

Reprezentace seniorů a seniorek v médiích

Vydává Gender Studies, o.p.s., Gorazdova 20, 120 00 Praha 2

<http://www.genderstudies.cz>



Tato publikace vychází v rámci projektu Seniorky a společnost podpořeného
Ambasádou Spojených států amerických v Praze.

ISBN: 80-86520-09-9

Obraz stáří v médiích

Jiřina Šíková

Nedávno jsem slavila sedmdesátku.

Mnozí mi gratulovali a řada z nich skutečnost, že již jsem tak stará, opisovala slovy „k vašemu významnému jubileu, k vašemu životnímu přelomu... právě se dožíváte významného dne...“ a chyběla právě ona sedmdesátka. Jakoby šlo o sprosté slovo! Báli se toho věku, nebo si mysleli, že mne potěší, když jej nevyšloví; nebo se snad domnívali, že se za svůj vysoký věk budu stydět já? Nechtěli se mne dotknout!

Co to znamená? Strach před stářím, strach před smrtí, předpoklad, že člověk se za svůj věk stydí a nemá se mu připomínat? To pověštné „v domě oběšencově nemluvte o provaze“?

Věk je přitom současně identifikačním znakem každého člověka - občana, je součástí rodného čísla; je přímým, nezískaným, sociálním statutem. Čas, kdy jsme se narodili, jsme si nevybrali, ale - řečeno s Jean-Paul Sartrem, „byli jsme do něho vrženi“.

Kdybych žila před sto lety, třeba by mne oslovila pracovnice městského úřadu jako prý kdysi Svatopluka Čecha při jeho padesátce „slovutný kmete“. Mně by asi řekla „zasloužilá stařeň“, protože slovo „kmetka“ se nepoužívalo ani tehdy, ani nyní.

Tento posun v oslovení a obavy, že druhého urazíme, vyslovíme-li jeho věk, svědčí o obavách společnosti ze stáří. Svědčí o našem negativním postoji k faktu, který významně strukturuje společnost. Nejen tu naši. Žádná statistika se neobejde bez udání věku jedinců, které sleduje. a to by nás mělo zajímat. Jde o sociologický fenomén, který zde existuje a který je třeba nejen zkoumat, ale takové postoje ovlivňovat. Přenáší se totiž na celou skupinu seniorů a ta je - co do počtu - velká. Staří lidé dnes představují skoro pětinu občanů; za pár let budou

skoro třetinou. a to je hodné velká „minorita“, než abychom ji mohli opomíjet, obcházet, bát se ji oslovit, sledovat, co si myslí, snažit se ji získat a začlenit do celku společnosti.

Vysoký věk je tabu, které je nevysslovitelné. i v návodech, jak se stát rychle dobrým manažerem, či jak získat dobré místo, nás autoři učí, jak ve svém motivačním dopise, jímž se ucházíme o zaměstnání, chytře obejít uvedení svého věku. Tedy přesněji jen tehdy, jsme-li již - z hlediska žádoucích kritérií dané profese - tzv. přestáří. Ve Světové zdravotnické organizaci (WHO) před čtvrtstoletím probíhaly diskuse, jak členit fáze lidského stáří.

U nás se tehdy na rovinu říkalo: věk produktivní, poproduktivní (což byli všichni důchodci) a přestáří. Diskuse vedené ve světě na téma, že by bylo vhodné místo „přestáří“ říkat „pozdní stáří a dlouhověcí občané“, byly tehdy považovány spíše za nepatřičný purismus, na nějž jsme při budování socialistické společnosti neměli čas. Sem tam se někdo ozval, že není adekvátní mluvit o zasloužilých soudruzích jako o přestárlých, protože to připomíná termín „prezrálý“. a tak jsme i u nás časem zvolili vhodnější označení.

Když se odvážím „vědět“, že ten druhý není obdivovaným mládětem, ba ani ženou středního věku, udělám jí alespoň další kompliment: “Vy ale nevypadáte na sedmdesátnici,... to by vám člověk neřekl.“ Představte si, že byste potkali člověka z jiné minority, také primární - tedy nezískané - s připsaným sociálním statusem, a řekli mu: “Vy ale nevypadáte jako černoch, Arab, cikánka, žena...” a chtěli jste tím jemu nebo jí zalichotit. Brachiální násilí by bylo odpovídající odpovědí.

Staří lidé se však takovou lichotkou cítí potěšeni. Znamená to, že se ztotožňují s negativním hodnocením svého věku. Sami sebe znevažují, vykládají vtipy zesměšňující stáří, mluví o demenci či vlastní skleróze, předem snižují možnosti starých lidí; to všechno proto, aby předešli předpokládanému útoku. Řeknu-li to sama a napřed, ti druzí to již snad nezopakují. Tak jedná každá „ohrožená minorita“. Známe přece typické židovské vtipy a i vtipy nás Čechů o sobě samých.

Co tím chci říci? V nás všech, i v těch starých, je ageismus - averze ke starým, strach před stářím, a popírání něčeho, co bývalo ještě před sto lety považováno za výsadu, symbol cti a moudrosti. V knize knih, ze kterých vychází i naše evropská kultura, tedy ve Starém zákoně, bylo stáří označováno za *epiteton ornans*, a v mnoha kulturách je tomu tak dodnes.

Být starým bylo výsadou; ještě ve dvacátých letech to konstatoval i Stephan Zweig ve své vzpomínkové knize Svět včerejška, kde mimo jiné říká: "Tak se stávalo to, co je dnes téměř nepochopitelné, že mládí bylo pro každou kariéru překážkou, kdežto vyšší věk předností... Noviny doporučovaly prostředky, jak urychlit růst vousů, ...mládí pětadvacetiletí lékaři nosili mohutné plnovousy a i když to jejich zrak nepotřeboval, nasazovali si brýle se zlatými obroučkami, jen aby tím u svých prvních pacientů vzbudili dojem zkušenosti. Důstojná chůze a pokud možno malé břicho ztělesňovaly žádoucí usedlost." Dnes je tomu naopak.

Jsme informační společnost. Média - televize, v závěsu za ním rozhlas, bulvární tisk, noviny, časopisy, knihy, vzdělávací přednášky - mají velký vliv na vytváření veřejného mínění; hodnocení i sebehodnocení. Do tohoto obrazu zapadá také veřejná politika, sociální politika, diskuse o opatřeních státu či obce ve prospěch určité skupiny, zastoupení dané (věkové) skupiny v zastupitelských orgánech a/nebo programech politických stran, a její inkluze, nebo naopak trvalá exkluze ze společnosti.

Exkluze nemusí být prováděna jen „zákazem vstupu“, ale třeba i tím, že její příslušníci se nevyskytují v rozhodovacích orgánech, nevystupují dosti často na veřejných shromážděních a jsou pak v médiích prezentováni vždy v inferiorních, nevýznamných či směšných rolích. Image starého člověka samozřejmě ovlivňuje i škola - to, jak jsou v osnovách staří lidé prezentováni, jaké texty o nich žáci či studenti ve školách čtou. Snad i dobře myšlené programy politických stran a články o starých lidech či výroky typu "jeden pracující člověk bude muset již za deset let platit vyšší daně, aby uživil nejméně dva důchodce", nebo „musíme zvát do země cizince, abychom měli na důchody“, vytvářejí negativní představu o stáří a ze starých lidí dělají přítež. Programy „úcty ke stáří“ se pak zcela logicky mívají účinkem.

Přitom se jedná o obraz početné významné věkové skupiny, jejíž příslušníci chodí pravidelně k volbám, a v níž převažují ženy představující další, relativně opomíjenou a mediálně často zkreslovanou skupinu.

Výsledky demografických analýz dokazují, že dnešní ženy starší 65 let se v průměru dožijí 83,5 roku a muži skoro osmdesátky. Prognózy o vývoji populace říkají, že v roce 2020 budou v západní Evropě staří lidé představovat 35% populace. Jen u nás bude v témže roce žen starších 65 let třikrát více než dnes. Vzbuzuje to obavy, i když po staletí si lidé přáli dosáhnout dlouhověkosti a hledali elixír života.

Zatímco před několika staletími se lidé báli, že ve staří budou mít hlad, bolesti a budou umírat bez přístřeší, v zimě a bez zpovědi, dnešní staří lidé se bojí sociálního vyloučení. Bojí se osamocení a nezájmu; pro tuto fázi života nemají náplň. Přitom se z hlediska poměrně nedávné minulosti mají dnešní staří lidé v Evropě jako ráji. Přesto jsou nespokojeni – patří totiž do druhé, ne-li ještě do nižší sociální kategorie. Jsou „neperspektivní“, málo konzumují, mají odlišnou hodnotovou orientaci, nevydělavají peníze, připadají si neužiteční a ostatní jim to dávají najevo. Nevědí čím naplnit čas, který mají k dispozici. Dříve čas postrádali a dnes ho mají přebytek. Nemají svoji subkulturu.

Kultura v původním smyslu znamená obdělávání půdy, pěstování rostlin, ale i zařazování a řízení jedince či celých skupin dle určitého pořádku. Kulturou nazýváme také zdokonalování, sebeutváření či ovlivňování lidských schopností a zvyků. V každé společnosti existuje vedle dominantní kultury i určitá věkově nebo genderově podmíněná subkultura. Skupiny se jejím prostřednictvím odlišují a demonstují svou identitu; často se jí i brání, aby nesplynuly s celkem.

Proto mluvíme o subkultuře etnik, národnostních skupin, přistěhovalců nebo cizinců. Již dávno jsme si zvykli na to, že svoji subkulturu si vytvářejí mladí lidé. Subkultura není jen napodobováním či odmítáním kultury dominantní; může a být i zdrojem nových podnětů a přínosem pro celek. Musí si být ale vědoma své odlišné hodnotové orientace, resp. specifických rysů.

Starší lidé v Evropě, a u nás zvláště, si bohužel sami sebe příliš neváží. Hodnotí se dle kritérií generace mladé a střední a dle toho, jak jsou prezentováni v médiích, která sledují. Nevytvářejí si vlastní měřítko, ale jen se přizpůsobují převládajícímu proudu; nejsou zatím ochotni definovat odlišnosti a své priority. Když již opravdu mladším generacím nestačí, vyžadují - často skoro direktivně - úctu ke svému věku, který však do té doby nevádějí. Jejich chování je podobné situaci ve světě, kde se některá etnika snaží splynout s dominantní kulturou a nedaří-li se jim, vymáhají si úctu ke svému statutu a odlišnosti jako povinnost.

V tom jim podobně jako starým lidem napomáhají - či spíše nenapomáhají - ti, kdo tvoří jejich mediální obraz. Místo pozitivních specifik vztahujícím se ke starým lidem a především starým ženám, které v této skupině tvoří jasnou většinu, svůj věk a související aspekty považují za nedostatky. Věk pak popírají tak dlouho, jak jen to jde!

Je možné, že mediální obraz starých lidí je tak inferiorní i proto, že se v této skupině spojují dvě spíše opomíjené a podceňované skupiny: staří a ženy. Ano, ženy ve starších generacích jasně převažují a převažovat budou. Kdybychom pro příslušníky této generace uspořádali seznamovací večírek a pozvali na něj tisíc žen, ve stejné věkové skupině pro ně nenajdeme stejný počet partnerů.

Se stoupajícím věkem bude počet mužů mezi seniory menší a menší. Po sedmdesátce jich bude necelých pět stovek a v ještě vyšším věku jich na tisícovku žen připadne již jen 260. i proto jsou možná staří lidé jako celek podceňováni.

Jak jsou staří lidé a především staré ženy v médiích prezentovány? v jakých rolích je vidíme, v jakých situacích, v jakých reklamách a v jakých pořadech? a kdy vůbec staří lidé nejvíce sledují televizi, kdy rozhlas a které noviny vlastně čtou? Co se tam dočtou o společnosti a co sami o sobě? Mohou na základě těchto zpráv a mediálního obrazu, kterého se jim dostane, docílit vyššího sebevědomí nebo si je spíše snížit? Podněcuje je jejich zjištění k vytváření vlastní subkultury, nebo je jejich obraz tak negativní, že je nutí k zapírání a zatracování

stáří? Je i v českých pořadech a článkách ageismus? Je možné v nich identifikovat úmyslné snižování hodnoty starého člověka, především staré ženy, nebo jde o pouhou necitlivost k tématu?

To, a mnohé další, měl zjistit výzkum vedený Gender Studies, o.p.s. v rámci jednoletého projektu **Senioroky a společnost** podpořeného Ambasadou Spojených států amerických v Praze, který vám na následujících stránkách předkládáme. Je určen jak pro staré, tak pro mladé. Neboť ti mladí, budou-li mít to štěstí, také jednou zestárnou. Výsledky jsou však především určeny pro novináře...

Reprezentace seniorů a seniorky v médiích

Mgr. Linda Sokačová ve spolupráci s Mgr. Alenou Králíkovou, Mgr. Martinem Vávrou a Mgr. Ladou Wichterlovou

Úvod

Téma seniorů nabývá v současnosti v souvislosti s fenoménem stárnoucí populace na důležitosti. Často je v tomto kontextu zdůrazňován význam demografických procesů. Je to pochopitelné: stále více lidí se dožívá vyššího věku, což s sebou přináší nové příležitosti, ale i omezení v ekonomické a sociální oblasti. Dané téma ovšem nelze redukovat pouze na demografii a ekonomii. To, k čemu dochází, je transformace stáří jako takového, nebo - přesněji řečeno - transformace představy o stáří.

Fakt tzv. demografického stárnutí populace je často pojímán negativně. Stáří bývá spojováno s celkovou stagnací a regresí lidského života. V minulosti snad společnost měla jednotnou představu, tj. model pro život seniorů, který se samozřejmě lišil podle sociálního postavení i pohlaví. v takové situaci již nejsme. Jak píše Anthony Giddens [1991], na rozdíl od tradiční společnosti a z velké části i společnosti průmyslové, lidé pozdní modernity (a těmi lidmi jsme i my) si musejí svůj život volit. Musí tak však činit - a dále jednat - v podmínkách, které si sami nezvolili. Ve společnosti zároveň působí představy ze starých časů současně s novými obrazy stáří, v dnešní době zejména mediálními. Dail [1998] konstatuje, že seniorská populace je ovlivněna negativními stereotypy více, než kterákoli jiná identifikovaná sociální skupina. Reprezentace seniorů jako bezmocných, nepoddajných a slabých lidí, nebo jejich nereprezentace, může přispět k jejich odcizení [Tupper 1995].

Podle Gerbner [1993; 2017] jsou masová média v industriální společnosti všudypřítomným velkoobchodem se sociálními rolemi. Masová média, především televize, formují mainstream současné kultury. Prezentují stabilní, opakující se a přesvědčivý systém obrazů a sdělení. Poprvé v lidské historii už není většina příběhů vyprávěna rodiči či školou, ale právě prostřednictvím médií. Pokud chceme říci něco podstatného o jakékoli části naší

společnosti, analýzu médií nelze pominout. To platí samozřejmě i o tématice seniorů. Tato publikace je pokusem o právě takovou analýzu.

Základním cílem naší analýzy je zodpovědět následující otázky:

- Jakou důležitost zastává tematika seniorů ve zpravodajství českých medií?
- S jakými tématy jsou seniori spojováni?
- Je obraz seniorů v médiích spíše negativní nebo pozitivní?
- Jakým způsobem pojmají média veřejné služby seniorskou tematiku?

Odpovědi na tyto otázky byly hledány v tisku, rozhlase a televizi v průběhu měsíce února 2005.

Sociální konstrukce stáří

Výzkumy, které se zabývají tématem seniorů dostatečně do hloubky, ukazují, že stáří je sociální konstrukcí. To znamená, že neexistuje přirozeně, tedy jako věk následující po určitém pevném věkovém prahu, ale je společností vymezeno a naplňováno významy [Šmaus 2004]. V tomto smyslu je potřeba chápat tvrzení Tracey Revenson [1988], že stáří lidé mají pouze ty problémy, které jim připíšeme. Na takovém zjednodušujícím připsování vlastností jednotlivým věkovým skupinám má často podíl i výzkum v sociálních vědách, který se soustřeďuje na tzv. transverzální výzkumy, tedy výzkumy, které sbírají data od respondentů v jeden časový okamžik, a mohou tak zjišťovat vždy pouze jejich současnou situaci. Výzkumy, které se zaměřují na stabilitu vlastností a názorů respondentů v průběhu jejich života, zjišťují, že seniori si do značné míry zachovávají takové vlastnosti a životní styly, které získali ve svém dřívějším životě; a ty jsou značně diferencované podle vzdělání, sociálního postavení i doby, kdy se daný člověk narodil. Právě to často stojí za rozdíly mezi generacemi – nikoli stárnutí, ale jiné životní zkušenosti, vzdělání atd. Přestože tedy seniori představují mnohotvárnou skupinu s nejasnými hranicemi, jsou často nahlíženi jako jediná homogenní skupina, která je asociována s množstvím negativních stereotypů [Revenson 1988].

Významným institucionálně daným mezníkem, kterým se člověk „stává starým“, je samozřejmě věk odchodu do penze. Jak ovšem ukazují Vidovičová a Rabušicem [2005], názory lidí na to, kdy se člověk stává seniorem, a jaké další charakteristiky kromě věku jsou ve hře, se významně liší. Mladí lidé kladou práh stáří do nižšího věku a považují jej za pevnější danou kategorií než lidé starších generací, kteří spíše zvažují rozdíly mezi jednotlivci, díky nimž může být jeden člověk označen za starého, zatímco jiný ve stejném věku nikoli - např. pokud je v dobrém fyzickém stavu a adaptabilní.

I samotné významy a vlastnosti, které stáří připisujeme, jsou značně negativní, jak ukazuje výzkum **Ageismus** vedený Vidovičovou a Rabušicem [2005]. Následující tabulka představuje stručný příklad diskriminačního vnímání seniorů na trhu práce.

	celkem	věk respondenta		
		15-29	30-49	50+
Starší lidé by měli uvolňovat svá pracovní místa mladším, protože ti jsou výkonnější a schopnější.	40	55	38	28
Už nemá moc cenu, aby se lidé po padesátce dál něčemu učili.	15	19	14	14

Tabulka 1: Hodnota stáří na pracovním trhu v konkurenci mladších kohort (souhlas s výrokem, v %)

Zdroj: Vidovičová, Rabušic 2005

Data ukazují, že negativní seniorů vnímání je značně věkově diferencováno: mladí lidé mají o hodnotě starších lidí na trhu práce nejhorsí mínění, což je značně zneklidňující. I díky uvedeným stereotypům spojovaným se stářím neumí česká společnost (ale to platí i pro další západoevropské státy) využívat dovedností, znalostí a zkušeností této části populace, a většina společenských oblastí je nastavena především podle parametrů mladších věkových ročníků.

S tím úzce souvisí pojem ateismus, neboli věková diskriminace, která do velké míry ovlivňuje postavení seniorů a lidí v předseniorském věku v různých oblastech společenského života. Ageismus bývá definován jako „proces systematického stereotypizování a diskriminace lidí pro jejich stáří, podobně jako se rasismus a sexismus vztahují k barvě pleti a pohlaví. Staří lidé jsou kategorizováni jako senilní, rigidní ve svém myšlení a způsobech, staromódní v morálce a dovednostech... Ageismus dovoluje mladším generacím vidět starší lidi jako odlišné od nich samých, a proto jim brání, aby se se staršími lidmi identifikovali jako s lidskými bytostmi. Ageismus je manifestován širokým spektrem fenoménů jak na individuální, tak na institucionální úrovni: stereotypy a mýty, otevřené opovržení a averze nebo jednoduše vyhýbání se kontaktu, diskriminační praktiky v bydlení, v zaměstnání a službách všeho druhu, přídomky, kreslené seriály a vtipy“ [Vidovičová 2005; 4 - 6]. Vidovičová vyslovuje rovněž hypotézu, že ageismus má tendenci vzájemně se posilovat v kombinaci s ostatními formami diskriminace - nejčastěji sexismem.

I když ženy tvoří většinu seniorské populace, jsou do značné míry opomíjeny. Informace o seniorkách nabývají většinou formu generalizace i přesto, že seniorská populace je heterogenní. Tyto generalizace často nabývají povahy negativních stereotypizací seniorek jako neaktivních, nezdravých, asexuálních a neefektivních. Muži - senioři jsou s postupujícím věkem považováni za více „femininní“; feminita bývá spojována s psychologickou závislostí a bázlivostí [Woolf 1998; Block et al 1981].

Mediální reprezentace seniorů v odborné literatuře a empirických studiích

Téma reprezentace seniorů v médiích není dosud v českém prostředí dostatečně zpracováno, i když vzniká řada vědeckých prací a analýz otázek souvisejících se seniory jako je např. jejich postavení ve společnosti či ageismus¹, který je ovšem často pojímán značně úzce. I zde se projevuje tradiční zaměření sociálních věd u nás, kdy jsou rozvíjeny jistě velmi důležité oblasti jako např. finance či péče, opomenuti se dostává právě tématice „mediální reprezentace“ stáří. Média přesto představují jeden z důležitých prostředků, které podněcují a dále rozvíjejí diskuzi o společensky relevantních tématech, mezi něž postavení seniorů bezesporu patří.

¹ Např. Vidovičová, L., Rabušic, L. [2005]; Vohralíková, L., Rabušic, L. [2004].

Obsahem výzkumů na téma seniorů a vztah hromadných sdělovacích prostředků k nim není pouze zjišťování mediálního obrazu starších osob, ale zabývají se také preferencemi konzumovaných médií a typem sledovaných pořadů a článků.

Podle agentury Focus [2005], která se zaměřila na sledování televize touto cílovou skupinou, sleduje největší podíl seniorů televizi po dobu 1 - 3 hodin denně. Nejčastěji sledovanou stanicí je mezi respondenty TV Nova, následuje ČT1. Lidé starší šedesáti čtyř let se v televizi dívají především na zpravodajské a publicistické pořady, seriály a filmy, a součtě (48%). Výzkum dále zjistil, že sledování televize je dominantní náplní volného času dotázaných. Všichni seniori, kteří se na televizi dívají, tuto aktivitu uvedli na prvním místě. Činností uváděnou s nejvyšší frekvencí na druhém místě je poslech rádia a hudby (31%), na třetím místě je četba (29%).

Řada zahraničních studií [např. Gerbner, Gross, Signorielli and Morgan, 1980; Bishop and Krause, 1984; Signorielli 2001 aj.] upozorňuje na podreprerzentaci seniorů v médiích. Podtrhují také fakt, že jsou spojování především s negativně vnímanými tématy jako násilné trestné činy či ekonomické problémy, jež způsobuje právě jejich stáří nejen konkrétním osobám, ale také celé společnosti. V této souvislosti je jistě možné zmínit časté mediální opakování např. vysoké nákladnosti důchodových systémů zatežujících státní rozpočet a prohlubování státního dluhu v souvislosti s nízkou či žádnou ekonomickou aktivitou seniorů.

Některé výzkumy z poslední doby však ukazují jistý posun v zobrazování starších lidí v seriálech [např. Bell 1992]. V amerických seriálech uváděných v hlavní vysílací době začínají být seniori zobrazováni jako mocní, zdraví, aktivní, obdivovaní a sexy lidé. Většina výzkumů však i nadále upozorňuje na problém nedostatečného zastoupení seniorů, především pak žen - seniorek [Turner 1995]. Podreprerzentace seniorů je více patrná v animovaných pořadech pro děti. Bishop a Kraus [Turner 1981] zjistili, že v tomto typu pořadů tvoří seniori kolem 7% všech animovaných postav; ženy chybí úplně. Nejčastěji jsou seniori zobrazováni v souvislosti s negativními konotacemi jako je zhoršení různých schopností a dovedností ve stáří. Dalším v zahraničí zmapovaným tématem je míra zastoupení seniorů v reklamách: i zde se seniori vyskytují velmi zřídka.

Zaměření a metodologie analýzy

Soustředíme-li se pouze na obsah médií a jeho působení na společnost, máme na výběr z mnoha přístupů a teorií. I přesto, že tato publikace nemá teoretické ambice, je potřebné zmínit alespoň základy poznatků mediálních studií.

Teorie předpokládající neomezený vliv hromadných sdělovacích prostředků, tj. „obtiskování“ jimi prezentovaných zpráv a názorů přímo do myslí lidí, byly opuštěny. Okrajové jsou i názory, které nepřisuzují médiím žádnou výraznou autonomii a vidí je pouze jako odraz jiných společenských fenoménů.

Současné teorie již hovoří o diferencovanějším vlivu médií. Významná byla z tohoto hlediska teorie dvoukrokového toku komunikace. Podle ní nepůsobí informační média pouze přímo na jednotlivé recipienty, ale také zprostředkovaně skrze takzvané „názorové vůdce“ (opinion leaders) – ty členy společnosti, kteří jsou uznáváni svým okolím jako autority v určité oblasti.

Podle **Agenda-setting teorie** neurčují hromadné sdělovací prostředky, co si lidé myslí o určité oblasti, ale stanovují spíše témata, o kterých přemýšlejí [Kalvas 2004: 184]. To znamená, že lidé přistupují k informacím kriticky a kreativně zároveň, dokáží si spojitvat jejich části, ale přesto jsou do značné míry omezeni agendou, kterou jim média vymezila.

Jazyk, obrazy a reprezentace, které média využívají, nejsou totiž pouhými reprodukemi sociálního světa, ale sociální svět je jimi také konstruován. Tím, že různé společenské fenomény pojmenováváme, jim dáváme smysl a význam. Odlišná pojmenování iniciují odlišné zacházení s nimi a odkazují k jiným způsobům řešení. To – přivedeno do jazyka a jazykových konotací – znamená, že něco jiného si představíme, pokud použijeme výraz *důchodce*, něco jiného pod výrazem *senior*. Zatímco *důchodce* odkazuje spíše k tomu, že se jedná o ekonomicky neaktivní osobu, *senior* se tímto souvislostem vyhýbá a poukazuje i na další – aktivní a pozitivní – aspekty seniorského života.

Média stanovují, co je důležité. Jejich vliv není neomezený a projevuje se skrze celou řadu dalších fenoménů. Protože nám ale poskytují látku k přemýšlení, mohou svým významem mnohé stereotypy vytvářet nebo posilovat a také působit směrem k vytvoření bohatšího a nediskriminujícího obrazu seniorů². Média jsou jedním z důležitých prostředků, které podněcují a rozvíjejí diskuzi o společensky relevantních tématech, mezi něž otázka seniorů bezesporu patří. Kodex ČT říká, že ČT je „svými pořady orientačním bodem pro všechny členy společnosti a podporuje soudržnost společnosti a integraci všech jednotlivců, skupin a společenství; zvláště se pak musí vyvarovat jakýchkoli forem kulturní, sexuální, náboženské či rasové diskriminace a společenské segregace.“

Tento výzkum zobrazování seniorů v médiích je založen především na použití metody obsahové analýzy. Jedná se o kvantitativní metodu zkoumání obsahu sdělení (v tomto případě mediálních), na základě pevně stanovených kritérií. Ve výzkumu, kdy jsme hledali příspěvky týkající se seniorů, bylo nutno stanovit si základní jednotky, kterými se budeme zabývat. Zvolili jsme články ve čtyřech denících a vybrané pořady v rozhlasu a televizi.³ Tématické články, pořady a programová schémata byly dále podrobeny kvalitativní analýze⁴. Ta se zaměřovala na to, jak média informují o seniorech a tématech se seniory spojenými. Cílem výzkumu nebylo sledovat, jaké pořady senioři sledují, a které pořady jsou pro ně koncipovány. Cílem není ani zmapování podílu seniorů mezi osobami, které v médiích vystupují.

Pro účely vymezení zkoumaných dat bylo nutno zvolit nejen média, ale také časové rozmezí, kdy budou jejich obsahy podrobeny analýze. Vzhledem k rozsahu projektu jsme se omezili na jeden měsíc – únor 2005.

¹ Tuto roli by měla samozřejmě zastávat především veřejnoprávní média.

² Byly zvoleny čtyři hlavní celorepublikové deníky (bulvární tisk nebyl do analýzy zahrnut) a veřejnoprávní média, která se ze své povahy mají věnovat celospolečensky závazným tématům a sociálním minoritám.

³ Pro zaznamenání pořadu, článku či zprávy na téma senioři byl vytvořen záznamový arch (příloha 1).

Konkrétně byla analyzována tato média a pořady:

Tisk:

- Hospodářské noviny
- Lidové noviny
- Mladá Fronta Dnes
- Právo

Rádio

- Český rozhlas 1 - Radiožurnál: zpravodajská relace Ozvěny dne v 18.00
- BBC - Interview BBC

TV

- Česká televize - ČT 1: hlavní zpravodajská relace Události (19.15)
- Pořad Barvy života

V rámci ČRo1 a ČT byla také monitorována programová skladba těchto médií, tj. jak média veřejné služby pokrývají tematiku seniorů. Pro doplnění informací byly dále monitorovány pořady *Otázky Václava Moravce* (přechodně *Otázky ČT*), *Hyde Park a Za zdí* od ledna 2005 do srpna 2005. Především kvůli nízkému počtu jednotlivých příspěvků v únoru 2005 (i když právě tento fakt je jedním z nejpodstatnějších zjištění analýzy), je nutné výsledky v následující části pojímat především jako pilotní studii k rozsáhlejší mediální analýze.

Analýza českých médií Česká televize

Hlavní zpravodajská relace ČT: Události

V únoru 2005 se v hlavní zpravodajské relaci ČT objevilo 6 příspěvků, které se různým způsobem věnovaly tématu seniorů. Nejčastějším tématem bylo zdravotnictví a kriminalita. Spíše průřezovým se pak staly finance.

	Počet příspěvků	O kom/čem se hovoří
Zdravotnický systém	3	důchodci (1), dlouhodobě nemocní (1), seniři (1)
Kriminalita	2	důchodci (2) a seniři (1) jako oběti
Sociální reforma	1	stárnutí populace
Finance/ekonomika	3	seniři(1), dlouhodobě nemocní (2)

Tabulka 2: Témata příspěvků v pořadu Události

Jak vyplývá z tabulky, nejčastěji se o seniirech hovořilo v souvislosti se zdravotnickým systémem a kriminalitou. Jednotlivými příspěvky prolínala otázka financování. Diskutována byla rovněž důchodová reforma. V jednom z příspěvků se překrývala témata kriminality a zdravotnictví a ve dvou případech financování a zdravotnictví.

Ve spojitosti se zdravotnickým systémem byla řešena otázka mrtvých duší v systému VZP, chřipková epidemie a problémy s financováním zdravotnických institucí a sociálních programů neziskových organizací. Průřezové téma financování dodávalo některým příspěvkům na negativním charakteru. Převažoval v nich tón, že finance, které směřují k seniorům, jsou vysoké a zatěžují relevantní rozpočty, nebo se v nich naopak na seniory nedostává adekvátní množství. Nejpůsobivější byl tento trend v reportáži „Vimperská nemocnice v ohrožení“, která se zabývala pozdními platbami zdravotních pojišťoven. I když se v příspěvku neobjevilo slovo *senior* či *důchodce*,

ale *dlouhodobé nemocní*, obrazový doprovod se týkal výhradně nich. Drahá lékařská péče o dlouhodobě nemocné (či spíše seniory, jak ukazuje obrazová dokumentace) je zátěží pro nemocnici.

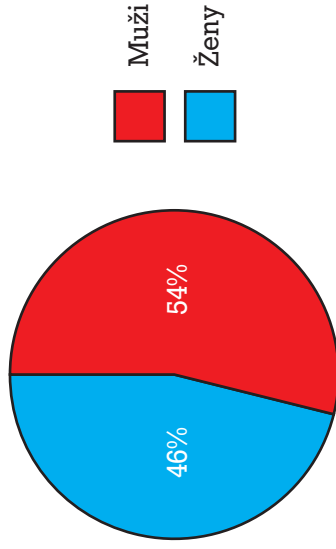
Měsíc únor patřil vedle aféry bývalého premiéra Stanislava Grosse událostem druhé světové války a zesnulému papeži Janu Pavlu II. V souvislosti se zaměřením této analýzy na postavení života seniorů ve společnosti je zajímavé zmínit, že v některých reportážích věnovaných jeho osobě bylo kromě jeho zdravotního stavu zmiňováno také jeho přesvědčení, že život má smysl za všech okolností.

Nejčastějším pojmenováním osob vyššího věku ve zpravodajských příspěvcích je *důchodce* či *senior*. Prvně jmenované označení zdůrazňuje spíše ekonomické postavení osoby a její ekonomickou závislost na společnosti. Jako extrémní ilustraci tohoto faktu je možné použít příklad pojmenování bývalého premiéra České republiky Miloše Zemana přídomek *důchodce z Výsočiny*, který je používán pro zdůraznění neaktivity na sklonku života.

V rámci jednotlivých reportáží jsou senioři zobrazováni jako aktivní i pasivní subjekty; tedy jako doprovodný obrazový materiál a subjekty, o kterých je hovořeno; jsou však zobrazováni také jako aktivní komentující osoby.

Publicistické pořady Barvy života

V programovém schématu ČT je seniorům speciálně určen pořad *Barvy života* s podtitulem *magazín nejen pro seniory*, který je vysílán jednou týdně vždy v pátek. Cílem pořadu je *poskytnout praktické informace, inspirativní nápady a setkání se zajímavými seniorskými osobami*. Pravidelnými rubrikami jsou portréty aktivních seniorů, rozhovory se zajímavými osobnostmi, zdravotní okénko a také rozhovory a reportáže na aktuální témata a problémy, které se vztahují k životu seniorů. i v tomto formátu převažuje nad ostatními zdraví a kriminalita. V rámci jednotlivých vydání pořadu jsou v rámci hlavních rozhovorů a medailonků ženy a muži zastoupeni paritně.

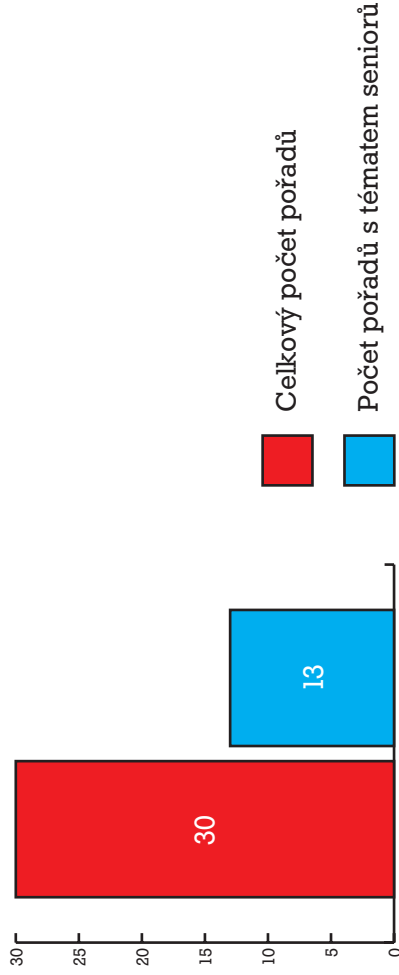


Graf 1: Zastoupení mužů a žen v rozhovorech a medailoncích

Pořad se zaměřuje na aktivní stránku seniorského života a vybízí k aktivitě; charitativní a sociální tematika je potlačována. Je kladen důraz na partnerský přístup diváka a moderátorů. Těmi jsou senioři: dvě ženy a jeden muž. Jsou potlačovány zdrobněliny jako *školička* atd., které jsou hojně používány v sociální sféře (tento přístup se objevuje např. v jedné z reportáží z domova důchodců, kde sociální pracovníce používají výrazy *školička*, *dílničky*, *kavárnička* apod.) a vzbuzují pocit, že senioři jsou sociální skupinou, k níž je třeba přistupovat specifickým ochranářským způsobem.

Další publicistické pořady ČT

Téma seniorů se objevuje také v dalších publicistických pořadech ČT. V tomto typu pořadů se mu dostává většího prostoru než ve zpravodajství. Analyzovány byly tyto pořady: *Otázky Václava Moravce* (přechodně *Otázky ČT*), *Za zdi* a *Hyde Park*.



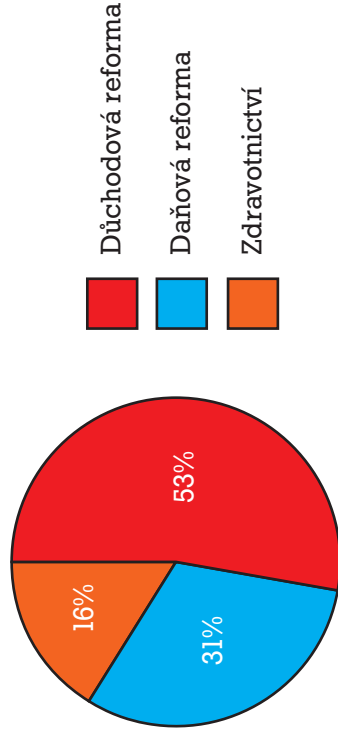
Graf 2: Příspěvky věnující se tématu seniorů v pořadu otázky Václava Moravce, Otázky ČT

Pořad *Otázky VM*, či přechodně *Otázky ČT*, který je hlavním diskuzním publicistickým pořadem ČT, věnoval tématu seniorů 13 pořadů z celkového počtu 30. Čtyřikrát byla reforma důchodového systému hlavním avizovaným tématem, ke skutečné diskuzi o ní však došlo pouze dvakrát. Ve dvou případech na toto téma nezbyl čas, což vypovídá o tom, že nebylo v dané vysílací situaci považováno za prioritní (bylo to v období vládní krize týkající se nevyjasněného financování bytu bývalého premiéra Stanislava Grosse). Témata související se seniory se objevila téměř v každém druhém vydání *Otázek*. Ne vždy se jednalo o kompaktněji zaměřené diskuze; často šlo o strohá politická provolání, že je třeba se věnovat reformě důchodového systému, či o spory mezi vládnoucí koalicí a opozicí o povaze a průběhu důchodové reformy.

Důchodová reforma byla nejčastějším tématem; následovaly ji daňové reformy a jejich souvislosti s důchodovou reformou a dopadem na seniory a zdravotnický systém. V rámci důchodové reformy se hovořilo o stavu jejich příprav, současné a budoucí výši důchodů, strukturu důchodů či podobě důchodového pojištění. V četnosti ji

následovala daňová reforma a její dopady na podobu důchodového systému a ekonomické postavení seniorů; často diskutovaným byl návrh rovné daně a rovného důchodu ODS. Další diskutovanou oblast představovalo zdravotnictví, konkrétně platby státu za důchodce v rámci zdravotnického systému (Graf 3).

Převažovala neutrální forma diskuze o uvedených tématech, i když potřeba důchodové reformy je politickou reprezentací často definována jako reakce na demografické stárnutí obyvatelstva a větší ekonomickou zátěž společnosti, podobně se hovoří také o nutnosti zvyšovat platby za státní pojistěnce, jejichž podstatnou část tvoří důchodci. Tyto diskuze vyznívají negativně a vzbuzují pocit, že důchodci jsou pro společnost spíše zátěží. S tím souvisí i nejčastěji používané označení, kterým bylo právě *důchodci* - označení ekonomicky neaktivní části obyvatelstva.

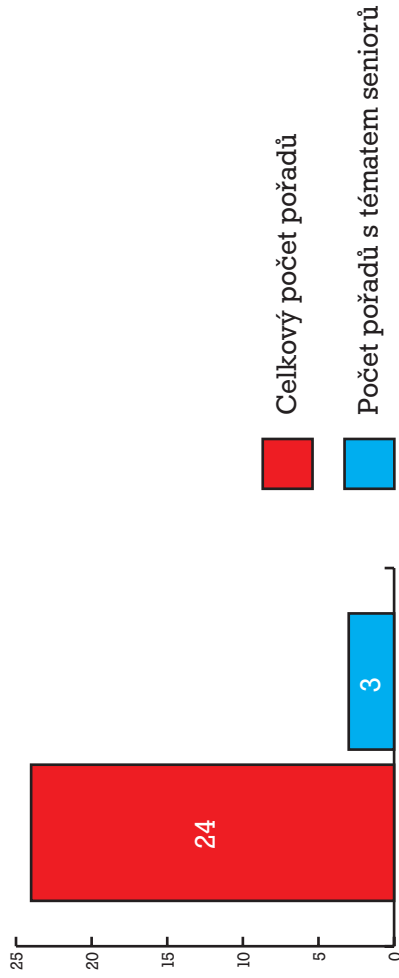


Graf 3: Témata spojovaná se seniory v pořadu Otázky Václava Moravce, Otázky ČT

Dalším sledovaným publicistickým pořadem ČT byl *Za zdi*. Jde o poradenský typ pořadu s podtitulem „*Cítíte se bezmocní, jste obětí nebo svědkem týrání, šikany, bezohlednosti? Zkuste prorazit zeď společně s Janou Lorenovou.*“ Tématům spojeným se seniory se pořad z celkového počtu 24 vysílání věnoval třikrát (Graf 4). Pořad je

vždy koncipován tématicky, část tvoří reportáž, část je věnována studiové diskuzi s odborníky na danou problematiku. Součástí pořadu je webová stránka přinášející poradnu, články na daná témata, slovníček a databázi organizací, kam se obrátit v případě problémů. Díky této struktuře se vybrané oblasti věnuje celý pořad a téma je dále reflektováno a rozvíjeno na internetové stránce pořadu, kde je mu věnován větší prostor. Příspěvky, i díky samotnému zaměření⁵ pořadu na řešení problémových situací, kopírují tradiční rozložení témat spojených se seniory: kriminalita – senioři, navíc se zdravotním handicapem, jako oběti trestných činů, zdraví – majetkový problém spojený s Alzheimerovou chorobou, nemocný člověk v předseniorském věku jako oběť nemoci a majetkových sporů, a problémy se získáním místa v domovech pro seniory, které mohou přerůst v neoprávněné získávání finančních zdrojů. Z uvedeného výčtu je zřejmé, že dochází ke křížení témat zdraví a kriminalita a všemi příspěvky se (i díky zaměření pořadu) prolíná tematika zneužívání seniorů jako bezbranné sociální skupiny. Tato skutečnost je zdůrazňována výrazy typu „*bezbranní lidé*“ (reportáž o kriminalitě) či zdůrazňováním komplikovanosti podmínek doprovázejících seniorský věk: „*shánět místo v zařízeních pro lidi vyššího věku a pro nemocné je někdy velmi složité.*“

⁵ Pořad se věnuje těmto okruhům: psychické a fyzické zdraví, pracovní-právní vztahy, zdravotnictví, lidská práva a problémy v právní oblasti.



Graf 4: Počet pořadů s tématem seniorů v cyklu Za zdi

V novém publicistickém pořadu ČT, který zahájil vysílání 10. května, *Hyde Park – otevřená společnost v otevřené diskuzi*, se téma seniorů zatím neobjevilo (do konce srpna bylo odvysíláno celkem osm vydání).

V rámci tématických Večerů na téma... vysílaných na ČT2 v neděli od 20 hodin byl jeden blok věnován tématu seniorů s názvem *Stáří má červenou (17.8.2005)*, který se skládal ze dvou dokumentárních pořadů: *Císařští poddaní (1969)* o péči o nejstarší občany, a *Hledání moudrosti stáří (2002)*.

Dalším cyklem, který se zaměřuje na seniory, je *Ještě jsem tady* (z roku 2003, v roce 2005 reprizován) s podtitulem *„Tereza Brdečková hovoří s lidmi, kteří mají víc za sebou než před sebou“*. Pořad má formou rozhovorů seznamovat se zkušenostmi generací narozených před rokem 1930; sloganem uvedený na webových stránkách ČT *„Stáří je smutné, ale je to prozatím jediný známý způsob, jak se dožít vysokého věku“* však dodává senior-

skému věku negativní charakter. Seniorský věk je titulem i podtituly pořadu představován jako nevyhnutelné pasivní zakončení života a období životní stagnace.

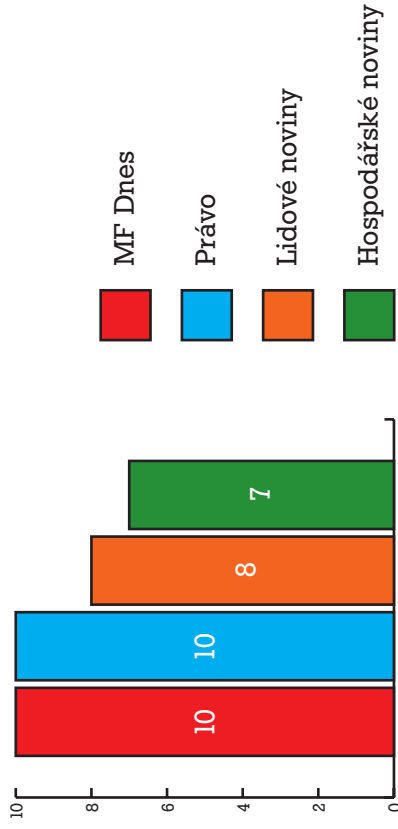
Zhodnotíme-li zastoupení seniorů v programu ČT, je možné říci, že jsou ve vysílacím schématu podprezentováni, zvláště s ohledem na demografickou skladbu obyvatelstva a míru aktuálnosti otázek spojených s postavením seniorů ve společnosti.

Seniorům je ve vysílacím schématu určen tematický pořad *Barvy života*. ČT tak sleduje strategii, kdy různým marginalizovaným sociálním skupinám věnuje ve vysílání tematický pořad, jímž plní svoji veřejnoprávní roli. Problémem však zůstává, jak tyto skupiny dále začleňuje do svého vysílacího schématu a jakým způsobem o nich informuje. u daného tématu by bylo např. zajímavé nenásilným a kreativním způsobem začleňovat otázky postavení seniorů ve společnosti i do dalších typů pořadů, především pořadů pro mládež, aby byla překlenována generační propast mezi mládeží a seniory. ČT se částečně podařilo do programového schématu zakomponovat souvislosti postavení Romů ve společnosti, jež pravidelně sleduje například ve zpravodajských relacích atd.⁶

Senioři v českém tisku

Počty článků v českých médiích za měsíc únor ukazují na to, že diskutované téma nepatří mezi prioritní. Nejvíce se mu se shodným počtem článků věnovaly deníky *MF Dnes* a *Právo*, následovaly *Lidové noviny* a poté *Hospodářské noviny*. Shodně se však u všech titulů jednalo o velmi malý počet článků a rozdílů mezi jednotlivými tituly tak byly ve svém důsledku minimální (Graf 5).

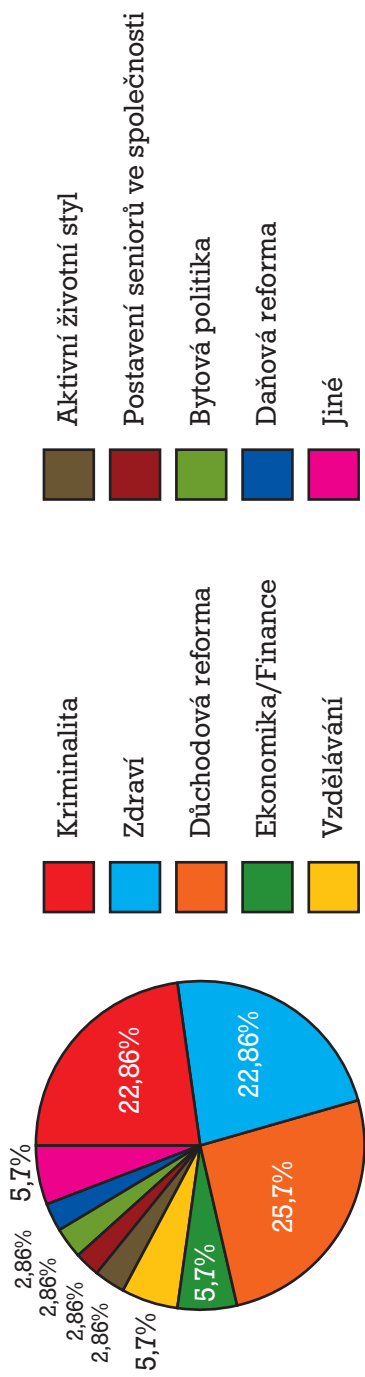
⁶ V tomto případě je sledována pouze četnost zájmu o tuto otázku, nikoli hlubší charakteristika informování o postavení Romů ve společnosti.



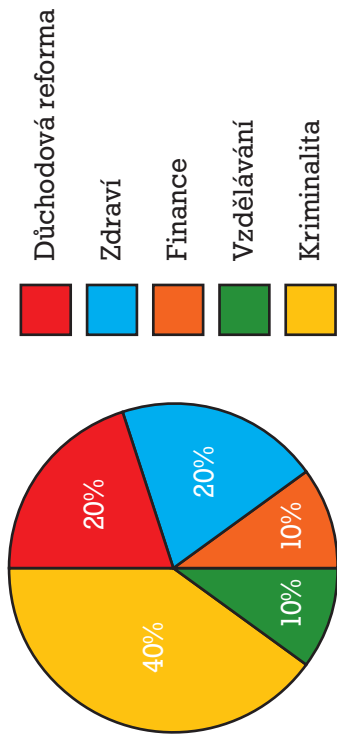
Graf 5: Počet článků na téma seniorů v tisku

Tematické zaměření článků

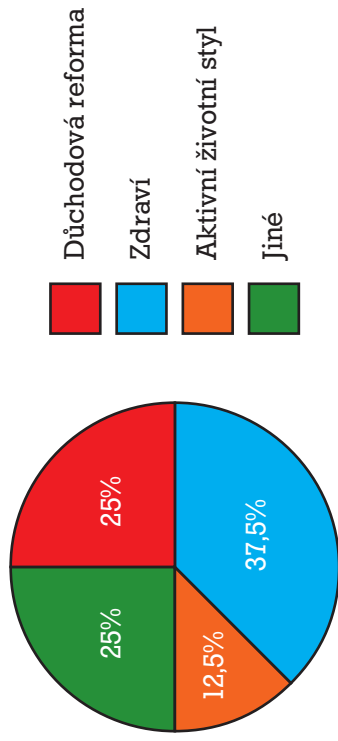
Nejčastějším tématem článků věnovaných seniorům byla důchodová reforma v ČR i světovém kontextu (25,7%). Následovala témata kriminalita a zdraví (shodně s 22,86%). Články o kriminalitě se zaměřovaly na seniory jako oběti násilných a majetkových trestných činů a články na téma zdraví informovaly o různých typech nemocí a způsobech předcházení jim. V těsném sledu pak byla ekonomika/finance, vzdělávání (shodně s 5,7%), postavení seniorů ve společnosti, bytová politika a daňová reforma (shodně s 2,86). Kriminalita a zdraví zaujímaly přední místa především v denících *MF Dnes* a *Právo*. Důchodová reforma prolínala všemi analyzovanými deníky (Graf 6 - 10).



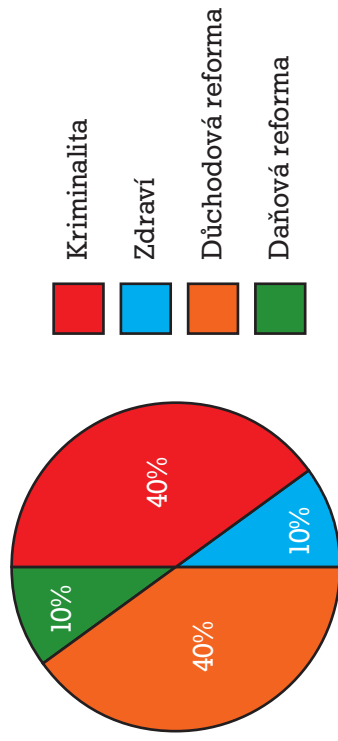
Graf 6: Tématické zaměření článků v denících MF, Dnes, Právo, HN a LN



Graf 7: Tématické zaměření článků v MF Dnes



Graf 8: Tématické zaměření článků v Lidových novinách



Graf 9: Tématické zaměření článků v deníku Právo



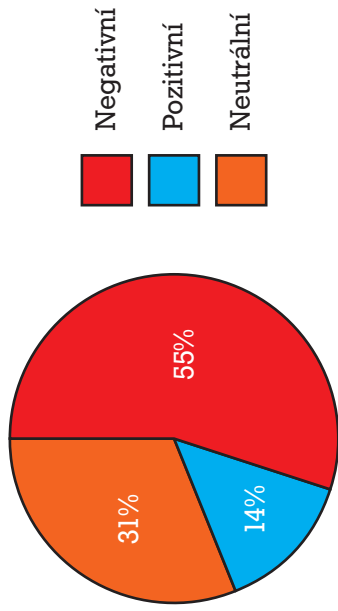
Graf 10: Tématické zaměření článků v Hospodářských novinách

Charakter příspěvků

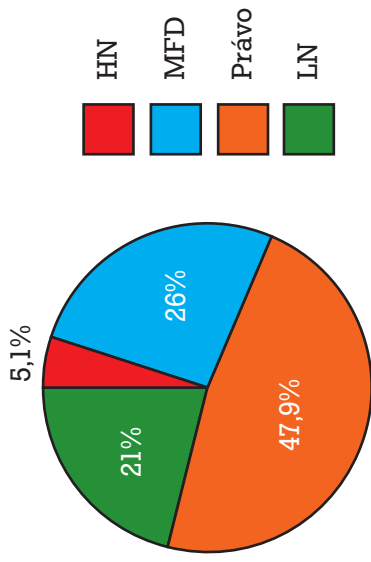
Většina příspěvků (54,3%, absolutně 19) měla negativní charakter. Tyto články se většinou zaměřily na kriminální - na seniory jako oběti trestných činů, a referovaly o seniorech jako o sociálně a fyzicky slabých společenských složkách; dále se zabývaly ekonomickou závislostí důchodců a jejich nízkým sociálním statutem, některé dokonce zdůrazňovaly zatežující vliv seniorské generace na státní rozpočet. Tyto články často hovořily o demografickém procesu stárnutí jako o *varovné vizi trápící řadu rozvojových zemí* (LN, 4.2. 05, Americký důchodový systém míří k bankrotu), která může způsobit, že *nebude mít brzy, kdo tu armádu dlouhověkých živit, čemuž se říká krize penzijního systému* (Právo, 4.2. 05, Důchodová ruleta).⁷ 31,4% (absolutně 11) příspěvků mělo neutrální, spíše zpravodajský charakter, a 14,3% (absolutně 5) článků mělo charakter pozitivní, tj. ve smyslu zdůrazňování aktivního životního stylu seniorů a aktivních složek seniorského života. Takové články se zabývaly vzděláváním

⁷ Samostatnou kapitolu tvoří titulky, které často nekorespondují se samotným obsahem článků a jsou velmi negativně zaměřeny. Jedním z extrémních příkladů je titulky z časopisu Týden: Diktatura starých.

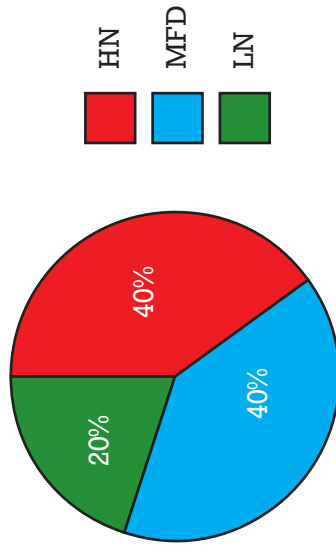
(IT kurzy, univerzity třetího věku), cestováním a přínosem seniorů pro společnost. Pozitivně laděné články se nejčastěji objevovaly v *MF Dnes* a *Hospodářských novinách*. Naopak články negativního charakteru byly publikovány nejčastěji v deníku *Právo*, kde bylo celkem 9 z celkového počtu 10 článků negativně laděných (Graf 11 – 13).



Graf 11: Charakter příspěvků v denících *MF Dnes*, *Právo LN* a *HN*



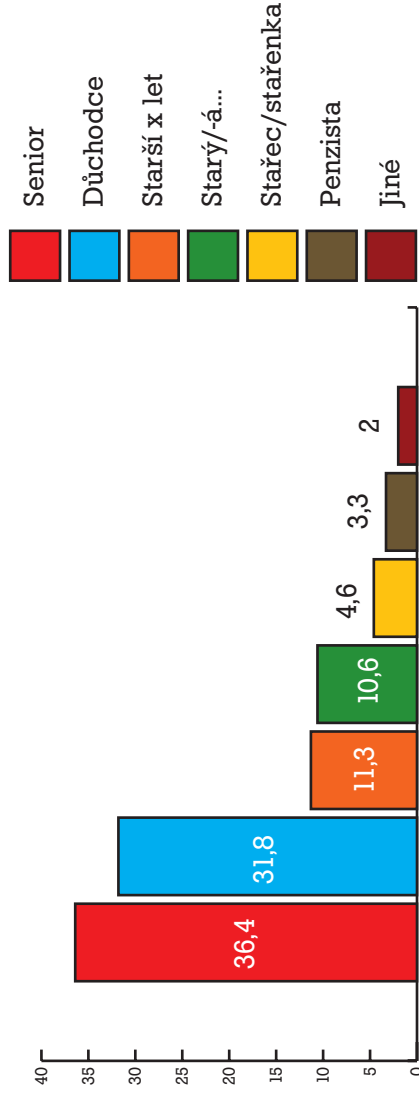
Graf 12: Podíl negativních příspěvků v denících na celkovém počtu negativních příspěvků



Graf 13: Podíl pozitivních příspěvků v denících na celkovém počtu pozitivních příspěvků

Označování seniorů a seniorek

Nejčastějším pojmenováním lidí v seniorském věku je označení *senioři*, následuje označení *důchodci* a dále *starší x let*. Časté je také spojení přídatného jména *starý* s podstatným jménem nebo výraz *stařec/stařenka* (Graf 14). Výraz *senior* a různá odvozená slova jsou nejčastěji používány a prosazovány spíše odborníky v komentářích než ve zpravodajských příspěvcích. „Veřejní činitelé i novináři, kteří tvoří veřejné mínění, vcelku běžně používají pro oslovení seniorů termín *důchodce*, tedy *člověk, který už od společností jen bere, místo senior, tedy člověk, který po období, kdy přispíval do systému, dospěl do stáří a potřebuje více péče, má-li být zachována jeho lidská důstojnost a lidská práva*.“ (HN, *Důchodce? Nikoli, správně je senior, J. Hopličková, předsedkyně správní rady Nadace pro výstavbu penzionů pro seniory a domů s komplexními službami*).⁸

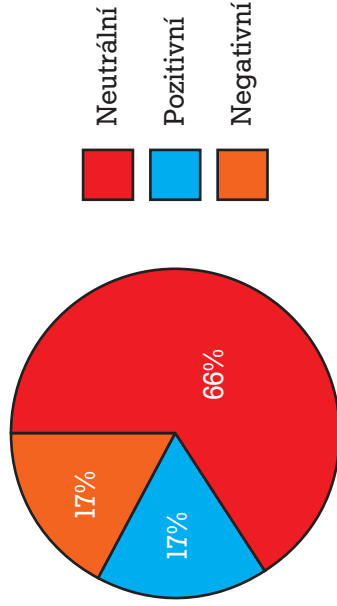


Graf 14: Označování seniorů v tisku

⁸ Oslovení uvedené v následujícím grafu zahrnují také následující odvozeniny: *senior*: seniorská populace, seniorský věk a *důchodce*: důchodový věk. Označení jiné zahrnuje výrazy dlouhověký a nejstarší. Pokud nejsou u podstatných jmen uvedeny přechýlené tvary, nejsou užívány.

Je důležité zdůraznit, že často bývají výrazy jako *důchodce*, *senior* a *staří lidé* zaměňovány, aby se ze stylistického hlediska příliš často neobjevovaly stejné výrazy.

Subjekty, o kterých se v jednotlivých příspěvcích hovoří, bývají často prezentovány genderově neutrálně, tj. pomocí tzv. generických maskulin⁹ jako např. *důchodce*, *senior* atd. Pohlaví bývá označeno pouze ve výjimečných případech, kdy je zdůrazňováno jméno, nebo jde-li o článek o určité osobnosti či o větší zastoupení osob stejného pohlaví atd.



Graf 15: Genderový aspekt příspěvků

Senioři a seniorky v rádiu

V rámci hlavních zpravodajských pořadů ČRo1 Radiožurnálu (*Ozvěny dne* v 18.00) se za sledovanou dobu objevil jeden příspěvek na téma seniorů: zabýval se mrtvými dušemi ve zdravotních pojišťovnách. Podobně jako ČT i ČRo řeší plnění veřejnoprávního požadavku zařazením specializovaných tematických pořadů do svého vysílání jako jsou *Rozhlasová akademie třetího věku* (ČRo 2) a *Senior klub* (ČRo Regina).

⁹ Slova mužského rodu, která označují obě pohlaví.

Rozhlasová akademie třetího věku nabízí řadu informativních cyklů na různá témata, studenti - senioři vypravávají na daná témata seminární práce a je jim také udělován titul. S pořadem souvisí řada dalších aktivit, jež mají seniory stimulovat k aktivnímu životu - setkávání lektorů a posluchačů, zájezdy ke Dni seniorů a týdenní studijně-rehabilitační pobyty posluchačů. Podle webových stránek jsou „veškeré tyto aktivity jsou zaměřeny na plnější a bohatší prožívání života v seniorském věku“.

Pořad *Senior klub* má podtitul „*Být starý není nemoc a neznamená konec aktivit*“. Kromě zaměření na aktivní seniorský život se pořad věnuje mnohdy nekvalitní úrovni sociálních služeb určených pro seniory.

Ve vysílání BBC se v pořadu *Interview s BBC* objevilo v průběhu měsíce února 6 zmínek souvisejících s tématem seniorů. Nejčastěji (ve čtyřech případech) se jednalo o důchodovou reformu; toto téma bylo zmiňováno v podobném duchu jako v rámci *Otázek VM* na ČT1: většinou se jednalo o krátkou zmínku (politické prohlášení), která měla za cíl upozornit na to, že vládní krize související se nevyjasněným financováním bytu tehdejšího předsedy vlády Stanislava Grosse znemožňuje koncepční práci na důležitých tématech jako např. zmiňované důchodové reformě. Dále se příspěvky související s tématem seniorů zaměřily na zdravotnický systém a vysoké odvody státu za důchodce a na problematiku deregulace nájemného a její vliv na ekonomické postavení seniorů.

Shrnutí

Velká část akademických zahraničních studií poukazuje na výskyt negativních stereotypů v souvislosti se seniory; jiné zdůrazňují, že nejde explicitně o specifické negativní obrazy, ale spíše o kontinuální podprezentování seniorů ve vztahu k celkové populaci a také významnou podprezentaci seniorek. K podobným závěrům docházejí také společenskovědní vědci, kteří se zabývají reprezentací seniorů v reklamě [Tupper 1995].

Takový závěr je jedním z nejdůležitějších zjištění i této studie. Přes nespornou společenskou důležitost témat spojených se seniory a vzhledem k počtu seniorů v populaci je námi analyzované téma českými médii zpracováváno nedostatečně a vytvoří běžnou součást mediální diskurzu.

Závěry

Zaměříme-li na reprezentaci tématu seniorů v analyzovaných médiích, je možné říci, že je ve vysílacím schématu zastoupeno ve velmi omezené míře, zvláště pokud přihlédneme k demografické skladbě obyvatelstva a aktuální důležitosti otázek spojených s postavením seniorů ve společnosti.

Seniorům jsou ve veřejnoprávních médiích určeny specifické pořady – např. *Barvy života* (ČT1), *Rozhlasová akademie třetího věku* (ČRo2) a *Senior klub* (ČRo Regina). Tato média tak sledují strategii, kdy se různými marginalizovanými sociálními skupinami zabývá tematický pořad, jehož prostřednictvím média plní svoji veřejnoprávní roli. Problémem však zůstává, jak jsou marginalizované skupiny dále začleňovány do vysílacího schématu a jakým způsobem o nich média informují v širším kontextu.

Příspěvky věnované seniorům se často zaměřují na kriminalitu (na seniory jako oběti násilných a majetkových trestných činů), zdraví (informace o různých typech nemocí a jejich předcházení), zdravotnický systém (a důchodce jako pojištěnce státu, resp. náklady na zdravotní péči za pojištěnce státu), důchodovou reformu v ČR i ve světovém kontextu, ekonomiku/finance, vzdělávání, postavení seniorů ve společnosti, bytovou politiku či daňovou reformu.

Příspěvky na téma seniorů mají často negativní nádech. Většinou se zaměřují na kriminalitu a seniory jako oběti trestných činů, referují o seniorech jako o sociálně a fyzicky slabých společenských složkách, zabývají se ekonomickou závislostí důchodců, jejich nízkým sociálním statutem a některé dokonce zdůrazňují zatěžující vliv seniorů na státní rozpočet.

V rámci publicistických pořadů ČT, především diskuzních politických, není dané téma zpracováváno dostatečně do hloubky: většinou se jedná o strohá politická prohlášení týkající se důležitosti důchodové reformy: „důchodová reforma je nezbytná“ nebo „vláda není dostatečně aktivní na poli důchodové reformy“ apod.

Zdroje

- Bell, J. (1992). In search of a discourse on aging: the elderly on television. In *The Gerontologist*, 32, 305-311.
- Bishop, J. M., and Krause, D. R. (1981). Depictions of aging and old age on Saturday morning television. *The Gerontologist*, 24, 91-94.
- Dail, P. W. (1988). Prime-time television portrayals of older adults in the context of family life. *The Gerontologist*, 28, 700 - 706.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., and Morgan, M. (1980). Aging with television: Images on television drama and conceptions of social reality. *Journal of Communication*, 30, 37-47.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- Hubík, S. (2004). In: *Autonomie ve stáří: strategie jejího zachování*. Ed. Dana Sýkorová, Oldřich Chytil. Ostrava: Ostravská univerzita.
- Kalvas, F. (2004). Agenda setting v sociologické perspektivě. In: *Česko-slovenské sociologické dny*. Ed. Marikéta Škodová.
- Revenson, T. (1988). Debunking the myth of loneliness in the late life. In: *Redefining social problems*. Ed. Seidman, E. Rappaport., J. New York: Plenum Press.
- Šmaus, G. (2004). In: *Autonomie ve stáří: strategie jejího zachování*. Ed. Dana Sýkorová, Oldřich Chytil. Ostrava: Ostravská univerzita.

Tupper, M. (1995). *The Representation of Elderly Persons in Primetime Television Advertising*. University of South Florida. <http://www.geocities.com/Athens/8237/#intro>.

Vidovićová, L., Rabušic, L. (2005). *Věková diskriminace - ageismus: úvod do teorie a výskyt diskriminačních přístupů ve vybraných oblastech s důrazem na pracovní trh*. Praha: VÚPSV.

Vohralíková, L., Rabušic, L. (2004). *Čeští senioři, včera, dnes a zítra*. Praha: VÚPSV.

Woolf, L. M. (1998). *Ageism - An Introduction* - <http://www.webster.edu/~woolfm/ageism.html>.

Webster University.

Kodex ČT. <http://www.czech-tv.cz>.

Senioři a média - Vybrané výsledky sociologického výzkumu agentury FOCUS 2005, www.focus-agency.cz/download/ukaz33_4300b2c4610ad.pdf.



Gender Studies, o. p. s.

Gender Studies, o.p.s. je nevládní neziskovou organizací, která slouží především jako informační, konzultační a vzdělávací centrum v otázkách vztahů mužů a žen a jejich postavení ve společnosti. Cílem organizace je shromážďovat a dále zpracovávat informace související s genderovou tematikou. Prostřednictvím speciálních projektů GS aktivně ovlivňuje změny týkající se rovných příležitostí v různých oblastech, jako jsou například institucionální mechanismy, trh práce, politická participace žen, informační technologie apod. GS také provozuje knihovnu obsahující množství publikací a materiálů k feminismu, gender studies, právům žen a mužů atp.

Poskytujeme:

- konzultace v oblasti sladování rodinného a pracovního života (work/life balance), postavení žen a mužů na trhu práce a oblasti rovných příležitostí pro ženy a muže
- informační servis pro genderovou problematiku: sladování rodinného a pracovního života, postavení žen v řídicích pozicích, vzdělávání v oblasti rovných příležitostí pro ženy a muže, účast žen v rozhodovacích procesech a politice
- vydávání a distribuce zpravodaje Rovné příležitosti do firem
- knihovnické a informační služby v oblasti genderové tematiky: největší knihovna zaměřená na téma gender a rovných příležitostí pro ženy a muže ve střední Evropě (6 tisíc titulů)
- přednášky, školení a semináře na téma rovné příležitosti pro ženy a muže (trh práce, politika, ICT apod.)