

TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ PRO DĚTI A MLÁDEŽ – PSYCHOLOGICKÝ POHLED ¹⁾

Petr Macek

Anotace: Studie se zaměřuje na psychologické aspekty televizního vysílání pro děti a mládež (TVDM). Nejprve je charakterizován současný stav vysílání, přičemž sledovanost pořadů je srovnávána s analogickými údaji z dalších evropských zemí. Následuje popis zvláštností TVDM pro jednotlivá věková období dětství a dospívání a návrh ústředních jednotlicích myšlenek, které TVDM může pomáhat naplnit v souvislosti s konkrétními vývojovými úkoly pro daná období.

Klíčová slova: televizní vysílání pro děti a mládež, vývojové potřeby.

1. Úvodní poznámky

Cílem této stati je upozornit na některé psychologické aspekty současného televizního vysílání pro děti a mládež (dále jen TVDM). Vycházíme přitom z diferencovaného pohledu na dětství a dospívání a sledujeme, jak TVDM koresponduje s psychickými a sociálními potřebami jedince v jednotlivých věkových obdobích. V tomto smyslu také formulujeme některá doporučení. I když byla primárně adresována tvůrcům televizních pořadů pro děti a mládež,²⁾ zahrnují rovněž důraz na interakční a sociální aspekt sledování televize. Proto chceme naše zjištění a úvahy nabídnout i širší pedagogické veřejnosti.

Jako při každém hodnocení, vzniká i při posuzování TVDM problém zavedení určitého kritéria či normy. Implicitní měřítka

a etalony všech, kteří jsou na hodnocení televizních pořadů pro děti a mládež nějak zainteresováni (např. dětský divák, jeho rodiče, pedagogové, producent televizního programu, jeho nadřizený atd.) mohou být navzájem velmi odlišné. Potřeby a spontánní zájmy třináctiletého dospívajícího se mohou dosti lišit od představ a uměleckých ambicí autora či režiséra určitého programu (přesto, že i on má upřímný zájem dospívajícím porozumět). Psychologické posouzení TVDM tak škálu možných pohledů jen rozšiřuje. I když se psycholog bude snažit o pohled a hodnocení „zevnitř“, z pozice dětských a dospívajících diváků, nevyhne se střetu představy o dětském přání („to chtějí, to se jim líbí“) s přáním experta („to považuji za správné“, „tak by to dítě mělo chtít“). Jako expert se bude domnívat, že určitý pořad je z osobnostně vývojo-

¹⁾ Vypracování stati bylo podpořeno grantem MŠMT ČR VS 97 027 „Laboratoř pro výzkum dětí a mládeže“.

²⁾ Obsahově (zejména v oblasti empirických poznatků) vycházíme z expertizní studie, kterou autor v r. 1998 zpracoval pro Radu České televize. Základní teze a doporučení byly též prezentovány na Semináři o mediální výchově pořádaném Centrem pro mediální studia FSV UK (Praha, Goethe Institut, 27. dubna 1999).

vého hlediska pro dítě ten nejlepší, jiný že je jen málo vhodný. Dítě či adolescent má však svůj (a obvykle odlišný) názor. Ten je – vzhledem k jeho většinou spontánní a dobrovolné volbě sledovaných programů – konec konců pro vliv médií na jeho osobnost rozhodující. Přání experta, vychovatele a tvůrce pořadu není tedy primárním vodítkem pro dítě či dospívajícího.

Také se ukazuje, že zaměření na „dětí a mládež“ je ze zorného úhlu psychologie (sociální, vývojové, osobnosti) velmi širokým a heterogenním vymezením. Je proto nutné přijmout diferencovanější pohled, který bude brát v úvahu specifickou jednotlivých ontogenetických etap psychiky dítěte či dospívajícího.

2. Charakteristika současného stavu TVDM ³⁾

Uvádět konkrétní údaje o době strávené sledováním TVDM je velmi ošidné, protože se opakovaně v různých výzkumech a ratingových šetřeních potvrzuje, že nejvyšší frekvence sledování televize je v době mezi 20.00 a 21.30 hod. To se týká všech skupin adolescentů, včetně skupiny nejmladších dospívajících (11–14 let). Ač nemáme k dispozici dostatek validních empirických údajů pro starší dětství (7–10 let), i zde můžeme v uvedeném čase očekávat poměrně vysokou sledovanost. Lze se proto domnívat, že většina dospívajících a řada starších dětí tráví sledováním programů TVDM méně než polovinu celkové doby, kterou sledují televizi.

Při úvahách o TVDM může být rovněž užitečná konfrontace s reálným chováním dětí a dospívajících. Z mezinárodního sro-

vávacího výzkumu Euronet máme zjištěno, že průměrná doba, kterou věnují čeští adolescenti v běžném školním dni masmédiím, se významně neliší od doby, kterou tráví stejným způsobem jejich vrstevníci v dalších deseti evropských zemích (Macek – Osecká 1995, Macek 1999). Tato doba je stále poněkud kratší, než uvádějí americké výzkumy (McGill 1994). V kategorii dvanáctiletých sleduje televizi každý den zhruba tři čtvrtiny dotázaných, dalších dvacet procent alespoň třikrát týdně (Bystrá 1997). S přibývajícím věkem sledovanost v průměru lehce klesá, zvyšuje se však interindividuální variabilita – přibývá dospívajících, kteří nesledují televizi téměř vůbec, stejně jako těch, kteří u ní tráví extrémně mnoho času. Podle některých výzkumů sledují ve střední adolescenci televizi častěji chlapci než dívky (Slavíková 1998), na rozhraní střední a pozdní adolescence je sledování pořadů již více selektivní, regulované zájmovou či profesní orientací dospívajících (srovnej Procházková 1998).

Tradičně nejoblíbenějším typem programů jsou seriály. Ve skladbě pořadů se objevují jak samostatně, tak prakticky ve všech komponovaných pořadech určených pro děti a mládež. Zasahují všechny věkové úrovně, nejvíce období staršího dětství a časné adolescence (6–14 let).

Pohled na odvysílané programy v České republice v r. 1998 ukázal, že velmi omezené místo měly vzdělávací a výchovné programy.⁴⁾ Citelně chyběly soutěžní pořady pro mladší děti a střední a starší adolescenty. Je sice pravdou, že výchovné a vzdělávací prvky se objevují i v rámci komponovaných

³⁾ „Současnou“ rozumíme situaci v poslední třetině devadesátých let. Naše vlastní analýza pořadů byla provedena v r. 1998. Opírala se o studium skladby TVDM a o obsahovou analýzu videonahrávek pořadů ČT pro děti a mládež.

⁴⁾ Veřejnoprávní televize je vysílala sporadicky, komerční stanice téměř vůbec ne.

pořadů, výrazně však chyběly edukační programy, které by nesuplovaly školu, ale s využitím specifických možností televize by rozvíjely tvořivost, komunikaci, autorství a kooperaci. Velmi žádoucí by byly zejména pro období staršího dětství a časné adolescence (6–14 let).

3. Specifičnost TVDM pro jednotlivá věková období

Z psychologického hlediska lze za kritérium kvality pořadů považovat jednak subjektivní spokojenost diváků a jednak to, do jaké míry programy přispívají k uspokojování přirozených potřeb a zájmů dětí a adolescentů. Na rozdíl od let komunistické éry tu však není sjednocující tlak nejrůznějších institucí na jednotný vzor a ideál, ke kterému by výchova a působení médií mělo směřovat. Proto je také velmi obtížné a svým způsobem nepatřičné určovat nějaké výchovné standardy, které by televizní vysílání mělo naplňovat. Na druhé straně, TVDM by mělo respektovat právě tuto pluralitu možností seberealizace, individuální, skupinové i kulturní rozdíly a zvláštnosti. Výsadní postavení přísluší podle našeho názoru veřejnoprávní televizi – větší měrou než televize komerční má nabízet nejen „střední proud“ ve vysílání (tj. všeobecně více méně akceptované pořady, většinou reprezentované zábavnými seriály), ale i alternativní programy, i když někdy určené „jen“ pro specifický okruh dětských či adolescentních diváků.

Má-li tedy TVDM nést nějakou ústřední myšlenku, měla by především vycházet z respektu k základním potřebám, možnostem, zájmům a očekáváním dětských a do-

spívajících diváků. Ty jsou ovšem pro jednotlivé vývojové etapy různé, rozdílné by tedy měly být i dominanty, na které se zaměřuje televizní program. Proto se zabýváme jednotlivými věkovými obdobími separátně.⁹⁾

3.1 Období mladšího (předškolního) dětství (3–6 let)

Hledání nějaké ústřední myšlenky nebo poselství pro jednotlivé vývojové etapy dětství a mládí, ke kterému by mediální prostředky a konkrétně televize měly přispívat, není nadsázkou. Řada psychologických přístupů se shoduje v názoru, že zejména z předškolního dětství si člověk odnáší určité životní motto či poselství, které ho ovlivňuje v celém dalším životě. Jeho základ tvoří celkový pocit ze sebe a z okolního světa, svoji významnou roli však hrají konkrétní zkušenosti a zážitky.

Základem pozitivního poselství pro předškolní věk by mělo být přesvědčení, že svět, ve kterém dítě žije, je bezpečné místo, že nejbližší lidé ho mají rádi a že jejich chování je předvídatelné.

Je důležité přemýšlet, jak asi může být takové poselství vyjádřeno v pocitech, představách a myšlení dítěte. I v dospělosti se dá rekonstruovat, že má povahu jednoduchých sdělení od důležitých osob („máme tě rádi“, „zkus to“, „pomohu ti“, „počkej chvíli“, „neumaž se“, „nezlob mě“, „jsi nemešlo“, „nesahej na to“, „zmiz!“ apod.).

Při posuzování vlivu televize je třeba vzít v úvahu, že základem jistot dítěte je to, co je vizuálně prezentováno (Vágnerová 1996). V žádném jiném věkovém období dítě nevěří

⁹⁾ Psychologické klasifikace vývojových období se u jednotlivých autorů různí. V mezinárodním měřítku se stále častěji prosazuje tendence označovat celé období dospívání jako adolescenci, která je vnitřně diferencovaná na tři etapy (např. Seifert – Hoffnung 1991, viz též Macek 1999). Takovou periodizaci používáme v této práci.

tolik tomu, co vidí. Navíc ve vizuální prezentaci nerozlišuje příliš mezi tím, co je skutečná realita, a tím, co je fikce. Vliv televize je z tohoto hlediska maximální a má magické možnosti. Je také výzkumně potvrzeno, že právě v předškolním věku je vizuální prezentace nejlepším základem pro vyprávění dětí (Pedzek – Stevens 1985, de los Angeles-Bautista 1998).

Přesvědčovací síla televizního vysílání vyhrocuje úvahy o vhodnosti nebo nevhodnosti programů, které předškolní děti sledují. Jejich konkrétní volba je v rukou rodičů a dalších osob z nejbližšího okolí dítěte. Pro tuto věkovou skupinu platí v největší míře, že to, co dítě vidí na obrazovce, by mělo být také komunikováno (nejlépe ve stejnou dobu a nejlépe s nejbližšími dospělými osobami). Programy pro tuto věkovou kategorii by tedy měly být vysílány v takových časech, aby byl pro společné sledování dětí a rodičů vytvořen maximální prostor.

Jako základní forma televizního programu se pro předškolní věk uplatňuje pohádka. Nezastupitelný význam mají pohádky hrané nebo animované, s minimálním mluveným slovem nebo bez něj. Měly by mít jednoduchou strukturu, jasně profilované postavy na dobré a zlé, řád a normy, které platí a které podporují dobro a šťastný konec. Na druhé straně, animované seriály, ve kterých je legrace spojována s násilím či přímo brutalitou, kde se děje mnoho nepředvídaných situací, kde není mnoho děje, považují pro děti předškolního věku (zejména pro ty mladší) za zcela nevhodné. Mnohem více než pro starší věkové skupiny tu platí, že brutální fyzická agrese je vnímána jako přirozená a úspěšná forma chování, resp. že agresivita a brutalita je zdrojem zábavy, humoru a veselí.

Dalším vhodným typem pořadu budou aktivizující programy, které v krátkých sekvencích (max. 10–15 min) nabízejí podněty

k různým činnostem – pohybu (cvičení, tančení), kreslení, zpěvu, různým hrám. Aktivita v tomto věku uspokojuje dítě sama o sobě, je pro ně cílem. Tyto programy by také měly být hodně interakční, aby vtáhly do dění někdy rodiče (od skutečného hraničnického až po prostý fyzický kontakt – mazlení), někdy starší sourozence.

Televizní vysílání pro tuto věkovou kategorii by mělo tedy maximálně využívat svých možností vytváření vizuálního dojmu – barevností, magičností, dynamikou. Mělo by také více respektovat přirozenou aktivitu a energičnost dětí. Pořady by neměly být vysílány ve větších blocích, doba aktivní pozornosti nepřesahuje několik minut. V souladu s vysokou potřebou aktivity, imitace a identifikace u dětských diváků je třeba mnohem více promýšlet reálné možnosti jejich naplňování v konkrétních situacích. Při interakčních pořadech by se atmosféra ve studiu měla odvíjet už od neformálního prostorového uspořádání studia, moderátorka či moderátor by měl být v pohybu (gestikulace, reakce a akce celým tělem, nejen portrétní záběr a přehnaná mimika), s dětskými partnery spontánně a vzájemně komunikovat, podněcovat je a přiměřeně se zapojovat do jejich činností ve studiu – zpívání a muzicírování, tancování, malování, sochání, stavění, cvičení atd.

3.2 Období školního dětství (6–10 let)

Mezi šestiletým a desetiletým dítětem je velký rozdíl, proto je velmi obtížné hledat obecné charakteristiky tohoto období. Role školáka je vedle role syna či dceře v tomto období dominující – je potvrzením vlastní normality. V aktivitě už není důraz jen na kvantitu (poznat toho co nejvíce), ale činnosti jsou v mnohem větší míře výběrové, dítě se zaměřuje na kvalitu. Dominuje „střízlivý realismus“ (zaměřenost na

to, co je, ne na to, co by mělo být). Chce naplňovat konkrétní očekávání a požadavky autorit, chce mít rovnocenné (kamarádské) vztahy (viz např. Vágnerová 1996).

Sebehodnocení školáka je již stabilnější, odvíjí se od vědomí vlastních předností a nedostatků. Základem pocitů bezpečí zůstává rodina, značně se zvyšuje význam vrstevnických vztahů – jsou prostorem jak pro potvrzování kompetence (soutěžení), tak i pro vědomí sounáležitosti a solidarity (kamarádství). Dále se prohlubuje vědomí pohlavní role – vrcholí období oddělených skupin. Chlapcům záleží na hodnocení otce, dcerám na blízkém vztahu s matkou. Dovedou odhadnout, jak jejich chování hodnotí druzí lidé. Od toho se odvíjí i pojetí tzv. konvenční morálky (Kohlberg 1976) – řídí se všeobecně platnými vnějšími pravidly, rozumějí systému pochval a sankcí, vyžadují stejnou spravedlnost pro všechny. Mají potřebu soudržného nekonfliktního pohledu na sebe a na svět, brání se chaosu a neurčitosti.

„Život je zajímavý, plný poznávání a dobrodružství.“ „Leccos už umíš, dokážeš ještě víc.“ „Jsi šikovná, jsi šikovný.“ „Nechceš přijímat hotové věci (jako v předchozím období), tak hledej, zkoumej, objevuj, stavěj, zkoušej, vylepšuj.“ Taková vyjádření směřují k pozitivnímu naplnění vývojového úkolu pro toto období, kterým je získávání kompetence a podpora iniciativy (viz Erikson 1969). Jeho nenaplnění znamená utvrzování neschopnosti, méněcennosti a v tom, že nestačí. Děti usilují o realizaci představ dospělých, protože právě oni jsou autoritami a referenčními osobami pro dětské sebehodnocení.

Pro dítě tohoto věku je tedy velmi důležité, aby bylo za něco oceňováno a aby někam patřilo. Zařadit se do různých skupin, vědomí příslušnosti k určité partě, školní třídě, sportovnímu klubu atd. (tj. hledání ko-

munitní a sociální identity) je v tomto věku důležitější než vědomí vlastní jedinečnosti, podobně konformní vrstevnické chování je důležitější než potřeba odlišovat se a být jedinečný.

Vliv televize na utváření osobnosti je (formou nápodoby nebo identifikace) nejsilnější právě v tomto období. Na její vliv již nelze nahlížet izolovaně, ale v kontextu dalších aktivit a zkušeností. V rodinách, kde televize není, to děti vnímají jako handicap nejčastěji právě v tomto věku. Vyděluje je to (z jejich hlediska žádoucí) konformitu. Vrstevnické povídání o tom, co bylo v televizi, má často prestižní charakter.

Děti této věkové skupiny mají velmi široký záběr ve sledování programů. Uplatňují se v podstatě všechny žánry, od pohádky, přes seriály, hrané filmy s dětskou, dobrodružnou či sci-fi tematikou, soutěžní a hudební pořady.

Vysílání veřejnoprávní televize by nemělo konkurovat komerčním televizím, zejména ne v prezentaci zahraničních filmů a seriálů z odlišného kulturního prostředí. Tuto produkci by mělo spíše doplnit vhodnou alternativou. Důležitá je zejména:

- možnost prožívání příběhu a situací s postavou, která aspoň symbolicky realizuje něco, co neumožňuje naplno reálný život (např. kouzlo, cestování časem, být neviditelný, být slavný atd.);
- možnost identifikace s vrstevnickými hrdinkami a hrdiny, kteří se dětem nějakým způsobem podobají a připomínají jim jejich vlastní život. Důležitá je zde aktuálnost, musí jít o skutečné „příběhy ze života“ v našich konkrétních kulturních a společenských podmínkách – neutěšenou situaci v původní dramatické tvorbě tu nemohou bezzbytku suplovat ani americké seriály, ani úspěšné programy a hrdinové

předchozích generací („Rychlé šípy“ či „mayovky“);

- nabídka aktivizačních programů, které by přímo oslovovaly potřebu pro-
ověřovat si vlastní kompetenci (pro jed-
notlivce a skupiny). Pro sedmi až de-
setileté děti chybí citelně programy, kde
by mohly ověřovat a rozvíjet, co už umí
a co mohou dokázat. Nejde jen o vědo-
mosti, ale i o tvořivou činnost, včetně
komunikačních dovedností (důležitost
upřímnosti a laskavosti) a také o velmi
podceňovaný zájem dětí o věci veřej-
né na jedné straně a podporu osobní
důstojnosti na straně druhé;
- nabídka tzv. chlapeckých a dívčích po-
řadů. To je důležité z hlediska moderá-
torů – pro tuto věkovou kategorii to má
být pozitivní vzor, spíše asi mladá do-
spělá žena či muž (nemusí tvořit pár)
než adolescent (ti připomínají starší sou-
rozence, se kterými děti v tomto věku
obvykle nejvíce soupeří a nejméně vy-
cházejí), kteří dokáží nabídnout přitaž-
livou (příjemnou, stimulující, uklidňu-
jící) asymetrickou komunikaci (z pozice
přirozené a příjemné autority);
- specifický význam mohou mít pořady,
kde se děti setkávají se zvířaty jako
s kamarády a objekty péče. Kromě no-
vých informací představují přirozené
projevy života (rození, úmrtí), péči
a systematickou starost, možnost ver-
bální a neverbální komunikace, často
také doplňkový zdroj citového zázemí,
fyzického kontaktu a pocitu podpory.

3.3 Časná adolescence (prepubescence, pubescence – 11–14 let)

Jde o jedno z nejdynamičtějších období
ve vývoji jednotlivce. Je však nutné brát
v úvahu, že mezi jednotlivci jsou velké
rozdíly. Většina dívek je mezi jedenáctým

a dvanáctým rokem na začátku puberty,
chlapci se obvykle opoždějí s jejím nástu-
pem o více než rok. Biologické dospívání
evokuje celou řadu psychických a sociál-
ních změn. Klíčovým tématem a úkolem,
který je třeba v tomto období naplnit, je
ujasnění vztahu k sobě (Erikson 1968).

Tato potřeba se projevuje zvýšenou orien-
tací na sebe (tzv. druhý egocentrismus), vět-
ně zvýšené orientace na vlastní tělo. Sebeu-
vědomění bývá též spojeno se ztrátou dosa-
vadních jistot a hledání nových, potřebou
autonomie, nezávislosti. Potřebu prosadit
sebe sama směřují dospívající zpočátku pře-
devším vůči rodičům.

Důležité je připomenout kvalitativní zmē-
ny v myšlení a poznávání. Nastupuje rozvoj
abstraktního myšlení (stadium formálních
operací – Piaget 1966) a intencionalita, zna-
menající rozšíření v záběru myšlení (není
důležité jen to, co je právě přítomné, ale i to,
co bude, resp. jak by to mělo nebo mohlo být).
Dospívající někdy zažívají okouzlení vlast-
ním intelektem a vlastními schopnostmi, pro-
žívají pocit vlastní výjimečnosti. Objevují
„sílu vlastního rozumu“, jsou přesvědčeni, že
cokoliv by mohlo být vyřešeno, pokud by lidé
o věcech skutečně přemýšleli (proč si např.
každý člověk „neuvědomí“, kolik je na světě
zla). Zdá se jim, že jednoduše stačí, aby kaž-
dý „skutečně chtěl“ něco změnit a vše se může
napravit. Podobně např. nechápou, proč je-
jich rodiče dělají „tolik chyb“ a kompromisů,
když řešení určitých věcí vidí jako jasná
a jednoduchá (viz Vágnerová 1996).

V sociálních vztazích zažívají často vzá-
jemný pocit komunikačních bariér ve vztahu
k dospělým, ve vrstevnických vztazích jde
často více o vědomí vztahu než o obsah (např.
řada nekonečných telefonních hovorů či tzv.
„pokecání si“ má význam pro potvrzení vztá-
hu, ne pro obsah – viz Řičan 1989).

Ústřední myšlenka či poselství pro dospí-
vající vychází z důležitosti jejich sebehod-

nocení. To je mnohem labilnější než v předchozím období. Jde tedy především o jeho podporu, nechání prostoru pro experimentování se vztahy a kompetencemi. Sbírání zkušeností se dá přirovnat k pohybu na kluzišti, kde si pubescenci zkouší jak silový hokej, tak elegantní krasobruslení. Dospělí, škola, instituce, televize a další média tvoří pomyslné mantinely, občas je možné jít na střídačku nebo na trestnou lavici. To podstatné se ale odehrává na hladkém ledě, včetně dressů, kostýmů a fyzických kontaktů. Ústřední téma, na kterém výraznou měrou participuje i televize, je prostor, hledání informací, podnětů pro identifikaci a konfrontaci sebe sama s druhými (reálnými osobami z běžného života i ideálními hrdiny). Televize může také podněcovat komunikaci (vrstevnickou, mezigenerační) a v neposlední řadě nabízet silné zážitky, které pubescenci aktivně vyhledávají.

Pro tuto kategorii diváků je charakteristická nestabilita a velký rozptyl individuálních postojů – od naprosté negace a averze k jakémukoliv televiznímu programu až po určitou závislost na televizi. Právě pubescenci ve věku okolo 12 let jsou nesilnější televizní konzumenti, od tohoto věku se stává sledování programů více selektivní. Velký přesah je i v preferenci programů – protože pro pubescenci není neobvyklá občasná potřeba infantilizace, pubescenci velmi rádi někdy sledují i programy pro nejmenší. Na druhé straně provozují stále častější „odskočky“ do světa dospělých, z různých důvodů (prestižních, emočních, informačních) hledají i to, co jim dospělí nejvíce odírají (včetně pornografie a násilí).

Televize nabízí pubescentům identifikaci s řadou situací, příběhů a postav – po určité přechodnou dobu tak může vytěšňovat problém ujasnění vztahu k sobě a nahrazovat potřebu vlastní identity. Podle výzkumu M. Bystré (1997) je 86 % všech hrdinů dva-

náctiletých z televizní obrazovky. Nejoblíbenějším pořadem jsou seriály, vesměs z produkce TV Nova (Pobřežní hlídka, Odpadlík, Akta X, Dallas). Z preferovaných vlastností vede kombinace chytrosti a síly, nejsou již tolik zdůrazňovány nadpřirozené schopnosti. Tento výzkum také ukázal, že dětský hrdina není unifikovaný, pubescenci postupně směřují k různým typům hrdinů a identifikačním vzorů (Akční, Inteligentní, Záchranář, Odpadlík). Všeobecně je oblíbeným hrdinou většinou muž. Rodové rozdíly se spíše projevují ve vlastnostech, které jsou hrdinovi připisovány – děvčata si ho spojují s chytrostí, vzhledem a silou, chlapci preferují rovněž sílu a chytrost, místo vzhledu však uvádějí „neobyčejné vlastnosti“.

Podobně jako pro vysílání pro jiné věkové kategorie, svébytnou úlohu má ve vysílání pro pubescenci veřejnoprávní televize – nekonkurovat komerčním stanicím stejným zbožím, ale nabízet pořady, které budou programovou nabídku doplňovat – na úrovni seriálů českou tvorbou, resp. takovou produkcí, která vychází z podobného kulturního a sociálního prostředí. Za velmi důležitou považujeme také nabídku kvalitních interakčních (kontaktních), vzdělávacích a kreativitu podporujících programů, které ve vysílání komerčních televizí nejsou zastoupeny téměř vůbec (speciálně pro kategorii pubescentů). I když v globálním pohledu nemohou tyto pořady konkurovat zmíněným seriálům, mohou mít značné procento pravidelných i příležitostných diváků (viz např. Bystrá 1997).

3.4 Střední a pozdní adolescence (15–18, resp. 18 – cca 22 let)

Střední a pozdní adolescence je v největší míře fází tzv. moratoria, kdy má dospívající možnost zkoušet „nanečisto“ téměř vše, co je typické pro dospělé role. Kromě toho, že jde o přípravné období, je

to také období významné samo o sobě, jako sebevyjádření vlastní autentičnosti, hodnot a teen-age kultury (včetně vnějších atributů, jako je vzhled, oblékání, jazyk atd.).

Vstup do střední adolescence je výrazněji předznamenán sociální změnou statusu (ze žáka základní školy na studenta školy střední) a subjektivním pocitem ukončení éry dětství. Ukončení období adolescence je spjato s dosažením relativně stabilní identity, přesunem ze zaměření na sebe k orientaci na druhé (partner, děti, rodina, profese), s osamostatněním a ekonomickou nezávislostí. Identita má řadu oblastí a dimenzí – osobní (vědomí vlastní jedinečnosti, atributy jedinečnosti), sociální (akceptování a přebírání rolí), sexuální (rodová identifikace, orientace a preference v uspokojování sexuálního pudu), profesionální (volba a příprava na profesi).

V myšlení a poznávání je charakteristický důraz na vlastní intelektuální kompetenci a schopnost rozhodování, na potřebu prověřovat je směrem k autoritám. Adolescenti deklarují velkou potřebu „žít naplno“, i když se vnitřně relativně zklidňují. Pocit opravdovosti už není dán jen intenzitou, ale i jedinečností a pocitem autorství. Objevuje se schopnost vidět sebe sama více s nadhledem. V oblasti sociálních vztahů jsou dvě ústřední témata – potřeba vyrovnat se s autoritami a získávat zkušenosti v erotických vztazích (Macek 1999, Vágnerová 1996).

Relativně novou a stále více subjektivně důležitou oblastí života je ujasnění pojetí morálky, hodnot (včetně oblasti politiky) a světonázorové zaměření. Nejde přitom jen o vnější či konvenční pravidla, kterými je potřebné se řídit, ale více o to, s čím se identifikuje, čemu rozumí a co je mu blízké.

Ústřední téma psychologie adolescentů má tedy povahu respektu – svět dospělých (rodičů, pedagogů, institucí) by měl deklarovat únosná pravidla hry, respektovat pravidlo

vzájemného soukromí a přitom nechávat otevřené dveře do „kuchyně“.

V roli televizních diváků se adolescenti příliš neliší od dospělých diváků. Sledovanost programů je více dáno celkovou mírou jejich televizní konzumace než něčím jiným. Nicméně, některé specifické vlivy a možnosti si televizní vysílání pro tuto věkovou skupinu zachovává.

Zejména ve střední adolescenci stále přetrvává potřeba imitace a identifikace se vzory. Mýtičti a magičti hrdinové, kteří se spíše uplatňují v rané adolescenci, jsou v daleko větší míře nahrazováni „postavami ze života“. Nejproblematičtější je v tomto směru každodenní sledování nekonečných seriálů. Tam se zřejmě nejvíce posiluje lhostejnost k rozdílu mezi iluzí a všední každodenní realitou (srov. Keller 1997).

Pokud by vysílání televize mělo respektovat nějaké výchovné, kultivační či „pozitivní“ cíle ve vztahu k tomuto věkovému období, v psychologickém slova smyslu by šlo především o překonávání nebo o nabourávání některých nezdravých stereotypů v chování seriálových hrdinů – např. již zmíněné spojování humoru s násilím, brutalitou s bojem za „spravedlivou věc“, nebo např. stereotypu, podle kterého fyzicky atraktivní lidé unikají nebezpečí právě proto, že jsou hezčí (Adorno 1991, Procházka 1998).

Další důležitou oblastí, kde by se televizní tvorba mohla angažovat mnohem větší měrou, je komunikace informací a prožitků z běžného života adolescentů. Důraz na oblast tzv. rizikového chování (tj. zdravotní rizika, – AIDS, drogy, alkohol, poruchy příjmu jídla, sociální rizika – sekty, delikvence atd.) by měl být upřímný a neměl by být samozřejmě poučováním, ale ani „blahosklonným předáváním zkušeností“ (pozitivních či negativních). Spíše by mohlo jít o navozování situací (modelových i reálných), které by rozvíjely dorozumivací dovednosti a posilovaly

pocit komunikační kompetence u adolescentů (tj. že má smysl o tom mluvit, že je jak o tom mluvit, že někdo poslouchá, popř. že mně někdo nabízí komunikaci a já umím zareagovat).

Zde je asi nejdůležitější, aby v rolích moderátorů byli autentičtí vrstevníci (jazykem, gesty, celkovým projevem, zjevem, zkušenostmi, oblékáním) – ne populární rockové ani jiné hvězdičky, ne jeden prototyp „dokonalého moderátora“ nebo „takový krásný pár“.

4. Závěr

Pořady pro děti a mládež je třeba chápat jako plnohodnotnou a svébytnou část televizního vysílání. Měly by však být více vnitřně diferencované, jednak ve vztahu k jednotlivým věkovým obdobím, ale i „přířezově“ tematicky – např. cíleně zaměřené na publicistiku, na vzdělávací programy, na komunikaci a interakci, na zábavu atd.

Z analýzy programů v r. 1998 vyplynulo, že i přes různé priority dětských a dospívajících diváků jsou ve vysílání pro jednotlivá věková období slepá místa, která by bylo vhodné zaplnit – značně chybějí příběhy ze současnosti nabízející možnost adekvátního spoluprožívání běžných životních situací. Scházejí také příběhy, které by modelovaly řešení problémových situací, které souvisejí s rizikovým chováním dětí a adolescentů (drogy, sexuální rizikové chování, manipulace v partě či sektě atd.).

Pohádkový příběh, určený primárně pro nejmenší diváky, by neměl být osvědčeným a zaručeným programem za každou cenu. I zde je třeba více diferencovat (reflektovat brutalitu a cyničnost některých pohádkových příběhů, nabízet čitelnou a srozumitelnou strukturu děje a charakterů postav, nespojovat agresivitu se slávou, atraktivitou a úspěchem atd.).

Rovněž interaktivní programy, ve kterých by přímo ve studiu nebo s využitím komu-

nikačních médií (telefon, internet) vstupovali diváci aktuálně do vysílání, nejsou dostatečně zastoupeny. Potřebné jsou zejména pro věkovou kategorii starších dětí a hlavně pro období střední a pozdní adolescence. Kromě diskusních pořadů by měly mít své místo i různé „tvůrčí dílny“, kde by děti a dospívající přímo participovali na tvorbě pořadu (scénářem, videonahrávkami, herectvím, moderátorstvím atd.).

Domníváme se, že spíše než nějaké ústřední poselství ve vysílání pro děti a mládež je důležité respektovat zvláštnosti psychologického vývoje v jednotlivých etapách života. Názorová pluralita nechybí, více by se však měl brát v potaz pohled „zevnitř“, z pozice dětí a adolescentů samotných (včetně prostoru pro jejich spontánní aktivity).

Literatura:

- ADORNO, T. W.: „How to look at television“ – In.: *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London, Routledge 1991, s. 136–153.
- BYSTRÁ, M.: *Televize a dětský hrdina*. Magisterská diplomová práce. Brno, FF MU 1997.
- DE LOS ANGELES-Bautista, F.: *Child Development and Television*. PCTVF Research Archive (www.philoline.com.ph), 1998.
- ERIKSON, E. H.: *Identity: Youth and Crisis*. New York, Norton and comp. 1968.
- KELLER, J.: *Abeceda prosperity*. Brno, Doplněk 1997.
- KOHLBERG, L.: *Moral Stages and Moralization. The Cognitive-Developmental Approach*. In: T. Lickona (Ed.): *Moral Development and Behavior*. New York, Holt, Rinehart, and Winston 1976.
- MACEK, P.: *Adolescence. Psychologické a sociální charakteristiky dospívajících*. Praha, Portál 1999.

- MACEK, P. – OSECKÁ, L.: Living Conditions and the Development of Adolescents in Europe: Czech Report and Czech-Swiss Comparison. Bern, University of Bern 1995.
- MCGILL, L.: By the Numbers – What Kids Watch. In.: Children and the Media. Media Studies Journal. New York, Columbia University 1994.
- PEDZEK, K. – STEVENS, E.: Children's memory for auditory and visual information on television. Developmental Psychology, 21, 1985, s. 400–415.
- PIAGET, J.: Psychologie inteligence. Praha, SPN 1996.
- PROCHÁZKA, P.: Hrdina mediální a mytologický v představách dospívající mládeže. Bakalářská diplomová práce. Brno, FSS MU 1998.
- ŘÍČAN, P.: Cesta životem. Praha, Panorama 1989.
- SEIFERT, K. L. – HOFFNUNG, R. J.: Child and Adolescent Development. Boston, Houghton Mifflin Company 1991.
- SLAVÍKOVÁ, R.: Televizní hrdinky očima gymnazistů. Bakalářská diplomová práce. Brno, FSS MU 1998.
- VÁGNEROVÁ, M.: Vývojová psychologie I. Praha, Karlova univerzita 1996.

Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity U 3–4 (1998–1999). Brno, Masarykova univerzita 2000. 144 s.
ISBN 80-210-2310-4
ISSN 1211-6971

Sborníkem prací svých současných pracovníků a spolupracovníků se prezentuje Ústav pedagogických věd FF MU v Brně jako pracoviště širokého profesionálního záběru. Mezi sedmi články, jedním krátkým sdělením a dvěma medailony čtenář najde témata současná (ac historická) i nadčasová (ac aktuální). K těm prvním patří hledání kořenů pedagogické vědy na Filozofické fakultě v podobě studie Jiřího Zounka věnované Pedagogickému semináři na meziválečné FF MU a také článek Lenky Hlouškové o noctických základech didaktického díla Lindnerova a Čádova.

Ke druhé skupině můžeme zařadit stat' Milady Rabušicové pojmenovávající témata a problémy evropské vzdělávací politiky v době současné a nedávno minulé či stat' Milana Pola věnovanou určitým aspektům školy jako organizace/pospolitosti. Libor Hřebíček ve svém příspěvku uvádí do souvislostí práci, profesionalitu a vzdělávání, Kateřina Emmerová zase propojuje problém málotřídek se stavem českého venkova. Téma specifických poruch učení pokrývá stat' Dity Janderkové, výukové komunikaci se věnuje Dagmar Hamalová.

Sborník, doplněný medailonem prof. Lubomíra Mojžíška a portrétem Stanislava Velinského, ukazuje tvůrčí potenciál Ústavu pedagogických věd nejen v jeho šířce, ale také v hloubce rozpracování uvedených témat.

(pn)

Publikaci je možno zakoupit na adrese:

Hana Smilková
Arne Nováka 1
660 88 Brno
tel. 05/41 121 468