

## **Mediální výchova v rodině? Určitě!**

**Bez médií si dnešní svět už asi neumíme představit. Provázejí nás provázejí na každém kroku, spoluvytvářejí rodinné rituály, formují naše postoje, poskytují zábavu i různé úhly pohledu na každodenní realitu. Děti školou povinné mají ve škole mediální výchovu. Jak na tom jsou ovšem jejich rodiče s mediální gramotností?**

### **Děti si s médii rozumí**

Dnešní mladé generaci se říká elektronická. Chatují, surfují, sdílejí. Počítačové hry děti baví a programy pro děti v televizi jsou zábavné, dobrodružné a napínavé. Reklamě děti věří. Zakládá obvykle na kladně vnímaných hodnotách a základních lidských potřebách – bezpečí, jistota, rodina, zdraví, štěstí... k tomu působivé obrazy, barvy, efekty, příběhy. Představení, které umí vtáhnout. I dospělého.

Podle odborníků z mnichovského institutu JFF (Jugend Film Fernsehen), který se výzkumy v oblasti vztahu médií a dětí zabývá, vyplývají zajímavé závěry. Nejmenší děti sledují zprvu jen pohyby tvarů, barev a škálu zvuků. Děti mezi třetím až šestým rokem už vnímají jednotlivé postavy a umí rozlišit například i to, které z nich jsou „zlé“ či „dobré“. Starší děti, mezi šestým a desátým rokem věku, již dokáží vnímat kontext příběhu a poznají, zda pracují s realitou či fikcí. Od deseti let věku jsou řízeny zájmem poznávat svět. Chápu humor, estetickou stránku obrazu, interpretují obsahy. Děti hledají v postavách vzory a modely vlastního života a jednání. Starší děti jedenácti let začínají pátrat po informacích o světě, hledají svou vlastní identitu a orientaci ve světě. Jedno velké úskalí však na děti číhá. Je to riziko vzniku nebezpečné závislosti na konzumaci mediální nabídky. Velký podíl na vzniku této závislosti mají v současné době zejména počítačové hry, sledování televize či Internetu. A tady vstupuje do hry mediální výchova v rodině.

### **Výchovný styl rodičů ve vztahu k médiím**

Často se hovoří o tom, jaký přístup mají rodiče zvolit při sledování médií. Zda mají zvolit určitá pravidla, kdy, jak často a jaké pořady dovolí dětem sledovat. Pokud volit pravidla, jsou zcela jistě účinnější, proběhnou-li po vzájemné diskusi a dohodě. Dohoda mnohdy bude svízelná, protože mediální nabídka je pro děti lákavá a zábavná. Děti se jí nerady vzdávají, obzvláště, když už si na nějaký pořad či program zvykly. Část rodičů má ke konzumaci mediální nabídky liberálnější postoj, větší část volí určitá pravidla. Vždy však záleží na mediální gramotnosti rodičů, zda sami jsou schopni selekce mediální nabídky.

Určitě je dobré, pokud rodiče s dětmi o médiích diskutují a učí děti dívat se na média také kriticky. To znamená, že mohou využít příležitost společného sledování vhodného pořadu v televizi a když třeba pořad přeruší reklama, vysvětlovat jim, že to, co třeba vidí v reklamě, není realita, ale vytvářená, lidmi konstruovaná realita a že za tvorbou takové reklamy stojí tým odborníků, kteří mají za úkol přesvědčit a prodat produkt nebo službu. Určitě se při sledování kvalitních a hodnotných pořadů reklamě nevyhnu. Když už rodiče nechtějí „přepínat“, necht' využijí čas k vysvětlování a společné diskusi. Určitě se nevyplácí úplná „mediální abstinence“. Děti se k nabídce mediálních pořadů stejně dostanou, ať už prostřednictvím vrstevníků nebo třeba prarodičů.

## **Dívat se na televizní zprávy s dětmi?**

Po šestém roce věku dětí je to určitě možné, ovšem za určitých podmínek či pravidel. Jde především o to, nechat děti dívat se na seriózní informace a negativním se raději vyhnout. Ale co dělat, když dítě vstoupí do pokoje a zrovna „běží“ nějaká agrese, útok, zkrátka záležitost zcela negativní? Dítě z pokoje určitě nevyhánět slovy „Jdi pryč, na to jsi ještě malý.“ Dítě po šestém roce věku již chápe kontext příběhu a pozná, zda se pracuje s realitou či vymyšlenou realitou. Zda to, co vidí, je dobro či zlo. V tom má už jasno. Televizní zprávy jsou realita. Vystupují v nich skuteční lidé a působí na nás skutečné příběhy a události.

Na zprávy ve veřejnoprávní televizi, kde by míra negativních událostí neměla přetlačovat ty pozitivní, je možné se dívat občas společně a dětem vysvětlovat, o co jde a diskutovat s nimi třeba o tom, jak se dá v takové situaci pomoci. Tím se v nich staví základy společenské odpovědnosti a zvyšuje sociální vnímavost. Je možné využít příležitostí, že některé příběhy mohou být pro ně třeba vzory, mohou jim ukazovat pravidla společenského chování či apelovat na vyšší míru bezpečí v běžných životních situacích.

V současné době jsou však televizní zprávy skutečně plné negativních informací. Pravdou je, že i ty jsou součástí života společnosti. Pokud jsou děti zrovna přítomny, lze těchto informací využít jako příkladů, na co si mají dát pozor, čeho se vyvarovat. Ovšem přemíra negativních informací není pro dětský organismus únosná a je proto třeba přistupovat ze strany rodičů ke sledování televizních programů výběrově. Pořady s prvky agrese a násilí jsou jednak označovány jako nevhodné pro děti, jednak rodiče sami vědí, že tyto pořady nejsou pro děti žádoucí. Vždy záleží na tom, jaký „filtr“ při sledování těchto nepříjemných záležitostí rodiče stanoví. Rozhodně lze využít společné sledování televize k formulování vlastních názorů dětí a k postupnému vytváření kritického myšlení.

Otázkou v rodinách zůstává i to, zda lze sledování/nesledování dětmi oblíbených pořadů používat jako odměnu či jako určitý trest, postih. Podle zkušeností rodičů je to metoda účinná. Záleží samozřejmě, jaký přístup v tom rodiče zvolí. Každopádně odměnou, která lépe podporuje zdraví dětí a rodinou i mezigenerační sounáležitost, je společně strávený čas třeba v přírodě, při společném sportování či návštěvě zajímavých míst.

## **Mediální gramotnost = novodobá kompetence**

Mediální výchova, stejně jako například environmentální výchova či etická výchova jsou tzv. průřezová témata zařazovaná do školní výuky v České republice od roku 2007. Žáci základních a vybraných středních škol díky ní získávají tzv. mediální gramotnost. Co to je? Velmi zjednoduše řečeno: schopnost porozumět, rozlišovat a kriticky vyhodnocovat média a informace v nich obsažené.

Žáci se díky mediální výchově vyznaží v široké mediální nabídce, umí (a na to většina z nich ani nemusí čekat na školu) média používat a dokonce později vytvářet i vlastní mediální produkty. Jde však o to, aby média mládež užívala poučeně, selektivně a nepodlehla pouhé konzumaci počítačových her, akčních filmů či bezduchých seriálů. Aby se vyznala v tom, co je reklama a co zpravodajství. Aby nevyžadovala po rodičích to, co vidí v reklamní nabídce a byla schopna rozlišovat realitu a mediální realitu. Na to je dnes připraví škola. Základní návyky a potřeby si však dítě přináší již ze své rodiny. Mediální výchova v rodině je výchovou jako každá jiná. Příklady rodičů působí a je dobré naučit děti média využívat nejen

jako zdroje zábavy, ale i poučení, třeba jako zdroje nového pohledu do odlišného geografického či sociálního prostředí.

Autor: Mgr. Dana Krouželová