člověkem právě prostřednictvím digitalizovaného životního pole v kyberprostoru. Subjektem všech těchto změn je především mladá generace.

Na závěr se zmíním o tom, že se nyní pokoušíme vysledovat, jak nové technologie působí na osobnost člověka. Čekali jsme, až uplyne dostatečná doba, abychom mezi respondenty ve věku 16 a 17 let mohli být takoví, kteří už stihli používat počítač ve věku tří čtyř let. Soubor jsme rozdělili na tři skupiny: ty, kteří začali s počítačem mezi třetím a šestým rokem, další od sedmi do devíti a poslední od deseti a více let. Ve spolupráci s psychologkou jsme použili Katlův test osobnosti pro mládež a hledali jsme i podle indexu komputarizace, tedy jak silně jsou do nových technologií začleněni.

Sledovali jsme, nakolik současná mladá generace trpí osamoceností a depresí a nakolik to souvisí s novými technologiemi.

Depresí více trpí ti, kteří jsou nejvíc začleněni do nových technologií. U osamocení je trend podobný. ●



HELMUT RÜCKER

VEDOUČÍ REGIONÁLNÍ REDAKCE PASSAU,
PASSAUER NEUE PRESSE

MÉDIA JSOU „SPOLUVYCHOVATELI“

Rád bych vás vyzval, abyste učinili myšlenkový skok. Nyní jste byli v budoucnosti či přítomnosti a se mnou se budete muset vrátit do údolí neandrtálců a cromagnonců. Nejsem z oblasti internetu, nýbrž z novín, časopisu. U Passauer-Neue-Presse pracuji již třicet let. Vystřídal jsem různé redakce, převážně lokální. Vedle toho jsem působil v oblasti vzdělávání mladých novinářů v Passauer-Neue-Presse. Jedná se o nové kolegy, dnes jsou to spíše jenom ženy, mladé kolegyně, které chtějí nastoupit do tohoto povolání. Mým úkolem je školit je kvalitně, aby se nestávalo něco takového, jako zmínil můj předchůdce, totiž že žurnalisté budou mít jediný cíl, a to manipulovat konzumenty a předstírat jim nějaký jiný svět. V mnoha bodech s vámi souhlasím. Ve své přednášce se budu zabývat především situací v Německu.

Nadace Konrad-Adenauer-Stiftung mě požádala, abych hovořil dvacet minut o účinku médií na mladistvé. Jde o otázku, do jaké míry média spoluovlivňují vzdělávání mladistvých, do jaké míry si média

uvědomují tuto roli spoluvychovatele, jestli mají média zodpovědnost při vzdělávání mladých lidí a zda jsou žurnalisté ochotni tuto roli převzít. Probrat toto všechno během dvaceti minut je těžké. K tomu totiž stačí jenom dvacet sekund. Odpověď je prostě jednoduchá a jasná: ano, média tuto zodpovědnost mají. Ať chtějí či ne, média jsou ve společnosti spoluzodpovědná za výchovu mladých lidí. Ne nadarmo hovoříme o mediální společnosti, to znamená, že média tuto společnost také částečně ovlivňují. Je to logické, protože média mají v naší měnící se společnosti zodpovědnost vůči ní a zejména vůči mladistvým. To je všechno. Možná jsem hovořil déle než dvacet sekund. Ovšem tohle je čirá teorie.

Abyste však má dlouhá cesta z překrásného Pasova v Bavorsku do ještě krásnější Prahy vůbec vyplatila, přece jen pár sekund přidám. Zůstaňme tedy ještě chvíli u teorie. V Německu máme takzvaný tiskový kodex. Novináři se ho drží, tedy – musím se opravit – měli by se ho držet. V tomto kodexu se píše, že tisk respektuje ochranu mládeže.

Nakladatelé, vydavatelé a novináři si musí při své práci uvědomovat svou zodpovědnost vůči veřejnosti a své závazky vůči serióznosti tisku. Přístupují ke svým novinářským zadáním čestně podle nejlepšího vědomí a svědomí, nejsou ovlivněni osobními zájmy a nevěcnými a nesouvisejícími pohnutkami. Tohle je tedy teorie.

Je to podobné jako teorie Johna Fitzgeralda Kennedyho, který řekl, že bychom se neměli ptát, co může udělat stát pro nás, ale co my můžeme udělat pro stát. Pravda je, že se média velmi málo starají o to, jestli mají vychovávat mladé nebo ne. Ono to také není jejich primárním úkolem. Média mají hlavně informovat. Předávání pravdivých informací veřejnosti může vést k tomu, že média získávají velmi silný vliv, mnozí dokonce hovoří o moci médií. A v honbě za lepším titulkem se etický kodex odsouvá až na konec, neboť – jak dokládají každodenní čísla o využití médií – lidé opravdu nejraději čtou senzace. Jeden mladý kolega, kterého jsem učil, nastoupil do velkých bulvárních novin v Německu, do Bildu. Po roce mi zavolal a hrdě mi hlásil: „Zvládl jsem to, teď jsem nejdůležitějším reportérem v redakci.“ Říkám: „Ty máš na starosti politiku?“ „Ne, ne, ne,“ odpovídá, „já dělám, krev a sperma.“ To znamená, že má na starosti zločin a sex. Takovéhle tituly se opravdu prodávají nejlépe. A nejlepší je, když se obojí zkombinuje.

Uvedu konkrétní příklad. V Passově byla nedávno zavražděna mladá 21letá studentka. Nevědělo se, jestli to byl sexuální delikt, a na webové stránce našeho nakladatelství se objevilo tisíc kliknutí na tuto zprávu. Ve stejný den byla zveřejněna velká zpráva, že mladí nemohou sehnat učební místo. A my jsme dávali typy, jak mohou mladiství

získat práci. Zkuste hádat, zda se lidé více zajímali o tuhle informaci nebo se chtěli dozvědět něco o té vraždě. Média jsou ekonomické podniky, jejichž cílem je svými produkty vydělávat peníze, tedy novinami, televizí, internetem. A to se hned přivřou obě oči, když se zjistí, že článek až tak úplně neodpovídá skutečnosti. Příklad z Polska. V tamějších velkých bulvárních novinách se psalo, že velryba plave do Varšavy a titulky se objevovaly velmi dlouho po sobě. Noviny daly atrapu zvířete do řeky samy, aby o tom mohly psát.

Média si z naší společnosti už odmyslet nelze. Kdo z mladistvých nemá ve svém pokoji televizi a počítač? Kdo z nich nemá mobil? To není nic nového, že média hrají při výchově dětí a mladistvých roli. Celé generace dospívajících nezasvěcovaly do tajů sexu rodiče, ale časopis pro mladé, Bravo. Kdo má ve dvanácti letech starosti, ten se obrací na tým doktora Sommera a ne na vlastní maminku. Ještě důležitější roli hraje televize. Mladiství každý den tráví hodiny a hodiny před obrazovkou. V takzvaných „suboperách“ se vyprávějí příběhy z každodenního života. Mladiství se v televizi dívají sami na sebe. Sledují, jak rodiny žijí dohromady, jak přátelé řeší problémy, do jakých krizí se může člověk dostat, když se nedrží pravidel. Divák, mladistvý, se začíná identifikovat s určitými rolemi. Jistě, že se přitom pro svůj život něčemu učí, ale samozřejmě s nebezpečím, že se někdy začne na život dívat jako na televizní inscenaci a přestane vnímat skutečný život.

Jako reportér jsem se dozvěděl o tom, že do řeky spadlo sedmileté dítě. Čtrnáctiletý chlapec dítě vylovil a vzkřísil. Záchranáři žasli, jak dobrou práci odvedl. Zeptal jsem se ho: „Kdo tě to naučil? Už ses zúčastnil

kurzu první pomoci?" On mi odpověděl: „Ne, ne, dívám se na pořad Notruf (záchrannáři) a tam jsem viděl, jak se to dělá.“ Ne vždycky je vývoj tak pozitivní.

Počítačové hry na internetu svádějí mladistvé k tomu, aby se pohybovali v imaginárních světech. Často zanedbávají své vzdělání, protože je hra a domnělý boj o přežití fascinují natolik, že už se od toho nemohou odtrhnout. Říká se tomu závislost na internetu. Úplně zapomenou na vlastní život. Znáte „second live“? Je to virtuální třídímenzionální svět, který na první pohled vypadá jako typická on-line hra. Čtyři miliony lidí se nechaly v tomto světě zaregistrovat. Berou na sebe podobu postavy, která vznikla pouze v jejich fantazii. Samozřejmě, že v té hře jsou takoví, jací by chtěli být, i když takoví nejsou či nemohou být. Můžete si to představit takto: na celém světě žijí lidé v neexistujícím světě své života a ten jiný svět se pro ně stává jejich vlastí. Možná nejsou spokojeni se svým first live, prvním životem. Možná je pro ně reálný život příliš obtížný. Dnešní mládež je v krizi. Přitom se má, co se blahobytu týče, tak dobře, jako téměř nikdy předtím, a právě to je ten problém.

Německý psycholog Stefan Grünwald, který napsal knihu Německo na gauči, přišel na základě hloubkových rozhovorů na to, že dospívající generace úspěšně žije pomocí strategie vyhýbání se bolesti, problémům, to znamená hlavně žádnou ideologii, hlavně žádné ideály či velké ideje, protože tohle všechno je vnímáno jako pouta, jako něco, co člověka svazuje. Mladí lidé rádi sledují život s odstupem a vnímají ho tak trochu jako televizní inscenaci. Mediální badatel Jens Lünecker dokonce hovoří o generaci mazlíčků. Ve své studii zjistil, že se mladiství odvracejí od kultu ega minulých let, hledají

teplo a zajištění. Problém je, že mladí lidé žijí v multiopcionalitě, tedy v možnosti mnohých voleb. Multiopcionalní znamená, že mají dveře otevřené ke každé z cest. Dříve bylo jasné, že když je táta řezník, bude syn také řezníkem. Syn převezme tátův statek, tátovo hospodářství. Velmi brzy musel začít pomáhat a přebírat zodpovědnost. Lidé jasně udávali směr svému životu a dospívající lidé věděli, kam patří. Dnes je to úplně jinak. Pro děti je až do třiceti let každá cesta otevřená, každý jim zametá cestičku. Hlavně je neomezovat, hlavně jim nezavírat nějaké možnosti. Ale oni jsou pak v tom světě ztraceni. Mladiství potřebují možnost orientace. Mladí lidé si přejí pevné pozice, kontroverzní názory i třecí plochy. V anketě dvě třetiny dotazovaných mladistvých sdělily, že by si přály mít jako otce Dietra Boolena. Nevím, jestli ho znáte. Je to muž z hudební branže v Německu, který se proslavil svými skandálními sňatky, ale kromě toho je hvězdou televizního pořadu Německo hledá Superstar. Proč si mladiství přejí tohoto nesympatického darebáka za otce? Odpověď zní: protože má jasné stanovisko a natvrdo říká, co se smí a co se nesmí.

Co mají noviny, a média vůbec, této pozici dělat? Média v podstatě patří do rodiny, patří ke každodennímu životu, a jsou tedy spoluvychovatelé. Mám šestiletého synka. Rád se dívá vedle klasických animovaných filmů na dětské zprávy, které se jmenují Logo. Tvůrci toho pořadu se silně zaměřují na ekologické povědomí. A už mě syn několikrát přistihl, že se chovám nesprávně a řekl mi: „Tatínku, to se nedělá.“ Televize je tedy vychovatelem syna i otce.

Jakou roli v této společnosti tedy novinář má? Novinář – říkalo se, že je hlídač pes – ale já říkám, že je kritickým pozorovatelem

procesu ve společnosti. Nebude tedy o těch věcech pouze psát, referovat, ale bude je také kriticky analyzovat, hodnotit a komentovat. Bude dělat rozhovory s experty, kteří dovedou pojmenovat výhody a nevýhody daného vývoje. Novináři prostřednictvím svých zpráv o procesech v politice, v hospodářství i náboženství odrážejí společnost. Sklon k senzacím a zkreslování určitých procesů přitom vykresluje špatný obrázek. Mocní jsou zkorumpovaní a prohřešují se proti morálním kritériím, která sami stanovují. Od spolupracovníků nebo občanů požadují to, co sami nejsou ochotni dělat či dodržovat. Ovšem novináři mohou svými zprávami vykreslit i pozitivní obrázek. Právě lokální novinářina, to znamená zprávy z regionu, mají jedinečnou příležitost, jak referovat o známých lidech z okolí čtenáře, kteří jsou pozitivním příkladem, kteří naši společnost ovlivňují pozitivně. V jednom seriálu jsme například uváděli, o čem mladiství sní, jak chtějí změnit svět a jak se snaží své představy realizovat. Existuje celá řada příkladů, které mohou média prezentovat. Lze portrétovat rodiny, kde děti hrají hlavní roli, psát o lidech, kteří se zasazují za nějakou věc, ať už je to ochrana přírody nebo náboženství, anebo jsou lidé, kteří se ve svém volném čase starají o děti v dětském domově, dá se psát o ženách, které pravidelně navštěvují lidi v nemocnici a naslouchají jim, dá se hovořit o džentlme-nech na ulicích a o záchranářích, o tom, kdo zachránil život.

Dají se líčit tisíce dalších případů, ale existuje ještě jeden větší problém. Alespoň v Německu klesají počty předplatitelů ročně v průměru o dvě procenta. Nemusíte být dobrým matematikem, abyste si spočetli, kdy budou redaktoři dělat noviny sami pro

sebe. Pokud noviny chtějí přežít, musí se zajímat víc o témata mladých lidí. Dnes je tato skupina v médiích zanedbávána. Děti a mladiství čtou stále méně a už vůbec nečtou denní tisk. Texty jsou dlouhé, jazyk je dost často abstraktní a fotografie působí zinscenovaně. Časopisy na mladistvé působí tak, jak všichni dospělí vůbec, a sice jsou jim vzdálené. Je tu propast mezi zájmy mladistvých lidí v pubertě a tématy, kterým se věnují noviny. Tato propast je přirozená, ale v posledních letech se z různých důvodů neustále zvětšovala. Významným důvodem je, že se naše komunikační kultura velmi změnila. Když jsem byl mladý, četli jsme noviny, protože jsme chtěli vědět, co se děje. Číst noviny, to byla vstupenka do světa. Dnes mají mladí lidé k dispozici úplně jiná média. Mají v hlavě takzvaná crossmedia a nesahají po novinách. Devítiletý syn mého kolegy například umí docela skvěle zacházet s googlem. Přitom mladí lidé docela hodně čtou a píšou, ale jenom smsky na mobilu. Největší chyba, které se dopouštějí noviny a časopisy, je, že toho neví dost o své cílové skupině, o této cílové skupině. Redaktoři, kterým je pětadvacet, třicet, čtyřicet jen výjimečně tuší, co je zajímavé pro děti a mladistvé, jaké mají zájmy a potřeby. Příliš málo rozlišují mezi zájmy dvanáctiletých a šestnáctiletých a v důsledku toho dávají všechny do jednoho pytle a hrozně se diví, že stránka, která je zamýšlená pro děti a mladistvé od 10 do 19 let nakonec neoslovuje vůbec nikoho, maximálně rodiče, kteří chtějí vědět, jak přemýšlejí jejich děti.

Mladí lidé jsou pro tvůrce médií nejtěžší cílová skupina. Kdo chce mít úspěch, musí znát jejich potřeby. Na jedné panelové diskusi řekl známý německý autor písni a zpěvák jménem Najdů, že děti a mladiství

mají mnoho co říct. Stačí jen, aby jim novináři naslouchali. Najdú dokonce ukazují jak. Ve svých písničkách popisuje každodenní život, starosti i strachy mladých lidí a stal se milionářem.

Média – to už jsme pochopili – musí mladým lidem nabízet možnost orientace. Příkladem je magazín mládeže vycházející ve východním Německu, který se jmenuje Spieser, maloměšťák. Tyhle noviny jsou plné praktických příkladů ze světa, v němž mladiství žijí: jak se správně ucházet o práci, na co si musím dát pozor, když se stěhuji do prvního vlastního bytu, kde existují v regionu volná místa pro učně, jak správně oslovit holku, jak tátovi vysvětlit, že potřebuji vyšší kapesné. Nejde tedy pouze o informace, ale jde také o orientaci a hodnocení světa. Takové informace, zprávy v nejšířším slova smyslu, ale musí být poskytovány crossmediálně. To znamená, že můj text nebude jenom otištěn v novinách či časopise, ale bude možné si ho přečíst na internetu a možná se mi podaří k tomu udělat malý film nebo interview do rádia. V Brémách už

je taková firma, jmenuje se Bremenforyou, která všechny příspěvky publikuje v těchto čtyřech kategoriích.

Jako otec čtyř dětí si často kladu otázku, kdo vychovává mé děti? Dělá to jenom moje žena, protože jako novinář musím tolik pracovat? Anebo to dělá škola? Jak velký vliv mají média? Myslím si, že to je souhra všeho. Nejlepší výchova je dobrý příklad. Dnes už je jedno, jestli je to dobrý příklad rodičů, učitelů, anebo také dobrých příspěvků v médiích.

Na závěr bych chtěl ještě jednou citovat z německého tiskového kodexu. Píše se tam: „Úcta k pravdě, úcta k lidské důstojnosti a pravdivé informování veřejnosti jsou nejdůležitějšími principy práce tisku, práce médií. Jenom ten, kdo si je vědom důstojnosti druhého člověka, kdo přijímá vlastní zodpovědnost při výchově mladých lidí, může dostát požadavkům společenské zodpovědnosti médií, protože média nemají za úkol pouze čistě objektivně informovat, ale především mají za úkol vzdělávat a vychovávat.“ ●



VEDOUČÍ ÚTVARU VÝZKUMU PROGRAMU A AUDITORIA,
ČESKÁ TELEVIZE

NEJDE O HONBU ZA VYSOKOU SLEDOVANOSTÍ

Vzhledem k tomu, že pocházím z České televize (ČT), zaměřila jsem se na televizní vysílání. Ráda bych vás nicméně seznámila i s právním rámcem.

Vedle záměrů a cílů ČT jsem si připravila pasáž, která by vám měla přiblížit to, co ovlivňuje mediální chování, co má progresivní charakter a jak se to odráží na domácnostech a na dalších mediálních produktech, které jsou dnes k dispozici. Pak bych otevřela Pandořinu skříňku v podobě skutečného mediálního chování dětí. Závěrem bych uvedla, co nabízí Česká televize ve vzdělávání dětí. A pokud budu mít čas, ráda pohovořím o tom, co dělá ČT v rámci vzdělávání obecně.

Část kodexu České televize, která se váže k dětem, se jmenuje Zvláštní pozornost dětskému divákovi: „(2.1) Česká televize přistupuje k dětskému divákovi především s cílem **pomáhat mu objevovat a přijímat za vlastní hodnoty slušnosti, vzdělanosti,**

pracovitosti a úcty k životnímu prostředí.

Tomuto úkolu přizpůsobuje skladbu a charakter pořadů určených dětskému publiku. Je si přitom vědoma, že nezaujme-li pořad děti, nemůže právě uvedené povinnosti dostát. (2.2) Česká televize nabízí dětským divákům především **zprostředkování tradice české i světové pohádky, filmy pro děti a mládež, soutěže, vzdělávací a výchovné pořady. Přispívá rovněž ke kulturní orientaci a popularizaci sportu mezi dětmi a dospívajícími.** Za důležitý závazek v této oblasti třeba považovat vytváření podmínek pro rozvinutí původní tvorby adresované dětem a mládeži. Tento závazek je umocněn vědomím, že Česká televize je v tuzemsku hlavním a prakticky jediným stálým producentem televizní tvorby pro děti a mládež.“

Osobně mládež vnímám jako děti. Pokud jsem se setkala se sociology a demografy, tak se velmi přou o to, jak definovat mládež, tedy do jakého věku se jedná ještě o dítě

a pak už je to mládež. Dnes už neplatí, že teenager je teenager. Už v roce 1994 jsem byla poučena, že věková hranice pro mládež je od věku devíti až dvanácti let. Máme-li napnout síly k tomu, aby to ve společnosti fungovalo a existovalo edukativní působení na společnost jako celek, musíme začít především od dětí.

K tomu, co je vytištěno tučně, se ČT v kodexu zavazuje. Kodex je zvláštní útvar, všechny veřejnoprávní, ale i soukromé mediální instituce mají své kodexy, ale jsou to jejich kodexy, které schvaluje management a tvůrci. Kdežto náš kodex schvaloval Parlament České republiky. Bylo to reziduum „televizní krize“ z přelomu roku 2000 a 2001, kdy se parlament shodl na tom, že ČT musí mít kodex. Ona ho měla, ale měli jsme ho přepracovat a předložit ke schválení Parlamentu. To je právně i legislativně anomálie, nicméně musím říci – byla jsem jedním ze spolu tvůrců kodexu – že práce na něm byla spontánní a profesionální, pod žádnou politickou knutou. V mnohém jsme se obraceli k naší veřejnoprávní „modle“, k BBC, a některé citace jsou dokonce převzaté. Kodex je prací zaměstnanců ČT, plně za ním stojíme a snažíme se ho všemocně plnit. Vyzdvihla bych, že v kodexu je explicitně dáno, že má pomáhat dětskému divákovi objevovat a přijímat za vlastní hodnoty slušnosti, vzdělanosti, pracovitosti a úcty k životnímu prostředí. Tím je to jasné a není potřeba o tom více hovořit.

V dalším bodu mi připadá docela hezké začlenění fenoménu, kterému říkáme pohádka, česká pohádka. V další části, převzaté z BBC, slibujeme a nabízíme rodičům informace o tom, co a jak působí na dětského diváka, a jistý druh doporučení, jaké je penzum pro dítě, zda je potřeba něco vysvětlit,

vyložit k tomu, co vysílání přináší: „(2.3) Česká televize věnuje pozornost informování dětí a rodičů o míře času, který odborníci doporučují dětem trávit sledováním televizního vysílání. (2.4) Při tvorbě programu pro děti a mládež dává Česká televize **prostor ukázkám možností integrovaného soužití zdravých dětí s dětmi zdravotně postiženými**. Česká televize také dbá, je-li to možné, aby složením dětských účinkujících, resp. komparsu při natáčení pořadů pro děti a mládež zahrnovalo také děti a mladé lidi se zdravotním postižením.“

Je velmi důležitý – a nám se to daří – pořad o integraci dětí s postižením se zdravými. Máme nádherný pořad tohoto typu „Pomáhejme si“ a střídáme ho s dětskou talk show „Tykadlo“. ČT této problematice prostor dává každý týden, takže tento záměr naplňuje. Tuto část ještě rozšiřujeme o pomoc při integraci, pochopení národnostních a etnických menšin. Když jsem viděla v konceptu uvedené, že se budeme dokonce explicitně snažit ukazovat i v komparsech etnicky či národnostně jiné děti, zdálo se mi to až vulgární. Ale je to převzaté z BBC a nakonec jsme se shodli na tom, že je správné zavázat se k tomu. To se také daří a doporučuji pořady typu Tykadlo nebo Hříšně číslo 7, což je nedělní pořad pro děti, kde se snažíme, aby byly zastoupeny mezi dětmi ve studiu či takzvaných respondentech.

V poslední části se zavazujeme dbát na to, aby v průběhu vysílání pro děti nedocházelo k nějakým excesům v podobě komerčního vysílání a reklam: „(2.5) Česká televize je v pořadech pro děti a mládež povinna rovněž napomáhat národnostní a etnické toleranci. Při natáčení těchto pořadů zabezpečí, je-li to možné, aby slo-

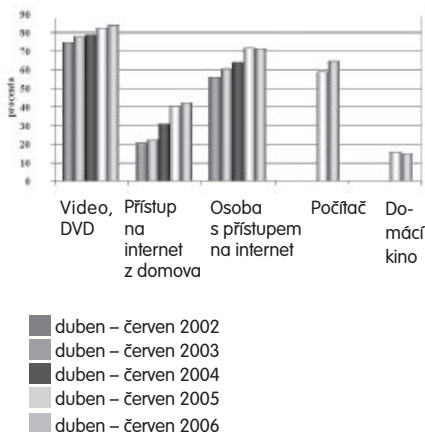
žení dětských účinkujících, resp. komparsu zahrnovalo také zástupce národnostních, rasových či etnických menšin žijících v České republice. (2.6) Jsou-li v čase bezprostředně před vysíláním pořadů pro děti a mládež nebo po něm zařazeny komerční části programu (čl. 21.1 až 21.8), Česká televize nedopustí uvádění takového obsahu, který by mohl nepříznivě působit na vývoj dětí nebo nezletilé mládeže, případně v dětech cíleně vyvolával pocity méněcennosti, jestliže nezískají propagované zboží či službu. Česká televize rovněž dbá v těchto časech zvýšené opatrnosti při uvádění programových upoutávek na vlastní pořady, případně nekomerčních upoutávek (čl. 20.1), které by mohly nepříznivě působit na vývoj dětí nebo nezletilé mládeže.“

Občas nás diváci upozorňují, že určitý typ reklamy dítě irituje, dokonce se zavazujeme, že budeme dbát na to, abychom v případě reklamy nevyvolávali v dětech komplex z toho, že ukazujeme něco, na co ekonomicky nedosáhnou.

Chtěla bych uvést zdroje toho, co vám ukáží. K vlastnímu elektronickému výzkumu máme takzvané podpurné sociologické výzkumy, kontinuální výzkum, kde zkoumáme prakticky od vybavenosti domácností přes mediální chování celou strukturu, kterou reprezentuje závěrečný panel, těch 1330 domácností, které odpovídají 3200 jednotlivců od čtyř let výše. Za těch pět let, co kontrakt existuje, je průběžně z 25% obměňován tak, aby struktura panelu skutečně odpovídala populaci. S pomocí společnosti Media research, která to dělá pro asociaci televizních organizací, jejímž jsme členem, jsem vybrala ukázky vybavenosti i některých jiných prvků, aby byl přehled o vývoji, pro-

tože vývoj vybavenosti má velký dopad na to, jak se utváří publikum.

Mediální vybavenost rodin s dětmi (4 – 14 let)



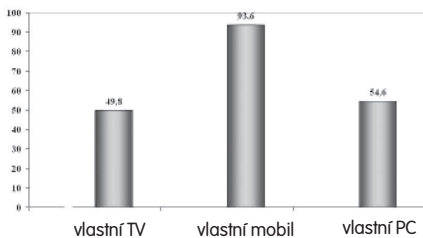
Zdroj: Kontinuální výzkum, ATO-Mediaresearch

Každý sloupec odpovídá stejnému časovému období duben až červen od roku 2002 až do roku 2006. Byly vybrány domácnosti, ve kterých už byly děti. V elektronickém měření máme definované dětské skupiny 4 až 9 let a 9 až 14 let, ale tady jsou skupiny spojené v jednu v rozmezí 4 až 14 let. Vývoj z hlediska vybavenosti videem či DVD nevykazuje zřetelnou expanzi. Přístup k internetu ze školy a ze zaměstnání neměl zdaleka tak progresivní expanzi, jako to, že už ho mají doma k dispozici i domácnosti s dětmi. Vybavení domácností počítačem i domácím kinem jsme začali zjišťovat až od roku 2005 a 2006, takže tyto údaje z předchozích let nemáme.

Hledala jsem zdroje i jinde a našla jsem určitou část výzkumu Sociologického výzkumu akademie věd, který se zaměřil

přímo na žáky šestých tříd, a použila jsem to několikrát, je to ohromně zajímavé.

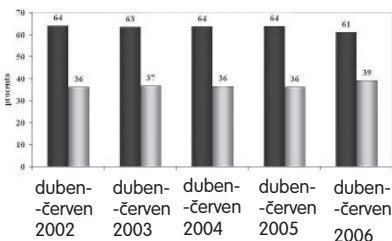
Vybavenost žáků 6. tříd rok 2005 (velikost vzorku 1020)



Zdroj: Sociologický ústav AV

Vzorek je 1020 žáků šestých tříd. Vlastní televizi má téměř 50 % dětí, vlastní mobil téměř 100 % a vlastní počítač – a to mě ohromilo – má přes 50%. Výzkum zkoumá i vybavenost pokojíčků a autoři dospěli k názoru, že je zajímavé, že PC poskytnou rodiče dětem raději a spontánněji než televizor, protože televizor je počítán za pasivní zábavu, kdežto počítač za aktivní zábavu. Ale dodávají, že rodiče potom zjišťují, že děti, především chlapci, počítač využívají především na počítačové hry.

Vybavenost televizorem rodiny s dětmi (4 – 14 let)

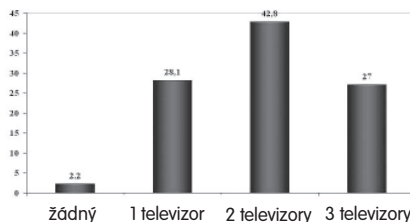


■ 1 televizor
■ 2 a více televizorů

Zdroj: Kontinuální výzkum, ATO-Mediaresearch

To je obdoba z našeho kontinuálního výzkumu porovnání domácností s dětmi od 4 do 14 let. Tmavý sloupec znázorňuje domácnost, která má jeden televizor, a světlý sloupec domácností s dvěma a více televizory. Na základě kontinuálního sociologického výzkumu máme i domácnosti, které mají pět a více televizorů. Je patrný určitý vzmach.

Počet televizorů v domácnosti žáci 6. tříd (2005)



Zdroj: Sociologický ústav AV

Tady uvádím opět výzkum Sociologického ústavu. Potvrzuje předchozí graf, toto je větší detail.

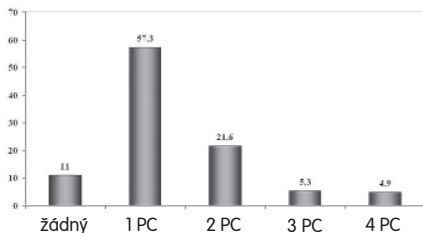
Internet v domácnosti výzkum žáků 6. tříd (2005)



Zdroj: Sociologický ústav AV

Internet v domácnostech s žáky ze šestých tříd uvádí 70 % respondentů.

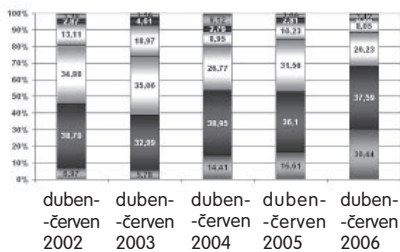
Počet PC v domácnosti výzkum žáků 6. tříd (2005)



Zdroj: Sociologický ústav AV

A to je větší detail. Když jsme se podívali na tím, kolik domácností má PC, tady je uvedeno, že okolo 5 % domácností má 3 a 4 PC.

Frekvence užívání internetu dětí 10 – 14 let

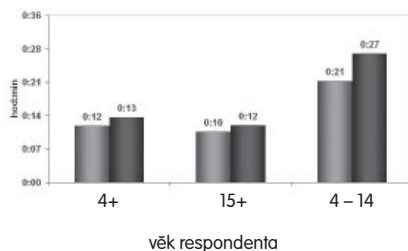


- denně
- několikrát za týden
- několikrát za měsíc
- méně často
- nikdy
- neuváděno

Zdroj: Kontinuální výzkum, ATO-Mediaresearch

Zde se vracíme do vlastního zdroje. Možná je to trochu nepřehledné, ale opět je zde zachycen trend od roku 2002 do roku 2006. Co vlastně deklarovaly domácnosti, které mají děti od 10 do 14 let? Podíl těch, které používají internet denně, narostl od 7 % až k třetině. Mizivý je podíl rodin, které nepoužívají internet nikdy nebo málokdy.

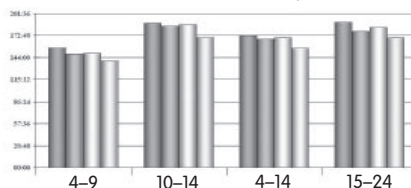
Sledování videa, DVD, herní konzole a jiná zařízení



Zdroj: TVmetrový projekt, ATO-Mediaresearch

Z dat elektronického výzkumu jsme schopni zjistit od dětí až po dospělé, jaký čas v průměru věnují video, DVD, práci s produkty.

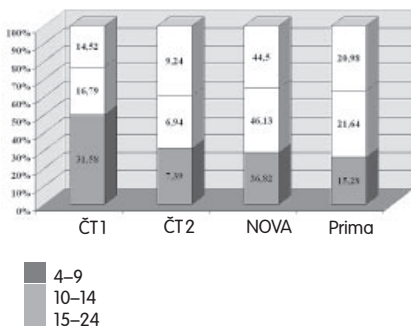
Trend ATS – všechny TV



| | 4-9 | 10-14 | 4-14 | 15-24 |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 2003 | 156,39 | 189,03 | 172,44 | 190,18 |
| 2004 | 148,45 | 185,01 | 167,43 | 178,02 |
| 2005 | 149,27 | 187,13 | 169,48 | 183,06 |
| 2006 | 139,47 | 170,27 | 156,02 | 170,05 |

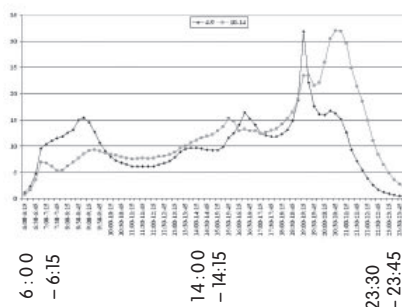
Z tohoto grafu se může zdát, že je důvod k radosti, protože průměrná denní doba strávená u obrazovek klesá. Ale nejmladší dospělá skupina od 15 do 24 let stále tráví v průměru téměř tři hodiny denně u televize. Přiznávám, že se z toho neradujeme. A když se podíváme na malé děti, které opečováváme a snažíme se jim poskytnout ne hloupé animované nesmysly, ale věci, při kterých se i něco naučí, ty tráví v průmětu dvě hodiny denně u televizních obrazovek. To je podle mého soudu alarmující. U starších dětí od 10 do 14 let podíl narůstá, ale popravdě řečeno, i kdyby se od rána do večera dívaly jen na vzdělávací, kultivovací a integrační věci, je to přinejmenším nezdravé. A tady promluvíím spíš jako matka a babička a řeknu vám, že mě to děsí, protože to vypovídá o tom, že se těm dětem rodiče nevěnují a posadí je před obrazovku. Buď je jim to jedno, anebo mají tolik práce. Nechci to soudit, ale alarmující to je. Jediné, čím vás mohu uklidnit, je to, že je to celosvětový trend, v tom ČR není výjimečná a nejhůř jsou na tom ve Španělsku.

Průměrné celodenní podíly r. 2006



Tady vám prozrazuji, jak jsou na tom televize z hlediska dětského diváka. První sloupec ČT1, druhý sloupec ČT2, dále Prima a Nova. Uklidňujeme se tím, že přece jenom více než třetina nejmenších diváčků sleduje ČT1, kde jsou pořady cílené k této skupině a mají své časy. Ale musím přiznat, že více než jedna třetina a více než na ČT1 se dívají na Novu, která jim poskytuje cílený program pouze v neděli a v sobotu dopoledne.

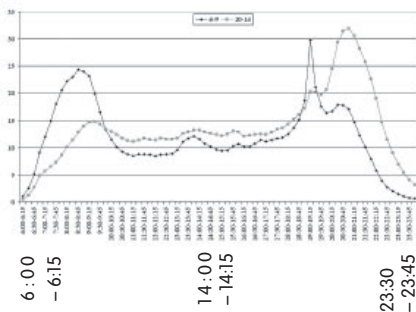
Průměrná sledovanost dětí (všechny TV) r. 2006



Zde je znázorněn průměr za celý rok. Každý den máme od 16 do 17 hodin cílené pořady pro nejmenšího diváka, opakujeme je každé ráno ve všední den. V sobotu a v neděli mají vyhrazené prakticky celé dopoledne, ten nepoměr tady musím přiznat. Starší divák od 10 do 14 let je v minimu na ČT2, která odpoledne reprizuje pořady cíleně pro ně. V novém schématu jsou i na ČT2, i když daleko méně než na ČT1. Rozdíl činí třicet procent mezi tím, co má ČT1 a co má Nova. Prima na dětského diváka rezignovala, protože je komerčně nezajímavý. Za loňský rok byla v době večerníčku v 19 hod. u nejmenších dětí průměrná sledovanost 170 000, u starších dětí je posun. Já jsem se směla dívat na televizi až když jsem chodila

do páté třídy, a to ještě jenom na něco a jenom někdy. Dnes už je všechno jinak a do 22. hod se děti od 10 do 14 let dívají poměrně masivně. U maličkého diváka je i tak překvapivé, že nejenom o víkendu v průměru 87 000 dětí sleduje televizi mezi 20. a 21. hodinou.

Průměrná sledovanost dětí (všechny TV) pá – ne r. 2006



Zde jsou zaznamenány průměry od pátku do neděle. Chování se přece jen trochu mění podle toho, kdy vysíláme dětské filmy nebo nedělní pásmo. U staršího dětského publika už nastupuje prime time jako u dospělého.

A objevuje se pík v době vysílání večerničku, ale kolem 22. hodiny je o víkendu v průměru 113 000 dětí u televizní obrazovky.

V tab. 1 šedivá pole označují pořady televize Nova, kde nesmím dát k dispozici nic jiného než share, neboli podíl na publiku. Žebříčky jsou srovnány podle celkové skupiny dětí od 4 do 14 let. Je to žebříček vůbec nejsledovanějších denních pořadů

pro děti za loňský rok. Kromě toho, že se děti nejvíce dívaly na Walt Disneye, projevuje se nejen naše nedělní pásmo, ale i Hříště číslo 7, klasická pohádka a kouzelná školka, cílená na maličkého diváka. I u nejmladší dětské skupiny dosahujeme poměrně vysokého sharu.

V tab. 2 je také top za celý rok 2006, ale jsou v něm uvedeny i večerní pořady. Ve dvou případech se objevují pořady, které vůbec nejsou pro dětského diváka určeny a začínaly po 20. hodině. Nicméně – abych nebyla příliš depresivní – musím říci, že dochází k velkému pokroku, protože když Nova začínala vysílat, tak se děti dívaly na strašně hrůzy. Takže dnešní stav už je velký pokrok.

Ze soupisu (viz tab.3) výhradně vzdělávacích pořadů pro děti se 90 % titulů vysílá týdně, a pokud se mění, tak v daném čase za stejný žánr. Domnívám se, že z hlediska vzdělání a mediálního vzdělání vůbec ani víc dělat nemůžeme. Za skvělé považuji, že máme několik edukativních pořadů pro nejmenší děti. Uvádíme zdařilý zahraniční seriál BBC „Sezame, otevři se“, je to klasická zábavná edukativní show. Za Moudronose a Kostičky sklídila ČT i několik palem vítězství. Starší děti se dívají i na historické a přírodopisné dokumenty. Masivní sledovanost pořadů, které jsou cílené na dětského diváka, není, ale vyhrazuji si právo říci, že to není vinou ČT, ale klimatu. Nabídka tady je, rodiče či pedagogové ji mohou přijmout, hodně ji využívají například školičky, ale z naší strany to honba za ratingem skutečně není. ●

Tab. 1

| titul | kanál | datum | Den | začátek | 4-9 | | | 10-14 | | | DĚ 4-14 | | |
|-------------------------------------|-------|------------|---------|----------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|---------|----------|-------|
| | | | | | Rating | Projekce | Share | Rating | Projekce | Share | Rating | Projekce | Share |
| S čerty nejsou žerty | NOVA | 24.12.2006 | neděle | 9:43:16 | | | 70,45 | | | 69,48 | | 70,03 | |
| Mrazík | NOVA | 29.12.2006 | pátek | 20:09:15 | | | 86,82 | | | 77,9 | | 82,48 | |
| Kameňák 3 | NOVA | 1.1.2006 | neděle | 20:01:14 | | | 74,32 | | | 76,22 | | 75,73 | |
| Spider-Man | NOVA | 15.4.2006 | sobota | 20:04:12 | | | 75,35 | | | 63,07 | | 67,73 | |
| Anděl Páně | ČT 1 | 24.12.2006 | neděle | 19:02:43 | 27,1 | 145 | 61,87 | 24,1 | 144 | 57 | 25,5 | 289 | |
| Harry Potter a tajemná komnata | NOVA | 24.11.2006 | pátek | 20:12:14 | | | 83,6 | | | 75,59 | | 79,25 | |
| Káťa a Škubánek | ČT 1 | 19.11.2006 | neděle | 19:00:45 | 38 | 203 | 78,98 | 13,4 | 80 | 58,33 | 25 | 283 | |
| Čtyři uši na mezi | ČT 1 | 22.1.2006 | neděle | 19:00:09 | 39,5 | 211 | 80,04 | 11,6 | 69 | 41,98 | 24,8 | 281 | |
| O krkovi | ČT 1 | 11.1.2006 | středa | 19:00:14 | 42,3 | 226 | 83,89 | 8 | 48 | 24,34 | 24,2 | 274 | |
| Čtyři uši na mezi | ČT 1 | 15.1.2006 | neděle | 19:00:14 | 34,9 | 187 | 76,94 | 14,1 | 85 | 44,38 | 24 | 271 | |
| Harry Potter a Kámen moudrosti | NOVA | 27.10.2006 | pátek | 20:11:44 | | | 82,17 | | | 76,93 | | 79,2 | |
| Televizní noviny | NOVA | 1.1.2006 | neděle | 19:30:00 | | | 73,9 | | | 78,4 | | 76,65 | |
| Bob a Bobek - králíci z klobouků | ČT 1 | 17.12.2006 | neděle | 19:00:01 | 33,4 | 179 | 75,99 | 14,6 | 88 | 51,49 | 23,5 | 266 | |
| Princ a Večernice | NOVA | 21.6.2006 | středa | 20:03:40 | | | 81,3 | | | 62,74 | | 70,76 | |
| Pučálkovic Amina | ČT 1 | 15.10.2006 | neděle | 19:00:17 | 36,9 | 197 | 81,67 | 11 | 66 | 55,92 | 23,2 | 263 | |
| Sněženky a machři | NOVA | 1.1.2006 | neděle | 18:03:02 | | | 53,61 | | | 75,36 | | 66,44 | |
| Flintstoneovi | NOVA | 4.6.2006 | neděle | 17:51:07 | | | 72,71 | | | 74,98 | | 73,65 | |
| Káťa a Škubánek | ČT 1 | 30.10.2006 | pondělí | 19:00:08 | 37,5 | 201 | 77,87 | 10 | 60 | 26,8 | 23 | 260 | |
| Měďové | ČT 1 | 30.1.2006 | pondělí | 18:59:57 | 37,1 | 198 | 76,46 | 10,3 | 62 | 31,59 | 23 | 260 | |
| O krkovi | ČT 1 | 4.1.2006 | středa | 18:59:55 | 40,1 | 214 | 74,8 | 7,3 | 44 | 21,78 | 22,8 | 258 | |
| O krkovi | ČT 1 | 2.1.2006 | pondělí | 19:00:37 | 40,9 | 219 | 80,96 | 6,5 | 39 | 22,23 | 22,7 | 258 | |
| O Kanafaskovi | ČT 1 | 1.6.2006 | čtvrtek | 19:00:31 | 35,2 | 188 | 82,21 | 11,2 | 67 | 40,33 | 22,6 | 256 | |
| Hojdla | ČT 1 | 28.2.2006 | úterý | 19:00:10 | 36,8 | 197 | 79,94 | 9,5 | 57 | 28,37 | 22,4 | 254 | |
| Hojdla | ČT 1 | 22.11.2006 | středa | 19:00:22 | 36,9 | 198 | 77,06 | 9,3 | 56 | 24,53 | 22,4 | 253 | |
| Páni kluci | NOVA | 17.11.2006 | pátek | 7:34:16 | | | 73,58 | | | 79,13 | | 75,51 | |
| Měďové | ČT 1 | 29.1.2006 | neděle | 19:00:21 | 37,3 | 199 | 76,78 | 8,5 | 51 | 31,88 | 22,1 | 250 | |
| O zatoulané princezně | NOVA | 24.12.2006 | neděle | 8:02:42 | | | 62,1 | | | 64,76 | | 63,08 | |
| O Kanafaskovi | ČT 1 | 30.5.2006 | úterý | 19:00:51 | 37,9 | 203 | 83,29 | 7,7 | 46 | 28,95 | 21,9 | 249 | |
| Walt Disney a jeho kouzelní příběhy | NOVA | 23.12.2006 | sobota | 8:09:09 | | | 80,7 | | | 73,42 | | 78,21 | |
| Čarodějné pohádky | ČT 1 | 20.3.2006 | pondělí | 19:00:08 | 36,2 | 194 | 77,27 | 9,1 | 54 | 26,5 | 21,9 | 248 | |

Tab. 2

| titul | kanál | datum | Den | začátek | 4-9 | | | 10-14 | | | DE 4-14 | | |
|-------------------------------------|-------|------------|---------|----------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|---------|----------|-------|
| | | | | | Rating | Projekce | Share | Rating | Projekce | Share | Rating | Projekce | Share |
| S čerty nejsou žerty | NOVA | 24.12.2006 | neděle | 9:43:16 | | 70,45 | | 69,48 | | | 70,03 | | |
| Mrazík | NOVA | 29.12.2006 | pátek | 20:09:15 | | 86,82 | | | | | 82,48 | | |
| Kameňák 3 | NOVA | 1.1.2006 | neděle | 20:01:14 | | 74,32 | | | | | 75,73 | | |
| Spider-Man | NOVA | 15.4.2006 | sobota | 20:04:12 | | 75,35 | | | | | 67,73 | | |
| Anděl Paně | ČT 1 | 24.12.2006 | neděle | 19:02:43 | 27,1 | 145 | 61,87 | 24,1 | 144 | 57 | 25,5 | 59,34 | |
| Harry Potter a tajemná komnata | NOVA | 24.11.2006 | pátek | 20:12:14 | | 83,6 | | | | 75,59 | 79,25 | | |
| Káta a Škubánek | ČT 1 | 19.11.2006 | neděle | 19:00:45 | 38 | 203 | 78,98 | 13,4 | 80 | 58,33 | 25 | 28,3 | |
| Čtyři uši na mezi | ČT 1 | 22.1.2006 | neděle | 19:00:09 | 39,5 | 211 | 80,04 | 11,6 | 69 | 41,98 | 24,8 | 28,1 | |
| O krtkovi | ČT 1 | 11.1.2006 | středa | 19:00:14 | 42,3 | 226 | 83,89 | 8 | 48 | 24,34 | 24,2 | 27,4 | |
| Čtyři uši na mezi | ČT 1 | 15.1.2006 | neděle | 19:00:14 | 34,9 | 187 | 76,94 | 14,1 | 85 | 44,38 | 24 | 27,1 | |
| Harry Potter a Kámen moudrosti | NOVA | 27.10.2006 | pátek | 20:11:44 | | 82,17 | | | | 76,93 | 79,2 | | |
| Televizní noviny | NOVA | 1.1.2006 | neděle | 19:30:00 | | 73,9 | | | | 78,4 | 76,65 | | |
| Bob a Bobek - králičí z klobouku | ČT 1 | 17.12.2006 | neděle | 19:00:01 | 33,4 | 179 | 75,99 | 14,6 | 88 | 51,49 | 23,5 | 26,6 | |
| Princ a Večernice | NOVA | 21.6.2006 | středa | 20:03:40 | | 81,3 | | | | 62,74 | 70,76 | | |
| Pučákovice Amina | ČT 1 | 15.10.2006 | neděle | 19:00:17 | 36,9 | 197 | 81,67 | 11 | 66 | 55,92 | 23,2 | 26,3 | |
| Sněženky a machři | NOVA | 1.1.2006 | neděle | 18:03:02 | | 53,61 | | | | 75,36 | 66,44 | | |
| Flintstoneovi | NOVA | 4.6.2006 | neděle | 17:51:07 | | 72,71 | | | | 74,98 | 73,85 | | |
| Káta a Škubánek | ČT 1 | 30.10.2006 | pondělí | 19:00:08 | 37,5 | 201 | 77,87 | 10 | 60 | 26,8 | 23 | 26,0 | |
| Médové | ČT 1 | 30.1.2006 | pondělí | 18:59:57 | 37,1 | 198 | 76,46 | 10,3 | 62 | 31,59 | 23 | 26,0 | |
| O krtkovi | ČT 1 | 4.1.2006 | středa | 18:59:55 | 40,1 | 214 | 74,8 | 7,3 | 44 | 21,78 | 22,8 | 25,8 | |
| O krtkovi | ČT 1 | 2.1.2006 | pondělí | 19:00:37 | 40,9 | 219 | 80,96 | 6,5 | 39 | 22,23 | 22,7 | 25,8 | |
| O Kanafaskovi | ČT 1 | 1.6.2006 | čtvrtek | 19:00:31 | 35,2 | 188 | 82,21 | 11,2 | 67 | 40,33 | 22,6 | 25,6 | |
| O zvířátkách pana Krbce | ČT 1 | 28.2.2006 | úterý | 19:00:10 | 36,8 | 197 | 79,94 | 9,5 | 57 | 28,37 | 22,4 | 25,4 | |
| Hajdala | ČT 1 | 22.11.2006 | středa | 19:00:22 | 36,9 | 198 | 77,06 | 9,3 | 56 | 24,53 | 22,4 | 25,3 | |
| Páni kluci | NOVA | 17.11.2006 | pátek | 7:34:16 | | 73,58 | | | | 79,13 | 75,51 | | |
| Médové | ČT 1 | 29.1.2006 | neděle | 19:00:21 | 37,3 | 199 | 76,78 | 8,5 | 51 | 31,88 | 22,1 | 25,0 | |
| O zatoulané princezně | NOVA | 24.12.2006 | neděle | 8:02:42 | | 62,1 | | | | 64,76 | 63,08 | | |
| O Kanafaskovi | ČT 1 | 30.5.2006 | úterý | 19:00:51 | 37,9 | 203 | 83,29 | 7,7 | 46 | 28,95 | 21,9 | 24,9 | |
| Walt Disney a jeho kouzelné pohádky | NOVA | 23.12.2006 | sobota | 8:09:09 | | 80,7 | | | | 73,42 | 78,21 | | |
| Čarodějné pohádky | ČT 1 | 20.3.2006 | pondělí | 19:00:08 | 36,2 | 194 | 77,27 | 9,1 | 54 | 26,5 | 21,9 | 24,8 | |

Tab. 3

| | |
|------------------------------|-----------------------------------|
| NÁZEV CYKLU: | NÁZEV CYKLU: |
| Znáte je dobře? | Byl jednou jeden vynálezce |
| Videoatlas naší přírody | Jojo |
| Sezame, otevři se II | Jóga pro děti |
| S Hurvínkem za lékařem | Dětská encyklopedie světa II |
| Odhalené souvislosti | Dětská encyklopedie světa |
| Od krále Holce po Jagellonce | Děti v Čechách |
| Náboženství světa | Byl jednou jeden život |
| My jsme... | Barvínek |
| Moudronos | Angličtina pro nejmenší |
| Kousky primáře Housky | Zeměpis světa |
| Kostičky | Vodní ptáci |
| TYKADLO | Věda je zábava |
| POMÁHEJME SI | TVŠ |
| Knížka do baťůžku | |

POZNÁMKY:

Konference se konala ve spolupráci



10. konference se konala v den 40. výročí úmrtí Konrada Adenauera

Vydalo Hnutí fókoláre jako interní materiál pro potřeby účastníků kongresu
Člověk a média, konaného 19. 4. 2007 v Centru Mariapoli, v Praze - Vínově.
Redakce: Irena Sargánková. Grafická úprava a sazba Lucie Vodičková.

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

POZNÁMKY:

Vydalo Hnutí fókoláre jako interní materiál pro potřeby účastníků kongresu
Člověk a média, konaného 19. 4. 2007 v Centru Mariapoli, v Praze - Vínově.
Redakce: Irena Sargánková. Grafická úprava a sazba Lucie Vodičková.

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