

LUDMILA MARADOVÁ

ESTETICKÁ VÝCHOVA V HROMADNÝCH SDĚLOVACÍCH PROSTŘEDCÍCH

Hromadné sdělovací prostředky (HSP) mají nesporný význam při formování socialistické osobnosti. Jejich vliv je patrný od útlého věku až do pozdního stáří. Úloha hromadných sdělovacích prostředků v současné společnosti v posledních desetiletích výrazně roste a vytváří jeden z jejích charakteristických rysů. Působení HSP je ovlivňováno jak technickými možnostmi, umožňujícími mechanický přísun informací až k příjemci, tak i jeho sociálním prostředím, vztahy v rodině, mezi přáteli a spolupracovníky.

Estetickou výchovu v HSP je třeba chápat jako určitou kategorii výchovy a vzdělání, jež prostupuje estetickou složku každé činnosti a každé komunikace. Nutnost řešení problematiky této výchovné složky naléhavě pociťujeme právě nyní, kdy estetická výchova ustupuje ze škol, a před námi vyvstává úkol hledat její náhradní formy. Zde spatřujeme velké možnosti působení HSP a jejich nezastupitelné místo.

Zprvu získává dítě informace jen od rodičů či pedagogů. Později se jeho obzor rozšiřuje působením HSP, jako jsou televize, rádio a film. Nejčastější styk dítěte s HSP zprostředkovává televize. Vztah dítěte k televizi prochází dvěma fázemi. Pro první je typický nesamostatný výběr pořadů u předškoláků a žáků mladšího školního věku. Situace se změní, naučí-li se dítě plynně číst. Tehdy je již schopno samostatného výběru a rozhodování, kolik času věnuje televiznímu vysílání (Lichačev, 1980, s. 89).

Specifickou povahu má působení HSP na dospívající mládež. V období dospívání se oslabují rodinné svazky a tvoří se nové. Zároveň se vytvářejí podmínky pro osvojování nových forem chování a jednání. Adolescent dává spíše přednost návštěvě kina před sledováním televizních pořadů, což je zdůvodňováno větší možností kontaktu s vrstevníky. Před HSP tak vyvstává významná úloha — poskytovat mládeži nové formy chování, protože mládež je k nim vzhledem ke své situaci více vnímavá, a tím může být vliv těchto prostředků velmi účinný.

Ovlivňování dospělých je mnohem složitější a obtížnější, což se projevuje i ve ztížené úloze HSP. Životní postoje u dospělých jsou již relativně

stabilnější. Je tedy důležité, aby HSP poskytovaly především kladné příklady k následování.

Výzkum, který jsme uskutečnili v roce 1985 potvrdil, že estetickou výchovu je nutno chápat v HSP jako určitou kategorii výchovy a vzdělání. Jejich společným rysem, kterým se podstatně liší od ostatních prostředků estetické výchovy, je jejich velmi široký akční rádius. Můžeme též konstatovat, že každý HSP se podle svých možností věnuje všem složkám výchovy, i když každý z nich dává částečně přednost některé z nich. To je zčásti ovlivněno jejich technickými možnostmi.

Mezi zkoumaný materiál byly zařazeny rozbor programů Československé televize, Rozhlasu a vybraného tisku. Estetická složka byla zkoumána v časopise Květy — týdeníku pro celou rodinu, který patří k nejčtenějším. Dále byl vybrán nejoblíbenější časopis naší mládeže — Mladý svět. Do výzkumu byl také zařazen deník Rudé právo, protože má v systému periodického tisku významné postavení, je vydáván ve vysokých nákladech a je určen široké veřejnosti.

Výzkum byl zaměřen na sledování účinnosti a podílu HSP na estetické výchově. V souvislosti s tím jsme se soustředili na vyřešení dvou základních otázek, tzn. kolik času (popř. místa) je věnováno estetické výchově a jakou formou jsou pořady prezentovány.

Největší pozornost byla věnována výzkumu pořadů Československé televize (celkem 14 týdnů roku 1985), což vyplývalo z předpokladu, že televizní přijímač vlastní v současné době každá rodina a sledování pořadů patří k pravidelným činnostem.

V estetické oblasti můžeme rozdělit televizní informace do dvou skupin. Především jde o prezentaci uměleckého díla jako takového. Nezastupitelná úloha televize spočívá v tom, že je schopna svými audiovizuálními vlastnostmi ukázat jakýkoli předmět, navíc však např. při prezentaci hudebního díla má divák možnost nejen vnímat hudbu, ale i sledovat účinkující, jejich kostým, vystupování, techniku hry na hudební nástroj apod., což ještě umocňuje prožitek uměleckého díla. Do druhé skupiny patří informace o uměleckých a jiných předmětech.

Estetická výchova se však neomezuje pouze na pořady určené jen pro ni, nýbrž je zastoupena téměř ve všech pořadech. U hlasatele diváci zpravidla sledují způsob chování, estetiku jeho oblečení či účesu. Zvláštní místo zaujímají v tomto směru přírodopisné a cestopisné pořady, jež popisují estetiku životního prostředí, avšak do našich přehledů nebyly zahrnuty pro svou odbornou vyhraněnost, obdobně jako sportovní přenosy, prezentující estetiku pohybu a krásu lidského těla. Do zkoumaného vzorku nebyly také zařazeny takové typy pořadů, které nemají velmi výraznou estetickovýchovnou funkci. Proto se v našem výzkumu neobjevily takové formy jako publicistika, televizní inscenace či film, pokud přímo nepřednávaly o významné osobnosti literární, hudební, výtvarné, divadelní či filmové oblasti, nezpracovávaly klasické literární dílo, popř. se netýkaly estetiky odívání. Jen takovým způsobem bylo možno dodržet jednotná kritéria při vyhodnocování jednotlivých hromadných sdělovacích prostředků.

Pro náš výzkum byl zvolen vzorek pořadů odvysílaných televizí na prvním a druhém programu za dobu 14 týdnů (od 1. ledna do 3. března

1985 a od 1. července do 4. srpna 1985). Byli jsme si vědomi toho, že skladba pořadů se značně mění v průběhu roku, poněvadž se do ní promítají různá výročí, aktuální problémy i svátky. Proto jsme do vzorku zařadili též prvních pět prázdninových týdnů.

Za uvedené období bylo celkem odvysíláno 101 720 minut (tj. 1 695,33 hod.). Z toho estetické výchově bylo určeno 15 505 minut, což představuje 258,42 hod. (tj. 15,24 % odvysílaného času). Porovnáme-li pořady s estetickovýchovnou problematikou za celé sledované období, můžeme konstatovat, že nejvíce těchto pořadů bylo odvysíláno ve 4. týdnu — 1 570 minut. To představuje 19,3 % z celkového odvysílaného času 8 135 minut. V průběhu prázdnin je televizní vysílání zkráceno, proto estetickovýchovné pořady v tomto období dosahují vyššího procentuálního zastoupení, ale jejich odvysílaná doba je kratší. Dokladem toho je 28. týden, kdy z celkového počtu 6 020 minut bylo estetické výchově určeno 1 485 minut (tj. 24,7 %).

Výzkumem byly dále zjišťovány nejfrekventovanější formy estetickovýchovných pořadů. Obdobně jako u rozhlasového vysílání jsme také zde dospěli k závěru, že nejčastěji se v programech vyskytují hudební a hudebně zábavné pořady, jichž bylo za 14 týdnů odvysíláno 5 810 minut (tj. 96,8 hod.), a koncerty — 2 490 minut (41,5 hod.). K velmi výrazným formám také patří vážná hudba, kam jsme zahrnuli zbývající formy, tj. operu a balet (1 640 minut = 27,3 hodiny).

Televize má ve svém programu zařazeno mnoho pravidelných estetickovýchovných pořadů. Z jejich struktury vyplynulo, že nejčastěji se setkává divák na obrazovce s hudebními pořady, k nimž patří např. Hudba z respíria, Muzika viva a Zpivánky. Nejmladší děti s oblibou sledují Zlatou bránu, mládež se zaměřuje na program Hudební studio M, Sejdeme se na výsluní ad. Starší generaci je určen pořad Sejdeme na na Vlachovce nebo Diskotéka pro starší a pokročilé. Z nehudebních pořadů jsou oblíbeny besedy s významnými osobnostmi — Křeslo pro hosta. Televize tak svými možnostmi poskytuje významné místo pro rozvoj estetické výchovy jedince od nejtělejšího věku až do pozdního stáří.

Délka vysílací doby je přizpůsobena pracovnímu zatížení diváků; tomu odpovídá i časové rozložení estetickovýchovných pořadů. Televiznímu vysílání je vymezena nejkratší doba v pondělí, kdy se předpokládá největší pracovní vypětí. Vysílací čas se pak výrazně prodlužuje v pátek a volných dnech, narůstá tedy úměrně s volným časem. Výzkum potvrdil, že tytéž závěry platí i pro rozložení pořadů s estetickovýchovnou náplní.

Vedle televize působí na nejširší veřejnost svým každodenním vysíláním *rozhlas*. Je to hromadný sdělovací prostředek plnící velmi významnou roli v estetickovýchovném rozvoji jedince. Na rozdíl od televize však působí pouze akustickým vjemem slova či hudby. Přesto poskytuje posluchačům pestrou nabídku nejrozličnějších pořadů — od informativních přes vzdělávací až po umělecké a zábavné. Nevýhoda tohoto HSP spočívá v tom, že posluchač vnímá pouze jedním smyslem. Z toho důvodu pak rozhlasové vysílání tvoří u mnohých posluchačů jenom zvukovou kulisu bez hlubšího soustředění a pozornosti, čímž se umělecké pořady značně znehodnocují. Oproti ostatním HSP má rozhlas výhodu ve velkém dosahu, způsobeném možností příjmu i mimo hranice našeho státu.

Obliba i vliv rozhlasu byly částečně sníženy rozšířením televize. Před rozhlasem tak vyvstalo množství aktuálních otázek. Jednou z nejdůležitějších byla atraktivnost rozhlasového vysílání. Ta byla uspokojivě vyřešena pohyblivými studii a zvyšujícím se podílem stereofonního vysílání. Neméně ožehavou se stala též otázka zpětné vazby, která je společná všem HSP. V rozhlasu, obdobně jako v televizi, je tato zpětná vazba realizována tím, že pracovníci nebo hosté ve studiu odpovídají na telefonické dotazy posluchačů.

Československý rozhlas vysílá na pěti stanicích — Praha, Vltava, Hvězda, Bratislava a pro mezinárodní dosah působí Interprogram rádio Praha. Každé z těchto studií vysílá svůj ustálený program s pravidelnými pořady. Pořady, v nichž se uskutečňují cíle estetické výchovy, zaujímají převážnou část odvysílané doby (53,4 %).

Stanice Praha vysílá šestnáct hodin denně. Věnuje mnoho místa populárně naučným pořadům, prezentaci literární tvorby, koncertům a hudebně zábavným pořadům. U hudebních pořadů je posluchač seznámen s dílem a jeho autorem konkrétně, čímž se podstatně liší od stanice Hvězda, kde hudba je převážně anonymní. Pravidelné pořady s estetickovými náplní jsou např. Populární koncert, Noční koncert, Z melodie do melodie, Četba na pokračování, Mikrofórum, Na vlně Prahy.

Stanice Vltava vysílá většinu pořadů stereofonně po dobu 14,5 hodiny denně. Přibližuje posluchačům závažnější uměleckou tvorbu, informuje o vývoji naší i světové tvorby, ale nezapomíná ani na vzdělávací programy. Také tato stanice vysílá některé pravidelné estetickovými pořady z oblasti hudby a literatury jako např. tříhodinový blok hudby a informací — 3×60 a to stereo, Rytmus, Polední koncert, Krásy hudebních mistrů, Schůzky s literaturou, Panoráma české a slovenské poezie.

Z výše uvedeného vyplývá, že rozhlasové vysílání věnuje estetickovými pořadům velkou pozornost, což také potvrdil náš výzkum, který byl proveden na stanici Praha a Vltava za období 9 týdnů (od 1. ledna do 3. března 1985). Na obou stanicích bylo celkově odvysíláno 113 675 minut, tj. 1 894,6 hodin. Z toho estetické výchově bylo věnováno 60 712 minut, tj. 1 011,9 hodin, což odpovídá 53,4 %. Obdobně jako u televizních pořadů i zde se struktura pořadů během roku mění. Největší procentuální zastoupení měly estetickovými pořady v 1. týdnu, kdy dosáhly 58 % z celkové vysílací doby 10 875 minut. Rozborem pořadů se dospělo k závěru, že ve zkoumaném vzorku nebyl ani jediný pořad věnován filmu či výtvarnictví, a také zastoupení divadelních představení bylo velmi malé (170 min.). Tím se tento HSP výrazně lišil od ostatních druhů. Největší prostor v rozhlasovém vysílání zaujímaly hudební pořady. Z nich nejfrekventovanější formu představovala zábavná hudba (za celé období odvysíláno 15 980 minut), vážná hudba (12 805 minut) a koncert (11 285 minut).

Pro estetickovými působení rozhlasu je nutno podchytil zejména mladou generaci, což se daří zejména v oblasti populární hudby. Přitom velkou přednost má rozhlas hlavně v oblasti literárně-dramatické, která mnohem více aktivizuje fantazii posluchačů než např. televizní vysílání.

Významným prostředkem estetickovými působení je rovněž tisk, jenž zprostředkovává informace a kulturní hodnoty nejširším vrstvám. Výběr tisku u nás je velmi bohatý. Vedle deníků, které vycházejí v maso-

vých nákladech, je to velké množství časopisů, jež jsou specializovanější. Vycházejí jako týdeníky, měsíčníky apod. Každá oblast vědy, techniky a zájmové činnosti je reprezentována v adekvátním časopisu (Pedagogika, Estetika, Gramorevue, Zahradkář a mnoho dalších). Těmi jsme se však pro jejich vyhraněnou specializaci nezabývali. Výzkum byl zaměřen na časopisy popularizační, jež mají většinou zábavnou funkci, avšak neopomíjejí ani funkci naučnou, a podávají informace z různých oblastí, které mohou člověka zajímat. Bylo nutné vyřešit otázku, jakým způsobem prezentují estetickou výchovu. Jako vzorek byly vybrány dva časopisy, které patří k nejoblíbenějším a všeobecně známým, a jeden deník. Protože vycházejí ve vysokých nákladech, mají velký vliv a tedy i kulturně výchovný význam.

Články věnované estetické výchově jsme rozdělili do přehledů podle formy a oblasti estetické výchovy, kterou zastupují. Protože každý časopis je tištěn na jiném formátu, mají rozdílný typ a velikost písmen, nelze srovnávat počty stran mezi nimi. Určitou představu může poskytnout vyjádření v procentech. Soustředili jsme se na procentuální vyjádření plochy, kterou zaujímaly jednotlivé oblasti estetické výchovy v porovnání s celkovým rozsahem časopisů. Jen takovým způsobem jsme mohli adekvátně posoudit a porovnat, kolik místa časopis věnuje estetické výchově. Při postižení plochy článku s estetickovýchovnou problematikou jsme vycházeli z šestnáctin stran časopisu (deníku). K těmto jednotkám jsme dospěli postupným dělením stránek na nejmenší možný rozsah, abychom mohli číselně vyjádřit i nejmenší články. Proto v přehledech jsou hodnoty vyjádřeny v procentech nebo v šestnáctinách stran.

Časopis Květy je týdeník určený pro celou rodinu, jeden z nejběžnějších časopisů. Vzorek devíti čísel (č. 1—9 roku 1985) měl celkový počet stran 576, z toho bylo 18,4 % (105,8 strany = 1693 šestnáctin) věnováno estetické výchově a to literatuře (5,1 %), složce výtvarné (4,6 %) a estetice odívání (3,8 %). Nejmenší zastoupení měla složka hudební (0,9 %). Skladba oblastí tohoto časopisu je pestrá a odpovídá zájmům široké veřejnosti. Nejvíce místa je věnováno ukázkám z výtvarných a literárních děl (28,2 %), uvádění z oblasti hudby, výtvarnictví, literatury či odívání (24,6 %) a rozhovorům s umělci (12,8 %).

Co se týká výzkumu za měsíc leden 1985, z celkového počtu 320 stran bylo na estetickovýchovnou problematiku zaměřeno 18,9 % (60,4 strany = 967 šestnáctin). V únorových číslech pak z celkového počtu 256 stran bylo 17,7 % (45,3 strany, tj. 726 šestnáctin) článků s estetickovýchovnou náplní. Jejich porovnáním jsme dospěli k závěru, že skladba oblastí se liší v jednotlivých měsících jen procentuálním zastoupením. Celý časopis má stále stejnou úpravu — pro estetickou výchovu i pro ostatní obory má předem stanovené místo. Pravidelná dvoustránka Kultura 85 je uvedena sloupkem k aktuální události. Po něm následují vždy stejné rubriky jako Naše vernisáž, Jednou větou, První z řady, Z nových knih, U gramofonu (Na záložku), Dnes kreslí... apod. Pravidelné celostránkové rubriky jsou věnovány filmu, televizi nebo módě (dvě strany). Celý časopis působí esteticky jak úpravou, tak barevným provedením i fotografickým doprovodem.

V soustavě HSP má nezastupitelné místo také mládežnický tisk vydá-

vaný Socialistickým svazem mládeže. Nejčtenějším časopisem naší mládeže je kulturně politický týdeník Mladý svět. V oblasti kultury a zájmové činnosti je věnována pozornost představování mladých umělců a lidové tvorbě. Mnohaletou tradici má uveřejňování prvotin mladých básníků v cyklu Místenka na Pegasa.

Z výzkumu uskutečněného v lednu 1985 (č. 1—5) je patrné, že Mladý svět je schopen svými různorodými formami podchytit každou oblast estetické výchovy. Z uvedeného rozsahu 106 stran je to 20,5 % (32,8 strany = 524 šestiúhelníků). Nejvíce je zastoupena oblast hudební (9,4 %) a s ní téměř vyrovnaná oblast výtvarná (9 %). Teprve na třetím místě byla uvedena složka literární, která však zaujímala jen 1,2 % celkové plochy časopisu. Můžeme shrnout, že v uvedených pěti číslech jsou nejfrekventovanější formou teoretické naučné články (24,4 %). Typickou formou pro tento časopis je rovněž reportáž (21,4 %) a rozhovor s významnými osobnostmi a oblíbenými umělci (18,3 %). Velmi četné jsou i drobné články, zajímavosti a informace z oblasti kultury (14,5 %) v rubrikách Tržiště senzací, Ze světa, Z domova apod.

V systému periodického tisku má významnou funkci deník Rudé právo, i když funkce estetická není u něho dominantní. Je vydáváno ve velmi vysokých nákladech a je určeno široké veřejnosti. Právě proto jsme jej zařadili do našeho výzkumu. Každé číslo má osm stran, sobotní vydání obsahuje ještě pravidelnou šestnáctistránkovou přílohu Haló sobota, která se rovná ploše osmi stran formátu Rudého práva. V kulturní oblasti se tento deník soustřeďuje na realizaci kulturní politiky strany. Soustavně se věnuje všem složkám estetické výchovy. Do zkoumaného vzorku jsme zařadili kompletní vydání tohoto deníku za měsíc leden 1985 (celkem 26 čísel) a čtyři čísla Haló sobota téhož měsíce, přičemž hodnoty přílohy jsme připočítali k hodnotám deníku, protože byly vzhledem k němu zanedbatelné a týkaly se pouze dvou forem — ukázek z literární a výtvarné oblasti a estetiky odívání (celkem 6,9 strany = 110 šestiúhelníků). Z celkového počtu 240 stran bylo určeno estetické výchově 6,8 % (23,1 strany = 260 šestiúhelníků). Články z oblasti literatury tvořily z celkového rozsahu deníku 2,7 %, z oblasti výtvarnictví 1,6 % a z divadelnictví 1 %. Významnou měrou se podílejí na estetické výchově ukázky z děl (36,8 %), na čemž má velký podíl příloha Haló sobota, jež zde prezentuje moderní poezii, beletrii i ilustraci povídek. Značná část je také věnována kritickým článkům a recenzím (21,6 %) a drobným článkům (16,8 %).

Pro úplnost je ještě nutno doplnit některé rubriky, s nimiž se na stránkách Rudého práva setkáváme pravidelně, a které jsou těsně spjaty s esteticko-výchovným působením: Malé zamyšlení, Světem kultury a Kultura.

Z výzkumu vyplývá, že nejvíce místa estetické výchově věnuje Mladý svět (20,5 %), což je jistě potěšitelné z hlediska jeho působení na mladou generaci. Za ním následují Květy (18,9 %), z čehož je patrné, že mezi oběma časopisy není velký procentuální rozdíl. Deník Rudé právo této problematice vymezil 6,8 %. Z tohoto faktu však nelze vyvodit, že by snad Rudé právo estetickou výchovu opomíjelo — jeho cílem je podávat čtenářům denně přehledy nejnovějších zpráv z domova i ze zahraničí. Články s esteticko-výchovným působením nejsou ve středu jeho zájmu.

Provádění estetické výchovy je v možnostech řady prostředků. V sou-

časné době patří k nejvýznamnějším hromadné sdělovací prostředky. Mají velmi široký akční rádius, jejich působení je však omezeno technickými možnostmi.

Z výzkumu, konaného v roce 1985 vyplynulo, že největší prostor estetické výchově je vyhrazen z rozhlasovém vysílání (53,4 %). Protože do výzkumu byly zařazeny jen pořady s výraznou estetickou funkcí, procentuální vyjádření televizního vysílání dosáhlo jen 14,1 %. Rozbořem časopisů jsme dospěli k závěru, že věnují estetickovýchovné problematice v průměru 20 %.

LITERATURA

- HOLEŠOVSKÝ, F.: Ciele estetickej výchovy a ich konkretizácia. Bratislava 1967.
 CHYBA, M.: K některým problémům teorie a praxe estetické výchovy. In: Estetická výchova XVI/1, 1979, s. 1—3.
 JÚVA, V.: Mimoškolská výchova dospelých. Bratislava 1984.
 JÚVA, V.: Teorie estetické výchovy. Praha 1973.
 JÚVA, V.: Základy estetické výchovy. Brno 1979.
 KIJASČENKO, N.: Systém estetické výchovy. Praha 1976.
 LICHÁČEV, B. T.: Estetičeskoje vospitanije v škole. Moskva 1980.
 RAZUMNYJ, V. A.: Estetická výchova. Bratislava 1975.
 URBAN, B. S.: Úvod do teorie estetické výchovy. Praha 1970.

ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Эстетическое воспитание реализуется при помощи целого ряда средств. В настоящее время к самым важным относятся средства массовой информации. Они обладают широким радиусом действия, однако их использование ограничено техническими возможностями.

Совершив в 1985 г. исследование, нам стало ясно, что эстетическому воспитанию отведено самое большое место в радиопередачах (53,4 %). Так как в исследование были включены только программы с выразительной эстетической функцией, процентное выражение телевизионных передач достигло только 14,1 %. При анализе журналов мы пришли к заключению, что эстетическо-воспитательной проблематике уделяется в среднем 20 %.

AESTIC EDUCATION AND MASS MEDIA

The realization of the esthetic education is possible by various means. At present the mass media belong to the most important ones. Their range of action is very wide but their field is limited by technical possibilities.

The research in the year 1985 resulted in the fact that the widest space in the esthetic education is given to the radio broadcasting, 53.4 per cent. As the research included only the programmes with striking esthetic function, the percentual expression reached 14.1 per cent only. From the analysis of the journals we concluded that the programmes devote only 20 per cent on the average to the esthetic educational problems.

